

# 论禅宗思想内涵及在香品包装设计中的应用

赵辉

(郑州工程技术学院, 郑州 450000)

**摘要:** **目的** 对禅宗思想在香品包装设计中的运用及体现进行研究。**方法** 以熏烧类香品为研究对象,从肌理、编排、文字、材质、色彩、造型等方面切入,对生活常见熏烧类香品的包装设计案例进行归类和剖析,分析禅宗思想在香品包装设计中的运用和体现。**结论** 在禅宗思想影响下,香品包装设计的主要特点为简约代替杂乱、自然代替造作、宁静代替喧嚣,为现代香品包装的设计提供了新思路。

**关键词:** 禅宗思想; 香品; 包装设计

中图分类号: TB482 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2019)02-0071-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.02.012

## Connotation of Zen Thought and Its Application in Incense Packaging Design

ZHAO Hui

(Zhengzhou Institute of Technology, Zhengzhou 450000, China)

**ABSTRACT:** The work aims to study the application and expression of Zen thought in the incense packaging design. With the smoked incense products as the study object, the packaging design cases of common smoked incense products were classified and analyzed from the aspects of texture, arrangement, text, material, color and shape, and the application and expression of Zen thought in the incense packaging design were analyzed. Under the influence of Zen thought, the main features of incense packaging design are that the simple substitutes the messy, the natural replaces the artificial, and the quiet takes the place of the hustle and bustle. The study provides a new idea for the packaging design of modern incense products.

**KEY WORDS:** Zen thought; incense products; packaging design

随着时代的发展,香品作为传统文化若要得到持续不断的推广与发展,针对香的特质选择特有的包装方式很有必要。本文以香品的包装设计为研究对象,对禅宗思想在香品包装设计中的运用及体现进行研究,对生活中常见熏烧类香品的包装设计案例进行归类和剖析,总结禅宗思想影响下香品包装设计的主要特点。

### 1 禅宗思想

禅宗思想博大精深,与现代设计相关联的内容可归结为五大精髓理念<sup>[1-3]</sup>:(1)明心见性,禅宗通过直接的思维模式表述不能描述却又想描述,不能表现却又想表现的事物,从而体现出事物的真实性、客观

性;(2)虚实相生,“虚”通过“实”体现,“实”用“虚”强化;禅宗还可以用艺术的表现方式将世间“更迭换代”的规律通过独特的表达方式体现出来,并唤起人们对人生的思索;(3)道法自然,禅宗崇尚返璞归真,不刻意地勾画,只需体现出事物真实的状态,不重外在形式而重内在精神是禅宗的审美观;(4)空纳万境,禅宗认为唯有空才能容纳万物,才能给艺术创作带来很大空间,太完美的表现方式会让人将重点转移到外在形式,而忽略事物的实质;(5)返璞归真,禅宗提倡在创作过程中尽量使用原生态的材质,注重环境保护,尽可能与自然界和谐共处;禅意设计不注重物质上的华丽、美观而注重于朴实无华、质朴的材质中去探索并发现人生的真谛。

收稿日期: 2018-10-10

作者简介: 赵辉(1982—),女,河南人,硕士,郑州工程技术学院讲师,主要研究方向为艺术设计。

## 2 禅宗思想影响下的生活用香的思想理念

### 2.1 “顿悟论”影响人们的意识

禅宗提倡独立的发觉内心的“顿悟”。在平常生活中凭借自己的思想、顿悟去发现、分析问题,并根据自己内心的真实感受去解决问题,从而达到“顿悟”的真实目的。换句话说,实现“顿悟”的过程不是依靠逻辑思维,而是凭借自己的自觉感受。

禅宗所理解的“顿悟”并不是脱离生活而独立存在的虚无缥缈的幻想,它来源于生活中的经验累积并且加以概括、提升、总结。反过来,人们又可以通过“顿悟”指导设计创作,处理人情世故。人类社会在不断发展的时候,作为“顿悟”的工具——香品诞生了。香品在焚烧过程中一抹青烟伴随着香味使整个人顿时放松、安静下来,有更多灵感去“顿悟”。

### 2.2 “自性论”安慰人们的心灵

从古至今,香品一直被用以陶冶心灵,古代文人墨客常借香寄情、吟香作对。现今,人们早已不吟诗作对,但是可以借助香品平静自己的内心,安抚杂糅的内心,祈求达到一片心灵的净土。在闻香的过程中人们可以寻找并发现自己内心的真实想法,摒弃现实生活中的一切杂念回归自己最初的真实感受。禅宗思想“自性论”强调,人们通过焚香、品香来静化自己内心,实现心灵的宁静与超脱。另一方面,在认识到自己内心深处的真实感受,认清并净化自己的心灵后,引导人们回归到现实生活中去实现自己所愿所感,如此无限循环,从而使人们达到一种新的境界。

