

论坛与资讯

北京民间美术产品包装现状研究

张旗, 景怀宇

(北京联合大学师范学院, 北京 100011)

摘要: 分析了北京民间美术产品包装的设计与地域文化脱节、与时代背景脱钩的现状, 并结合北京民间美术产品的文化特点和当代消费心理, 论述了北京民间美术产品包装把文化内涵与时代审美特征结合的可行性。在此基础上, 提出了包装设计要紧扣地域文化特征, 在传承基础上创新, 统一市场开发与规划, 加强设计人才的培养对策, 以期改变北京民间美术产品包装的落后面貌。

关键词: 北京民间美术; 包装设计; 地域性

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)22-0076-03

Research on the Packaging Status of Beijing Folk Art Products

ZHANG Qi, JING Huai-yu

(Teachers' College of Beijing Union University, Beijing 100011, China)

Abstract: It analyzed the inconsistency between the package of Beijing folk art products and its regional culture, and the unconformity between its design and our contemporary background. Taking into consideration the cultural characteristics of Beijing folk art products and contemporary consumption psychology, it also discussed the feasibility of consolidating the cultural essence with the contemporary aesthetics characteristics in the design. On this basis, it pointed out that the packaging design should be unified with the product's regional cultural characteristics closely. It suggested that we should make innovations on the basis of cultural inheritance, take consistent steps in market development and planning, and step up our effort in cultivation of design professionals, aiming to alter the backwardness of the package for Beijing folk art products.

Key words: Beijing folk art; packaging design; regional characteristics

去外地出差,想带点北京兔爷儿、北京鬃人等有特色的北京民间美术产品送给外地的友人,可是在民间美术作坊或商店里,居然发现大多产品没有像样的包装,个别产品甚至还没有正式的包装。笔者有感于这种巨大的心理落差,有感于发展文化创意产业必须从改变观念开始而写下了这些文字,以期对北京民间美术产品包装的与时俱进有积极意义。

1 北京民间美术产品的包装现状

北京是我国民间美术资源较为丰富的地区,这些民间美术产品具有浓郁的北京地域特色,是北京民间

传统艺术的典型代表。但是北京的民间美术产品包装却不能体现北京的传统文化魅力,不能体现北京民间美术的文化内涵,不能体现时代的审美特点。许多产品包装十分简陋,有的产品甚至还没有正式的包装,这和大众特别是新时代的年轻人的审美要求相差甚远,使消费者和生产者之间缺少了互动的桥梁,使民间美术产品包装落后于市场经济的要求,落后于时代发展的要求,落后于北京民间美术产业发展的要求。其具体表现在以下几方面。

1.1 包装设计和地域文化内涵的脱节

民间美术作为北京地区农耕文明和手工文明的一种文化形态,体现了北京的传统文化内涵和特征

收稿日期: 2011-07-18

基金项目: 2011年北京市教委人文社会科学面上项目成果(KM201111417005)

作者简介: 张旗(1972—),男,湖北人,硕士,北京联合大学师范学院副教授,主要研究方向为视觉传达设计。

^[1]。但是,现有的北京民间美术产品包装中,很难找到代表北京地域文化的产品。这个现象之下的问题是包装设计与产品文化内涵的脱节,这个问题的产生首先是设计者对于北京地域文化、北京民俗文化、北京民间艺术的内涵与形式不了解造成的;第二,是许多北京民间美术行业从业者对于包装等现代营销方式的不了解和不重视所造成的;第三,是部分民间美术传人对于民间美术的文化内涵不够了解造成的;第四,说明封闭、小作坊式的生产方式仍然是北京民间美术行业的现实状况,产业发展、品牌开发依然还只是一个目标。

1.2 包装设计和时代审美特征脱钩

表现在:第一,一些北京民间美术产品包装还处在模仿其他成功设计的阶段,设计上缺乏个性和创新,不仅造成品牌识别力不够,而且不能给消费者留下特别的印象^[2]。第二,不重视与时代审美趣味的结合,不重视对消费心理的研究,造成包装不够“时尚”。第三,一些民间美术产品包装固守上辈传下来的包装形式而不思改进。第四,在对民间美术从业者调研中,不少人还认为包装只是产品的一个“盒子”,或者只知其重要但不知其之所以重要的原因,忽视了包装的市场作用。造成现有的包装缺少创意和个性,与时代、消费者的审美趣味脱钩。

