

基于梅山傩文化的湖南新化地方特色 食品公用品牌设计与应用

Meishan Nuo culture-based design and application of a public brand for
local specialty foods from Xinhua, Hunan

童 玲

TONG Ling

(湖南人文科技学院美术与设计学院, 湖南 娄底 417000)

(College of Art and Design, Hunan University of Humanities,
Science and Technology, Loudi, Hunan 417000, China)

摘要:通过对梅山文化的探寻,发掘梅山傩面文化作为一种本土为主、多元共存独特文化形态,其特有的艺术特征与文化内涵,借鉴其原始、夸张、诙谐的艺术设计手法,将之应用于新化地方特色食品公用品牌“梅山岭”的设计中。从视觉到内涵的表达,剖析了该公用品牌标志在新化地方特色食品包装中的应用案例,展现了地域特色民俗文化在地方特色食品包装设计中的设计手法。

关键词:梅山文化;傩文化;地方特色食品;公用品牌;包装设计

Abstract: In this review, the Meishan culture was investigated, and the Meishan Nuo facial makeup culture was found to be a unique cultural form predominantly native with a diverse coexistence. The distinctive artistic features and cultural connotations of this culture were highlighted. The cultural elements of the primitive, exaggerated, and humorous artistic design techniques were incorporated into the design of the public brand "Meishan Hui" for the local specialty foods in Xinhua. The brand design strategy, from visual to connotative expression, was analyzed by investigating the application of packaging of various local specialty food in Xinhua through case studies, and the design techniques of regional characteristics and folk culture in local characteristic food packaging were also demonstrated.

Keywords: Meishan culture; Nuo culture; local specialty food; public brand; packaging design

地方特色食品作为一个地域饮食文化的核心,是一

张重要的地域文化名片。2023年3月29日,工业和信息化部等十部门联合印发《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》,明确了传统优势食品产区和地方特色食品产业是中国食品工业重要发展载体和关键增长引擎。提出要立足区域资源禀赋和独特饮食文化,深入挖掘历史文化内涵,推动食品领域老字号创新发展,促进非物质文化遗产以及历史文化、节庆文化、民俗文化等元素融入地方特色食品品牌,充分释放产业发展潜力,培育形成经济发展新动能,推动全面乡村振兴和共同富裕^[1]。

流传于湘中地区(现湖南省新化县—安化县一带)的梅山文化,是梅山地区人们从远古至今世代创造、传承的,保存较为完备的一种具有鲜明特色的地域性民族文化。在长江文明、炎黄文明、荆楚文明、湖湘文化的广阔延续的背景下,与其他区域的文化共同构架着中华民族的传统文化^[2]。梅山文化以远古渔猎文化为基石,杂糅着上古巫傩文化色彩,保留了积淀丰富的原始文物和人类原始思维特征、行为方式等原始文明形态。具有浓郁鲜明的地域性、民族性以及表现形式的独特性、影响力,因此具有十分重要的文化遗产抢救价值、学术研究价值和旅游经济开发价值。

在长期历史演变的过程中,梅山地区独特的山区生态环境拥有独特的地质环境,得天独厚的自然资源,在孕育了独特的旅游资源的同时,也塑造了具有深刻地域特色的地方特色食品文化,成为梅山旅游产业中不可或缺的组成部分。

随着时代的流转,由于缺乏系统文字记载,依靠口口相传的梅山上古文化与习俗,随着民间老艺人的相继去世,正在迅速流失或消亡。借助地方特色食品这个载体,

基金项目:湖南省社科成果委员会项目(编号:XSP21YBC444)

作者简介:童玲(1981—),女,湖南人文科技学院副教授,硕士。

E-mail: 8210378@qq.com

收稿日期:2023-06-12 **改回日期:**2023-09-29

把古梅山文化和新化地方特色食品包装设计结合起来,不但能促进新化地方特色食品产业发展,更能通过食品包装的信息传播功能和文化传播功能,宣传、推广和发扬梅山文化,有助于更好地了解中国历史与传统文化,提升民族文化的自信心。

1 新化地方特色食品包装现状与地域文化的缺席

新化地方特色食品经营者多为个体作坊或者小微企业,缺乏对包装影响力的认知,不懂得通过产品包装可以提升产品以及品牌信息的传播度,提升群体购买意识,带动产品的销售。目前新化地方特色食品通常采用最简单的牛皮纸袋或塑料袋、玻璃瓶包装,设计上采用大红大绿等“土”味设计,出现了严重同质化现象。不同产品缺乏明显的辨识度,更遑论品牌意识与地域历史文化的融合。

