

包装设计中的地域文化元素渗透探析

乌日勒

(内蒙古农业大学, 呼和浩特 010018)

摘要: **目的** 探索地域文化元素在包装设计中的融合策略。**方法** 从包装设计在时代发展中的突破与创新谈起, 结合人们的审美需求与包装的自身发展, 引出包装设计对文化与审美的追求以及对独特性的突出, 从而将地域文化作为重要的关注点, 分析其在包装设计中的应用方向, 分别列举了图形、色彩、符号等细节的渗透可能性与价值, 接着分旅游产品包装、地方特产包装、文创产品包装三方面就具体的渗透方式与路径展开了深入探讨, 以印证两者融合的可行性。**结论** 包装设计以使用价值和视觉价值为主要目标, 而地域文化元素的有效渗透恰恰可以赋予包装以个性化的艺术魅力与价值, 让人们的审美需求得到极大满足, 从而在美化产品的基础上提高产品的整体价值, 带来更好的经济效益。

关键词: 包装设计; 视觉价值; 审美需求

中图分类号: TB482; J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)12-0289-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.12.041

Analysis on the Infiltration of Regional Cultural Elements in Packaging Design

WU Ri-le

(Inner Mongolia Agricultural University, Hohhot 010018, China)

ABSTRACT: This paper is to explore the integration strategy of regional cultural elements in packaging design. From the packaging design in the breakthrough and innovation in development, combined with the development of people's aesthetic demand and packaging, this paper leads to the pursuit on culture and aesthetic and the highlight of uniqueness in the packaging design, makes the regional culture as an important concern, analyzes its application direction in the packaging design, lists the penetration probability and value of graphics, colors, symbols, etc. Respectively, and then makes a deep discussion on specific permeability methods and paths of tourism product packaging, local specialty packaging, and cultural and creative product packaging, to verify the feasibility of the integration of regional cultural elements in packaging design. The main targets of packaging design are the use value and the visual value, and the effective permeability of regional culture elements can grant personalized artistic charm and value to the packaging, to greatly satisfy the aesthetic needs of people, improve the overall value of products on the basis of beautifying products, and bring better economic benefits.

KEY WORDS: packaging design; visual value; aesthetic demand

在不同的地区和民族中, 地域文化总是有着自身独特的闪光点, 不仅个性鲜明, 还有着强烈的象征意义, 这些地域文化共同造就了独特性与多样性的普遍特征, 并在时代的发展和文明的进步中突显出来。从整体上看, 地域文化是特定地区的文明、风俗的代表, 是生活在其中的人们普遍具有的地区认同感或者民族认同感。尤其在我国这样一个幅员辽阔、民族众多

的国家, 独特性和地域性十分丰富且鲜明的文化元素一直在不断地发展着, 并与各个行业领域相融合, 在艺术化的渗透中实现着自身的价值与魅力, 为各个行业和领域带来了更多的可能性。在当前的包装设计领域, 设计者开始从产品的特性出发, 寻找其与地域文化特征之间的联系, 并借助一些先进的转化手段和设计手段, 将其中的精髓进行保留, 同时进行适度的创

收稿日期: 2021-03-06

作者简介: 乌日勒(1978—), 女, 内蒙古人, 硕士, 内蒙古农业大学讲师, 主要研究方向为视觉传达。

新,让地域文化元素能够与产品包装融为一体,既实现美化产品包装外观,又凸显独特文化与审美特色,从而满足人们内心的地域认同感和求异心。

1 地域文化元素在包装运用中的主要表现

包装设计的主要方向是销售,是在保护产品不被破坏的同时突出视觉传达效果,抓住消费者的眼球,引发更高层次的审美与情感共鸣,从而实现促进消费的目的^[1]。如果没有一个优质的包装,那么产品的吸引力也将大打折扣。地域文化元素在包装设计中的应用就应以此为基础,结合自身的图形、色彩与符号等细节元素展开深入探讨,总结可行的表现形式与应用方向。

1.1 地域文化中的图形表现

图形元素可以将设计者的思想进行更加直观地展现,将包装设计作品的外在表现得更加引人注目,同时影响人们对产品的判断,是一种没有语言阻隔的元素符号。地域文化中突出的图形元素在包装设计中的应用更是这样的一种存在^[2],其能够表现一种独特的视觉语言,强化产品的视觉形象,从而传递产品独特的情感内涵,以更加强大的表现力去展示产品的特殊性,提升人们对产品的兴趣,刺激购买欲望。

1.2 地域文化中的色彩表现

色彩元素的视觉表达更加直接,它总是能够凭借自身独有的地域文化特色去激发人们的联想和情感,这正是包装设计所需要的^[3]。可以说,在包装设计中,地域色彩元素的巧妙应用能够在无形中起到指引和暗示消费者的作用,让其一眼就被深深吸引,具有视觉享受。

