

地域特色在旅游产品包装设计中的运用

刘媛

(红河学院, 蒙自 661199)

摘要: **目的** 探究旅游产品包装设计中的现实困境, 并在此基础上分析地域文化元素对旅游产品包装设计的积极作用, 以及在旅游产品包装设计上的具体应用方向。**方法** 从旅游产品包装设计的产生背景展开讨论, 对旅游产品包装设计的现实发展进行探究, 接着分析其对地方经济的积极贡献与商业价值, 然后深入内部, 挖掘其中存在的诸如地域特征不鲜明、缺乏连续性、创新性不足等问题, 并从材料、造型、色彩等方面探索地域特色在旅游产品包装设计中的具体应用, 同时重点结合我国云南地区的应对策略和设计案例展开探索与实践。**结论** 旅游产品包装设计中地域特征的融合利用, 让旅游产品找到了演绎传统民俗文化的精髓的方式, 也在很大程度上满足了游客独特的审美需求, 促进了当地旅游经济的良性发展, 产生了积极的社会效应。

关键词: 地域特色; 旅游产品包装设计; 艺术性

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)20-0271-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.20.045

Application of Regional Characteristics in Tourism Product Packaging Design

LIU Yuan

(Honghe University, Mengzi 661199, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the practical difficulties in tourism product packaging design, and on this basis, analyze the positive role of regional cultural elements in tourism product packaging design and the specific application direction. From the generation background of tourism product packaging design, the practical development of the tourism product packaging design was explored, and then its positive contribution to the local economy and commercial value were analyzed. In-depth analysis was carried out to investigate the problems such as unclear regional characteristics, lack of continuity and insufficient innovation, and explore the specific application of regional characteristics in tourism product packaging design from the aspects of materials, shapes and colors. At the same time, the exploration and practice were conducted in combination with coping strategies and design case in Yunnan. The integration and utilization of regional characteristics in the packaging design of tourism products endows the tourism products with the essence of deducting traditional folk culture, meet the unique aesthetic needs of tourists to a large extent, promote the benign development of local tourism economy, and produce positive social effects.

KEY WORDS: regional characteristics; tourism product packaging design; artistic

地域特色产品包装是承载着地域丰富文化和鲜明特色的一张对外明信片, 可以说, 其所折射出的是一个地域的文化遗产、人民的生产生活方式、风俗民情等内容, 是当地百姓的精神面貌。如果在旅游产品的包装设计中适当融合当地独特的地域文化元素, 从中展现当地的文化特色, 不仅能够使旅游产品的包装

更加新奇独特, 而且也可以借此提升该地区的知名度, 有利于当地的经济的发展^[1]。然而, 从地域特色旅游产品包装设计的现实情况看, 虽然旅游行业的快速发展成为了推动经济发展的重要动力, 相应的地域特色旅游产品包装也逐渐得到重视, 但其中的问题也日益凸显, 如旅游产品包装缺乏新意, 没有将地域文

收稿日期: 2020-07-28

作者简介: 刘媛(1981—), 女, 云南人, 硕士, 红河学院讲师, 主要研究方向为民族民间工艺与设计理论。

化特色进行恰当展现等,必须进行深入的优化升级研究^[2]。这就要求设计者必须从旅游产品包装的特点及发展现状进行切入,就其具体措施进行深入细致的分析与研究。

1 地域特色在旅游产品包装设计中的应用价值

旅游产品主要包括当地艺术品、土特产、旅行纪念品、当地小吃等,是整个地区旅游业中的一个重要部分,且具备一定的文化价值与收藏价值,能够提升当地的整体形象,推动当地的经济发展。具体而言,地域特色旅游产品包装设计的积极意义主要表现在以下几方面。

1.1 宣传地方文化

将地域文化元素与当地的旅游产品包装设计进行融合,可以使包装成为该地区的有效宣传媒介,承载当地深厚的人情味特征和地方特色,在很大程度上提升产品的附加价值,发扬地域文化特色^[3]。

1.2 推动地方经济

一个有着浓郁地方特征的具备较强视觉识别性的旅游产品,是旅游地区经济创收的有效来源,其可以在短时间内吸引消费者的注意,并促使其产生购买的冲动,从而有效增加旅游产品销售量,给当地的旅游经济发展助力。

1.3 树立品牌形象

即便有着相同的产品质量与服务,也不能忽视品牌形象的树立,那些拥有很强识别性的品牌,总是能够凭借自身强大的品牌感染力和文化特色吸引消费者。这是因为产品知名度的提升,不仅对提升自身的竞争力有优势,而且还能够增加产品包装设计的规范性,树立良好的产品形象^[4]。

