

九华山旅游商品包装相关性研究

胡慧 (安徽工程大学艺术设计系 安徽芜湖 241000)
易忠 (安徽工程大学艺术设计系副教授 安徽芜湖 241000)

摘要:九华山的佛教文化的形成与地藏文化信仰有着密切的联系,地藏菩萨道场为地藏文化提供了坚实的平台,地藏信仰是九华山佛教的精神核心。九华山不光有佛教文化,它兼容释、儒、道于一体,涵盖面广,内涵深刻。地藏文化带动了九华山的发展,同时九华山也扩大了地藏文化的发展与传播,本文从九华山地藏文化的深刻内涵入手,论证了地藏文化及九华山地方特色在旅游商品包装中的体现,并结合现代包装设计理念,设计出具有文化内涵的旅游商品包装。

关键词:九华山;地藏文化;旅游商品包装

旅游商品包装需要满足顾客深层次的情感化需求,在商品中应展现出文化特色及地方特色,做到商品包装设计造型独特、与众不同、涵义深刻,创造出富有生命力的旅游商品包装,这样才能引起民众的购买欲望,提高旅游商品包装的品质。

一、九华山佛教文化的内容及相关内涵

著有“莲花佛国”之称的九华山,它的佛教文化个性突出,覆盖面广,有着浓重而深厚的文化底蕴,包括肉身文化,宗教艺术,建筑艺术文化,九华山佛茶文化,佛教文物,佛教的音乐文化,僧俗共处的民俗文化等。九华山佛教文化是一种开放性文化,既是中印、中韩文化交流的产物,又是自身内部佛教文化交流的结晶。它的佛教文化体现了以“地藏大愿”为根本理念的和谐精神,以特有的力量吸引着广大群众,宣扬普度众生的思想,彻底地、无私地为众生服务,就是今天的“孝”道和舍己救人的精神,承载着民众对地藏文化的信仰。

九华山佛教文化的发展有着很强的地域性,它从早期发展至今经过了漫长的历史时期,从佛教传入到“莲花佛国”的兴盛的发展,充分显现了佛文化在异地文化中“适者生存”的发展动因,几千年来地藏精神已渗透到佛教信众的心中,繁衍了九华山地方文化特色,加之佛教雕塑的神秘与庄严,增添了人们的崇敬情怀。

九华山佛文化与传统文化和地方文化融成一体,融各方文化于一体,魅力无穷。外来文化与中国固有的儒、道、释文化相互影响、相互融合,推动了中华文化的发展。

二、旅游商品包装的研究

1. 对九华山旅游商品包装设计的分析

到九华山膜拜的游客和香客来自世界各地,多不胜数,他们基本都会购买九华山的旅游商品带回去做纪念或是当做礼品赠送他人,比较吸引年轻人购买的是一些价格相对比较便宜实惠的小东西,这类旅游商品的包装多采用年轻人所喜好的色彩基调,且造型独特,个性化,符合年轻人的审美情趣。而由那些特殊材质制成的、价格相对较高的佛像,自然雕刻、贴画等,对文化素质、文化层次较高的比较有艺术感染力,能激起他们购买的欲望,但销路不是很好。总体上说,目前九华山旅游商品包装市场存在的问题很多,旅游商品包装缺少艺术性,产品档次较低,做工粗糙,保存价值和附加价值较低,产品所展现出的地方独特性色彩不够浓。九华山旅游商品包装从色彩、图案或者造型上,能给人们极大感染力的品种不多,无论国内游客还是国外来的游客都愿意挑选一些地域特色浓的,具有浓厚的佛教文化特色蕴含其中的物品,而目前市场上能显示出地域特色、体现出地藏文化信仰的商品所占比例不够,艺术设计理念不够创新,没能很好地将地藏文化与九华山当地的地域特色融入到旅游商品包装中去。

2. 国内外旅游商品包装的分析

事实上,无论是中国人还是外国人到了中国,都希望买到有中国特点的旅游商品,强调了包装设计的民族风格和地方特色,否则就没有什么意义了,只有充分地了解旅游商品的功能性,努力挖掘传统文化遗产,充分吸取精华,融入地方独特的文化内涵,设计出具有浓厚的文化色彩,鲜明的地方特点,富有生命力的旅游商品包装。

国外的旅游商品包装设计有许多值得我们借鉴的地方,日本的商品包装设计,从单一的个体产品到系列化的产品组合,件件都引人入胜,耐人寻味。日本设计师善于和本国的文化相结合,在许多的设计表现有很多闪亮的地方,例如金泽的糖果公司森八出品的栗子馅小糕点,它向我们展示了“复杂的简单”之极致,采用精巧的双层式包装,被作为补充层的内衬物在材料选择上则采用日本传统的纸张材料——“和纸”,很好地将特有的传统文化特色运用到旅游商品包装设计中,“日本味”在日本商品包装设计呈现出明显的视觉特征。