1.3 地域文化中的符号表现

地域文化中的符号元素是代表了其精神形象和情感气质的重要方面,有着各个时代发展中所认同的审美思想,如太极图、方块字等,这些地域符号能够凭借自身较强的识别性为产品包装增添视觉性识别效果,从而使产品的包装更加凸显其独特性,更好地区别于同类商品包装,保证视觉传达的效果和艺术价值。

1.4 地域文化中的材料表现

产品的包装设计中如果没有恰当选择材料,是难以达到理想的设计效果的,不仅在使用性能方面有所欠缺,还可能事倍功半,造成消费者的反感^[4]。若能够从地域文化元素中精选具有代表性的材料,使其与产品包装相融合,突出地域特色,尤其帮助产品包装彰显地域文化内涵,必将会更好地吸引消费者,使其乐于更加深入地观赏产品包装,促成更高层面的情感体验,从而打动其内心,成为最终的胜利者。

2 地域文化元素在包装设计中的渗透策略

从我国的产品包装市场看,各种形式的包装琳琅满目,整体的竞争氛围浓郁。这既是一种突出自我的机遇,又是一个很大的挑战。如果没有独特的形式与内容,很可能迅速在包装的海洋中淹没,最终彻底消失^[5]。事实也证明,那些有着自身独特视觉符号和文化价值的包装正是支撑产品更好突出重围的一大关键。下面结合具体的设计实践总结有效的渗透路径。

2.1 旅游纪念品包装设计中的地域文化元素

我国的自然环境、人文特点有着突出的个性化特色,旅游发展前景良好,而随着旅游业的发展,旅游纪念品市场开始活跃起来,出现了品种繁多的产品形式。但是,在当前的旅游市场上,旅游纪念品面对竞争逐渐显现出一些弊端,如缺乏特色和个性、文化内涵缺失,或者包装过于简陋,抑或过于追求华丽包装,这对旅游纪念品的销售与发展十分不利^[6]。将旅游地独特的风俗文化和自然环境特色等融入旅游纪念品包装设计中,可以借助地域特征的优势更好地提升旅游纪念品的艺术价值,促进旅游纪念品的销售。首先,地域色彩元素的应用。地域色彩是旅游地十分具有代表性的文化元素之一,其中蕴含着当地的民间艺术和民风民俗,对提高旅游纪念品的视觉效果,提升旅游纪念品的包装效果有着很好的促进作用。比如,北京是多朝的都城,本身有着一种高贵的地域气质,反映在色彩上主要表现为红色和紫色,这些浓烈且热情的色彩能够给予旅游纪念品包装更加突出的视觉表达效果,配合其他视觉元素的艺术化改造与配合,能够获得更加理想的艺术设计效果。其次,地域造型元素的应用。图形是一种能够很好地概括和表现地域文化的视觉符号,其在整体的造型设计中多采用仿生的手法,以旅游地独具特色的艺术原型进行艺术化的创造^[7]。比如,洛阳以牡丹为造型主体进行了旅游纪念品包装设计的融入;桂林以漓江的山水风景为原型所进行的旅游纪念品包装设计;等等。这些代表性元素符号能够很好地体现旅游地的地理特色,从而给旅途中的人们带来悠闲的审美体验,同时更好地强化了产品的影响力。再次,地域材料元素的应用。不同的旅游地的旅游纪念品也不相同,适当融入一些当地特色的材料元素,能够让游客体验到原汁原味的旅游地文化,同时满足游客求异求新的心理^[8]。比如,青岛是一个临海城市,其旅游纪念品包装设计就可以将贝壳作为主要的设计元素,如此便能在凸显地域文化的同时,满足游客的心理需求。

2.2 地方特产包装设计中的地域文化元素

地方特产的包装设计对地域文化元素也有着极高的应用需求,这是因为产品的包装设计除了展示基本的功能、特点外,还应适当被艺术化,突出功能特

征,尤其在市场竞争激烈的前提下,其包装更要进一步发挥区域性优势,将代表性的地域文化元素融入进来,突出一种文化特征,提升地方特产的附加值和整体的竞争力^[9]。首先,从地域图形符号着手。地域文化视觉语言在农产品中的应用有着极强的应用价值,可以细致地展现地方特产包装的艺术性和适用性特点,提升整体的有效性和审美价值。云南“丫眯”鲜花饼就是云南当地的一种代表性地方特产,其包装设计就对地域文化视角符号元素进行了艺术的融合与应用,以傣族少女、云南建筑、鲜花等视觉图形符号为主体,凸显“云南印象”,从而在准确表达主题的基础上,赋予了产品更多的附加值,无论是地域属性、文化属性还是审美属性,都在这一设计过程中发挥着自身的作用,并共同形成了一张文化名片,让消费者眼前一亮。其次,从地域材料着手。地域文化元素中的材料是很重要的组成内容,其与地域有着深切的联系,是土特产品包装设计的有效支持^[10]。比如,大兴安岭山珍产品的包装设计就在追求简洁的基础上选择了木质包装盒,不仅与当地的地域特点相契合,强调了独特的文化、个性,而且突出的视觉效果让其价值得到了有效提升。

