

西安地域性视觉符号在旅游纪念品包装设计中的应用

蒋媛

(西安科技大学, 西安 710054)

摘要: **目的** 为了吸引消费者的购买欲, 提高西安旅游纪念品包装的设计美感, 增加旅游纪念品的附加值。**方法** 通过分析代表西安地域性的形象, 将其作为包装设计的视觉元素进行新的组合设计, 明确设计定位。**结果** 西安旅游纪念品的包装呈现出独特、艺术、环保等的特征, 准确传递城市文化内涵和地域形象, 为旅游品的包装设计注入新的活力, 进而提升西安城市的旅游形象。

关键词: 地域性视觉符号; 包装设计; 旅游纪念品设计

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)04-0234-05

Application of Xi'an Regional Visual Symbol in the Packaging Design of Tourist Souvenirs

JIANG Yuan

(Xi'an University of Science and Technology, Xi'an 710054, China)

ABSTRACT: It aims to attract consumers, improve the design aesthetic of the Xi'an tourism souvenirs packaging, and increase the added value of tourist souvenirs. Through the analysis on behalf of the Xi'an regional image, the visual elements of packaging design will be combined to design new one, and make clear design orientation. The packaging of Xi'an tourist souvenirs makes an effect of unique, artistic and environmental protection, which can convey accurately the cultural connotation and regional image of the city, inject new vitality to the packaging design of tourist products, and then enhance the tourism image of Xi'an City.

KEY WORDS: regional visual symbol; packaging design; tourist souvenirs design

随着“一带一路”战略的推进, 西安成为西部新丝路起点的重要城市, 关注度和影响力越来越高。西安一直以悠久的历史古迹和秀美的风景吸引国内外的游客, 旅游品纪念品的销售也日益增长。旅游纪念品, 是游客在旅游过程中为了纪念、回忆、体验而购买富有地方文化特色、风俗的商品。旅游纪念品包装指的是游客在旅游过程中所购买商品的一切外部产品, 包括盛放旅游纪念品的容器、材料及辅助物等可视化形态, 也包括无形的地域性文化内涵, 以及为实现包装功能而恰当运用一些技术方法的行为活动^[1]。地域性特征, 是一个城市区别于其他城市的重要的体现, 通过对当地文化、历史、风土民情的了解, 把地域性特征融入到包装设计中, 不但能使产品更具特色和内涵, 而且也可以彰显地方文化, 满足消费者的需求^[2]。

纵观全国其他城市旅游纪念品包装, 雷同、设计缺乏创意、印刷粗略, 很少体现地方文化及特色, 有的商品甚至没有包装。新颖别致的包装会给游客留下极深的印象, 不少游客在买到一件称心如意的, 能够反映旅游地方特色、富有纪念意义的旅游纪念品后, 都会觉得不虚此行, 从而增加旅游生活的愉快感受^[3]。

1 西安旅游纪念品包装的现状分析

本文主要从包装功能上加以分析, 将西安旅游品包装设计分为特产包装、旅游纪念包装和工艺礼品包装。

1.1 特产包装。

西安的特产分为特色美食和特产商品。特色美食

收稿日期: 2016-10-11

作者简介: 蒋媛(1981—), 女, 陕西人, 硕士, 西安科技大学讲师, 主要研究方向为视觉传达设计。

为即时性消费，大部分为老字号、老品牌的标识，如魏家凉皮，老孙家泡馍、樊记腊汁肉夹馍等，包装形式多为纸套、塑料袋，见图 1。



图 1 樊记腊汁肉夹馍
Fig.1 FanJi Chinese hamburger

特产包装的重要作用是方便携带、运输，其外包装多为瓦楞纸箱，如陕西苹果（见图 2），狗头枣、猕猴桃（见图 3）等水果，包装设计采用简单的排版，图形符号基本上是实物照片、品牌名和商品名的叠加。这种包装的优点是造价低廉，空间充裕，适合大量运输，缺点是没有特色、千篇一律。

1.2 旅游纪念品包装

西安旅游纪念品包括文物复制品、玉器、编织物、及用传统工艺制成的装饰用品，如染织物、玩偶、瓷器、装饰画、小挂件等。这些纪念品与全国其他景区的纪念品同样存在雷同的问题，由于商品的价格并不是很高，因此，在包装方面没有专业的设计，使用普通塑料袋或者简易纸盒，缺乏特色。在旅游经济产业发展中，地方性文化特点是推广旅游经济的重要因

