

# 包装设计中的传统视觉符号应用

王月芳

(山西职业技术学院, 太原 030031)

**摘要:** **目的** 探索包装设计中传统视觉元素符号之表现。**方法** 传统文化元素在当前的社会文化浪潮中不断与各个领域融合与共生,并在这一过程中碰撞出许多火花,让文化艺术有了更加丰富的内容与表现形式。传统文化元素中的代表性视觉符号,以其在当前的势头为基础,分析其现实影响,然后从现实着眼,就当前的实际情况展开探究,总结出多样化的应用价值与效果,最后深入设计内部,由包装设计对文字、色彩等视觉符号的艺术化应用展开探究。**结论** 传统视觉符号是一种文化载体,也是人们社会生活的一种集中反映与表现,将其与包装设计相融合,可以让包装设计作品更加贴近现实生活,获得良好的市场前景,并对传统文化实现更加长远的继承和发扬。

**关键词:** 包装设计;视觉符号;文化载体

**中图分类号:** TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)02-0367-03

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.02.049

## Application of Traditional Visual Symbols in Packaging Design

WANG Yue-fang

(Shanxi Polytechnic College, Taiyuan 030031, China)

**ABSTRACT:** This paper aims to explore the expression of traditional visual element symbols in packaging design. In the current social and cultural tide, traditional cultural elements are constantly trying to integrate and co-exist with each other in various fields, and many sparks are generated in this process so that culture and art have richer content and expression forms. The representative visual symbols in traditional cultural elements, Based on their momentum in the current development, realistic effects are analyzed, and then from the reality, the current actual situation is explored, the diverse value and effect of application of the final in-depth internal design are summed up. Finally go deeper into the design, the artistic application of visual symbols such as words and colors are explored by packaging design. The traditional visual symbol is not only a cultural carrier but also a concentrated reflection and expression of people's social life. Integrating it with packaging design can make the packaging design work more closely to real life, obtain good market prospects, and carry forward the traditional culture in a longer-term.

**KEY WORDS:** packaging design; visual symbols; cultural carrier

人类对文化的传承从未放弃过,从古至今,我国的传统文化已然从最初的细微化的传承发展到当前积累的、可变的传承,其形式与内容日益丰富,且呈现出不断的交流融合趋势,强化了自身的价值,也造就了人们普遍的心理认同,从而更加具备旺盛的生命力<sup>[1]</sup>。深入其中,不难发现那些具有代表性的文化符号如剪纸、书法、脸谱等无不表现出丰富且独具魅力的艺术特色与现实价值,不仅使国人越来越喜爱和重

视,有的甚至已经走出国门,具备了一定的国际影响力。而其中最引人注目的便是那些经典而独特的视觉文化符号,这些符号的运用拥有成熟的形式与思想内涵,十分值得人们开展深入的探究和应用,以便更好地展示传统文化的精髓,向世界展示中华文化的精神魅力<sup>[2]</sup>。包装设计领域的设计者对此有着深刻的认识,他们迫切希望创造出独一无二的包装设计作品,在努力迎合大众口味的同时进行传统文化的传承与

收稿日期: 2021-08-09

基金项目: 山西省教育科学“十三五”规划2020年度劳动教育专项课题(LD-20038)

作者简介: 王月芳(1980—)女,山西人,硕士,山西职业技术学院讲师,主要研究方向为艺术设计学。

发掘,以使包装设计作品在展示产品特性的同时,与传统文化有着艺术化的契合点。

## 1 包装设计的现状及其融入传统视觉符号的必要性

包装设计的发展不可否认。那些不断被创造出的优秀的包装设计作品,正在不同的层面丰富着人们的生活,使人们的日常生活拥有了更多的可选择性。然而,并不是所有的包装设计都是完美的,其中的不足在所难免,问题也日益凸显出来<sup>[3]</sup>。立足现状,找到问题突破口,才能实现更加成功的包装设计形式与功能的升级,拓展出更加广阔的天地。

### 1.1 包装设计的现状

在市场经济前提下,我国的包装设计现状仍不容乐观,面临着各种竞争与挑战。在整体形式方面,包装的形式较为单一,品牌理念缺乏。比如,有的包装十分粗糙,或者色彩不协调,或者文字不严谨,有的产品甚至根本没有包装。这样的现象并没有完全消失,仍然需要创新与发展。在整体设计风格上,同质化现象较普遍<sup>[4]</sup>。这一方面是因为部分包装设计直接采用抄袭的形式,毫无新意的包装作品充斥市场;另一方面是因为包装的功能性较差,仅从便利性上下功夫,对更多人性化、审美化的元素和功能缺乏体现。在创新意识方面,设计师也陷于各种束缚中,即便有的设计师在设计中对传统视觉符号进行了一定的应用,也没有达到理想的效果。

