

滩头木版年画在特产包装设计中的运用

赵玲, 陈飞虎, 张瑶艳
(湖南大学, 长沙 410082)

摘要: **目的** 探讨滩头木版年画在其特产包装设计中的运用。**方法** 通过对滩头木版年画艺术特色, 以及年画与特产包装设计之间的契合性分析, 结合设计实例阐述滩头木版年画的造型、构图、色彩语言在特产包装设计中的运用方法。**结论** 将滩头木版年画融入当地特产包装设计, 既有效提升特产包装的地域性与趣味性, 增强特产的购买吸引力, 又对滩头木版年画的传承和保护, 以及现代设计工作的创新具有重要的开拓与实践意义。

关键词: 滩头木版年画; 特产; 包装设计; 创新运用

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)22-0103-04

Application of Tantou Woodcut Painting in Local Products Packaging Design

ZHAO Ling, CHEN Fei-hu, ZHANG Yao-yan
(Hunan University, Changsha 410082, China)

ABSTRACT: It aims to discuss the application of the Tantou Woodcut paintings in local products packaging design. It analyzes the artistic features of Tantou Woodcut painting and the coherence between Woodcut painting and local products packaging design; combinedg with examples in design, it illustrates the application of Woodcut paintings shape, composition, color in local products packaging design. The Tantou Woodcut painting has been successfully merged into local products packaging design. It not only effectively enhances the regionality, interestingness and attractiveness of local products; but also provides inheritance and protection for Tantou Woodcut painting. It is of great practical and groundbreaking significance to innovative modern design.

KEY WORDS: Tantou woodcut painting; local products; packaging design; innovative application.

近年来,随着旅游业的大力推进,以及周边地区对中国传统文化猎奇心态的膨胀,使得“本土的”、“民族的”传统文化备受关注。滩头也因其富有地域特色的年画,吸引了国内外大量研究者与游客。然而,与备受关注的年画和蓬勃发展的旅游业相比,滩头拥有大量高品质的特产却因包装设计简陋、缺乏地域特色等一系列问题而湮没无闻。针对此现状,本文以当地木版年画为切入点,探讨其特产包装设计发展方向,以期为滩头特产销售以及民间艺术传播寻找切实可行的方法与途径。

1 艺术特色

滩头地处湖南邵阳隆回,古时属南楚蛮地,地势险峻、交通闭塞。独特的生活环境和民俗,孕育了大

量民间艺术与技艺。其中滩头木版年画诞生于明末清初,是湖南省唯一的木版水印年画。在题材上,年画紧贴民俗民风,大都取材于神像、祈使和戏文故事;其传统制作工艺采用木版套色与手绘结合的方法,对画、刻、印每道工序都十分讲究,并且年画制作所用纸张、颜料、雕版、水等原料均产自当地。与沿江水陆交通便利的“杨柳青”、“桃花坞”等地木版年画相比,因很少受到外界程式化的干扰与审美取向的侵蚀,仍然保留着最淳朴、原始的独特艺术特质。

1) 造型。创作不拘泥于客观现实,而是注重内心最本真的情感表达,并遵循“图必有意,意必吉祥”的理念,对自然事物进行变形与提炼。由于滩头木版年画是唯一采用先印色板,后印黑线板的印刷顺序,线条简洁明快、圆润流畅,整体造型古拙、浑厚、质朴、夸张。

收稿日期: 2017-08-01

作者简介: 赵玲(1981—),女,湖南人,湖南大学博士生,主要研究方向为环境艺术设计。

2) 构图。构图讲究成双成对, 并从自身主题表现需要出发, 打破时空局限, 采用“互不遮挡”的表现形式, 具备饱满、对称的特点。与其它地区年画不同的是, 这种“中和”审美取向不单限于门神画题材, 而是涵盖了所有题材, 甚至包括年画中的环境要素都体现出对称的特点。

3) 色彩。用色以美、艳为基本原则, 摆脱辅色服从主色的传统陈式, 大胆运用品红、桔黄和品绿等对比强烈的原色。特别是年画使用了当地特产的“粉纸”, 纸质软绵细滑, 沾渗颜料火辣艳丽、厚重雅致。此外, 滩头年画施色揉合了远古“五色学”, 遵循“五行”、“阴阳”之说, 以“五色”为主轴, 用色大胆泼辣, 浑然天成。

