

“一带一路”背景下包装设计与传统文化的融合路径研究

张洪梅

(沙洲职业工学院, 张家港 215600)

摘要: **目的** 探索“一带一路”背景下的文化跨越与发展, 思考其作用于包装设计的必要性及文化融合策略。**方法** 从“一带一路”战略的起源展开探寻, 结合“一带一路”背景下文化因素的特点, 辨析包装设计中文化融入的必要性, 以传统图形、传统色彩和传统材料为切入点, 分析包装设计与传统文化融合的几个方面, 借助茶叶包装、月饼包装等实例, 剖析两者融合的具体策略与方向, 并对包装设计中传统文化元素的未来发展提出展望。**结论** 将传统文化完美地与商品包装设计相结合是“一带一路”背景下文化传承与创新的必由之路, 也是将中华民族优秀的传统文化推向世界的有效途径, 在体现我国民族特色的同时, 也让商品包装领先于国际包装设计舞台。

关键词: “一带一路”; 包装; 文化

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)04-0266-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.04.044

Integration Path of Packaging Design and Traditional Culture under the Background of "The Belt and Road Initiative"

ZHANG Hong-mei

(Shazhou Professional Institute of Technology, Zhangjiagang 215600, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the cultural crossing and development under the background of "The Belt and Road Initiative", and think about the necessity of its effect on packaging design and the strategy of cultural integration. Starting from the origin of "The Belt and Road Initiative", combined with the characteristics of cultural factors under the background of "The Belt and Road Initiative", the necessity of cultural integration in packaging design was analyzed. Starting from traditional graphics, traditional colors and traditional materials, several aspects of the integration of packaging design and traditional culture were analyzed. With the help of tea packaging, moon cake packaging and other examples, the specific strategies and directions of the integration of the two were analyzed, and the prospects for the future development of traditional cultural elements in packaging design were put forward. The perfect combination of traditional culture and commodity packaging design is the only way to inherit and innovate the culture under the background of "The Belt and Road Initiative". It is also an effective way to push the excellent traditional culture of the Chinese nation to the world. It not only embodies the national characteristics of our country, but also makes the commodity packaging lead the international packaging design stage.

KEY WORDS: "The Belt and Road Initiative"; packaging; culture

曾有着“玉石之路”美誉的丝绸之路诞生于汉代, 至今已经有近千年历史。这条贯通亚欧大陆的通道, 自张骞出使西域打通之后, 经过不断地延展, 通达欧洲大陆, 开创了中国文化、经济与域外文化、经济的深度交流的新格局, 自此, 为世界打开了一扇了解中

国的窗口。新时期“一带一路”战略的提出, 正是基于这一现实, 旨在发挥文化的纽带作用, 使不同国家与地区实现文化层面的深入交流, 进而实现共同发展。这一战略的影响是深远的, 涉及文化经济的各个领域, 设计领域自然也不例外^[1]。将传统文化融入现

收稿日期: 2018-10-16

作者简介: 张洪梅(1979—), 女, 江苏人, 硕士, 沙洲职业工学院副教授, 主要研究方向为装潢艺术设计。

代艺术设计,是传统与现代的融合,同时也是“一带一路”战略的践行与发展。这里所要探讨的即是基于“一带一路”背景下的包装设计与传统文化融合的有效融合,并从多个角度逐一展开,架设文化融合发展的桥梁。

1 丝绸之路背景下文明的互鉴与交流分解的4个切入点

丝绸之路背景下文明的互鉴与交流分解的4个切入点为:第一,丝绸之路的开拓和发展,使东西方世界各种思想观念、文化形态得以传承和发展,为人文交流的历史传承梳理奠定了基础;第二,丝绸之路开启了文化融合的源头,使文明互鉴和文化包容成为可能,并获得了良好发展,使各种文化在求同存异、兼容并蓄中共生共荣;第三,丝绸之路实现了文明的互通与互补,各种文化在多元互动中不断完善和发展,以包容的姿态促成了文化的并存互补、融合创新^[2];第四,在丝绸之路的影响下,新时期的“一带一路”战略得以实施,让文明实现了并存和共赢,互知互信、互联互通、互鉴互补、互利互荣成为所有文明的目标,也是各国人民的共同愿望,有利于真正意义上的创新未来之路的实现。

2 从“一带一路”视角看包装设计中文化融入的必要性

包装设计是一种常见的艺术形式,包装形式的好坏,直接影响消费者的购买欲望。尤其在经济全球化的今天,很多时候,包装与商品已然融为一体,无论在生产、流通、销售还是消费领域,包装都有着极其重要的作用^[3]。即便如此,我们必须清醒地看到,包装设计必须从传统文化中汲取营养,在继承和发扬传统包装文化中形成一种特有的独立的方式,唤起人们对传统文化的持续关注和情感认同^[4]。民族特色的才有可能成为世界的,特别是在大力推进“一带一路”伟大战略的当下,只有将传统文化融入包装设计,才能形成独树一帜的风格,成为永不褪色的潮流。

