

现代食品包装设计中中国传统文化元素的融入

Integration of Chinese cultural elements in the design of modern food packaging

田贵坤

TIAN Gui-kun

(永城职业学院, 河南 永城 476600)

(Yong Cheng Vocational College, Yongcheng, Henan 476600, China)

摘要:在现代食品包装设计中融入中国文化元素,具有迎合国内消费者的民族认同、满足国外消费者的异域文化需求,以及实现中国传统文化现代化的重要作用。因此,有必要充分利用代表中国文化的汉字、色彩和图案及其组合的作用,通过对传统文化的继承和创新,将其纳入食品企业整体品牌策略,以及同现代科技紧密结合等具体路径,更好地吸引国内外消费者对相关食品的注意力,提升相关食品企业市场竞争力。

关键词:包装设计;食品包装;中国文化;文化元素

Abstract: The integration of Chinese cultural elements in the modern food packaging design, has many important functions, such as catering to the national identity of the domestic consumers, meeting the needs of foreign culture of foreign consumers, and realizing the modernization of Chinese traditional culture. Therefore, it is necessary to make full use of the representative of Chinese culture, such as characters, colors and patterns and their combinations, then through some specific path, including the traditional culture inheritance and innovation, integrating it into the overall brand strategy for food enterprises, and closely integrated with modern science and technology, so that it can attract more attention of domestic and foreign consumers on related food, and promote related food enterprises to enhance market competitiveness.

Keywords: packaging design; food packaging; Chinese culture; cultural elements

对于食品生产经营企业来说,现代食品包装不仅具有保护食品本身并便于贮存运输的功能,而且是相关食品直接展示在消费者面前的外在形象,具有重要的吸引消费者注意力,从而促进其市场竞争力提高的功能。因此,成功的食品包装设计必须同时考虑到其作为包装本身的实用性价值,以及作为食品外在形象的市场价值^[1]。要充分发挥食品包装

设计作为食品外在形象的市场价值,以更好地吸引消费者的注意力,食品生产经营企业必须在其中尽可能体现出其特有的文化特色。对于中国的食品企业来说,充分利用相关食品同中国丰富的文化资源之间的各种联系,在融入这些中国文化元素的基础上,设计出为消费者喜闻乐见的食品包装,能非常有效地突出其产品的特色,提高相应食品的市场竞争力。

1 现代食品包装设计中融入中国传统文化元素的价值

现代食品包装设计中之所以需要融入中国文化元素,其根本目的依然是为食品生产销售企业提升其市场竞争力服务。对于现代设计理念来说,只有在食品包装中充分融入中国传统文化元素,才能使其具有浓厚的民族特色,从而得到国内外消费者的广泛认同,产生相应的促进其市场竞争力提升的作用^[2]。具体来讲,现代食品包装设计中融入中国文化元素具有以下重要意义。

1.1 与消费者文化上的认同与共鸣

对于中国消费者来说,在现代食品包装设计中融入中国文化元素能够对其产生相应的民族亲和力,增加其对相应食品的民族认同,从而增加其对相应食品进行消费的可能。任何生产经营食品的中国企业,其国内消费者在民族属性上都存在着天然的联系,通过食品包装设计强调其民族文化与消费者之间的同一性,可以刺激消费者产生同生产经营食品的企业在利益上存在一致性的联想,从而出于民族认同的感情或利益的原因促使其作出相应的消费选择,从而促进其市场竞争力的提升。如著名食品企业徐福记,其主打产品沙琪玛的包装设计就以中国传统文化元素中的代表元素中国龙为主,不仅其商标采用的是以中国龙和传统上代表高贵的明黄色和红色相结合的图案,其外包装整体上也以明黄色的龙鳞图案作为装饰,体现出浓厚的中国文化特色。类似于徐福记中国龙的民族文化元素的融入,会使处于中国文化氛围中成长的国内消费者对其产生天然的好感,在迎合其民族认同

