

国潮风格主题在商业包装中的应用

田丽

新疆师范大学

DOI:10.12238/jief.v3i1.3617

[摘要] 国潮风格随着推动国货品牌的兴起而出现,是中国传统美学与潮流文化元素之间地碰撞、融合与发展的结果,逐步发展成了既具有浓厚的中国传统美学,又承载着中华文化底蕴,同时,又具备当代潮流的特征,呈现了独特的中国东方美学和潮流艺术文化特性。特别是国潮风格在商业包装中巧妙地应用中国传统元素,并且在此基础上对中国优秀传统文化艺术进行传承与创新,不仅提升了品牌的价值形象,也彰显国潮包装的文化价值与商业价值。

[关键词] 国潮风格; 商业包装; 应用

中图分类号: G7 **文献标识码:** A

The Application of the National Tide Style Theme in the Commercial Packaging

Li Tian

Xinjiang Normal University

[Abstract] National tide style with the rise of domestic brand is the result of the collision, fusion and development between Chinese traditional aesthetics and trend cultural elements. It has gradually developed into strong traditional Chinese aesthetics, bearing Chinese culture heritage, and has the characteristics of contemporary trend, presenting the unique Chinese oriental aesthetics and trend art and culture characteristics. In particular, the national tide style skillfully applies the traditional Chinese elements in the commercial packaging, and inherits and innovates the excellent traditional Chinese culture and art on this basis, which not only improves the value image of the brand, but also highlights the cultural value and commercial value of the national tide packaging.

[Key words] national fashion style; commercial packaging; application

引言

国潮风格主题在本土国货品牌中地合理应用,满足了消费者对物质需求和精神需求的两个方面。随着国货品牌的崛起,在功效方面有所突破,品质也有所提升。其次,是对传统元素的传承与创新,国潮风格的设计结合了潮流元素。形式、色彩对比强烈,增强了视觉的冲击力与形式美,绚丽的国风 and 炫酷的潮流相碰撞,迎合了当代年轻消费者。时代潮流文化与传统精神地巧妙融合,使消费者更深刻的认识到民族传统文化的价值,成为年轻一代的消费者在抒发自身的情怀下对潮流文化的追寻。

1 国潮风格的出现与发展

国潮风格是一种在中国传统优秀文

化中汲取灵感,融合在时代潮流文化中的设计,突出个性,是一种文化输出的表现形式。国潮是近几年新兴起的热门社会风潮,这种风格整体呈现出浓厚的中国风味和时尚的潮流气息。这种国潮现象最初是基于国家扶持本土老字号国产品牌而出现,是中国传统文化与街头潮流文化的融合,逐步发展成的风格体系,称之为国潮风格。

随着国货品牌的崛起,拓展了商业包装新的设计思路,日益增长的需求量,促使国潮风格成为一种潮流风尚。消费群体的年轻化,面对新的艺术文化出现,具有很好的包容性,因此,获得了较好的发展;品牌在质量和设计感上的双重提升,也使国潮风格的商业包装设计很快

占据了市场的一席之地,并且影响力也是与日俱增。

2 国潮风格主题商业包装的定义

国潮风格的商业包装是将中国传统美学中的题材、元素应用于设计,为设计提供充足的养分,丰富文化的内涵;以新的设计方式为中国传统文化艺术注入新鲜的血液,使传统的中国元素更加合理、恰当的应用,使国潮风既要承载独特的东方韵味,又要具备深厚文化韵味,同时满足视觉美感的需求。国潮风格的商业包装设计应当立足于中国本土传统文化,再结合现代的潮流元素进行文化交融。国潮风的形象设计,不仅需要精准地捕捉到年轻消费者的内心,而且

设计元素也需要力求在传统文化元素的基础上,推陈出新,碰撞出新的火花,使传统元素在画面中的应用更加富有活力和激情。这种独特的设计风格,是发现传统文化与现代元素结合中的前卫感、趣味性,总而言之是传统文化与潮流文化的交融、碰撞,整体呈现出截然不同的风格,即国潮风格。

3 国潮风格主题在商业包装中应用的方法

3.1 传统元素的寓意

中华文明经过悠久岁月的积淀,在艺术造诣上有着独特的东方美,国潮风就是基于中国传统美学与当代流行元素的融合,产生的新地潮流风格。其中,传统纹样也是组成国潮风的一个部分。在中国的传统元素中每种纹样的巧妙设计都有原本美好的寓意,例如传统的吉祥图案,海棠花纹,有“玉堂富贵”、“满堂平安”的寓意;如意纹有“吉庆如意”、“平安如意”、“富贵如意”的寓意。将传统的纹样作为设计元素,以传统文化与现代的潮流元素相互融合的方式,汇聚诸多的辅助元素,突出表达的中心元素,使画面充满欢乐、活力、热闹的气氛。

