

竹材在现代包装设计中的探索与创新

柳燕子, 杨柯, 张晶

(湖北科技学院, 咸宁 437005)

摘要: **目的** 研究竹材料在包装中的运用。**方法** 从竹子的使用历史、文化内涵、生物特性等方面, 对中国传统文化生活中所赋予竹的诸多精神内涵和物质功能进行了多角度的分析解读, 并结合竹子作为包装材料所具有的文化语义和生态价值, 探讨竹材在现代包装设计的文化审美特征及传统竹艺与现代工艺的有机融合带来的竹材包装应用形态的创新。**结论** 对竹材包装的市场前景进行了理性分析和展望, 提出竹材在现代包装设计中应具智能化、民族化、生态化的发展建议。

关键词: 竹文化; 审美意向; 智能化; 生态化

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)04-0099-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.04.015

Exploration and Innovation of Bamboo in Modern Packaging Design

LIU Yan-zi, YANG Ke, ZHANG Jing

(Hubei University of Science and Technology, Xianning 437005, China)

ABSTRACT: The work aims to research the application of bamboo in the packaging. From the aspects of bamboo's use history, cultural connotation and biological characteristics, the spiritual connotation and material functions given to bamboo in Chinese traditional cultural life were analyzed and interpreted from various angles. Combined with the cultural semantics and ecological value of bamboo as a packaging material, the cultural aesthetic characteristics of bamboo in modern packaging design and the innovation of bamboo packaging application form brought about by the organic integration of traditional bamboo art and modern technology were discussed. The market prospect of bamboo packaging is rationally analyzed and prospected. The development suggestion that bamboo should be intelligent, nationalized and ecological in modern packaging design is put forward.

KEY WORDS: bamboo culture; aesthetic intention; intelligent; ecological

包装几乎与人类文明同步, 在人类的历史长河中, 包装的选材、工艺、装饰变化与国家民族的审美倾向、民俗风尚、社会心态息息相关, 成为一种物化了的文化载体。包装作品外在形态带给人们的联想与象征, 起着传播文化、倡导精神消费、满足人们的精神需求的作用。中国传统造物思想受儒家“比德”美学观念的影响, 重视“形而上”的精神之美, 追求人与自然“天人合一”的审美至高境界。现代包装设计要保留对前人智慧的传承, 不可避免地追求内在的精神之美。竹子有深厚的竹文化积淀、民族化的审美特征以及生态与环保的自然特性^[1], 在可持续发展观念

的影响下, 竹材在包装设计上的应用有着广阔的发展前景。

1 竹文化与包装设计

1.1 竹文化的提炼概括

中国古典美学有“意象”一说, 美的艺术应是“意”与“象”的统一。“意象”之内涵包括两个方面: (1) 艺术家运用形象思维创造出来的心物相契、令人回味的艺术形象; (2) 审美感触, “意”乃心境与感情, “象”是实物和景色, 两者交融合一、情境升华所谓艺术意

收稿日期: 2018-12-09

基金项目: 鄂南文化研究中心重点项目 (2019-20XZE15)

作者简介: 柳燕子 (1973—), 女, 湖北人, 硕士, 湖北科技学院副教授, 主要从事包装设计与竹产品设计的教学和研究。

象。竹元素的提炼和概括正是将竹的生物形态特征升华为精神的概括和品格的象征。

中国拥有丰富的竹资源,五千年的文明孕育了渊源流长的竹文化,从“断竹,续竹;飞土、逐肉”的原始歌谣,到《诗经》、《楚辞》、《汉乐府》对竹子、竹器的大量描绘,竹深深渗透到中华民族物质文化和精神生活之中,已成为中国文化的重要构件。古人常将竹比作君子,白居易在《养竹记》中对竹有“本固”、“性直”、“心空”、“节贞”的描述;刘岩夫在《植竹记》中赋予竹“刚”、“柔”、“忠”、“义”、“谦”、“贤”、“德”等品格。竹子挺拔清秀、疏密有致、富有韧性的外观物象和构造特征被植入了人的情感,这种拟人化从具体走向抽象,赋予了竹“清高、亮节、柔韧”的精神内涵和自然、亲切、灵性的符号特征。

