

传统陶瓷元素在包装设计中的应用

韩培

(玉林师范学院, 玉林 537000)

摘要: **目的** 探究包装设计中的传统文化元素应用方式, 聚焦陶瓷元素并就其应用展开探讨, 总结发展路径。**方法** 结合我国深厚的文化底蕴这一实际, 由整体到局部进行分析, 以陶瓷文化为代表性视角, 从传统陶瓷文化的内涵及发展之路进行导入, 接着从宏观角度分析其所带给包装设计的巨大价值及作用, 得出其无论是在文化与审美层面还是经济销售方面都有着突出的表现, 最后以陶瓷艺术中最具代表性的青花元素为重点, 就其在酒品包装、工艺品包装等领域的应用方向及策略展开探析, 总结具体的应用策略。**结论** 传统陶瓷元素与包装设计的有机结合, 不仅为我国经典的陶瓷文化的进一步传承与发展铺平了道路, 而且还拓宽了包装的新意和商品销售的渠道, 是一种十分重要且必要的良性选择。

关键词: 传统陶瓷元素; 内涵; 包装设计

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)12-0303-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.12.049

Application of Traditional Ceramic Elements in Packaging Design

HAN Pei

(Yulin Normal University, Yulin 537000, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the application of traditional cultural elements in packaging design, focus on ceramic elements and discuss their application, and summarize the development path. Combined with China's profound cultural deposits, with ceramic culture as a representative perspective, the connotation and development of traditional ceramic culture were introduced from the whole to parts. Then, the great value and function it brought to packaging design were analyzed from a macro perspective, and it was concluded that the ceramic culture had outstanding performance in both cultural and aesthetic aspects as well as economic sales. Finally, focused on the most representative blue and white elements in ceramic art, the application direction and strategy of ceramic culture in wine packaging, handicraft packaging and other fields were analyzed to summarize specific application strategies. The organic combination of traditional ceramic elements and packaging design not only paves the way for the further inheritance and development of China's classical ceramic culture, but also broadens the new ideas of packaging and channels of commodity sales, which is a very important and necessary benign choice.

KEY WORDS: traditional ceramic elements; connotation; packaging design

我国有着深厚文化底蕴, 无论是在文化层面还是在物质与精神层面都有着丰富的形式与极大的价值。

但是, 在当前这个文化交融的大环境下, 很多经典的传统文化却渐渐被人们淡化, 有的甚至完全消失。这

收稿日期: 2020-02-25

基金项目: 玉林师范学院 2020 年度广西高校中青年教师基础能力提升项目:《广西地区陶瓷艺术设计创新及应用研究》(2020KY14029); 玉林师范学院校级科研项目:《广西城市景观文化建设中陶瓷艺术应用的创新性研究》(2019YJKY09); 玉林师范学院 广西高等教育本科教学改革工程 2019 年度重点项目:《融合与开拓: 广西传统工艺振兴“院校传承”模式的探索与实践》(2019JGZ142); 广西高校中青年教师基础能力提升项目:《广西少数民族特色文化在陶瓷产品设计中的应用研究》(2019KY0596)

作者简介: 韩培(1985—), 女, 河南人, 硕士, 玉林师范学院工艺美术师, 主要研究方向为陶瓷艺术设计。

就提醒我们必须对现实环境与文化形式进行深入分析,借助各种先进的思想与科学的方法,将传统文化进行全新的传承与拓展。以在我国传统文化中占据重要地位的陶瓷文化为例,其作为代表着中国历史文化特征的符号,在一定程度上象征着我国的民族文化,是挖掘传统文化元素与现代艺术形式结合的重要资源和落脚点,其所带给现代艺术形式的价值与作用也是难以估量的^[1]。这一点在包装设计中便有着各种丰富而个性的展现。面对价值多元化、国际全球化的现实背景,包装设计的未来发展已不再仅限于简单的“包”与“装”,而陶瓷文化元素的合理融合与创新,恰恰给了包装设计需要的民族化与个性化的表现形式,也赋予了包装设计更加深厚的文化内涵^[2]。这种在适应现代社会市场需求的基础上的全新尝试,很好地实现了将中国传统文化进行发扬和传承的目的,值得我们进行深入地学习与探究。

1 传统陶瓷文化概述

五千年的文明历史造就了经久不衰的传统陶瓷文化,而这一传统形式在当前的文化艺术领域中同样获得了越来越高的关注度,受到了众多艺术大师及学者的青睐与推崇。受此影响,对传统陶瓷文化的研究也越来越深入起来。整体来看,传统陶瓷艺术有着悠久的发展史,自唐代发展至今,其已经形成了很完整的体系,不仅深化了写意绘画、工笔绘画这两类装饰形式,笔法和风格也更加自然生动,才造就了元青花、粉彩及明清朝代的陶瓷工笔等,表现出了极高的历史价值^[3]。在陶瓷艺术所展现的丰富多彩的形式与内容中,其将人的主观意识与客观世界的物质形态有机融合起来,对人文思想与价值进行淋漓尽致地展现,除了有对自然风景的刻画,还有对美好生活的向往^[4]。将这样一种优秀的传统艺术形式进行现代化表达,使其融入到文化艺术领域的各个方面,总是能够实现更加艺术化、更富内涵与现代感的创作效果。

