# 传统设计元素与包装设计融合探究

**李燕**
（浙江同济科技职业学院，杭州 311231）

**摘要：目的** 中国传统设计文化是先人在造物过程中逐步形成并积累出来的设计经验、方法、思想，以及审美思想的结晶。有许多经典的设计理念、方法、思想，值得学习、借鉴，并将之融合于现代包装设计之中，使包装的产品融入地域化和民族化的特征，并将包装设计作为传播传统文化的一种载体，对外界进行民族文化输出。**方法** 将传统设计元素与包装设计融合出新的文化韵味，从传统绘画中的“气韵”和写意、传统故事中的意念和神韵等方面分析传统元素与包装设计的联系。并从抽象化传统艺术形态、简化传统图案、精炼传统造型等方面，阐述了传统艺术元素与包装设计相互融合与渗透的设计原则。**结论** 从中国传统艺术中提炼设计元素融合于现代包装设计中，探究在其影响下现代包装设计的发展趋势。将传统艺术元素有机地、巧妙地融入到现代包装设计中，不仅丰富了包装设计的感染力、传播力，而且还赋予了商品较高的文化内涵价值，用现代包装设计语言、理念来传播并展现传统文化的魅力精神，使传统设计文化在包装设计中得到良好的发展和深化，让国内的包装设计走向前沿，走出国门。

**关键词：**艺术元素；设计思想；融合；包装设计
**中图分类号：**TB482 **文献标识码：**A **文章编号：**1001-3563(2020)10-0280-04
**DOI：**10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.10.045

## Integration of Traditional Design Elements and Packaging Design

*LI Yan*
(Zhejiang Tongji Vocational College of Science and Technology, Hangzhou 311231, China)

**ABSTRACT:** Chinese traditional design culture is the crystallization of the design experience, method, design thought and aesthetic thought gradually formed and accumulated by ancestors in the process of creation. There are many classic design concepts, methods and ideas worth learning, and they are integrated into the modern packaging design, so that the packaging products are integrated with the characteristics of regionalization and nationalization, and the packaging design, as a carrier of the dissemination of traditional culture, exports the national culture to the outside world. The traditional design elements and packaging design were integrated to create a new cultural charm and the relationship between traditional elements and packaging design was analyzed from the aspects of “Qiyun” and freehand brushwork in traditional paintings and the ideas and verve in traditional stories, etc. The design principles of mutual integration and penetration of traditional artistic elements and packaging design were expounded by abstracting traditional art form, simplifying traditional pattern and refining traditional modeling. The design elements extracted from Chinese traditional art are integrated into modern packaging design, and the development trend of modern packaging design under its influence is explored. The organic and ingenious integration of traditional artistic elements into modern packaging design not only enriches the appeal and communication power of packaging design, but also endows commodities with higher cultural connotation value, promotes the dissemination and display of traditional cultural charm and spirit with modern packaging design language and concept, and makes traditional design culture develop and deepen well in packaging design, thus allowing the domestic packaging design to go to the forefront and go abroad.

**KEY WORDS:** artistic elements; design ideas; integration; packaging design

**收稿日期：**2020-04-01
**基金项目：**浙江省教育厅支撑计划项目（Kg2013960）；浙江省教育厅十三五优势专业建设课程项目
**作者简介：**李燕（1981—），女，江西人，硕士，浙江同济科技职业学院讲师，主要从事设计艺术学研究。

在全球经济文化相互融通的背景下，人们的消费观念由注重物质向注重精神转化，世界各国的传统设计文化越来越多地被运用于现代包装设计中，并融合出了带有自己本民族的独特的包装设计风格。中华民族是一个拥有着五千多年古老文明的民族，不仅拥有着深厚的文化遗产底蕴，而且还拥有着丰富的亟待挖掘的传统设计元素。在设计文化传承的道路上，设计师需要深度挖掘本民族的设计文化元素，使之与当今时代的包装设计很好地融合为一体。包装设计是一种造物活动，在满足功能的基础上，需要成为传播公司文化、民族文化的载体，必须将其融合于社会经济与文化发展中。美国社会学者约翰．奈斯比特指出：民族传统文化恰好与高技术的计算机社会相平衡。这正好说明了在信息时代的社会中传统艺术文化存在的功能和价值。设计师只有在充分了解中国传统艺术文化的丰富内涵的基础上，获取传统艺术精髓，运用创新理念思维，开拓现代设计的底蕴，才能将现代的艺术手法运用于设计作品中，创造出具有特色的文化根源的设计作品，比如中国的古钱币、水墨文化、建筑文化等。由此可见，挖掘、继承和发扬传统艺术元素，撷取精华，将其巧妙地契合于现代的包装设计中，既能够赋予其文化内涵，又能提升艺术审美价值，从而使产品的整体价值大幅提升[1-2]。

