

刘三姐山歌旅游纪念品包装视觉传达设计的创新

王莉

(桂林电子科技大学, 桂林 541004)

摘要: 探讨了广西壮族旅游产品的应用设计, 在基于刘三姐山歌文化的审美特质以及山歌唱片的旅游市场现状的前提下, 挖掘壮族文化中的视觉元素与色彩信息, 研究如何体现民族、现代及文化气息, 并且结合旅游纪念品特点进行包装功能上的创新设计, 展现了在现代包装视觉传达设计中如何融合民族文化元素, 更好地通过设计来体现广西壮族地区山歌文化的魅力。

关键词: 山歌; 纪念品; 壮族; 视觉

中图分类号: J524.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2012)02-0008-04

The Innovation of Visual Communication Design for Tourism Souvenir Packaging of Liusanjie Folk Songs

WANG Li

(Guilin University of Electronic Technology, Guilin 541004, China)

Abstract: It discussed the application design of Zhuang nationality tourism products, based on the aesthetic qualities of Liusanjie folk song culture and tourism market situation of folk song record, mining the visual elements and color information in Zhuang nationality culture, research how to embody national, modern and culture breath. Combined with tourism product features for innovation design of packaging function, it showed the subject in modern packaging design how to fuse national culture elements, better through the design to reflect the charm of folk song culture in Zhuang nationality region.

Key words: folk songs; souvenir; Zhuang nationality; vision

壮族是广西主要的少数民族之一, 具有悠久的文化积淀和独特的壮民族文化, 其中刘三姐的歌声婉转清脆, 是许多人童年美好的记忆。陈丽琴在《试论刘三姐文化的审美特质》中总结刘三姐的山歌展示了优美自然的人生形式, 体现了旷达率真的乐生意识, 这些特质可以说是广西壮民族文化的集中表现。山歌文化是广西特别是桂林作为旅游城市新时期旅游业发展的主要文化资源, 旅游产业需要文化的支撑, 随着非物质社会的进入, 人们的消费意识由功能性需求逐渐趋向于追求审美的愉悦。

旅游纪念品, 顾名思义即是游客在旅游过程中购买的精巧便携、富有地域特色和民族特色的工艺品礼品, 并让人铭记于心的纪念品。有人比喻旅游纪念品是一个城市的名片, 这张名片典雅华丽, 有极高的收

藏与鉴赏价值。《东京梦华录》等古籍中就可以见到类似的记载, 当时每逢节日城中人出城游玩, 归来时必定各携枣糕、炊饼、黄胖、掉刀、名花异果、山亭戏具、鸭卵鸡卵之类, 叫作“门外土仪”, 这应当是历史上的旅游纪念品商品和旅游纪念品的初始形态。

1 “刘三姐”旅游纪念品的市场现状

广西作为全国的一个旅游胜地, 旅游资源丰富, 旅游纪念品市场发展较为完善, 旅游纪念品的种类较为丰富。改革开放以来, 随着影视媒体的发展, 传播的力量使“刘三姐”日益成为家喻户晓的角色。从最初的关于刘三姐的民间故事, 到后来的彩调剧团演出, 再到1961年由黄婉秋主演的电影《刘三姐》的轰动

收稿日期: 2011-08-06

基金项目: 广西区教育厅科研项目(LS08030Y)

作者简介: 王莉(1979—), 女, 湖南邵阳人, 硕士, 桂林电子科技大学讲师, 主要研究方向为视觉传达设计。

一时,刘三姐已经从一个民间文学中的形象开始演变成一个文化品牌,走出广西、走向全国、走向世界^[1]。《刘三姐》CD封面见图1。遗憾的是从此关于刘三姐的



图1 《刘三姐》CD封面

Fig.1 "Liusanjie" CD cover

文化品牌经营开始陷入了低谷,刘三姐并没有像云南的阿诗玛那样为云南打响了石林的牌子,给广西带来更多的效益,只不过使外人形成了“刘三姐——山歌——广西”这样一条简单的信息连接链而已,所以如何经营这个民间文化品牌成为了一个重要课题。2004年3月大型歌舞剧《印象刘三姐》是一次与真象无关的艺术呈现,以桂林山水美丽的阳朔风光实景作为舞台和观众席,集漓江山水风情、广西少数民族文化及中国精英艺术家创作之大成。广西文化厅荣小宁负责人认为,实景演出《印象刘三姐》使广西举世闻名,桂林山水、刘三姐文化有机地融合,提升了桂林的城市文化内涵,刘三姐的歌声也开始进入新时代的演绎。《印象刘三姐》CD封面见图2。



