

广西竹编在土特产销售包装设计中的应用

褚兴彪¹, 刘庆涛¹, 林筱露²

(1.广西大学, 南宁 530004; 2.广西艺术学院, 南宁 530003)

摘要: **目的** 解析广西竹编的造物手法和土特产销售包装设计元素, 并应用于土特产包装设计。**方法** 以田野调查法为基础, 以资料文献法获取资料, 以案例法论证。**结论** 广西竹编在造型上采用仿生、对称两种手法, 具有质朴自然的地域特色; 广西土特产销售包装设计以地域风情文化为外包装文化视觉注意点。以地域竹编为产品销售内包装可以引起消费者的心理共鸣, 进而提升土特产包装文化品质。

关键词: 广西竹编; 销售包装; 应用分析

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)10-0071-04

Application of Guangxi Bamboo Weaving in Packaging Design of Local Product Sales

CHU Xing-biao¹, LIU Qing-tao¹, LIN Xiao-lu²

(1.Guangxi University, Nanning 530004, China; 2.Guangxi Art College, Nanning 530003, China)

ABSTRACT: Through analyzing the technique and creating characteristics of Guangxi bamboo weaving, it aims to analyze the design elements of special local product sales packaging, to find out its application on design of special local product. On the basis of field survey, through the literature method to get data, case study design. Guangxi bamboo weaving a bionic on modeling, symmetrical two kinds of methods, its aesthetic has natural pristine region characteristic. Special local product of Guangxi sale packaging design with local flavor do packaging culture visual attention points, from product sales in the packaging of regional characteristics of bamboo weaving resonate so as to improve sales packaging culture psychological quality.

KEY WORDS: Guangxi bamboo weaving; sale packaging; application analysis

中国是“竹”文明的国度,《周易·说卦》记载:“震为雷,为龙……为苍莨竹”;范致明《岳阳风土记》记载:“龙生日……齐民要术谓竹醉日”,龙生日即为竹日;许慎《说文解字》认为:“竹得风其体屈夭如人之笑”;苏东坡说:“食者竹笋,庇者竹瓦,载者竹筏,炊者竹薪,衣者竹皮,书者竹纸,履者竹鞋。”这些都将“竹”与中国人生活、审美凝结在一起^[1]。竹编最早被称为“筐篚”,《书·禹贡》记载:“厥贡漆丝,厥篚织文”。由此而知,竹编在以前不仅做包装器物,且规模巨大。至今,“竹”依然是销售包装设计的重要材质。

广西竹编独具艺术个性,原因在于当地不同民族在保持竹编文化个性基础上交流融合,形成了丰富多彩的表现形式(如侗族竹编酒壶、瑶族渔具、侗族背

篓等)。广西竹编与土特产销售包装有较好切合,销售包装以销售为目的,解决商品安全等中间环节并方便消费者,其设计应根据消费对象特点定位,以强化视觉焦点文化差异凸显商品特性^[2]。

1 广西竹编艺术特征

广西各族对竹崇拜由来已久,壮族神话《布伯的故事》、仫佬族《龙恭王》、瑶族《蜜蜂王》都有“竹生人”的文化共性,人竹共处不仅使竹具有神性,也具有亲和感的实用性,其中竹编艺术极具特色。

1.1 广西竹编视觉审美表达

自汉代以来,儒家常将造物附会为圣人所创,而

收稿日期: 2017-04-08

基金项目: 2014 国家社科基金艺术学项目(14EG156); 2015 广西教育厅社科基金项目(Ky2015yb019);

2016 广西大学校级社科基金项目(XBS16007)

作者简介: 褚兴彪(1973—),男,山东人,博士,广西大学副教授,主要从事艺术设计研究。

“重道轻物”思想为中国传统文化定了基调,民间造物难登大雅之堂。广西竹编因起自农事,因“用”而生,由“生”而演绎,“道物并重”是其基本思想,造物程序较为传统,秉承了材质—技术—产品(实用、审美)。竹编视觉审美特征为自然性、仿生性、自由性。

