

土特产包装设计中的地域文化传承

赵炬宇

(淮安信息职业技术学院, 淮安 223003)

摘要: **目的** 探究土特产包装设计策略及其对地域文化的多样化传承与发展。**方法** 为了进一步探寻地域文化在土特产包装设计中的融合可行性, 本文从地域文化的基本特征切入, 研究土特产包装的文化价值和经济价值, 再联系土特产包装设计的现状, 提出当前现实存在的缺乏新意、过于简略、不够时尚、内涵不足等问题, 由此探析相关的应用策略, 总结两者在文化、材料和工艺、人文精神、功能价值以及自然元素等层面的有效结合, 深入探析两者在未来的长久合作与融合, 得出相关的创新与发展的有效策略。**结论** 在商品包装同质化现象日趋严重的当下, 将地域文化元素巧妙融入土特产包装设计中, 可以以显著的地域烙印与独特的文化特征吸引人们的目光, 促进消费, 从而推动地域经济发展, 增强地域竞争力。

关键词: 土特产包装; 地域文化; 传承

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)16-0298-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.16.050

Regional Cultural Inheritance in the Design of Local Specialty Packaging

ZHAO Ju-yu

(Huai'an Vocational College of Information Technology, Huai'an 223003, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the design strategy of local specialty packaging and its diversified inheritance and development of regional culture. In order to further explore the feasibility of the integration of regional culture in the packaging design of local specialty, starting from the basic characteristics of regional culture, the cultural value and economic value of the local specialty packaging were studied. Then, in connection with the current situation of local specialty packaging design, the existing problems such as a lack of new ideas, oversimplification, a lack of fashion and connotation, etc. in the current reality were put forward, thus exploring the relevant application strategies, and summarizing the effective integration of the two in the aspects of culture, materials and technology, humanistic spirit, functional value and natural elements, and further analyzing the long-term cooperation and integration of the two in the future to obtain the relevant effective strategies for innovation and development. For the present moment when the homogenization of commodity packaging becomes increasingly serious, the ingenious integration of regional cultural elements into the design of local specialty packaging can attract people's attention with obvious regional brand and unique cultural characteristics and promote consumption, thus promoting the development of regional economy and enhancing regional competitiveness.

KEY WORDS: local specialty packaging; regional culture; inheritance

地域文化是各个地域的特有因素, 其在政治、经济以及文化等方面表现突出, 独具个性, 是推动地域经济发展与增强地域竞争力的重要力量, 其在地域性、丰富性、稳定性等方面的突出表现, 更让其获得了全面发展的重要机遇。具体而言, 地域文化的地域性是当地特有的一些风俗习惯、思维习惯、道德传统

和价值观等, 其既有自身的特点, 又不完全受限于自身, 从而表现出一种多元化的存在形式, 并结合不同的等级层次进行了进一步细分, 深刻影响着当地社会整体的发展。正因有了这一文化形式的存在与传承, 无论我们走向何方、身处何地, 一见到独特而又亲切的元素或产品, 便会不由自主地产生一种亲近感和归

收稿日期: 2019-04-02

作者简介: 赵炬宇 (1977—), 女, 江苏人, 硕士, 淮安信息职业技术学院讲师, 主要研究方向为包装设计。

属感。这便是地域文化自身相对稳定的特征在人们脑海中的固化存在的影响^[1]。那么,地域文化与土特产包装的文化价值存在哪些共同点,两者之间的融合实际又是如何,这些问题便需要也必须进行有针对性的结合,最终实现文化与产品的互生,人生与心灵的碰撞,造就的也是更加绚丽多姿的包装设计。

1 土特产包装的价值分析

无论是产品推销还是其所蕴涵的时尚文化等,这些都是土特产包装设计在与品牌打造、广告宣传同步推进的过程中对消费群体产生深刻影响的重要方面。想要设计出包含地域文化特质的个性化土特产品包装设计,必须从其所要实现的重要价值方面着手^[2]。

1.1 文化价值

土特产品包装设计的文化价值主要来自两方面,一是地域文化价值,一是传统文化价值。在地域角度分析,由于每个国家与民族受自然因素与社会因素的制约,在语言、思维、习惯、价值、审美观念以及道德素养等方面普遍有着个性化特点,这就形成了独具特色的地域文化。这必然会直接或间接地表现在土特产品品牌的包装设计活动中。借助这些地域性的图形、文字、色彩以及由此所呈现出来的风格和营造的意境,可以赋予土特产包装设计特色化的文化内涵,展现当地的自然环境、民俗风情、传统习惯,这对人们进一步了解当地的风俗文化有着良好的促进作用,同时有利于扩大土特产包装的影响力^[3]。从传统文化角度分析,那些在各个历史时期保留下来的各具特色的文化遗产,与土特产包装设计有着很多的契合点,将其蕴涵于土特产包装设计中,能够赋予包装浓郁的民族文化气息,有利于进一步发扬和传承中国传统文化。

