

中国传统节日礼品 包装设计文化

李承华 著

□ 高等院校艺术学文丛

河南美术出版社

中国传统节日礼品 包装设计文化

李承华 著

□ 高等院校艺术学文丛

河南美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国传统节日礼品包装设计文化 / 李承华著. — 郑州: 河南美术出版社, 2013.8
(高等院校艺术学文丛)
ISBN 978-7-5401-2183-9

I. ①中… II. ①李… III. ①礼品—包装设计—高等学校—教材 IV. ①J524.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第184082号



高等院校艺术学文丛
中国传统节日礼品包装设计文化
李承华 著

责任编辑: 陈 宁

责任校对: 李 敖 张志生

装帧设计: 陈 宁

出版发行: 河南美术出版社

地 址: 郑州市经五路66号

邮政编码: 450002

电 话: (0371) 65727637

设计制作: 河南金鼎美术设计制作有限公司

印 刷: 郑州友联印刷有限公司

开 本: 787毫米×1092毫米 16开

印 张: 11

字 数: 110千字

版 次: 2013年8月第1版

印 次: 2013年8月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5401-2183-9

定 价: 35.00元

浙江省社会科学界联合会 2012 年度重点课题
“中国传统节日礼品及包装设计文化理念研究
—— 以端午、七夕为例” 成果
课题编号（2012Z75）

目 录

绪 言	/ 001	
第一章 产生与发展 / 005	一、源起	/ 005
	二、传统包装与生产生活	/ 012
	三、传统节日与礼俗、民俗文化	/ 017
	四、传统节日礼品及包装发展阶段	/ 023
	五、节俗文化与礼品包装	/ 031
	规范与程式	
	符号化与象征意义	
	地域风情	
第二章 现状及调研 / 038	一、传统节庆及礼品的基本分类	/ 038
	二、礼品包装调研	/ 043
	问卷设定	

	发放与回收情况	
	结果分析	
	三、存在的问题	/ 046
	礼品文化问题	
	包装过度问题	
	包装设计的“硬伤”	
第三章 价值思考	/ 059	一、过度包装与中国文化心理 / 062
		二、消费社会危机的影响 / 070
		三、绿色包装与传统设计生态 / 075
第四章 设计文化理念	/ 079	一、情感化设计 / 079
		二、知觉吸引 / 085
	材质体验 铸浑金璞玉	
	色彩情感 绘浮翠流丹	
	听觉触动 织余音绕梁	
	嗅觉吸引 品桂馥兰香	
	三、符号感染	/ 102
	文字符号 溯本源	
	传统图案 纳吉庆	
	现代图形 求新意	
	数字寓意 藏事理	
	结构组织 多涵义	
	四、文化性原则	/ 122
	留住手艺 薪火相传	
	地域文化 亟待彰显	

节俗故事 视觉转换

民俗典籍 寻找亮点

适度变化 和而不同

五、端午节礼品包装设计 / 136

端午节起源

节俗物质文化

参考和启发

概念梳理与设计

结 语 / 158

参考文献 / 160

附 录 / 164

后 记 / 168

绪 言

传统民俗、节俗文化如何在现代中国继承、弘扬和发展可谓时下热门话题。2007年12月18日国家发改委正式公布国务院办公厅发出的2008年节日调整通知，增加清明节、端午节、中秋节为法定假日，此举反映出国家对弘扬传统文化的决心。随着中国经济建设步伐日趋加快，中国礼品市场空前繁荣，物质的极大丰富刺激了礼品与包装设计的全面发展，新工艺、新材料、新概念层出不穷。尚礼是中国文化的重要特征之一，中国传统节日成形较早，很多节日沿袭至今，仍在当今社会生活中扮演着重要的角色。传统礼俗文化、节俗文化通过礼品及包装设计表现出来，礼品及包装已不仅仅是只包含设计形式变化的商品，更多承载了文化心理，记录了文化传统，是社会生产及文化发展的一面镜子。另一方面，传统节日礼品包装实物留存较少，视觉

形态的研究需要结合古代文献的描述进行，节俗文化细节大多以非物质文化遗产形态存在，因此非物质文化遗产的数据化保护研究将为本课题研究提供有效的参考和手段、路径的借鉴。

关于礼品包装的研究著述多以分类和图示为主，如《礼品包装新空间》一书简要介绍了目前中国礼品包装的基本方面，从礼与礼品，礼品与文化、社会、艺术的关系入手划分，扼要进行阐述。其中在“礼”文化与礼品的关系上提到礼品的双重附加值“精神附加值和实际附加值”，在文化分析范畴内初步涉及了礼品文化与中国民俗文化的关系，民俗观念传达了大众对生活 and 未来的美好热爱和信心。书中举例分析了不同国家和地区文化、习俗的差异性在礼品包装中的反映，譬如对在包装中不同国家地区对色彩寓意的理解差异，特别是有关婚礼、庆典、团聚等传统习俗的礼品包装中所反映的由于民族文化内涵不同所引起的东西方礼品包装在色彩、图案、结构、装饰风格等方面的差异。后半部分简单介绍了中国传统民间图案纹样、工艺等在现代礼品包装中的运用。该书主要以大概念的划分和图例为主，以礼品包装的形式分析为主，其中涉及的理论和调研分析相对较少，对礼品包装的整体性分析研究未作重点讨论。

