

巴蜀文化在旅游纪念品包装设计中的审美价值

于楠

(乐山职业技术学院, 乐山 614000)

摘要: **目的** 分析巴蜀文化在旅游纪念品包装设计中的审美价值。**方法** 根据巴蜀文化的风格和特点,从旅游纪念品包装设计的角度对巴蜀文化要素进行提取分析。**结论** 在旅游纪念品的包装设计中,必须突出纪念品的特色与个性,将巴蜀文化充分彰显出来。要兼顾本土特色,进一步明确未来发展趋势,加强对地方传统习俗、居住环境、民间装饰和民族图案的研究。在吸收外来文化的同时,结合巴蜀本土文化,基于文化元素内涵来实现产品在传统与现代、民族与国际的融合,在现代和传统、东西方之间,找到发展本土包装设计的途径,使具有巴蜀特色的旅游纪念品包装设计在世界设计舞台中大放异彩。唯有在发展中主动传承传统文化,才能设计出具有地方特色的现代旅游纪念品包装。

关键词: 巴蜀文化; 旅游纪念品; 包装; 审美

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)20-0323-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.20.054

Aesthetic Value of Bashu Culture in Packaging Design of Tourist Souvenirs

YU Nan

(Leshan Vocational and Technical College, Leshan 614000, China)

ABSTRACT: The paper aims to analyze the aesthetic value of Bashu culture in packaging design of tourist souvenirs. According to style and characteristics of Bashu culture, the cultural elements of Bashu culture were extracted and analyzed from packaging design of tourist souvenirs. In packaging design of tourist souvenirs, it is necessary to highlight characteristics and individuality of souvenirs and fully highlight the culture of Bashu. It is necessary to pay attention to the local characteristics, further clarify the future development trend, and strengthen study on local traditional customs, living environment, folk decoration and ethnic patterns. At the same time of absorbing foreign culture, it is required to realize the products in the traditional and modern, ethnic and International fusion, between the modern and traditional, the East and the West, find the way to develop the local packaging design, make the packaging design of the tourist souvenirs with the characteristics of the BaShu characteristics in the world design stage in combination with the native culture of Bashu and based on the connotation of cultural elements. Only the traditional culture is carried on in the development activities, can modern tourist souvenirs package with local characteristics be designed.

KEY WORDS: Bashu culture; tourist souvenirs; packaging; aesthetic

作为长江上游中华文明的发祥地之一,巴蜀地区自古以来就是我国重要的文明中心,其孕育的巴蜀文化是中华民族文化的重要内容,它独特的文化内涵也对华夏子孙影响深远。巴蜀文化经过几千年历史的洗涤、变革,形成了自己的风格和特点,其核心代表有川剧、三星堆文化、金沙文化、藏羌彝文化以及佛道

教文化等^[1]。巴蜀文化带有浓厚的地域色彩,蕴藏巨大价值和发展潜力,同时在当代也具有较强的认知度,可以以文化元素的形式为巴蜀地区的旅游纪念品设计提供思路。

随着人们生活水平的提高,游客对旅游纪念品的包装、工艺、文化价值、社会意义有了更高的要

收稿日期: 2018-06-13

基金项目: 2017年四川省社会科学院市州项目(17YJS08)

作者简介: 于楠(1982—),女,四川人,硕士,乐山职业技术学院讲师,主要研究方向为包装设计。

求,可以说旅游纪念品的市场前景很大程度上取决于其包装的文化内涵,即旅游纪念品的包装越新颖、越个性、越能突出旅游地的本土文化,就越受游客追捧。而作为文化的一种特殊表现形式,旅游纪念品已经成为当前游客对旅游地的文化理解、形成当地文化认同的重要载体^[2],因此,应明确旅游纪念品包装设计的内涵和发展趋势,充分体现旅游纪念品的地域文化特征^[3]。随着传统化、本土化以及民族化的发展,为旅游纪念品的设计提供了丰富的思路,可以说旅游纪念品的包装方式很大程度上是以当地本土文化为依托,形成别具一格的“味道”,而这种“味道”就是一种典型的设计语言,它传达了当地文化的独特意境^[4],因此,挖掘巴蜀文化在旅游纪念品包装设计中的审美价值,将是一个值得共同关注的课题。

