

北朝石窟莲花装饰纹样在包装设计中的应用

李晓宇

(山西大同大学, 大同 037009)

摘要: **目的** 探究北朝石窟莲花装饰纹样在包装设计中的应用, 实现北朝石窟莲花装饰纹样在现代包装设计中的创造性吸收和再利用, 拓展包装设计的文化内涵。**方法** 通过研究北朝石窟莲花装饰纹样的特点与文化意涵, 结合消费者的审美和心理需求论述北朝石窟莲花装饰纹样在包装设计中应用的可行性; 尝试将北朝石窟莲花装饰纹样应用于口嚼型茶叶的包装设计、“莲之物语”化妆品的包装设计和瑜伽精油的包装设计。**结论** 北朝石窟莲花装饰纹样是异域莲花纹样传入之初与传统文化相融合后, 形成具有独特造型风格的装饰纹样, 莲花装饰纹样的美好寓意一直流传至今。将莲花装饰纹样与包装设计相结合, 使包装设计作品获得更加丰富的文化内涵与表现形式, 促进装饰纹样以一种新的形式推广。

关键词: 北朝石窟; 莲花装饰纹样; 包装设计

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)08-0285-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.06.048

Application of Lotus Decorative Pattern in Northern Dynasties' Grottoes in Packaging Design

LI Xiao-yu

(Shanxi Datong University, Datong 037009, China)

ABSTRACT: The paper aims to explore the application of lotus decorative pattern in the northern dynasties' grottoes in packaging design, to realize the creative absorption and re-design of the lotus decorative pattern in the northern grottoes in modern design, and to expand the cultural connotation of packaging design. By studying characteristics and cultural implications of lotus decorative patterns in the grottoes of the northern dynasties, and combining the aesthetic and psychological needs of consumers, this paper discussed the feasibility of applying lotus decorative patterns in the grottoes of the northern dynasties in packaging design. We tried to apply the decoration pattern of lotus in northern dynasties' grottoes to the package design of chewing tea, the cosmetic package design of "the story of lotus" and the package design of yoga essential oil. The northern dynasties' grottoes decorative pattern is a unique decorative pattern which integrates the traditional culture with foreign lotus pattern when it was introduced to China. The lotus decoration pattern of fine moral has been spread so far. Combination of lotus decorative pattern and packaging design endows packaging with richer cultural connotation and pattern of manifestation. It promotes the promotion of decorative patterns in a new form.

KEY WORDS: Northern dynasties' grottoes; lotus decorative pattern; packaging design

随着社会的发展, 中国现代设计越来越注重传统特色的传承与发展, 众多传统元素为现代设计提供了源源不断的创作灵感与设计素材, 传统元素的研究、挖掘和应用对于民族文化的弘扬有着重要的意义。在众多传统元素中, 选择北朝石窟莲花装饰纹样作为研究对象, 出于两方面的考虑。其一, 莲花在希腊、埃

及、印度、中国都是非常盛行的装饰纹样, 在中国佛教艺术、民间艺术、中国画艺术、造物艺术等领域都是常见的题材。莲花装饰纹样形态多样, 内涵深厚, 是植物纹样史上最活跃的传统装饰纹样。其二, 北朝社会虽然动荡不安, 但是佛教与装饰艺术却得到了蓬勃的发展, 而且对后世产生了深远的影响, 甚至还传

收稿日期: 2018-12-23

作者简介: 李晓宇(1981—), 女, 山西人, 硕士, 山西大同大学讲师, 主要研究方向为设计艺术学。

播到了海外。将北朝石窟莲花装饰纹样应用于包装设计,可实现传统装饰纹样传承与再设计的目标,依托莲花装饰纹样的文化内涵,提升商品的品牌形象和竞争优势。

1 北朝石窟莲花装饰纹样简介

北朝时期,莲花装饰纹样是石窟艺术的重要组成部分,被用于装饰窟顶、台座、方格、拱门、明窗、各种装饰带等。结合北朝石窟的佛教背景,根据不同时期的风格特点,莲花装饰纹样与当时多种外来文化相融合,发展出了多种多样的纹样,丰富了北朝石窟的样貌形制,展现了莲花纹样独特的装饰性。