2 梅山傩文化与现代食品包装设计的契合

傩文化是中华人文始祖文化之一,是中国传统文化的重要组成部分。梅山傩,则是中国傩文化遗产中最为独特而弥足珍贵的一种地域文化,梅山傩文化起源于中国南方原始狩猎经济与农耕经济,并在此基础上全面生动地记录了南方原始民族传统生产、生活习俗,保存了不同时期融入的中原文化元素,因此具有极强的历史性,呈现出一种本土为主、多元共存的独特文化形态。梅山傩文化是一种具有浓郁民俗文化特色的传统艺术形式,它不仅是祭祀仪式,更是包含音乐、舞蹈、戏曲等多种表演形式的民间艺术,主要有傩面、傩戏、傩舞、傩乐等^[3],其中以傩戏最为常见,表现了远古先民对生活和命运的感悟,具有极高的文化价值和历史价值文化意义。

梅山傩文化的艺术特征具有:

(1) 原始野性:梅山傩戏在声腔、对白、动作表现出原始野性、诙谐幽默,具有生活情趣^[4]。

(2) 夸张的艺术造型:梅山傩面具具有独特的雕刻工艺和夸张的艺术造型,能体现出当地的风土人情、思想观念、审美情趣和工艺水平等。

(3) 幽默风趣:梅山傩戏的表演中经常出现插科打诨,如谐音、说反话等,常常以观众熟悉的生活为原型,更容易引起观众的兴趣。

梅山傩文化的独特在于将原始野性、夸张的艺术造型、插科打诨等元素融合在一起,呈现出一种别具一格的艺术风格。这种文化呈现出的艺术风格,与现代食品包装设计过程中追求的原始性、朴拙性、夸张的表现手法,以及幽默、诙谐、趣味性极为契合。

梅山傩面作为梅山文化传承至今最为重要的艺术符号和文化象征,它真实反映了古梅山地域人们的生活习俗、审美情趣等世代承袭的民俗文化意象。将之与新化

地方特色食品包装设计进行创新性融合,对提升新化地方特色食品的辨识度和品牌度,以及传承、传播古梅山文化具有积极的意义。

3 傩文化元素与新化地方特色食品公用品牌的融合

近年来,新化县委县政府大力实施“旅游活县”“文化塑县”战略,初步确立了旅游业在县域经济中的支柱地位。同时,新化县也被授予“中国梅山文化艺术之乡”,梅山文化影响日益扩大。要推动新化的旅游文化,地方特色食品占据着重要的地位^[5],是旅游文化发展中必不可少的环节。要提升为新化本地系列特色食品的市场竞争力,必须打造一个具有独特文化底蕴的县域全品类农产品区域公用品牌,以整体统一的“梅山文化”印象打造地方特色食品名片^[6]。

新化地方特色食品可以归类为:粮食、蔬菜、水果、酒水、饮料、零食等。把这些特色食品进行统筹规划,以整体的形象推出政府背书的区域公用品牌,是拉动新化“梅山文化”文旅经济的必经之路。

3.1 公用品牌“梅山岗”标志的提出

基于对梅山特色产品的长远规划,笔者团队先后拟出“梅山聚”“梅山堂”“大梅山”“梅山汇”等品牌名称,经调查反馈,“梅山汇”因在读音上更好听,在意义上更美好,受到普遍的欢迎。根据“梅山汇”的“汇”字读音,在新华字典里,念“hui”的汉字一共有153个,而“hui”念四声最朗朗上口,念四声的“hui”共有96个。其中,寓意较好的有:荟、绘、夙、翠、崑、翊、彙、汇、脍、卉等10个。经分析,夙,与“会”同意,具有聚合、会和之意,且上“山”下“刀”的字型组合,与梅山文化的“傩戏”中“上刀山”十分吻合。最终,“梅山夙”得以确定作为新化地方特色食品区域公用品牌的名称。

3.2 标志的造型特点

新化以山区居多,尤以大熊山最为著名。标志紧扣“梅山夙”的“夙”字进行设计,上部分的山寓意着大熊山,下部分的刀又代表着梅山文化的“蛮”性。将“夙”字变形,巧妙地设计成正六边形,取“和顺、稳固”之象征,简洁大方(图1)。“夙”字中“刀”的一撇演变为“梅山”二字,选用橙红色的反白古风体——方正隶变简体,更凸显梅山的主体地位,也呼应了“梅山夙”的品牌名;采用印章的形式,更凸显梅山的文化底蕴。从整体颜色看,“夙”字的颜色选用现下流行的复古绿,目的是凸显梅山文化的神秘色彩。“夙”字底下配上与其吻合的黑色正六边形,使整体图形看上去更整体,在寓意上,黑色有聚集之意,与“夙”同意,同时也象征着“梅山夙”的凝聚力。整个设计极具识别性,让人过目不忘。