2 传统陶瓷元素在包装设计中的应用价值

社会发展速度的不断加快,市场经济改革的逐步深化,给了商品经济更多的机遇和挑战。这就使得产品的生产、包装及销售必须结合现实环境不断进行革新,以增强自身的竞争力,占据市场份额^[5]。包装设计在这一环节表现出极强的存在感,成为了备受关注的重要内容。传统陶瓷元素的融入,给了现代包装设计更加完美的表达形式,不仅提升了文化价值,而且还丰富了审美价值,全面提高了商品在市场经济中的竞争力。

2.1 提高产品包装的文化价值

将产品包装设计与传统陶瓷元素进行深度融合,

在很大程度上增强了包装的文化功能,尤其是那些精髓的元素更是展现出个性化的强烈文化色彩,给包装带来了更加丰富的文化内涵^[6]。这不仅满足了人们基本的使用需求和对产品的保护功能,而且展现出了文化功能,满足了人们的精神文化享受需求。比如,茶叶包装设计中传统竹林绘画元素的使用以及酒品包装设计中绳结进行的艺术捆绑,这些都是陶瓷文化形式中经常应用的代表性元素,提高了产品自身的价值,也使得其包装更具竞争力。

2.2 丰富产品包装的审美属性

审美性是产品包装设计中同样十分关键的一步,旨在满足人们对传统文化的审美需求^[7]。在产品包装设计中,审美功能必须得到重视。陶瓷元素的创新应用可以实现包装设计审美功能的升级,如将陶瓷文化形式中的图形、色彩、纹样、材料及理念等进行艺术化解读,再辅以各种变化,将包装上合计的形式进行升华,实现不一样的情感体验^[8]。比如,在包装材料的选择上,适时运用陶器材质,不仅可以使我国传统文化的魅力进行展现,而且还能使整体更显历史性与民族性,形成一种独特的包装风格,极具审美价值。

2.3 提升产品包装的经济价值

中国传统文化的价值是不可估量的。陶瓷元素作为其中的佼佼者,在产品包装设计中表现出强大的发展力量,其不仅将自身所具备的时间与空间信息进行展现,充实了人们的精神世界,而且也在很大程度上影响着企业的信誉,尤其是其中精湛的智慧与创造力已经成为影响着企业的一种信誉,有效促进了产品的市场竞争力,凸显出一定的经济价值^[9]。

3 传统陶瓷元素在包装设计中的应用策略

在一定程度上说,包装设计是一种文化的表达,其在发展过程中凭借自身个性化的图形、色彩、文字和内涵,实现了丰富的文化内涵和独特的思想表达。传统陶瓷元素在包装设计中的应用展现出“简洁却不简单,丰富但不繁琐”的特点,尤其是青花元素的应用更是其他元素所不能比的存在,其系出名门,历经千年,有着无可替代的文化气息,使得包装设计开始展现出一种人文性特质^[10]。现以青花元素为例,就其在酒品和工艺品包装设计中的具体应用展开分析。

3.1 酒品包装设计中的恰当应用

从酒品市场上看,其包装已经成为一种艺术形式,除了具备基本的保护功能外,还要具备文化与审美功能^[11]。当前的酒品包装普遍有着鲜明的特点与突出的文化内涵,或者透露出一种华丽高贵的气质,或者展现出高贵典雅的风采,以期最大化地满足人们在审美与情感上的多样化需求。传统陶瓷艺术给了酒品

包装设计更多的可能。事实上,陶瓷元素在酒品包装设计中的确有着很大的应用价值,并且获得了生产者和设计师的多方关注与应用尝试。具体来看,其应用方法主要包含以下几种。第一,对酒品品牌进行深入研究,明确其风格和特点,尝试从传统陶瓷艺术的角度去挖掘其融合点;第二,深入分析现有的酒品包装的优秀案例,并结合所要设计的酒品特点进行传统陶瓷艺术元素的融入;第三,从当下的市场需求入手,积极探索传统陶瓷艺术元素的精髓之处,以便更好地体现酒品包装的文化气质;第四,充分利用陶瓷包装材质和图案装饰进行传统陶瓷艺术的现代化改造,使其展现出更加新的特点和活力。当然,在这一过程中,设计师不能简单照搬,要结合实际进行灵活的创作与应用^[12]。