素，这种因素的表现旅游商品销售过程中必须得到充分体现^[4]。兵马俑复制品最能代表西安形象，根据市场调查，兵马俑工艺的制作精细程度和仿真度不同，包装亦有所不同，价格昂贵者多为套装，常见为礼盒包装，称之为“锦盒”，见图 4，即用箱板纸做成的方盒，外层裱糊上金色、褐色或者彩色的锦缎，外表看上去除了大小的不同之外，没有太大的区别。



图 2 陕西苹果包装
Fig.2 Shaanxi apple packaging



图 3 猕猴桃包装
Fig.3 Kiwi fruit packaging



图 4 锦盒
Fig.4 Brocade box

另一种售卖形式为“散装”，通常采用普通的纸盒，甚至塑料袋。对包装设计的忽视，是粗放式销售策略的一种体现，不符合现代人的审美需求。

1.3 工艺礼品包装

此类商品多为贵重的艺术品，如名人字画、玉雕、文物和一些珍贵的玩件，包装依然是锦盒为主，但制

作精细,色彩、材料都优于一般锦盒,此类包装具有设计美感,但是造价昂贵,不可能普及应用。

2 西安地域性视觉符号元素分析

西安最富有特色的便是其悠久的中原文化孕育出的文明之花,它代表性、独特性的视觉符号分析概括为以下3点。

2.1 文化符号

特色符号首先必须是地方特有的标志性形象,西安的兵马俑、大雁塔、小雁塔、钟鼓楼是其主要的传达符号。西安还拥有许多历史遗迹、名人典故等,如杨贵妃的霓裳羽衣舞、李太白醉酒斗诗篇、灞柳依依、十里长亭送别、以及传承长安画派的书画文化等,加深了旅游品包装图形语言表现的文化内涵。

2.2 民间工艺形式符号

民间工艺品是游客购买最多的商品,它具有浓郁的地方特色。西安的皮影、剪纸、泥塑、编织、户县农民画等代表性艺术品,体现了人民群众对于美好生活的期盼。

2.3 代表性装饰图形符号

装饰图形原属于一种没有明确精神性和思想倾向的中性图形,其目的在于美化人们需要的物品以提高此物品的文化艺术品质^[5]。西安城市的历史名片主打的是汉唐风,汉唐时期流行的传统纹样被广泛应用于城市建筑外观装饰、标识系统设计、雕塑、包装设计等方面。对传统纹样的应用和创新,应该是在理解的基础上,以现代的审美观念与传统纹样造型中的一些元素进行艺术化的概括、加工使其富有现代感^[6]。

3 西安地域性视觉符号的提取及在包装中的应用

包装设计中的符号主要包括文字、图形、色彩与材料,这些符号元素都带有强烈的艺术气息,不同的符号能表达出不同的含义^[8]。

3.1 “亦图亦字”——方言文字的提取

旅游品包装设计强调区别性、特色性。西安方言,也称为陕西话,是关中地区主要的语言,简洁、生动,如表示“很好”为“撩咋咧”,“没问题”会说“么麻达”等。将这些短词汇用书法或进行字体设计,应用在旅游品包装设计中,既可作为文字符号,也可以作为图形设计,具有鲜明的西安地方文化特色。“西安方言”扑克牌设计(见图5),运用简短的词汇和自由的字体设计,显得古朴、新奇,清楚地表明了纪念品的地方印记。

3.2 兵马俑——主要形象代言

陕西西安最有代表性的是兵马俑。兵马俑形象的



图5 西安方言的扑克牌设计

Fig.5 Xi'an "Dialect" poker design

再设计也成为一种新的趋势。例如陕西太白小酒包装(见图6)是将兵马俑卡通化、呆萌化,人物之间进行西安方言对话,与传统的兵马俑照片比,融入现代的流行元素,具有亲和力,颇受年轻人的青睐。“良呈美”肉夹馍的兵马俑(见图7)则是憨厚可靠的形象,传达产品具有信赖的品质的信息。



图6 陕西“太白”小酒包装设计

Fig.6 Shannxi "Tai Bai" wine packaging design



图7 西安“良呈美”肉夹馍包装设计

Fig.7 Xi'an "Liang Cheng Mei" Chinese hamburger packaging design

3.3 包装色彩提取应用

色彩永远是包装先声夺人的第一印象^[9]。西安的民间艺术中,色彩的搭配热烈鲜明,富有浓郁的乡土气息。提取这些色彩,应用于包装设计中,是一个不错的途径。例如“然&鸡蛋”牌农家土鸡蛋(见图8),

借鉴了户县农民画的高纯度色彩和图形，进行解构、重组，现代气息扑面而来。“老陕情”包装（见图 9）是将户县农民画直接运用，配合朴素的浅咖色，形成简与繁的对比，也体现出土特产产地的地域特征。



