

中国传统图案在现代包装设计中的应用

杨林林

(武夷学院, 武夷山 354300)

摘要: **目的** 探究中国传统图案在现代包装设计中的应用价值及策略。**方法** 从“中国风”的大背景切入, 分析传统图案融入中国现代包装设计的新思路, 结合传统图案深厚的文化内涵及艺术魅力, 深入分析传统图案的形式及其对现代包装设计的实际意义, 接着从酒品包装、化妆品包装、茶叶包装等方面展开详细论述, 并列出具体的包装设计实例, 总结创作出切合时代需求的有着浓郁中国风的包装设计作品的方法, 探索提升产品价值、增强商品包装市场竞争力的设计思路。**结论** 将具有中国特色的传统图案融入到现代包装设计中, 能够给包装带来新的时代感和生命力, 不仅有利于古老艺术形式的传承和创新, 而且能有效提升商品的文化价值和商业价值。

关键词: 传统图案; 包装设计; 文化内涵

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)14-0256-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.14.047

Application of Chinese Traditional Patterns in Modern Packaging Design

YANG Lin-lin

(Wuyi College, Wuyishan 354300, China)

ABSTRACT: It aims to explore the application value and strategy of Chinese traditional patterns in modern packaging design. Based on the background of "China wind", it analyzes the new ideas of traditional patterns in Chinese modern packaging design, combines the profound cultural connotation and artistic charm of traditional patterns, analyzes the forms of traditional patterns and their practical significance to modern packaging design, and then discusses the wine packaging, cosmetic packaging and tea packaging in detail, and lists the phoenix pattern. The design examples of design, flower pattern, dragon pattern and so on are used to sum up the method of packaging design works with strong Chinese wind to meet the needs of the times, and to explore the design ideas to enhance the value of the product and enhance the competitiveness of the commodity packaging market. Blending the traditional patterns with Chinese characteristic into modern packaging design, can bring new times feeling and vitality to the packaging, which is not only beneficial to the heritages and innovations of the ancient art form, but also can effectively promote the cultural value and commercial value.

KEY WORDS: traditional design; packaging design; cultural connotation

近年来,“中国风”势头强劲,这一趋势使得传统图案获得了助力,逐渐复兴起来。其中,体现得最明显的还要数设计领域。无论是服装设计、室内设计,还是包装设计、标志设计,传统图案凭借其悠久的历史传承性、丰富多样的题材、底蕴深厚的文化内涵以及广泛的社会联系,成为了设计师取之不尽的灵感来源^[1]。具体到包装设计而言,将这种传统图案应用其中,不仅更加符合中国人的审美习惯,而且能在更深

层次上体现中华文化所具有的独特的艺术魅力,从而提升商品的文化内涵和商品价值,开辟出中国现代包装设计的新途径。由此可见,现代化包装设计在发展中,必须从传统入手,将中国传统文化的艺术精神与新时代的多样化的设计思想相融合,相互补充,相互促进,只有这样才能设计出传统与现代、美感与内涵并存的现代包装作品。

收稿日期: 2018-03-03

作者简介: 杨林林(1979—),女,黑龙江人,硕士,武夷学院讲师,主要研究方向为平面设计。

1 中国传统图案概述

作为世界文明古国之一,我国一直拥有着令人艳羡和称道的灿烂文化。传统图案便是其中鲜明的代表。勤劳、智慧的劳动人民将生活方式、习俗融入其中,再配合独特的工艺材料和制作技术,创造出了多种多样的传统图案^[2]。在世代传承的漫长过程中,传统图案的审美价值和艺术魅力更加明显,同时也逐渐划分出了不同的类别体系。比如,龙纹图案,是皇权财富与尊贵的象征,在家具、陶瓷、玉器等工艺品中都广泛地被流传使用;凤纹图案,是美丽和幸福的象征,所用于彩陶、青铜器;瑞兽图案,多有着吉祥的寓意,被广泛用于装饰与造型艺术;花卉图案,是人格风范的象征,多见于工艺美术装饰中;汉字图案,福、寿、喜等一类汉字,其艺术功能中常包含着文字的意义;方胜盘长图案,象征吉祥、连绵不断。总的来看,这些传统图案或象征、或寓意、或谐音,其与现代包装设计的结合,能够加强包装的本土文化性,赋予包装精神性、象征性,从而在表现某种特殊意义的同时,提升包装设计的审美价值,使人们不断地去关注它、了解它^[3]。