2 与特产包装之间的契合性

首先, 滩头木版年画从最初的自然崇拜与神祇信仰逐渐发展为祈福禳灾、新年庆喜的版画, 自古以来就很注重实用性, 并且年画所用材料都为土生土长, 这些与特产包装设计理念所强调的实用性、地域性、生态性不谋而合。其次, 滩头木版年画造型求圆求满, 概括夸张; 构图均衡对称, 主次分明; 用色鲜艳厚重, 热烈奔放, 与土特产包装设计要求形象简洁洗练、引人注目, 色彩对比强烈, 从而有效传达产品信息也有一定的契合性。再次, 滩头木版年画诉诸视觉表达形式, 将丰富的祥瑞象征意义灌注其中, 其所蕴涵的吉祥观念, 不仅表达了古代民众趋吉避害的价值追求, 也是现代人生存的美好希望。而特产包装作为包装设计中的一个种类, 既要进行特产进行储存, 保护, 运输及携带, 还要体现特产特色与激发消费者情感, 给消费者一个独特的文化体验^[1]。从情感表达的角度来说, 这是年画与特产包装之间又一个关键的契合点。可见, 在滩头特产包装设计中, 民族文化是其得以生长的土壤, 恰到好处地借鉴与吸收木版年画独特的视觉语言, 不仅能展现特产的独特文化属性, 还能有效推动其销售与流通。

3 在特产包装设计中的运用方法

3.1 造型意蕴的延伸

滩头木版年画最初始于民间自发的创作, 未经专业美学教育与艺术熏陶, 其造型均源自人类最本真的自我观照与情感表达, 具有鲜明的意象性特点。这种“形”“意”合一的表现方式, 对现代包装设计有着重要的启迪作用。因为包装设计是通过营造外在的物性构想来传递内在产品信息的创造性工作^[2]。其中造型元素作为传递各种信息的符号, 构成商品视觉元素的语言载体, 使商品流通成为设计师与受众进行交流互动的媒介^[3]。

因此, 在特产包装设计中借鉴木版年画意象性造型表现方法, 可有效提升产品的视觉效果与文化内涵。

1) 图形借用。图形是一种特殊视觉化的、传递信息的语言符号^[4]。滩头木版年画造型来源于形形色色的民俗事象, 是形象化的愿望与意识, 其本身就是装饰性极强的图形符号, 因此, 在滩头特产包装设计中可根据产品的形态、品质、定位及文化内涵巧妙地借用富有情感寓意且认知度较高的木版年画, 使其转化成包装图形的一部分, 以此强调特产的地域属性和文化内涵。

如滩头白马毛尖茶叶的包装设计(见图1), 为了凸显其地域特色, 选用具有迎福纳祥寓意的门神作为设计元素, 从而将来自民间的思想情感和美好愿望融入到产品之中, 达到“礼”的功能, 提升产品的文化品位与地域识别性。



图1 白马毛尖茶叶包装

Fig.1 Packaging of Baima Maojian Tea

2) 图形重构。由于商品包装是生产的终端设计, 其存在以商品为前提, 所以包装不仅具有装饰性作用, 还要将实用功能与装饰效果紧密结合^[5]。因此, 在进行包装设计时, 图形表达还需要考虑能否准确传达商品信息, 加强独特的视觉感受^[6]。

滩头特产种类繁多, 性质与功效也不一样, 而木版年画造型与寓意又有一定的局限, 并不是所有的木版年画都适合直接运用在特产包装设计中。因此, 在设计中还要根据产品的特性, 融合现代图形的构成规律和审美法则对年画进行分解、提炼, 以同构共生的设计形式, 将图形语言映射到具有本质联系的事物上, 使之既保留民间美术造型的构成要素, 又能凸显时代精神。以滩头金土地酒为例(见图2), 其包装图形采用具有吉祥、福祉寓意的年画“三羊开泰”。为适应包装结构, 包装图形打破年画原有组织形式, 选取其中最具特征的部分加以简化与提炼, 不仅突出诠释了滩头木版年画的特色, 同时也准确传达了特产的属性与特征。此外, 为了增强特产的亲切感, 酒瓶外形提炼了农村马灯的造型, 材质选用细致的木质结合