竹文化的提炼和概括是将竹的生物形态特征升华为精神的概括和品格的象征。现代包装设计对竹文化的运用正是通过研究竹的物质形态、文化语义和审美心理,从中凝练竹的象征意义和符号功能,将其转化为具体的视觉设计元素而实现的^[2]。

1.2 竹材在包装中的运用

1.2.1 传统竹器的特点

我国竹器的使用历史,可以追溯到史前社会,从汉字的造字上可以看出,以竹为偏旁的汉字如“筐”、“篮”、“箱”、“箩”等,多为先民储运器具。《王祯农书》载:“篮,竹器,无系为筐,有系为篮。大如斗量,农家用采桑枳,取蔬(蔬)果等物,易挈提者。”人们对竹的运用经历了从实用到审美、从物质到精神的发展过程。竹材在包装设计上的运用亦是由物质层面到精神层面慢慢展开的,物质层面主要是指利用竹形态改良加工工艺的进步,精神层面主要是指对竹文化内涵的多角度、深层次的挖掘和利用^[3],既保持了传统民间工艺美术“执着朴实,淳厚乐天”原生态精神风貌,也给人们“人与竹化”、“回归自然,返璞归真”的感觉。

1.2.2 竹材生物特性在包装中的应用

竹材中空有节的特性使之在同等力学性能下质量最轻,中空容量又正好贴合人们日常生活所需,且密闭性良好,可以说是一种天然的包装容器,见图1。



图1 竹的中空特征
Fig.1 The hollow features of bamboo

另外,竹叶也常被人们用来包裹食物,中国传统美食粽子就是取箬竹叶包裹而成。在中国古代产茶区,用箬叶包裹茶叶,有过滤杂质、保持清醇之功效。明代《茶疏》记载:“茶须筑实,仍用厚箬填紧,瓮口再加以箬,以真皮纸包之。”这种竹箬包装在今天的云南西双版纳普洱茶区依然很常见,见图2。



图2 竹箬包装的普洱茶
Fig.2 Pu'er tea wrapped in bamboo

1.2.3 竹材形态特征在包装中的应用

竹姿态妙曼,从笋到干、枝叶均因生长规律呈现不同形态。古人咏竹:“未出土时先有节,及凌云处尚虚心”,竹的形态在中国是有着精神意味的艺术符号,更容易与消费者产生审美意象的共鸣。现代竹材包装的设计除了因地制宜的运用竹的物质属性,也可对竹各个局部自然形态做设计的提取和转化,并用现代的设计手法表现出来。

如资生堂旗下香水品牌“ZEN”的香水瓶包装,提取了竹的天然竹节形态,并与玻璃瓶巧妙结合,既保留了玻璃瓶优越的密封性和通透性,色彩上还原了竹的青翠,提取竹形态的艺术之美,让人感受到竹的芬芳清香与自然放松,彰显“ZEN”自然、宁静、清雅的品牌特征,见图3。



图3 ZEN 香水包装
Fig.3 ZEN perfume packaging

再如“倩碧”的竹节唇膏包装,将唇膏与竹节形态相结合,形成曲中有直,直中含曲的柔美过渡,既体现了女性典雅含蓄之美,又传达出“倩碧”自然清新感和时尚现代品牌特征,见图4。



图 4 竹节口红包装
Fig.4 Bamboo joint lipstick packaging

2 竹材料的加工创造

2.1 竹木工艺

中国是一个木材缺乏的国家，但竹子种植面积位居世界第一，做为一种可再生资源，竹材已成为热带硬木的重要替代品。目前，从竹子到竹材目前主要有“竹集成材”和“编织竹材”两种加工工艺，见图 5 和图 6，既保留了竹性坚韧、成材成器、浑然天成的外在特征，又有着原生态、少加工的特点，在满足人们精神需求的同时，在功能上也可达到要求。



