

天津旅游纪念品包装色彩研究

刘艳, 杜小珠

(天津城建大学, 天津 300384)

摘要: **目的** 对天津特色旅游纪念品的包装色彩进行研究。**方法** 运用现代计算机软件,选取了天津旅游纪念品中最具代表性的80件食品类旅游纪念品包装和68件工艺品类旅游纪念品包装进行色彩分析和归纳统计,结合狗不理包子等包装色彩实例对色彩规律进行了论证。**结论** 总结了天津旅游纪念品包装色彩在色相、纯度、明度3个属性上的配色特点和影响因素,根据特点提出天津旅游纪念品包装的色彩大致趋势和常用色,该研究方法值得在其他产品包装设计中推广。

关键词: 天津旅游纪念品; 包装; 色彩; 狗不理包子

中图分类号: TB482; J513 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2014)12-0108-04

The Packaging Color of Tianjin Tourism Souvenir

LIU Yan, DU Xiao-zhu

(Tianjin Chengjian University, Tianjin 300384, China)

ABSTRACT: **Objective** To research the packaging color of Tianjin tourist souvenir. **Methods** With the modern computer software, it selected the most representative 80 food tourist souvenirs and 68 handicrafts in Tianjin special tourism souvenir packaging to perform color analysis and inductive statistic. Combined with an instance of Goubu Li Steamed Bread packaging color, it demonstrated the rule of color. **Conclusion** Three nature characteristic, hue, purity, lightness and factors in Tianjin tourist souvenir packaging color were summarized. Tianjin tourist souvenir packaging color general trend and common color is proposed. The research method is worth popularizing in other product packaging.

KEY WORDS: Tianjin tourism souvenirs; packaging; color; Goubu Li Steamed Bread

旅游纪念品的包装以经不再是只有使用、保护、促销等功能,更重要的是传达旅游纪念品所要传达的信息功能——表达文化内涵,记载美好回忆,宣传旅游胜地。天津旅游纪念品文化底蕴深厚,群众喜闻乐见,经过数百年的发展,形成了自己独特的艺术风格,如天津泥人张、杨柳青年画等。天津要打造最具特色的旅游纪念品,纪念品包装的设计要以地域文化映射作为基本条件,而外包装色彩,要比包装形状更能打

动消费者的心声。一个全新的色彩时代已经到来,旅游纪念品包装的色彩也应随着社会发展趋势而逐渐变化,以适应人们的需求^[1]。

1 色彩对产品包装设计的影响

色彩在包装设计中具有重要含义。从包装设计的角度上讲,色彩是最直接、最有力的设计表达要素^[2]。

收稿日期: 2014-02-10

基金项目: 天津市艺术科学研究规划项目基金支持(B10045)

作者简介: 刘艳(1977-),女,回族,天津人,硕士,天津城建大学讲师,主要研究方向为设计艺术学。

包装色彩影响人的消费心理。研究表明,人的视觉器官在观察物体时,最初的20 s内,色彩感觉占80%,而其造型只占20%^[3]。除商品功能和品牌知名度外,色彩所显示出来的魅力最能激发人的心理感受和购买欲望^[4]。在商品的包装设计中,色彩的设计扮演着十分重要的角色,它赋予产品不同的感情色彩,以情动人,迎合不同消费者的消费需求^[5]。

旅游纪念品包装尤其看重色彩。在现代社会中,旅游纪念品包装上色彩运用的形象,在商品的流通过程中会对消费者产生先声夺人的重要作用。根据旅游纪念品的购买意图,在旅游纪念品的销售过程中,包装的色彩不仅能引起人们不同的视觉反映和心理联想,产生兴奋、喜悦和厌恶心理,而且能左右人们对纪念品本身的看法,这直接影响到旅游纪念品的销售。

2 天津旅游纪念品包装色彩分析

天津旅游纪念品特色分明,主要有食品类旅游纪念品和工艺品类旅游纪念品,由于两大类别的纪念品种在包装的各个方面都有明显的区别和特征,下面将分类进行分析。

2.1 食品类旅游纪念品包装色彩分析

天津人喜欢美食,在食品方面创造了有着本土文化特色的美味,如天津狗不理包子、十八街麻花、耳朵眼炸糕、果仁张等,经过数百年的发展,形成了自己独特的艺术风格和口味,同时也占据了天津旅游纪念品的消费比例。

