

旅游文化纪念品包装设计探析

刘杰, 许雅柯

(青岛大学, 青岛 266071)

摘要: **目的** 探究当前旅游文化纪念品包装设计方向及实践。**方法** 通过对现今中国旅游业、旅游文化纪念品市场的发展现状的分析, 指出旅游文化纪念品包装设计中存在的品质参差不齐、形式过于单一、缺乏文化内涵和宣传价值等诸多问题, 并基于这些问题开始了一系列的突破性尝试, 先结合传承文化、彰显个性、提倡环保、与时俱进等方面探究旅游文化纪念品包装设计的发展方向, 再由不同地域的旅游纪念品市场上的具有代表性的产品包装对相关设计思路进行论证, 探索更多旅游文化纪念品价值提升的可能性。**结论** 对旅游文化纪念品进行典型性、特异性、时代性包装设计, 同时强调地域性、文化性, 能够给旅游者留下深刻的印象, 大大提高一个地区, 甚至一个国家的旅游知名度和竞争力。

关键词: 旅游文化纪念品; 包装; 竞争

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)18-0266-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.18.050

Analysis of Packaging Design of Tourist Cultural Souvenirs

LIU Jie, XU Ya-ke

(Qingdao University, Qingdao 266071, China)

ABSTRACT: It aims to explore the current design direction and practice of tourism and cultural souvenir packaging. Based on the current development of Chinese tourism industry, analysis of the present situation of tourism culture souvenir market, it points out that the existing in the design of tourist souvenir packaging culture quality is uneven, the form is too single, lack of cultural connotation and propaganda value, and many other issues, and based on these problems began a series of trying to breakthrough, to combine cultural inheritance, reveal personality, advocating environmental protection, advancing with The Times to explore the development direction of tourist souvenir packaging design culture, again from different areas of tourism souvenir market of the typical design product packaging for the argument. It explores the possibility of increasing the value of tourist cultural souvenirs. The typical, specific and contemporary packaging design of tourist and cultural souvenirs can leave a deep impression on tourists and greatly improve the popularity and competitiveness of a region or even a country.

KEY WORDS: tourism and cultural souvenirs; packaging; competition

当前, 我国的综合国力进一步加强, 与世界各国的交流愈加频繁。其中, 不得不提的是我国因特殊的地理位置、气候条件、地形地貌所形成的各式风光, 吸引了大批的国外游客。旅游业的升温, 带来了旅游纪念品行业的繁荣^[1]。作为一张特殊的名片, 旅游文化纪念品或质朴拙巧, 或典雅华丽, 有着极高的收藏

与鉴赏价值。然而, 在这一现象的背后, 旅游文化纪念品存在设计不到位现象, 特别是纪念品包装设计不尽如人意的现象。长此以往, 不仅不能给旅游地带来较高的经济收益, 而且是对其旅游形象的一种破坏, 这在无形之中成为了旅游地长远发展的一大阻碍。那么, 如何才能走出传统包装的藩篱, 创造具备民族特

收稿日期: 2018-05-19

基金项目: 青岛大学创新试验区教研项目 (057-RCX01304)

作者简介: 刘杰 (1976—), 男, 山东人, 青岛大学副教授、硕士生导师, 主要研究方向为设计艺术学。

通信作者: 许雅柯 (1964—), 男, 山东人, 硕士, 青岛大学教授, 主要研究方向陶瓷艺术。

色与地域文化,彰显时代特征的旅游文化纪念品包装设计呢,这里即对此展开深入探究。

1 旅游文化纪念品包装设计现状

旅游是一种短期的生活方式,是人们为了追求一种不同地域的生活享受及获得美好回忆的一种特殊方式^[2]。在这一过程中,旅游者不仅对旅游地的自然风光、人文景观有着较高的要求,更对其形象代表——旅游文化纪念品有着一种特殊的期待与情感,他们更多的是希望将这种承载着景区美好形象的特色商品留作纪念,或者赠送亲友来增进感情。但是,在我国某些旅游区的旅游纪念品并没有得到良好的开发,各色纪念品品质参差不齐,形式过于单一,加之随意包装,完全没有了文化内涵和宣传价值^[3]。比如,有的地区历史悠久,有着独特的自然风景和人文古迹。然而,当地的很多纪念品被直接挂起来暴晒,或者随意装在塑料袋中,有的甚至随意挤压乱放,这必将严重降低当地的城市形象和旅游价值。此外,旅游文化纪念品市场还存在着环保问题、文化价值问题等现象,尤其是随着人们消费水平的提高,那些市场上批量生产的纪念品已经无法满足其基本的消费需求和审美要求,他们更希望有偏向特色化、独一无二的产品,这就给旅游文化纪念品包装设计提出了更高的要求,要在传承文化特色的同时,融入环保理念,追赶时代步伐已成为必然。

