

中国传统中秋文化插画在月饼包装设计中的应用研究

刘 璠

沈阳工学院 沈阳抚顺 113122

摘要: 中华传统文化与建筑元素,是现代艺术设计领域的宝贵财富。同时表达着自身的艺术内容,作品题材丰富多彩,表现内容广泛,表现形式比较多样,有着难以取代的独特魅力与艺术身份。8月15日是离秋分最近的满月。中秋节也已成为公认的“团圆节”。在中国文化中,月亮从一开始就不是一颗普通的星星。它承载着悠久的历史神话和深刻的文化内涵,启发了中国古代的哲学和艺术。在这个代表家庭团聚的节日里,它还与一个神话有关,那就是嫦娥奔月。包装设计是传达产品信息的重要媒介。它独特的形状和外观美可以激发消费者的视觉愉悦感和对产品的喜爱。如今,它传承了中国传统文化,在中秋节的背景下,嫦娥玉兔元素在礼品盒的包装设计中占有重要地位。月饼盒子的设计既表达了一个月饼文化,也提高了月饼的文化价值。同时,月饼盒子的包装精美、高档,不仅有利于月饼的销售,而且具有收藏价值。本文结合中国传统中秋文化表现创造一个符合现代年轻人的视觉审美,展现出传统文化与包装设计载体相结合后的场景,再现了嫦娥仙女的舞姿娉婷,灵动而飘渺,推动了包装设计创意发展。

关键词: 中秋文化; 包装设计; 传统插画

Application of Chinese Traditional Mid-Autumn Festival Cultural Illustration in Moon Cake Packaging Design

Liu Liu

Shenyang Institute of Technology, Fushun, Shenyang113122

Abstract: Chinese traditional culture and architectural elements are valuable assets in the field of modern art and design. At the same time, it expresses its own artistic content. The theme of the works is rich and colorful, the expression content is extensive, and the expression forms are relatively diverse. It has a unique charm and artistic identity that is difficult to replace. August 15 is the full moon closest to the autumnal equinox. The Mid-Autumn Festival has also become a recognized “reunion festival”. In Chinese culture, the moon is not an ordinary star from the beginning. It carries a long myth and profound cultural connotation, which inspired ancient Chinese philosophy and art. In this festival representing family reunion, it is also related to a myth, that is, Chang’e running to the moon. Packaging design is an important medium to convey product information. Its unique shape and appearance beauty can stimulate consumers’ visual pleasure and love for products. Now, it is inherited in the context of the Mid-Autumn Festival, the element of Chang’e jade rabbit plays an important role in the packaging design of gift boxes. The design of moon cake box not only expresses a moon cake culture, but also improves the cultural value of moon cakes. At the same time, the packaging of moon cake box is exquisite and high-grade, which is not only conducive to the sales of moon cakes, but also has collection value. Combined with the performance of Chinese traditional Mid-Autumn Festival culture, this paper creates a visual aesthetics in line with modern young people, shows the scene after the combination of traditional culture and packaging design carrier, reproduces the dancing posture of Chang’e fairy, flexible and ethereal, and promotes the creative development of packaging design.

Keywords: Mid-Autumn Festival culture; Packing design; Traditional illustration

一、月饼礼盒包装设计与制作项目背景分析

1. 项目概述

食物品类的包装设计涉及了众多的专业,比如设计心理学、设计艺术、消费设计、色彩心理学、市场营销学等,而食品包装设计则是特别适用于视觉艺术领域,具有功能和美学上的双重性。其主要构成以阐述性文字、图形图像、结构形态表现、色彩的综合运用等诸多部分构成。色彩作为最突出的元素,在其的运用设计中有着更加重要的作用和位置。刺激的商品市场中,要使设计的包装具备显著区别于其余产品包装的视觉本性,使之更为具有蛊惑消费者的魅力,指引消费者的体验,强调消费者的感知,离不开包装设计中色彩的应用。

随着经济的发展加速,产品的包装也影响着人们的生活。基于对月饼包装的调研观察,运用消费者心理学,设计美学等理论来进行研究。月饼包装在市场上的包装大部分都太平庸,大同小异,而且礼盒大多以铁盒为主,不仅笨重而且显得不够精致,月饼是本人国传统的美食更应该采用朴实的包装而不是类似快消品那种鲜艳亮丽的配色,本人的设计理念是对老月饼包装的着恋,重拾儿时的记忆,不希望传统元素在历史长河里渐渐被消磨殆尽。准确的把握好当代年轻人对传统文化的了解和视觉上的需求,配色采用紫棠,绿竹等中式古典配色、利用插画的表现应用、新颖的古典包装结构来吸引大众的注意力,要有视觉上的合理搭配,创造一个符合现代年轻人的视觉审美。