3 从“一带一路”视角看传统文化在包装设计中的应用方向

“一带一路”战略给我们带来的不仅是机遇,而且是挑战。随着文化的大跨步融合与发展,各个领域都在不知不觉中发生着变化。就包装设计领域而言,学习和运用传统文化是创新的关键,是包装设计形式与内容的全新尝试与发展。具体来讲,包装设计主要借助传统文化中的图形、色彩和材料等元素进行融合。

3.1 传统文化之图形

在绚烂的民族文化中,勤劳智慧的中国人留下了

各种各样的传统图形,吉祥图形类、少数民族图形类等,尤其民族传统的标志和象征龙纹图案因其特殊的艺术风貌和强大的感染力而蜚声海内外^[5]。将这些传统图形元素融入包装设计中,可以凸显包装设计的中国风,有很强的推销作用。只是在应用时要注意传统图形的造型方法与现代设计不同,结合图形的外在价值和底蕴,用心体会商品特色与传统图形的关系,重新取舍与编排传统图形。

3.2 传统文化之材料

传统材料有两方面含义,即传统文化材料和传统实物材料。文化材料主要是诗词、古文、歌赋、成语、戏曲、对联、灯谜、传统节日等,是我国传统文化的主流,适当将其融入包装设计,能够给消费者带来一种心灵的安抚与沉淀^[6]。实物材料主要包括草编艺术和漆器艺术等方面,这些材料融合了太多的工匠艺术,是劳动人民勤劳和智慧的象征,将其融入包装设计中,能够在有效保护商品不被损坏的前提下,实现文化的传递与影响。

3.3 传统文化之色彩

色彩是展示地域文化特色的有效载体。在“一带一路”战略的指引下,包装设计中的色彩应用更加倾向于展示地域特色。那些在中华5000年文明发展中逐渐形成并流传下来的传统文化色彩,已然成为了民族的象征和文化的象征,如红色代表着热忱、奋进、团结,是中国人的民族情结,有着丰富的文化内涵^[7]。将这些传统色彩融入包装设计,可以让包装增加文化底蕴,以更加独特的方式展现魅力。

4 “一带一路”背景下传统文化在包装设计融合实例

“一带一路”战略强调文化的和谐共生和相互促进,之于包装设计便是将各种优秀的传统文化元素进行全新的设计与应用,实现文化的跨越式发展,为民族文化的传承与创新奠基,为文化走出去的理想和目标指引方向。下面即结合相关的包装设计案例进行深入分析。

4.1 茶叶包装设计与传统文化的融合

一直以来,茶就是我国备受推崇的饮品。随着历史的发展与演进,尤其是对外交流的加强,饮茶已经超越了单纯解渴的范畴,而是作为一种商品被人们大量消费,更作为一种文化,受到世界的瞩目。在“一带一路”战略的倡议下,茶文化完全可以作为一种文化象征,进行进一步地改进与推广,特别是茶叶包装设计必须进行传统文化与时尚的创新融合,在展现具有中国特色的茶文化品位的基础上,深入推广茶文化,提升文化品位,展现民族风采^[8]。那么,如何在包装设计体现独特的民族性的同时,实现文化的传承

延续和超越创新呢?

印文化具有多元性,能够呈现不同的内涵和象征,是极具东方意象的文化符号。将印文化符号融入茶叶包装设计中,借助新旧元素的古今融合,能够在视觉上呈现东方文化意味,使抽象的人文精神与日常生活有机结合,创造出令人耳目一新的茶叶包装设计作品,这既符合“一带一路”所倡导的文化精神,又符合文化潮流,是一种新兴的人文思维和设计时尚。例如,正山堂茶的包装设计就以水墨笔触和书法为底纹渲染整体氛围,再将“精品”和“茶”设计入印,配合草书“山”这一图形元素,实现了古今融合,其传递给消费者的信息,除了强烈的视觉形象记忆度和浓郁的地域文化特色外,还透过印文化符号里的文字和意象,将产品的主要特色凸显出来,是画面中的“点睛”之笔。

好茶需要有一个好的标志。在当前这个竞争激烈的市场上,一个茶叶品牌想要立足并走向世界,在很大程度上有赖于茶叶包装设计的成功,因此,将印文化等传统文化元素融入茶叶包装设计是凸显中国茶叶包装艺术的民族风格与特点的重要途径,也是时代文化发展潮流的必然选择。