2.1.1 食品类旅游纪念品包装的色相属性

选取天津食品类旅游纪念品包装中80件主体色较为明确的纪念品包装进行色彩搭配研究。根据纪念品的消费排行,80件作品中,狗不理包子包装35件,占44%,十八街麻花包装18件,占23%,耳朵眼炸糕包装15件,占18%,果仁张包装12件,占15%。通过对这80件主体色较为明确的包装进行色相属性分析,主体色为黄色的在80件作品中占37%,红色占29%,深棕色占16%,蓝色占9%,白色占6%,其他占3%。从而总结出天津旅游纪念品食品类包装色彩搭配除了少有的搭配色之外,常用主体色依次为黄色、红色、深棕色、蓝色、白色。

2.1.2 食品类包装的色相纯度

通过对所选取的80件天津旅游纪念品食品类包装的主体色进行纯度分析,选取其中几种色相比较明确的颜色:黄、红、棕、蓝、白进行概括,运用计算机软件的颜色拾取工具将天津食品类旅游纪念品包装主要色彩进行对比,按照使用频率次数算出百分比。通过色彩纯度分析看出,天津旅游纪念品食品类包装在用色上,较少采用纯度高的色彩作为主色,较多运用色相偏灰的黄、红、棕、蓝、白作为主色,这与其他类别产品的包装,如服装等产品包装的色彩鲜亮、运用饱和度较高的色彩有所区别,这反映了在不同地域文化的影响下,不同的类别下,天津食品类旅游纪念品色彩的选择及喜好。

2.1.3 食品类包装的色彩明度

明度是色彩的骨骼,它可以概括为3个主要明度阶段:高、中、低调^[6]。通过对选取80件几大类天津食品类旅游纪念品包装色彩进行明度分析,高调色彩的占11%左右,中调色彩占56%左右,低调色彩占33%左右,通过数据可以得知,天津旅游纪念品食品类包装从明度上说,高调色的较少,中调和灰调相对于居多。

2.2 工艺品类旅游纪念品包装色彩分析

天津除了食品类旅游纪念品受大众所喜爱之外,闻名的也有工艺品类,让人赞不绝口。如泥人张彩塑、杨柳青年画等工艺品不仅受到国内游客的推崇,更是享誉国外。俗话说:人靠衣装,马靠鞍。天津工艺品类旅游纪念品的包装不仅满足了包装的最基本需求,而且收到了各地旅游购买者的称赞,这和色彩的合理搭配是分不开的。

2.2.1 工艺品类旅游纪念品包装的色相属性

对天津工艺品类旅游纪念包装的调查采用了相同的方法,选取天津工艺品类旅游纪念品包装的68件主体色较为明确的包装做色彩搭配研究,通过对这68件主体色较为明确的包装进行色相属性分析,主体色为红色的在68件作品中占41%,土黄占27%,蓝色占19%,灰色占9%,其他色占4%。从而总结出天津旅游纪念品工艺品类包装色彩搭配除了少有的搭配色之外,常用主体色依次为红色、黄色、蓝色、灰色,较少使用黑色、白色等。

2.2.2 工艺品类旅游纪念品包装的色相纯度

通过对天津旅游纪念品工艺品类包装的主体色

进行纯度分析,选取其中几种色相比较明确的颜色:红、黄、蓝、灰进行概括,同样运用计算机软件将天津工艺品类旅游纪念品主要色彩进行对比,按照使用频率次数算出百分比。通过色彩纯度分析可以看出,天津旅游纪念品工艺品类包装在用色上,较少采用纯度高的色彩作为主色,黑色和白色几乎不用,较多运用色相偏灰的红、黄、蓝、灰作为主色,可能为反映突出工艺品的发展年代,酝酿一种复古风的味道。

2.2.3 工艺品类旅游纪念品包装的色彩明度

通过对选取的几类天津旅游纪念品工艺品类包装色彩进行明度分析,高调色彩的占15%左右,黑色和白色几乎不用,中调色彩占64%左右,低调色彩占21%左右,通过数据可以得知,天津旅游纪念品工艺品类包装从明度上说,高调色的较少,中调和灰调相对于居多。

