

[文章编号] 1009-3729(2014)03-0101-04

论茶叶包装设计与印文化的融合

王志固

(漳州城市职业学院 艺术系, 福建 漳州 363000)

[摘要] 茶是中国传统饮品的经典代表,印是中国传统文化艺术的精髓。将具有悠久历史渊源和丰厚积淀的印文化艺术融入茶叶包装设计中,有利于展现民族文化、造就更高的附加值;弘扬人文精神,成就设计时尚;增强视觉传达特征的直接性,实现视觉传达特征的寓意性,提升视觉传达特征的竞争性;提升茶叶包装品牌形象,塑造独具中国韵味的企业形象。

[关键词] 茶叶包装设计;印文化;文化传承;品牌塑造

[中图分类号] J524.2 **[文献标志码]** A **[DOI]** 10.3969/j.issn.1009-3729.2014.03.019

良好的包装设计具有诱导消费、提升产品品牌价值、从而提高企业竞争力等多项功能。“精美的包装讨人欢心,能吸引人自觉不自觉地接近它,赏识它,最后去拥有它。”^[1] 所以,具有塑造产品品牌形象作用的包装设计也日益得到大家的重视。

茶是中国最早发现的一种饮品。如今茶饮伴随着中国源远流长的发展历史,已完全超越了解渴的范畴,茶叶因茶文化而成为人们大量消费的商品。品茶是一种欣赏生活、独具东方魅力的文化,“洁性不可污,为饮涤烦尘”的高雅品茗境界,更是为现代人所推崇。因此,茶叶包装设计应在实现其基本功能的前提下,突出展现具有中国特色的茶文化品位,而有效的设计手段是在设计中融合中国文化元素。近年来,在平面设计领域屡放异彩的印文化艺术符号也可以作为茶叶包装赖以汲取的中国文化元素。考察中国印文化的历史可以发现,作为中国最具特色的传统艺术精髓之一,印由初始的权力的凭信、防伪的手段,发展为一种艺术文化,形成印文化符号,成就了别具一格的东方美感和丰富的文化意涵,展现出中国印文化艺术独有的魅力。将具有悠久历史渊源和丰厚积淀的印文化融入茶叶包装设计,无疑能使中国的茶叶包装设计在提升文化品位与展现民族风采方面更胜一筹。

作为茶叶生产、消费与出口大国,中国如何展现

自己的茶文化特色,突出中国茶叶产品包装的形象,确立具有民族品牌特征的茶叶包装风格,已成为生产商、销售商和包装设计师们共同关注的课题。综观目前的茶叶包装设计艺术,作品中自觉或不自觉大量融合了印文化艺术的语言,其中不乏优秀作品。然而,学术界针对印文化在茶叶包装设计中的应用的讨论略显零散,以此专题进行论述的论文更是鲜见。本文拟围绕该主题展开研究、抛砖引玉,以期对茶叶包装设计艺术提供有益的启示与参考。

本文认为,茶叶包装设计与印文化的融合可以在以下3个方面大有作为。

一、促进文化传承

传承建立在对本民族文化深层理解的基础上,而非简单照搬古典。中国的茶叶包装要体现独特的民族性,需要文化的传承延续,更需要超越创新。中国的茶叶品牌要立足于国际销售市场,就要充分突出包装中的民族文化底蕴,将一种精神渗透进去,使一种神韵体现出来,创造出令人耳目一新的茶叶包装设计作品。^[2]

1. 将印文化融入茶叶包装设计,有利于展现民族文化,造就更高的附加值

随着历史的演进,中国印文化的应用层面不断地延伸,并因其逐渐内化为深厚的民族文化涵养,且

[收稿日期] 2014-03-17

[作者简介] 王志固(1967—),男,福建省泉州市人,漳州城市职业学院副教授,主要研究方向:传统艺术的设计运用。

具有多元的面向而能呈现出不同的内涵和象征,历久而弥新,成为极具东方意象的文化符号。近年来,中国快速发展的茶叶市场商机无限,中国传统文化对提升中国茶产品形象的作用也日益显现,中国印文化的符号元素也因此被大量应用在茶叶包装设计作品当中。特别是中国的印文化符号承载着东方文化的丰富内涵,能在视觉上具体呈现出东方文化的意味,经过新旧元素的古今融合,中国的印文化符号重新变幻出新样貌,可在茶叶的包装设计中展现出由文化传承而造就更高的附加值。