作者简介:田贵坤(1962—),男,永城职业学院副教授,硕士。

E-mail:471446463@qq.com

收稿日期:2017—11—09

心理的基础上提升相关食品生产经营企业的市场竞争力。

1.2 满足国外消费者对异域文化的需求

对于外国消费者而言,在现代食品包装设计中融入中国文化元素能够充分满足其对异域文化进行了解和体验的需求。5000年的中华传统文化,作为神秘的东方文化代表,具有其他文化难以企及的独特魅力。在食品包装设计中融入与外国消费者日常文化氛围迥异的中国文化元素,能够以其浓郁的异域特色达到吸引其注意力的目的,从而在满足其异域文化消费需求的基础上,促使其作出相应的消费行为选择,提升相应食品在国外市场的竞争力。中国知名食品企业的外销包装设计上大都具有非常鲜明的中国文化特色^[3]。如中国三大凉茶企业,无论是王老吉、加多宝,还是达利园,其出口的罐装凉茶均沿袭其在中国市场的包装风格,以浓厚的中国红作为底色,同时配之以相应的艺术汉字,从而使国外的消费者对生产企业的中国背景一目了然,进而了解中国传统中医养生理念,通过充分满足其对中国文化的好奇心,保证了相应凉茶产品在海外市场的竞争力。

1.3 中国传统文化传承与发展的必然要求

中国文化有着非常悠久的历史和丰富的内涵,其长盛不衰的根本原因在于其通过内部调整能够满足现代社会不断发展的需要。因此,中国文化必须随着社会的发展在原有的基础上不断进行创新,这种创新的外在表现即为中国传统文化的传承与发展。现代食品包装设计作为中国文化的重要组成部分,同样有必要在其中融入中国文化元素,以充分发挥中国文化的市场竞争力,促进中国传统文化的传承与发展,使其在现代市场经济中焕发出新的活力。

现代食品包装设计中中国文化元素的融入,实际上是中国传统文化通过同现代设计潮流在食品包装方面的结合,从而达到更为符合现代社会消费者审美需求效果的过程。在现代食品包装设计中融入相应的中国文化元素,可以最大程度地利用中国传统文化丰富的艺术资源,通过其与食品包装设计结合的传承与发展,提升中国食品企业在现代社会的市场竞争力。

2 可融入现代食品包装设计中的中国传统文化元素

为了尽可能利用中国文化元素提升食品生产经营企业的市场竞争力,其在具体的现代食品包装设计中得到了非常广泛的应用。具体来讲,中国文化元素融入现代食品包装设计主要采用以下几种表现形式。

2.1 书法艺术

汉字是中国悠久历史文化的主要载体,其在中国文化中不仅作为主要的信息媒介而存在,还发展出了独具特色(表意文字)的汉字书法艺术。正是因为汉字同时作为主要的文化信息载体和文化艺术表现形式的特征,在现代食品包装设计中,其作为中国文化元素的基本表现形式而存在^[4]。当然,从吸引消费者注意力的角度出发,这里所说的作为中国文化元素融入食品包装设计的汉字主要指作为书法艺术表现形式的汉字,不包括纯粹作为信息载体的汉字说明。在中国企业的很多食品包装设计上,尤其是那些具有悠久文化历史的食品种类,如茶叶和酒类等,都会以书法艺术汉字的形

式将其所具有的文化底蕴表现出来。如山东一杯香茶叶有限公司的龙井茶罐装包装,其上面即以艺术字体的形式在左上角标上“一杯香”的商标字样,而在包装的正中则以古色古香的类似茶叶图案的艺术字体标上“龙井茶”字样。消费者从一杯香茶叶公司的产品包装上的艺术汉字中,不仅可以知道其生产商是中国的一杯香茶叶公司,产品种类为中国茶文化中名声卓著的龙井茶,而且能够从一杯香和龙井茶的书法艺术形式中体会到中国悠久茶文化所包含的特有韵味^[5]。正是因为汉字书法艺术同时具有的信息载体和中国文化艺术载体的双重功能,其成为了现代食品包装设计中中国文化元素融入的基本表现形式。

