基于香港“奇华”品牌的包装设计本土意识探究

傅小龙，金益川，杨熙
（南昌大学，南昌 330006）

摘要：目的 研究本土意识在包装设计中的应用方法。**方法** 以香港“奇华”品牌为例，分析了其设计中创新与本土意识相辅相成的发展关系，梳理了本土意识的构成要素与特征。**结论** 提出了在设计中要以本土文化为根基，在审美层次上追忆传统文化情结，重视文化魅力，传达民族文化精神内涵，这样才能把握民族文化软实力，寻找一条从地方到国际的文化传播之路。

关键词：“奇华”品牌；本土意识；传统艺术；美学；情感；文化
中图分类号：TB482 **文献标识码：**A **文章编号：**1001-3563(2014)08-0082-03

Analysis of Native Consciousness Based on the Hongkong " KeeWah " Brand in Packaging Design

FU Xiao-long, *JIN Yi-chuan*, *YANG Xi*
(Nanchang University, Nanchang 330006, China)

ABSTRACT: Objective Research on the application of native consciousness in packaging design. **Methods** Taking Hongkong "KeeWah" brand as an example, it analyzed the development relationship between innovation and nativism in the design, combed the construction elements and characteristics of native consciousness. **Conclusion** It proposed to be based on the local culture in the design, recollecting traditional culture complexon the aesthetic level, paying attention to the cultural charm, conveying the spiritual connotation of national culture, so as to grasp the national cultural soft power, and find a cultural communication path from local to international.

KEY WORDS: "KeeWah"brand; native consciousness; traditional art; aesthetics; emotion; culture

随着全球化的沟通和销售竞争的日益激烈，商品在国际间的交流要求包装设计也要与之同步发展。包装设计是一种文化活动，必须将其置身于整个社会与文化的发展中。中国的设计反映了中国的科技和文化水平，设计师应该创造具有自己文化根源的设计作品，越具有民族特点的包装设计就越具有世界性。目前国内包装设计的弊端有：体现不出自身产品特点与地域特点，设计单一化，盲目生搬硬套，毫无创新性[1]。针对这一系列问题，如何处理创新与本土之间的关系，如何让本土文化适应时代的发展而重焕生机，成为了设计师重点关注和解决的课题。

1 设计中的本土意识

本土意识是在特殊地理和历史条件下的产物，反映着一定时期内的文化精神，简单地说就是对自身民族文化和地域历史的一种本能认知。本土意识具备了亲切的情感，人们可以从其设计的风格特点中轻易

收稿日期：2013-11-07
作者简介：傅小龙(1963—)，男，江西樟树人，南昌大学教授，主要从事视觉媒体研究。

辨认出它的地域性、民族性与情感取向[2]。设计师受本土文化生活的影响,创造和运用的视觉符号反映出自己所处的社会环境与地域文化,运用情感符号来表达本民族独有的文化价值和思想意识[2],这是对本土文化生活的自我觉醒和追求,使作品能够与当地群众沟通,传达出有效情感。

2　本土意识在包装中的运用

中国数千年的文化传统并非只是为人们留下些纹样和图案,更重要的是包含着一种可以被凝练、升华的精神内涵。民族传统文化是一切艺术的沃土,但是不能盲目地认为“拿来”或者随意的拷贝某个民族图案就是对民族文化的体现,这样的设计是肤浅的,因此,在设计创作时,必须首先对图案的文化有深刻的认识和理解,了解其背后所蕴涵的精神实质,然后看是否与所要表现的商品之间有着内在的联系,最后将传统的图形进行提炼和创新,以全新的创意来诠释传统文化与现代包装艺术的融合,强调民俗与传统在包装设计中的内涵,这样才会使商品具有一定的文化根源[3]。

2.1　传统艺术手法的运用

书法、水墨等作为一种传统艺术表现手法,所形成的风格除了本身的美学性外,还带有一定的地域和人文特点。在具体的设计中,设计师运用水墨画的风格,从画面中提取出对设计有用的元素,赋予其现代设计新语汇,通过再创造,取得新突破,构成新的视觉效果[4]。

“奇华”品牌包装上的字体采用了中国的书法艺术,包装上插画的表现形式采用了中国传统水墨画的技巧,设计师对品牌主题的塑造并不是从基本的造型观念着手,而是以书法、水墨为素材重新布局构成,运用写意手法,恰到好处地传递出“生活”和“文化”两个意象,使品牌包装更具设计感[4]。更为重要的是,“水墨—书法—文化”构成了独特的视觉语言,反映出香港对本土传统文化、本土意识的眷恋,迎合了大众对本土民族传统文化的认同感和归属感。“奇华”礼品包装见图1。

2.2　传统色彩的运用

具有不同地域文化的人们对色彩的喜好也不同,

图1　“奇华”礼品包装

Fig.1　The gift packaging of " KeeWah "

合理地运用传统色彩,恰当地表现色彩的文化内涵,可以使作品散发本民族的艺术魅力[5]。中国民间色彩结构是一个精神性的视觉结构,它所体现的文化意识是美好的、祝福性的。中华民族是个衣着尚蓝、喜庆尚红的民族,大量的美术作品都反映了红火热闹、图个吉利的色彩气氛和心理意愿,因此在一些传统产品的包装上,都采用了红、黄两种色系,即使中间偶有复色的出现,其整个色彩效果也是鲜艳、热烈、明快的。如图1中礼盒采用了浓郁的中国传统色彩,以红、黄为基本色调,并配以传统文字的纹样,具有浓厚的中国特色。