2. 将印文化融入茶叶包装设计,有利于弘扬人文精神,成就设计时尚

中国印文化符号在现代潮流发展下,不但延续了传统的文化精神,而且注入了新时代的人文精神,将印文化融入茶叶包装设计,不仅可以塑造出东方的生活风格和生活美学,更使得抽象的人文精神与日常生活实现有机结合。中国印文化符号所带给人们精神领域的意象,符合现代人追求人文精神的价值取向,可成为设计应用中展现人文精神的东方文化符号。在众多西方包装风格形式的市场上,这种带有东方意味的中国印文化符号,能将东方文化具体展现在茶叶包装设计的表现形式中,以增强茶叶的商品形象魅力和价值,从而吸引消费者的关注,进一步通过消费者去塑造出风格形象,达到以消费促文化的功能。这既符合时代的文化潮流,也是一种新兴的人文思维和设计时尚。

二、突出视觉传达特征

茶叶包装设计表达语言与其他平面设计相比,具有一定的独特性。茶叶包装是一种视觉传达设计,由于传达的方式、内容和媒体不同,现代茶叶包装设计呈现出许多茶叶产品特有的形式特点和规律,概括起来,主要体现为视觉传达特征的直接性、寓意性和竞争性。展开茶叶包装设计与印文化多形式、多层面的融合对突出视觉传达特征具有重要作用。

1. 将印文化融入茶叶包装设计,能增强视觉传达特征的直接性

包装设计兼具保护产品与刺激消费的双重功能。包装设计作为商品的外在附加物,其主要目的是让消费者正确而快速地了解产品的内容。在商品市场高度集中的条件下,由于时间与空间上的原因,包装设计不可能也不必要传达更多的东西。现代茶叶包装设计受时代变化的影响,大多体现为一种简

洁明快的格调。

有鉴于此,茶叶包装设计可以融合具有东方文化底蕴的中国印文化,运用其形式美法则进行茶叶包装的设计。在视觉构成形式中借鉴印文化内蕴的“结构相生”“布白相让”“计白当黑”等艺术理论与表现手段,包装设计中运用印文化“留白”的形式美处理手法和“有形有意”或“无形有意”表现技法,在茶叶包装设计有限的空间中达到主题鲜明和重点突出的目的,避免出现由过多地罗列与堆积而造成画面杂乱无章、产生视觉困惑的情况。著名美学家朱光潜曾对“空白”有这样精辟的论断:“无穷之意达之以有尽之言,所以有许多意,尽在不言中。空白之所以美,不仅在有尽之意,而尤在无穷之意。”^[3]所以,茶叶包装应借鉴与融合中国印文化的形式美法则展开“空白”设计,赋予“空白”以无尽的生机。如图1新红袍茶包装,该作品以篆印造型“红”突出设计核心,综合文字与色彩的组合,所构成的风神流动、庄重典雅的视觉效果饱含冲击力和感染力,表达了中国茶叶包装设计的审美独特性。简洁而不简单,是“质而实绮,癯而实腴”^[4],能有效增强茶叶包装视觉传达特征的直接性。



图1 新红袍茶包装

2. 将印文化融入茶叶包装设计,可实现视觉传达特征的寓意性

品茶就是在品文化、品友情、品亲情。所以茶叶包装需要导入有浓厚文化象征内涵的设计元素,以增强它的寓意性。茶叶包装通过视觉表达上的一些要素,能给消费者带来联想,引导消费者对包装内产品性质的理解,激发消费者对产品价值的认识,增强消费者对产品的亲近感、信任感,最终促使消费者对产品产生购买的意愿。