2 北朝石窟莲花装饰纹样的特点与文化意涵

2.1 北朝石窟莲花装饰纹样的特点

北朝是敦煌石窟莲花装饰纹样的发展初期,敦煌石窟莲花装饰纹样形态丰富,莲花华盖、莲花藻井和化生设计得非常醒目,这些设计受当时凉州的影响,是西域与龟兹、于阗两地佛教莲花装饰艺术在河西大

地上融汇创新而产生的一种新的莲花装饰风格^[1]。随着北凉的灭亡,莲花装饰风格逐渐转向平城时代的云冈石窟,此时的莲花装饰纹样已有明显的中国特点,是植物装饰艺术“中国化”的开始,之后的龙门石窟在平城风格的莲花纹样上又丰富了许多,形成外来文化与中原文化相融合的装饰纹样,创造出新的中国式石窟莲花装饰纹样,北朝石窟莲花装饰纹样的演变见图1。

北朝石窟莲花装饰纹样根据石窟内的建筑结构、位置、面积等创造了许多构图形式,在简单稳定的框架基础上,衍生出许多造型结构,北朝石窟莲花装饰纹样的造型见图2。从石窟中莲花装饰纹样分布的情况来看,不同位置的莲花装饰纹样造型结构虽有差异,但基本的表现形式相似,在简单几何框架的基础上对莲花装饰纹样进行不同形式的排列组合,形成动静相结合的装饰效果。在色彩方面,主要以土红、石绿、石青等色为主,通过颜色的明度对比、冷暖对比以及多种色彩并置的处理,莲花装饰纹样产生了丰富的视觉变化,与主体之间的主次关系更加明确,从而营造了主体的空间层次感,使主体更容易引起人们的注意。

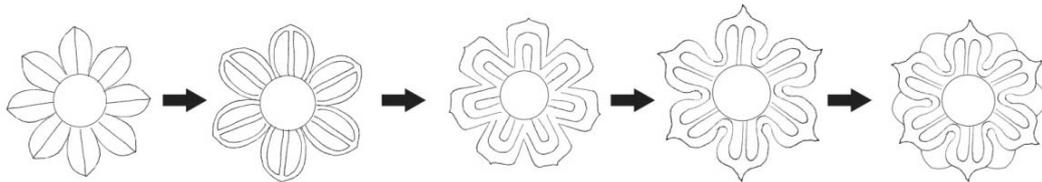


图1 北朝石窟莲花装饰纹样的演变
Fig.1 Evolution of lotus decorative pattern in Northern Dynasties

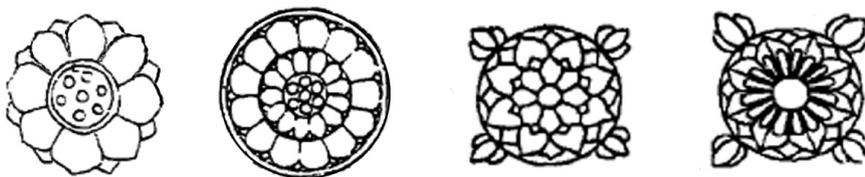


图2 北朝石窟莲花装饰纹样的造型
Fig.2 Shape of lotus decoration pattern in the Northern Dynasties grottoes

北朝石窟中的莲花装饰纹样具有姿态各异的造型结构、变幻莫测的构图形式以及五彩斑斓的色彩,这些都是中国传统文化积淀的结晶,将北朝石窟莲花装饰纹样应用于包装设计,是传统美学典型代表的传承。优秀的包装设计能够激发消费者的购买欲望,若能巧妙地将这种传统的典型装饰纹样应用于包装设计中,既凸显其文化价值,又给人以视觉享受。