2.3　传统图形的运用

用吉祥图形和汉字来寄托良好的愿望,渲染气氛,已成为中国人热爱生活,努力祈求幸福美满的心理外在表现。设计师通过图形本身的寓意恰到好处地体现了与商品有关的文化内涵,从而使设计更具有一定的艺术特征和人情味。对传统图形的传承不是僵化地保存,而是在此基础上进行创新,赋予其新鲜的生命力。“囍”是一个被赋予太多美好色彩的汉字,从古至今,它一直渗透在人们的生活和感情中。“奇华”老婆饼包装的创意设计是将汉字“囍”和老婆饼的形状特征相结合,使包装具有传统神韵又不失现代的设计意味,见图2。

3　结语

“奇华”设计以中国本土文化为根基,发挥出了独特的艺术表现手法与美学经验,抒发了对本土文化生活与本土感情的一种归属感,同时也形成了创新个性和开放独特的特点。另一方面,设计符合消费者情感需求为原则,在中西交融的商业环境中寻求沟通与认

图2 “奇华”老婆饼包装

Fig. 2 Wife cake packaging of " KeeWah "

同,达到商业、艺术、文化的平衡。

包装应有“本土意识”,不单是一种意境,更是一种文化的情怀。在今后的包装设计中,怎样让中国文化“取其形、延其意、传其神”发展,使设计少一点商业气息,多一点文化寓意和民族亲和力,打动观众,启发情怀是设计师重点关注的课题。毕竟中国设计离不开世界的眼光,世界亦离不开中国设计。建立具有中国本土文化特色的现代设计是时代的要求同样也是每个设计师的心声。

参考文献:

[1] 王南杰.包装设计[M].合肥:合肥工业大学出版社,2011.
WANG Nan-jie.Packaging Design[M].Hefei: Hefei Industrial University Press,2011.

[2] 刘月圆.从靳埭强设计实践探究香港平面设计中的“本土意识”[D].汕头:汕头大学,2009.
LIU Yue-Yuan.Exploration of Native Consciousness from Jin Daiqiang Design in Hongkong Graphic Design[D].Shantou: Shantou University,2009.

[3] 张莉.中国传统艺术在现代设计中的运用[J].南京工业职业技术学院学报,2008(3):43—45.
ZHANG Li.Application of Traditional Chinese Art in the Modern Design[J].Journal of Nanjing Industry Professional Technology Institute,2008(3):43—45.

[4] 刘飞.现代包装设计中传统元素的融入和应用[J].教育革新,008(6):63—65.
LIU Fei.Integration and Application of the Traditional Elements in Modern Packaging Design[J].Journal of Education Innovation,2008(6):63—65.

[5] 唐邕.浅谈包装设计中的中国传统元素的应用[J].桂林师范高等专科学校学报,2008 (4):22.
TANG Yong.Introduction to Chinese Traditional Elements in the Design of Packaging Applications[J].Guilin Normal College Journal,2008(4):22.

[6] 伍云秀.浅论现代礼品包装设计的文化观[J].商场现代化,2008(17):121—122.
WU Yun-xiu.Shallow Discussion on the Cultural Viewpoint of Modern Gift Packaging Design[J].Market Modernization,2008 (17):121—122.

(上接第77页)

中国建筑工业出版社,2007.
PILE J.A History of Interior Design[M].LIU Xian-jue,CHEN Yu-lin, Translate.Beijing: China Architecture & Building Press,2007.

[3] 黄艳丽,戴向东,宋国栋.可持续发展思想指导下的家具设计[J].包装工程,2012,33(22):87.
HUANG Yan-li, DAI Xiang-dong, SONG Guo-dong.The Furniture Design Directed by Sustainable Development Idea [J].Packaging Engineering,2012,33(22):87.

[4] 贝尼特斯·克里斯蒂娜·帕雷德斯,维迪拉·亚历克斯·桑切斯.小型生态住宅[M].程玺,译.北京:电子工业出版社,2011.
BENITEZ C P, VIDIELLA A S.Small Eco House[M].CHENG Xi,Translate.Beijing:Electronic Industry Press,2011.

[5] 黄艳丽,曾文琳.现代家具设计中“软设计”研究[J].包装工程,2012,33(6):69.
HUANG Yan-li, ZENG Wen-lin.Study on the "Soft Design" in Modern Furniture Design[J].Packaging Engineering, 2012, 33(6):69.

[6] LI Li, HAO Yun-hong, GAO Xu, et al.Research on Small Unit House Design Based on the Ambiguous Space Theory[C]. IEEE,2011.

[7] 程旭锋.关注工业设计中的木质产品[J].包装工程,2012,33(6):86—87.
CHENG Xu-feng.Concerned about the Industrial Design in the Wood Products[J].Packaging Engineering, 2012, 33(6): 86—87.

[8] CHANG G.My 32 m^2 Apartment by Gary Chang[M].Hong Kong:MCCM Creations,2008.

[9] 李政,王述洋.多功能家具的设计理念及设计方[J].机电产品开发与创新,2009,22(2):45.
LI Zheng, WANF Shu-yang.The Design Idea and Design Method of Multifunctional Furniture[J].Development& Innovation of Machinery & Electrical Products,2009,22(2):45.

[10] ALEX W, JESSICA B.Small is Beautiful: US House Size, Resource Use, and the Environment[J].Journal of Industrial Ecology,2005,9(1—2): 279.