通过对所选取的天津特色旅游纪念品80件食品类旅游纪念品包装和68件工艺品类旅游纪念品包装色彩进行分析,天津旅游纪念品包装的配色特点是,包装色相属性单一、色彩纯度低、色彩明度居中。如天津狗不理包子经过150年的发展,包装的造型经过了多次变革,但整体色彩却未作大的改动。主体色在色相上偏于土黄,土黄色占52%,红色占29%,白色占10%,其他色占9%,并且,所用色彩大多纯度较低,明度居中。

3 天津旅游纪念品包装色彩影响因素

3.1 城市色彩对包装色彩影响较大

1) 建筑文化色彩。城市的地域特征不可替代地为城市涂抹着第一层底色,粗犷豪放的北方文化和细腻柔婉的江南文化之所以迥然不同,离不开地域文化的孕育^[7]。天津建筑色彩处处彰显着地域文化特征,其传统建筑形式、风格受北京影响较大,有着北方城市的工业色彩,建筑选用中高明度,中低彩度暖色调,满足人们趋暖性心理需求;既利于辨识,又不过于强烈,形成含蓄的色彩印象^[8]。此外,天津的建筑色彩间接影响着纪念品包装的外观色彩。天津的地方特色建筑和旅游胜地有石家大院、大悲院、玉皇阁、天后宫、文庙、望海楼、老西开教堂等,这些建筑色彩大多以灰色为主,勾画出天津建筑文化的清晰面目。

2) 人文文化色彩。包装色彩所传递出来的信息不但是商品本身的信息,实际上更是一种文化信息^[9]。天津文化积淀深厚,是中国近代工业的发源地,同时又临近首都北京。在这样的地形地貌和历史发展下,文化呈现出多民族融合的特征,形成了简约的民俗、淳朴的民风,蕴涵丰富的生命文化精神。天津地貌色彩必然导致生活于其中的人的色彩倾向心理,因此,天津人尤其喜好红色和黄色,将北方人民粗犷豪放的性格表现得淋漓尽致。另外北方人民也喜欢红红绿绿,反映了天津民俗文化的色彩特征,同时也是吉祥、喜庆的象征性语言。天津的杨柳青年画作品在色彩表达上是十分突出的,红色作为主调,黄色为辅,突出了吉祥喜庆、红火热闹的气氛,但是所用红色和黄色都偏向于纯度较灰色。

3.2 旅游纪念品自身色彩对包装色彩有一定影响

1) 食品类旅游纪念品包装色彩与产品本身色彩关系不大。通过对食品类旅游纪念品几种包装进行统计调查,发现天津旅游纪念品食品类包装的色彩取向与产品自身影响不大,甚至有些产品是毫无关系。如天津十八街麻花颜色是油炸的黄色,而它的里包装是红色与白色相间,外包装则是红色。再如狗不理包子,其颜色是白色,而包装却是黄色居多。由此得出,天津旅游纪念品食品类包装色彩与产品自身色彩的取决关系不大。

2) 工艺品类旅游纪念品包装色彩与产品本身色彩有一定的联系。天津工艺品类旅游纪念品种类复杂,各自有其自己的特点。工艺品类的包装色彩取向有一部分因素是取决产品自身色彩。如杨柳青年画的色彩应用口诀中就有“红靠黄,亮堂堂”^[10],色彩设计中大量地应用具有流动特性的暖色调来渲染热闹的场面,梳理画面脉络^[11]。天津泥人张,它的产品本身是彩塑,因此其起包装颜色也常常取决于产品。

4 结语

英国著名心理学家格列高里说,颜色知觉对于人类具有极其重要的意义,它是视觉审美的核心,深刻影响着人们的情绪状态^[12]。通过以上的调查研究发现,天津旅游纪念品包装在颜色使用上,无论是食品类还是工艺品类,都避免使用纯色,而是选择使用中调或