## 1　传统设计元素与包装设计融合出新的文化韵味

文化是人类在漫长历史中所创造的物质财富和精神财富的总和,它对人和事物都产生了深远的影响。设计文化就是既有的设计思想、设计方式、设计造物对人及其设计的产品产生的影响，它代表着那个时代人们的审美观念和价值取向，是无数造物者日常生活中的设计积累，是中国文化遗产中的精粹与结晶[3]。当代的设计者需要灵活掌握丰富的文化底蕴，领悟传统文化精神，善于借鉴，为现代设计提供源泉与灵感。现代包装设计也需要重视对传统设计元素的提炼与融合，除了包装自身功能性的设计之外，传统设计元素的融入也成为当今设计师或者商家所要重视的一项研究课题。

### 1.1　以“气韵”意境融合包装设计来增强包装的文化底蕴

“气韵”是中国传统绘画创造的审美范畴，也是中国传统艺术审美的重要范畴和最高境界。气韵是一种意境，追求的是精、气、神，是作者精神文化修养与自然物象在作品中的相互结合。气韵在艺术作品中注重表现内在神气和韵味，超越自然的客观事物，赋予艺术精神和趣味。如元朝画家黄公望的作品《富春山居图》，整体墨色淡雅，笔触具有动感，别有气韵；

图 1　中国台湾高山茶叶包装
Fig.1　Packaging of Alpine tea in Taiwan,China

又如傩戏中的骑马、上船等动作，不需要提供真实的道具，只要能够采用手足间的空间气势，就能把有限的空间向无限延伸，促使其产生独特的韵味和情趣。气韵不仅是中国特有的文化遗产资源，而且折射影响着中国艺术创意领域，更具时代文化感[4]。比如设计师靳埭强创作设计的中国银行礼盒包装，从传统艺术中汲取灵感，挖掘其创意，荷花用速写线条勾勒，比用拍摄的荷花照片更具气质与艺术气氛，韵味意境也达到了新高度。以点构图，采用了传统水墨留白技法，渗透出一种高雅洁白的意境美，画面采用不同的用色及笔墨的技法体现灵气，包装的内涵文化得到彰显，气韵生动，既有传统的艺术风味，又有现代的审美情境。又如中国台湾高山茶叶的包装也采用了中国传统水墨画的风格特征，见图 1。该款茶叶包装完美地将水墨色彩融入产品的包装设计之中，配合品名“高山茶”，有效地增加了民族情感以及一定的文化内涵。

### 1.2　以写意抒情融合包装设计拓宽表现形式

写意是中国绘画特有的意象表现语言形式，强调以形意来写神，将客观与主观相互融合，返璞归真[5]。通过运笔的轻重、干湿并重、泼墨等手法来追求和抒发笔墨写意的节奏、韵律、意趣之感，从而巧妙地达到在似与不似之间的意境，即抒发作者的主观思想情趣。在欣赏张大千的《长江万里图》和北宋范宽的《溪山行旅图》时，似乎察觉不到构图不符合逻辑，但在现实中却很难寻找到如此协调的山水风景，然而，在画中所描绘的长江河流，江南景色都能触动人们对大好河山的向往，让观看者和画者之间产生共鸣和沟通的纽带。这种传统写意抒情的表达方式也可以应用于现代的包装设计之中。分析信阳毛尖礼品茶叶包装的设计（见图 2），在整体背景中运用大写意的泼墨手法表现山峰脉落，而抛弃了屡见不鲜的茶叶图案，用大气而虚幻的大写意的图案，错落有致的文字、图章，配以“妙韵悠长”、“沉淀一段历史，提纯一种文化”的产品宣传语，使得整个产品包装充满了诗情画意，韵味十足，让人对茶叶的清香产生无限想象。该设计无论从设计的表现形式还是从包装的文化意味上，都比一般的茶叶礼品包装设计更加巧妙，显得清新脱俗。

