

# 符号学视域下传统文化融入广西特色 食品包装的设计研究

李旭昌<sup>①</sup>

(潍坊学院 美术学院, 山东 潍坊 261061)

**摘要:**特色食品作为具备地域性特征的产品种类,如何在其包装中凸显自身的“特色”与“内涵”更是成为其包装设计必然考虑的问题。本文以符号学的视角对于广西的特色食品包装设计中传统文化的融入与表现研究,以期丰富特色食品包装的文化内涵、推动当地传统文化的传播、提升特色食品的市场竞争力。在分析过程中,以传播学、设计学等方向搜集相关的数据与资料进行定性分析,并且援引部分设计案例作为论据进行论证。研究得知,传统文化符号在广西特色食品包装设计中的表现与应用不仅要传达文化内涵,而且要将地方的风俗习惯融入其中,对食品特色的内容进行着重刻画,综合上述因素构建出包装设计中的“视觉符号”体系;通过配色、纹样、图像的分析与设计,让产品的审美、文化、食品特色得到体现,提升包装的美感与实用性。

**关键词:**特色食品包装设计;广西;视觉符号;民族文化

**中图分类号:**J062 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-4288(2024)02-0072-06

在2017年中共中央办公厅发布并且实施《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》中提到要坚持“创造性转化和创新性发展”的原则,“不断赋予新的时代内涵和现代表达形式,不断补充、拓展、完善,使中华民族最基本的文化基因与当代文化相适应、与现代社会相协调”<sup>[1]</sup>。其不仅对中华优秀传统文化的重要性予以高度肯定,同时也针对各类中华优秀传统文化的现代化发展以及表现形式的拓展和完善方式提出新的要求。

特色食品作为传达地方饮食文化、风俗习惯的商品之一,如何将其所具备的传统文化通过视觉符号的转换放置于包装之中,使地域优秀传统文化具备更加多样化的形式成为本文研究的主要内容。本文以广西壮族自治区特色食品包装为目标研究对象,探讨在优秀传统文化继承、发展的视角下如何进行广西特色食品的包装设计,借助艺术化的表现形式将地域文化融入到特色食品包装设计中。从符号学的视角探讨如何通过传统文化的“视觉符号”让广西特色食品包装设计体现出优秀的传统文化,并且以更加丰富的艺术表现形式推动广西当地优秀传统文化的传播、推动广西当地特色食品产业的发展。

## 1 广西传统文化的要害分析

### 1.1 广西传统文化层次结构

文化的内容包含观念形态、精神产品与生活方式。其中观念形态指的是涵盖了宗教信仰、法律与政治、价值与观念等一切意识形态的东西;精神产品则是包含了文学、艺术等知识成果;生活方式主要为民情风俗、衣食住行与社会生活的各个方面<sup>[2]</sup>。地域传统文化作为模式化的存在,是不同的共同体或群落

<sup>①</sup> 收稿日期:2023-10-11

作者简介:李旭昌(1982-),男,山东昌邑人,潍坊学院美术学院副教授。研究方向:广告设计,文案策划。

拥有不同的行为与仪式、感知与思想,是在自然地理环境、人文社会等多重要素的共同作用下,由相当长的历史时期中逐步孕育而成<sup>[3]</sup>。

综合传统文化与地域文化的概念来看,其内容不仅包括建筑、服饰、饮食等传统物质文化;也包括宗教、风俗、审美取向等精神文化。因此,广西传统文化即广西传统艺术种类、广西传统建筑种类、广西传统特色服饰、广西传统饮食品类、广西自然风景;广西宗教文化、广西风俗民俗、广西地区的审美取向,等等。

### 1.2 广西传统文化内容分析

根据上述文化结构图的内容来看,由于文化的表现形式不同、内容不同,对于广西传统文化的应用路径、方式也应当有所差异。因此,对于其视觉元素的提取首先应当建立在明确广西地区传统文化具体种类、内容的基础之上。