2 中国传统图案在现代包装设计中的应用

中国传统图案植根于生活,有着广泛的群众基础和丰富的表现手法,同时又不乏艺术性的支撑,而这在一定程度上与现代包装设计的文化追求和审美追求有着很多的共通之处。纵观当前的包装设计,酒品包装、化妆品包装、茶品包装等,统统对其有着灵活的应用形式与特点,展现出了与众不同的艺术魅力。

2.1 酒品包装设计中的传统图案

酒是人们生活交际中不可或缺的饮品。随着生活水平的不断提高,人们对酒的需求不再局限于良好的口感,更对其外在包装提出了更高的要求。在这一现实趋势下,许多酿酒企业给其包装设计师提出了更高的要求,必须诠释出酒的品牌价值和企业文化,打造富有创意的酒包装,满足消费者的使用需求和审美需求,以差异性、独特性、个性化在当前的酒品包装大军中突出重围^[4]。首先,龙纹图案的应用。剑南春酒厂出品的东方红酒,将龙纹团置于包装的中心位置,整体营造出一种庄重、霸气的感觉,不仅给消费者的视觉带来冲击,而且还能轻松进入消费者的内心,引发情感共鸣,而品牌所要展现的“龙腾盛世”文化寓意也借此得以实现。其次,凤纹图案的应用。西凤酒是我国八大名酒之一,其在包装设计上就采用了凤凰的形象。这不仅是因为西凤酒产于陕西省凤翔县,是民间传说中产凤凰的地方,而且还在于凤凰图案本身所含有的生活和谐、幸福美满的吉祥寓意。透明瓶身,金色双凤,再饰以浅浮雕凤凰羽毛,凸显出凤鸟雍容

华贵的姿态。再次,花卉图案。四川郎酒集团的核心品牌红花郎酒,在包装设计中选择了素有花王之称的牡丹纹样,枝繁叶茂的牡丹象征吉祥、富贵和美好,恰恰应了那句“神采飞扬中国郎”,帮助企业树立了良好的品牌形象;山西杏花村酒的包装设计以杏花、牧童为表现对象,将“牧童遥指杏花村”的诗情画意再次展现,引人想象。

2.2 化妆品包装设计中的传统图案

当前,我国化妆品市场的需求潜力巨大,是国内各大化妆品牌的必争之地。只是在现实中,发现本土品牌的市场份额很小,且多集中在中低档市场,各种国际高端品牌严重制约着本土品牌的发展^[5]。究其原因,虽然一些本土品牌的品质优良,却在包装和宣传上有所欠缺,尤其是包装上的差距更是根本问题所在。基于此,在探索国产护肤品包装设计之路时,越来越多的设计师开始将清新而富有内涵的东方气质融入其中,使得国内厂商避开了国际品牌的锋芒,让品牌具有了差异化的竞争优势^[6]。首先,利用图案中的传统造型元素。在化妆品包装设计中,适当融入一些传统图案中的造型元素,总是能够以独特的东方美吸引消费者,与其产生情感共鸣。某品牌一款蚕丝补水美白面膜的包装设计采用了蚕茧这一中国传统元素,结合了草书笔画的字体,辅以纯度并不太高的黄绿色和青色以及无色相的灰色和白色,进一步凸显了东方美,给消费者带来了放松、舒适的感觉。其次,利用图案中所包含的传统价值观。中国传统价值观推崇自然之美、清雅之美、淡薄之美,因此,在化妆品包装设计上,设计师总会将传统图案所包含的审美趣味及价值观进行延伸,以提升设计效果。比如,佰草集的一款化妆品在包装设计上采用道家传统双鱼图形,配合一些线描植物的图案以及“日月阴阳”的概念,进行全新的诠释,卧态之水、玄月之美与圆满之日的整体造型,诠释了太极文化中“日月阴阳”的文化概念,浓浓的东方气质,实现了现代与传统完美结合,形成了独特的美感。再次,利用图案中的复古风格^[7]。近年来,“民国风”一度大热,处于时尚尖端的女性总是对旗袍等民国代表事物情有独钟。从这一点考虑,化妆品包装设计师完全可以放下过于追求前卫的压力,利用“民国风”打造东方美。百雀羚一款三生花露套装的包装设计恰是如此。该套装3支一套,瓶身上的图案是身着旗袍的插画女子形象,3个女性各捧一味香花:茉莉、睡莲、栀子。这样的设计将花与美人相得益彰,那古朴、典雅的气质让人一眼便爱不释手。