1.2 经济价值

对于产品而言,包装设计的重要性并不亚于研发设计、生产加工、市场投放、经营销售。所有的包装设计除了基本的保护产品安全外,还要着力提升自身的附加值,帮助产品提升竞争力。尤其对于土特产商品而言,其包装设计更加对经济价值有着高追求。将地域文化融入土特产品包装设计之中,融合社会、艺术、心理、技术、经济等诸多要素的创造性工作,能够促使消费者产生信赖感,认可土特产品,这对土特产品的经济价值有着极大的促进作用。

2 土特产包装设计的现状

由于种种原因,土特产包装设计仍然没有形成成熟的设计方向与形式,导致所生产的土特产品在形象与情感等方面存在缺陷,给其外来的市场占有及发展形成了一定的阻力。

2.1 没有引起足够的重视,过于简陋

土特产品包装由于没有引起足够的重视,在包装材料、包装方式上存在很多不合理的地方,还有的甚至没有必要的文字说明,色彩图案搭配也存在诸多问题^[4]。很多包装设计都只是采用较简易的材料、陈旧的结构和过于俗气的装潢,如火锅底料的各种成份含量标注不清楚,缺乏统一标准;图文说明欠缺,甚至毫无英文介绍等。这些现实问题的存在,对商品的风格有很大影响,不仅没有提升产品的价值,而且降低了产品的档次。

2.2 缺乏地域特色,过于大众

作为一个地方特有的产品,土特产在自然条件状况下生长,普遍有着很强的地域性。但在实际的包装设计中,商业味道是越来越浓,要么采用简陋的塑料包装或无包装的地摊销售,要么只追求高达上的外在包装形象,毫无文化内涵^[5]。即使有对地域文化元素的运用,也缺乏深入的研究和灵活的应用,更多的是一种趋向于大众流行的表现,过于浅显的形式和普通的内容难以对地域特色进行良好的展示,更别谈引发消费者的购买冲动、促成消费了。

2.3 设计师思维禁锢,缺乏创新

设计师的思维误区直接导致土特产包装设计的偏离^[6]。在当前这个商品经济全球化发展的现实背景下,土特产品更是成了发展地方经济、带动产业效益的重要载体,但是却一直处于尴尬境地。部分设计师在对土特产品进行包装设计时,没有品牌意识和创新意识,导致土特产包装与中国地域文化不统一,使产品的形象与价值产生反作用,既无法彰显地域文化,又无法建立个性化的品牌形象,更无法与竞争对手抗衡。

3 地域文化在土特产包装设计中的传承与发展策略

地域文化在土特产包装设计中的传承与发展有着多种多样的方式与路径,但综合来看,主要集中在突出文化特色、注重材料与工艺、关注人文精神、实用性与功能性并存等方面,并且在实际的设计生产过程中出现了许多值得肯定与借鉴的设计实例,下面即对这些具体路径展开探究。

3.1 突出文化特色

传承地域文化,首先要做的便是对文化的重视与解读。那些在一定区域内积淀形成的文化资源或传统,是土特产包装设计取之不尽的灵感来源。但在整个运用过程中,所有的地域文化元素并不是原封不动地照抄照搬,而是结合图形、文字、色彩等多元素视角对包装的整体效果进行统筹,对设计形式进行创新,更好地展现地域文化特色^[7]。例如,陕西西凤酒

的包装设计就从地域文化元素入手,以当地的民间土陶为造型,结合古代勇士头巾缀带对包装封口进行装饰,如此便打破了酒的配方与酿造趋于定期的态势,充满了个性与特色,也很好地展现了地域文化特质。又如,湖南有着深厚的文化内涵,岳阳楼、岳麓书院、屈子祠等都彰显了当地独特的地域文化内涵。在当地的土特产品包装设计中,设计师可以结合其中独有的建筑、服饰、首饰、乐器,甚至是节日舞蹈等元素,进行包装设计,推进文化的传承与发展。

