

中国传统吉祥纹样在礼品包装中的应用研究

王少姝

(四川文理学院, 达州 635000)

摘要: 通过分析中国传统吉祥纹样的内涵寓意及审美特征, 结合礼品包装设计特点, 论述吉祥纹样在礼品包装中的应用历史、审美特征和表现形态。在此基础上分析了吉祥纹样在礼品包装设计中的同质化、浅表化倾向, 对吉祥纹样在礼品包装设计中的应用提出了新的思考和建议。

关键词: 传统; 吉祥纹样; 礼品包装; 应用

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)08-0106-03

Application Research on Traditional Chinese Auspicious Decorative Patterns in Gift Packaging

WANG Shao-shu

(Sichuan University of Arts and Science, Dazhou 635000, China)

Abstract: By analyzing the connotation and aesthetic characteristics of traditional auspicious decorative pattern, combined with the characteristics of gift packaging, it discussed its application history, aesthetic characteristics and representation in gift packing. A further study on its homogenization and being superficial in gift packaging is being down. Accordingly, more consideration and suggestions about it are given.

Key words: tradition; auspicious decorative pattern; gift packaging; application

中国是一个具有悠久礼仪文化的国家,无论是在节庆佳日、走亲访友、婚丧嫁娶等社交活动中,都避免不了通过礼品达到沟通交流的目的。这些活动充满了中国式浓浓的人情味,作为礼品的外部形式——包装就显示出尤其重要的地位。而我国民间美术中的吉祥纹样无疑是礼品包装最好的祝福语言。中国传统吉祥纹样作为延绵几千年的吉祥装饰设计,具有极其丰硕的成果,丰富的文化内涵及独特的审美特性,它与包装结合在一起构成了独具中国传统文化特色的礼品包装。通过了解和运用中国传统吉祥纹样,不仅可以传承和发扬传统文化,升华礼品包装的审美意蕴,还可以进一步加深表达美好吉祥的愿望,从而建立和谐友爱的人际关系。

1 吉祥纹样在礼品包装中的应用历史

我国自古以来就视“吉祥”二字为福瑞喜庆,诸事

顺利的词句。而吉祥纹样则是“预兆美好”、“庆贺吉利”的意思,是在人生礼仪或喜庆节日时,用来祝贺的图案纹样。这些图案纹样常常以各种面貌出现,如通过剪纸、雕刻、版画、刺绣等方法出现在器物、建筑、服装、信物、包装等上面。

礼品包装在我国有着悠久的历史,古人对礼品包装的重视程度绝不亚于现代人。而吉祥图案与礼品包装由于都含有对“美好”的共同追求,两者相亲即是天作之合。如1972年长沙马王堆出土的西汉“锥画纹漆奁”,此奁纹饰精美,极具艺术观赏性。盖上和底部锥画着撒腿奔跑的小兔、潜水游动的鱼群、展翅凌云的飞鸟和匍匐在地的小松鼠,四周是弥漫的云气纹和几组不同的云凤纹,盒身外壁锥画着云纹和神人乘龙、飞鸟、狩猎等纹样。这些祥禽、瑞兽、祥云等图案的运用不但大大提升了包装的审美价值,也寓意着吉祥、美好的愿望。

随着历史的不断发展,虽然包装材料从原始的树

收稿日期: 2011-01-28

作者简介: 王少姝(1974-),女,四川平昌人,四川文理学院讲师,主要从事视觉传达艺术设计教学及研究。

叶、贝壳、竹、木、到金属、麻、漆器、绢帛、纸等不断丰富,但礼品包装所包含的礼仪文化却一直根植于人们心中,祈望礼品带给人“美好、吉利”的愿望仍然是礼品包装设计的核心文化价值。

2 吉祥纹样应用于礼品包装的重要原因

吉祥图案拥有广博而深厚的生存土壤,是地道的民间文化,是民众生存态度的真实写照。不论是东方或西方、古人或今人、贵族或平民,对于长寿、平安、富贵、等美好愿望的追求从未停止过;吉祥的内容,以及吉祥纹样经过漫长的历史演进,形成了均衡、饱满、丰富的审美特征,也使吉祥纹样与人类社会有天然的亲和性,因此“雅俗共赏”是吉祥纹样的重要特征,也是它广泛应用于礼品包装的重要原因。