广西竹编普遍不事雕琢,以“材”体现肌理,以“色”冲击视觉,形成天然生态之美,具有不奢侈、不凸显的地域个性,如“无千金之家,亦无饥饿之人”体现了大众平等的群体观念。竹编做为日用品,赶圩上店、走亲访友、耕田劳作亦为随身必备品,从桂西北三江侗族到桂东南百色壮族,背篓、鱼篓、四方盒、鸡笼是乡村到市圩常见之物。

广西竹编有极强仿生性,仿生对象取自自然物象,以日常动植物常见形态为主,仿生设计具有曲面审美延伸的视觉意义,生物体曲面较自由,曲率节奏变化强弱缓急富于自然节奏性,且造型个性突出,同时因其日常性而强化了亲切感^[3]。广西竹编对鱼、葫芦、瓜等仿生较多,如瑶族打油茶의 盛具即取自葫芦造型,仿生竹编体现了地域审美情趣与特定观念。

自由性是广西竹编审美的核心元素,由于远离政治、文人等观念束缚,竹编因“用”而生的造物观念具有极强自发性,以身体适宜为尺度、以盛或装为目的,审美满足于实用。因此,广西竹编审美并非以精巧、意境取胜,而以淳朴、厚重的表象使得纯感性与鲜活生命感深度交融。审美体现出集体意志的合目的性,合目的性在于想象力、创造力的自由,自由的终极目的在于表达审美的“神似”,以象征通达趣味,以趣味触摸美感。

1.2 广西竹编盛具造型特点

广西竹编具有“就材加工、量材为用、物化创生”的造物原则,集经验、体悟、技艺于一身,重通透感、空间感、质感,受“实用与审美”的双重制约,其造型来源有两个,对自然物象仿生和按照人的“中心”对称审美尺度与经验。广西竹编具有原生态特性,盛具造型有两个显著特点,即仿生及融合基础上的意象造型以及中心对称自律的几何造型^[4]。

造物仿生源自“自然物象”对人的“视触觉”及大脑联想启迪,竹编盛具造物仿生之“自然物象”提取需具备“容器”功能及生命观趋吉意向,此类造型则具有活泼、情趣等地域审美特色,如鱼、葫芦、大白瓜、镰刀等,取其形、意,以适宜人体为根本,按照竹编工艺与造物规律进行制作,以此产生自由灵活的创作且具地域特色。此类竹编外型看似怪异,实则为地域民俗审美特色,种类繁多的竹编如泥鳅转(捉黄鳝、泥鳅工具)、篾笼篓、簸箕、撮箕、米筛、秧篮、糠筛、瓢篓、荒箕等,侗族背鱼篓的仿生流程(见图1):

镰刀形切合(外形);(3)人足、腿外形纠正;(4)背包盛物重心调整。因侗族背鱼篓中“鱼”具备文化内涵与生活适宜性,因此在三江侗族地区广泛流行。

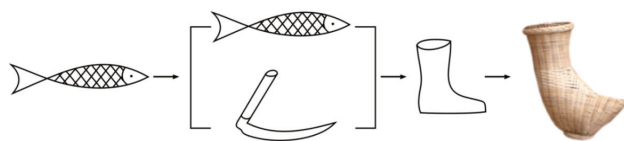


图1 背鱼篓器形仿生流程

Fig.1 Back fish basket shape bionic process

中心对称造型发端人体自身对称,视觉触及生物种群亦极对称,造物形体则构建以点或轴为“中心”的造型审美体系,造型设计中则体现出部分内容(母题)在某种数学几何原理的驱动下,有规律地向整个二维平面伸展,从而形成完整的设计^[5]。竹编盛具为立体空间,以点为中心,按对称有序规律向四周拓展空间。以对称造型法则形成的立体空间具有饱满、完整之意,利于成型、审美与盛装,尤其是其形式符合大众审美的“圆满”之意的心理满足,因此,此种竹编盛具较为普及。中心对称造型流程,见图2。