图 8 “然&鸡蛋”农家土鸡蛋包装设计
Fig.8 "Ran & Egg" native egg



图 9 “老陕情”包装设计
Fig.9 "Lao Shan Qing" packaging design

3.4 自然材料的提取和应用

陕西的凤翔草编、洋县龙须草蓑衣、安康竹编等工艺品，以天然竹、麦秸、藤、布絮、柳条、草等为材料，有一千余年历史。对这些天然材料进行包装再设计，使旅游纪念品具有自然、清新、健康的形象。例如西安“天香坊”端午系列小粽香设计（见图 10），



图 10 “天香坊”端午小粽香包装设计
Fig.10 "Tian Xiang Fang" dumplings packaging design

利用竹编和作为外包装，而“纵情”系列（见图 11），清晰的竹帘肌理加入现代版式设计，符合现代包装设计中绿色环保理念，同时又具有强烈的文化气息。



图 11 “天香坊”粽子包装设计
Fig.11 "Tian Xiang Fang" dumplings packaging design

4 结论

旅游纪念品不再只是旅游过程中有纪念性的物品，更承载游客了对旅行生活的享受和回忆。在现代包装设计中要运用那些代表某种文化、民俗、风土人情的图形元素以及由此衍生的视觉符号，表达某种意趣、情感和思想，进而体现出某个地区、某个民族的气质、精神和理念^[10]。将西安地域性视觉符号融入旅游纪念品包装设计，既能使旅游纪念品成为宣传西安城市文化的一种移动载体，又使包装设计呈现功能美、艺术美，诱导和激发人的消费欲望，提升商品的附加值。

参考文献：

- [1] 刘西会. 旅游纪念品包装设计的品牌化战略思考[J]. 艺术探索, 2015(6): 109—111.
LIU Xi-hui. Consideration about Branding Tourist Souvenir Packaging Design[J]. Art Exploration, 2015(6): 109—111.
- [2] 杨仲文. 包装设计中的地域性探索与研究[J]. 大舞台, 2015(12): 71—72.
YANG Zhong-wen. Regional Exploration and Research on The Packaging Design [J]. Greatstage, 2015(12): 71—72.
- [3] 叶紫琳, 陈国栋. 基于民间艺术的旅游纪念品设计及包装策略研究[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2015, 20(12): 19—20.
YE Zi-lin, CHEN Guo-dong. Research on The Design of Tourist Souvenirs and Packaging Strategy Based on Folk Art[J]. Journal of Hubei University of Economics(Humanities and Social Sciences), 2015, 20(12): 19—20.

- [4] 张芹. 旅游商品的包装的设计策略探析[J]. 艺术科技, 2015(12): 161.
ZHANG Qin. An Analysis on Tourist Souvenirs Packaging Design Strategy [J]. 2015(12): 161.
- [5] 孟燕, 林军. 湘西染织艺术旅游纪念品包装设计教学思考[J]. 决策与信息, 2015(2): 53—55.
MENG Yan, LIN Jun. Thinking about Educational Packaging Design of Textile Art Tourism Souvenirs in Xiang Xi[J]. Decision And Information, 2015(2) : 53—55.
- [6] 李春丽. 晋文化影响下的山西特产包装设计研究[D]. 沈阳: 沈阳师范大学, 2015.
LI Chun-li. Study on Packaging Design of Shanxi Specialty Under The Influence of Jin Culture[D]. Shenyang: Shenyang Normal University, 2015.
- [7] 李楠. 论旅游纪念品包装设计[J]. 艺术品鉴, 2015(11): 39.
LI Nan. On the Package Design of Tourist Souvenirs[J]. Appreciation, 2015(11): 39.
- [8] 胡玲. 浅析包装设计中的符号艺术与表达[J]. 中国包装工业, 2015(22): 78.
HU Ling. An Analysis on Symbolic Art And Expression in Packaging Design[J]. China Packaging Industry, 2015(22): 78.
- [9] 王娟. 岭南文化在广州旅游纪念品包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2015(22): 121—122.
WANG Juan. Application of Ling Nan Culture in Guangzhou Tourist Souvenirs Packaging Design [J]. Packaging Engineering, 2015(22): 121—122.
- [10] 李里. 探究旅游纪念品的包装对地域文化的体现[D]. 沈阳: 沈阳理工大学, 2015.
LI Li. Explore The Embodiment of Regional Culture to Tourist Souvenirs Packaging[D]. Shenyang: Shenyang Li Gong University, 2015.