

旅游纪念品包装的民族文化性探索

丁彤彤

辽东学院

[摘要] 旅游纪念品是旅游者在旅途中所购买的具有当地特色文化的产品,且极富地域民族特质。大部分纪念品在旅游产业的营销中,以其包装为信息传递载体,设计则遵循视觉传达准则,体现旅游区的地域文化特性。因此,本文先从纪念品包装设计元素着手,结合实践并进行简要分析旅游纪念品包装中所蕴含的民族文化性,以期为我国旅游纪念品包装设计提供相应参考依据。

[关键词] 旅游纪念品; 包装; 民族文化性

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.12.2108

一、引言

现阶段,旅游业已逐渐变为社会绿色经济增长的重要组成部分。随着社会持续发展,大众生活形式衍生出多变性,因此大众借助旅游来释放生活中的所产生的压力,在旅游中旅游纪念品作为当时当地的特定文化产品,逐步形成承载旅游业文化物质形式,更是彰显旅游目的地的一张名片。旅游纪念品的发展在一定程度上推动了旅游业的可持续发展,这与其包装个性化设计紧密的关联,能通过旅游纪念品展现出区域民族文化价值,是旅游地域的微小缩影。因此,需进一步深入探索与发展旅游纪念品包装的民族文化性,推动纪念品包装设计发展,掌握地域民族文化和风格特征,使其具有地域文化的独有IP。

二、发展现状

(一) 旅游纪念品

目前,旅游业已是新世纪的一种崭新的生活方式,并被列为世界新经济增长值^[1]。旅游业发展与旅游纪念品有着割舍不断的关联性,因而对于纪念品包装设计需进一步发掘出,附有传统文化与民族风格,并拥有个性化特征与较高审美情趣,同时追求自然、健康、环保的绿色理念。一般市场会将旅游纪念品划分成几个部分,如文物仿制品与艺术品(画卷、书法等)、手工艺品、土特产等。在现今的纪念品市场,常出现有3种:一为标准纪念品(明信片、窗花剪纸、刺绣);二为生活必需品(手工吊毯、手工编织、布娃娃);三为装饰品(雕像、中国结、竹制品)^[2]。然其均以传统手工艺品为主打,且伴有一定浓郁的民族文化隅区域特征,备受欢迎。

(二) 纪念品包装

旅游的游客多为追求异域文化,想要保留下美好瞬间,而纪念品作为文化载体,每个纪念品都代表着游客难忘的感知体验,并彰显出当地的民族文化。尤其是对外国游客而言,他们的生活方式和想法与国内有着很大的不同,而现今越是拥有中国传统文化风韵的纪念品包装越易吸引游客。尽管不可用“外表”来判断好与坏,然而大众对于夺目外表会有着先入为主的想法,给以留有极为深刻印象^[3]。纪念品包装成功与否与其所能够带来的经济效益有着直接关联,而纪念品的包装本就为一种特殊的宣传手段,一种潜移默化的广告推广措施,一种建立良好的地域形象的形式^[4]。因此纪念品包装的意义就变得不再单一,更彰显纪念产品民族文化的

内涵和特征。

(三) 包装设计现状

游客旅游的目的是感知旅游目的地风俗文化和地区间的生活差异。因此,旅游景点与旅游纪念品包装需具有统一性。无论民族性、文化性、趣味性、纪念性任一方面都应该融入包装设计之中,相互融合并突出旅游目的地的特色文化和民族风情。因此,在旅游纪念品的包装中,融入民族文化性的设计是不可或缺的存在。

然而,我国大部分旅游目的地的旅游纪念品的包装设计并非独一无二,且大多数包装是流水线式的,没有任何地域文化特点。无论哪里都可见到形式感、设计感相同的产品,缺少地域文化属性,感觉每处都一样的,没有特色区别^[5]。此外,还有许多旅游纪念品的包装欠缺设计美感、民族文化及地域特征,甚至其中部分的纪念品并无包装或简单的包装,使纪念品的价值程度显著降低。然其内里较为精致,包装却索然无味,这也在一定程度上使游客的消费欲望和显著减少,让其变为传递地域民族文化特征的纪念品成了一种奢望之举。

