

中国元素在现代包装设计中的应用研究

田召亮

(东北师范大学)

[摘要]随着时代的不断发展和社会的逐渐进步,众多企业对于品牌包装设计的需求日益上涨,同时对于品牌包装的形式和审美也越来越重视。但众多品牌包装注重其内在功能性和外在审美性的同时,却忽略了消费者对于传统文化和中国元素的喜爱。综上所述将具有民族特色的中国元素运用在包装设计上,一方面对于现代包装设计的发展具有很大的促进作用;另一方面在包装设计时以中国传统文化作为设计出发点,可以在对传统文化进行深化与升华的同时,可以引起消费者的喜爱,同时对于产品包装设计视觉形象的树立和企业的发展起到积极的推进作用。

[关键词]中国元素;现代包装设计;传统文化

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.08.269

引言

我国民族文化源远流长,五千年的文明沉淀了东方民族独特的美术样式,为人类创造了多姿多彩的中国元素,而我国元素中许多独特的民族文化图形造型艺术,更是人类从事包装工艺产品设计的源头。^[1]将中国元素作为我国传统文化的组成部分,并将它运用在商品包装设计中,一方面既能够很好的表现东方文化特点,同时也是我们民族所自己认可的社会文化,这也是商品包装功能上所应该具有的;另一方面将中国元素运用到包装设计上可以对于中国传统文化起到很好的继承和宣传的作用,同时基于当代消费者对于传统文化的喜爱,将中国元素运用到包装设计上可以对于企业起到很好的推动作用并同时促使其取得巨大的经济效益。

1. 中国元素与现代包装设计的发展

1.1 中国元素的概念

中国元素则特指在中华文化背景下,对事物所全面展现出的中华文化内容与气质,其反映事物本源,而不拘泥于形式。凡是被绝大多数国人(包含国外华人)所接受的、凝结了中华民族传统文化精髓,并反映了国家荣誉与民族利益的图形、字符及风俗习惯等,都可以被视作“中国元素”。中国民族的每一个历史时期,都会留下丰富的中国元素,它们主要以传统艺术图形的方式来呈现,同时经过不同时期文化的锤炼,将这些中国元素适当地进行加工和在设计,就可以为当今设计增添很多民族个性色彩^[2]。

1.2 现代包装设计的发展

随着中国改革开放的发展,越来越多的西方文化传入我国,对于我国设计的发展起到一定的促进作用,从而导致不少企业崇洋媚外,认为西方的设计都是优秀的,从而在产品包装上广泛应用西方文化元素,例如包装采用包含国外元素的插画或者全部采用英文,殊不知这样的设计一方面对于消费者存在很大的识别和记忆难度;另一方面将会对我国传统文化的发展起到很大的阻碍作用。我国的传统文化和元素博大精深,是名副其实的实力派,因为我国经济的发展和国力的增强在世界很多国家都掀起了“中国潮”,这从正面很好的证明了中国传统文化和元素具有较强的实力和影响力,尤其是在产品包装设计上这是所必须具备的。包装设计既能起到保护产品的作用又能增强消费者对于产品品牌形象的了解

和记忆,如果将其与中国传统文化和元素相结合,可以让消费者加强对于中国传统文化和元素的识别和认知,同时对于传统文化和元素也可以起到一种很好的宣传和保护的作用。中国的传统元素和当代设计相结合,对设计出富有中国特点的现代包装设计能够产生积极的促进作用。

2. 中国元素在现代包装设计中的应用价值

在全球经济发展离不开持续增长的中国之际,全球文明也同样离不开中国文明。因为,中国文明是人类社会不可或缺的重要一部分。而孕育了中华民族文明精髓的中国元素,将会担当起融入全球、影响世界的时代责任。而中国元素的独特之处就在于能够呈现出中华民族所独特的文化品格,同时也作为中华文明精神意志的主要载体,从而促进传统文化能够一直传承到今天。中国元素作为中国优良传统民俗文化的一部分,将其加入到现代包装设计之中,则是另外一种形式对于传统文化的传承,有利于发挥出中国元素的影响力和传播力。这样的设计方法对国内外的广大消费者而言,将中国元素运用于现代包装设计当中,能够提高对于品牌产品的知名度与亲切感,从而增加了消费者选择的可能性,进而提高了商品的市场销售,对公司的发展与壮大有着非常好的促进作用,可以增强产品和企业的市场竞争力。

针对西方文化对于我国传统文化的冲击,我们应该大力发展和传承中国传统文化,好好利用我国传统文化这一丰富的资源,这样的话将会对于我国的文化自信起到积极的推动作用。因此将中国元素与现代包装设计的结合是很有必要的,通过提高品牌和产品市场竞争力和影响力,让中国元素可以得到全面发展。目前我国很多产品在国际市场上非常受欢迎,产品包装设计采用了中国传统文化元素,消费者都有猎奇心理,国外消费者同样也是,将带有中国元素的产品摆在国外商场上,可以引起国外消费者的好奇心,它们想要迫切了解与体验新奇的产品,正好带有中国元素的产品可以很好的满足他们这一心理,最终达到吸引注意力的目的,从而促使国外消费者做出购买行为。

3. 中国元素在现代包装设计中的应用

经济的不断发展,同时伴随着审美浪潮的大变革,现在人们衣食住行已经不仅仅满足人无我有,要求我有的同时还要满足人有我优,这无异对于当代设计师具有很大的挑战,

要求满足产品包装功能性的同时还要满足其审美性。中国元素蕴含丰厚,能够给当代设计者们带来大量的创意灵感,对现代包装设计的发展也提供了很大的启发和参考意义。如果把中国的传统文化元素运用在现代包装设计当中,在小小的产品包装上就能够体现出中华民族元素丰富的传统文化内容,并合理地传递具有人性化的商品讯息,而这样的设计手法也为传统单调枯燥的中国现代包装设计提供了不一般的视觉效果,这也就成了为品牌重新打造市场的重要途径,在打响企业名牌的同时弘扬了中华传统文化元素,也将给中国现代包装设计的发展带来了更加宽广的发展空间。