礼品包装是民众社会关系角色中必不可少的纽带,属于大众媒介。吉祥纹样本身即是来源于民众“求吉”的功利性目的,这一点跟礼品包装要求表达祝福的要求是一致的。以上两者都拥有普遍的民众基础,这使得吉祥纹样在礼品包装的结合显得顺理成章、浑然一体。如婚庆礼品包装上的“鸳鸯同心”、“龙凤呈祥”,送给长辈的礼品包装上的“龟鹤齐龄”、“福祿寿星”等。

3 吉祥纹样在礼品包装中的表现形态

在设计日趋国际化的今天,传统文化元素是一种很好的区别性设计语言。随着历史的演化及整合,吉祥纹样的审美意义越来越强并独立出来。吉祥纹样独特的装饰美感符合当代消费和审美观念,具有独特的商业文化价值。作为设计师应努力探讨吉祥纹样在包装中的表现形态。

1) 中国传统吉祥纹样为了适应工艺、材料、制作和表现形式的需要,由此而产生各种适形纹样。这些纹样整体轮廓简洁,图案内部却饱满丰富,如在圆形、方形、扇形、三角形内对形象进行巧妙的空间处理;纹样组织方式具有秩序感和韵律感,如二方连续纹样的对称、重复。这些特征刚好符合对包装的面、边、角的平面处理需求。

2) 运用现代构成手法对吉祥纹样加以重新组合、拆解、夸张,或是抽取吉祥纹样中最具表现力的局部

构成兼具现代感的新图案,使其更符合现代审美需求,如风靡2008奥运年的“祥云”图案,设计师们提取出祥云图案的基本形态,利用线条变化、色彩的对比、形的渐变、重复等,在各种礼品包装上加以应用。

3) 由于数字技术和现代包装技术的发展,吉祥纹样在礼品包装中呈现出更为精致的形态。现代图形软件不仅使设计师从大量繁重的手工设计中解放出来,也带来了新的设计灵感,吉祥纹样在礼品包装上呈现更丰富的视觉表现形态;现代包装印刷技术的普遍使用也使吉祥纹样在礼品包装上更加华美精致;传统手工艺与现代工艺的结合使得礼品包装在保持传统包装风格的同时,变得更具审美性。如在布面礼品包装上刺绣纹样,或在皮质包装材料上压印纹样,或在木质包装上雕刻吉祥图案等。

4 吉祥纹样在礼品包装设计应用中的新思考

正是由于吉祥纹样具有雅俗共赏的特点,易于被大众接受,这也导致此类礼品包装在设计上呈现出一定程度的同质化倾向。

1) 在有些礼品包装设计中,设计师过于依赖吉祥纹样,忽略了对产品概念的表达和对消费者真实内心的体察,导致吉祥纹样成为炫耀性的装饰而流于庸俗,从而丧失了礼品包装应具有针对性特征。这种包装在其华丽的表象下呈现的其实是设计的苍白。所以,针对不同产品和消费者,设计师对于吉祥纹样的选择应尽量符合产品概念,并能将纹样转化成新的视觉形式,使其符合包装设计的视觉传达原则的同时,传递出礼品包装直抵人心的美好和温馨。

2) 有些礼品包装只注重外部的纹样装饰,忽略了包装的视觉传达是一个由外至内的有机整体。有些礼品包装外表看起来华丽堂皇,内部却简单粗糙。这使得礼品包装看起来更像是一个谎言,而吉祥纹样则充当了这个谎言上的“蜜”。这种礼品包装不仅会给企业声誉带来损害,也与人们希望以礼品达成“和谐、沟通”的愿望背道而驰。由于礼品包装的特殊性,设计师在进行整体造型和层次结构设计时显得更为慎重。这些精心的结构和层次往往需要与外包装在视觉传达上形成统一、呼应、对比等关系。比如将吉祥纹样在包装的内部层次(如包装内侧、隔层、衬纸等)中进行有主次地延伸设计;将吉祥纹样应用于整体或局部立体形态(如