纪念品包装材料多以纸、竹、木、泥、植物茎叶等材料为基础。各种包装项目依据当地条件和材料应用情况进行设计和制造。常规包装材料主要有三种形式:原始状态、简单加工和精心装饰,这不但展现了东方传统审美理念,还反映了现代人的环保意识^[6]。用于包装的木材要么维持原样,要么经过仔细打磨雕刻而成,如各种用楠木、樟木制成的盒子,用其放置笔、墨、书、画、砚等文房类物品。纸材料要以薄与厚,细致与粗糙而论,竹材料,要取节结部分,形成竹筒或是编织成器具。若以竹子为原料不仅环保,而且深受消费者喜爱。包装设计大赛获奖作品《杏花村春酒系列》就是采用竹子设计制作不同形状的纪念品包装,给大众以全新感受和体验。此外,植物的叶子和表皮也作为纪念品包装的材料,如竹笋皮包装茶叶、椰子壳装饰纪念品,同时烧制的陶器和玻璃制品也能够作为包装材料。当前,大众更为关注是从材料的视觉与触觉感受,特别是手工类制品,备受青睐,迎合了大众对绿色包装的需求。

三、旅游纪念品包装民族文化性

(一) 民族文化理念与设计

民族文化是有着民族特色一种文化,其反映各民族在悠久的历史发展长河中所创造并传承下来的社会文化,其包括物

质与精神两大类文化,是民族文化史成长标志:物质文化涵盖饮食、衣着、住房、生产工具等;精神文化则有语言、文字、文学、科学、艺术、哲学、宗教、风俗、节日及传统^[7]。民族文化对于纪念品包装设计影响因素众多,如民族文化影响设计常规原则、设计师与观众思维、设计形式体以及评价标准。由此可见,民族文化观念对设计有着较为深刻而持久的影响。将民族文化通过旅游纪念品的方式带入到大众的生活中,是打开纪念品最佳途径和方式^[8]。美观、实用、具有地域文化和有收藏价值的东西最终被众人所接受。如此一来,无论是哪一项旅游文化产业发展均会提升当地的知名度,且提升幅度较大。凡是平时可以使用的东西,均能在旅游纪念品包装设计中拓展思路,追寻影子,捕捉元素,寻求进一步发展。

(二) 包装具有民族文化特征的重要性

纪念品的包装设计的优良程度均是一项考量己身的镜面,其能够彰显出一个地域乃至一个国家的民族历史与文化^[9]。文化普遍是在大众生活与社会发展中逐渐累积而成的,其所蕴藏内涵在旅游纪念品中经过重新应用组合,更好地体现了一个国家或地区的发展精华,更能够直观地展现出民族文化与设计的交流。这种文化设计也更容易被公众认可,这不但能够展示出其魅力,也显著出了国际化。当前,现代包装设计无可避免受新观念与社会文化频繁影响,使其原有的传统意识增加了新文化底蕴。伴随着现代社会经济的快速发展,社会文化和观念也逐步倾向于多元化、国际化,且在极大程度上为纪念品的个性化与多样化的包装设计提供广阔的发展空间。在如今的发展过程中,大众以自身审美标准衡量与审视商品包装设计理念,并无形中创造纪念品包装设计的新趋势,且新设计趋势正是促进民族文化发展动力源泉,使包装设计渐渐受到重视。

四、旅游纪念品包装设计中民族文化元素的运用

(一) 地方特色的图形、符号的应用

我国民族众多,且拥有五千年灿烂的文明,大众在中华历史文化潜移默化熏陶下形成了国人专属的精神气质、民族习俗与审美观念。因此,“中国风”不再只是一种现象,而成为一种文化彰显,是我国民族精神的精髓。图形元素是纪念品包装视觉设计中不能缺少的一重要部分,它是一系列视觉语言,形状、颜色和光线同时作用于人眼所呈现的效果。就如颜色一般,可以诱发一系列的生理和心理活动,引发联想。由此,在旅游纪念品的包装设计中需多以具有地域文化特色的“图形元素”为主。