### 2.3 “不立文字”引导人们的艺术思维

禅宗思想倡导“不立文字”<sup>[4]</sup>。禅宗思想认为立法

的目的不是让人去理解字面上的意思,而是让人们在现实生活中去领悟、去思考,有自己独立的思维。禅宗认为文字表达是非常有限的,不能真正理解事物的内涵,相反会让人封闭自己的思维、被文字束缚。香可以作为禅宗解除束缚的工具,香可以体现出“不立文字”的意境,香味只能闻而不能触摸,给人无限的联想空间,可以让人们从最初感受去思考,而不是被特定的方式所约束。因此,香与其他传统文化有着非常大的区别,在禅宗思想中具有非常重要的位置。

## 3 禅宗思想与香品包装

### 3.1 禅宗自然观影响下的香品包装肌理语言

肌理是指物体外层的组织纹理构造,即无规则的纵横交替、凹凸不平、粗拙的纹理变化,是用以描述人们对物品外部纹理状态的直观感受<sup>[5-6]</sup>。肌理作为非常关键的视觉和触觉要素之一,它能够体现出物体的质感,塑造出产品的特征。“极上”系列的熏香可以分为5种香味<sup>[7-9]</sup>:(1)“老松”,香味比较清幽,苦涩中夹杂着香甜,直指人心;选择竖纹材质作为其外包装,体现出“老松”的年代感;(2)“雪下”,清新的沉香味道并且带着浓郁的香气,让人回味无穷,外盒的花纹选择中国传统的纹理,将香味浓郁的特征体现得恰到好处;(3)“松园”,营造出一种年代感,包装材质选择粗糙的肌理,将年代感的特征体现得淋漓尽致;(4)“由比浜”,条状的纹理如同时光的飞逝,时间一去不复返;包装呈绿色,像是潮水日积月累留下的足迹,人来人往,万事变迁,亘古不变的是远处潮水的呼喊声;(5)“薰琳”,香味让人内心宁静而知足,包装选择表面凹凸不平的颗粒状材质,让人焕发起精神上无限的满足感。“极上”系列的熏香包装见图1。



图1 “极上”系列的熏香包装  
Fig.1 "Extremely" series of incense packaging

### 3.2 融摄空有、虚实间隔的编排

包装也时常注重对空间的合理编排,包装上保留足够的空白位置,可以表现出一种淳朴、自然的意境美。“虚”“实”的交替,给人带来无限的联想空间。包装上空白位置的形状、大小所形成的效果会给消费者的直观感受带来不同的冲击。香品包装上恰到好处的空白,不仅可以体现出香品本身的特征、还可以吸引消费者的注意力,显示出包装的功能性。“名香九重”系列包装设计,见图2,非常简单直接,整个包装以白色为主,仅在其中一个角落加上文字进行点缀。包装上大片的留白难免会让人联想到香味随着情感飞到云霄外。包装中的文字用简单的笔画、素雅的墨汁勾勒形成,寥寥数笔就勾画出另一种境界。文字在包装上面的排列,要在包装整体上产生空间秩序感,在视觉上给人一种主次分明的美感。此款包装设计非常好地体现了“名香九重”香品的特色,不仅突出了香品包装的美感,而且达到了包装本身功能属性的目的。



图2 “名香九重”香品包装  
Fig.2 "Nine Famous Incense" incense packaging

## 4 香品包装文化中禅意美的呈现

### 4.1 万象无穷的文字

现代包装设计不仅可以用文字来直观地描述信息、也具有美化的效果,成为不可缺少的构成元素。

禅宗思想主张“不立文字”,以最少、最简洁的文字信息来传达思想,表达最完整的内涵。设计者应保留最简洁的文字信息,在整个包装上保留足够的空间让人想象且不失单调。

“伽罗金刚”系列,见图3,是一款木香,伽罗自身的甜味加上檀香等配方,奇特的甜味带着让人舒心的香味。它的包装非常简单,但具有非常好的保护性能。包装主视面只能看见“伽罗金刚”的草书文字,文字大小不一、文体不同,给人一种潇洒、大气的直觉。文字选用草书表现,能够让人身心得到安静、平和、随性,完全符合这款香品的特色。

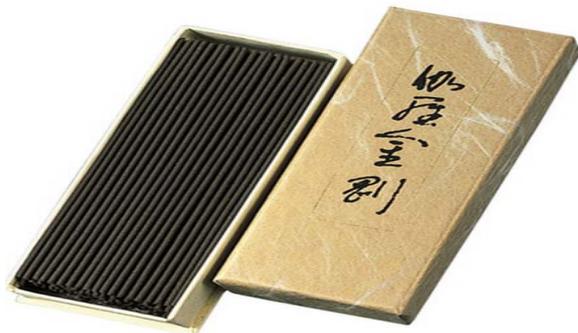


图3 “伽罗金刚”香品包装  
Fig.3 "Galog King Kong" incense packaging

### 4.2 并蓄兼容的材质

禅意包装设计非常注重材质的独特风格。禅意包装特别提倡使用大自然的原材料,重视环境保护。在很早以前,人们就学会使用不同的材质来包装商品,如树叶、稻草、竹子、皮革等天然材料。不同材料的混合使用,更能够呈现出香品的质感。

“沉熏飞鸟”香品,见图4,主香是沉香,它的香味不随时间的流逝而改变,非常沉稳、让人踏实。包装材质选择用木材,将消费者的视觉与触觉融和在一起,营造出沉重的感觉,体现出这款香品的高贵、富有质感。