2. 项目背景分析

(1) 项目选题意义及目标

月饼制作在本人中国有着相当久远的历史,通过长时间的变化与发展,花样也日益更换,种类日益增多,它主要是作为中秋团圆、守候月圆中秋情缘、对亲友思念与祝愿、和谐亲情的重要礼物。而月饼的包装,作为对商品特点的直观展示也成了广大消费者最为关注的焦点。而由于月饼的主力消费人群都是中国人,所以月饼的包装设计就必须适应中国人的消费心态,也必须给中国人一种浓郁的艺术感染力,充满中国文化精神内涵,耐人回味,并力求把我国的传统民族文化和现代艺术充分融合。而为了表达我国的传统民族文化与现在文化交流,月饼包装设计就必须离不开中国的文化元素,从色彩、字体、造型和图案,都是月饼包装设计中涉及的中国风的重要元素。

(2) 项目选题国内外研究现状

国内市场:在我国,因为不同体制、各种文化类型、不同的消费人群得共同存在,使得国内市场产品成为了全球各地包装艺术及包装商品的大杂烩。各大连锁店里,格调迥异的包装商品琳琅满目、应有尽有,但体现我国本民族艺术风貌得商品,却很少且普遍缺少格调及人性

化设计,一言以概之,国内的包装设计行业就陷入了无规律发展状况。我国的人们十分新奇,容易接受新奇东西,学习的能力也特别高,也正是因为我国全面对外开放的步伐过快,思维发展赶不上文化成长步伐,遭遇到各种外来文化的强力侵袭,使得整个中华民族陷入群体无意识之中,陷入民族性和国际化的碰撞之中,无所适从,使得中华民族发展和文化精神短期内陷入抑制局面。

但现在每一朵中华传统元素的浪花,都在赋予富有中华民族特点的食品包装设计以澎湃的力量,都在见证着我国食品包装设计发展。中华传统元素是中国浩如星和的食品包装设计元素中的关键部分,在食品包装产品设计中运用中国传统文化的意蕴就越深,其市场活力也就越强;中华民族传统和地方民俗文化的个性越是充分,包装设计也就越是富有市场性。通过将我国的传统元素合理纳入包装设计当中,既可以提高包装设计的创作元素,从而增加了包装物设计创意的市场价值;也可以把我国传统文化的精华展示给世人,使更多的人认识并热爱我国中华文化,使我国传统文化得以良好的弘扬。

国外:欧洲生存环境差异:经济和人文方面的优势,使欧洲企业在全世界经济产业链中占据了高端市场,并能够持续地输出高附加值产品,来进入第三世界各国市场以赚钱。对于传统文化包装设计的研究范围也很广,大多关于春节,中秋节,端午节。但对这方面的艺术研究很多。产品外包装,以及产品实用性国外都很注重。基于商品包装与形象设计的审美准则方面,在对称与调和、变化与统一、对比与调和、旋律与韵律等的审美准则也获得了充分的运用。现代的商品包装设计中,无论是形状和结构还是装饰都开始逐步突破了单纯的对称,以期实现局部特异的装饰美感。而这个问题的产生,与美国现代社会中多元化思想的产生影响也有很大的关联,美国人崇尚“圆”、“道”、“谐和”,但是由于“西式”、“日风”和“韩流”的因素,以及本人对中国现代企业的审美观,也逐步受负面影响,而现代商品的包装设计为了顺应这个美学趋向,在内部形状和外部结构设计上也开始逐步突破了原来的审美规则,以进行在造型上的更多创造。

二、月饼礼盒包装设计与制作项目调研及项目设计定位

1. 品牌消费群体调研

“嫦娥奔月”月饼礼盒包装以其新中式独特的风格,将商品的使用价值和商业价值传递给目标受众。作为一线产品,它直接触及目标受众。消费者不能仅仅从包装的外观和产品信息就立即知道食物的味道和营养价值。准确的把握好当代年轻人对传统文化的了解和视觉上的需求,创造一个符合现代年轻人的视觉审美,又展现出传统文化与插画相结合后的趣味性。



案例：“嫦娥奔月”月饼礼盒包装

2. 国内外相关品牌调研

Disney Moon Cake中秋月饼礼盒，迪斯尼的符号是Mickey，那么，就以它为主角，回到那个年代，展开寻味民国的漫游之旅，用它的视角和味蕾，来记录和体验它所经历的每座城市最经典的特征和最独特地方的口味，有时间/年代，有空间/城市，有记忆/味道，有足迹/创作素材，串成一条完整而丰满的创作线。