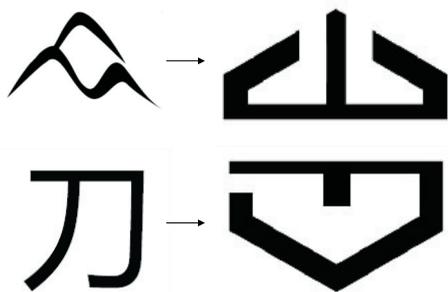


图 1 “梅山岭”品牌标志设计过程

Figure 1 Design process of the "Meishan Hui" brand logo

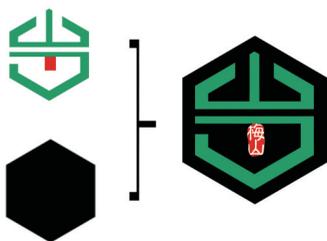


图 2 “梅山岭”标志

Figure 2 "Meishan Hui" logo

3.3 傩文化内涵提取与优化

在特色食品包装设计中,文化元素可以表现在“视觉”和“内涵”两个方面,即“形”和“意”。高鹏^[7]在《中式元素视觉传达:图案设计》一书中提到:在文化元素的提取和应用上应从“形”和“意”两个维度入手,既要借助一目了然的外在表征,也要把握不浮于面的隐形意象。“意”往往决定着“形”的表现方式和内容,反过来“形”的表现又能引导人们对“意”的深入解读^[8]。视觉能在第一时间引起消费者的兴趣,而内涵则可以帮助商品提升其内在文化,提高商品价值,提升商品的市场竞争力。视觉与内涵,两者密不可分。

梅山文化与新化地方特色食品有着密不可分的关系,从梅山傩面中提取合适的要素经过提取和创新,再应用到新化地方特色食品包装设计上,反映梅山的物质、精神、文明等文化内涵,可以解读特色食品的地域特征,同时提升新化地方特色食品的档次^[9]。

图 3 是在梅山傩面的基础上进行图形细化设计,采用的是单色稿,4 个稿件是在 4 个不同的梅山傩面原型上进行创新设计,去繁从简,将特征夸张化,采用二维设计的重复、留白、特异等手法,用几何图形填充,既不失原造型的诡异,又对原有特色进行了夸大,颇具神秘感。可用于酒类等高档产品包装设计中。

图 4 的设计提取了新化枫坪傩狮舞的元素进行设计。设计不以整个傩面来表现,重点在突出局部造型,融入狮子的造型后,设计展现出傩面狮相。该套傩面设计



图 3 傩面典型图形提取与优化设计

Figure 3 Extraction and optimization design of typical Nuo mask graphics



图 4 傩面图案元素的提取

Figure 4 Extraction of Nuo mask pattern elements

表情夸张,神情多样,在颜色上采用浓烈的大红大紫、橙蓝呼应的搭配,民族气息浓厚,增加了趣味性的同时又富有生命力。这类的傩面设计图案更多地被应用于针对时尚快销的产品包装设计。

二者根据表现出来的不同语言特性,被应用于“梅山岭”品牌的不同特色食品包装上。

4 “梅山岭”公用品牌在新化特色食品包装设计中的视觉表现

在新化县政府与湖南人文科技学院联合举办的针对新化地方特色食品的“产教融合产业链”展览上,笔者团队以“梅山岭”为品牌,将新化的特色食品归类分为:梅山·水(水酒)、梅山·食(零食)、梅山·果(水果)、梅山·酿(果汁)、梅山·粮(粮食谷物)五大类,并对这些特色食品进行了包装设计。

4.1 梅山·水

新化山清水秀,具有酿酒得天独厚的地理优势。新化水酒源于蚩尤故里,历史悠久、文化底蕴深厚,是新化地方特色食品的代表之一。近年来,新化一直在为新化水酒申报国家非物质文化遗产保护。

以梅山岭为品牌的新化水酒包装设计就以梅山傩面为元素,以提升新化水酒的品牌档次,打造梅山文化非遗地标。图 5 的新化水酒是针对中青年客户群体,采用了手绘线稿的形式进行设计,黑色线稿的傩面配上新化水酒的橙黄色,梅山傩面的神秘美一览无遗。整个设计风格简约大方,瓶型小巧、简单大方,具有强烈时尚感,摆脱了新化水酒的“土”味,具有一定的档次。