1 巴蜀文化旅游纪念品包装设计的人文价值

旅游纪念品的包装设计既要凸显出国际性,又要体现民族性,让国内外游客都能形成对纪念品文化的一致认同,这也是民族文化国际化的必然趋势。基于设计形式的多元化,以巴蜀文化为依托的旅游纪念品设计必须要把握好尺度,包装图形设计要符合国际审美标准,才能被国际社会所接受,本地形象的国际化正是适应了市场的供需要求。包装上民族文化的独创性可以说是丰富多样的,但是它必须以本土民族文化为核心内涵^[5]。经过数千年沉淀的巴蜀文化中蕴藏了丰富多样的图案纹样,有佛道教图样、川剧脸谱、青铜图案以及藏羌彝纹样等,这些图案纹样均为人们进行旅游纪念品包装设计提供了依据,并在现代设计领域中得到了广泛运用。要创新性地设计出真正意义上的本土化包装就必须既要融入现代意识,又要结合传统的民族特色,只有在了解巴蜀文化的基础上,才能通过现代设计形成独一无二的巴蜀特色设计,以此来促进巴蜀文化的发扬与传承。

2 巴蜀文化在旅游纪念品包装设计中的创意价值

巴蜀文化不但蕴藏着深厚的传统文化底蕴,而且还基于现代精神特征以其特有的个性融入到世界文化的发展中^[6]。首先,在巴蜀文化传承和发展的背景下,要根据实际情况,最大限度地开发利用当地资源,高度重视民族文化理论对旅游纪念品包装设计的指导意义,并将已有的本土文化研究成果内容归纳,付诸实践,融入包装设计中,加强当地传统风俗习惯、

生活环境、民间装饰图案等社会考察内容的安排。其次,优秀的包装设计必须以艺术创意、构思为基础,在艺术表现技巧上做到既能把握设计元素的表达规律,又能探索独特的表现手法。用先进的表现技术来表达创意追求精确美、造型美、结构美、色彩美、材质美、装饰美的设计目标。

2.1 装饰的创意

借鉴巴蜀地方特色的图形资料,可以看到许多本土文化特色体现在装饰风格上的包装设计,别具一格地体现了巴蜀独特的艺术风格。充满本土文化韵味的包装对于已经对现代风格包装产生审美疲劳的受众而言无异于是一股清流^[7]。羌绣是羌文化的艺术结晶,也是巴蜀文化的代表元素,羌绣包装上植物与动物的图形,吉祥与祝福的花纹,不仅起到美化作用,而且还提高了旅游纪念品的文化内涵和艺术品质,羌绣包装见图1。还有一些旅游纪念品包装设计巧妙运用了历史文化遗产和历史遗址等文化元素。金沙文化和三星堆文化作为巴蜀文化的核心代表,其独一无二的装饰纹样运用在旅游纪念品包装中也极具地方特色。三星堆图案印制的纪念品手提袋,作为三星堆文化的物质载体,传统韵味与现代设计相结合,就是一张向世界推出的文化名片,三星堆图案手提袋见图2。



图1 羌绣包装

Fig.1 Qiang embroidery packaging



图 2 三星堆图案手提袋
Fig.2 Sanxingdui pattern handbag



图 4 麻绳米酒包装
Fig.4 Packaging of hemp rope rice wine

2.2 材质的创意

古往今来,人们充分利用了一些天然材料的独特性,并巧妙地将其应用于包装设计中,实用与美感并存,赋予了产品强大的生命力。在材料和造型上,现代旅游纪念品的包装设计灵感大都来源于中国传统的包装形式,可以充分利用当地特有的自然资源,合理巧妙地利用巴蜀地区的竹材、木材、泥土、草等绿色环保材料,并利用现代新的加工技术进行构建旅游纪念品包装的新形象,使艺术语言更加丰富。用竹材制成的茶叶包装罐,质感独特,不仅能与“禅”的主题相扣,而且也能带给消费者不同的审美感悟,禅文化竹罐茶包装见图 3。蜀趣酿制米酒作为本土食品特产,摒弃塑料、金属设计的包装,运用环保纸盒和麻绳,不仅能够带给消费者一种前所未有的触觉和视觉体验,而且还能反映当地的文化特色,麻绳米酒包装见图 4。充满了地域色彩旅游纪念品包装不但体现了包装文化,而且能给人回归自然的感觉。这些材料是天然、可再生的资源,易于使用并能回归自然。同时可作为摆设在家中起到装饰作用,能避免不必要的再次消费。