表1 广西传统文化内容

文化类别	文化内容
传统艺术	壮锦;桂剧;竹竿舞
传统建筑	干栏;吊脚楼;三合院;禾廊;七门房
传统服饰	黎桶;花幔;绣鞋
传统饮食	酸嘢;螺蛳粉;老友粉;
名胜古迹	叠彩山;侗族风雨桥;灵阳寺;漓江
宗教文化	道教;佛教
风俗民俗	陇端;三月三;牛魂节

如表1所示为广西地区传统文化内容的典型种类以及相应的图像纪实信息。对比图1-1中结构图可以看出,除了当地的审美风尚作为抽象化的、风格化的特有文化内容,其他文化类别均有对应的文化内容。在传统文化内容分析的过程中发现,无论是其传统艺术、传统建筑、传统服饰或者是宗教、风俗民俗等等都与广西本地的民族发展之间存在紧密的关联,例如壮锦、吊脚楼、干栏,等等。而对于视觉要素的提取则应当建立上述传统文化类别对应文化内容的基础之上,进行文化视觉符号的提炼。

### 1.3 广西传统文化视觉符号

根据上述分析可知,广西传统文化的视觉要素通过色彩、图像的方式来传达能够体现出其传统文化的内容,从包装设计的视角来看则可以通过具象化的视觉要素和抽象化的视觉要素组合后予以表现。且在分析中发现其传统文化体系的形成与民族文化之间的关联密切,因而可以从其民族审美特色中进行色彩要素的提炼、从符号表现的角度进行图像要素的提取。

表2 广西传统文化中的色彩符号

色彩	象征内容
红色	热情;兴旺;太阳;火
黄色	土地;植物
青色	自然;树木;山峦
黑色	吉祥;福祉;尊贵;庄重

在色彩视觉要素方面,广西传统文化中的色彩审美反映着其特有的民族审美情趣,受到我国传统“五行观”的影响。《尚书·洪范》载:“五行,一曰水,二曰火,三曰木,四曰金,五曰土。”其中水尚黑、火尚赤、木尚青、金尚白、土尚黄<sup>[4]</sup>。而广西传统文化中对于“黑色”的解读不同于其他地区,将黑色视为尊贵、庄重、吉祥的代表,因而在色彩审美方面延续了“五行观”的同时对白色的应用并不广泛,而是以“黑”为主,以“红、黄、青”为辅传达其独特的审美理念。

表3 广西传统文化中的图形符号

类别	在其他媒介中的图形符号
具象化	
抽象化	

从图形的类别来看,包括抽象化图形和具象化图形两种类型<sup>[5]</sup>。由于早期摄影摄像技术尚未出现,因而图像仅能通过手绘、雕刻等方式来展示,将人们对于某一种事物的观察和理解以抽象化图形提取的方式形成特有的纹样,例如图腾纹样、动植物纹样、几何纹样,等等。后期随着摄影摄像技术的出现、印刷技术的发展,广西传统文化在图形中的表现也不再仅能够通过抽象化提取的方式表现,同时也可以通过影像的转化进行直观的表达。如表2所示,在具象化图形符号方面,对于广西地区的建筑、人物、风俗通过影像或者插画的方式进行直接表现能够较为直观的展现出其地域特征和背后的文化审美特色;而抽象化图形符号中分别为铜鼓图腾、植物纹样、几何纹样,是广西地区人民将动植物以及图腾信仰以抽象化手法转变化几何构成的图形后展现出的视觉效果,相较于具象化的图形符号而言虽然并不直观,但是特有的秩序和规律感传达出神秘而独具特色的美感。

综上所述,作为视觉符号的广西传统文化包含了多种多样的文化内容,而视觉符号的表现则是将以上传统文化内容通过影像、插画或者纹样、色彩等视觉表现方式进行具象或者抽象化的处理转化后呈现于大众视野之中,使作为“符号”的视觉信息包含广西传统文化的内容。

