

西安临潼尖角村石榴包装设计特色研究

李嘉晨 何玉新 王江

陕西省西安培华学院, 中国·陕西 西安 710125

【摘要】当代包装的内在是在产物生产、发售过程中,融入新颖的审美观点,看重消费人群的体验,使其商品更具特征性、视觉符号标志;本文分析目前临潼石榴包装的现势,以艺术化的方法论述特色石榴封装的设计理念,强化区域红色文化,提升品牌文化形象,扶贫计划以特色带动当地经济的发展。

【关键词】临潼石榴;扶贫计划;红色文化;特色包装;艺术设计;品牌形象

【基金项目】陕西省大学生创新创业项目,西安临潼尖角村石榴包装设计特色研究(S201911400015)。

1 临潼石榴及石榴包装现状

石榴是在两千年前的汉代,张骞出使西域,从西域传入本国的。引种前期,石榴主要栽于京城长安邻近御花园的“上林苑”和骊山的温泉宫(今华清池)内,是供皇上的儿子与后妃赏玩的,这就是最早的临潼石榴,其后才繁殖推行到世界各地。至此,临潼石榴已有2100多年的栽培历史,2006年被农业部认定为“地理标志”登记保护产品。

这几年来,县级政府非常看重石榴的种植和发展。特别是2006年国家质检总局于正式批准对临潼石榴实施地理标志产品保障。石榴市场一开始风靡临潼,变为临潼农业产物的主要产业。然而,作为国家地理标志,临潼石榴的包装任然存在很多有待提升的地方:一是随着电商行业的不断完善和保鲜方面的技术发展。临潼石榴的晚熟特性是抢占我国北方水果市场的主要原因。临潼石榴是陕西省的一大特产。它以色泽鲜艳、果大、皮薄、汁多、味甜、果核柔软可口、种肥少、渣少、品质好而著称。

临潼区石榴栽植面积达10万亩,年产鲜果8万吨。建成高标准优质石榴示范园15个,制定了临潼石榴生产的地方标准。拥有石榴酒、石榴饮品加工企业5家,年加工鲜果2万吨。从事石榴生产销售的企业、专业合作社30余家,石榴产业年产值达5亿元以上。在中国最著名的五种石榴中名列第一。被列为水果之宝,在九州及海外享有良好的声誉。临潼石榴不仅是一种观赏花木,也是一种好吃的果树。石榴花非常美丽,开花周期长,红而可爱。中秋佳节,石榴成熟,红玛瑙,白水晶,酸甜可口,口感如水晶玉髓。白居易曾写过一首诗,歌颂:“日照血珠将滴地,风翻火焰欲烧人”。长期以来,中国人视其为吉祥之果。在民间形成了许多与石榴有关的民俗。它也是西安的市花。

项目组认为,造成以上现象的主要原因是没有能够把石榴包装当成“特色商品”或“艺术品牌”,不重视包装文化,忽略了在商品中的渗透和表达。因此,这里主要探讨如何设计具有临潼特点的石榴包装,突出临潼石榴的地方特色,并加入红色文化元素,使包装更具现代审美旨趣和文化魅力。

2 石榴包装的特色设计

以从事石榴酒包装的“贵妃”为例:从外部的包装来看,包装的全身只有一个临潼县石榴或果农的个人形象,还有以临潼最为出名的风景名胜、历史文化等比较有特色的事物为视觉元素的情况也是非常的少见;在标识体系方面,企业标识无法通过实际应用,且包装颜色单调,识别率低,很难识别石榴酒的产地。有鉴于此,本文认为“特色化”石榴包装设计可以从三个方面入手,突出地方特色理念,消除市场商品流通中的诸多视觉缺陷,增强消费者的购买欲望,进一步提升石榴包装的文化品位。

2.1 统一视觉形象,提升文化内涵

一般来说对于,现代化企业的形象是通过企业特定的符号以及企业独特的标志作为文化符号输出的跳板,暗藏着一个企业与时俱进、创新的人文精神,凝聚着一个地区的独特典型特征,成为现代化商品的价值尺度的提升与审美理念的转变。

作为国家地理标志,临潼石榴包装要构建具有地方特色的标识体系,即核心标识,并以标识为母图案,发展以及衍生了其不同系列的子包装,形成了不同层次、不同特色、不同历史内容的包装形象,满足了不同人群的审美以及对于产品的需求。在材料方面,临潼的历史文化可以注入到石榴包装设计的创作中,如著名的“抱笑笑傲天下”、“鸿门宴”和震惊中外的“西安事变”等重大历史事件都发生在这里。通过整合当地环境的经典元素,统一全县石榴外包装,再注册以核心标识为核心的包装专利,打破临潼,以优化石榴标识体系的视觉结构和内部层次,采用石榴包装随机标?识码。因为符号是传递信息和识别其他事物的特殊符号,所以它是不可避免的石榴包装作为一种商品,既要注意其内在的本质,又要服从市场的发展需要。在包装的设计过程中,我们还是应注重包装的科学性对于人体工程学的考虑、以及?对于?审美观念之间的相互有机结合,使石榴外包装的“无形结构”与“有形元素”充分结合,达到心理上“悦人”的视觉效果。