3.2 注重材料与工艺

从实际来看,依据地方独特的产品,结合其与不同档次、不同消费层次的包装造型配合设计,科学选用草、藤、竹、柳、木、丝织物、棉麻、陶瓷等天然材料,能够使产品更具特色和吸引力^[8]。此外,在工艺的选择上,设计师还要结合不同的地理状况、气候等条件,准确选用地域材料,在保护土特产品的基础上,准确传达整体意境,促使土特产品借助包装的东风与市场需求相适应,体现一个民族区域的特有工艺特征。比如,在茶叶包装设计中,各个地域的材料与工艺各不相同。在浙江会采用反簧做成的面筋篓、茶叶筒等形式,而福建则采用竹笋皮对茶叶进行包装,无论哪种形式与材料,都有着巧妙的制作技术,造型独特,材料合理,在包装同质化严重的当下,像一缕新风吹醒了土特产包装设计的勃勃生机。

3.3 关注人文精神

将情感融入到设计中去,对当地土特产进行设计,突出各个地域土特产包装设计的不同情感,这是土特产包装设计的一大原则^[9]。相同质量的土特产品,设计精美的包装与简陋的包装相比,虽然在成本上有所增加,但却能给人带来美好的视觉享受和良好的触感,与消费者形成情感共鸣。另外,关注人文精神也是对社会的责任,更是对包装设计社会价值的体现。这些都说明了将情感融入设计,能凸显地域情怀的重要性。作为包装设计师,必须注重地域特色,强调可持续理念,使土特产品包装设计形成一种人文关怀。比如,湖北孝感麻糖就以董永和七仙女的传说故事为主题,生动地展现了人们对美好生活的向往。阆中张飞牛肉包装设计,充分借鉴了张飞的画像和脸谱,在传承地域文化符号的同时,引发了消费者的怀古情怀。东北的米粽包装,外衣就是粽叶,其叶取材于自然植物芦苇,不仅让米粽的清香回味无穷,而且让包装在自然界中自然循环分解,体现了对环保理念的重视与推广。

3.4 实用性与功能性并存

土特产品包装的形状和结构设计要注重实用性与功能性,在处理好地域性与创新的关系上,利用现代设计手段,演绎土特产包装^[10]。比如,浦江剪纸工

艺颇具特色,其题材广泛,涉及花鸟、草虫、山水、民间传说等多方面,图案又清新大方,将这一元素融入当地的土特产品包装设计,能够在传达地域文化的同时,给大众以良好的审美体验。在一些中药材的包装上,既要注重实用性,用详尽的文字说明产品的功效、使用和养护等,又要充分考虑人体工程学,选用易携带、耐携带的材料进行设计,方便人们日常携带或作为礼品赠送。此外,在演绎土特产包装时,设计师还可以利用现代设计手段,给这些传统文化元素添加新的意义,使土特产品向更高档次发展。

4 结语

土特产包装作为一种特殊的包装样式,离不开这一产品的地域、民族以及时代背景,因此,在实际的设计过程中,设计师必须从当地的历史文化传统着手,深入考察本地区的风土人情和风俗习惯,调查了解本地区的产品特点及生产、生活特色,通过艺术手法将地域文化符号、现代审美理念、现代设计形式融合,设计出有鲜明地方特色、深厚文化内涵、独特审美特征和强烈时代精神的土特产包装,使土特产包装建立起大众的文化认同感,在传承文化的同时,不断丰富和发展包装的材料与形式,走出国门,走向更加广阔的国际市场。

参考文献:

- [1] 陈卓勋. 浅谈包装设计之土特产包装[J]. 科技资讯, 2011(12): 241.
CHEN Zhuo-xun. On Packaging Design of Local Specialty Packaging[J]. Science and Technology Information, 2011(12): 241.
- [2] 李权, 张怡, 沈洪帆. 地域文化传承与当地土特产市场发展的关联分析[J]. 中外食品工业月刊, 2015(1): 74—75.
LI Quan, ZHANG Yi, SHEN Hong-fan. Correlation Analysis of Regional Cultural inheritance and Local Specialty Market Development[J]. Journal of Chinese and Foreign Food Industry, 2015(1): 74—75.
- [3] 王雪艳. 中原特产品牌包装设计中的地域文化应用研究[J]. 湖北函授大学学报, 2017, 30(10): 84—85.
WANG Xue-yan. Research on the Application of Regional Culture in Packaging Design of Specialty Brands in Central Plains[J]. Journal of Hubei Correspondence University, 2017, 30(10): 84—85.
- [4] 李艳, 熊金汇. 客家旅游产品包装设计创意探究[J]. 包装工程, 2009, 30(12): 220—222.
LI Yan, XIONG Jin-hui. Research on Creative Packaging Design of Hakka Tourism Products[J]. Packaging Engineering, 2009, 30(12): 220—222.
- [5] 李艳. 红色旅游与客家食品包装创意探究[J]. 大众文艺, 2008(9): 73—74.