2.2 代表中国文化的色彩和图案

除了汉字外,色彩和图案是现代食品包装设计中中国文化艺术的另一基本表现形式。在中国悠久的历史传统中,产生了一系列具有特殊文化意蕴的色彩和图案。随着中国文化的发展和传播,这些色彩和图案所包含的中国文化意蕴得到了世界性的广泛认知,成为举世公认的中国文化元素的象征。图案方面,如人们所熟知的龙、凤、麒麟、龟、鹤等代表吉祥的动物图案,松、竹、梅、兰等代表清洁高雅的植物图案,长城、故宫、长江、黄河、泰山、昆仑山等中国最具代表性的建筑物和地理标志图案^[6]。色彩方面,如代表喜庆的中国红,代表高贵的明黄色、代表素雅洁净的绿色等。其中尤其是龙凤、中国结等图案和中国红的色彩,更是作为家喻户晓的中国文化元素的代表,在现代食品包装设计中得到了广泛的应用^[7]。如广州龙凤食品公司包装上的龙凤呈祥图案,煌上煌食品商标上浓重的中国红底色等,都使相关产品具有了非常浓郁的中国文化元素特色,大大增强了其对消费者的吸引力,提升了相关企业的市场竞争力。代表中国文化的色彩和图案虽然不具有汉字作为复杂信息载体的功能,但其具有易识别和生动形象的特征,是现代食品包装设计中中国文化元素融入的重要表现形式。

2.3 汉字、色彩与图案的组合应用

在现代食品包装设计中,其融入的中国文化元素仅仅包括汉字或者相应的色彩和图案的情况并不多见,具体实践中往往采用代表中国文化的汉字、色彩和图案相结合的表现形式。这种代表中国文化的汉字、色彩和图案的组合,既有汉字作为复杂信息载体的功能,又具有图案和色彩易识别和生动形象的优势,从而能更好地体现其中所包含的中国文化意蕴,因此在具体的现代食品包装设计中成为中国文化元素融入的主要表现形式^[8]。如王老吉凉茶的红罐包装上,既有中国红色彩,也有以汉字艺术字体表现出来的王老吉商标和王老吉凉茶的商品名。有的食品包装上甚至还配上相应的中国传统的诗画组合,如庐山云雾茶的包装,即在以中国茶叶文化的典型绿色背景下,配上太阳照耀下的香炉峰瀑布的水墨画,旁边则是以艺术字体书写的李白著名诗篇《望庐山瀑布》,在如诗如画的中国文化元素组合的背景下,充分体现其所具有的深厚中国文化底蕴。通过采用代表中国文化的汉字、色彩和图案的组合表现形式,可以最大程度地强化相应食品包装设计中的中国文化特色,对其市场竞争力的提升起到积极的促进作用^[9]。

3 现代食品包装设计中融入中国文化元素的具体路径

3.1 中国传统文化继承和创新

现代食品包装设计中中国传统文化的融入,并不是简单地将中国传统文化元素加入到相关设计的整体框架之中,而是要注重在现代设计理念的基础上对其进行相应的继承和创新。一方面,要充分继承和利用中国丰富的传统文化资源,将相应的传统文化元素融入到具体的现代食品包装设计中,如将龙凤龟鹤、松竹梅兰等传统文化的图案纳入到相关食品包装的整体设计之中^[10]。另一方面,又需要根据现代食品包装设计的理念对相应的中国传统文化进行创新,以使其更好地满足现代消费者的审美需求。这种创新仍然基于已有的中国传统文化元素,但需要通过现代设计理念对其进行了更符合消费者审美需求的创新性提炼。如针对中国传统文化中的龙凤图案结构过于繁复、形式过于古板的特点,对其加以提炼和改造,根据食品包装的特点,选择其最为鲜明的特点进行重新组合,使其具有更为符合现代消费者审美需求的简洁、灵动等特色。从而做到既能使消费者很方便地识别其中所包含的中国传统文化元素的特色,又能充分迎合其现代审美观念的效果。只有在充分继承中国传统文化的基础上对其进行充分的创新,才能在充分迎合消费者的现代审美意识的基础上,同时满足其对中国文化元素的消费需求,从而更好地达成促进相关食品市场竞争力提升的目的。