## 2 传统文化符号在广西特色食品包装设计中的表现原则

### 2.1 对传统文化内涵的传达

食品文化作为传统文化体系中不可或缺的部分,对于食品特色的表现也需要通过传统文化内涵的表现来衬托与延拓。广西是少数民族聚居地,各个民族生活在这里,在这一片土地上挥洒热血,辛勤劳作,繁衍生息<sup>[6]</sup>。经过历史的发展和传承,广西各族人民组成了一个大家庭,共同创造了广西独特多彩的地方文化。在一定程度上,广西的地域文化是在民族融合下产生的,它是各族文化、广西土著文化、外来汉族文化碰撞、融合下的产物<sup>[7]</sup>。经过历史的前进和推移,各族人民交流日益密切和频繁,这也促进文化进一步融合,经过吸收和消化,已融合为具有广西特色的地域文化。由此可见,广西的传统文化具备多民族融合的特征,具备文化多样性。

在食品包装设计中,对于传统文化的表达也并非对于传统文化要素的直接转化,而是通过具备上述传统文化特征、传统文化内涵的表现,让广西地区特有的多民族、多样性文化内涵以视觉符号的方式进行展示。具体而言,需要根据特色食品本身所具备的文化背景进行文化内容的选择,随后基于其背后关联的传统文化内容根据其视觉表现形式提炼出相应的视觉符号,例如制作过程、制作场景或者相关典故

的描绘,等等。借助“视觉符号”的方式让消费者能够联想到其背后的文化内涵,对于食品本身产生更加生动、形象的认知。

## 2.2 对地方风俗习惯的隐喻

地方风俗习惯指的是在本地区形成的具有本土特色的民风民俗、手工艺术、村寨建筑、节庆活动等在内的传统民俗事象<sup>[8]</sup>。地方的民俗与民俗文化灿烂如花、源远流长,在中华民族的传统文化中拥有最广泛的群众基础,是最具有生命力与凝聚力的传统文化<sup>[9-10]</sup>。

地域特有的特色食品包装设计一方面是为了推动食品的销售,传达食品本身的特征;另一方面也起到宣传地方文化、提高消费者了解程度与认同程度的作用<sup>[11]</sup>。从这一视角来看,广西传统文化在特色食品包装设计中的表现应当能够体现出地方的风俗习惯,无论是节庆风俗、婚嫁风俗或者是饮食场所,都可以融入到包装设计中使消费者读取视觉信息的同时产生代入感,了解食品本身信息的同时更加深入的认识广西的传统文化内涵。需要注意的是,不同于其他传统文化可以通过文字的视觉符号、图像的视觉符号进行直接转化,地方风俗习惯往往是系统、动态的过程,因此其视觉符号的转换也应当是通过对比风俗场景或者相关用品的特征提取来完成,即将“风俗习惯”的活动过程以“隐喻”的方式体现在静态的、平面的视觉符号之中,引发消费者的一系列联想、提升特色食品包装的趣味性。

## 2.3 对食品特色内容的呈现

相较于其他类别的食品包装设计而言,特色食品包装中的“特色”是包装信息中不可或缺也是至关重要的部分。其“特色”既可以表现为食品口味的特色、材料的特色,也可以表现为产地的特色、生产过程的特色等等。

在包装设计中,无论是传统文化的表现、风俗习惯的隐喻其最终目的都是为了深化消费者对于产品本身的认知,即在促进产品市场销售的基础之上起到传统文化的带动作用。从这一视角来看,食品特色内容的呈现也是需要重点表现的视觉内容,即将其所具备“特色”之处转化为视觉元素后表现于包装之中,让消费者在看到包装后能够迅速理解其所具备的“独特”之处,以及“特色”的来源<sup>[12-13]</sup>。不同的食品所具备的特色有所差异,因此在视觉符号的呈现也是对于其具体“特色”内容的呈现,例如以口味为特色的食品可以通过口味相关联想内容的视觉符号来表现;以材料为特色的食品可以通过文字或者图形的方式将材料的信息进行视觉符号的转化,等等。让广西特色食品包装设计的视觉效果能够呈现出递进式的视觉信息解读流程,达到表现食品特色信息、传播地方传统文化的目的。

## 3 传统文化符号在广西特色食品包装设计中的应用手法

### 3.1 体现地域审美特色的配色应用

将传统元素应用在现代设计。首先,要结合包装的实用功能以及主题内容,其次,也要注重设计的整体性,这一整体性指的是传统与现代的整体性<sup>[14]</sup>。这就意味着设计的过程中对于传统视觉元素的应用并不是简单的元素堆砌,还需要通过适当的设计手法进行变形处理,使其保留自身视觉元素特征的基础之上能够传达出现代化的美感,而配色的合理应用就是使各项视觉符号呈现出统一而整体视觉效果的基本方法。