图 2 信阳毛尖礼品茶叶包装
Fig.2 The gift packaging of Maojian tea in Xinyang

### 1.3 意念神韵融合于包装设计延伸主题意味

中国有很多传统艺术作品题材都是由意念、神韵构思而来的，在众多中国文学作品如《西游记》中也有所体现。雕塑、壁画、绘画中也有很多的造型形象和故事传说，如敦煌壁画中有诸天神灵形象，有对天堂、神仙、佛教历史故事的描绘等。在进行画面构思时，通过画者的意念，以达到一种理想中的意境体现，如门神用于驱邪辟鬼等。这些题材是取之不尽，用之不竭的艺术沃土。而这意念和神韵又正是设计所要表现的形式语言。以意念、神韵为基底，在包装设计方面成功的案例不胜枚举，如将嫦娥奔月的形象用于月饼包装中；将酒仙、酒神形象运用于酒类包装中。这些独特的设计意念有强大的生命力，很有效地提升和延伸了包装设计的主题意味。

## 2 传统艺术元素与包装设计融合应用

### 2.1 抽象化传统艺术形态融合于包装设计

民间传统艺术是具有生活气息的艺术，是智慧的结晶，在民族传统文化继承和发展中起着承上启下的作用[6]，如剪纸艺术、图腾、脸谱、刺绣、瓷器等。表现手法概括、淳朴，体现随意性和抽象性，彰显的格调与民俗文化相互映衬。在现代包装设计中，借鉴并融合运用传统民间艺术元素，深刻地融入气韵形式美，将民间传统艺术元素充分融合于当代产品包装设计中，将会使产品的包装焕发出具有传统特性的审美魅力。在融合应用过程中，不能只注重其“形”，而不留意其“意”。只有不断地挖掘传统艺术文化的精髓脉落，使之契合于现代包装设计之中，才能达到传“神”达“意”的效果。这样既能突出民族本土化的艺术特色内涵，又能弥散出乡情的韵念，能让人们产生一种思乡的情结，促使商品包装成为民族文化的传播载体。某品牌的月饼包装设计（见图 3），就很好地抽象了月亮和玉兔的传统艺术元素，并将之巧妙地融合到包装设计之中，较好地阐述了古诗“月有阴晴

图 3 月饼包装
Fig.3 Moon cake packaging

图 4 剑南春东方红酒的包装
Fig.4 The Oriental Red wine packaging of Jiannanchun

圆缺”的意境美，该包装用玉兔代替嫦娥奔月，提炼了兔子奔月的四个动作简图，完美地融合了主题“带我去月球”，很自然地表达出了形与意的结合，展现了月饼的传统寓意。

### 2.2 简化传统艺术图案融合于包装设计

中国传统图案不仅拥有极高的美学价值，而且富有独特的文化吉祥寓意。比如蝙蝠纹图案、龙凤纹图案等。设计师通过传统图案的寓意来体现商品的文化内涵，从而促使包装设计更具艺术特征。如剑南春东方红酒的包装，运用唐代的团龙纹样，象征着庄重与霸气的气势，以便传递出企业品牌龙腾盛世的文化寓意，达到唤起人们对商品的认同度的效果[7]，见图 4。剑南春的这一款酒的包装，借用中国传统图案形象，并借助一定文化内涵，通过引起消费者共鸣的手法，拓展其文化视野。它也不是一味的对传统进行借鉴、挪用，而是将复杂的形象进行简化整合设计，融合东方红酒名的艺术字体，更加符合现代人的审美观念。当今的包装设计需要对传统图案元素加以提炼，进行理念、形式的创新，赋予其现代包装设计的新语境，并寻找到恰当的契合点，以至于延伸其深厚的民族文化神韵和突出的审美意味形式，促使设计更民族性和时代感。佛文化在我国也有几千年的历史，对我国传