通过爬梳传统节日礼品及包装设计发展脉络，可以较为清晰地揭示消费时代背景下设计现象和社会文化及心理的关系，把握设计现象

嬗变脉络。从某种程度上讲，现代中国节日礼品“物”的消费已背离了传统礼俗文化中礼品所包含的简单、淳朴、美好的愿望，转化为一种奢侈而缺乏文化精神内涵的物化形式，这是值得我们深思的。从另外一方面来看，社会生产方式的变化在客观上促成了传统礼俗、节俗文化的变迁，节俗文化精神内核的逐渐消逝造成了礼品情感诉求的错位。基于上述原因，便有对传统节日礼品包装设计文化理念进行爬梳和研究的必要。“设计历史的过程不是一个单纯的自然发展序列，而是一个综合的行动过程，这一过程具有一系列的生长环节、演化规律和运作机制等构成的内在方面。”^①

“社会生产—礼俗文化—文化心理—消费心理—审美趋向—消费现象”建构了中国传统节日礼品及包装文化。传统节日礼品包装文化理念研究是一门涉及知识面较广的跨学科、综合性研究，主要涉及民俗学、社会学、文化心理学、消费心理学、美学、设计学等。因此在进行具体分析时，需将传统节日礼品包装置于社会文化及心理的框架下，结合实际调研进行研究分析，发现问题、思考问题、提出解决构思并重新建构其文化理念，力求既能充分挖掘、弘扬中国优秀传统礼俗文化又能创造新的商业价值，既能上升为理论成果又能指导设计实践。

现代设计作为物质社会发展的“急先锋”，对社会的热点问题更

^① 李立新：《中国设计艺术史论》，天津：天津人民出版社，2011年版，第179页。

有参与的必要和责任，因此挖掘并整合传统礼俗节俗文化精髓以为现代设计所用，在弘扬传统文化的同时又能发掘新的商业价值便为当务之急，此为研究的现实意义。另一方面，在具体设计门类的研究中，将传统节日礼品及包装进行整体分析的较少，缺少必要的探究、归纳与整理。设计文化的研究更应该纳入整体文化的范畴进行思考，形而上的研究必将陷入形式主义的泥潭。整体策略和文化定位也将丰富具体设计门类理论研究，此为研究的理论意义。通过对设计文化现象背后问题进行的思考和研究，将“设计物”纳入到社会文化体系中进行分析，探索中国传统节日礼品包装作为设计客体的内在成因。多层次、多视点剖析传统节日礼品及包装，研究较好的解决、策划方案集合，实现研究的目标：即在充分挖掘、整理中国传统礼俗节俗文化的基础上达到现代商业与文化价值的实现。从设计文化、社会学的角度入手，研究结果将对如何更深入地诠释设计现象提供一些有价值的参考，完善和充实具体视觉设计门类的理论谱系，对中国传统节日礼品及包装设计进行整体、宏观的综合研究。

第一章 产生与发展

一、源 起

中国五千年的历史创造了灿烂辉煌的文明,“礼仪之邦”的称谓体现了“礼”文化在中国的影响,作为礼俗、民俗和节俗文化物化形式的传统节日礼品更具有悠久的传统。在漫长的造物设计过程中,人们进行的不仅是对“物”的改良与利用,其中饱含对其意义的追寻和发掘,这种历时性、渐进式的体认同时具有明显的时代性和地域性特征。礼品的交换在历史过程中逐渐深化,在不同的流通环节中虽然在物质性上存在差异,但在精神内涵的诉求和指向方面却是一致与统一的。从总体发展趋势上看,礼俗节俗文化的发展脉络具有极强的规律性,随着历史的发展和社会生产力的进步,节日风俗的演变有着鲜明的运行轨迹。

在此需要首先说明的是，“礼”文化具有多义性，“礼”的规范和仪式以及由此而来的一整套社会规范、行为准则、人际交往等都通过日常行为反映出来。就“礼”本身而言，含义至少包括四个方面。一是《说文解字》：“礼，履也；所以事神致福。”意指古代祭祀之礼。二是《论语为政》：“道之以德，齐之以礼，有耻且格。”《荀子礼论》：“先王恶其乱也，故制礼仪以分之。”此解为社会的行为法则、仪式、秩序的定制。三是《礼记月令》：季春之月“聘名士，礼贤者”是礼节之礼。四是《礼记表记》：“无辞不相接，无礼不相见。”此为馈赠之礼。^①可见中国的“礼”文化是个广义的概念，包含社会生活、道德规范、交往法则、物义指代等文化的各个方面。“礼”文化在本课题的研究中，基本沿袭后两个概念，即礼节之礼与馈赠之礼，并非对传统广义“礼”文化范畴的探讨。