国潮风商业包装更多的是受到年轻消费者的青睐,诸多的品牌选择了国潮风格设计作为品牌商业包装的卖点,一方面传统元素本身包涵着美好的寓意象征,再巧妙的融入到商业包装设计,使产品提升了文化价值,并承载着吉祥话语,美好寓意。在商业包装设计中,不仅要精准的把握传统元素的艺术美感,还要加以创造性的发挥,在保持东方美学的时候,创新形式语言的设计,迎合消费者的审美需求,得到消费市场的理解和接受。

3.2 传统元素的再设计

商业包装是以促进销售为主要目的的包装,包装的美观性是不可或缺的因素。国潮风的商业包装中为了拉近产品与消费者的距离,国潮风格的包装设计要符合大众的审美需求,从而使消费者对其产生好感度,因此,在商业包装设计中的运用占有一定的比例。常规的将传

统元素直接套用在商业包装中,一成不变,显得过于呆板,加重了商业包装的沉重感,失去了设计起初的意义。优秀的商业包装设计要实现商业包装提升产品的文化价值和经济价值,能够让产品在目不暇接的选择中脱颖而出。对此,国潮风在中国传统元素的应用中对构图、色彩等诸多方面进行了分析和重组,构成新的视觉形象。

3.2.1 构图

构图在整个画面布局中也是不容忽视的重要一步,在商业包装设计中讲究构图的完整性,以及构图形式所传递的画面情感也是不容忽视的。国潮风格的商业包装设计,从设计元素的选择到整体画面的构成,每种形式的构图,始终贯穿着对中华优秀传统文化的认同。设计元素与主体物的精巧安排,使整体画面各具特色、相辅相成、完整统一。

国潮风冷酸灵牙膏包装以国宝文物为灵感,结合辅助图形,与中国传统美学相结合。击鼓说唱俑结合仙人掌、沙漠、骆驼、高塔建筑等元素,描绘了山河的绮丽风光,广袤无垠的自然风光。击鼓说唱俑的形象眉飞色舞、眼角带笑,开怀大笑的笑容,寓意着冷酸灵守护你的健康笑容;司母戊鼎结合梯田、绿色植被等元素,呈现了一幅山明水秀的山水图卷。司母戊鼎是重器,鼎有一言九鼎之说,寓意冷酸灵守护牙齿健康,鼎力相助;华封三祝图轴结合祥云纹、墨竹、瑞鹤等元素,构成云卷云舒、月朗风清的夜色。华封三祝图轴是墨竹,竹炭具有清洁效果,寓意冷酸灵深层清洁牙齿健康,口气清新自然;青花竹石芭蕉纹梅瓶结合屏障、轻烟、兰花等元素,组成了风格儒雅,充满书香气息的画面,青花竹石芭蕉纹梅瓶是青花瓷,瓷器洁白无瑕,寓意冷酸灵使你的牙齿润泽洁白。国潮风在基于传统元素的基础上,将诸多的元素汇聚在一起,突出主要元素,采用充满张力的构图,在商业包装中画面丰富饱满、层次分明,元素复杂多样完美的统一于画面,营造强烈的视觉冲击力。

充分发挥了设计元素在构图中的合理应用,在传统文明与现代文化不断碰

撞的时代,彼此相互交融,在发展中进步,不断的丰富形成了国潮风的潮流。

3.2.2 色彩

色彩是影响视觉的重要因素,在营销界的7秒定律中色彩的作用占据67%,意味着消费者在7秒内就可以确定购买意愿,而商业包装的色彩占据市场销售的主导因素。色彩是具有情感性的,不同的色彩给人不同的感受,例如中国传统色彩中国红,具有热情活力,是喜庆的色彩;青花蓝,淡雅平静,具有宁静高雅的感受;国槐绿,具有郁郁葱葱、蓬勃生命力的氛围。

特仑苏牛奶的国潮风包装结合了中国传统京绣纹样,打造了定制全新京绣包装。色彩搭配大胆,却又不失古色韵味,强烈的色彩对比中彰显着贵族气息,正如那句广告语,不是所有的牛奶都叫特仑苏,贴合了品牌打造的形象。

冷酸灵牙膏联名国家博物馆推出了国潮系列包装,以国潮风插画的形式展现,将博物馆里的文物作为冷酸灵牙膏的设计元素。是以新国潮,新“国宝”为主题,并以四个国宝为切入点,国宝的选择与商业包装所要传达的内容相吻合,分别是击鼓说唱俑暖色调的橙色包装;司母戊鼎清新自然的绿色包装;华封三祝图轴静谧的紫色调包装;青花竹石芭蕉纹梅瓶宁静雅致的蓝色包装。不同于以往中国传统色彩的淡雅含蓄、温润雅致,国潮风的商业包装中的色彩应用在保留中国传统色彩古典韵味的基础上,加强个性的张扬,使画面更加富有激情与活力,色彩采用高饱和度、高亮度、撞色,整体画面更加大胆奔放,与潮流文化元素的碰撞、融合,增添了色彩的活力。

3.2.3 趣味创新

商业包装应当具有趣味性的创新设计,以便于在同类产品中能够独树一帜,具有鲜明的品牌辨别度。要突破思维的局限性束缚,找到创新点,打造多元化的产品市场。国潮便是在单一化的产品中脱颖而出,传统与潮流的碰撞,包装整体形式张扬充满个性,却不失美学上的趣味创新性。

