

探讨现代“国潮”风在平面设计中的应用

郑月兰

(广州华立科技职业学院)

[摘要]“国潮”是近年来在中国经济实力增强和文创产业蓬勃发展的背景下出现的一种全新的艺术设计风格，它不仅融合了民族的特色，还融合了时代发展的特色，在国内消费市场广受年轻人的喜爱，并且逐渐发展成为年轻人喜爱和追捧的时尚潮流。“国潮”风格的出现为平面设计提供了全新的思路和设计题材，推动了平面设计的发展，同时平面设计也为“国潮”做了广泛的宣传工作。本文主要对“国潮”风格和平面设计进行了概述，提出了现代“国潮”风在平面设计中的应用策略。

[关键词]“国潮”风；平面设计；应用

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.08.218

随着中国经济的崛起，文化创意产业已经成为当下我国经济发展中新的增长点，并且作为其他产业的“助推器”一并带动了整体经济的发展繁荣。^[1]在文创经济发展的社会背景下，“国潮”也在服装、餐饮、旅游等领域迅速发展起来，成了当代年轻人追赶的时尚潮流。清华大学的文化创意发展研究院在《国潮研究报告》中指出，“国潮”中的“国”指的是中国，具体讲就是中华优秀传统文化的复兴，但对“潮”的解释尚无明确的界定。“国潮”是在中国经济实力增强和家国情怀高涨的时代背景下所产生的一种艺术风格，是传统文化理念与现代先进相融合的产物。“国潮”风格的产生也标志着我国的文化自信正在迅速建立起来，在未来将会以崭新的姿态进入世界文化发展的大家庭中。

一、“国潮风格”的概述

(一)“国潮”起源

从字面意思来看，“国潮”就是国家与潮流的合称，它指的是传统文化与当下的流行元素相结合所产生的风格。“潮”代表的是一种流行的趋势和风尚，是一种时代文化发展的风潮。“国潮”的根基是中华传统文化，融入了现代文化艺术以及消费理念，在当今的市场上广受年轻人的喜爱和追捧。“国潮”的兴起是时代发展的必然结果，“国潮”包含有形的商品和无形的情怀，有形商品的表现内容包含着中国文化传统元素。^[2]

(二)“国潮”风格的界定

“国潮”风格的依据是传统文化的元素，主要风格是中式美学，它将图形作为表现的媒介，将设计作为表达的方式，还将传统文化艺术化的表现手法与平面设计结合在一起。现代“国潮”风格借鉴了涂鸦艺术中的表现技法，把传统的纹样、绘画和图案等造型融入其中，并将色彩的明度提高，也加强了对比，产生了较为吸引大众目光的视觉效果，呈现出了非常醒目的画面效果。“国潮”风格将传统和现代的设计元素充分融合在了一起，设计的理念较为创新，潮流感也十分突出。

二、平面设计概述

(一)平面设计的基本概念

平面设计是将人文科学和自然科学融合在一起的学科，具有很强的综合性。平面设计其实以视觉表现的形式来向受众

传递信息，它与特定的目的有着密切的联系。从功能上来看，平面设计的理念是用视觉语言来传递和表达观点；从范围上来看，它论述的是设计的作品内容与平面之间的关联。20世纪以后，平面设计的理念、定义和内涵都在不断完善，内容所涉及的领域也在不断扩大，它将科学技术和艺术充分结合，将设计和美学充分结合。

(二)平面设计的现状

回顾平面设计整体的发展历程，我国的平面设计发展起步时间较晚，在设计理念和风格成熟度上还有着较大的发展空间。平面设计的设计师们在对平面设计和时尚潮流相结合的过程中进行探索时，往往会存在创新性和独特性不足，同时还缺乏文化支撑等一系列问题，这些问题将对文化内涵和表现形式造成了负面影响，对中国平面设计的长远发展也造成了重大影响。平面设计作品的主要服务对象是群众，在多媒体技术的支撑下，广大群众的审美价值水平的高低直接取决于设计作品内容价值的高低。但毕竟“国潮”的发展时间较短，必然会在很多方面存在局限性，比如在市场经济下存在设计品质差、“伪国潮”、卖情怀等现象发生，很多质量低的国潮设计产品不断地涌入市场，给广大受众带来视觉审美上的疲劳，同时也阻碍了“国潮”文化下设计的进步与发展。

三、现代“国潮”风在平面设计中的应用

(一)平面设计中“国潮”风格色彩元素的应用

元素中使用色彩是具有很强的目的性质的。对于平面设计来说，每一种颜色都有与之对应的文化内涵和情感表达，所以在设计作品时应当尤其注意色彩的搭配和运用，考虑到色彩情感。中国传统色彩早已在服装、绘画、陶瓷等各个方面进行了大量的实践运用，其色彩识别系统也早已完整地形成，并且很明显地体现在了“国潮”设计的风格中。比如“东来也”公司的主要业务就是设计国潮插画，他们的设计出发点是国潮IP，在设计时运用了色彩的冷暖倾向，并将其和现代设计理念进行了充分的结合。从色彩本身来说，使用中国红是一种必然的选择，中国红一直被认为是中国的代表颜色，红色象征的是佳节喜庆之事，黄色象征的是皇权，故宫就是运用了红黄色彩的搭配才产生了端庄大气的感觉。中国在古代就有红花配绿叶的传统，青色从古代开始就是春天和生命力的象征，代表了顽强的

生命力，古代宫廷的春季礼服就是青色，很多建筑和城墙也使用的是青色，民间多用青色的服饰隐喻气节高尚之人，古代陶瓷行业中大量运用青色使得整体的画面凸显出了低调和沉稳。而将冷色调作为国潮插画设计的主色时，例如青色的使用，一般是选取人物、历史故事等来对整体的气氛进行烘托，通过与内地的现代潮流元素与设计手法技能结合，产生了简约设计和大量的版式，而同时也形成了明显的对比，使得中国的潮流感更加稳定突显。