图 5　玉禅茶的包装
Fig.5　Packaging of Yuchan tea

图 6　富平春酒包装
Fig.6　The wine packaging of Fupingchun

统文化也产生了较为深远的影响。玉禅茶的包装设计就将佛文化图案融入到包装设计之中，见图 5。该款茶瓶整体饱满圆润、外张，十分形似坐禅的小和尚，在扩大容量的前提下，形象地体现出茶叶产自佛门玉禅寺。配以淡青色的釉面，形象地阐述了佛文化清净自然，与世无争的宁静心态，寓意茶能给消费者带来心旷神怡的心境。特别是茶瓶的图案对佛文化坐禅姿态的凝练达到了一个新的高度，简单的几笔勾勒出了一个禅坐的和尚，配以红色印章，很好地体现出了传统的艺术图案与现代包装设计的巧妙融合。

### 2.3　精炼传统造型艺术融合于现代包装设计

造型艺术具有一定的空间美的特征，使人们通过视觉效果来欣赏产品包装的艺术性。古代先民对生活中器物的造物经验、方法、设计思想，以及审美思想，都可以为现代包装设计带来启发指导作用。比如玉器、青花瓷器、青铜器等，都是具有一定张力的造型风格特征，能给人不同的感官体现，它与中国传统文化的博大精深是不可分割的。在现代包装设计中如能将其灵活、合理地应用，将会使商品脱颖而出，别具一格[8]。如富平春某款酒的包装设计，该款酒瓶整体采用玉器的圆环造型，别具一格，整体饱满、圆润，借以酒醇润、清甜的寓意。瓶身采用波浪凹凸纹样为底，结合凹凸表面的不同处理，栩栩如生地表现出酒水绵长醇厚的口感。瓶口收缩巧妙圆滑，特别富有现代设计的风格。整体采用黑色做底色，穿插金色文字，配以红色印章、红色瓶盖，这种红黑的颜色搭配现代感十足，简约的风格中蕴含着深厚的传统文化韵味，可以说此款酒的包装设计体现出了传统文化与现代设计的完美融合，见图 6。

## 3　结语

每个民族设计文化的发展和进步，基本都是在总结本民族的传统文化特征的基础上，融合当时的设计文化思潮，并不断发掘出新的设计元素，使本民族的设计文化随着历史发展而不断沉淀出新的特征。现代包装设计也需要不断创新，并不断增强传统设计元素的融合，在新的文化环境下，沉淀出本民族独有的包装设计文化特征。传统设计元素不仅能够提升现代包装的设计艺术表现力和感染力，而且使包装具有更为浓厚的文化拓展空间。在当今飞速发展的信息时代，传统设计艺术能给人们带来一种质朴、温馨的体现，然而它却是现代社会所不能给与的，寄托情感的回归。在当今设计思潮下，设计人员不需一味地抄袭国外的设计，挪用中国传统设计，而是要真正沉下心来，深入研究，取其精髓，将它们融合于一体，并逐步凝聚出一套有自己特色的现代包装的设计体系[9-10]。因此，中国现代包装设计需融合本土的设计文化，继承与发扬传统艺术设计的精神价值，设计出既有现代感，又富有民族特征的包装设计作品，使国内的包装设计走上一个新的台阶。

**参考文献：**

[1] 李鹏斌. 传统文化元素在现代包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2014, 35(8): 18-20.
LI Peng-bin. Application of Traditional Culture Elements in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(8): 18-20.

[2] 王伟伟, 胡宇坤, 金心. 传统文化设计元素提取模型研究与应用[J]. 包装工程, 2014, 35(6): 73-81.
WANG Wei-wei, HU Yu-kun, JIN Xin. Research and Application of Extraction Model of Traditional Culture Design Elements[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(6): 73-81.

[3] 王琥. 设计史鉴：中国传统设计文化研究(思想篇)[M]. 南京：江苏美术出版社, 2010.
WANG Hu. The Review of Design History: Chinese Traditional Design Culture Research (Thought Papers)[M]. Nanjing: Jiangsu Fine Arts Publishing House, 2010.

[4] 周宁丽. 水墨元素在现代家具设计中的应用[J]. 科技创新与应用, 2016(20) : 29-30.