以青花元素的具体应用为例,该陶瓷文化中的经典元素在白酒包装设计中有着优秀的表现手法和应用手段。泸州老窖国窖 1573 原浆酒包装设计就是很成功的代表,设计师在设计时对白酒的包装容器进行了艺术化的设计,成为竹节形式,并在瓶身配有浮雕,将竹的意象进行更加丰富的表达。与此同时,青花元素的融入更加丰富了其包装的文化内涵,那点缀着的青花彩绘进一步将竹这一传统文化元素进行了展现,使得整个包装更加凸显气质,不仅实现了理想的包装效果,而且也将泸州老窖人如竹子般的拼搏精神进行了淋漓尽致地表现。

除了这种包装形式外,白酒包装市场上还出现了将传统的青花纹样进行民族性表达的成功案例。例如,青花浏阳河酒包装设计就将缠枝、龙、凤等纹样进行借鉴,合理利用其所具备的传统特色形成了个性化的装饰纹样,在凸显清新淡雅之气的同时,又有着强烈的民族传统韵味,进一步弱化了酒包装中的商业气息,促进了浏阳河酒对传统文化的传承与发扬。

3.2 工艺品包装设计中的灵活表现

工艺品包装设计正在不知不觉中随着社会的进步与时代的发展而逐渐繁荣起来,其不仅工艺水平逐渐提高,种类和内容也日渐丰富,在创造性和艺术性上表现突出,获得了越来越多人的喜爱^[13]。传统陶瓷文化元素在工艺品包装设计中的应用更是将传统文化与现代设计进行了完美融合,实现了细节与整体的共同提升。但在具体的应用过程中,并不能仅仅抱着拿来主义的态度,照搬照抄是无法实现更大的艺术价值的,还是要根据实际进行更多的方法尝试。第一,对消费群体进行合理定位,依据该群体消费水平和心理选择青花元素的形式;第二,讲究和谐,在有限的体积和空间内进行合理的运用,让青花元素与整体相统一,展现出一致的文化意境;第三,尽量选择有代表性的造型去辅助整体的设计效果表达,做到精益求精。

从当前的工艺品市场看,无论是漆器、瓷器,还是民俗、装饰等类别,工艺品的包装都对青花元素有着独特的情感认同,出现了许多设计精品。一款情侣水杯的工艺礼品设计另辟蹊径,不再从动物、字母或卡通人物等角度进行展现,而是将蓝白相映的青花瓷色彩进行了艺术化的创造,给人一种清新亮丽、超凡脱俗的感觉,也将情侣之间那种和谐与美好的情愫进行了艺术化表达,从而成功从同类工艺品包装中脱颖而出。

4 结语

当前的文化竞争日益激烈,对民族文化的传承与发扬不仅是时代的发展需要,也是我们每一个人都必须正视并承担的责任。将民族文化艺术与包装设计结合,便是这一现实中国的必然发展之选,如此不仅可以展现东方文化的独特魅力,真正提高包装设计的竞争力和影响力,而且还可以进一步升级我国的文化软实力,获得实质性的价值提升和艺术推广。传统陶瓷艺术涉及到很多方面的元素,其无论是在特点还是在价值上,都表现出浓厚的民族文化色彩,正是弘扬民族传统文化的必然选择。尤其青花元素的巧妙运用,更表现出超强的生命力和发展力,从形式到内容,从文化到精神,都很好地把握了当下的时代审美特点,在展现出强大的视觉冲击力的同时也提高了包装设计的艺术品格。在未来的创造过程中,设计师必须正视以上这些现实方面的内容,对传统文化尤其是陶瓷文化引起重视,并将其与包装设计进行更加完美的结合,使产品包装体现出强烈民族性与时代性,展现出不可估量的效益与极高的艺术价值。

参考文献:

- [1] 袁楚静,王梦林. 试论传统陶瓷元素在包装设计中的应用[J]. 中国包装工业, 2015(12): 34-35.
YUAN Chu-jing, WANG Meng-lin. Discussion on the Application of Traditional Ceramic Elements in Packaging Design[J]. China Packaging Industry, 2015(12): 34-35.
- [2] 张洪萍. 传统陶瓷艺术在白酒包装设计中的应用研究[J]. 初中生优秀作文, 2015(22): 56.
ZHANG Hong-ping. Application of Traditional Ceramic Art in Packaging Design of Liquor[J]. Excellent Composition of Junior Middle School Students, 2015(22): 56.
- [3] 方莉. 青花纹样在酒包装设计中的应用研究[J]. 艺术研究, 2016(3): 174-175.
FANG Li. Application Research of Blue Pattern in Wine Packaging Design[J]. Art Research, 2016(3): 174-175.
- [4] 唐亮. 青花瓷图案纹样在工艺品包装设计中的应用[J]. 学园, 2015(14): 188-189.
TANG Liang. Application of Blue and White Porcelain