“祥云”状的盒盖,“如意”状的包装锁扣)。只有将包装的内和外、平面和立体等都融入“吉祥”的寓意,才算是一件真正具有诚意的礼品包装。

3) 长期以来,馈赠礼品大都被视为一种很正式的社交方式,吉祥纹样在礼品包装上也多体现出大气、堂皇、尊贵等视觉感受。随着社会的进步、人们的社会交往活动更为复杂,随之礼品也越来越多样化,如“七夕”中国情人节的礼品包装就应该在包装的趣味性上多加考虑。吉祥纹样在不同礼品包装的具体应用中,可适当打破其固有的表现模式,探索更新的、具有多种趣味性的表现模式,以赢得更多消费者的喜爱。如吉祥纹样与摄影的结合、吉祥纹样与包装文字的结合、吉祥纹样与现代创意图案的结合、吉祥纹样与卡通图形的结合、利用点线面的构成原理对纹样进行新的解构、赋予吉祥纹样新的色彩等。

5 结语

总之,吉祥图案在礼品包装中一直是最直接的,最重要的装饰元素之一,同时也是最具民族性的设计语言。在包装世界中,吉祥纹样始终以它丰富吉祥的内涵和雅俗共赏的特征占据一席之地。作为设计师,应深入探讨吉祥纹样的应用如何与当今的审美潮流结合,大胆创新。在倡导“以人为本”的设计理念下,

运用现代设计观念和手法加以装饰设计,同时还要研究企业、市场、消费者,设计出既具中国传统文化审美特征,又真正打动人心的礼品包装。

参考文献:

- [1] 左汉中.中国民间美术造型[M].修订本.长沙:湖南美术出版社,2008.
- [2] 唐家路,孙磊.中国吉祥装饰[M].南宁:广西美术出版社,2000.
- [3] 段建华.中国吉祥装饰设计[M].徐延京,胡德彝,译.北京:中国轻工业出版社,1999.
- [4] 曾景祥,肖禾.包装设计研究[M].长沙:湖南美术出版社,2002.
- [5] 彭桂秋.现代包装设计[M].长沙:中南大学出版社,2005.
- [6] 杨仁敏,杨曦.礼品包装新空间[M].重庆:重庆出版社,2000.
- [7] 柳林,等.包装装潢设计[M].武汉:武汉大学出版社,2003.
- [8] 百度文库.长沙马王堆汉墓[EB/OL].<http://wenku.baidu.com/view/03b2712d2af90242a895e5b8.html>.

(上接第74页)

发展,无论技术如何进步,科技如何发展,未来汽车造型设计仍需遵循美观性、易用性和可持续性的设计原则,不仅要考虑到消费者的审美观和接受程度,更需注重社会环境的和谐发展。“电动时代”正走来,它将带领人们进入一个清洁绿色的全新城市个人交通时代。

参考文献:

- [1] 陈柳钦.我国新能源汽车产业的发展及其政策支持[J].汽车工程师,2010,13(7):12-15.
- [2] 范劲松,安军.个人电动交通工具的工业设计研究[J].包装工程,2009,30(7):18-20.

- [3] 付璐,付黎明.价值工程在汽车车身造型中的应用[J].包装工程,2008,29(3):94-96.
- [4] MITCHELL William J.未来车世纪[M].北京:中国人民大学出版社,2010.
- [5] 许翠苹.迈进车联网时代[J].通讯世界,2010,16(3):42-43.
- [6] 古丽萍.前景广阔的电动汽车[J].节能与环保,2003(8):145-148.
- [7] 徐国卿.电动汽车技术发展趋势与展望[J].先进技术研究通报,2010,12(2):84-88.
- [8] 陈清泉.可持续交通的挑战——谈电动汽车、混合动力汽车、燃料电池汽车的最近发展和挑战[J].深圳信息职业技术学院学报,2006,4(4):54-55.