图 6 的水酒包装采用的是最原始的陶瓶包装,上面



图5 年轻态水酒包装

Figure 5 Packaging of young-style rice wine



图6 古韵水酒包装

Figure 6 Traditional-style rice wine packaging

裹以本色牛皮纸,在材料上的选择上符合梅山人粗犷古朴的特质。此款水酒包装针对的是中老年客户群体,是以聚会为主的中大容量。瓶身附着黑色梅山傩面,不但凸显了水酒的产地特性,也凸显了梅山文化的底蕴,加强了水酒的地域标签。

4.2 梅山·食

从传统傩面^[10]中提取主体设计元素,采用了黑白色块的设计,并在合适的部位适当镂空,增强了食品的可视化,一定程度上提升了食品的安全性,也大大提升了新化地方特色食品的趣味性以及文化性,更容易被大众所接受(图7)。



图7 傩面元素在零食包装上的应用

Figure 7 Application of Nuo mask elements in snack packaging

4.3 梅山·果

新化地处山区海拔高,土壤富硒、日照时间长,适于有机种植。新化盛产杨梅、桑葚、枇杷、葡萄等。水果包装采用了牛皮纸和黑卡纸为包装材质,造型上以树为原型并做了镂空处理,水果直观且透气,整体包装看上去生

机盎然,以白色标签的方式贴上梅山傩面,简单实用,彰显了其梅山特产的身份(图8)。

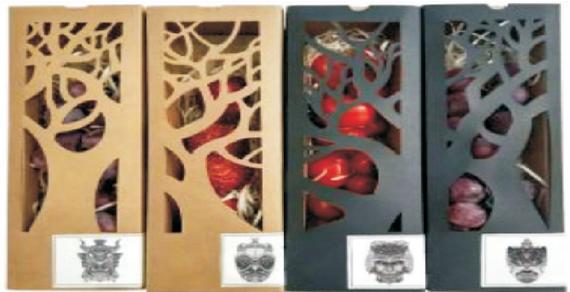


图8 树形水果包装

Figure 8 Tree-shaped fruit packaging

4.4 梅山·酿

梅山地区水果资源丰富,桑葚、无花果、杨梅、柚子、葡萄等是其特色水果。图9的果汁包装设计采用环式设计,以4瓶果汁为一组,以彩色梅山傩面形成环状图案,将四个面拼在一起,即为一个完整的傩面。设计具有极强的展示性,能很好地展示梅山傩面的文化内涵。不同品种口味的果汁,每一瓶对应一个不同的傩面,每瓶都能够给消费者带来不一样的新奇感。



图9 果汁包装及组合

Figure 9 Juice packaging and combination

4.5 梅山·粮

位于新化西部山区的紫鹊界梯田,其独特的耕作方式和利用山泉天然的灌溉系统已有2000多年历史,起源于先秦、盛于宋明,是苗、瑶、侗、汉等多民族历代先民共同劳动结晶,也是山地渔猎文化与稻作文化融化揉合的历史遗存。作为国家自然与文化双遗产、国家水利风景名胜,紫鹊界梯田2013年5月成为中国首批19个重要农业文化遗产之一,并被列入首批世界灌溉工程遗产名录。

当地盛产的紫鹊界梯米,因污染少、富硒、口感软糯香甜深受人们喜爱的高品质大米。“梅山岗”品牌的粮食包装系列设计,采用罐装设计,图形以梅山傩面为基础,将傩面外形设计成对应粮食(大米、黄豆、红豆等)的形状,憨态可掬,趣味盎然,提升了“新化粮”独特的识别性,不但体现了产品的文化内涵,又具有较高的辨识度(图10)。



图 10 傩面元素与粮食包装设计的融合

Figure 10 Integration of Nuo mask elements with grain packaging design

5 结语

新化地方特色食品不仅是绿色有机的天然资源,还蕴藏着传承数千年的文化宝库。应该进一步挖掘其历史文化内涵,在传承的基础上不断的创新设计,展现新化地方特色食品独特魅力。除了扶持传统优势特色食品,还要鼓励新化地方特色食品生产企业发展绿色、有机和地理标志农产品,提升品牌影响力;尽快建立县域公用品牌管理运营的专业服务机构,通过制作短视频、微电影等,借助各类多媒体平台,讲好新化地方特色食品故事,讲好 2 000 多年来深厚悠远的巫楚文化与历代移民带进来的外地文化不断碰撞、交融、同化,苗、瑶、侗、汉等多民族历代先民共同劳作、相互融合的故事,传承并传播梅山文化作为长江流域文明发祥、发展、变化过程的鲜活体,其原始性、广阔性、交融性与开放性,为“全球命运共同体”下多元民族文化的融合提供历史性借鉴意义。