### 1.2 包装设计融入传统视觉符号的必要性

从整体来看,包装设计一直在追求以更加独特的形式与内涵去吸引消费者的眼睛,满足他们不同的审美需求,刺激购买欲望。因此,在其中合理地融入传统视觉符号,强化文化内蕴和情感特质成为当务之急<sup>[5]</sup>。从历史文化的传承价值分析,传统视觉符号作为传统文化的精髓有着很强的观赏价值和历史价值。将这样的视觉符号融于包装设计中,能够实现对传统文化的继承,同时有利于提升包装设计作品的文化价值,促进消费的实现。从审美价值层面分析,传统视觉符号的应用给包装设计带来了更高层次的精神文化内容,尤其是那些采用全新的组合、编排的视觉元素符号,在保有本真的基础上实现了艺术价值的升华,让包装设计作品与大众的生活联系更紧密,也更加符合大众的审美,从而完成了精神内容的优化和升级<sup>[6]</sup>。从商业价值层面看,有了这些与大众有着情感共通的传统视觉符号的加持,包装设计作品的市场竞争力进一步增强,甚至最大化,轻松地与大众在文化和情感上实现共鸣,从而拓宽了市场份额,因此商业价值不容小觑。

## 2 包装设计中的传统视觉符号应用策略

传统视觉符号所集中体现的文字、图案与色彩等

方面是值得包装设计应用的重要内容,其在包装设计中的艺术化应用有着特殊的价值,只要应用合理得当,还会引发文化思考,实现刺激人们消费、带给人们审美愉悦的目的和效果。可以说,传统视觉符号可以给包装设计带来取之不尽的灵感来源,让设计作品在体现商业价值的同时,实现文化和精神层面的提升。

### 2.1 特色鲜明的图形符号

传统视觉符号中的代表图形符号有着极大的应用优势,其不仅没有随时间消散,更凭借自身的独特形式、吉祥如意与当前人们的思想达成了相当程度的情感共鸣,除了在物质形态上有着引人注目的视觉形式外,还在精神层面给人以启发,加之这种视觉符号的数量庞大、形式丰富、寓意深刻,已然成为了包装设计师十分认可的设计元素,在表达形式和展现形式方面拥有强大的优势<sup>[7]</sup>。深入包装设计实际,不难发现,设计师多从现实需求和产品诉求出发,挖掘图形符号的有效形式及美好意义,结合现代的设计手法进行大胆地创造,因此人们经常被包装中的传统图形符号所吸引,并借由这样一种符号去深化自己对产品的认知,提升好感度,甚至直接购买,这就是传统图形符号的魅力所在。从橘子、石榴、牡丹等植物图形到鹿、龙、鹤等动物图形,以及如意、寿石等器物类图形,皆有着很强的应用价值。以龙纹为例,其作为中华民族的代表性图形元素,视觉的张力无可厚非,且在相应的包装设计中能够为包装增添一种文化底蕴,深化内在蕴含。结合实际的包装行业,酒类和礼品类包装设计多对此有着艺术化的应用<sup>[8]</sup>。板城烧锅酒的一款礼盒装包装设计就对龙纹有着突出的应用。其整体的内包装选用丝绸作为包装材料,并绣有彩色的龙纹图案,进一步凸显了自身的视觉张力,与以书法形式设计而成的“板城烧锅”4个字紧密配合,增添了文化内涵,真正做到了将鲜明的视觉效果与地域文化特色结合,构思简明、表现形式完美,很好地展示了此款产品独特而深厚的文化价值。

### 2.2 内蕴深厚的文字符号

文字符号的应用有其深刻的历史文化渊源,在我国的文化长河中,汉字书法是无与伦比的艺术形式,其能够在当前的时代仍然拥有旺盛的生命力,尤其值得深入探索<sup>[9]</sup>。将传统视觉元素与现代包装设计互融,能为包装设计带来源源不断的精神财富,让包装作品更加具备艺术性和辨识度,以中国文化的光彩吸引更多人的关注。这就不得不提茶叶包装设计对书法元素符号的应用。茶叶包装设计并不满足于形式的美感,还要求具备一定的文化底蕴,营造一种深远的艺术境界,以此彰显自身的独特艺术魅力和深厚的文化积淀,从而提高竞争力,快速打开市场<sup>[10]</sup>。书法所具备的或古朴,或遒劲,或飘逸的艺术美感可以将茶叶

包装上的图形元素进一步深化为一种意境和情思,从而让人们在品茶的同时顺着这一意境的指引展开想象,感受到一种精神的愉悦。然而在实际的应用中,设计师不能简单模仿和抄袭,应独辟蹊径,摆脱市场上普遍化的设计思维和设计形式,以更加独特的审美和更加灵活的设计思维,合理应用书法元素,将文字符号的可塑性进行放大和升华,造就有别于传统的字体形式<sup>[11]</sup>。这就要求设计师不能仅原地踏步、照搬照抄,还要在平时多积累书法和茶文化知识,让茶叶的韵味借此元素得以完美呈现,使茶叶产业与包装设计实现良性发展,也让消费者从中体验到独特的审美愉悦和情感收获。

