

# 包装视觉设计中传统文化元素的运用

杨帅

(晋中信息学院, 山西 晋中 030800)

**摘要:** **目的** 探索传统文化元素中汉字融于包装视觉设计的现实境况和突破性路径尝试。**方法** 作为具有中国特色的文化产物, 汉字在千百年的传承中不仅是一种符号, 更是一种独特的图形图案, 一种美的承载。将以汉字为代表的传统文化元素融入包装视觉设计中, 可以有效丰富包装的外观, 增强包装的匹配性。首先, 从包装中文字信息的存在形式及其功能展开, 分析汉字在包装视觉设计中的存在意义和价值, 指出研究包装视觉设计中的汉字运用有着突出的重要性; 然后, 从当前汉字在包装视觉设计中的应用现实出发, 总结其中所存在的一些前期准备、方式方法方面的不足; 最后, 结合多个可能的方向探究汉字在包装视觉设计中的具体应用方式方法。**结论** 汉字元素在包装视觉设计中的应用既有利于汉字文化的长远发展, 又有利于包装视觉设计效果的提高, 给消费者以视觉冲击, 促进更高层面的消费行为的实现。

**关键词:** 包装视觉设计; 功能; 传统文化元素; 汉字

**中图分类号:** TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)02-0335-04

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.02.039

## Application of Traditional Cultural Elements in Packaging Visual Design

YANG Shuai

(Jinzhong College of Information, Shanxi Jinzhong 030800, China)

**ABSTRACT:** The work aims to exploring the realistic situation and breakthrough path of Chinese characters integrated into packaging visual design in traditional cultural elements. As a cultural product with Chinese characteristics, Chinese characters have become not only a symbol, but also a unique graphic pattern and a carrier of beauty in thousands of years of inheritance. Incorporating traditional cultural elements represented by Chinese characters into the visual design of packaging can effectively enrich the appearance of packaging and enhance the matching of packaging. Based on the existing form and function of the text information in packaging, the significance and value of Chinese characters in packaging visual design were analyzed. It was of great importance to study the application of Chinese characters in packaging visual design. Then, from the application of Chinese characters in current packaging visual design, shortages in preparation and methods of packaging visual design were summed up. Finally, the specific application of Chinese characters in packaging visual design was explored in combination with many possible directions. Application of Chinese character element in packaging visual design is not only conducive to the long-term development of Chinese character culture, but also conducive to improving the effect of packaging visual design, bringing visual impact to consumers, and promoting the realization of higher level consumption behaviors.

**KEY WORDS:** packaging visual design; function; traditional cultural elements; Chinese character

传统文化元素是民族文化的良好载体, 将其融入现代包装设计是当今多元化设计方向的一种趋势, 也

是民族性与时代性相融合的一种趋势。汉字作为传统文化元素的一种, 既是中华文化遗产的载体又是文化

收稿日期: 2022-08-06

基金项目: 山西省哲学社会科学专项课题(2022YD183); 山西省高等学校哲学社会科学项目(2022W199); 山西省艺术科学规划课题(22BG009); 晋中信息学院教学改革创新项目(2022XJ018)

作者简介: 杨帅(1988—), 女, 硕士, 副教授, 主要研究方向为视觉设计理论与实践。

传承的基石。包装设计中文字信息是十分重要的存在形式,涉及的内容较多,主要囊括了产品的名称、包装编号和生产公司等基本信息。在一定程度上,它就像是产品的“身份证”,凭借自身对信息的承载来实现包装价值的提升;在细节方面,它还包含着产品的质量、成分、型号和广告文字,在明确产品属性的同时,起到了宣传产品和吸引消费者的作用。经历历史长河漫长的演变和积累的汉字,有着独特的造型和形式的美感,凝聚了深厚的民族韵味。汉字应用于包装设计中常会结合具体的产品类别、包装需求和受众对象进行或多或少地调整,如宋体、黑体等字体常用于产品成分、质量等信息的展示,或者变成一种装饰字体,以此来更好地展示产品特点,迎合受众需求<sup>[1]</sup>。无论是哪一种应用方式,都在印证着汉字的重要性和其所带给包装设计的种种突破与提升。这就意味着汉字文化在包装视觉设计中有着极高的应用价值<sup>[2]</sup>。当下所要做的就是从汉字在包装视觉设计中的应用状况着手,找到更多的契合点,分析融合过程中的不足,从而结合各个方面的细节和要求,以艺术化的创意打造更加具有视觉张力和艺术美感的产品包装,带来更加个性化的艺术魅力和文化魅力。