三、九华山佛文化及地方特色在旅游商品包装中如何体现

1. 注重地藏文化风格的体现

在一定的区域空间内,人、文化、环境共同构建了人类的地域文化系统,所以特色文化对一地来说是独一无二的,无比珍贵,需要人类来共同维护我们的地方性文化,并且要充分利用文化特色的优点,展现在生活、居住各个方面,以达到更好的弘扬与传播效果。九华山的名气享誉中外,带来了旅游业的飞速发展,对旅游包装的设计就显得十分重要,旅游商品包装中把握自己的文化风格,更给产品带来更高的附加值,要想做到独特,具有一定的价值,就要在斟酌艺术性的同时,体现现代设计理念,将九华山佛教内涵的精髓运用到旅游商品包装中,弘扬佛教文化,为九华山旅游和经济服务。在设计色彩上,要能充分利用佛教的色彩,譬如金、银及有黑白调和成的灰色为中间色来进行纯色搭配,注重色彩的层次、深浅对比,来表达出地藏文化的神秘与庄严的内涵。在设计的图案选择上,可充分将地藏文化的抽象或具象的图形纹样等运用到包装设计中,“金地藏”形象可通过巧妙构思,恰当的运用其中,激起消费者购买欲望。在文字的设计上,适当的可将佛文的内涵应用到旅游商品包装上。并且设计时还要考虑到旅游商品的针对性,针对不同的年龄层次和不同的知识结构层,采用不同的色彩、图案搭配来吸引各类消费群。

2. 加强地方环境特色的体现

每个地方有每个地方的区域文化,即这个地方所独有的文化特色和气质,而这种文化特色又来自于这个地方独特的自然环境和社会人文环境。不同地域文化所形成的不同文化景观中,九华山自然环境及人文环境对游客购买旅游产品时的心态也是有一定影响的,只有符合环境的设计才有生命力。九华山旅游商品包装要立足于九华山基础上,加强自身环境设计意识,符合当地的环境地域特性,突出地域性,融入现代的设计理念,设计出具有自己特色的旅游商品包装。商品包装中不仅要体现出地藏文化的内涵,还要能体现地方个性,体现九华山宗教习俗和当地的民间风情。

四、对未来旅游商品包装设计的展望

在旅游业飞速发展的今天,人们越来越重视精神文明建设,旅游商品在旅游业的发展过程中占据着举足轻重的作用,要增强旅游商品的市场竞争力,在商品包装设计上就要以市场为导向,

现代工业产品设计的人性化表达

李 冀 (西南交通大学艺术与传播学院 四川成都 611756)

摘要: 本文首先讨论了人性化设计思潮的缘起与本质, 对在此基础上, 探讨了人性化设计的功能诉求、情感诉求以及安全诉求的基本表达方式。

关键词: 产品设计; 人性化; 诉求

一、人性化设计思潮的缘起与本质

人性化设计理念是人类自身需求动态发展变化的必然结果。正如美国行为科学家马斯洛提出的需要层次论所揭示的: 人类在相对满足了胜利需要、安全需要的低层次需求之后, 必然会产生较高层次的社会需要、尊敬需要和自我实现需要。这意味着为人类服务而生的工业产品也相应地走出由简单实用到精神文化享受的人性化诉求之路。

人性化产品设计理念是指在产品设计时力求从人体工程学、生态学和美学等角度整合思考, 使产品同时满足使用者的生理特性和心理需求。人性化设计核心是将人作为产品设计的出发点, 要求产品的造型、色彩、性能等符合人的生理、心理特点进行设计, 使人-机高度协调, 形成高效、经济、安全的有机系统^[1]。开展人性化设计的关键是遵循操作安全原则、功能实用原则、结构最优原则和能耗最低原则, 亦即在设计时充分尊重使用者对产品功能、认知情感以及环境安全等的诉求。

二、人性化设计的功能诉求表达

以功能需求为主的产品, 其人性化主要体现在舒适性与风格化两个方面。成功的人性化设计首先要在细节中体现对人的关爱。设计师根据人体工程学的研究, 将座椅靠背设计成与脊柱相适应的“S”形曲线, 就是典型的体现。目前冰箱设采用上面冷藏、下面冷冻的设计, 也是出于对减少人们弯腰次数的人性化考虑。日本及欧美的商家设计和研发的可升降座便器, 体现出对老年使用者的关怀。现下正在大力宣传的老年手机, 其铃声响、字体大、功能简约的特点, 也是设计者反复体味使用者的实际应用感受而产生的设计理念。