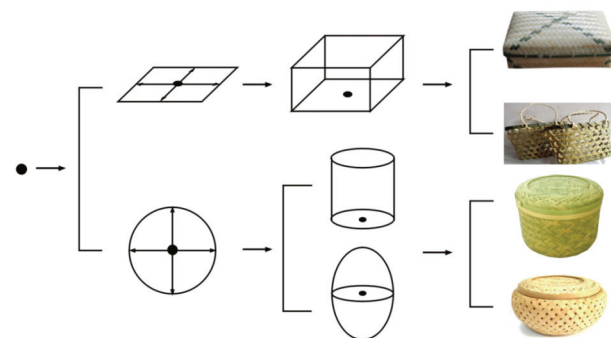


图2 中心对称造型流程

Fig.2 Center symmetrical modeling process

2 广西竹编与土特产销售包装设计切合

广西竹编以盛具为主,盛具与销售包装存在错位与交集,盛具以“盛”为功能,强调重复利用,而销售包装以“销售视觉”为中心,强调一次使用;但其交集在于盛装,二者结合的另一个点在于竹编器具视觉效果朴素、自然材质舒适环保及销售包装的文化内涵与视觉注意。

2.1 广西竹编造物理念与土特产包装视觉意义切合

广西竹编在造型和审美起点上具有朴素自然的态度,以实用为前提,以审美为基准,其造型可直接或间接为销售包装提供设计灵感,同时介于“原汤化原食”的思维惯性,广西竹编视觉给予土特产销售包装外形的含蓄表达,体现在对竹编地域造型特色、材质认同及文化内涵延展。竹编盛具因具有盛物功能,

且材质天然易获取,尤其是竹材质的自然属性具有视觉及心理上的亲近感可为现代销售包装设计所借鉴。现代销售包装设计运用高科技材料,使得产品琳琅满目,要想让产品脱颖而出,设计需要体现便捷性、特色性、环保及自然性,而这些特征都是广西竹编所具备的^[6]。

2.2 地域人文情怀与商品文化内涵切合

因广西竹编造型有地域特色,是本地域文化特质文化表达,做为销售包装可以引起消费者注意。广西竹编造物思想主要体现在自然性,即不涂饰漆料、色料,保持竹篾本身的自然色彩;同时,因广西竹材质丰富,各种材质可以穿插运用,其手工精密细巧,如侗族用竹编做的酒壶壶嘴,可以做到滴水不漏;其仿生造型的地域性也是特色之一^[7]。这些特色形成地域人文情怀,而具有地域符号情节的造物对包装设计起到“画龙点睛”作用。销售包装应具有商品与文化二重属性,首先要引起人的视觉注意,其次要暗含文化切合,从而提升消费者的了解欲与购买欲。

3 广西竹编在土特产包装设计应用

广西竹编具有一定识别性,不仅有广西地域文化共性特征,也有内部个性细微差别及民族之间的差异性,如桂东南竹编中心对称或轴对称特征明显,桂西北竹编仿生性则明显一些;再如广西竹编鸡笼造型具有相似性特征,而鱼篓造型则呈现民族差异性。同时,因广西土特产丰富,有的为广西所特有,若将广西竹编文化融入销售包装设计中,则可将地域性、艺术性、文化性集于一身,丰富广西旅游纪念品种类^[8]。

广西六堡茶销售外包装(见图3),设计手法分3个步骤,即造物方式、地域文化分析、技术手段。(1)在广西竹编两种造物方式中选取中心对称造型,原因在于该造型包装传统,造型突变不利于文化认可。(2)广西地域文化植入,确立外包装销售视觉点为广西故事,内包装为竹、山、云系列,此系列为广西印象山水之间、云雾环绕、簕竹丛生的元素提炼。(3)技术



图3 广西故事系列

Fig.3 Series of Guangxi story

手段包括材料与设计技法,包装材料定为竹浆纸和竹相结合;外包装包括3个文化要素,即地域文化导入(侗寨风情)、竹编意向、以竹做“结”;盖子所选色彩为侗族节日服饰主色调,提取侗族鼓楼、风雨桥、大歌3元素为物象呈现点;主体选择交叉式的竹编方式,并通过竹编技艺将中心图案设计“福”的抽象形式,同时暗含“绳结”艺术形式,设计的生态性在于外包装完成使命后可拆下并变废为宝,作碗垫或盘垫之用。