图 3 禅文化竹罐茶包装
Fig.3 Zen culture bamboo canister tea packaging

3 巴蜀文化旅游纪念品包装设计的文化情趣价值

旅游纪念品的包装设计能否被游客有效识别,是包装设计中必须考虑的要素,也是其产品形象塑造成功与否的关键^[8]。作为一种文化形态,包装设计自身的属性贯穿于内在文化理念和外在设计形式上,具体而言,就是不能背离市场发展规律和需求规律,设计时要充分考虑各类消费者的审美需求^[9]。设计巴蜀旅游纪念品包装之前,要深度挖掘巴蜀地区的传统艺术内涵,实现旅游纪念品包装设计与本土传统文化精粹之间的结合,将抽象的传统文化用现代设计语言描绘出来,设计出兼具现代感和巴蜀文化底蕴的旅游纪念品包装艺术作品。在设计过程中,要提炼和重新编辑传统元素,以现代美学和设计理论为指导,创建符合美学要求、具有时代性和地域性特点的新产品,突出设计的地域性价值。佛道教文化也是巴蜀文化的重要组成部分,“禅文化”茶包装设计将佛教元素进行了提炼,再用现代设计语言描绘出来,整个包装清新素雅极具特色,既符合人们的传统审美,又体现出了强烈的现代设计风格,禅文化茶包装见图 5。张飞牛肉是



图 5 禅文化茶包
Fig.5 Tea packaging in Zen culture

游客们来蜀必买的美食特产,其包装设计以张飞川剧脸谱为视觉元素,同时将三国文化蕴涵其中,以其特殊的包装识别,给产品包装注入了巴蜀传统文化的艺术魅力,张飞牛肉川剧脸谱包装见图6。

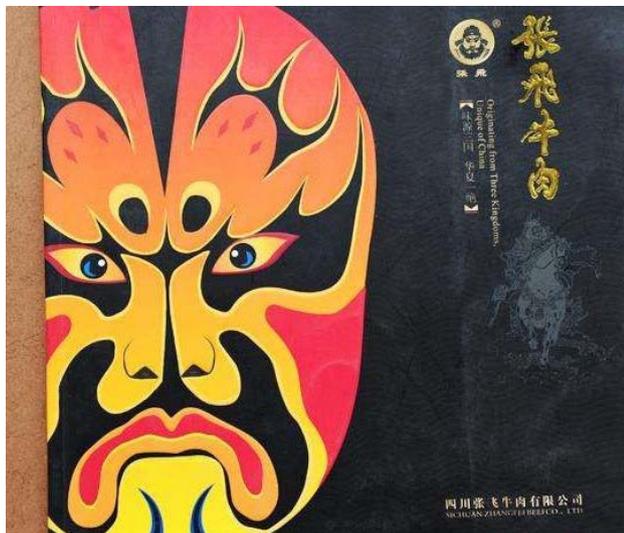


图6 张飞牛肉川剧脸谱包装

Fig.6 Zhangfei Beef Sichuan opera facial mask packaging

4 巴蜀本土新兴文化元素与旅游纪念品包装设计相结合

巴蜀文化作为中国古代文化三大体系,与齐鲁文化、三晋文化并驾齐驱。凭借悠久的历史沉淀及人文荟萃,巴蜀大地孕育了丰富多彩的文化,积累了丰富的历史文化遗产,充分展示出了自然与文化和谐发展的奇观。在继承发扬传统文化的同时,还要主动发掘新兴的文化元素。大熊猫和火锅作为新兴文化元素的代表,成为了旅游纪念品包装设计中新的创意点和启发点。这些巴蜀文化标志不断向世界展现中国文化自信和人文精神。“四川印象”酒系列包装是对当地风俗习惯、人文环境及其发展渊源进行深入了解后,以大熊猫、川剧变脸、火锅文化、茶馆文化作为包装设计的创作素材,改造传统图形并进行现代设计的重组创新,在体现巴蜀独特文化底蕴和人文特征的同时,彰显出特色和个性,例如“四川印象”酒系列包装见图7。同样,巴蜀印象特产包装设计找出了文化内涵与自身个性的结合点,将火锅文化和川剧脸谱文化联系起来,形成了自己独特的包装设计风格,巴蜀印象特产包装见图8。要时刻关注社会发展及变化,实现设计理念和方式的更新换代,在保留传统设计精髓的同时勇于创新 and 开拓,设计出能够充分展现巴蜀文化底蕴的本土化旅游纪念品包装,让更多人了解和领略巴蜀文化的魅力。