产品功能设计的风格化则是要满足不同应用群体的需求差异。从触摸屏等新型手机的日新月异, 到mp5、电子书、ipad等数码产品的推陈出新, 再到欧式简约风格、温馨田园风格、古朴中式风格等各类家具的等琳琅满目, 都是产品功能诉求的多元表达。

三、人性化设计的情感诉求表达

满足使用者对产品的情感诉求, 设计者首先需要通过恰当的艺术手法创造出符合审美规范的产品形态, 激发使用者的爱美之心, 从而获得愉悦的本能情感体验。各类日用品可以设计成或憨厚、或可爱的卡通形象以提高生活情趣, 藤制座椅设计成树根或者吊篮的形态以亲近自然, 儿童座椅靠背设计成茁壮成长的树苗以表达祝愿, 客厅的沙发设计成张开的双臂以制造温馨的气氛,

洗脸池设计成青花瓷碗的样式以体现古朴典雅的风格, 甚至可以通过产品的DIY功能由使用者自行创造出个性化的产品形态。

利用色彩的冷暖感、强弱感、软硬感, 可以赋予产品或明快、或沉静、或质朴、或华丽的气质, 引起使用者的情感共鸣。用高对比度和亮度的色彩作为儿童家具和用品的主色调, 能够很好地符合其心理感知特征。适当使用鲜亮的色彩消除办公家具容易造成的单调刻板的印象, 从而改善对工作环境的体验。采用米黄、棕色等中明度的暖色或者木质、竹质家具的本色作为老年家具的色调, 则能有效增加生活环境的舒适感。

四、人性化设计的安全诉求表达

任何工业产品都无法脱离材料而空谈以人为本, 因此材料的选择是满足产品安全诉求的必然渠道。产品应用安全尤其体现在对特殊群体的产品设计上。例如, 利用反光、夜光材料作为夜间工勤人员的工作服, 提高作业安全性; 利用高柔软性和高防滑性的材料制作体育用品, 防止不必要的生理损伤; 利用具有防撕裂及防虫功能的材料满足野外作业的需要; 利用聚丙烯材料制作隔热杯套, 防止烫伤; 利用纳米材料抗菌、自洁、防静电的特点研发婴儿用品, 选择不反光的木质纤维材料制作老年人家具, 从而达到降噪和防眩晕的效果等。

产品健康安全是安全诉求的更高层次的表达。目前被大力推广的“绿色材料”正是从材料的获取、应用以及循环利用等方面入手, 达到净化吸收和促进健康的作用。例如, 利用天然硅酸盐材料制作的绿色陶瓷、绿色玻璃作为现代家具的主要配料。利用可食性包装膜(如大家所熟悉的包装糖果的糯米纸及包装冰激淋的玉米烘烤杯)、天然植物纤维的纸材料以及可降解材料作为食物及其他工业产品的包装材料。利用竹材制作家具、灯具及日用品, 既符合环保健康的要求, 又能够体现“谦谦君子”的精神特质。

五、结语

人性化是设计艺术发展的必然趋势, 它既是一种理念, 也需要设计者通过科学的设计理论和方法, 将其体现到产品设计的细节之中。

参考文献:

- [1] 宋小青, 沈奎. 基于人机工程学的控制面板设计研究[J]. 装备制造技术, 2006, (4): 67-70.
- [2] 桂元龙. 材料在产品人性化设计中的应用[J]. 艺术与设计, 2007(11): 140-141.

作者简介:

李冀, 1989年12月出生, 四川成都, 学生, 西南交通大学艺术与传播学院2008级本科生。

以本地区的丰厚资源为依托, 提高创新精神, 满足人们对旅游商品的多元化要求, 实现旅游商品艺术性、价值型、纪念性的统一与协调, 塑造出旅游商品的品牌个性, 拓展旅游的市场空间。

结语

九华山旅游商品包装是地藏文化的载体, 它的设计应当是地藏文化在具体产品上物化的过程, 在包装设计中注入地藏文化策略, 向人展示地藏文化特色, 推出地藏文化品牌, 展示佛教的魅力。地藏文化的发展, 带来了旅游商品包装的创新性, 只有与地藏文化融合起来, 大胆创新, 才能使得九华山旅游商品包装的发

展朝更深远的意义上拓展。

参考文献:

- [1] 尹定邦. 设计学概论. 湖南科学技术出版社, (2009-06出版)
- [2] 黄志雄. 洪敏慧. 商品包装设计构成. 西南师范大学出版社, (2006-10出版).
- [3] 王鹏飞. 旅游产品设计基础. 首都师范大学出版社, (2005-04出版).
- [4] 方立天. 中国佛教文化. 中国人民大学出版社, (2006-10出版).
- [5] 秦明. 旅游心理学. 北京大学出版社, (2005-06出版).