2 旅游文化纪念品包装设计创新策略

旅游纪念品的包装设计现状及存在问题给了相关设计师一定的警示和思考,同时在一定程度上拓宽了他们的设计思路,在进行了一系列的尝试与突破后,设计师开始了从文化到个性,从环保到时尚的追寻,实现了形式的转变与创新,得到了越来越广泛的认可^[4]。

2.1 传承文化,彰显人文底蕴

在旅游文化纪念品的包装设计中,传承文化、彰显人文底蕴的文化包装不可或缺。尤其是我国有着悠久的历史,那些龙、熊猫、鞭炮、书法、剪纸、水墨、祥云等中国传统文化元素更是旅游文化纪念品的良好素材,如此包装不仅能够引发旅游者的情感共鸣,而且能对外国游客产生强烈的吸引力^[5]。认识到这一点,越来越多的旅游地开始了对旅游文化纪念品包装的创新,希望呈现出的旅游纪念品有着独特的本土文化特色,是一个地方民俗风情的浓缩,而不是一种单纯的商品。具体而言,就是在其包装设计中融入地域文化元素,以此来提升产品的形象价值。比如,牡丹文化反映了洛阳古都的整体形象和文化底蕴,在洛阳人心中有些不可替代的地位。近年来,随着中国

牡丹文化节的顺利举办,牡丹文化不仅是洛阳人的骄傲,更吸引了越来越多的外来游客^[6]。将牡丹文化融入旅游文化纪念品中,无疑是一个很好的选择。其中,洛阳“三彩艺”的三彩陶瓷纪念品的包装设计十分具有代表性,其主体颜色选用大红色,背景是大朵红色牡丹花瓣和鲜黄的花蕊,实现了背景颜色与牡丹花的完美融合,既简洁大气,又凸显了浓厚的文化内涵。此外,其标识字体设计也十分独特,繁体印章形式的“艺”字与图形上花瓣的设计相得益彰,颜色由浅入深,将牡丹花朵衬托得雍容华贵,艺术感十足。这一包装是彰显地域文化特色的代表作品,获得了大众的广泛认可。

2.2 突出个性,塑造品牌形象

品牌形象是包装设计的重要组成部分。在产品高度同质化的今天,品牌化的设计方式有利于消费者的心理认同。但是,树立品牌是一个系统化的大工程,在基本的设计原则下,还要有对包装品牌形象的系统化构建过程,如增加文化韵味、突出文化形象识别等^[7]。具体到旅游纪念品包装设计而言,其销售成功与否在很大程度上取决于个性化的品牌形象塑造,这有利于人们的识别,更有利于产品的效果提升。以下主要从文字、图形、色彩3方面对此展开论述。首先,在文字方面。文字是视觉设计中必不可少的一部分,可以让旅游者迅速读懂商品信息。但在品牌化旅游纪念品包装设计中,文字具有一定的局限性,给信息的传递带来了一定的影响,因此,在旅游纪念品包装设计中,文字要少而精且与图形、色彩相协调,这是一个重要的设计原则^[8]。其次,图形。图形的设计可从传统文化中提取有效元素,再配合全新的设计方法,提炼与创造适合旅游纪念品品牌形象的全新图形,满足旅游者追求奇特与不同的心理特点。再次,色彩方面。就像可口可乐包装为红底白字一样,旅游纪念品的包装设计同样要求易辨易记,增强自身的识别性,在给旅游者带来精神愉悦的基础上,成为表现品牌形象的有效元素。比如,看到蓝印花布,就会让人想到浙江乌镇的印蓝画布;说起青花瓷,便可以联想到青花蓝等。