2 地域特色应用于旅游产品包装设计中的几个突出问题

旅游产品包装设计对地域特色文化元素的应用有着十分明显的积极意义,但其中的问题也不容忽视,如果不加以改进,得不到完善的解决,那么必将大大弱化实际的设计效果,导致包装设计的失败。

2.1 地域特征不够鲜明

地域特色产品的包装设计有赖于地域特征和文化内涵所赋予的强烈的视觉效果和识别性,但是,从当前的地方特色产品包装来看,有特色的旅游产品包装很少,即便有也大多不够鲜明,或者包装千篇一律,或者包装混乱,根本没有体现出“特色”二字^[5]。这种缺乏真正内涵的包装设计,对整个产品的形象树

立不仅毫无帮助,而且还会严重阻碍地方产品的良性发展,从而影响旅游产品的销售。

2.2 地域文化延续性差

同国际市场上销售的旅游产品的包装设计相比,我国现有的旅游产品包装设计还处于较落后的阶段,突出表现在我国现有的旅游产品包装仍然缺乏国际市场中高质量的旅游产品包装设计所拥有的美观性、实用性、互动性和地域性的特质,即便是那些在旅游地十分有特色的旅游产品,也没有传达出地方特色和文化内涵^[6]。这种地域文化延续性的缺失,使得消费者很难买到价格合理、层次较高的旅游产品。

2.3 地域文化创新不足

地方特色产品包装必须具备创新性,能够恰如其分地体现地域文化特色,从而获得更多的认可。但是,当设计出某个旅游产品包装很受市场欢迎后,山寨包装便跟风出现,导致投入大量人力、物力和资金研发产品包装的厂家损失惨重,加剧了市场的混乱与不正当竞争。这种单一、呆板、落后的包装形式在无形中降低了整个旅游产品市场的竞争力。

3 地域特色在旅游产品包装设计中的应用策略

事实证明,在旅游产品中增加地域文化是很有必要的,因此,越来越多的设计者在进行旅游产品的包装设计时,开始重新审视产品的特点及其相关属性,并从材料、造型、色彩等方面进行多样化的设计尝试,给当前的旅游产品市场带来了一丝新意和惊喜。主要结合云南等地的地域特色旅游产品包装设计展开具体分析。

3.1 材料应用

大自然的奇妙之处在于其在不同地域创造了不一样的环境因素,造就了各种不一样的风景和不一样的文化^[7]。材料元素作为与自然环境紧密相关的一种存在形式,其可以借助独特的触觉感知给旅游者带来不一样的购物体验。那些相对特殊的材料,不仅能使旅游者身临其境,体会到原汁原味的当地文化,而且还可以带给游客惊喜,激发游客的购买意愿。从这一层面看,旅游产品的包装材料在选择上应结合当地的天然材料,凭借该材料的特殊肌理以及质感,配合设计创意进行设计。在云南旅游区,鸡蛋的包装并不局限于传统的固有形式,而是采用稻草串的材料形式,将那些田间地头的植物进行编制创造,设计成草棒,然后将鸡蛋间隔地放入其中,再将草棒穿成串,独特的包装形式安全方便,十分具有地方特色,深受游客的欢迎^[8]。另外,在一些茶叶的包装设计上,多选用竹叶、竹箬等天然材料,地域特征也十分明显。七子

饼茶的产地西双版纳盛产竹箬,因此其包装设计就选用了竹箬材料。设计者将竹箬包装为一筒,再用细竹篾条捆扎,既满足了普洱茶本身存储所依赖的通气、阻隔异味、避光的特性,又体现出浓郁的地方特色,展现出更大的设计空间和更加强烈的艺术设计效果。

3.2 造型的应用

造型元素的运用同样讲究地域特征,以此吸引旅游者进行购买。这是因为具有地方特色的建筑造型、环境造型、地貌造型或者传统吉祥纹案等,都是美化地域特色旅游产品包装的不二之选,同时帮助旅游者加深对旅游区域的记忆^[9]。所以,在旅游产品中使用那些有着浓烈地域文化特征的图形图案作为产品包装的元素,可以增加整个包装的魅力,给人们带来非常直观的视觉冲击力,同时增强包装的辨识度,刺激旅游者购买^[10]。在云南丽江的旅游区域,当地的旅游产品设计多会选择那些有着强烈地方特色的东巴文字作为整个包装造型的重要元素。作为一种古老的象形文字,东巴文字具备时尚美观度,更容易理解,其只需要简短的文字就能表现出农耕的画面,从而将所要传达的含义进行生动展现,有着极高的辨识度,给地域特色旅游产品的包装设计带来了更加多样化的设计思路与方式。另外,云南地区的一些民族图案多与民族信仰和民族风俗习惯有着紧密联系。在生产力较低的古代,人们会选取某种动物或事物作为自己民族的图腾,并对其长期供奉。这种图腾崇拜同样可以体现在旅游产品的包装设计上。比如,普洱茶的包装设计就可以将云南地区少数民族的图腾崇拜图案进行艺术化的应用,通过改造与融合,使其整体形式与普洱茶的功能相结合,增强整个产品的辨识度,以富有新意的包装设计吸引旅游者的注意。