（二）平面设计中“国潮”风格传统吉祥元素的应用

我国的独特风格是传统吉祥图案历经了千年演变而成的，它的表达方式更加抽象，同时也带有吉祥的寓意，在表现内涵方面主要以象征、谐音和拟人等手法为主。当前的吉祥图案基本都是以前传统年画作为传播的媒介的，和目前流行的设计风格存在很大的差异，例如在服装包装和文创产品中使用如龙、凤、麒麟等传统吉祥图案，这使得平面设计焕发出了新的生机活力。“国潮”的文化发展将图案作为发展的媒介，将设计作为传播的语言，将作品的文化底蕴以不同的方式呈现了出来。在进行包装设计时运用传统吉祥图案的元素，是对题材视觉元素的一种再设计，是通过把现代的设计理念和设计手法结合在一起并转化为能够传递中国文化的视觉符号。以健力宝的包装设计为例，在“国潮”发展如火如荼地进行的时候，健力宝在设计品牌时就将潮流元素和中国的传统吉祥图案进行了结合，以全新的“国潮”包装作为突破点，将传统吉祥图案、鲜艳的色彩和设计的图形进行充分融合，设计出了锦鲤护体、招财熊猫和中国制造三个系列的图案，将中国传统文化的美完全展现了出来。“锦鲤护体”的图案在颜色的设计上运用了红绿颜色的碰撞，将两条锦鲤展现得更加高级，更加符合年轻一代的趣味表达，这也是健力宝对美好愿景的期许；“招财熊猫”的主题主要是暖色调，让人看到极为舒适，其中还运用了竹子、中国结等元素，包含了很多美好的寓意；“中国制造”的图案融合了火箭、宇航员、高铁、智能设备等元素，将中国制造英文字样放在中间，一条巨龙在整个画面中间盘旋，这是古今文化的交汇，突破了时空的界限，具有很强的国潮感。

（三）平面设计中“国潮”风格汉字书法艺术的应用

汉字书法是最能代表中国传统文化的符号，同时也承载了很多的设计展示信息。汉字书法作为一种文字艺术，之所以在笔法和结构上具有很强的独特性，是因为其设计作品的内涵和气质直接由其形态造型决定，文字艺术的运用在设计过程中无时无刻都是对中国传统文化深厚底蕴的展示。在“国潮”风格的设计中，汉字书法艺术是最不可或缺的元素，它在和海报的招贴设计进行融合已经是一件常态化的事情，汉字书法不仅能将信息内容直观地传递出来，还可以对意境韵味进行独特地渲染，使得招贴海报的内涵更加丰富，风格更具特色。海报设计的发展融合了“国潮”风格，早已成为宣传的新亮点，例如

“东来也”公司所设计的《福星、禄星、寿星》这幅“国潮”风格的海报就将图形作为设计的主体，将传统形象通过夸张且富有创意的设计表达出来，使汉字书法元素在视觉语言上与整体更加搭配，从来让设计主题的传递更加准确且简洁明了。又如东方好礼的礼品商城设计了《中国气魄·东方巨龙》的海报作品，它的设计起点就是汉字书法元素，经过创作和联想设计出了“龙”字书法体，绘画的方式是线条，将牡丹、云纹、蜡烛等元素与龙的形象进行融合设计出了“龙”字，使得整体的视觉效果呈现出了龙跃云景的壮观景象；在宣传设计作品的涂鸦方式上，通过高度概括画面主体、夸张的配色和字体的变形将具有个性需求和多元化情感的书法传递出去。汉字书法元素高度凝练地展示了文化本身的精华，充分反映了民族的精神，让大众能够领略到汉字书法艺术的魅力。

（四）平面设计中“国潮”风格在老字号品牌形象升级中的应用

老字号品牌形象升级是对品牌形象进行重新设计的一种表现，它和年轻的品牌进行跨界联名，在老产品中融入了新的样式。老字号品牌通常都有着自己独特的包装、色彩和设计，其辨识度较高，给消费者也留下了很深的固有印象。对老字号品牌形象进行升级和重新设计是当下年轻化审美的迎合，也使得老字号品牌影响力进一步扩大。例如华洋汽水已经拥有上百年的发展历史，在新时代立志要打造更具年轻态的汽水，他们在包装上就选用了国潮风格，产品的设计更加具有了时尚感，瞬间抓住了消费者的内心。宣传国潮产品不仅仅是换包装，更是要注重品牌文化、营销方式的创新。比如大白兔奶糖和香水的跨界联名合作，没有更改经典形象，却对品牌的视觉和味觉做了延伸设计，不仅引起了消费者的情感共鸣，还传承经典，也是对品牌的升级和推广宣传。

结语

综上所述，“国潮”风应用于平面设计只是很小的一部分，“国潮”发展的重要枢纽就是设计，如何将传统文化和现代审美进行充分且有效地结合，创作出能够紧跟时代发展的文创作品是广大设计者需要仔细考虑的问题。“国潮”风格虽然在各个领域都有所涉及，但在平面设计中有着更大的发展空间，应当继续在平面设计上下功夫，传承和创新东方之美，提高国内外年轻消费者对中国传统文化的认同感。

参考文献

- [1] 魏旭燕, 郭霖蓉, 秦岁明. 文创经济背景下国潮艺术的发展现状及风格特色探究[J]. 北京文化创意, 2021(04).
- [2] 欧阳路发. “国潮”风格在平面设计中的应用[J]. 西部皮革, 2021, 43(17).

作者简介:

郑月兰, 1983.6.28, 女, 汉族, 广东, 中级职称, 本科学历, 艺术设计方向。