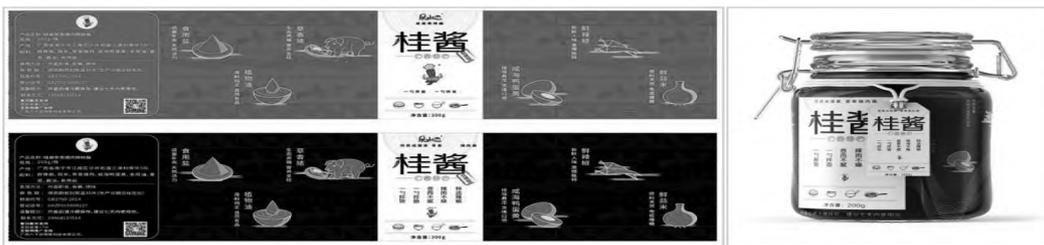


图1 “桂酱”包装设计

如图1所示为广西特色酱料食品“桂酱”的包装设计。在包装中的视觉信息包括产品本身的文字信息、体现原料特征的图形信息、源自于广西地区民族特色的背景纹理。丰富的视觉信息以前后衬托、左右排列的方式体现于包装之上而不显得混乱,正是由于其对比鲜明的配色方案,提取源自于广西传统文化中的“红”、“黑”、“黄”色分别作为背景色、边框色、图像色彩,层次分明且符合广西传统文化的审美风格。

综上所述,相较于具体的文字内容以及图案内容而言,配色方案对于消费者的第一印象影响更为显著,且决定了整个包装设计的视觉风格。在广西特色食品包装设计中,对于色彩的应用也应当延续广西本地传统文化中对于色彩的审美理念,传达出“传统的”、“民族特色”的视觉风格,达到吸引消费者注意力、引导消费者继续深入解读其他视觉信息的目的。

### 3.2 体现地域文化特色的纹样应用

文化内涵的表现不仅仅是对于传统视觉元素的简单模仿,而是对于内在精髓的表现<sup>[15]</sup>。例如在建筑方面,壮族人更喜欢使用木楼的建筑形式,传统民居中通常选择依山傍水的环境,在对于建筑类视觉元素应用的过程中应当体现出其环境特征以及建筑形式特征。在习俗方面,壮族人有牛魂节、三月三歌节等特有的节日,可以表现出其唱歌舞蹈的特有场景,让壮族的习俗文化得以传播<sup>[16]</sup>。总而言之,应当寻找现代和传统的结合点,方可塑造和新时代意义相符,并且可以得到大众认可的现代民族设计作品,并使得传统元素的文化内涵也随着现代设计的不断发展而得以进一步推广和提升。



图2 丹泉酒包装



图3 丹泉酒包装

如图2以及3所示,丹泉酒包装设计中对于壮族视觉元素的应用。可以看出两款酒包装中尽管色彩不同却使用了相同类型的壮族视觉元素。这一应用方式是直接将壮锦图案应用于酒瓶瓶身之上,无论是色彩还是纹路都是对广西传统文化中纹样类视觉元素的高度还原。在应用的效果中可以发现,纹样为对称纹样,色彩丰富,绚烂夺目,在包装中占据大量的空间,因而是包装的主要构成部分,让其装饰作用以及地域文化特色得到充分体现。

综上所述,在传统风格的配色应用基础之上,纹样的装饰对于传统文化的表现更加直接、风格更加显著。除了上述包装中源自于“壮锦”的纹样元素以外,也可以将广西地区壮族牛魂节、三月三歌节的场景以纹样的方式融入到包装设计之中,使纹样成为表现地域文化特色的“视觉符号”,让包装设计在促进商品销售的同时起到丰富包装文化内涵的作用,增加消费者的好感度、认同度。