图2 《印象刘三姐》CD封面

Fig.2 "Liusanjie impression" CD cover

2 旅游纪念品设计的特点

2.1 旅游商品包装要强调地方特色

旅游商品是旅游者留作纪念、收藏或馈赠给亲

朋好友用的,是一种“想象消费”,具有很大的想象空间,一件好的旅游商品往往能够引起人们对一个地方的怀念和向往;还要从包装结构、材料工艺、行业标准等方面来引起消费者对旅游地的怀念和向往。旅游地的景观虽有其不可移动性,然而却可借助高品位的旅游商品超越时空,让人得到美的享受,要想使旅游商品既要有地方特色,又要突破原有的模式创出新意。

2.2 要能体现旅游城市的文化内涵

对于游客来说,旅游是为了体验当地的风俗民情。由于生活方式的差异和思想不同,往往越具有“地方特色”的商品越容易吸引游客。因此,一个好的地方特色包装设计融入本地文化的设计是必不可少的。当然,此时的包装设计所应该表现的文化并不能仅仅局限在本地的民族传统,而是要能融入时代性的综合体。

2.3 旅游商品包装要体现功能性上的便携性

针对旅游商品的设计还应考虑到商品的“旅游”二字,长途跋涉,转机、转车或转船,行程紧张而又劳累。所以,针对旅游商品的包装要注意到易于携带便于保管,主要体现“小、轻、快、灵”,应该尽量避免包装过大、过重。具调查,旅游购物消费52%的人指出,旅游商品的包装差,不携带、馈赠和收藏。包装主要功能有保护功能、方便功能、促销功能,而对旅游商品来说,方便携带或运输功能是尤为重要。

3 “刘三姐”旅游纪念品的视觉传达创新思路

近几年,为了弘扬民族文化,众多歌星及音乐人的演绎使民族音乐与时俱进,重新诠释着刘三姐永恒的神韵。做为旅游资源,如何让刘三姐自己的山歌焕发出新鲜的活力,除了歌手的重新演绎;做为设计者,也希望能更好地传达出广西壮族本地的文化特色,本着“越是民族的越是现代的”设计思想,为体现刘三姐歌声自然、委婉、细腻的特点为目的,融入地域特色,为“刘三姐”的山歌唱片进行视觉传达的创新设计。包装设计中的艺术性与科学性愈来愈不可分是大家的共识,包装设计是一门科学与艺术相结合的综合交叉学科^[2],这就需要设计人员的素质越来越全面,在视觉传达设计时不管设计得多么新颖奇特,无非从3个方面着手:色彩、图形、字体^[3]。

3.1 民族图形符号的应用

在CD包装的视觉推广中采用了广西花山崖画图案,见图3。花山岩画位于广西省宁明县花山风景区



图3 广西花山崖画图案

Fig.3 Rock pattern of Guangxi Huashan

内,是左江流域岩画中的代表,也是世界同类岩画中单位面积最大、画面最集中、内容最丰富、保存最完好的一处岩画,是国家重点文物保护单位,被誉为是中国稻作文化的最大标志、壮族文化的瑰宝和世界岩画的极品。崖画内容像是语言符号,又像是在为乐事庆典、或为祈天抗洪、或为战事盛会、或为宗教祭祀。花山崖画也被用作奥运会元素之一向世界展现广西文明。

3.2 字体的应用

字体设计是视觉传达设计的诸多要素中最重要的一项,对字体的塑造和组织,除了能准确地传达商品信息外,能使商品具有亲和力,令消费者产生亲切感,产生购买的欲望^[4]。而书法字体的应用,见图4,能



图4 《刘三姐》CD包装中的文字设计

Fig.4 Character design in "Liusanjie" CD packaging

更好地体现歌声自由淳朴的特点。水墨艺术独特的表现形式首先体现在其特有的简洁的形式语言上,这种自然的特点与刘三姐的山歌内容多以对歌的形式为主,歌唱内容多来自唱歌时的现实情景,见山唱山、见树唱树,这种简单自然流出的状态正与中国的水墨形式达成一致,寓意丰富。

3.3 民族色彩的应用

色彩上以靛蓝为主,它表达了来自广西宜州的刘三姐沉着、稳定、细腻的歌风,也代表在东方这片土地上一个依山傍水个性突出、历史悠久的少数民族。明亮的蓝色能迅速吸引游客的视觉,传达广西桂林自然风光的旅游特点。

3.4 包装形式的应用

由于社会在不断进步,人们生活水平及审美能力的提高,以前对旅游产品包装的要求只要能把产品包好就可以,但现在人们对旅游产品包装的要求越来越苛刻,不仅要美观,还要便于携带。从成本和旅游心理考虑,不能追求过度包装,既要便宜不占空间又能方便取用。因此设计了这款筒装版的CD包装,见图5,使用普通纸质包装,小巧、精致、便



图5 《刘三姐》筒装版CD包装

Fig.5 "Liusanjie" simple CD packaging

于携带,可以单独销售也可作为精品包装的附属包装。结构上采用比较常见的CD包装,作为平装,考虑到了成本的廉价,携带的方便性;作为附带品的形式,在普通常见的基础上,让CD半隐半露,更有意味地展示了作品。《刘三姐》最终的视觉推广设计见图6—7。