者灰调的居多,这既能够做到合理的颜色搭配,也能够体现天津的本地特色。天津旅游纪念品包装中所运用的色彩并不是随意使用的,它考虑到了每个产品的特征,具有和谐的色彩搭配,提升了包装档次。充分发挥天津地域性色彩语言打造具有自主创新地域风格的旅游纪念品包装,让天津旅游纪念品包装别具声色,让地域文化韵味异常。

参考文献:

- [1] 李广元.色彩艺术学[M].哈尔滨:黑龙江美术出版社,2000.
LI Guang-yuan.Color Art[M].Harbin:Heilongjiang Arts Press, 2000.
- [2] 朱国勤,吴飞飞.包装设计[M].上海:上海人民美术出版社, 2006.
ZHU Guo-qin, WU Fei-fei.Packaging Design[M].Shanghai: Shanghai People's Arts Press, 2006.
- [3] 张继渝.包装色彩的对比研究[J].包装工程,2005,26(3): 156.
ZHANG Ji-yu.Comparative Study of Color Packaging[J]. Packaging Engineering, 2005, 26(3): 156.
- [4] 钱品辉.论包装色彩设计的美学特征[J].包装工程,2006,27 (5):288.
QIAN Pin-hui.On the Aesthetic Characteristics of the Packag- ing Color Design[J].Packaging Engineering, 2006, 27(5): 288.
- [5] 李国庆,宋国彬,文艺.从包装设计谈消费心理应用[J].包装 工程,2005,26(2):180—182.
LI Guo-qing, SONG Guo-bin, WEN Yi.On Consumers' Purchase Psychology from Perspective of Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2005, 26(2): 180—182.
- [6] 孙媛媛,张小开.天津泥人张彩塑色彩规律研究[J].包装工 程,2010,31(12):112—114.
SUN Yuan-yuan, ZHANG Xiao-kai.Study on the Color Characteristics of Tianjin Clay Figure Zhang[J].Packaging Engineering, 2010, 31(12): 112—114.
- [7] 庄若江.城市文化[M].北京:教育科学出版社,2002.
ZHUANG Ruo-jiang.Urban Culture[M].Beijing: Education Scienc Press, 2002.
- [8] 杨飞,周庆.天津近现代历史风貌建筑色彩特征及保护研 究[D].天津:天津城市建设学院,2013.
YANG Fei, ZHOU Qing.Characteristics and Protection of Tianjin Modern Historic Architecture Color[D].Tianjin: Tianjin Institute of Urban Construction, 2013.
- [9] 许传宝.包装设计艺术的文化特性[J].艺术百家,2003(3): 150.
XU Chuan-bao.Cultural Identity Packaging Design Art[J]. Hundred Schools in Arts, 2003(3): 150.
- [10] 王树村.中国民间画诀[M].北京:北京工艺美术出版社, 2003.
WANG Shu-cun.Chinese Folk Painting Tactic[M].Beijing: Beijing Arts and Crafts Press, 2003.
- [11] 孙红梅,孙媛媛.杨柳青年画色彩视觉流程的探究[J].包装 工程,2011,32(4):108—110.
SUN Hong-mei, SUN Yuan-yuan.Study on the Color's Appli- cation of Yangliuqing New Year Picture[J].Packaging Engi- neering, 2011, 32(4): 108—110.
- [12] 张苏,周文辉.论视觉流程在招贴设计中的应用[J].包装工 程,2006,27(2):27.
ZHANG Su, ZHOU Wen-hui.On the Visual Process in Poster Design[J].Packaging Engineering, 2006, 27(2): 27.

(上接第107页)

<http://www.image.baidu.com/image-13789-508-7.pvic>.Cond- uct.The Yanghe River to the Blue Ocean [EB/OL].(2012-02 -11)[2013-06-21]. <http://www.image.baidu.com/image-1378913789-508-7.pvic>.

[11] 呢图网.葡萄酒[EB/OL].(2005-06-09)[2013-06-20].[http:// www. nipic .com/show-15864-735-9.html](http://www.nipic.com/show-15864-735-9.html).Conduct.Wine [EB/OL].Conduct.Wine[EB/OL].(2005-06-09)[2013-06-20]. <http://www.nipic.com/show-15864-735-9.html>.