图 2 金土地酒包装

Fig.2 Packaging of Golden Earth Wine

粗犷的麻绳，不仅唤醒了人们对过去美好时光的回忆，也缩短了人与特产之间的距离。

3.2 构图形式的传承

1) 饱满完整的图式运用。滩头木版年画深受中国传统审美观与价值观的影响，画面构图饱满、结构完整。这种“满”和“全”的构图形式不仅可以渲染画面的氛围，还富有很强的装饰性。因此，在滩头特产包装设计中承袭木版年画传统构图方式，可以提升产品包装的识别性与趣味性。如滩头猪血丸子的包装设计（见图 3），采用典型的“满、全”布局形式，以财神作为整个包装的主体图形，抓住其神韵，稍作抽象、变形的处理，突出招财平安、吉祥圆满之意。包装轻松活泼，又不乏趣味，具有浓郁的地域特色。



图 3 猪血丸子包装

Fig.3 Packaging of blood bean curd ball

2) 对称均衡的图式运用。滩头木版年画构图的另一突出特点就是讲究统一之中有变化，协调之中又不雷同，形成对称均衡的构图形式。这种构图不仅能满足人们视觉上的平衡，也使得画面沉稳、端庄，运用在特产包装设计中，可以营造出典雅、庄重的美感。如滩头麦芽糖的包装设计（见图 4），利用人们对“老物件”的兴趣与怀旧的心理，提炼了传统玩具陀螺的



图 4 麦芽糖包装

Fig.4 Packaging of maltose

造型，整体构图圆满、对称、平稳、安定，不但尽显端庄、精美，也为人们开启了过往回忆的大门。包装图形则以具有吉祥寓意的年画十二生肖为创作元素。由于文化的影响，人们一旦提到某些属于生肖范围的动物，会自然地将其性格与自身性格特征相联系^[7]。因此，包装图形在这里不仅仅是装饰，也是有形的信息载体，在包装与人之间建立独一无二的信息交互，不但增加了包装的趣味性、知识性，也加强了人们对特产包装的记忆。

3.3 色彩特质的提取

色彩具有很强的直观性和识别性，从商业角度而言，色彩是包装设计形态中最先传递信息的载体，具有非常强烈的感知力和宣传力^[8]。为了在众多商品中脱颖而出，设计师需要通过具有视觉冲击力的包装色彩来突出商品的个性^[9]，并借助色彩的抽象特征，引起人们的情感反应，增强对商品的印象。

1) 对比色运用。为了表达欢快喜庆的气氛，滩头木版年画采用高纯度、强对比的原色。原色的运用可以增加人们视觉的接受频率，有利于记忆^[10]。为了吸引消费者的视线，有效传达商品的信息，在滩头特产包装设计中可以根据设计主题的需要，借鉴滩头年画施色方法，用色尽量简洁明快，并利用色彩之间的对比、衬托等表现手法，增强包装色彩的表现力，与品牌识别性。年糕包装设计（见图 5），紧扣贺岁主题，包装结构运用滩头木版年画圆满的造型，图形设计提取年画年年有余、和气致祥形象；因年糕属于农历新年的应时食品，根据年糕的特点，以红色为主色调，营造热闹、喜庆的氛围；为区分口味，分别采用滩头木版年画最具代表性的红、紫、黄、绿四种原色，整体色彩对比强烈，在滩头木版年画装饰性色彩的烘托下，使得年糕的地域特色得到有力的诠释。

2) 五行色运用。滩头年画除了大胆泼辣的用色、对色彩精神的信仰与崇拜更是其一大特色。在整个色系里，“五色”始终贯穿于整个画面，成为色属中的主轴色，并从中分化出的翠绿、玫紫等装饰性色彩，加