2.3 强调绿色,体现人文关怀

人们选择旅游,主要目的就是亲密接触大自然,获得身心放松。鉴于此,在旅游纪念品包装设计中必须强调绿色环保理念,体现一种人文关怀。具体来讲,主要包含两方面内容^[9]。其一,绿色材料的使用。纪念品包装材料的选择应结合当地的自然资源实际,选用环保的纸、竹、木、泥及其他植物的茎叶等天然材料,因地制宜,让人产生一种回归自然的感受与体验。比如福建的部分茶叶包装选用竹笋皮,海南纪念品的包装选用椰子壳等。值得一提的是,荣获第九届华东包装大奖赛金奖的作品——杏花村淳酒系列,其包装

将竹子作为造型元素,制作出造型各异的包装,在实现环保的同时,给人带来一种置身自然的舒适感受。其二,减量化造型设计。环保效用的实现不只在于材料的选择,与整体的设计也有着紧密联系,因此,包装造型设计的减量化生产十分必要。比如山西平遥的纪念火柴包装设计就只在包装盒上简单地绘制了一些喜庆或是具有代表性的传统图案,可爱的火柴盒不仅方便携带,而且实现了环保与特色的和谐共存,获得了一致好评。

2.4 形式多元,彰显时代特征

在传统观念的影响下,人们总是习惯性地认为纪念品无非就是传统的特产、小吃、服装等,形式单一,且包装毫无亮点。事实上,旅游纪念品不仅可以形式多样,而且可以具备多元化的包装设计,彰显出强烈的时代特征。具体来讲,可以从以下几方面入手。首先,传统与现代结合。在传统的材料上加上现代的元素,既可以保留纪念品中传统的原汁原味,又可以表达个性,唤起更多人的共鸣。台湾故宫博物馆的两个青花瓷瓶设计就为旅游纪念品包装设计提供了灵感来源。一个将某种特殊材料敷在普通玻璃瓶上,再用吹风机加热,青花瓷图案便可成功拓印,另一个则将青花瓷花瓶分成几个部分,分开是碗碟杯,合起便是青花瓷花瓶。类似的手法若能运用到旅游纪念品的包装设计中,必定能够吸引更多人的注意。比如在丝绸上印染一些具有现代感的时尚图案,进行混搭;将传统的扇面上绘制新时代的图案内容,并进行巧妙地折叠拆分设计等。其次,品种档次齐全。不同的旅游者对旅游纪念品的需求是不同的,他们通常会根据自己的爱好和能力进行选择,因此,开发不同档次、不同价格、不同形式的旅游纪念品是旅游纪念品经营企业必须重视和实践的。结合当前国际国内旅游者的现实构成,可以发现旅游者不再只是高薪阶层,而是增加了很多年龄较小的学生、收入不高的青年,尤其是国际旅游者中30岁以下的人逐渐成为主体,这些群体在旅游过程中对旅游纪念品的消费同样应引起重视。鉴于他们年龄层次复杂、消费需求多样的特点,旅游纪念品的包装设计必须做到品种档次齐全,以适应不同不同档次旅游者的需要。再次,打破原有的思维模式。要想创造出符合现代人审美的包装作品,必须突破传统的思维方式,采用多角度新视觉的想象^[10]。同样,旅游纪念品包装设计必须建立新模式,采用古今中外经典图形内容作为包装装饰设计的主题,或者积极从传统文化中寻找亮点,结合全新的设计方法,实现独有的创意包装,在同类商品中脱颖而出。最后,注重商品价值表达。旅游纪念品除了有使用价值以外,还应该重点强调出产地和纪念品的特殊价值,因此,在对旅游纪念品包装进行设计时,可以进一步凸显文化价值,必要时可让旅游者亲自参与进来。比如,

让旅游者亲自烧制带有游玩的日期和自己的姓名的陶瓷纪念品,然后再结合其烧制的陶瓷作品进行包装创意,实现完全的自主化和个性化。这样的旅游纪念品包装设计不仅避免了雷同现象,更多了一份情感,一段回忆,让旅游者印象深刻,同时使纪念品的价值获得了有效提升^[11]。