（下转第 290 页）

电影文学, 2013, 6(2): 68-69.
WANG Ling-yan. Interpretation of American Culture and Personal Heroismin Iron Man[J]. Film Literature, 2013, 6(2): 68-69.
[7] 康逸. 生命的陨落与复活论电影《斯巴达 300 勇士》的悲剧精神[J]. 长春教育学院学报, 2014(16): 5-6.
KANG Yi. The Fall and Resurrection of Life, on the Tragic Spirit of the Movie "Spartan 300 Warriors"[J]. Changchun Institute of Education, 2014(16): 5-6.
[8] 潘力. 枯淡与华丽的交响——日本传统设计理念探源[J]. 装饰, 2008(12): 28-33.
PAN Li. Symphony of Quiet Elegance and Loud Flamboyance: Origin of Traditional Japanese Design Concept[J]. Zhuangshi, 2008(12): 28-33.
[9] 叶玲红, 谈薛莲. 标志动态化设计的语汇表达[J]. 包装世界, 2018(3): 50-53.
YE Ling-hong, TAN Xue-lian. Vocabulary Expression of Logo Dynamic Design[J]. Packaging world, 2018(3): 50-53.
[10] 潘道忠. 西方高校标志设计图式与风格特征[J]. 包装工程, 2010, 31(2): 80-83.
PAN Dao-zhong. Western College Logo Design Pattern and Style Characteristics[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(2): 80-83.

（上接第 276 页）

[10] 马宗妍. 浅谈系列化包装设计在品牌推广中的作用[J]. 品牌, 2011(8): 2.
MA Zong-yan. Role of Serial Packaging Design in Brand Promotion[J]. Brand, 2011(8): 2.
[11] 韩奕. 浅谈系列化在包装设计中的表现[J]. 艺术科技, 2017, 30(3): 245-246.
HAN Yi. Performance of Serialization in Packaging Design[J]. Art Science, 2017, 30(3): 245-246.
[12] 林晓丽, 张充吕. 论现代包装设计中的系列化表现[J]. 包装工程, 2017, 38(2): 246-248.
LIN Xiao-li, ZHANG Chong-lv. Serialization Performance in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(2): 246-248.
[13] 刘丽静. 谈包装设计中的系列化表现[D]. 石家庄: 河北师范大学, 2009.
LIU Li-jing. Serialization Performance in Packaging Design[D]. Shijiazhuang: Hebei Normal University, 2009.
[14] 肖广, 李轶南. 跨界视角西下地铁公共艺术的新媒体转向[J]. 工业工程设计, 2019, 1(1): 115-120.
XIAO Guang, LI Yi-nan. A Crossover Perspective on the New Media of Subway Public Art in the West[J]. Industrial & Engineering Design, 2019, 1(1): 115-120.

（上接第 283 页）

ZHOU Ning-li. The Application of Ink and Water Elements in the Design of Modern Furniture[J]. Technology Innovation and Application, 2016(20): 29-30.
[5] 郭湘黔. 品牌包装[M]. 长沙: 湖南美术出版社, 2009.
GUO Xiang-qian. Brand Packaging[M]. Changsha: Hunan Fine Arts Publishing House, 2009.
[6] 王燕. 传统手工艺的现代传承[M]. 南京: 译林出版社, 2016.
WANG Yan. The Modern Heritage of Traditional Crafts[M]. Nanjing: Yilin Press, 2016.
[7] 章晓岗, 张璐. 论包装设计与市场营销策略[J]. 包装工程, 2012, 33(4): 102-105.
ZHANG Xiao-gang, ZHANG Lu. Packaging Design and Marketing Strategy[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(4): 102-105.
[8] 袁美. 中国白酒包装设计与酒文化的研究[D]. 苏州: 苏州大学, 2009.
YUAN Mei. China Packaging Design for Liquor and Wine Culture[D]. Suzhou: Soochow University, 2009.
[9] 刘飞. 现代包装设计中传统元素的融入和应用[J]. 教育革新, 2008(6): 63-65.
LIU Fei. Integration and Application of the Traditional Elements in Modern Packaging Design[J]. Journal of Education Innovation, 2008(6): 63-65.
[10] 邵恒. 中国传统元素在现代包装设计中的融合性研究[J]. 包装工程, 2016, 37(6): 137-141.
SHAO Heng. Fusion of Traditional Chinese Elements in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(6): 137-141.