## 1 汉字元素在包装视觉设计中的应用现状

汉字在包装视觉设计中的应用并不是一帆风顺的,其中也或多或少存在诸如缺乏艺术感、稍显呆板、主题不突出等问题,从而在很大程度上导致汉字的使用受到限制,难以实现有效的利用,这既对包装视觉设计造成了一定的不良影响<sup>[3]</sup>,又给汉字的多元化传承带来了现实的阻碍。究其原因,主要有以下方面。

### 1.1 准备工作不到位

准备工作不到位将直接影响汉字在包装视觉设计中的应用效果。具体来看,其涉及前提计划、汉字形式应用方向、主题把握等,如果这些方面没有考虑到,那么就会出现包装视觉设计中所使用的元素及其搭配与受众的审美需求和市场需求不符的现象<sup>[4]</sup>。另外,设计师对汉字缺乏研究,素质能力不高,也会在很大程度上影响包装视觉设计的效果,不仅存在设计效率低的现象,而且可能出现文字的应用形式与主题不符,与产品内容偏离的情况,不利于包装设计的发展。

### 1.2 使用方向受局限

由于汉字的主要功能是向人们展示内容,所以在实际的应用中,包装设计者更加倾向于在这一方面下功夫,以至其所设计出的包装形式中,汉字元素符号更多的是帮助消费者记忆其内容,而忽略了其表现形式。这一现象十分普遍,导致这一现象的原因便是汉字的使用方向受限,久而久之,消费者就会出现审美疲劳,进而影响包装视觉设计效果。

## 1.3 想象力有待提高

包装视觉设计对设计者的想象力要求较高,因为那些想象力丰富、主题感突出、形式独特的元素符号能够在第一时间吸引受众的目光,促就消费行为的产生<sup>[5]</sup>。然而,在汉字元素融入包装视觉设计的过程中,设计者的想象力匮乏也有所表现,无论是汉字的使用方式和步骤的相对固定,还是对主题的凸显较为单一,都难以让汉字文化的价值和作用得到充分发挥,由此其应用价值也大打折扣,难以得到更好的体现。

## 2 汉字元素在包装视觉设计中的有效应用

在包装的视觉设计层面,汉字的合理应用是有着突出价值作用的,其能够有效地丰富包装的视觉美感,使包装在同类包装中更加突出,以自己的风格来吸引消费者的注意,还可以凭借自身巨大的说服力和感染力,达到更高层次的艺术效果,与消费者形成情感的共鸣,带来更多的认同<sup>[6]</sup>。从现实的应用情况看,汉字元素在包装视觉设计中的融合与创新可以从以下方面进行尝试和突破。

### 2.1 结构布局的适当调整

在包装设计中,文字的结构布局是十分重要的,尤其在包装视觉设计方面,文字的大小和内容的主次需要做到合理的区分。因此,设计师在具体的设计中,应善于利用文字的结构与布局,结合产品需求和消费者的习惯及艺术效果的追求进行大胆创新<sup>[7]</sup>。从细节来看,汉字的字体大小是首要考虑的因素,设计师在进行设计时,应结合产品的特性和受众的爱好进行字体大小的科学设计,从而使消费者在阅读时能够更加流畅、快速地了解产品的形式与功能;在字体的色彩选择上,设计师也要有所安排,尽可能地以包装的整体调性为依据,突出协调统一的特点;在字体的布局上,可以充分利用点、线、面的构成,进一步增强包装的层次感、设计感,无论是字体的间距还是段落的均衡,都要科学合理、和谐搭配<sup>[8]</sup>。整体分析当前常用的几千个汉字,人们不难发现其结构存在统一和差异。相同的是,这些汉字都有着统一的结构特点,即方块结构,但是这不能成为束缚设计师的存在,设计师所要做的就是从整体入手,结合实际需求对方块结构进行改变,以独特的视觉美感和艺术张力增强汉字艺术在视觉层面的张力,从而有效拉近产品包装与消费者的距离<sup>[9]</sup>。德芙巧克力的包装设计就对汉字的结构布局进行了改变,设计师从传递情感、享受美好瞬间的层面出发,将德芙两个字变成了顺滑柔和的结构,赋予了汉字以情感意义,让受众仿佛感受到了爱情的甜蜜,从而产生更加持久而美好的精神愉悦。需要注意的是,汉字的这种结构变化需要遵循一定的规律,如此才能造就更富艺术感染力的字体,给消费者带来更好的视觉体验。