3.2 作为企业品牌策略的重要组成部分

现代食品包装设计直接关系到食品企业生产和经营食品的外在表现,在整体上属于企业品牌形象的一部分。因此,不能简单地将相关中国文化元素加入到现代食品包装设计中,而必须将其作为企业品牌策略的有机组成部分,与商标、广告宣传等充分结合,才能最大程度地发挥其促进市场竞争力提升的作用^[11]。一方面,现代食品包装设计中的中国文化元素必须与其商标紧密结合。商标不仅是消费者辨别食品来源的标志,也在很大程度上代表着其持有企业的形象。现代食品包装设计中,商标必然作为其中的基本要素之一而占有非常重要的地位。相关中国文化元素的融入必须同食品的商标形成和谐统一的整体,如徐福记沙琪玛包装上的龙鳞背景与其龙形图案商标,其在整体上即给消费者以统一和谐的感觉,从而更有利于提升其企业品牌形象;另一方面,现代食品包装设计中的中国文化元素还必须与其广告宣传的相关内容相一致。比如主要生产糖果的金冠集团在食品包装上大量使用了中国红、艺术汉字等中国文化元素,在相关广告中则着重强调糖果在中国文化中所具有的喜庆和甜蜜含义,使两者所包含的中国文化元素有机地结合在一起,从而起到了相辅相成,相互促进的作用,为金冠糖果保持强大的市场竞争力提供了良好的保障。

3.3 同现代科技充分结合

要在现代食品包装设计中更好地实现中国文化元素的融入,还有必要将其同现代科技充分结合,利用现代科技的力量提高相应设计的效率和方案的有效性。首先,在具体设计过程中,应当充分发挥计算机技术的作用。比如需要对中

国传统文化元素进行分解和重构,可以直接通过相应的电脑软件将代表中国传统文化图案进行扫描和解析,从中找出其体现相应传统文化的文化基因,然后在保留这些文化基因的基础上,加入相应的现代设计理念必须遵守的规则,通过电脑软件的运算列出若干候选设计方案,并在电脑中建立相应设计的仿真模型,由相关设计人员选出最佳方案并进行相应的修改。在此过程中,相关设计人员只需对电脑解析出的图案进行传统文化特征的识别,并在电脑软件中附加现代食品包装设计理念需要遵守的规则,对电脑提供的相应候选设计方案进行选择 and 适当的修改,从而大幅度节约相关设计的时间,并减少可能的人为失误^[12]。

其次,要充分利用先进的激光印刷技术和包装材料方面的进步,使现代食品包装设计中的中国文化元素得到更为细致和生动的表达;再次,通过互联网技术,在网络上更快更好地收集各种中国文化元素的各种最新的表达形式,以及消费者和同行对不同设计方案的意见和建议等,从而大大提高相关设计方案的有效性。

4 结语

对于中国食品企业来说,在现代食品包装设计中融入中国文化元素可以在相当程度上提升其产品对国内外消费者的吸引力,从而达到促进其市场竞争力提升的目的。然而,在具体的现代食品包装设计中,要充分发挥其促进食品企业市场竞争力提升的作用,就必须利用代表中国文化的汉字、色彩和图案及其组合的作用,通过对传统文化深入独到的领会,实现对传统文化的继承和创新,将其纳入食品企业整体品牌策略,以及同现代科技紧密结合等具体路径,更好地迎合现代消费者对中国文化的相应需求。

参考文献

- [1] 孟祥钊. 食品包装设计理念[J]. 包装与食品机械, 2009(1): 22-25.
- [2] 王峰. 现代包装设计中传统文化的应用[J]. 美术观察, 2015(6): 102-104.
- [3] 孙勇. 跨文化背景中的“中国元素”包装设计: 以机场免税商品为例[J]. 装饰, 2012(5): 90-91.
- [4] 蒋莉. 汉字在传统包装设计中的体现[J]. 包装工程, 2015(10): 89-92.
- [5] 崔元玺. 传统文化符号在茶叶包装设计中的运用[J]. 福建茶叶, 2016(4): 203-204.
- [6] 陈晨. 《中国元素》[J]. 包装工程, 2016(6): 179-179.
- [7] 邵恒. 中国传统元素在现代包装设计中的融合性研究[J]. 包装工程, 2016(6): 137-141.
- [8] 李鹏斌. 传统文化元素在现代包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2014(8): 18-20.
- [9] 王蕾. 传统中国元素在现代视觉传达中的力量[J]. 包装工程, 2011(8): 82-84.
- [10] 黄铁峰. 现代包装新动力: 中国民俗元素[J]. 湖南包装, 2011(2): 34-35.
- [11] 王琳. 探究包装设计中品牌形象的传承[J]. 包装工程, 2012(18): 100-103.
- [12] 邱志涛. 科学技术在包装设计学科中的渗透及互动性作用[J]. 包装工程, 2003(6): 148-150.