4.2 月饼包装设计与传统文化的融合

作为中华大地自古至今一直深受人们青睐的节日食品代表,月饼是中华优秀传统文化的重要组成部分。随着物质生活水平的提高,月饼的重要性依然有增无减,只是其内在的精神文化内涵逐渐变淡,物质性逐渐增强。于是,市场上出现了很多华而不实的月饼包装,一味追求美观,忽视了原本的文化意义。在倡导世界文化交流与互通的今天,月饼的包装设计必须与时代结合、与文化共融,如此才能更加深刻、全面地展现我国的传统文化^[9]。从图形设计来看,传统文化中的人物、植物、祥禽瑞兽、文字、几何形、器物等图形,都有着不同的文化意蕴,分别表达了不同的文化内涵。将这些优秀的图形元素进行现代化的灵活应用,利用其中的龙凤呈祥、蝙蝠、福禄寿喜等寓意,能够给月饼包装带来更富民族文化特色的新视觉,表达不同的情感和祝福。从传统色彩看,月饼包装设计必须要从传统文化中汲取应用,整体的色彩搭配要能够凸显传统文化的内涵,刺激人的视觉和情感,让人们感受到传统佳节所带来的精神上的愉悦和享受。同时,还要考虑与同类产品的区分,强化自身特点,这就要与传统的汉字元素相关联,充分挖掘其中的文化内涵,再结合字体和排版的特点,进行艺术化创造。在这一方面,传统的书法有着得天独厚的优势,其自身具有强烈的民族性和文化性特征,但在具体的运用中并不提倡照搬照抄,而是要与自身特色相融合,进行全新地组合与重构。需要注意的是,在文化的传承过程中,月饼包装设计必须要实现传统表现形式与现

代艺术形式的巧妙结合,如此才能在强调传承传统文化的同时,突出创新特性,向中国乃至世界展现独特的文化内涵与品位。

除了茶叶包装和月饼包装外,在包装设计领域还有许多值得参考和借鉴的经典案例,在此不再一一赘述。总的来看,包装设计与传统文化的融合共生,是成熟、理智、科学的^[10]。我们有理由相信,在这样一种大跨步的实践中,包装设计的明天是灿烂的。

5 结语

“一带一路”战略促进了文化的繁荣发展,在传统文化与社会发展不断融合的当下,也给未来的包装设计领域带来了更多的可能。我们必须看到,在这个机遇与挑战并存的当下,必须重视文化差异,重视消费者的不同需求,既不丢掉传统,又要使传统文化元素适应时代的步伐和现代人的审美消费心理。从这点出发,未来的包装设计必须到中国传统艺术的土壤中去挖掘、撷取精华,将包装设计看作一个群体、民族甚至是国家的共同生存情感问题,让中国传统文化的魅力得到更好的展现,从而立足世界,这是时代发展的必然,也是包装设计走出国门、走向世界的关键所在。

参考文献:

- [1] 王凡. “一带一路”背景下文化产业发展与繁荣[J]. 山东青年, 2017(2): 60—67.
WANG Fan. The Development and Prosperity of Cultural Industry under the Background of "The Belt and Road Initiative"[J]. Shandong Youth, 2017(2): 60—67.
- [2] 熊澄宇. “一带一路”背景下的文化交流与文明互鉴[J]. 丝绸之路, 2017(23): 36—37.
XIONG Cheng-yu. Cultural Communication and Civilization Mutual Recognition under the Background of "The Belt and Road Initiative"[J]. Silk Road, 2017(23): 36—37.
- [3] 张杨. 浅析中国传统文化与现代包装设计的重构与融合[J]. 都市家教月刊, 2013(4): 259—260.
ZHANG Yang. Reconstruction and Integration of Chinese Traditional Culture and Modern Packaging Design[J]. Urban Family Education Monthly, 2013(4): 259—260.
- [4] 张雯新. 浅谈中国传统文化与包装设计[J]. 黑龙江科技信息, 2009(14): 11.
ZHANG Wen-xin. A Brief Talk on Chinese Traditional Culture and Packaging Design[J]. Heilongjiang Science and Technology Information, 2009(14): 11.
- [5] 王章旺. 中国传统文化与包装设计[J]. 装饰, 2004(9): 36—37.
WANG Zhang-wang. Chinese Traditional Culture and Packaging Design[J]. Zhuangshi, 2004(9): 36—37.
- [6] 栗广峰. 包装设计中的传统文化再现[J]. 商场现代

- 化, 2008(36): 130—131.
- LI Guang-feng. Reappearance of Traditional Culture in Packaging Design[J]. Market Modernization, 2008(36): 130—131.
- [7] 程朝远. 论包装设计中的传统文化应用[J]. 艺术教育, 2012(3): 153.
- CHENG Zhao-yuan. On the Application of Traditional Culture in Packaging Design[J]. Art Education, 2012(3): 153.
- [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), 2014(3): 101—104.
- [9] 苏文静. 传统文化在月饼包装设计中的传承[J]. 戏剧之家, 2014(11): 214.
- SU Wen-jing. The Inheritance of Traditional Culture in the Design of Moon Cake Packaging[J]. Theatrical Home, 2014(11): 214.
- [10] 刘守鹏, 陶宗华. 浅析包装设计中的传统文化因素[J]. 科技创新与应用, 2017(13): 289.
- LIU Shou-peng, TAO Zong-hua. Analysis of Traditional Cultural Factors in Packaging Design[J]. Scientific and Technological Innovation and Application, 2017(13): 289.