

中国传统文化元素在品牌设计中的应用研究

傅彦斌

广州构国学图品牌设计有限公司

[摘要] 我们国家具有悠久的历史，同时具有优秀的传统文化，在我国不断的不断发展中，各传统文化实现了传承与发扬。本篇文章通过对中国传统文化元素进行介绍，及时分析中国传统文化元素的重要性，进一步探究实现中国传统文化元素在品牌设计中的应用，确保实现中国传统文化的发扬光大。与此同时，消费者在受到品牌设计的影响，产生一定的情感共鸣和文化共鸣，实现品牌影响力的扩大。

[关键词] 中国传统文化元素；品牌设计；应用研究

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.1195

一、中国传统文化元素介绍

中国传统文化元素具有丰富的种类，各种不同的类型都有着其鲜明的特点，在今后的发展中都得到了有效的发扬光大，并直接对人类社会的发展起着非常重要的推动作用。中国传统文化元素具有非常重要的特点，既有深厚的文化底蕴，又同时具有时代美感，在现实发展中，及时实现将中国传统文化元素与品牌设计的有效融合，真正意义是实现品牌形象的提升。

（一）中国风的标志

中国风在一定程度上是中国传统文化元素的展现和传承，对于品牌形象的建立的影响具有积极的作用。中国风的标志并没有具体的形象表明，各种符号、建筑、以及表现风格的展现，中国风的展现能够借助于中国传统文化的深远影响力，提升整体的品牌价值，有利于实现该项品牌的快速发展，而一个优秀的品牌设计，必须具有自身鲜明的特点，在具备自身鲜明特点的同时，能够给人留下深刻的印象，并且能够提升对该项品牌设计的好感。品牌设计理念的展现，同时也是企业文化与企业发展理念的另一种表现形式，实现对品牌设计的良好展现，在一定程度上实现了品牌档次的提升。品牌设计中实现中国传统文化元素的融入，还能真正实现东西方文化的交融，实现东西方文化交融，能够真正实现东西方文化的共同发展。

（二）艺术作品

中国的传统文化中，有众多优秀的艺术作品，瓷器、古诗词、山水画等都具有浓郁的中国传统文化特色。在进行品牌设计的过程中，能够真正意义上实现各种传统文化的发扬光大，此外，还需要根据品牌的具体特点进行中国传统文化中的艺术作品的选择。追求简练的话可以将古诗词与品牌设计结合，简约而大方，并且具有丰富的文化寓意。随着人民群众生活水平的提升，已经不再满足于解决基本的问题，更希望满足自身的精神需求，因此在不断的不断发展中实现了品牌设计质量的提升，更加注重品牌设计背后的文化内涵，才能真正有效促进品牌设计的发展，确保在今后的发展中实现品牌竞争力的提升。中国风格的各项设计还能够实现与各项艺术作品的结合，将艺术作品中所表达出来的情感进行升华，能够实现两者的相互呼应，能够给人带来美好的视觉享受。

（三）线上程序界面

随着信息技术的快速发展，互联网技术得到了广泛的应用，在实现互联网技术应用的同时，各品牌在发展中更加注重

实现线上程序的发展，进一步扩大消费群体。因此在进行线上程序界面设计时，更需要兼顾整体的美感以及消费者的使用体验，只有在实现两者兼顾的同时，才能够真正实现品牌价值的提升。消费者消费观念的转变，更加注重在实际的消费过程中的体验，通过自己切身的感受，实现对品牌的了解，在对品牌不断了解的过程中，能够及时发现品牌发展中的问题。线上程序界面设计中，界面整体可以进行主题设定，此外在特殊的节假日中还可以通过制定特色主题进行展现，给消费者耳目一新的感觉，中国传统节日同样丰富多彩，通过开展各种节假日促销活动，实现销售额的提升，进一步推动品牌的发展。品牌在实现快速发展的同时，能够有更多的精力与资本继续投入到品牌设计之中去。在这个信息化时代中，人们获取各种信息的方式变得多种多样，因此只有在今后的发展中注重体现自身的特色，才能有效吸引消费者的眼球，能够在接下来的工作中进行各项品牌特点的展现，实现品牌的发展。

二、中国传统文化元素的重要体现

（一）传统造物思想

中国传统文化博大精深，传统造物思想同样源远流长，在今后的发展中为人类社会留下了宝贵的财富，而这些宝贵的思想在今后的品牌设计中都需要得到充分的利用，只有在实现充分利用的同时，才能够充分发挥中国传统文化的价值。中国传统文化的深远影响，能够有效提升品牌设计的文化底蕴和文化内涵，中国传统文化中主张实现与自然的发展平衡，有效遵循自然的发展规律，只有在实现该项目标的同时，才能够真正促进实现社会经济的持续发展。中国传统的造物思想注重运用自然生态设计，这一理念正好也能有效适应现阶段的经济需求，真正意义上实现人类与自然的和谐相处。

（二）传统手工艺

中国传统的手工艺具有非常重要的历史地位，是广大人民群众在生产经营活动中总结出来的生活经验，结合实际的生活需求进行的文化生活创造。中国传统的手工艺的展现，能够有效拉近消费者与品牌之间的距离，通过独特的艺术展现，提升品牌设计的生活属性，通过多种多样的展现形式，真正意义上实现中国传统文化元素的发扬光大。传统文化元素虽然具有一定的地域性，但是在实际的发展中，由于各项文化的互通，能够通过传统文化实现不同文化背景下人们的正常交流，在进行文化交流的同时，能够真正做到取长补短，文化交流碰撞中还