图 5 竹集成材
Fig.5 Bamboo integrated timber



图 6 编织竹材
Fig.6 Braided bamboo

2.2 竹编工艺

竹材有优越的可劈裂性，可薄切加工，有韧性，易量产。竹丝篾片的编织方式足以让竹产品呈现出多姿多彩的产品形式，“笙竹软可做细篾器，旧以充贡”，竹编自殷商问世，传世已有千年，民间竹艺的巧手匠心，是历史与传统积淀下生活的艺术，赋予了竹包装特有的文化底蕴和艺术格调，这是高信息、高科技时代不可或缺的包装内涵和风格^[4]。

竹编工艺属于平面竹类型，为竹材包装尺寸的拓展提供了无限可能。“纵是竹之秉性，横为人之感性”，不同的编织手法，也可以为竹材包装带来更加丰富的形式，见图 7。无论是竹丝篾片的变化，还是编织手法的变化，都可以为竹包装的形式创造新的可能。

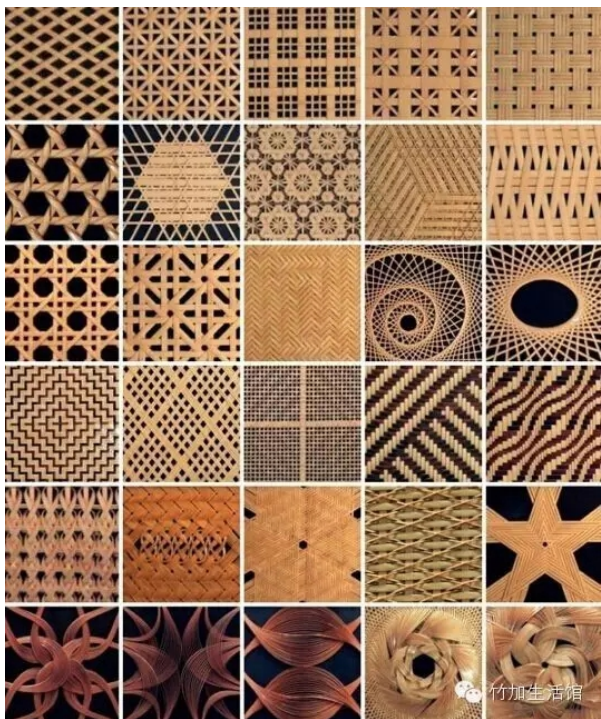


图 7 美轮美奂的竹编纹案样式^[5]
Fig.7 Bamboo weaving grain case^[5]

2.3 竹与其他材料工艺的搭配融合

在包装设计中，单一材料的运用易给人单调、乏味之感，多种材料的混搭往往会给人带来不同的感受。竹材的高度造型能力使之与其他材料工艺容易相互配合，不论是包覆还是穿插、拼接，都能与其他的工艺材料相匹配，为竹包装带来更加丰富多元的形式与功能。

竹技法有无限的可能，前人对于竹与其他材料工艺相结合的研究从未停止过，如竹胎漆器和瓷胎竹的结合方式，见图 8。

竹与陶瓷的组合，不仅是最早的一种搭配，也是现代设计师探索实践得最多的一种搭配。与传统瓷胎竹包覆的方式相比，现代设计师更倾向于运用拼接等

方式,或是对比、或是融合,使得两种不同的材质质感获得更好的表达。如美国的时尚品牌“John Varvatos”推出一款工匠艺术家大师竹编男士香水,把中国传统瓷胎竹编织技艺与玻璃材质结合,不仅保持了原竹自然清新的特征,而且通过创造展现品牌现代简约精致的风格,见图 9。