## 2.2 艺术风格的多向追求

汉字元素融入包装视觉设计中还需要进一步尝试,明确艺术的追求。一方面,设计师需要化繁就简,在通俗易懂方面多进行尝试,让包装具备良好的可读性<sup>[10]</sup>。这就意味着设计师在字体选择上,应选适应设计要求和符合人们阅读习惯的字体,打造更加出色的视觉效果。比如,宋体字适合小字处理,反白效果十分突出,而在排列组合方面要尊重人们从左向右、从上向下的阅读习惯,这样才能更好地引导受众的视线流动。必要时,汉字的应用还要凸显商品属性,做到将商品的各个细节属性准确无误地传达给受众,以形式与内容的统一带来更加突出的视觉效果<sup>[11]</sup>。这一点在各性别主体的选择特点上体现得尤为明显。以老年人为主要消费群体的包装视觉设计应对汉字采取一种怀旧的形式,首选苍劲古朴的手写体、书法等;以女性为消费主体的包装视觉设计则宜选择柔美秀丽的字体;儿童偏爱的是卡通形象,对这一消费群体的相关产品包装设计宜将卡通形象作为汉字字体的四周装饰,体现趣味性,以此满足儿童群体的视觉审美倾向,从而实现消费。

另一方面,汉字元素的应用应具备一定的的美感。对汉字元素进行设计,能够展现出一定的艺术美感,为受众带来视觉层面的享受。在包装视觉设计中,汉字适度的美感能够给包装更具个性和魅力的艺术设计效果。首先,设计师可以从产品包装的风格着手,结合用途特点,选择汉字的设计风格,形成造型统一、层次分明的艺术美感,并与包装中所涉及的图形、材料等进行匹配,以一种节奏感和韵律感形成艺术设计的视觉之美。其次,重视字体本身的个性化表达,在尊重字体视觉个性的同时,追求一种视觉上的张力。比如,加粗且连贯的笔画适宜表现活泼轻松的内容,纤细的衬线体多用在较为严肃的包装内容上。总之,汉字的艺术美感是适度的美,要避免过度的夸张和装饰,否则可能会适得其反。

## 2.3 文化形式的碰撞融合

汉字的视觉张力也可以和其他文化形式进行艺术化的融合,在多种文化形式的融合与创新中实现艺术效果的升级,继而使我国汉字文化发扬光大。

第一,与我国传统文化的共融共促。我国的传统文化丰富多彩,各种文化艺术形式争奇斗艳,这就给汉字的创新发展带来了契机,也给了包装视觉设计以更多的可能<sup>[12]</sup>。为此,设计师可以结合实际的包装设计需求和产品特点,选择剪纸、水墨、吉祥纹样等能够与产品和包装相匹配的文化形式,将其与汉字元素符号相互融合,或者采用配合装饰的形式,或者采取融为一体的形式,实现视觉效果的提升。