另一方面,由于一些民间美术产品形态差异较大,盛放、运用的功能需求往往不一样,这对包装的结构设计有不同的要求。但现有包装往往是一个简单的方盒子,没有适应具体产品特点进行包装结构设计,导致盛放、运用很不方便,也使包装缺少个性和创新。

由于市场和民众对民间美术认可程度有了很大提高,传统民间美术产品有了可以存活的空间;另一方面北京市也给予大多数民间美术政策和财力的支持,使得一些民间美术类别有了依靠。这些积极因素却导致了一些民间美术从业者有了“等”、“靠”、“要”的依赖思想,导致民间美术包装传人、从业者沿着传统的市场方式在维持,观念和行动依然停留在过去的阶段,跟不上市场发展的要求。

1.3 品牌意识薄弱

目前,大部分北京民间美术的传承人缺少品牌意识,导致了民间美术从业者对于企业发展、产品形象没有一个长期的打算和整体规划,致使产品包装设计

很多时候成了一种不得已的短期行为,这种短期行为对企业、产品形象有着很大的负面作用。

1.4 包装设计针对性差

在民间美术行业里,普遍有产品定位不够清晰的问题。导致了包装设计的创意与设计缺少明确的方向,包装也就不能针对特定消费人群进行针对性的宣传和营销。

1.5 缺乏高素质设计人才

这是北京民间美术包装事业发展滞后的一个重要原因。虽然北京的包装设计师众多,水平在全国来看也是一流的,但是很少有设计师擅长民间美术产品的包装设计。一是现有大部分设计师缺少民间美术的知识,不能把民间美术包装设计做得很深入。二是高素质、高水平的设计师非常有限,这直接影响到包装对民间美术文化的宣传和推广。另外民间美术行业缺少高素质从业者和传承人也是一个大问题。

2 对北京民间美术现状的思考

2.1 体现北京民间美术文化特征

在包装的造型形式、图案纹样、色彩运用上鲜明体现北京传统文化观念,使消费者与包装设计互动,实现在特定文化内涵上的情感交流和互动,引导消费者体会北京民间美术这一京味文化。如北京兔爷儿是一个典型的北京民间美术形象,在这个形象的背后是北京农历8月15中秋节的象征物,象征着人们对美好生活的向往和追求。那么兔爷儿包装应该体现这种精神向往和文化内涵,给产品和消费者提供一种交流和碰撞的文化平台。北京民间美术产品都属于精神文化层面的产品,它的包装应该具备较强的精神建设功能,实现和消费者情感交流、特定精神建设的目的,这样包装设计的价值才会得到真正体现。不仅为大众创造了物质产品,而且用一种精神活动、文化内涵来增加其感染力,塑造了产品的文化形象。

包装不仅是民间美术的生活之美,也是民间美术重要的文化特征。民间美术属于特定地域的生产、生活内容,是对于特定生产、生活方式的表现形式^[3]。北京民间美术是北京地区劳动人民生产、生活的外在形式,具有浓厚的生活气息。在北京民间美术产品包装设计中,要表现其浓郁的生活气息,体现其生活之美,

可以把包装设计创意与材料运用有机地结合起来。

包装设计应该体现北京民间美术产品独特的地域文化特征。就包装设计而言,地域特点会使包装具有独特的个性特征和文化价值。因此,在北京民间美术包装设计中注重地域特色的表现,成为包装设计的重要原则。如北京鬃人的色彩搭配有典型的北京地域特点,使消费者对产品有很好的地域文化联想^[4]。