图4 沉熏飞鸟  
Fig.4 Heavy smoke birds

### 4.3 直指人心的色彩

禅意包装主张在色彩上面尽量保持素雅,营造出闲适、静雅的氛围。香的特点直接影响到包装色彩的选择。如用以催眠的香会以舒适、柔和的粉色系为主,而富于生机、活力的绿色调的包装一般会用于清醒头脑。

“草花的香”系列香品包装,见图5,在外型、和材质上没有过多的要求,而仅仅针对不同的香品香味特色对包装颜色进行了区分<sup>[10]</sup>。消费者只需根据香的



图5 草花的香

Fig.5 Incense of grass flowers

功能需求对其包装颜色进行挑选即可。如淡紫色的梦幻感给人静心的感觉、绿色给人活力充满希望的感觉等等。

#### 4.4 物我同一的造型

禅宗鼓励设计师深入大自然与大自然融为一体，

只有置身其中，才能在设计上体现出最真实的纯真和质朴，把包装设计还原到产品本身的初始状态。

“花京香”系列包装设计，见图6。设计者的构想源于常年身处异地的游子，他们对亲人的思念之情以信封的形式传达出来，以物传情。一年有12个月，不同的月份能各传达出一种独特的香气。香品包装的



图6 花京香

Fig.6 Huajing incense

造型选用信封的形式,不仅可以每个月异乡的香气寄给思念的情侣或家人,同时传递的还有最珍贵的思念之情。作者充分发掘并利用这款香品的特色,将香品与自己身在异乡时的所感所想联系起来,体现出对恋人的思念,希望以信寄情,盼其早日相见。

## 5 结语

对香品的包装进行重新定位设计是传承中国香文化和提升中国香品形象的重要手段之一。本文以熏烧类香品为研究对象,从肌理、编排、文字、材质、色彩、造型等方面切入,对生活常见熏烧类香品的包装设计案例进行归类和剖析,总结出禅宗思想的影响下香品包装设计的3个特点。首先,体现在简约代替了杂乱,禅宗思想要求设计师尽量用简洁的包装形式达到消费者真实内在的需求。其次,体现在自然代替了造作,禅宗思想追崇的是回归本真、实事求是、注重内心深处的体会。再者,体现在宁静代替了喧嚣,人们对意境的需求是当今的潮流,设计者对材质、色彩、造型等方面的运用要尽量选择用简单纯粹的表达方式,毕竟人们在内心深处需要的还是宁静、安详的生活状态。

## 参考文献:

- [1] 王琦. 禅宗影响下适度朴素的减量化包装设计[J]. 中国包装工业, 2014(20): 66—67.  
WANG Qi. Under the Zen Influence of Moderate and Simple Reduction of Packaging Design[J]. China Packaging Industry, 2014(20): 66—67.
- [2] 郑真. 禅意美学在现代包装文化中的延伸[J]. 重庆科技学院学报, 2015(8): 126—129.  
ZHENG Zhen. Extension of Zen Aesthetics in Modern Packaging Culture[J]. Journal of Chongqing University of Science and Technology, 2015(8): 126—129.
- [3] 陈彦. 谈禅宗美学在现代包装设计中的应用[J]. 艺术科技, 2015(3): 148—149.  
CHEN Yan. Talk about Zen Aesthetics in the Modern Packaging Design Application[J]. Art Technology, 2015(3): 148—149.
- [4] 胡适. 禅学指归[M]. 西安: 陕西师范大学出版社, 2008.  
HU Shi. Zen Shen Gui[M]. Xi'an: Shaanxi Normal University Press, 2008.
- [5] 蒋雷雨. 基于禅宗思想对包装设计研究[D]. 杭州: 浙江工商大学, 2012.  
JIANG Lei-yu. Based on the Zen Thought on the Packaging Design Research[D]. Hangzhou: Zhejiang Gongshang University, 2012.
- [6] 傅京亮. 中国香文化[M]. 济南: 齐鲁书社, 2008.  
FU Jing-liang. Chinese Incense Culture[M]. Jinan: Qilu Book Club, 2008.
- [7] 江俊伟, 陈云轶. 香典[M]. 重庆: 重庆出版社, 2010.  
JIANG Jun-wei, CHEN Yun-yi. Incense Code[M]. Chongqing: Chongqing Publishing House, 2010.
- [8] 张越. 禅宗思想影响下的中国香品包装设计研究[D]. 苏州: 苏州大学, 2015.  
ZHANG Yue. Research on the Packaging Design of Incense Products in China under the Influence of Zen Ideology[D]. Suzhou: Soochow University, 2015.
- [9] 禄玉萍. 奢香文化的三大特征[J]. 毕节学院学报, 2007(1): 123—125.  
LU Yu-ping. The Three Characteristics of Incense Culture[J]. Journal of Bijie College, 2007(1): 123—125.
- [10] 徐捷. 日本香道文化的传承[J]. 日语知识, 2012(1): 123—127.  
XU Jie. Japanese Incense Culture Heritage[J]. Japanese Knowledge, 2012(1): 123—127.