3 结语

设计源于生活并反映了生活。对于旅游纪念品的包装而言,其不仅是产品相关信息传达的载体,而且是一种地域文化、民族风情、人文历史的表达,只有带有浓郁民俗特色、富有个性的旅游纪念品才能获得旅游者的喜爱和认可^[12]。在实际的设计过程中,设计师不能随意对待,而要通过研究各方面的材料,结合当地的地域特色和文化内涵,准确地进行包装设计,既要注重版面美学效果,又要重视地理文化特征的表现,还要强调图形文字的通俗易懂,以保证产品的更新,博取社会的认可,从而使旅游纪念品包装设计增加附加值,逐步走向成熟,走向国际。

参考文献:

- [1] 乐建军. 旅游纪念品包装设计开发探析[J]. 课程教育研究: 外语学教法研究, 2013(12): 11—12.
LE Jian-jun. Analysis of Package Design and Development of Tourist Souvenirs[J]. Curriculum Education Research: A Study of Foreign Language Pedagogy and Methodology, 2013(12): 11—12.
- [2] 朱媛, 刘丽菁, 吴越. 浅谈旅游纪念品包装设计的文化定位[J]. 商场现代化, 2009(7): 198—199.
ZHU Yuan, LIU Li-jing, WU Yue. Cultural Orientation of Package Design for Tourist Souvenirs[J]. Shopping Mall Modernization, 2009(7): 198—199.
- [3] 杨可冰. 论旅游纪念品包装设计的表现手法[J]. 现代装饰: 理论, 2013(12): 103.
YANG Ke-bing. On Tourism Souvenirs Packaging Design Style[J]. Modern Decorative: Theory, 2013(12): 103.
- [4] 杨可功, 刘东宇. 论旅游纪念品包装设计的创意构思[J]. 艺术科技, 2013(11): 101.
YANG Ke-gong, LIU Dong-yu. On Creative Design of Packaging Design of Tourist Souvenirs[J]. Art Technology, 2013(11): 101.
- [5] 张海林. 对旅游纪念品包装再设计的探讨[J]. 包装工程, 2011, 32(2): 95—98.
ZHANG Hai-lin. Discussion on Package Design of Tourist Souvenirs[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(2): 95—98.
- [6] 王琳. 牡丹文化在洛阳旅游纪念品包装设计中的应用研究[J]. 现代装饰: 理论, 2013(5): 100—101.
WANG Lin. Application of Peony Culture in Packaging

- Design of Tourist Souvenirs in Luoyang[J]. *Modern Decoration: Theory*, 2013(5): 100—101.
- [7] 牛阮霞, 佟立洲, 肖蕊. 旅游纪念品特色开发探析[J]. *科学大众: 科学教育*, 2014(4): 165.
NIU Ruan-xia, TONG Li-zhou, XIAO Rui. Analysis of Characteristic Development of Tourist Souvenirs[J]. *Science and Mass: Science Education*, 2014(4): 165.
- [8] 李超. 可持续视角下的旅游纪念品设计[J]. *创意设计源*, 2016(6): 38—43.
LI Chao. Design of Tourist Souvenirs from a Sustainable Perspective[J]. *Creative Design Source*, 2016(6): 38—43.
- [9] 程辉. 对旅游纪念品设计的三点思考[J]. *设计*, 2015(19): 88—89.
CHENG Hui. Three Thoughts on the Design of Tourist Souvenirs[J]. *Design*, 2015(19): 88—89.
- [10] 蒋群芳. 旅游工艺纪念品的设计[J]. *艺海*, 2012(2): 86—87.
JIANG Qun-fang. Design of Tourist Craft Souvenirs[J]. *Yihai*, 2012(2): 86—87.
- [11] 刘青. 以文化为导向的旅游纪念品情感化设计研究[J]. *设计*, 2016, 29(5): 100—101.
LIU Qing. Cultural Oriented Tourism Souvenir Emotional Design and Research[J]. *Design*, 2016, 29(5): 100—101.
- [12] 张家祺, 张田雨, 张璇. 基于不同旅游资源的旅游纪念品的创新设计策略研究[J]. *设计*, 2016, 29(8): 127—129.
ZHANG Jia-qi, ZHANG Tian-yu, ZHANG Xuan. Research on Innovative Design Strategy of Tourist Souvenir Based on Different Tourism Resources[J]. *Design*, 2016, 29(8): 127—129.