### 2.3 极具张力的色彩符号

在我国,人们一直对红色有着深沉的热爱,尚红的情感倾向体现在各种形式中,而黄色也一直是帝王之色,有着地位和权利的象征意味,因此红、黄两色在大众的内心深处有着不可动摇的地位。另外,源于民间的青花蓝、白色调等同样具备深厚的文化积淀<sup>[12]</sup>。设计师在这些色彩的应用上不断创新,无论是单独应用某一色彩,还是各种颜色的搭配,抑或其他视觉符号的配合,都在看似无心和随意中透露着一种秩序,这些秩序主要包含以下几个方面。第一,从象征性出发。设计师在包装设计中要深入思考色彩的象征意义,学习不同色彩的代表意义。第二,从消费者的色彩喜好出发。设计师要明白不同的色彩给人的感觉不同,并且这些色彩应用到不同的产品包装中所产生的艺术效果也不尽相同,因此设计时应准确传达产品信息的同时实现更加理想的艺术化设计表达<sup>[13-15]</sup>。第三,从情感的升华着手。吸引消费者的目光并不算成功,在包装设计中科学地选用色彩,在更高的层面上引导消费者的思维,激发消费者的思考,在无形之中实现情感的交流与共鸣更加重要,而这也是包装设计的至高境界。汾酒包装设计中的青花蓝、金六福酒包装设计中的大面积红色、竹叶青酒包装设计中的绿色主色调等,无一不在印证着这些原则。可见,对色彩符号的应用要恰到好处,在点亮主题的同时,从更深的层面反映文化内涵,凭借这样的挖掘,升华自身的设计实践,创作出更加理想的包装作品。

## 3 结语

有人说传统文化是落后的,这一观点显然难以立足,无论是整体分析传统文化的发展历程,还是细节探索其与各种文化形式的融合,都很好地说明了其强大的生命力和应用价值。传统视觉符号作为其中的一员,能够带给包装设计的不仅是形式的创新,还包括内在的丰富和审美的升级。回顾并分析包装设计作品的优秀代表,不难发现传统视觉符号已然成为每一个

中国人自身的特性,是一种中国精神,其随着时代的浪潮所渗透到的艺术设计领域正在不断地丰富和升华,内在的文化底蕴与内涵并没有减弱或消失,反而展现出旺盛的生命力,指引着设计师的设计实践走向更加宽广的发展道路。

### 参考文献:

- [1] 周玲. 论传统文化视觉符号在平面设计中的解构与重构[J]. 明日风尚, 2016(22): 2.  
ZHOU Ling. On the Deconstruction and Reconstruction of Traditional Cultural Visual Symbols in Graphic Design[J]. Tomorrow Fashion, 2016(22): 2.
- [2] 傅江涛. 论包装设计中的中国色彩[J]. 文艺生活·文海艺苑, 2019(4): 183.  
FU Jiang-tao. On the Chinese Color in Packaging Design[J]. Literary Life, Wenhai Yiyuan, 2019(4): 183.
- [3] 赵文玉. 中国传统文化与现代包装设计[J]. 艺术科技, 2019, 32(3): 172.  
ZHAO Wen-yu. Chinese Traditional Culture and Modern Packaging Design[J]. Art Technology, 2019, 32(3): 172.
- [4] 曾琦. 中国传统文化符号在包装设计中的运用[J]. 艺海, 2020(5): 98-99.  
ZENG Qi. The Application of Chinese Traditional Cultural Symbols in Packaging Design[J]. Yihai, 2020(5): 98-99.
- [5] 孙品一. 探析中国传统元素在视觉传达设计中的应用[J]. 东京文学, 2019(2): 88-89.  
SUN Pin-yi. Analyze the Application of Chinese Traditional Elements in Visual Communication Design[J]. Tokyo Literature, 2019(2): 88-89.
- [6] 阮艺. 传统文化元素在现代包装设计中的体现与教学探索[J]. 美术教育研究, 2017(2): 70-71.  
RUAN Yi. The Embodiment of Traditional Cultural Elements in Modern Packaging Design and Teaching Exploration[J]. Art Education Research, 2017(2): 70-71.
- [7] 刘骏. 传统图形在视觉传达设计中的应用研究[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2019, 485(4): 23-24.  
LIU Jun. Research on the Application of Traditional Graphics in Visual Communication Design[J]. Satellite TV and Broadband Multimedia, 2019, 485(4): 23-24.
- [8] 刘燕. 传统文化符号在视觉传达设计中的运用[J]. 东京文学, 2019(1): 48-49.  
LIU Yan. The Use of Traditional Cultural Symbols in Visual Communication Design[J]. Tokyo Literature, 2019(1): 48-49.
- [9] 邱志涛. 传统文化价值观在现代包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2004(3): 243-244.  
QIU Zhi-tao. The Application of Traditional Cultural Values in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2004(3): 243-244.

(下转第386页)