中国的茶文化博大精深。追溯饮茶的历史,无论是帝王将相还是文人墨客多与饮茶有着不解之缘,特别是其品茗期间的意境,更是被吟风咏月的文

人雅士所渲染。而有着同样历史文化积淀的中国印文化,在悠久的历史传承下,通过它的各种用途已承载着沉甸甸的象征意义。如古代帝王的印玺具有尊贵、至高无上及皇室继承的传统象征;帝王授印给臣子时,印是权力的象征;普通民众在商业往来中使用它时,印是信用、诚信的象征;文人书画家用它时,印是艺术的象征。印所拥有的千年历史,则是中国传统文化的象征。此外,由印面意象美和意境美所营造的“虽不能至,心向往之”的高远格调,又赋予了它引领观者步入自由梦想的空间,凭借想象的翅膀,达到理想的境地。因此,包装设计师可以透过印文化外在的特征与内在的意蕴,将其作为茶叶包装设计的视觉元素,并依据印文化在使用传统方面所具有的象征性,来诠释其在茶叶包装设计中的寓意性。这不仅可以强化茶叶包装内在的实质美,更能展现出茶叶包装外在的形式美。因此,若能能将茶叶包装与印文化的内蕴相融合,借由印文化艺术元素提供视觉联想,透过作品启发性和引导性的设计语言准确传递茶叶品质与价值,则既可实现视觉传达特征的寓意性,又可达商业宣传的目的。

3. 将印文化融入茶叶包装设计,能提升视觉传达特征的竞争性

为了凸显中国茶叶产品的特征,茶叶包装设计在版面构成设计中的图形、色彩可多采用与中国传统文化艺术相关的元素。其中,中国印文化的印面章法艺术就值得进一步的挖掘。如在印面上表现出印文间的大小错落、疏密虚实、屈伸挪让、俯仰向背、对称呼应、阴阳衬托、夸张变形等内在的章法都有浓厚的造型属性。^[4]茶叶包装的版面构成设计可直接或间接地将印面章法艺术运用其中,而且这种在统一原则下追求丰富变化的特点,正是印文化的秉赋。实践证明,印文化内蕴的形式美章法与平面设计中的画面构成技法有着许多相通的地方,因此,它与现代平面设计有很好的契合度。版面构成通过融合印文化元素,可充分发挥印文化独特的造型属性所传达出的视觉要素的强度,既能展现出茶叶包装的民族风格,又可以让包装设计作品脱颖而出,使之更具市场竞争力。

茶叶包装设计除了要有富有创意的版面设计形式外,还需要有画龙点睛的装饰。而在这方面中国印文化的钤印艺术最值得借鉴。钤印艺术作为中国书画不可或缺的组成部分,不论是其写意的奔放不羁、水墨的深沉梦幻,还是工笔的细腻唯美,只要加以红色钤印的点缀,画面顿觉稳定、严谨而又不失活

跃生动之感。因此,一幅没有印章的作品不能算是完整的作品,一幅好的作品没有一方好的印章作点睛之笔,同样是一种遗憾。^[6]由此可见,红色的方寸艺术在画面中所形成的视觉艺术美,及其表现出的视觉强度与辨识度都是不可替代的,特别是其中的迎首章、押角章、肖形印等闲章外形轮廓自然而多变。如图2的正山堂茶包装版面设计,作品以水墨笔触和书法为底纹渲染版面氛围,重点文字“精品”与“茶”采用肖形入印,透过印文化符号里的文字和意象,突出产品的主要特色,所形成的画面“点睛”效果更是灵动无比。所以,在版面装饰设计中通过巧妙的古今融合,既能有效地传达茶叶包装产品的基本信息,又能作为装饰元素增强视觉形象的记忆度,直接提升茶叶包装产品在货架上的竞争性。



图2 正山堂茶包装版面设计

三、展现茶叶品牌形象

茶叶的品牌形象设计与具有民族特色的中国印文化相融合,不但可以体现出中国茶叶的文化内涵,而且可以在茶叶包装的形式中塑造出独具中国韵味的企业形象。

品牌形象设计与中国印文化的古今融合,不是简单地将印面的文字进行组合设计,这样只能使设计作品显得平庸和单调。它必须在了解汉字的意义和构成法则的基础上,融合中国印文化以形传神、以形表意的形式美特点,把它内在的精神转化为有形的物象,将之运用到现代品牌标志设计中,以设计出好的作品。此外,品牌形象设计融合印文化,应讲求色彩的明快,装饰风格的简约、明确、自然,达到一种单纯而又典雅的设计格调^[5],从而表达出中国传统美学中老庄美学思想,这是茶包装美的最高形态。因此,将中国印文化的审美思想贯穿于整个茶叶包

