

传统视觉符号在包装设计中的应用

郝凤枝

(山西工商学院, 太原 030006)

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尝试与各个领域的融合与共生, 让文化艺术有更加丰富的内容与表现形式。探索的出发点就是传统文化元素中的代表性视觉符号, 以其在当前的发展势头为基础, 并着眼现实, 依实际情况展开分析与探究, 总结出其具有多样化的应用价值与效果。最后深入设计内部, 以包装设计对文字、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人们的现实生活, 获得良好的市场前景, 并对传统文化实现更加长远地继承和发扬。

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)06-0342-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.06.045

Application of Traditional Visual Symbols in Packaging Design

HAO Feng-zhi

(Shanxi Technology and Business College, Taiyuan 030006, 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, which makes culture and art have more abundant contents and forms of expression. The starting point is the representative of the traditional culture elements of visual symbols. On the basis of its momentum in the current development and the reality, the current actual situation is explored, the diverse value and effect of application are summed up, and the artistic application of visual symbols such as text and color in packaging design is explored. 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 close to the real life, obtain good market prospect, and carry forward the traditional culture in a longer term.

KEY WORDS: packaging design; visual symbols; cultural carrier

人类从未放弃过对文化的传承, 从古至今, 我国的传统文化已然从最初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, 且呈现出不断交流与融合的趋势, 强化了自身的价值, 也获得了人们普遍的心理认同, 从而具有更加旺盛的生命力^[1]。人们发现那些具有代表性的文化符号如剪纸、书法、脸谱等都表现出丰富且独具魅力的艺术特色与现实价值, 不仅越来越受到国人的喜爱和重视, 有的

甚至已经走出国门, 具有了一定的国际影响力。其中最引人注目的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, 非常值得人们开展深入地探究和应用, 以便更好地理解传统文化的精髓, 向世界展示中华文化的魅力^[2]。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, 所以他们在努力迎合大众口味的同时进行传统文化的传承与发掘, 以

收稿日期: 2021-11-02

基金项目: 山西省艺术科学规划项目(2020G011)

作者简介: 郝凤枝(1981—), 女, 硕士, 讲师, 主要研究方向为视觉传达设计。

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

近年来，我国包装行业发展十分迅猛，那些不断被创造出的优秀包装设计作品，正在从不同层面丰富着我们的生活，使我们的日常生活拥有了更多的可选择性。但是，并非所有的包装设计都完美，其中有不足在所难免，问题也日益凸显出来^[3]。立足现状，找到问题的突破口，才能实现成功的包装设计形式与功能的升级，并为之拓展出更加广阔的天地。

1.1 包装设计的现状

在市场经济的影响下，我国的包装设计现状不容乐观，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。这样的现象存在，仍然需要 we 们进行创新与发展。在整体设计风格上，同质化现象较普遍^[4]。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，即使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关注，满足他们不同的审美需求，刺激购买欲望。所以，在其中合理融入传统视觉符号，强化文化内蕴和情感特质成为当务之急^[5]。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。从审美价值层面上分析，传统视觉符号的应用给包装设计带来了更高层面的精神文化内容，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需求，从而完成了精神内容的优化和升级^[6]。从商业价值层面看，有了这些与大众情感共通的视觉符号的加持，包装设计作品的市场竞争力进一步增强，甚至最大化，便能轻松地与大众在文化和情感上产生共鸣，从而拓宽市场份额，其商业价值不容小觑。

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，还会形成区域文化，实现刺激人们消费、带给人们审美愉悦的目的和效果。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，而且凭借自身的独特形式、吉祥如意与当前人们的思想产生了较强烈的情感共鸣。除了在物质形态上有着引人注目的视觉形式外，还在精神层面上给人以启发，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^[7]。深入到包装设计实际，不难发现，设计师多从现实需求和产品诉求出发，深入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的创新，所以我们经常被包装中的传统图形符号所吸引，并借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，深化内在蕴涵。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^[8]。板城烧锅酒的一款礼盒包装设计就对龙纹有着突出的应用。其内包装选用丝绸作为包装材料，并在上面绣有彩色的龙纹图案，进一步凸显了自身的视觉张力，又与下方以书法形式设计而成的“板城烧锅”四字紧密配合，更增添了一种文化内涵，真正做到了将鲜明的视觉效果与地域文化特色相结合，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远的历史文化渊源，在我国的文化长河中，汉字书法是无与伦比的汉字艺术表现形式，其在当代仍然能够拥有旺盛的生命力，尤其值得我们深入探索^[9]。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性，以中国文化的色彩吸引更多人的关注。值得一提的就是茶叶包装设计对书法元素符号的应用了。茶叶包装设计并不满足于形式的美感，还要求具有一定的文化底蕴，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^[10]。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,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。但在实际的应用中,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^[11]。这就要求设计师不能原地踏步、照搬照抄,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,而黄色一直是帝王之色,有着地位和权力的象征意义,所以红、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^[12]。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。设计师要了解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,设计时应在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^[13]。第三,从情感的升华着手。吸引了消费者的目光并不算成功,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,在无形之中实现一种情感的交流与共鸣更加重要,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,均在印证着这些原则。可见,设计师在包装设计中,对色彩符号的应用要恰到好处,在点亮主题的同时,从更深的层面反映出文化的内涵,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,还是细节探索与各种文化形式的融合,都很好地说明了其应用价值。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。回顾并分析优秀又有代表性的包装设计作品,不难发现传统视觉符号的代表性和象征性还体现在每一个中国人身份的属性上,它能够作为中国精神的文化标志;随着时代的发展,其在渗透到的艺术设计领域中不断地丰富和升华,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. 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 358 页)