- LI Yan. Creative Exploration of Red Tourism and Hakka Food Packaging[J]. Popular Literature and Art, 2008(9): 73—74.
- [6] 李彦宝. 浅谈东北土特产包装设计趋势[J]. 商品与质量: 学术观察, 2011(6): 303—304.
- LI Yan-bao. On the Packaging Design Trend of Local Products in Northeast China[J]. Commodities and Quality: Academic Observation, 2011(6): 303—304.
- [7] 高旻. 浅谈茶叶包装设计的瓶颈及发展趋势[J]. 金田, 2015(5): 424.
- GAO Min. On the Bottleneck and Development Trend of Tea Packaging Design[J]. Jintian, 2015(5): 424.
- [8] 刘小静, 戴端. 浅谈湖南土特产品的包装设计[J]. 湖南包装, 2004(3): 21—23.
- LIU Xiao-jing, DAI Duan. On Packaging Design of Hunan Local Specialty Products[J]. Hunan Packaging, 2004(3): 21—23.
- [9] 张慧玲. 浅谈中国包装设计的发展趋势[J]. 浙江工商职业技术学院学报, 2015, 14(1): 33—36.
- ZHANG Hui-ling. On the Development Trend of Packaging Design in China[J]. Journal of Zhejiang University of Commerce and Industry, 2015, 14(1): 33—36.
- [10] 韩婷婷. 浅谈中国包装设计的现状及发展[J]. 太原大学教育学院学报, 2013, 31(3): 100—102.
- HAN Ting-ting. On the Current Situation and Development of Packaging Design in China[J]. Journal of Education College Taiyuan University, 2013, 31(3): 100—102.
- (上接第293页)
- [3] 张凡. 马歇尔·韦伯: 在美国“经营”艺术家手制书[EB/OL]. (2012-9-21)[2018-7-13]. <https://news.artron.net/20120921/n267709.html>.
- ZHANG Fan. Marshall Weber: "Management" Artist's book in the United States[EB/OL]. (2012-9-21)[2018-7-13]. <https://news.artron.net/20120921/n267709.html>.
- [4] 董嫣. 视觉“触摸”: 数字时代纸质书籍设计的多维阅读体验[J]. 装饰, 2017(4): 136—137.
- DONG Yan. Visual "Touch": Multi-dimensional Reading Experience of Paper Book Design in Digital Era[J]. Zhuangshi, 2017(4): 136—137.
- [5] 李瑾. 莱比锡书展窥“美”[J]. 装饰, 2017(2): 24—27.
- LI Jin. Leipzig's Book Exhibition Glimpses "Beauty"[J]. Zhuangshi, 2017(4): 136—137.
- [6] 孟玉芳. 艺术家手制书与当代艺术: 未来书的可能性[EB/OL]. (2012-10-8) [2018-7-13]. https://news.artron.net/20121008/n270568_2.html.
- MENG Yu-fang. Artist's Book and Contemporary Art: The Possibility of Future Books[EB/OL]. (2012-10-8) [2018-7-13]. https://news.artron.net/20121008/n270568_2.html.
- [7] 王琳, 张大伟. 数字时代纸质书籍的审美化设计趋势——基于艺术家手制书的媒介研究[J]. 编辑学刊, 2017(6): 86—91.
- WANG Lin, ZHANG Da-wei. The Trend of Aesthetic Design of Paper Books in the Digital Era: Based on the Media Research of Artist's Book[J]. Editorial Academic Review, 2017(6): 86—91.
- [8] Artist's Books Collection Development. Considerations for New Selectors and Collections[EB/OL]. (2017-02-18) [2018-07-13]. <https://rbm.acrl.org/index.php/rbm/article/view/16818/18408>.
- [9] 吕敬人. 书艺问道[M]. 北京: 中国青年出版社, 2017.
- LYU Jing-ren. Tao of Book Design[M]. Beijing: China Youth Press, 2017.
- [10] Centers. Collections-Book Art-Research Guides at Virginia Commonwealth University[EB/OL]. (2017-02-18) [2018-07-13]. <https://guides.library.vcu.edu/c.php?g=699511&p=4961519>.
- [11] 晏莉. 传统工艺在手制书艺术中的运用研究[J]. 包装工程, 2017, 38(8): 76—79.
- YAN Li. The Application of Traditional Handicrafts in the Hand-made Books[J]. Package Engineering, 2017, 38(8): 76—79.