3.1 传统图形在现代包装设计中的应用

五千年的中华古国源远流长,中国优秀传统文化博大精深,形式丰富多样,都有自身鲜明的风格与面貌。中国的传统文化图形艺术源远流长,底蕴厚重,内容丰富多彩,图形形式变化多端。例如代表中国人民对美好生活充满了向往与渴望的“福禄寿”等文字图形,还有抽象的太极、八卦、云雷纹等等都是优秀的中国传统图形。此外还有很多个性鲜明的传统图形,这些图形往往具有较强的表现性和装饰性,所以才会被广泛应用到现代包装设计中,通过与现代设计相结合,转变为符合当代人审美的设计作品。将传统图形运用在现代包装设计之上,我们采用“以形表意”的形式,对于传统图形借鉴其精华之处,避免生搬硬套,这样的设计手法除了丰富包装设计视觉感受之外,还可以增强其寓意性和内涵性。

3.2 传统水墨画在现代商品包装设计中的运用

水墨画是我国传统美术的主要类型,它已经历了千余年,并源远流长。传统国画主要借助水墨的运用表达出某种意境和事物的内涵文化品质,给人以无尽的想像空间。把我国的传统水墨画文化用于现代商品包装设计当中,可以根据品牌的特色和个性,着力渲染中国传统文化与现代包装设计之间的内在联系。传统水墨画的内在精神与现代包装设计外在的形式相结合,体现了两者所具有的独特视觉效果和文化底蕴。两者结合独特的表现形式主要体现在它简单的外在表现形式和造型特征上,看似简单的画面却并不简单,只是形体上非常简洁,寓意也非常丰富,妙在以最小的要素传递最大的讯息,可谓是言简意赅,意为笔先,特别是对空白的利用,呈现给了人无限想像的世界空间^[3]。

3.3 传统年画在现代包装设计中的应用

年画始于中国古代的“门神画”,清代光绪期间,开始发展成为年画,是中国独特的一个美术体裁,更是中国民间艺术最喜闻乐见的美术表现形式。年画画面曲线简单、色彩鲜明亮丽、氛围热情欢快。中国传统年画,既是中国传统民俗美术的先河,而且又是中国人社会性的历史文化、日常生活、宗教信仰和习俗的具体体现。现代包装设计使用中国传统年画这些独特的民间艺术风格元素时,应该注意构成形式美的法则,注意产品表现的形式美,敢于突破,给予消费者

眼前一亮的感觉。我国的传统年画已广泛使用在现代包装设计当中,由于它具有的内涵丰富寓意性和其外在独特造型个性,使得现代包装设计越来越易于抓住消费者的眼睛,在丰富了包装表现形式的同时也使中国传统民间艺术的内容获得了更进一步的深化与升华。年画作为一个单独的美术展示方式,有它自己的展示方法与设计目的,在潜移默化中让消费者产生了某种亲切感,容易与消费者产生情感共鸣。

3.4 传统书法在现代包装设计中的应用

书法同时也是中华民族传统文化的瑰宝。中国传统书法韵律的美、形态的美、意象的美,都已经被越来越现代设计师们所采用,它带来了现代建筑设计中特有的民族文化风貌与时代特点。它在人类演化发展的历史长河中,一面起着思维交流、文明传承等巨大的社会教育功能,另一方面其自身也构成了一个特殊的社会造型艺术,它既可以作为文字信息说明,又可以成为图形或者符号来表现主题、意图。把中国传统书法运用于现代包装设计当中,可以极大提升现代包装设计的时代感,作为设计装饰,设计上可供选择及使用的范围也较大。如我国的许多名酒,就是通过书法字体设计,把中国书法艺术的“神”与“气”运用于现代包装产品设计中,很好的体现了酒包装豪迈的特征。书法中所体现的节奏和布局、水墨深浅变化、飞白的虚实处理等,无不反映出中国传统艺术的灵动和精妙。

4. 结语

在现代包装设计中广泛运用了国元素,一方面可以在传统借鉴的基础上创作新型的艺术展现形态,能让中国传统文化更具有设计感与现代性,从而达到中国元素和现代包装设计理念之间的相互促进与融汇;另一方面可以促进具有特色的民族元素得到更多展现的机会,并为产品增添更多更好的视觉感受,引发消费者的认同感,趋于现代社会的审美取向^[4]。众所周知我国传统文化元素具有很大发展空间,发展的同时也会伴随一些问题的出现,如在产品中融入多种传统元素时,既要体现出传统文化元素的民族性,又应符合当代消费者的审美原则。面临着当前中国传统文化元素与当代包装设计融合的巨大挑战,我们设计者必须要主动担当起这种责任,利用自身对其设计的正确认知,逐步建立起我国现代包装设计的设计风格,使我国现代包装设计建立起自己的新形象,在设计界中占有自己的一席之地。

参考文献

- [1]范凯熹.包装设计[M].上海:上海锦绣文章出版社,2011,(07):95-98.
- [2]陈原川.中国元素设计[M].北京:中国建筑工业出版社,2010:1-4.
- [3]毕凤霞.传统文化元素在现代包装设计中的应用[J].包装工程,2010,(05):69-72.
- [4]杨智.中国传统文化元素在现代包装设计中的应用[J].轻纺工业与技术,2021,(12):119-121.