最后，品牌将以“Mickey漫游民国”的作品概念，绕着民国时代北平、上海市、广州市、昆明四大都市进行作品，这四大都市，正好也代表了传统中式月饼四种派系的京式/苏式/广式/滇式。四大都市、四种派系，各臻选八款最具引诱力的味道，将民国的感官、视觉效果、味道多层次地融合，而之后的研发工作中，就只剩下了最关键的两个：味道调整，包装设计。品质活动的整体统筹下，以创意插画方式加入商品包装，同时增添了更多惊艳的活动体验要素：外观上是一只民国时代仿佛穿过岁月而来的旅行箱，当翻开了旅行箱，友人送来的手信中带着亲切的问候时，附送了一本民国《仲秋报》，把那时候的趣闻故事娓娓道来，读来犹如重回那段时代。极致的感受过后，让人舌尖在美感和品味之间，开始了四种城市、八种风格的漫游。

驻月基地中秋礼盒，CoCo都可联名中国航天设计出一款时尚，独特的包装。“驻月基地”的中秋礼盒，结合了中国传统航天设计，以具有未来与现代科技质感的银色外包装融合了凹凸工艺，附赠的二枚驻月徽章，代表了中国长征五号遥五火箭计划与嫦娥五号探测器，也表达着中国人对于月球的探索和想象一直在路上。内含2枚驻月纪念徽章，专为纪念嫦娥5号工程而定制；1条驻月纪念挂饰，表示对中国航天的敬意；1个太空银水杯，象征着太空专属主题装备以及3颗代表着mini月球的流心奶黄月饼。

三、总结

包装插画产品设计的成功与否在很大程度上决定了包装设计能否取得成功，这就需要在产品设计时首先要找准商品的正确位置，同时通过自己的想法和创意手段，把商品的基本信息和想要表达的设计理念正确表达出来。

采用了创新的表现与插画形式，通过打造鲜明的美术表现力，丰富的故事情感以及亮丽的颜色来实现设计突破，以创作出适合于现代审美的商品，更易于引起消费者的浓厚兴趣，进而带来巨大商机。

由于步入了全新时期，包装材料在媒介上的呈现方式发展得也越来越快速。而针对于传统手工制品的包装材料，在呈现方式上也表现出了新的媒体形态。不再以单一的颜色表现、设计性图案来区分商品，而是融合了各种肌理材料和感官元素并加以重新创造，从而使产品包装视觉上变得更加独特，富有了人类的文化思想与情感因素。从一方面转变了产品设计立足点，以顾客的消费利益立场作为产品设计的中心思想。在全新的技术性形式上加强产品与顾客之间的情感性交流，从而增强了媒体艺术上的产品包装多功能性特点。

设计的包装礼盒，整体色彩使用了偏传统色彩，使其更加适合于整体产品包装，月饼礼盒包装的设计效果图，整个形象都使用了大量插画的插画形式作为背景色彩，而月饼礼盒包装为最大礼盒装的传统包装方式，随着经济全球化快速发展，插图也由单一的文字表现形式发展到完全超越了传统文化与种族观念的束缚，从而使人与人之间的情感交流更加简单。而插图对礼品包装的意义一方面服务于产品，让人们产生了购物的愿望，另一方面也服务于市场，并传递出了礼品包装本身所应有的品牌价值，两者的结合得恰到好处，不过由于插图的创意太过于艺术性，会让人们无法接受，设计太平庸就会很庸俗，所以怎样掌握这个点对于设计师们而言都是一个挑战。月饼礼盒的包装创意若想脱颖而出，还需要树立更好的产品文化与品牌形象。在食品包装上插图的艺术表现需要创新的同时还需要顺应时代潮流，通过插图艺术在月饼包装上的运用可以获得更健康的发展，在包装中也可以融入更多的情感和艺术，这样不但可以体现出产品特有的美学价值和艺术内涵，更可以把产品的核心文化内涵正确的传递给广大消费者。

参考文献：

- [1]王敏.国外食品包装发展的特点[J].科技传播, 2020, 12(07): 58-64.
- [2]吴敏琳.中国传统文化元素在包装设计中的运用[J].南北桥, 2019(8): 93-94.
- [3]于麟璿.“国潮”元素插画在节日包装中的设计策略研究[D].哲学与人文科学, 2019: 94-98.
- [4]朱月.传统节日礼品插画风格包装设计研究——以东北春节为例[J].美术书法雕塑与摄影, 2020(35): 46-47.
- [5]余永永.民俗文化与节日礼品包装的情感设计[J].大众文艺, 2020(01): 73-74.
- [6]卢蕊.现代视觉传达设计中的情感表现探究[J].大众文艺, 2020(24): 69-70.