2.3 茶叶包装设计中的传统图案

“洁性不可污,为饮涤烦尘”的高雅品茗境界,一直是世人所推崇的。近年,由于茶文化的深入,与茶有关的各类商品变得形式多样,茶叶包装更凭着自身

独特的价值和功能,成为展现茶叶特性和文化的主要手段^[8]。要创造出富有中国文化意蕴的茶叶包装设计作品,必须在实践中不断进行融合与创新,将中国文化元素与国际化包装设计相交融,在展现出浓郁的中国韵味的同时,提升文化品位,展现民族风采。首先,水墨元素。水墨文化是中国的传统文化,其独特的笔触和用色,诠释着中国的传统文化的理念,尤其水墨画所表现的那种物我两忘的超凡境界更是其他画种所不具备的。将水墨画元素应用于茶叶包装设计中,无疑是表达茶文化的良好载体。比如,“文山包种茶”的包装设计,将文山地区连绵不断的茶山一笔代过,极其简略,却妙笔生花;钱塘茶楼的“龙井茶”包装直接选取了烟雨中的西湖场景水墨画,意境极美。其次,书法元素。正所谓“书画同源。”纸、笔、墨3种特殊的书写工具,总是能够产生各种变化,创造出各色图案。书法元素作为特殊的一种图案形式,其所营造的审美境界更是茶叶包装设计中的不二之选。有的茶叶在包装设计上,特别强调书法字体的使用,借助毛笔的书写,尽显东方韵味,让茶叶包装既具备使用性,又有审美价值,深受人们的喜爱。再次,图形元素^[9]。在借助中国传统图案来表现茶叶的特点时,很多时候需要对其进行挖掘、变化和改造,可以简化、夸张,也可以穿插、扩散,总之,追求的是民族与现代并重。中国印文化的符号元素因此被大量应用在茶叶包装设计中,造就出了更高的附加值。比如,正山堂茶包装用水墨和书法渲染氛围,同时将文字“精品”与“茶”采用肖形入印并作为重点,形成了重要的点睛效果,强烈的视觉形象有效传达了茶叶的产品信息,提升了产品的市场竞争力;一款红袍茶包装围绕“空白”设计,更多的是借助篆印造型“红”突出设计核心,形成庄重典雅、风神流动的视觉感染力和冲击力,简洁而不简单,赋予了“空白”无尽的生机,强化了视觉特性。

2.4 其他包装设计中的传统图案

礼品包装是包装设计中的重要形式之一,其与人们的生活有着紧密的联系,不仅能够强化礼品的价值,增加审美感,而且还能帮助人们表达情感,因此,在某种程度上,礼品包装已经不再是礼品的附属品,而是礼品的一个重要组成部分。为了凸显更深层次的文化内涵,中国传统吉祥图案被广泛应用于包装设计,为礼品增加了精神和物质双重价值,让“礼物”送得更有意义。比如,一些设计师常常喜欢将带有美好寓意的喜鹊、鲤鱼、麒麟、龙凤等动物图案,或者梅、兰、竹、菊等植物图案等融入到礼品的包装设计中,美好的形象、吉祥的寓意,让礼品变得更加富有文化内涵,也让受礼者倍感亲切。另外,药品包装同样十分注重对传统图案的应用^[10]。某品牌的“补心气口服液”和“滋心阴口服液”在包装