- Patterns in Handicraft Packaging Design[J]. Academy, 2015(14): 188-189.
- [5] 林星群. 品牌意识: 试论陶瓷艺术商品的包装设计[J]. 中国校外教育旬刊, 2009(7): 147.
LIN Xing-qun. Brand Consciousness: On the Packaging Design of Ceramic Art Goods[J]. Chinese Journal of Off-campus Education, 2009(7): 147.
- [6] 吴琼. 青花瓷元素在现代商品包装设计中的应用[J]. 现代交际, 2012(2): 100.
WU Qiong. Application of Blue and White Porcelain Elements in Modern Commodity Packaging Design[J]. Modern Communication, 2012(2): 100.
- [7] 龚敏. 元明青花瓷典型纹饰在包装设计中的思考及运用[J]. 科教导刊, 2009(1): 126.
GONG Min. Thinking and Application of Yuanming Blue and White Porcelain Patterns in Packaging Design[J]. Science and Technology Journal, 2009(1): 126.
- [8] 刘江辉. 传统青花瓷图样在现代包装中的传承及应用[J]. 现代装饰(理论), 2016(11): 177.
LIU Jiang-hui. Inheritance and Application of Traditional Blue-and-white Porcelain Patterns in Modern Packaging[J]. Modern Decoration(Theory), 2016(11): 177.
- [9] 汤红艳, 陈金山. 浅谈酒瓶陶瓷包装设计[J]. 大众文艺, 2012(2): 99.
TANG Hong-yan, CHEN Jin-shan. Discussion on Ceramic Packaging Design of Wine Bottles[J]. Public Art, 2012(2): 99.
- [10] 龚超. 浅谈陶瓷酒瓶的造型与装饰设计[J]. 景德镇陶瓷, 2013(5): 14-15.
GONG Chao. Discussion on the Modeling and Decorative Design of Ceramic Wine Bottles[J]. Jingdezhen Ceramics, 2013(5): 14-15.
- [11] 王煦尧, 刘迎. 江西陶瓷艺术在现代设计中的应用研究[J]. 现代装饰(理论), 2016(7): 148.
WANG Xu-yao, LIU Ying. Research on the Application of Jiangxi Ceramic Art in Modern Design[J]. Modern Decoration(Theory), 2016(7): 148.
- [12] 冯青. 基于青花瓷艺术装饰的现代产品设计研究[J]. 艺术与设计(理论), 2010(9): 210-212.
FENG Qing. Research on Modern Product Design Based on Blue and White Porcelain Art Decoration[J]. Art and Design(Theory), 2010(9): 210-212.
- [13] 李楨. 陶瓷艺术在包装设计中的应用[J]. 中国包装工业, 2013(12): 49.
LI Zhen. Application of Ceramic Art in Packaging Design[J]. China Packaging Industry, 2013(12): 49.

(上接第 291 页)

- [7] 孙琳. 浅析绿色设计背景下的视觉传达设计[J]. 大众文艺, 2016(20): 96.
SUN Lin. Analysis of Visual Communication Design under the Background of Green Design[J]. Public Art, 2016(20): 96.
- [8] 杨烈. 论绿色设计与绿色包装[J]. 现代商贸工业, 2010, 22(19): 385-386.
YANG Lie. On Green Design and Green Packaging[J]. Modern Business & Industry, 2010, 22(19): 385-386.
- [9] 吕威. 关注绿色包装和绿色设计[J]. 中小企业管理与科技, 2008(5): 28.
LYU Wei. Focus on Green Packaging and Green Design[J]. SME Management and Technology, 2008(5): 28.
- [10] 王丹丹. 绿色设计理念在食品包装中的体现[J]. 艺术时尚(理论版), 2014(4): 115.
WANG Dan-dan. The Embodiment of Green Design Concept in Food Packaging[J]. Art Fashion(Theoretical Edition), 2014(4): 115.
- [11] 盛菲菲. 浅析幼儿书籍设计中的绿色设计理念[J]. 艺术教育, 2015(6): 308-309.
SHENG Fei-fei. Analysis of Green Design Concept in Children's Book Design[J]. Art Education, 2015(6): 308-309.
- [12] 王恰恰. 视觉传达设计的绿色化分析[J]. 数码世界, 2017(9): 147.
WANG Qia-qia. Green Analysis of Visual Communication Design[J]. Digital World, 2017(9): 147.
- [13] 潘宥承, 季铖. 绿色环保在视觉传达设计中的应用[J]. 大观, 2017(3): 42.
PAN You-cheng, JI Cheng. Application of Green Environment in Visual Communication Design[J]. Grand View, 2017(3): 42.