

探议湘西土特产品包装设计中的设计美学内涵

宋颖 杨静

(吉首大学,湖南 张家界 427000)

摘要:湘西有着丰富的物质资源和文化资源,孕育了丰富的土特产品,本文探讨了以酒鬼酒为代表的湘西土特产品包装设计的设计美学内涵,并针对目前存在的问题提出了建议,以供参考。

关键词:土特产品;湘西;设计美学

0 引言

包装设计是一种视觉艺术,也是满足现代人审美需求,为商品销售服务的应用艺术,追求视觉上的审美和独创性。包装就是在视觉语言以及美学内涵中融入商品信息,以此来吸引受众购买,并树立品牌形象。湖南西北部的湘西土家族苗族自治州拥有独特而深厚的地域文化,衍生出很多特色鲜明的土特产。土特产品包装既是文化的一种物质载体,也体现出现代设计的趋势。

1 设计美学概述

设计美学是一门多元交叉学科,它以现代设计理论为基础,将文化、审美、哲学、宗教信仰等融入体系之中,具备综合性、文化性、时代性、多元性、科学性的特点,涵盖功能、技艺、造型、内涵之美。

地域、民族、文化将直接影响设计美学。中国式设计美学秉持“天人合一”理念,注重意境和抽象性,善于用有形的物质表达无形的思想,同西方写实和注重逻辑思维的设计美学存在非常大的差别。

包装是一个产品的“脸面”,也是一个产品在消费者心目中最直观的形象。目前来看,湘西土特产品包装设计以酒鬼酒为代表,兴起了一股新的设计思路,将引领地方性、民族性包装设计革新。

2 湘西土特产品包装设计的设计美学内涵探究

湘西土特产品十分丰富,主要包括食物类、茶叶类、酒水类以及工艺品四个类别。具体如凤凰姜糖、酒鬼酒、古丈毛尖、边城香醋、苗家腊肉、松菌油、凤凰红米酒、凤凰蜡染、猕猴桃、张家界酒、苗银首饰等。

湘西民间艺术,具有浓郁的民俗风情,造就了绚丽的民族传统工艺,如织锦、刺绣、蜡染、苗族服饰等。以苗族服饰来说,其款式精美、色彩搭配丰富,对比强烈,色彩浓郁厚重,在衣领、袖口、裤筒、裙摆、肩上绣花、贴花、挑花。图形样式丰富,包括龙凤、花草、蝴蝶、鸟兽、人物等。其中,蝴蝶是苗族信仰图腾,出现得最多,代表美丽和自由。

就包装设计而言,以酒鬼酒为例,探讨设计美学内涵,如图1。

图示为酒鬼酒包装,用麻袋型包装,堪称神来之笔,也是白酒包装历史的一次革命,为“第一文化酒”美誉画下点睛之笔。该包装设计为湘西艺术大师黄永玉专门设计,并亲自题字。大俗大雅,质朴归真,在色彩上红、黄、黑等色调相得益彰,对比强烈,视觉效果突出,同时内外包装具有很强防伪特性,强调一次性破损,内外包装在倒酒前均会破损。

造型之美:酒鬼酒包装古朴粗狂十分别致,用了麻布袋,用麻绳捆扎袋口,整体造型如同收紧的麻袋,能让人联想到装满粮食的麻袋,给人温馨、亲密之感。造型设计采用自然仿生原则,如颈部构思精巧,用麻绳捆扎颈部,为短口颈,颈部细,

凸显人性化。整体看具有变化统一、对称平衡且节奏韵律美,拥有自然之态,凸显对称,纹理突出,线条优美,色彩古朴自然,很有韵味。

功能之美:酒鬼酒包装容器属于陶泥容器,也有同类造型的玻璃器皿(仿制麻袋形态制作),选材经济,造型独特,易于运输存放,并兼顾消费者。包装考虑了酒的挥发性,外包装为深色、不透光,防止酒挥发,而且瓶口木塞封蜡更易保存,容器纹理以及整体造型符合人体工学要求,不仅防滑,取放、存储也十分方便。

内涵之美:酒鬼酒采用仿生手法,一举突破了传统盛酒容器瓶瓶罐罐的形象,一反常态地用中国传统红纸、金色丰收麻布袋,独具匠心的造型获得大众喜爱。红色代表了喜庆、金色代表了丰收,黑色的狂草“酒鬼”二字苍劲有力,“不可不醉,不可太醉”幽默谐趣,形象表现了“酒鬼”的特性,体现了豁达自由的情怀,塑造了民族佳酒形象。

3 包装设计美学的几点建议

首先,以传统文化为基础,凸显创新。市场上的商品多不胜数,竞争激烈,湘西土特产品要脱颖而出,除了要保证产品质量外,包装设计也必须新颖。应将传统文化艺术融入现代科技中,使二者充分结合,设计具有神韵又独具匠心的包装。就地取材,把包装设计本地化,以市场为导向,设计出既经济实用,又美观大方的包装。例如,酒鬼酒包装、“七姊妹”剁辣椒包装就采用了湘西独有的花纹坛子,既能长期保存剁辣椒,又美观,还能当作工艺品。

其次,将地域特色融入包装设计。土特产品是地域文化的物质载体,设计包装时必须考虑本地化,融入地域元素,彰显地域特色。虽然说吊脚楼、苗女这些图形符号代表了湘西,但泛滥之后,就毫无个性,很多包装给消费者的感官均是雷同的形象。这就需要在考虑本地化的同时,慎重选择能够代表湘西的元素。一方面,可以在已有的图形符号上分解重构,如苗魅酒包装海报,代言形象同样是苗女,但用的是苗女的背影,形成阵列,辅以紫色背景,别具一格;另一方面,则是挖掘元素,其中包括建筑上的图案、服饰、民俗风情、服饰图案等。例如,凤凰“刘氏”姜糖,其包装就挖掘了吊脚楼木雕纹饰图案,创造性地设计了“二龙戏珠”,寓意深刻。

最后,凸显人性化和原生态。设计最终要面向消费者,要满足其需求,人们对文化、精神、品位的追求越来越高。包装设计时就需要凸显人性化和原生态。把湘西人崇尚自然、敬畏自然、善待自然、师承自然的特性融入设计中,突出自然美,多用布料、木料等搭配不同颜色表达湘西文化内涵,给予消费者强烈的视觉冲击。

4 结语

以酒鬼酒为代表的湘西土特产品包装设计引领了地域化、民族性、文化性的包装设计潮流,体现了设计美学内涵,也取得了十分理想的成绩。但仍有很多土特产品在包装设计方面还存在问题,因此,在包装设计时要考虑湘西的地域特色,在设计中融入代表性元素,用视觉语言表达湘西的文化特色,在传统的基础上设计,提高湘西土特产品的附加值。

参考文献:

- [1] 李景华,丁艳娇.设计美学观——设计要有内涵[J].艺术与设计(理论),2008(03):20-22.
- [2] 徐坚毅,朱瑞华.论当代产品包装设计中的美学原理[J].现代装饰(理论),2016(01):136.
- [3] 李红霞.探议湘西土特产品包装设计中的设计美学内涵[J].美术教育研究,2015(15):86-87.



图1 酒鬼酒包装

基金项目:本论文为2015年度湖南省大学生研究性学习和创新性实验计划项目;2015年国家大学生创新创业训练计划项目“基于湘西旅游背景下的土特产品包装设计研究”(201510531004)