3.3 色彩的应用

产品包装中的色彩一直是所有视觉元素中最具冲击力的,尤其是色彩这一视觉因素在旅游产品包装设计中的应用,大大提升了旅游产品的包装效果,折射出当地独特的民俗民情、民间艺术等,更由于这些色彩是有别于其他地区的,所以更显得独特,充分表现出了旅游产品所具有的文化内涵,推动了该地区文化的发展与传播^[11]。在具体的色彩选用上,设计者并不是盲目的,而是从旅游产品所具有的文化属性以及赠送属性出发,选择那些具有民族特色以及吉祥祝愿的色彩,从而使产品包装以内涵性和独特性,给旅游者留下美好的旅游回忆。其一,进行必要的色彩采集。色彩采集是进行色彩创意的重要环节,需要设计者仔细观察、寻找并记录具备地域文化色彩的种类和特点,然后以此为基础,对色彩进行分类和整理,最终提炼出每一种色彩的不同效果。其二,进行大胆的色彩重构。基于前期的色彩采集工作,设计者可以将所

收集到的色彩运用到旅游产品包装设计中,进行大胆的色彩重构,或者进行升华,或者组合成新的色彩图案,吸引受众的眼光^[12]。以普洱茶包装设计为例,其对色彩的选择与应用,就可以组成富有新意的色彩图案,借助色彩的交替、重复等形式,创造出更加完美的色彩,从而使普洱茶的包装设计更加具有吸引力。

4 结语

特色化的产品是一个地区的文化与经济的重要载体,也是展现地区魅力与文化特色的主要方面,因此具有特色是各领域产品设计的共同追求^[13-14]。对于旅游产品的包装设计而言,想要获得长远的发展,推动地区经济的发展和文化的繁荣,必须结合自身的地域性特征,提炼其中的精髓元素,彰显地域民俗风情,传承地域文化。基于此,本文对地域特征在旅游产品包装设计中的应用进行思考,找到传统民俗文化与设计共通之处,让旅游产品包装设计能够传达出地域文化的“神”,重新演绎地域文化的精髓,设计出真正有地方特色的旅游产品包装。只有这样,才能实现地方民族特色与时代精神的完美结合,保护旅游产品不被国际文化交流的大潮所同化,有效带动产品的销售,进一步提升旅游产业的发展。

参考文献:

- [1] 王锐. 民族地域文化对现代包装设计的影响[J]. 民族艺术研究, 2010, 23(3): 102-107.
WANG Rui. The Influence of Ethnic Regional Culture on Modern Packaging Design[J]. National Art Research, 2010, 23(3): 102-107.
- [2] 张焱. 云南地域文化在云酒外包装中的应用[D]. 武汉: 湖北工业大学, 2012.
ZHANG Yao. Application of Yunnan Regional Culture in Yunjiu Packaging[D]. Wuhan: Hubei University of Technology, 2012.
- [3] 付慧娟. 金华地域文化在特色产品包装设计中的运用[J]. 现代装饰(理论), 2013(8): 87-88.
FU Hui-juan. The Application of Jinhua Regional Culture in the Packaging Design of Characteristic Products[J]. Modern Decor (Theoretical), 2013(8): 87-88.
- [4] 张妍. 长白山地域特色产品包装设计教学研究[J]. 文教资料, 2017(26): 196-197.
ZHANG Yan. Teaching Research on Packaging Design of Regional Specialty Products in Changbai Mountain[J]. Culture and Education Materials, 2017(26): 196-197.
- [5] 李飞. 旅游产品包装设计探讨[J]. 科技风, 2017(18): 270-271.
LI Fei. Discussion on Packaging Design of Tourism Products[J]. Science and Technology, 2017(18): 270-271.