参考文献

- [1] 工业和信息化部等十一部门关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见[J]. 中小企业管理与科技, 2023(7): 1-6.
Guiding Opinions of the Ministry of Industry and Information Technology and other eleven departments on cultivating traditional advantageous food producing areas and local specialty food industries[J]. Management & Technology of SME, 2023(7): 1-6.
- [2] 刘英. 梅山文化园开发建设模式研究[D]. 长沙: 湖南大学, 2014: 10-15.
LIU Y. The study on the development and construction mode of Meishan culture park[D]. Changsha: Hunan University, 2014: 10-15.
- [3] 李弢. 非遗语境下梅山巫傩面具数字化保护探析[J]. 湖南包装, 2023, 38(3): 96-98.
LI T. Analysis on the digital protection of meishan Wu Nuo mask in the context of intangible cultural heritage[J]. Hunan Packaging, 2023, 38(3): 96-98.
- [4] 徐益, 龙选君. 湘中梅山傩戏的特色与价值研究[J]. 湖南人文科技学院学报, 2017, 34(5): 5-8.
XU Y, LONG X J. Characteristics and value research of Hunan

- Meishan Nuo drama[J]. Journal of Hunan University of Humanities, Science and Technology, 2017, 34(5): 5-8.
- [5] 黎洁, 田雨禾, 唐虎跃, 等. 在地化包装设计中的情感因素探究[J]. 湖南包装, 2022, 37(5): 168-170.
LI J, TIAN Y H, TANG H Y, et al. Research on emotional factors in geochemical packaging design[J]. Hunan Packaging, 2022, 37(5): 168-170.
- [6] 何捷, 张西华, 万瑾, 等. 农产品区域公用品牌“市一县一企”三级协同机制研究[J]. 食品与机械, 2022, 38(6): 219-222.
HE J, ZHANG X H, WAN J, et al. Study on the three-level synergy mechanism of regional public brand of agricultural products[J]. Food & Machinery, 2022, 38(6): 219-222.
- [7] 高鹏. 中式元素视觉传达: 图案设计[M]. 沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2021: 10.
GAO P. Visual communication of Chinese elements: Pattern design [M]. Shenyang: Liaoning Science and Technology Press, 2021: 10.
- [8] 左文. 民俗文化要素在地方特色食品包装设计中的表达[J]. 食品与机械, 2022, 38(9): 128-133.
ZUO W. Expression of folk culture elements in the packaging design of local characteristic food[J]. Food & Machinery, 2022, 38(9): 128-133.
- [9] 李鑫莹, 肖小英, 王丽, 等. 梅山傩面具艺术符号琐谈[J]. 湖南包装, 2015, 29(3): 57-59, 77.
LI X Y, XIAO X Y, WANG L, et al. A brief discussion to the artistic symbols of meishan nuo masks[J]. Hunan Packaging, 2015, 29(3): 57-59, 77.
- [10] 孟燕. 非遗保护视角下的湘西傩面具艺术再设计应用[J]. 湖南包装, 2023, 38(4): 150-152, 201.
MENG Y. The artistic redesign and application of Nuo mask in western hunan from the perspective of intangible heritage protection[J]. Hunan Packaging, 2023, 38(4): 150-152, 201.
- (上接第 117 页)
- [24] 郭桂义, 孙慕芳, 倪宝春, 等. 信阳毛尖茶品质成分的初步研究[J]. 食品科技, 2009, 34(12): 141-144.
GUO G Y, SUN M F, NI B C, et al. Preliminary study on composition of Xinyang Maojian tea [J]. Food Science and Technology, 2009, 34(12): 141-144.
- [25] 姚其凤. 绿茶多糖对大肠杆菌和乳杆菌生长的影响研究[D]. 武汉: 湖北工业大学, 2020: 20-27.
YAO Q F. Study on the effect of green tea polysaccharide on the growth of Escherichia coli and Lactobacillus [D]. Wuhan: Hubei University of Technology, 2020: 20-27.
- [26] HEYDARIAN M, JOOYANDEH H, NASEHI B, et al. Characterization of Hypericum perforatum polysaccharides with antioxidant and antimicrobial activities: Optimization based statistical modeling [J]. International Journal of Biological Macromolecules, 2017, 104: 287-293.