2.2 北朝石窟莲花装饰纹样的文化意涵

北朝莲花具有圣洁和生死轮回的象征意义,传达了人们对生命礼赞的吉祥寓意,推动了石窟莲花装饰纹样在我国被接纳和融合后的发展,推动了莲花装饰纹样在传统文化与佛教文化中象征的共通性,主要表

现在寓意表达和信仰崇拜方面如莲花与观音是佛教的象征。在民间,莲代表多子,两者相结合就有了送子观音的形象,莲花装饰纹样将人们的世俗情感与宗教信仰有机地结合在一起,既满足了人们日常的情感需求和审美标准,又满足了人们对佛教虔诚的信仰,将这些与莲花有关的资料收集起来,使我们深刻地感受到“莲族艺术”的魅力。

莲花装饰纹样作为最早进入装饰领域的植物纹样,与我国传统艺术文化相融合,丰富了中国莲文化的内涵,后来从佛教影响中脱离出来,逐渐形成单独意义上的吉祥图案,承载着美好的寓意在民间开始流行。将莲花装饰纹样应用于包装设计中,既将美好祝福通过视觉形象表达出来,又对莲花装饰纹样进行再

设计，以期符合现代审美的视觉效果，使包装设计不再千篇一律，如莲花造型的包装设计，见图 3。



图 3 莲花造型的包装
Fig.3 Packaging of lotus shape

3 北朝石窟莲花装饰纹样在包装设计中的应用

随着社会的发展，产品的包装设计已成为提升产品知名度，增加产品附加价值的重要环节，良好的视觉表现可以吸引消费者对产品的关注。对北朝石窟莲花装饰纹样的研究，使人们了解到莲花纹样不但具有装饰性，而且寓意美好，深受人们的喜爱，随着社会审美需求的不断发展，其表现形式也不断演变。将莲花装饰纹样应用于包装设计中，也是传承民族文化的一种形式。

3.1 可嚼@茶的包装设计

茶在中国历史悠久，现已是生活必需品，对于年轻人来说，由于喝茶的工序太繁琐了，所以常常没时间慢慢品茶。有时吃完饭咀嚼点茶叶可以有效清除口中异味，如咀嚼茶——@茶。“@”是网络信息的符号代表，希望将北朝莲花装饰纹样应用于@茶包装设计，将茶文化以一种特殊的形式引入年轻群体。选择北朝石窟的莲花作为装饰纹样的原因：(1) 根据考古研究调查发现莲花装饰纹样造型变化多样，为石窟艺术的繁荣发展提供了可能性；(2) 石窟中莲花装饰纹样适用性强，能与其他纹样很好地融合在一起，为唐以后莲花装饰纹样的繁荣发展奠定了基础；(3) 生命力顽强，无论社会环境如何跌宕起伏，它始终能够以一种独有的形态发展下去，就像一位老人始终保持青春活力；(4) 寓意美好，将茶包装与莲花纹样相结合，也是希望两种古老的文化能够被更多的年轻人所熟知，并接纳和喜欢上它们。

可嚼@茶包装设计中莲花的造型，选择石窟中的莲瓣作为单元图形，通过群化对其外观造型、组合形式、颜色搭配等方面进行设计。从石窟中提取的花瓣造型整体饱满，整个瓣分成两部分，每一部分又有一竖长弧形装饰，左右对称分出两个小瓣，故将其定名为“对分式”^[2]。对分式莲瓣随着石窟艺术的繁荣应用范围变得更加广泛，是最有代表性的莲瓣装饰纹样；组合形式以群化构成为主；色彩选用单色、双色或同类色，周围搭配点、线的设计使整个图形富有现代感，莲花瓣的造型设计见图 4—图 7。