内包装(见图4)将竹、山、云定为主题,以版画的形式表现广西竹、山、云系列的抽象符号。包装材料为竹与竹浆纸,二者均为环保型材料,制作工艺简单,造价低廉并可唤醒对地域文化向往之情,可做为地方特色为旅游者做纪念或礼品^[9]。设计手法为:以竹篾为线,以线与线的交叉为点,以节奏相似的构成区域为面,做到该设计中点、线、面的形式对比与协调。



图4 竹、山、云系列

Fig.4 Bamboo, mountain, cloud series

4 结语

竹文化是中国传统文化之一。广西竹编不仅可利用的材质种类多,且具有强烈地域审美与造型特色,其造型与审美秉承实用、朴素、简洁的地域表达,将民间造物的自由创新性、祈福纳祥的象征性、艺术的意象性充分阐释^[9]。同时,将广西土特产之“特”与广西竹编特色之“特”相结合,寻求销售包装设计文化亮点,以引起对地域文化特色的关注与想象,从而激发消费诉求。在分析广西竹编造型、审美特征基础上,案例将传统竹编与文化相结合,以质朴、自然手法表达土特产销售包装的地域文化内涵;同时,因材质取自竹浆与竹的结合,具有环保、生态功效,这也是当代社会所提倡的^[10]。

参考文献:

- [1] 吴静波,李增耀. 竹文化[M]. 昆明: 云南民族出版

- 社, 2003.
WU Jing-bo, LI Zeng-yao. The Bamboo Culture[M]. Kunming: Yunnan National Press, 2003.
- [2] 肖禾. 销售包装设计[M]. 北京: 印刷工业出版社, 2008.
XIAO He. Sales Packaging Design[M]. Beijing: Printing Industry Press, 2008.
- [3] 杨先艺. 论仿生设计之美[J]. 现代艺术与设计, 2005, 151(11): 88—89.
YANG Xian-yi. The Beauty of the Theory of Bionic Design[J]. Modern Art and Design, 2005, 151(11): 88—89.
- [4] 林迅. 对称与图形创意——基于图形组织结构的数学原理与应用[J]. 包装工程, 2006, 27(4): 158—166.
LIN Xun. Symmetry and Developing Ideas: Construction-based Approach to Geometry of Two-dimensional Pattern Designs[J]. Packaging Engineering, 2006, 27(4): 158—166.
- [5] 王玮. 羌族传统图案在土特产包装设计中的创新应用[J]. 包装工程, 2014, 35(10): 4—7.
WANG Wei. Innovative Application of Qiang Traditional Patterns in the Native Specialties Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(10): 4—7.
- [6] 吕洁. 毛南族花竹帽制作工艺考察[J]. 广西民族大学学报, 2008, 14(1): 26—31.
LYU Jie. Maonan Bamboo Hat Flowers Craft Study[J]. Journal of Guangxi University for Nationalities, 2008, 14(1): 26—31.
- [7] 褚兴彪. 图像学视角下漓江流域古民居装饰信息研究[J]. 包装工程, 2016, 37(4): 53—56.
CHU Xing-biao. Decoration of Ancient Houses in the Lijiang River Basin from the Perspective of Image Theory[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(4): 53—56.
- [8] 李演. 基于传统竹编工艺的现代日用品设计实践与研究[D]. 北京: 中国美术学院, 2012.
LI Yan. Based on the Traditional Bamboo Weaving Technology of Modern Commodity Design Practice and Research[D]. Beijing: China Academy of Fine Arts, 2012.
- [9] 范振坤. 杨家埠民俗艺术在包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2012, 33(4): 5—8.
FAN Zhen-kun. Analysis the Application of Yang Jia-bu Folk Art in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(4): 5—8.
- [10] 王娟. 岭南文化在广州旅游纪念品包装设计中的应用[J]. 中国园林, 2015, 36(4): 121—125.
WANG Juan. Application of Lingnan Culture in Guangzhou Tourist Souvenirs Packaging Design[J]. Chinese Landscape Architecture, 2015, 36(4): 121—125.