(下转第283页)

- 10-17.
SHAN Hao. Analysis of New Media and Advertising Design[J]. Creative Design Sources, 2014(1): 10-17.
- [8] 刘西哲. 新媒体时代广告设计表现形式分析[J]. 速读旬刊, 2017(6): 248.
LIU Xi-zhe. Analysis of the Expressions of Advertising Design in the New Media Age[J]. Speed Reading, 2017(6): 248.
- [9] 边婧. 探讨新媒体环境下的广告设计[J]. 美术界, 2013(7): 102.
BIAN Jing. Exploring Advertising Design in New Media Environment[J]. Art World, 2013(7): 102.
- [10] 张志腾. 新媒体环境下的现代标志设计[J]. 岁月月刊, 2011(10): 23.
ZHANG Zhi-teng. Modern Logo Design in New Media Environment[J]. Monthly Magazine, 2011(10): 23.
- [11] 柳林, 徐敏. 新媒体环境下动态标志设计形式分析[J]. 戏剧之家, 2016(4): 173-174.
LIU Lin, XU Min. Analysis of Dynamic Logo Design Forms in New Media Environment[J]. Theatre House, 2016(4): 173-174.
- [12] 王静. 数字媒体技术对中国标志设计的影响分析[J]. 艺术科技, 2014(5): 410.
WANG Jing. Analysis of the Influence of Digital Media Technology on Chinese Logo Design[J]. Art Science, 2014(5): 410.
- [13] 王梦豪, 黄斌. 新媒体语境下的视觉传达设计探讨[J]. 科技传播, 2015, 7(12): 99-101.
WANG Meng-hao, HUANG Bin. Discussion on Visual Communication Design in the Context of New Media[J]. Technology Communication, 2015, 7(12): 99-101.
- [14] 袁瑞佳, 余洋. 关于视觉传达中极简主义简而不减的新思考[J]. 工业工程设计, 2020, 2(2): 149-152.
YUAN Rui-jia, YU Yang. A New Thinking about Minimalism in Visual Communication[J]. Industrial & Engineering Design, 2020, 2(2): 149-152.

(上接第273页)

- [6] 宋羽飞, 王涵. 分析旅游产品包装设计[J]. 旅游纵览(下半月), 2017(4): 303.
SONG Yu-fei, WANG Han. Analysis of Tourism Product Packaging Design[J]. Travel Overview (The Second Half of the Month), 2017(4): 303.
- [7] 张春燕, 夏国栋. 从地域特色的角度谈旅游纪念品包装设计[J]. 艺术科技, 2013(9): 193.
ZHANG Chun-yan, XIA Guo-dong. Discussion on the Design of Tourist Souvenirs from the Perspective of Regional Features[J]. Art Science, 2013(9): 193.
- [8] 徐灿. 旅游产品包装问题浅析[J]. 当代经济, 2011(10): 52-53.
XU Can. Analysis on the Packaging of Tourism Products[J]. Contemporary Economy, 2011(10): 52-53.
- [9] 靳美. 地域特色产品的包装设计分析[J]. 文艺生活旬刊, 2013(12): 181.
JIN Mei. Analysis of Packaging Design of Regional Specialty Products[J]. Journal of Literature and Art, 2013(12): 181.
- [10] 甄永亮. 地域文化特征影响下的普洱茶包装设计研究[J]. 才智, 2016(32): 230.
ZHEN Yong-liang. Research on the Design of Pu'er Tea Packaging under the Influence of Regional Cultural Characteristics[J]. Intelligence, 2016(32): 230.
- [11] 徐杨欢. 地域文化在绿茶茶叶包装设计中的应用[J]. 丝路视野, 2017(33): 94-95.
XU Yang-huan. Application of Regional Culture in Green Tea Packaging Design[J]. Silk Road, 2017(33): 94-95.
- [12] 黄绮璘. 解读现代普洱茶包装设计中的地域美学及其表现[J]. 包装工程, 2018, 39(12): 59-62.
HUANG Qi-lin. Interpretation of Regional Aesthetics and Its Performance in Modern Pu'er Tea Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(12): 59-62.
- [13] 李学坤, 龚蓓. 浅谈地域文化对产品包装设计的影响[J]. 西江月, 2012(30): 151.
LI Xue-kun, GONG Bei. On the Influence of Regional Culture on Product Packaging Design[J]. Xi Jiangyue, 2012(30): 151.
- [14] 许双月, 巩森森. 生态伦理视角下的包装设计策略研究[J]. 工业工程设计, 2020, 2(3): 67-72.
XU Shuang-yue, GONG Miao-sen. Packaging Design Strategies in the Perspective of Ecological Ethics[J]. Industrial & Engineering Design, 2020, 2(3): 67-72.