图6 《刘三姐》CD包装效果图

Fig.6 "Liusanjie" CD packaging rendering

4 结语

中国各民族的民俗文化形式多样,如何将造型独



图7 《刘三姐》网站设计

Fig.7 "Liusanjie" website design

特、装饰风格鲜明并具有浓郁的地方格调转化为市场销售上的卖点,是当前视觉传达设计所面临的重要挑战。旅游纪念品是担负着回忆和代表某地文化的载体,很多游客一生可能很难得去一次的地方,特别希望能让亲戚朋友也分享他的快乐和回忆,就会购买一些纪念品作为馈赠的礼品,作为旅游纪念品它不仅承载了赠礼者与受礼者的关系,同时,它显示着知识和修养,表达友善和爱心。设计师只有了厚实知识储备,才能在面对每一项设计任务时游刃有余,因此设计师必须像海绵吸水一样,善于学习,努力学习^[9]。

(上接第7页)

术新材料的利用,加强低碳包装设计创新,来促进出版物包装设计与环境保护的和谐发展。

参考文献:

- [1] 百度百科.鄱阳湖生态经济区[EB/OL].(2008-04-17)[2011-07-14].<http://baike.baidu.com/view/3087457.htm>.
Baidu Encyclopedia.Poyang Lake Eco-economic Zone [EB/OL].(2008-04-17)[2011-07-14].<http://baike.baidu.com/view/3087457.htm>.
- [2] 何柳斌.“鄱阳湖板块”引领工业园区发展[N].江南都市报,2011-08-11.
HE Liu-bin."Poyang Lake Plate" Become the Engine of Industrial Park Development[N].Jiangnan City Daily,2011-08-11.
- [3] 林畅茂.江西华奥印务 做绿色环保印刷的先行者[EB/OL].(2011-02-21) [2011-07-14].<http://www.keyin.cn/plus/view.php?aid=470284>.
LIN Chang-mao. Jiangxi Huaao Printing Co.Ltd: To be a Forerunner of Green Printing. [EB/OL]. (2011-02-21) [2011-07-14].<http://www.keyin.cn/plus/view.php?aid=470284>.
- [4] 孟韬.市场营销策划[M].大连:东北财经大学出版社有限责

参考文献:

- [1] 王玉成.旅游文化概论[M].北京:中国旅游出版社,2005.
WANG Yu-cheng.Tourism Culture [M].Beijing:China Tourism Press,2005.
- [2] 刘西莉.包装设计[M].北京:清华大学美术出版社,2007.
LIU Xi-li.Packaging Design [M].Beijing:Tsinghua University Fine Arts Publishing House,2007.
- [3] 姚学兵.我国包装装潢设计存在的问题与探讨[J].包装工程,2011,32(6):98—100.
YAO Xue-bing.China's Packaging and Decoration Design Problems and Discussion [J].Packaging Engineering,2011,32(6):98—100.
- [4] 杜秋磊,朱志伟.包装设计中的字体设计的原则[J].包装工程,2011,32(6):12—14.
DU Qiu-lei,ZHU Zhi-wei.The Packaging Design of the Font Design Principle [J].Packaging Engineering,2011,32(6):12—14.
- [5] 陈晓英.谈当代包装设计师应具备的基本素质[J].上海包装,2006,19(3):30—31.
CHEN Xiao-ying.Talk about Contemporary Packaging Designer Should have the Basic Quality [J].Shanghai Packaging,2006,19(3):30—31.
- [6] 任公司,2011.
MENG Tao.Marketing Planning[M].Dalian:Northeast Finance and Economics University Press,2011.
- [5] 里弗斯.优设计:书籍创意装帧设计[M].苑蓉,译.北京:电子工业出版社,2011.
RIVERS C.Best design: Creative Design of Book Binding and Layout[M].WAN Rong, Translate.Beijin: Electronic Industry Press,2011.
- [6] 章利国.现代设计社会学[M].长沙:湖南科学技术出版社,2005.
ZHANG Li-guo.Sociology of Modern Design[M].Changsha:Hunan Science and Technology Press,2005.
- [7] 张敏男,卢纯福.以工业设计提升中国传统手工艺产业的策略[J].包装工程,2011,32(12):143—146.
ZHANG Min-nan,LU Chun-fu.Promotion of Strategy of Traditional Chinese Handicraft by Industry Design[J].Packaging Engineering,2011,32(12):143—146.
- [8] 王东.试析低碳经济时代出版物包装的低碳设计[J].科技与出版,2011(8):56—59.
WANG Dong.Research on Publications Low Carbon Design in the Low Carbon Economy Times[J].Science-Technology & Publication,2011(8):56—59.