特仑苏结合了京绣中的传统纹样蝴蝶、鸳鸯、仙鹤等元素,巧妙的应用在包装。不仅带给消费者视觉的新感受,而且传达出对生活美好的祝愿。

冷酸冷牙膏包装设计画面根据国宝文物的主体色,不同的国宝、色调来区分牙膏中“冷热酸甜”四种口味。同时是一次跨越时光的回溯,运用现代插画的形式作为媒介,结合相应的文物,不但承载着古代文明的智慧,也突出了产品不同功效的卖点。包装中切合主题的中国传统文化元素与整体画面风格相辅相成、和谐统一、富有韵律。

养元六个核桃在2021年新春之际,上线了新春特别限量版的“牛年牛运罐”,作为春节伴手礼推出,以财气牛、学业牛、事业牛、身体牛、恋爱牛和运势牛六款瓶罐包装,齐邀六牛送祝福,寓意吉祥,既顺应了国潮风新的潮流形势,又传达了品牌在新春佳节诚挚的祝福,赋予了一系列产品的附加价值,拉近了产品与消费者之间的关系。

国潮风商业包装设计,不断挖掘文化特色,探寻着契合现代年轻人审美取向的创新点。包装设计突出个性,不断地开拓设计上更多可行性,赋予产品语言独特的风趣。趣味性设计可以激发消费者对产品的关注,对于喜爱新鲜感的年轻消费者具不可抗力的吸引力。

4 国潮风格主题在商业包装中应用的价值

4.1 提升文化底蕴

国潮风商业包装以中华民族优秀传统文化为设计的根基,提升了产品的文化底蕴,赋予设计的不再是单一的视觉形象,而是具有民族精神,自然真实的情感温度。设计师也因此不断地探索着

中国传统文化精髓,将其更好的融入现代商业包装设计。在基于中国传统文化的基础上,与潮流元素的结合,以潮流文化为指导,创作出具有民族文化价值设计。既迎合了消费者对潮流文化的追求,也是对传统文化的继承与发展,提升国产品牌的文化价值。

4.2 建立文化自信

国潮风商业包装使本土品牌的脱变和升级,加强了国人对本土产品的信心。国货意识的不断增强,对国货重拾信心,消费转向本土化,促进年轻消费者对中国传统文化的重新认识。随着国潮风逐渐成为一种风尚,国潮风的商业包装更多地受到了年轻人的喜爱,得到了消费市场的肯定。随着产品的推广,从而提升了中国传统文化在国际的影响力,提高了年轻人对传统文化的认同感,愿意为之买单。而这是文化自信的体现,促进新一代的年轻人民族自豪感和爱国情怀。

消费市场推动设计师对中国传统文化不断的探索、挖掘其中的财富做为设计的灵感,取其精华、融会贯通。不断地传承与创新,成为推动中国优秀文化不断向前发展的动力,增强文化自信,让中国传统文化在历史的潮流中蓬勃向上,不断创新,提高文化软实力。

4.3 拓展消费市场

国潮风的新起,带动了本土国产品牌的发展,提升了品牌价值和文化底蕴。以哈弗H6为例,产品在国潮风的加持下,选择了以十三朝古都的西安作为发布地点,上市7天销量破万。证实了国货正在以优质的产品质量和独具东方韵味的潮流包装,迅速俘获消费者的青睐。品牌以本土化为卖点,建立情感共鸣,使产品具有亲和力,国潮风格的商业包装设计,合

理的将中国传统元素与现代潮流文化相结合,多元化的设计风格给消费者更多的选择。让更多的国人对中国本土产品建立信心,将现代年轻消费者的消费目光从海外市场转向国产品牌。同时,在提升本土品牌影响力的同时,也拓展了海外市场,让更多的海外消费者认识了中国品牌。

设计出新颖的商业包装,能够提高在同类产品中的市场辨识度,增加国货的销售量,带动消费者对国货品牌给与更多的肯定与支持。

5 结语

国潮风商业包装是以中国传统文化元素与现代潮流文化在融合中应运而生,这种具有东方古典韵味的潮流文化,迎合了本土消费者的审美情趣。从而获得了大众的认可,提高了国货品牌的销量,推动了国产品牌的经济的发展。由此可见,国潮风的发展在未来的趋势会不断向前推进,热度依旧呈现出可持续发展的走向,具有创造更多可能性的空间。在未来的市场中会持续为品牌创造文化价值,增强了国人的文化自信。

[参考文献]

[1]郭玉川,丁雪.基于“国潮”风格的包装视觉语言初探[J].工业设计,2020(11):91-92.

[2]吴题诗.“国潮”风格在现代包装设计中的运用[J].艺术品鉴,2020(24):50-51.

[3]苏大伟,王宇昕.关于把年画元素引入国潮风格表现的研究[J].艺术品鉴,2020(35):50-51.

作者简介:

田丽(1995--),女,汉族,新疆昌吉州人,2020级研究生,研究方向:设计学。