能够实现各项文化的融合。中国传统文化在实现快速发展的同时，还能有效激发中华民族的爱国热情，在今后的工作生活中更加积极主动去寻找传统文化。实现传统文化的充分利用，不仅仅是简单实现对传统文化的利用，还能够真正提升我们国家的品牌设计能力，我们国家品牌设计能力的提升对于我国今后社会经济发展具有非常重要的意义。

（三）传统造物艺术

作为传统艺术门类，造物艺术的现实形式为器物，在社会发展中与人们的各项生活密切相关，并且直接影响着每个人的正常生活。造物艺术在发展中需要同时体现出美观和实用的特点，只有在实现两者有效统一的基础上，才能够真正体现出中国传统文化的特点。在今后的社会发展中，各种传统造物艺术的应用，为人们的生活带来了一定的便利，同样还对整体的品牌设计工作产生深远的影响，只有在确保造物艺术实现有效利用的同时，才能够真正实现中国传统文化发展理念的体现，进而真正实现中国传统文化的发扬光大。各种特定器物的表现，能够真正提升品牌设计的质量，在实现上述要求的同时，能够实现对传统文化的充分利用，改变中国传统文化的发展现状，全面提升整体的发展水平，确保实现中华传统文化的传承。中国传统文化中众多优秀的成分将在后续的品牌设计中得到更为广泛的应用，进一步实现社会的发展。

三、中国传统文化元素在品牌设计中的应用研究

（一）运用传统元素符号

中国传统文化主要由两个部门组成，分别是宇宙本源与人类劳动形成物。宇宙本源指的是在整体的社会发展中，自然环境中所表现出来的特征，没有后续经过人类的修饰，形成的自然符号，原始的山川和自然景观等。而人类劳动形成的主要是后期人类生活过程中形成的特有的表现形式，在今后的发展中与人类的生活息息相关，直接影响着人类的整体生活。因此在进行品牌设计中需要充分明白两种表现形式的特征，确保在进行设计中能够满足自身的实际需求。自然符号与人为符号的选取都具有非常重要的意义，对于品牌设计质量的提升具有重要的影响。消费者在对品牌不了解的前提下，能够通过对品牌设计的关注，根据自身的喜恶进行选择，中国传统文化的作用，在提升整体美感的同时，还具有深厚的文化内涵，能够真正促进品牌竞争力的提升。

（二）运用传统色彩

传统色彩的运用，同样也是中国传统文化的重要组成部分。中国传统文化中在进行色彩表达中，能够及时根据表达事务的意境进行选择，通过不断的色彩展现，进一步体现出中国深厚的文化底蕴。中国传统文化中的传统色彩的运用，能够在一定程度上提升物品的表现力度，色彩运用中同时还需要注重对传统思想的遵循。在我国传统文化中，红色就是喜庆的象征，人们对于红色的情感明显与其他颜色不同，红色的内涵更大程度上是体现中国的颜色，因此在进行品牌设计的同时，需

要注重对此项内容的关注，结合品牌的实际进行调整，实现整体品牌质量的提升。

（三）运用传统工艺和材料

随着社会经济的发展，中国传统文化中各种艺术品的表现形式与现代社会的发展有着极大程度的不同。传统工艺和材料，在发展中积累了广泛的素材，因此为品牌设计工作的开展提供了重要的便利。在运用传统工艺和材料的同时，还需要注重传统工艺与现代工艺的结合，只有这样才能够在既保留传统工艺的基础上，实现真正的与时俱进。传统工艺和材料经过了时间的考验，虽然与现阶段的社会发展现状存在一定的不同，但是能够为品牌设计工作提供更为丰富的素材。新的品牌设计与中国传统文化相结合，还能够更好的适应我国的发展国情，有利于实现我国市场经济的发展，同时吸引更多的消费者，真正提升品牌的整体影响力，为实现社会经济的发展做出应有的贡献。

（四）运用中国传统设计方式

在各品牌设计中融入中国传统元素的前提下进行推广策划设计，还应更加注重品牌的设计方式与中国传统文化的结合。运用现代化的技术手段，能够在一定程度上快速推动品牌设计的发展，但是中国传统文化背景下的设计方式，为品牌设计工作提供了最为基础的保障，能够将中国传统文化全方位的渗入品牌设计工作中去，在实现品牌设计的同时，能够通过各项数据的有效分析，选择其中最为有效的数据资料，结合现代化的设计方式，提升整体的品牌设计质量。在这种情景下形成的品牌设计方法能够在实现理性美的同时，兼顾中国的传统文化，实现了各种文化的跨界结合，真正意义上促进了品牌设计质量的提升，逐渐形成一个统一的整体，实现消费市场的进一步扩大。

结语

综上所述，中国传统文化元素有着其独特的优势，凭借其独特的美感和艺术文化底蕴，受到越来越多的人的喜爱，在品牌设计中融入中国传统文化元素，能够有效提升品牌设计的文化底蕴，更能直接提升品牌设计的整体形象。随着经济全球化的到来，中国传统文化元素实现了在世界范围内的流行，因此在今后的发展中，需要充分利用好中国传统文化元素的优势，突出品牌特点，在扩大品牌影响力的同时，实现中国传统文化的发扬光大。

参考文献：

- [1] 王英杰. 中国传统文化元素在餐饮品牌设计中的运用[J]. 明日风尚, 2016(12): 101.
- [2] 刘建斌. 中国传统文化元素的构成与设计应用[J]. 艺术与设计(理论), 2016, 2(10): 28-29.

作者简介：傅彦斌 性别：男 民族：汉 出生年月：1983年6月30日 本科 广东省广州市 研究专长：视觉传达