2.2 科技融入包装,创造视觉谱系

据调查现代化科学技术的飞速发展,有许多的企业越来越重视对于商品在产品属性的研究大力开发。石榴除了自身的包装和副产品外,还受到人为因素的影响。因而,在石榴外包装的研发与生产的具体实施中,应该将科学技术也植入到包装设计内。比如,内包装用零度锡箔密封,然后抽空使整个石榴处于真空状态,防止长期运输过程中的腐烂和质变;外包装除了遵循“特点”外,还努力改进在生产过程中,还可以利用激光扫描在内外包装上打上防伪标志,提高包装质量通过视频等媒体在公共平台上的宣传和介绍,游客可以买到正宗的临潼石榴,防止不良商贩将外省石榴拿来冒充临潼石榴。就视觉传达理论而言,一批“概念化”的产品将走向未来石榴包装也不例外,可以获得比单一产品数倍的利润。”在产品的交换过程中,生产者和经营者都通过标志来区分和识别不同等级的同类产品,“可见,对产品的整体认知主要依赖于鲜明的视觉形象作为判断的依据。同时,这种方法也可以大力推广到具体的包装设计中。如临潼石榴可分为大红田、景皮田等品种,再根据其细度和色泽进行分类。大红甜是红的,纯皮甜是粉红的,而且每种颜色都在逐渐减少,形成了同一品牌却不同种类的包装产品,已经形成了以正色为中心的色系,构建了全新的艺术与视觉的语言。

3 特色包装设计的研究价值

从根本上讲,特色包装设计就是用标志化的语言来代表原来的实用性东西。主要是以艺术思维的方法观察以及重塑事物的表现方法和内部特征。对于临潼石榴在市场流通中的包装来所,主要是视觉上的局限性加剧了石榴销售的缓慢;另一点,石榴是商品,在交易过程中产生了多深层次的心理调节,制约了消费者的功能意识和消费程度。因此,通过艺术的表达方式来解决石榴包装存在的问题,重点是加强视觉冲击力、规范石榴销售市场的途径。同时,对石榴包装特性的研究也是设计思路的关键,对石榴包装具有重要的实际意义。

3.1 保护地理标志,塑造乡土品牌

由于受到电子农业快速发展和村庄生产方式快速扩张的影响。几千年来流传下来的人工土壤栽培石榴的方法,也将受到威胁,被科技所取代。大生产方式不仅削弱了古代方法种植的石榴产量,而且从视觉上模糊了南北不同的地理界限,弱化了地域最典型的典型特征,失去了不同地域、不同风格的文化景观城市化现象逐渐累积。因地制宜的设计理念必将使“地理标志”再次得到高效的保护。如临潼县道路两侧,以橱窗,横幅,传单等形式制作石榴包装创意广告,为广大旅客和群众普及石榴的常识,并且从技术、创意,红色文化等多方面塑造“临潼石榴”的艺术品牌,扩大临潼石榴的认知度和知名度,使其具有地方特色的包装设计理念,广泛应用于石榴市场。

3.2 营造特色产业,带动经济发展

临潼县作为农业大县,人口密集,外来务工人员众多。因此,石榴种植者越来越少,积极谋划推动特色石榴发展;临潼经济发展在所难免。在石榴产业的带动下,企业的可持续发展

不仅使企业获得丰厚的利润,而且解决了人口短缺的问题。以包装制造业为例,可以依托全县规模较大的石榴酿酒企业,建立研发、生产、包装制造的产业园,吸纳当地农民工返乡创业,促进包装设计师在国内的发展专业化方向。

针对临潼石榴产业链的薄弱环节,主要是石榴实体销售,没有遵循“互联网+”技术时代的脚步,完善传统的销售观念,开发新的思维模式,建立“体销模式”、“网上销售与供应”的营销策略。模式共存”。根据自身特点,调整渠道之间的比例,接纳不同的营销组合手段,拟定不同的组合方案,多管齐下解决石榴滞销问题。更重要的是将石榴本身的寓意与临潼当地的旅游特色相结合,形成“临潼石榴”的独家品牌。搭建规范的销售平台,维护消费者与销售者的信任关系,提升美誉度,重振品牌,形成农业非物质资源的市场优势。

综上所述,特色石榴包装对审视包装文化、塑造本土文化具有重要的指导作用;在一定意义上,包装不仅体现了一个地方人民对事物的价值判断,也体现了该群体对美的追求。因此,包装要内外兼备,遵循真善美的包装标准,防止出现“买一块石榴还一颗珍珠”的现象;作为设计师,也要秉持“大国工匠”的精神,努力使石榴包装特色成为临潼的代名词和出国的名片。

参考文献:

[1]孙茜,刘斯.论包装设计中文化内涵的体现[J].印刷质量与标准化,2009(01).

[2]黄荣敏.心理促销在包装设计中的体现[J].广西轻工业,2009(08).