竹细编+陶瓷		竹编紧密包覆在陶瓷表面,起保护和装饰作用。
竹粗编+陶瓷		竹编环绕陶瓷造型,利用粗编孔洞,形成若隐若现的效果。
一体拼接		竹编与陶瓷接为一体,紧密衔接融合。
模块拼接		不同功能模块的拼接,竹编与陶瓷形成虚实结合的效果。

图 8 竹与陶瓷的组合方式
Fig.8 Combination of bamboo and ceramic



图 9 John Varvatos 香水包装
Fig.9 John Varvatos perfume packaging

3 竹材在包装设计中的应用趋势

3.1 科技化设计

包装的发展离不开科学技术的推动,智能包装技术的飞速发展,使竹材包装实现智能化成为可能。印刷电子、RFID、柔性显示等新型技术可以轻松与竹材结合,克服了竹材包装在传达产品信息方面的局限性,赋予竹材包装更多“智能”属性。如印刷电子技术,可将传统印刷工艺以薄膜形式沉积到竹材上,实现包装与物联网的连接,见图 10。

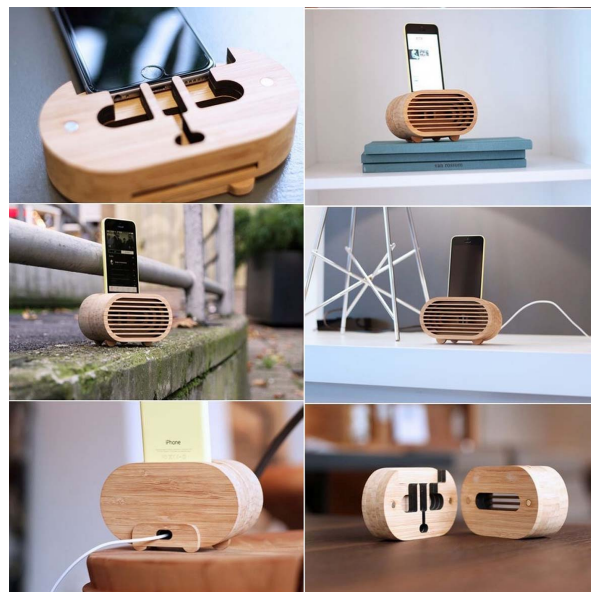


图 10 竹材的智能化设计
Fig.10 Bamboo's intelligent design

3.2 民族化设计

只有民族的,才是世界的^[6]。包装产品只有得到民族大众的认同,才有时效性,才能焕发生命力。在一些地域性传统品牌的产品包装设计上,包装的民族性尤为重要。《茶韵竹香》包装充分考虑到千百年来中国传统文化中的茶竹之缘,在设计上以竹元素与茶文化的巧妙结合,使得茶竹相得益彰,见图 11。



图 11 《茶韵竹香》包装设计
Fig.11 "Tea Rhyme & Bamboo Fragrance" packaging design

3.3 生态化设计

生态包装是指对生态环境不造成污染,对人体健康不造成危害,并能循环再生,可持续发展的包装物

质。竹材作为易降解的可再生的传统自然材料,是生态包装材料的首选。丰富的资源加之竹材加工技术的日趋完善,也为竹材包装的设计创造了良好的物质条件^[7]。

现代竹材包装设计要做到“融心与材”,应注意分析包装结构的连接方法,尽可能进行单纯化处理,多运用榫接、滑接、刚接等技术,轻量化加工,保持竹材特有的美感^[8]。在产品信息传达上尽可能接合智能化信息技术,少用辅料,同时加强对竹材现代工艺的研究,探索竹材物理状态下开发利用的可能,致力于创造便于使用,又能与环境协调的竹材包装作品。