第二,和其他文化形式的适度结合。世界文化的交融发展给了包装视觉设计以更多的可能,作为设计师,可以结合实际,对优秀的和有利于自身设计表达

的其他国家的文化符号进行适当的截取和参考,在保留我国汉字文化的根本性内容不变的前提下,创造一种新奇感,让包装的视觉冲击更加强烈、新鲜。

## 3 结语

包装设计要想脱颖而出,必须在创新的同时借鉴传统文化的表现形式和精神内涵,只有这样才能在当今多元化的社会和市场经济繁荣的背景下,实现商品包装设计更大的文化内涵与价值。汉字作为传统文化元素的一种,在包装视觉设计中有着强大的潜力和艺术魅力,它与包装的结合不仅能够为产品加分,还能将优秀的传统文化进行更好地传承与发展,这是包装设计师应该明确和重视的重要方面,也是包装视觉设计张力提升的必然选择。鉴于当前汉字元素与包装视觉设计中仍存在准备工作不足、使用方向受限和想象力缺乏的现实问题,要转变思维,从结构布局、艺术风格和文化形式碰撞等方面进行创新尝试,让汉字这一传统文化元素能够在反映产品物质属性和文化特征的基础上,起到美化包装的作用,以更加鲜明的视觉张力带给消费者美的体验,从而使包装设计的整体效果得到大大提升,最终促进产品销售。

### 参考文献:

- [1] 王娜. 传统文化元素在茶包装设计中的体现与思考[J]. 福建茶叶, 2016, 38(10): 183-184.  
WANG Na. Embodiment and Thinking of Traditional Cultural Elements in Tea Packaging Design[J]. Tea in Fujian, 2016, 38(10): 183-184.
- [2] 李娜. 字体设计在现代包装中的应用[J]. 戏剧之家, 2017(16): 125.  
LI Na. Application of Font Design in Modern Packaging[J]. Home Drama, 2017(16): 125.
- [3] 罗国智. 谈汉字字体设计在产品包装中的视觉造型语言[J]. 绿色包装, 2021(8): 77-79.  
LUO Guo-zhi. On the Visual Modeling Language of Chinese Font Design in Product Packaging[J]. Green Packaging, 2021(8): 77-79.
- [4] 田志涌. 汉字元素在现代包装设计中的应用研究[J]. 包装工程, 2013, 34(2): 134-137.  
TIAN Zhi-yong. Research on the Application of Chinese Characters Elements in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(2): 134-137.
- [5] 丁蕾. 汉字文化在食品包装视觉设计中的运用[J]. 食品工业, 2020, 41(9): 425.  
DING Lei. Application of Chinese Character Culture in Visual Design of Food Packaging[J]. The Food Industry, 2020, 41(9): 425.
- [6] 张立斌. 论汉字作为设计元素在现代平面设计领域中的运用[J]. 技术与教育, 2011(1): 15-19.  
ZHANG. On the Character as a Design Element in the

- Modern Use of the Field of Graphic Design[J]. *Technique & Education*, 2011(1): 15-19.
- [7] 杨新忠, 李彩林, 刘晴, 等. 汉字字体异域化风格设计的审美与表现[J]. *包装工程*, 2015, 36(2): 118-122.  
YANG Xin-zhong, LI Cai-lin, LIU Qing, et al. Aesthetics and Reflections for Chinese Characters Font Exotic Style Design[J]. *Packaging Engineering*, 2015, 36(2): 118-122.
- [8] 王桂花. 书法字体在茶叶包装设计中的应用[J]. *福建茶叶*, 2021, 43(10): 229-230.  
WANG Gui-hua. Application of Calligraphy in Tea Packaging Design[J]. *Tea in Fujian*, 2021, 43(10): 229-230.
- [9] 陈莉. 再谈汉字形意在视觉传达设计中的实践应用[J]. *大众文艺*, 2015(24): 135.  
CHEN Li. On the Practical Application of Chinese Characters' Form and Meaning in Visual Communication Design[J]. *Popular Literature and Art*, 2015(24): 135.
- [10] 郭颖. 浅谈字体设计对商品包装的影响[J]. *科技信息*, 2009(10): 240-241.  
GUO Ying. On the Influence of Font Design on Commodity Packaging[J]. *Science & Technology Information*, 2009(10): 240-241.
- [11] 李继侠. 产品包装中的字体设计研究[J]. *包装工程*, 2011, 32(18): 111-113.  
LI Ji-xia. Research on the Font Design in Product Packaging Design[J]. *Packaging Engineering*, 2011, 32(18): 111-113.
- [12] 吴振全. 中国文字在视觉传达设计中的应用研究[J]. *文艺生活·文海艺苑*, 2016(2): 130-131.  
WU Zhen-quan. Application of Chinese Characters in Visual Communication Design[J]. *Arts in China·Literature & Arts Garden*, 2016(2): 130-131.