图5 年糕包装

Fig.5 Packaging of rice cake

强了色彩的层次感。在传统“五色”中，不同色彩被赋予了不同寓意，沉淀为相对稳定的象征符号。其符号在几百年的传承中不断巩固与丰富，逐渐实现了社会化的认同与记忆。因此在滩头特产包装设计中可根据产品的特点，运用年画中色彩的象征寓意，赋予包装更深层次的文化底蕴。龙牙百合包装设计（见图6），包装图形采用的是滩头最具特色且具有祈福与禳灾寓意的年画《老鼠嫁女》，并融合了富有吉祥意义的古铜钱元素，籍此来表达产品的特性。包装色彩沿用了年画中的黄色、黑色、绿色等传统五色，整个画面由高纯度颜色和大面积的色块来组成，艳丽醒目，从而使得品牌具有鲜明的辨识度，形成强烈的“货架冲击力”。

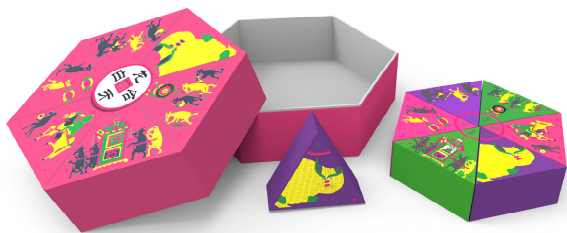


图6 龙牙百合包装

Fig.6 Packaging of Longya lilium

4 结语

滩头木版年画集湘楚文化与民俗之大成，其独特的造型观念、审美取向、创造方法与特殊材质，为现代设计提供了创作原料与养分。将滩头木版年画艺术融入到特产包装设计中，延续其传统艺术理念和思想，吸取本土文化之精华，不仅为特产包装设计找到新素材，增加设计新视点，也为滩头木版年画艺术表现形式的转换与生存空间的拓展，以及其它民间艺术的传承与保护提供参考与借鉴。

参考文献：

- [1] 沈星. 土特产包装设计的情感体验策略[D]. 无锡: 江南大学, 2013.
SHEN Xing. Native Products Packing Design Emotional Experience Strategy[D]. Wuxi: Jiangnan University, 2013.
- [2] 陈柏寒. 包装设计中交互式体验的构建[J]. 包装工程, 2016, 37(2): 29—33.
CHEN Bai-han. The Establishment of Interactive Experience in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(2): 29—33.
- [3] 王金瑾. 产品造型的视觉解读过程[J]. 装饰, 2014(1): 101—102.
WANG Jin-jin. The Visual Interpretation Process of Product Appearance[J]. Decoration, 2014(1): 101—102.
- [4] 胡英. 包装中图形设计要素的研究[J]. 包装工程, 2008, 29(3): 198—199.
HU Ying. Research on Graphic Design Factors in Packaging[J]. Packaging Engineering, 2008, 29(3): 198—199.
- [5] 丛娜. 杨家埠木版年画的视觉语言在潍坊特色商品包装设计中的应用研究[D]. 成都: 西南交通大学, 2012.
CONG Na. Yanngjiabu an Applied Research on the Visual Language of Woodcut New Year Paintings in the Packaging Design of Weifang Characteristic Commodities[D]. Chengdu: Southwest Jiaotong University, 2012.
- [6] 张莉. 做有价值的设计: 论包装设计的社会责任感[J]. 包装学报, 2015, 7(4): 52—56.
ZHANG Li. Making Your Design Valuable: on Social Responsibility Duties of Packaging Design [J]. Packaging Journal, 2015, 7(4): 52—56.
- [7] 李世国. 以十二生肖为主题的APP创新设计研究[J]. 包装工程, 2014, 35(2): 54—57.
LI Shi-guo. Research on APP Innovative Design with "Zodiac" Theme[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(2): 54—57.
- [8] 徐晴. 中国民间美术在现代酒包装设计中的应用研究[D]. 株洲: 湖南工业大学, 2011.
XU Qing. The Applied Research on Chinese folk arts in modern liquor packaging design [D]. Zhuzhou: Hunan University of Technology, 2011.
- [9] 刘影. 基于可持续发展理论下的视觉传达设计[J]. 包装工程, 2015, 36(10): 125—128.
LIU Ying. Visual Communication Design Based on the Theory of Sustainable Development[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(10): 125—128.
- [10] 李瑾. 品牌再设计中的包装设计思维解读[J]. 包装工程, 2014, 35(4): 9—12.
LI Jin. Interpretation of the Packaging Design Thinking in Brand Redesign[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(4): 9—12.