包装材料选择上的生态环保意识影响着企业生产和消费观念,最终促进物质的良性循环。竹材包装可以不再是用过既弃的物件,其坚固耐用的物质属性可以拓展其它功能。笔者在包装设计课程教学中提出了“包装生活化”的新理念,要求除了常规包装所具备的功能外,赋予竹材包装生活化的新功能:当作品作为包装物时,首要功能是包装商品;行使生活化功能时,它又是一件精致、个性的创意用品。它是包装盒,又是花瓶、抽纸盒、存钱罐或者笔筒等让人意想不到的居家用品。既实现了包装的实用性,又体现了竹材的生态价值,见图12。



图12 《赵李桥青砖茶》包装设计
Fig.12 "Zhao Liqiao Brick Tea" packaging design

4 结语

竹,滴翠摇青,可赏可观,富含民族传统文化底蕴和文化审美价值;竹,质韧性坚,成材成器,为包装设计提供了自然亲和的形式语言。竹既能在生态设计上唤起人们对自然的尊崇与向往,又能将包装设计者主观的创作意图与材料的自然形态的完美结合。在社会文化的生态化与多元化的今天,当代包装设计追求可持续发展是必然趋势,竹材包装以其“美不雅稚,土而不俗”的气质,必将迎来更广泛的开发和应用。

参考文献:

- [1] 王长金. 中国竹文化通论[M]. 南昌: 江西人民出版社, 2014.
WANG Chang-jin. The Chinese Bamboo Culture General Theory[M]. Nanchang: Jiangxi People's Publishing House, 2014.
- [2] 时晓霞. 竹在包装设计中的应用[J]. 绿色包装, 2014(5): 48—51.
SHI Xiao-xia. The Application of Bamboo in Packaging Design[J]. Green Packaging, 2014(5): 48—51.
- [3] 刘燕丽. 竹材包装的功能美研究[D]. 杭州: 浙江理工大学, 2016.
LIU Yan-li. Research on Functional Beauty of Bamboo Packaging[D]. Hangzhou: Zhejiang University of Technology, 2016.
- [4] 江泽慧. 世界竹藤[M]. 沈阳: 辽宁科学技术出版社, 1996.
JIANG Zhe-hui. Bamboo and Rattan in the World[M]. Shenyang: Liaoning Science and Technology Press, 1996.
- [5] 张小开. 多重设计范式下竹类产品系统的设计规律研究[D]. 无锡: 江南大学, 2009.
ZHANG Xiao-kai. Research on Design Rules of Bamboo Products System under Multiple Design Paradigm[D]. Wuxi: Jiangnan University, 2009.
- [6] 鲁迅. 且介亭杂文集[M]. 北京: 人民文学出版社, 1973.
LU Xun. Qie Jie Ting Essay Collection[M]. Beijing: People's Literature Publishing House, 1973.
- [7] 冯林华. 为自然而设计[J]. 艺术百家, 2012(2): 23—25.
FENG Lin-hua. Design for Nature[J]. Hundred Schools in Arts, 2012(2): 23—25.
- [8] 蒋艺芝. 当代竹制包装设计之浅见[J]. 艺术与设计, 2012(17): 46—47.
JIANG Yi-zhi. The Design of Modern Bamboo Packaging[J]. Art and Design, 2012(17): 46—47.
- [9] 郑娟. 竹包装设计[J]. 装饰, 2003(11): 26—27.
ZHENG Juan. Bamboo Packaging Design[J]. Decorate, 2003(11): 26—27.
- [10] 黄信初. 包装设计中图腾文化的多元化表现与设计应用[J]. 包装工程, 2011, 32(12): 25—29.
HUANG Xin-chu. Diversification and Design Applications of Totem Culture in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(12): 25—29.
- [11] 胡莹. 浙江安吉白茶竹包装设计探析[J]. 世界竹藤通讯, 2011(12): 27—29.
HU Ying. Discussions on Bamboo Packaging Design for White Tea in Anji Zhejiang[J]. Word Bamboo and Rattan, 2011(12): 27—29.