设计上采用了“双龙戏珠”的图案;有的中药包装配有饕餮纹装饰,借此传达中药的历史长久与良好的疗效。除了这两种,传统图案还广泛用于食品包装、烟类包装等方面。

3 结语

好的包装设计是与本土文化紧密相连的,它是一个包装,更是一个民族与时代的代名词。中国的现代包装想要与时代接轨,与时俱进,同时展现独特的魅力,抢占先机,必须要与本民族的文化精神内涵相统一,形成具有中国特色的包装艺术作品。中国传统图案内涵丰富、形式多样,是体现民族特色,表达文化内涵的良好途径,因此,在实际的设计过程中,要不断根据社会的发展潮流,适时、适当地吸收与利用我国传统图案的经典元素,运用现代设计观念和手法,创作出切合时代需求的作品^[11]。只有这样,才能提升产品的价值,促使人们不断去关注它、了解它,增强商品包装的市场竞争力。

参考文献:

- [1] 李清华. 中国传统图案在现代包装设计中的运用[J]. 大众文艺, 2010(18): 63—64.
LI Qing-hua. Application of Chinese Traditional Patterns in Modern Packaging Design[J]. Mass Literature and Art, 2010(18): 63—64.
- [2] 李晓昕. 中国传统图案在现代包装设计中的体现[J]. 魅力中国, 2009(36): 55.
LI Xiao-xin. The Embodiment of Chinese Traditional Patterns in Modern Packaging Design[J]. Charming China, 2009(36): 55.
- [3] 徐丹. 论中国传统图案在现代包装设计中的精神性与象征性[J]. 文艺生活·文艺理论, 2012(8): 76.
XU Dan. On the Spirituality and Symbolism of Chinese Traditional Patterns in Modern Packaging Design[J]. Literature and Art Life: Art and Literature, 2012(8): 76.
- [4] 熊跃珍. 现代包装设计中传统元素的运用[J]. 东方青年·教师, 2013(16): 93.
XIONG Yue-zhen. The Use of Traditional Elements in Modern Packaging Design[J]. Dongfang Young Teacher, 2013(16): 93.
- [5] 贾丽君. 浅谈传统图案在现代包装设计中的运用[J]. 商, 2013(17): 80.
JIA Li-jun. Discussion on the Application of Traditional Patterns in Modern Packaging Design[J]. Shang, 2013(17): 80.
- [6] 韩鸿友. 浅析中国传统图形在包装设计中的视觉文化表现[J]. 大众文艺, 2010(18): 35—36.
HAN Hong-you. Analysis of the Visual Cultural Performance of Chinese Traditional Graphics in Packaging Design[J]. Popular Literature and Art, 2010(18):

- 35—36.
- [7] 孙明海, 李时. 化妆品包装设计中的东方气质[J]. 中国包装工业, 2014(12): 33—34.
SUN Ming-hai, LI Shi. The Oriental Temperament in Cosmetic Packaging Design[J]. China Packaging Industry, 2014(12): 33—34.
- [8] 王志固. 论茶叶包装设计与印文化的融合[J]. 郑州轻工业学院学报(社会科学版), 2014(3): 101—104.
WANG Zhi-gu. On the Integration of Tea Packaging Design and Printing Culture[J]. Journal of Zhengzhou University of Light Industry(Social Science Edition), 2014(3): 101—104.
- [9] 李立锋. 中国传统文化元素在茶叶包装设计中的运用[J]. 艺苑, 2012(2): 105—107.
LI Li-feng. Application of Chinese Traditional Culture Elements in Tea Packaging Design[J]. Gallery, 2012(2): 105—107.
- [10] 龚晓青, 吴兵. 对药品类产品包装设计的研究[J]. 商场现代化, 2008(28): 139.
GONG Xiao-qing, WU Bing. Study on Packaging Design of Pharmaceutical Products[J]. Mall Modernization, 2008(28): 139.
- [11] 林作新. 中国传统的色彩观辨析[J]. 家具与室内装饰, 2015(11): 21.
LIN Zuo-xin. Analysis of Traditional Chinese Views of Color[J]. Furniture & Interior Design, 2015(11): 21.