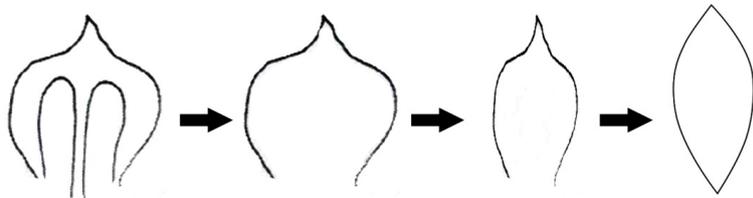


图 4 莲花瓣的造型设计
Fig.4 Shape design of lotus petals

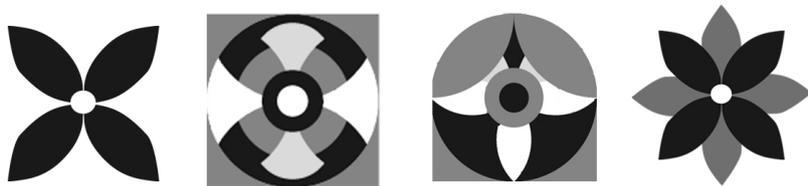


图 5 组合形式
Fig.5 Combined form



图 6 色彩搭配
Fig.6 Color matching



图7 《@茶》包装设计
Fig.7 @TEA packaging design

3.2 《莲之物语》化妆品包装设计

现在许多化妆品的包装设计会选择花元素作为装饰,一方面向消费者传达产品具有的美容效果;另一方面彰显其包装设计具有一定的文化内涵。莲花美白、水嫩的特点与化妆品美白、保湿的特性相符,而且莲会使人联想到美好圣洁的事物,以此为灵感设计了《莲之物语》化妆品的包装。包装中的图形部分选择不同造型的莲花装饰纹样,在莲花内部融入敦煌、云冈、龙门等石窟中的某些场景,然后在包装上搭配文字说明,介绍石窟建造的历史,或北朝历史上著名的事件和人物,或是石窟中的神话故事等。整个设计简洁明了,消费者在使用产品的过程中可以了解一些历史知识,能很好地拓展包装设计的文化内涵,“莲之物语”的化妆品包装设计见图8。



图8 《莲之物语》的化妆品包装设计
Fig.8 Cosmetic packaging design of "The Story of Lotus"

3.3 瑜伽精油包装设计

瑜伽起源于印度,早期是为了实现精神方面的解脱而采用的一种修行方式,后来被佛教所吸收、接纳,是一种精神和肉体相结合的运动。传入我国后受到社会各阶层的喜爱和推崇,在学习瑜伽过程中,人们发现很多瑜伽姿势的名称都与莲花有关,可见莲与瑜伽的发展密不可分。以此为契机,将北朝石窟莲花装饰纹样引入瑜伽精油的包装设计中,见图9。



图9 瑜伽精油的包装设计
Fig.9 Packaging design of yoga essential oil

4 结语

莲花作为装饰题材,在我国传统纹样中有着悠久的历史,丰富的文化内涵与美好的现实寓意,成为北朝之后莲花装饰纹样的范本,其积淀的文化内涵和多样化的表现形式,对现代包装设计有着极为重要的借鉴和参考的意义。通过研究可以看出北朝石窟莲花装饰纹样随着社会的发展不断呈现出新的生机与活力,这是一种中国传统美学元素的传承和发展,更是北朝莲花装饰纹样顺应新时代,展现和谐、吉祥、美好观念。在包装设计中巧妙依托莲花装饰纹样的美好寓意,设计出具有文化韵味的包装作品,可以使北朝石窟莲花装饰纹样在现代设计中展现出独特的艺术魅力,同时也丰富了现代包装设计的表现形式。

参考文献:

- [1] 袁承志. 风格与象征——魏晋南北朝莲花图形研究[D]. 北京: 清华大学, 2004.
YUAN Cheng-zhi. Style and Symbol: Studies on Lotus Patterns in Wei, Jin, Southern and Northern Dynasties[D]. Beijing: Tsinghua University, 2004.
- [2] 李媛. 试论北朝莲花纹[D]. 太原: 山西大学, 2013.
LI Yuan. On the Lotus Pattern in the North Dynasty[D]. Taiyuan: Shanxi University, 2013.
- [3] 刘双佳. 花卉纹样在护肤品包装设计上的应用——以雅活品牌为例[D]. 昆明: 昆明理工大学, 2016.
LIU Shuang-jia. Application of Flower Patterns in Skin Care Packaging Design: Taking Yaowu Brand as an Example[D]. Kunming: Kunming University of Technology, 2016.
- [4] 文莉莉. 云冈石窟莲花装饰纹样的调查研究[D]. 太原: 山西大学, 2013.
WEN Li-li. Investigation and Study on the Decorative Patterns of Lotus Flower in Yungang Grottoes[D]. Taiyuan: Shanxi University, 2013.
- [5] 夏纯达, 陈娇红, 王恺, 等. 莲花在产品中的应用方法研究[J]. 包装工程, 2008, 29(12): 224—226.
XIA Chun-da, CHEN Jiao-hong, WANG Kai, et al. Application Methods of Lotus in Product Design[J]. Packaging Engineering, 2008, 29(12): 224—226.
- [6] 赵鹏, 江南. 北朝佛传故事图像艺术研究考析[J]. 南京: 南京艺术学院学报, 2014(6): 20—26.
ZHAO Peng, JIANG Nan. An analysis of the Art of the Story Image of the Buddha's Biography in the Northern Dynasties[J]. Journal of Nanjing Arts Institute, 2014(6): 20—26.
- [7] 刘夏清. 印度传统动植物纹样的视觉特征及在平面设计中的运用研究[D]. 无锡: 江南大学, 2017.
LIU Xia-qing. Research on the Visual Characteristics and Application of Indian Traditional Animal and Plant Patterns in Graphic Design[D]. Wuxi: Jiang Nan University, 2017.
- [8] 王抗生. 植物纹样[M]. 北京: 中国轻工业出版社, 2000.
WANG Kang-sheng. Plant Patterns[M]. Beijing: China Light Industry Press, 2000.
- [9] 王尧. 佛教与中国传统文化[M]. 北京: 宗教文化出版社, 2010.
WANG Yao. Buddhism and Chinese Traditional Culture[M]. Beijing: Religious Culture Press, 2010.
- [10] 段晓明. 浅析化妆品包装设计与女性消费心理[J]. 青春岁月, 2012(12): 57—57.
DUAN Xiao-ming. Analysis of Cosmetic Packaging Design and Women's Consumption Psychology[J]. Young Years, 2012(12): 57—57.
- [11] 陈绍华. 地域性特征在包装设计中的应用[J]. 四川戏剧, 2018(4): 70—71.
CHEN Shao-hua. Application of Regional Characteristics in Packaging Design[J]. Sichuan Drama, 2018(4): 70—71.
- [12] 李曙光. 特色旅游商品的包装设计[J]. 河南: 洛阳师范学院学报, 2015(4): 36—38.
LI Shu-guang. Packaging Design of Characteristic Tourist Goods[J]. Henan: Journal of Luoyang Normal University, 2015(4): 36—38.
- [13] 何衍. 浅析旅游产品的包装设计研究[J]. 南京: 明日风尚, 2016(18): 59—60.
HE Yan. Analysis on Packaging Design of Tourism Products[J]. Nanjing: Tomorrow's Fashion, 2016(18): 59—60.
- [14] 何灿群, 李娇, 唐晓敏, 等. 基于文化特征的无锡个性化旅游产品设计研究[J]. 包装工程, 2016, 37(10): 118—120.
HE Can-qun, LI Jiao, TANG Xiao-min, et al. Research on Wuxi Personalized Tourism Product Design Based on Cultural Characteristics[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(10): 118—120.
- [15] 叶德辉. 旅游产品设计中的地域文化特色研究[J]. 包装工程, 2011, 32(16): 134—137.
YE De-hui. Research on Regional Cultural Characteristics in Tourism Product Design[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(16): 134—137.