### 3.3 体现地域食品特色的图像应用

不同于其他类别的视觉元素以提取于广西传统文化体系之中,特色食品中的“特色”则是更多的表现其独特之处,因而主要是通过对图形绘制的方式让“特色”的内容得以表现。需要注意的是,“特色”的形成往往与当地的自然条件、风俗民情等存在一定的联系,因此对于“特色”的图像绘制与表现也应当以此为路径融入地域的传统文化内容。

图像类型的“视觉符号”具备表达风格更加多样、表达内容更加丰富的特征,且图像的绘制也能够让地方风俗场景、食品特色内容以更加具体的方式“复刻”于包装之上。在广西特色食品包装设计中,应当基于食品包装设计整体的风格进行包装图像的绘制,完成“视觉符号”的转化与传达过程,体现出更加丰富的信息且提升包装设计的审美价值。通过配色、纹样以及图像等元素的综合搭配与应用,通过“视觉符号”的有效转换,完成广西特色食品的包装设计。

#### 4 总结

传统文化在地域特色类食品包装设计中的融入不仅对创意的表现和文化传播能够起到积极的推动作用,而且也是商品在同质化竞争严重的市场环境中能够脱颖而出的重要影响因素。而文化创意在产品包装设计的中表现不仅要在地域文化有所映射,而且需要具备带动旅游经济的作用,同时符合现代化审美。这就意味着在地域特色食品包装的设计过程中,需要将“抽象”的文化转化为具象、可感的“视觉符号”融入到食品包装之中,基于传统文化内涵的表达、地方风俗习惯的隐喻、食品特色内容的呈现原则进行配色、纹样以及图像的设计。达到提升广西特色食品包装设计审美价值、文化价值的目的,也为广西特色食品产业的发展、广西地区传统文化的传播带来积极作用。

#### 参考文献:

- [1] 陈卓. 新时代博物馆发展理念的几点思考[J]. 东南文化, 2019(2): 113 - 116.
- [2] 陆扬. 文化研究概论[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2008.
- [3] 张凤琦. “地域文化”概念及其研究路径探析[J]. 浙江社会科学, 2008(4): 63 - 66, 50.
- [4] 潘晨婧. 论颜色词的文化内显义: 兼谈“五色”[J]. 江西社会科学, 2016(6): 244 - 249.
- [5] 彭娟. 包装设计中的图形语言与文字语言[J]. 包装工程, 2008, 29(6): 116 - 118.
- [6] 谢崇安. 广西民族文物考古旅游资源述论[J]. 广西民族大学学报: 哲学社会科学版, 1996(2): 91 - 93.
- [7] 张嘉雯. 浅谈广西文化视角下的视觉形象设计[J]. 艺术科技, 2019, 32(7): 195 - 196.
- [8] 刘巍. 地方立法与风俗习惯[J]. 甘肃政法学院学报, 2008(3): 83 - 90.
- [9] 栗嘉忆. 贵州旅游商品包装设计中的苗族传统图案借鉴[J]. 包装工程, 2014, 35(12): 116 - 119.
- [10] 于红梅, 王作明, 隋丹婷. 赣品外销视角下的特色旅游商品包装设计[J]. 包装工程, 2017, 38(10): 205 - 208.
- [11] 冯青, 张承嫒. 基于需求层次理论的传统特色食品包装设计[J]. 包装工程, 2019, 40(24): 68 - 76.
- [12] 陈柏寒. 包装设计中交互式体验的构建[J]. 包装工程, 2016, 37(2): 29 - 33.
- [13] 郭敏霞. 论包装设计中的视觉语言表现[J]. 包装工程, 2016, 37(20): 216 - 219.
- [14] 蔡文. 食品包装中传统文化的应用: 评《食品包装设计》[J]. 食品工业, 2019, 40(9): 339 - 339.
- [15] 陈立生. “一带一路”视域下文化“走出去”的逻辑理路: 基于广西文化“走东盟”的实践思考[J]. 学术论坛, 2019, 42(6): 1 - 7.
- [16] 沈继松. “一带一路”倡议下提升广西对外文化贸易竞争力研究[J]. 改革与战略, 2019(7): 58 - 66.

(责任编辑: 肖恩忠)