责任编辑: 陈作

(上接第 331 页)

- [7] 方美清. 盐城市城市公共设施设计的地域文化重构[J]. *戏剧之家*, 2016(24): 256-257.  
FANG Mei-qing. Reconstruction of Regional Culture in Yancheng Urban Public Facilities Design[J]. *Home Drama*, 2016(24): 256-257.
- [8] 于璐. 地域文化在城市公共设施中的运用[J]. *现代装饰(理论)*, 2014(6): 241.  
YU Lu. Application of Regional Culture in Urban Public Facilities[J]. *Modern Decoration (Theory)*, 2014(6): 241.
- [9] 张春鹏. 传统地域文化对城市公共设施设计的影响[J]. *戏剧丛刊*, 2009(4): 115.  
ZHANG Chun-peng. The Influence of Traditional Regional Culture on the Design of Urban Public Facilities[J]. *Drama Series*, 2009(4): 115.
- [10] 冯兴保. 城市公共设施设计中的地域文化符号研究[J]. *美术大观*, 2018(11): 102-103.  
FENG Xing-bao. Research on Regional Cultural Symbols in Urban Public Facilities Design[J]. *Art Panorama*, 2018(11): 102-103.
- [11] 王言波, 王琪. 基于地域特征的城市公共设施设计探析[J]. *包装工程*, 2019, 40(6): 294-296.  
WANG Yan-bo, WANG Qi. Analysis of Urban Public Facilities Design Based on Regional Characteristics[J]. *Packaging Engineering*, 2019, 40(6): 294-296.
- [12] 李诗羽. 传统地域文化对城市公共设施设计的影响[J]. *美术教育研究*, 2015(2): 53.  
LI Shi-yu. The Influence of Traditional Regional Culture on the Design of Urban Public Facilities[J]. *Art Education Research*, 2015(2): 53.
- [13] 张杰. 探析地域文化在城市公共设施设计中的影响[J]. *科研*, 2015(19): 118-119.  
ZHANG Jie. Analyzing the Influence of Regional Culture on the Design of Urban Public Facilities[J]. *Research*, 2015(19): 118-119.

责任编辑: 陈作

(上接第 334 页)

- [9] 林蓓蓓. 浅谈中国传统文化在现代包装设计中的应用[J]. *青年时代*, 2020(6): 35-36.  
Lin Bei-bei. On the Application of China Traditional Culture in Modern Packaging Design[J]. *Youth Times*, 2020(6): 35-36.
- [10] 刘建明. 中国传统文化符号在包装设计中的运用[J]. *大观*, 2020(11): 65-66.  
LIU Jian-ming. Application of China Traditional Cultural Symbols in Packaging Design[J]. *Daguan*, 2020(11): 65-66.
- [11] 王章旺. 中国传统文化与现代包装设计[J]. *装饰*, 2004(9): 36-37.  
WANG Zhang-wang. Chinese Traditional Culture and Modern Packaging Design[J]. *Zhuangshi*, 2004(9): 36-37.
- [12] 令晓君. 视觉符号在包装设计中的价值体现[J]. *文艺生活(中旬刊)*, 2012(1): 85.  
LING Xiao-jun. The Value of Visual Symbols in Packaging Design[J]. *Literary and Art Life (Mid Term)*, 2012(1): 85.
- [13] 毕凤霞. 传统文化元素在现代包装设计中的应用[J]. *包装工程*, 2010, 31(18): 69-72.  
BI Feng-xia. Application of Traditional Chinese Culture in Modern Packaging Design[J]. *Packaging Engineering*, 2010, 31(18): 69-72.

责任编辑: 陈作