2.2 包装设计既要传承还要创新

第一,北京民间美术产品包装设计在积极学习其他成功设计的基础上,要突出自己的个性和进行大胆的创新,对北京传统文化观念做出符合今人审美特征的当代诠释。在图形表现、色彩运用、选择材料、工艺制作、艺术风格上可以大胆表现与突破,努力创造北京民间美术这一传统文化形态的当代形象。第二,设计上高度重视对时代审美趣味的表达,重视对于当代消费心理知识的运用,设计出既古老又时尚的北京民间美术产品包装,让北京民间美术产品与时代接轨,走进人们特别是青少年的视野里。

2.3 包装的市场开发与规划

第一,对整个北京民间美术行业的产品包装做整体的规划与设计,把包装问题作为产品营销中的大事来抓。建议整个行业建立产业联盟来商讨包装问题,并在产业联盟设立包装专业委员会,聘请有关专家为包装设计建言、把关,这样才能解决民间美术包装设计模仿他人、缺乏个性、共性不足、目光短浅的问题。第二,细分市场,明确设计目标。针对北京民间美术产品的定位问题,需要对产品进行市场细分和消费群定位,使包装设计师明确设计的目标与定位,拿出有针对性的设计方案。第三,包装问题是和民间美术品牌建设紧密联系的,有了品牌,包装设计才能避免短期行为,参与到塑造品牌形象的过程中,发挥最大的营销功能^[5]。第四,注重北京民间美术形象的塑造和拓展。商品包装在一定程度上体现企业的形象,企业形象又是包装设计的重要依据。包装设计要和产品内容与形象协调一致,通过包装设计来体现北京民间美术产品的独特内涵。民间美术产品的包装设计必须在造型、文字、图案和色彩等方面形成北京民间美术特点的视觉效果,充分体现民间美术产品的独特形象。

2.4 包装设计人才的培养

北京民间美术产品包装整体水准的提升归根结底在于高水平的设计人才。第一,首都高校设计专业

应该加强包装设计人才的培养,首先应该在相关专业开设北京民间美术的课程,让未来的包装设计师对于这一传统文化艺术类型有较为全面、深入的认识。其次在平时的设计训练中要加入北京民间美术产品包装设计的内容,师生还可以承担实际的民间美术包装项目,北京联合大学师范学院的师生在这方面做出了积极有效的尝试。第二,高等教育应立足现代包装业的特色及发展趋势,坚持为北京民间美术包装业提供智力资源。第三,北京民间美术行业从业者素质、观念、投入也是一个亟待解决的问题。

3 结语

北京民间美术产品要走出去,应该学习和借鉴国外先进设计理念和方法,研究当代信息社会多元文化背景下人们的思想情感、精神追求、审美情趣和生活习惯,使包装设计具有时尚的特点,这是走出去的前提。第二,要深入研究北京民间美术的文化内涵和个性特征,对北京地域文化进行解读和表达,从民间美术这个巨大的艺术宝库中吸取创意元素和设计灵感。如以京味作为包装设计的表现目标,重新解读京味的优雅、大气、富贵等文化特质。在传承中创新,使民间美术的包装既具有北京地域的文化气质又富有时代特点^[6]。从而改变包装设计与北京地域文化脱钩、缺少创意的现状,使北京民间美术产品包装既扎根本土文化又与时代同步,使北京民间美术产品走出国门,走向世界,更好的弘扬北京文化和中华民族文化。

参考文献:

- [1] 王萍,杨猛.包装设计本土化的内涵与外延[J].包装学报,2009(10):73—75.
- [2] 张旗,杨超.“袋·生活”主题的环保手提袋设计实践与思考[J].包装工程,2011,32(2):132—136.
- [3] 魏颖艳.传承、融合与超越——现代包装设计的传统回归[J].甘肃高师报,2010(1):93—94.
- [4] 王锐.民族地域文化对现代包装设计的影响[J].民族艺术研究,2010(3):102—107.
- [5] 张旗,张路光.从“俄罗斯套娃”看“北京兔爷”——对北京民间美术品牌推广的思考[J].艺术评论,2011(4):78—81.
- [6] 张旗,李江.当代民间美术的“回流”与“集聚”现象研究——以北京为例[J].民族艺术研究核心,2011(7):107—110.