图7 “四川印象”酒系列包装

Fig.7 Packaging of "Sichuan impression" wine series



图8 巴蜀印象特产包装

Fig.8 Packaging of Bashu impression specialty

5 结语

旅游纪念品包装设计应该是销售功能和艺术美感的结合,一方面要遵循市场规律,另一方面还要合消费者的眼缘,既要体现出设计的意蕴,将文化精髓浓缩在设计中,又要做到文化艺术和商品的结合,满足消费者的审美需求,成为“神形兼备”的设计作品^[10],因此,我们应在吸收外来文化的同时,充分解读文化

元素的内涵,去粗取精,彰显本土特色,确保所设计出的作品能实现传统民族元素与现代国际元素的融合,这也有利于加深国际设计领域对巴蜀特色旅游纪念品包装设计作品的认同度。世界文化审美价值在一定程度上影响了包装设计审美的趋势,我们既要顺应这种趋势,又要兼顾本土特色,这样才能设计出备受不同层次消费者喜爱和肯定的旅游纪念品包装。唯有在发展中主动继承传统文化,才能设计出具有地方特色的现代旅游纪念品包装。

参考文献:

- [1] 向思杨. 浅谈巴蜀文化在中国文化的地位与影响[J]. 商业, 2014(6): 20.
XIANG Si-yang. A Brief Discussion on the Position and Influence of Bashu Culture in Chinese Culture[J]. Business, 2014(6): 20.
- [2] 帅立功. 旅游纪念品设计[M]. 北京: 高等教育出版社, 2007.
SHUAI Li-gong. Design of Tourist Souvenirs[M]. Beijing: Higher Education Press, 2007.
- [3] 马皎. 包装设计中的文化创意传承[J]. 包装世界, 2009(5): 20.
MA Jiao. Cultural and Creative Inheritance in Packaging Design[J]. Packing Worldwide Brands, 2009(5): 20.
- [4] 张鹏飞. 论中国现代包装设计中“生命文化”情愫的审美建构[J]. 中国包装, 2009(2): 10.
ZHANG Peng-fei. On the Aesthetic Construction of "Life Culture" emotion in Chinese Modern Packaging Design[J]. Chinese Packing Products, 2009(2): 10.
- [5] 蔡洁. 融入地方文化特色的包装设计教学初探[J]. 武夷学院学报, 2009(2): 30.
CAI Jie. On the Teaching of Packaging Design with Local Cultural Characteristics[J]. Journal of Wuyi University, 2009(2): 30.
- [6] 付家源. 基于地域文化特色的包装设计浅析[J]. 科技创新导报, 2012(15): 19.
FU Jia-yuan. Analysis of Packaging Design Based on Regional Cultural Characteristics[J]. Scientific and Technological Innovation Guide, 2012(15): 19.
- [7] 柳林. 民族化包装设计[M]. 武汉: 湖北美术出版社, 2004.
LIU Lin. National Packaging Design[M]. Wuhan: Hubei Fine Arts Publishing House, 2004.
- [8] 史晓明. 旅游产品设计与经营[M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2004.
SHI Xiao-ming. Tourism Product Design and Operation[M]. Beijing: China Architecture Industry Press, 2004.
- [9] 郭玉祥. 包装设计课程教学的探讨与思考[J]. 装饰, 2001, 104(6): 66—68.
GUO Yu-xiang. Discussion and Thinking on the Teaching of Packaging Design Course[J]. Zhuangshi, 2001, 104(6): 66—68.
- [10] 孙建蕾. 现代包装设计中的商品性与文化艺术性[J]. 包装与设计, 2005, 52(6): 90—92.
SUN Jian-lei. Commodity and Art in Modern Packaging Design[J]. Packaging & Design, 2005, 52(6): 90—92.