装设计装饰过程中,是一种以民族文化艺术为基础进行古今融合设计模式。特别是在品牌标志的设计与创意方面的融合运用,能更有效地传递出茶叶包装设计整体表现形式的中国韵味,提升中国茶叶包装的品牌形象,进而提高茶叶产品的附加值。图3为福建武夷山茶的知名品牌“正山堂”的包装设计。作为国内外畅销的红茶,该产品的标志设计充分吸纳了中国印文化的形式美语言,以草书“山”为图形元素的巧妙融入,成功地塑造了“正山堂”的品牌形象,其传递给消费者的不仅是茶叶的产品特征,还有浓厚的文化气息,极好地突出了“正山堂”茶叶的区域文化特色。



图3 福建正山堂

标志是一种特殊的、具有象征性的大众传播标记或图形符号。中国的印文化融合了文字与图形元素,具有很强的符号特征。而这种符号的诸多元素呈现出的独特性、跳动性,又能吸引消费者的视线,凸显东方文化特有的审美形态,在一定条件下甚至会超过语言文字。成功的品牌形象在视觉上具有鲜明的标志性,茶叶包装设计从突出品牌形象的设计角度出发,运用符号化的艺术表现形式最具有效性,它可以达到强化视觉冲击的作用,成为近年来品牌茶叶的标志性特征。品牌标志的符号化,用识别性良好的符号来浓缩画面信息几乎成为保证商品不被淹没的唯一有效手段。如图4的标志就是运用中国印文化符号设计而成的。作品在图形、色彩、字体等局部形象上的融合,将茶的特点、品牌特征等都很好地融入了茶叶标志设计当中。

好茶需要有一个好的标志,在当今激烈竞争的市场环境中,一个成功的品牌标志被市场所赋予的无形价值,使得商家们趋之若鹜。所以,茶叶的品牌标志在包装的整体设计中占有举足轻重的地位。纵观目前市场上高品质的茶叶产品,运用具有深厚文

化底蕴的印文化符号来凸显中国茶叶包装艺术的民族风格与特点,已成为设计师们的共同设计导向,也获得了市场的高度认同。



图4 福建中闽泰轩

四、结语

茶叶包装设计要展现出浓郁的中国韵味,就必须将具有民族独特性的艺术元素糅合到设计风格中。当代的中国茶叶包装设计要做到与国际化水乳交融,既需要学习西方的先进设计理念,更需要立足于民族传统文化艺术的创新表达。将印文化从形式到内涵的精华元素加以提炼,有效地与国际包装设计艺术的审美形式融为一体,能准确反映当代人的内在精神追求,创造出具有独特中国风格的茶叶包装设计作品,从而在国际茶叶市场上树立中国茶叶品牌形象。因此,我们应在实践中通过不断的融合与创新,探寻中国印文化元素与国际化包装设计交融的方式,从而创造出富有中国文化意蕴的茶叶包装设计作品。

[参 考 文 献]

- [1] 曾迪来. 现代包装设计[M]. 长沙:中南大学出版社, 2005:10.
- [2] 张斐斐. 论中国茶叶包装的审美追求[D]. 济南:山东师范大学, 2009.
- [3] 朱光潜. 朱光潜美学文集(第2卷)[C]. 上海文艺出版社, 1982:480.
- [4] 王志固. 试论书籍装帧设计形式的“简”[J]. 郑州轻工业学院学报:社会科学版, 2009(4):77.
- [5] 高式英. 平面设计中的“中国印”[D]. 长沙:中南大学, 2010.
- [6] 王志固. 浅释中国画钤印艺术的文化起源与文化特征[J]. 邢台职业技术学院学报, 2008(2):101.