中国传统纹样具有鲜明的民族性和地域性特征,展示了中国五千年的文明风骨。中国民族传统纹样不仅形式上丰富,而且孕育深厚的文化底蕴。若将所了解的元素整合到旅游纪念品的包装设计中可使产品增光添彩。如:宝鸡为我国的青铜器故乡,其城市旅游纪念品利用青铜器的形状制作各种小青铜器,如尊、爵等。纹样样式还能够选择出土文物上的陶铁纹样、龙纹样和风纹样。当地民间艺术元素中的刺绣图案和剪纸图案开发成旅游纪念品。如,民间刺绣、钱包和

窗花剪纸,以突出区域文化特色。包装也通过手工缝制或手工用纸包装,以显示出当地本土化、民族化的原始生态,受到游客追捧。

(二) 地域文字和色彩的运用

美国知名设计师Rudolph·Arnheim在他的“Visualic Thinking”书中提及:颜色可以表达生物的情感,这是不争的事实。事实上确实如此,在日常生活中众人所购买的商品,不管是袋子还是盒子,都充满了多彩的外观,且不同颜色的包装会给大众带来不同的视觉冲击,从而使消费者有着先入为主且较为直观的“第一印象”以及购买商品决定权。在包装视觉设计的要素中,色彩是第一个进入消其影响者消费者视觉感知,通过对色彩的捕捉,激起消费者的情感和心理,由此使其产生色彩情感变化。国人偏向红色,中国红代表庆祝、热情和欢乐;黄色使得人感觉温暖、湿润、纯净、明亮;蓝色则为理性,无限的遐想;紫色是优雅、高贵感。而民族地区的众人拥有各异的颜色偏好,如彝族喜黑,回族倾向白,可将这些民族性特色融于旅游纪念品的包装设计,增加包装设计感。此外,我国少数民族较多的地区,常利用各民族文字设计旅游纪念品包装,有效突出地域民族特色,如藏族、蒙古族、东巴族等文字。

五、结语

当前,旅游者对旅游纪念品的包装设计重视程度随着经济增长正在逐步提升,且设计能力与制作成本仍是旅游产品包装所面临的尖锐问题。相反,其他行业领域的包装设计则有着较高的重视程度且美感十足,尤其以食品类较为突出,如月饼盒、粽子袋以及高端葡萄酒的外包装等。这部分领域的商家均会花费大量精力、财力,借助精美的包装来吸引、取悦顾客。基于此,相对来说旅游纪念品包装从地域文化入手,寻找产品的特点,提炼其蕴含的重要元素,并综合地域的民族特色和文化元素进行针对性设计。总之,期望在纪念品包装设计中可以完全展示出地域性民族文化特色,并将其融入产品包装中,让游客在旅游的同时,能够提高对旅游纪念品的购买欲望,保留旅游的美好记忆,或者转赠朋友,使旅游纪念品走进大众生活。

参考文献:

- [1] 李红超,王昕宇,李维钰.北京旅游纪念品的符号开发与设计策略研究[J].《包装工程》,北大核心,2021,(12):263-271.
- [2] 赵萍,尹宏奕,王千鸿.文化性在包装设计中的运用与传承[J].《科学与财富》2019,00(07):223.
- [3] 王彦琼.文化符号在旅游纪念品创意包装设计中的应用[J].《中国民族博览》,2019,(09):168-169.
- [4] 张娟.海南旅游文化纪念品包装设计研究[J].《中国民族博览》,2019,(11):175-176.
- [5] 曾庆亮.地域文化与旅游纪念品的融合设计[J].《包装工程》,2019,40(16):260-263.