2.3 文创产品包装设计中的地域文化元素

文创产品包装设计在我国虽然起步相对较晚,但发展速度惊人,也越来越受重视^[11]。在文创产品设计过程中,设计者开始与地域文化元素结合,以呈现更加悠久的历史背景,展示民族文化,提高文创产品的艺术价值。首先,图案纹样元素的借鉴。文创产品的包装多从地域文化中的图案纹样中提炼,如剪纸图案、牡丹花、版画、年画等,都是可以借鉴和应用的理想方面^[12]。一款台灯的包装设计就结合了剪纸装饰画元素,让整体的包装拥有了全新的意境,整体的艺术效果和文化内涵浓郁,吸引了众多的消费者。其次,地域文化内涵的应用。文创产品的包装设计并不是越繁复越好^[13]。很多时候,从地域文化视角着眼,遵循“少即是多”的审美原则和文化内涵,以质朴低调的形式去展现简约的风格特征,回归本真状态,能够达到更加理想的效果。故宫文创产品中一款宫廷茶包装设计就很有代表性,其整体并没有大面积的色彩渲染和图形累积,而是以清雅的色调和面积的留白营造恬静悠远的空间氛围,再简单书“宫廷茶”几个大字和印章,便创造出一种质朴实用到打动用户心的艺术效果,其看似简单的设计都是设计者在反复的推敲、磨合、尝试中的取舍,文化气息浓郁。

3 结语

地域文化元素是一种财富,也是一种积累。它不是一成不变的,在保留精髓的同时,其内部也进行着创新与升级。将这种地域文化中的代表性元素进行提

炼,配合艺术化的手法和先进的设计理念,与包装设计进行充分的融合,可以为包装设计注入更多的灵感来源,呈现出与众不同的韵味与美感,从而实现长远的发展。当务之急,设计者应科学挖掘地域文化中的视觉元素,将产品包装设计与地域文化的元素符号相结合,全面打造更具个性且内涵丰富的包装形式,以独特的文化韵味迎合人们的审美需求,促进包装设计行业的发展,打开包装设计的新天地。

参考文献:

- [1] 周明明. 基于地域文化视觉元素的包装设计浅析[J]. 艺术与设计(理论), 2016, 322(4): 37-39.
ZHOU Ming-ming. An Analysis of Packaging Design Based on the Visual Elements of Regional Culture[J]. Art and Design(Theory), 2016, 322(4): 37-39.
- [2] 吴昊霖. 地域文化元素在地方特色产品品牌及包装中的设计与推广研究[J]. 传播力研究, 2019(12): 16-17.
WU Hao-lin. Research on the Design and Promotion of Regional Cultural Elements in Local Featured Product Brands and Packaging[J]. Communication Research, 2019(12): 16-17.
- [3] 冯俊. 民族地域文化在现代包装设计中的应用[J]. 作家, 2013(18): 253-254.
FENG Jun. The Application of National Regional Culture in Modern Packaging Design[J]. Writer, 2013(18): 253-254.
- [4] 代广红. 地域文化在包装设计中的应用[J]. 现代装饰(理论), 2015(9): 129.
DAI Guang-hong. Application of Regional Culture in Packaging Design[J]. Modern Decoration(Theory), 2015(9): 129.
- [5] 张杰, 张伟. 地域文化对现代包装艺术设计的影响[J]. 装饰, 2008(1): 84-85.
ZHANG Jie, ZHANG Wei. The Influence of Regional Culture on Modern Packaging Art Design[J]. Zhuangshi, 2008(1): 84-85.
- [6] 齐秀芝. 地域文化元素在旅游产品中的可视化应用[J]. 现代装饰(理论), 2014(10): 162-163.
QI Xiu-zhi. Visual Application of Regional Cultural Elements in Tourism Products[J]. Modern Decoration(Theory), 2014(10): 162-163.
- [7] 刘久英, 王艺. 浅谈地域特色在旅游产品包装设计中的应用[J]. 艺术科技, 2019, 32(3): 175.
LIU Jiu-ying, WANG Yi. Talking about the Application of Regional Features in Tourism Product Packaging Design[J]. Art Science and Technology, 2019, 32(3): 175.
- [8] 汪美谕. 现代产品包装的地域性特征研究[J]. 艺术科技, 2019, 32(4): 183.
WANG Mei-yu. Research on the Regional Characteristics of Modern Product Packaging[J]. Art Science and Technology, 2019, 32(4): 183.

(下转第 297 页)