传统节日礼品及包装设计文化具有强烈的社会属性和特征，是社会物质层面文化（包括科学技术能力、物质条件、工艺手段等）和精神层面文化（包括社会心理、消费心理、审美文化等）交织融合的产物，从“复杂科学论”的角度来看，“设计文化是社会的，它与商业或消费文化、经济或产业文化、艺术或审美文化、科技文化有着特别密切的关系”。^②诚然，礼俗文化、民俗文化、节俗文化虽有意义上的区别，但又相互渗透、相互影响，不能以偏概全将传统节日礼品包装形而上加以讨论。本研究“传统节日礼品及包装”也是指：在由来已久的中

① 许平：《馈赠礼俗》，北京：中国华侨出版公司，1990年版，第8页。

② 章利国：《现代设计社会学》，长沙：湖南科学技术出版社，2005年版，第9页。

国传统节日中的那些经常用来相与馈赠、维系情感的物品及包装。单国强先生在其著作《清代宫廷包装艺术》中对“包装品”的定义为：包装品，广义的理解，即包裹和盛装物品的用具，凡日用品和工艺品的盛装容器、包裹用品以及储藏、搬运所需的外包装器物，都属于包装品；狭义上理解，包装品应兼具附属性和临时性两重性质，它是被包装物品的附属物，两者可以分离，并带有临时使用性质，用毕可以抛弃（当然也允许保留）。它的主要用途，是保证被包装物在保存、运输、使用过程中不受或少受损伤，以及便于运作，像捆扎物、包裹品、外装匣等，即属于典型的包装品。

就古代中国礼俗文化而言，节日最早可追溯至史前时代，随着社会生产力的发展，生活水平的提高，历法知识的完善，社会逐渐形成了共同体认，即需要固定的时间开展祭祀仪式，进行娱乐休整，于是逐渐出现节日，基于现实的实际需求为传统节日的产生奠定了基础。商周以降，很多节日上升至礼俗文化层，演变为国家的祭典行为，在这一历史时期，节俗文化的仪式较为简单，节日的具体时间不固定，很多历史人物成为节日膜拜对象。魏晋南北朝至隋唐时期，由于各民族文化的交流与融合，促成了节日文化的交流，节日文化内容也不断充实，如登高、荡秋千、曲水流觞等新内容。^①《诗经》和《礼记》中已经有相当多的篇幅记载当时人们的四时耕作和节气时令。在秦汉魏晋南北朝时期，依据南北朝时梁朝宗懔《荆楚岁时记》记载，主要成

^① 李露露：《中国节：图说民间传统节日》，福州：福建人民出版社，2012年版，第2~3页。



图 1-1 立春图剪纸



图 1-2 端午粽

型的节日有：正月初一元旦、正月七日人日、立春日、正月十五、正月晦日、二月八日、春分日、社日、寒食节、三月三、四月八、四月十五、五月五日、夏至节、七月七、七月十五、秋分、九月九、冬至、除夕等。节庆习俗、传统节日在中国的发展绵延几千年，在隋唐两宋

时期按照宋人陈元靓《岁时广记》记述，节日有：元旦、立春、人日、上元、正月晦日、中和节、二社日、寒食节、清明节、上巳节、佛日、端午、朝节、三伏节、立秋、七夕、中元节、中秋节、重九、小春、下元节、冬至、腊日、交年节、岁除，依据唐宋时期相关历史文献的记载，可以发现在这一时期节日基本定型。节俗文化的变迁是社会物质文化和精神生活的投射，这一历史进程中，节日和节俗、礼俗文化也在经历融合、演变、丰富、改良、消失、再生的历时性动态演绎过程。

作为礼俗、节俗文化物化存在的传统节日礼品，直观反映了节日发展的过程。节日的产生和发展过程是人们认识自然并利用有限工具改造自然的过程，而节日出现的另外一方面重要原因则与天文、历法、数学的发展密切相关。《尚书尧典》中已经有仲春、仲夏、仲秋、仲冬的“四仲中星”岁时划分记载，这种划分正是春分、夏至、秋分、冬至四节气。从纪时方法来讲，夏代出现天干纪日法，商代又配以十二地支，成为六十干支纪时表。^①这些天文历法数学知识的代代积累为中国传统节日的产生打下了基础。在现实生产生活中，节日主要源自三种需要，即社会生活的需要、神灵信仰的需要和四时生产的规律。从中国古代社会的生产、生活方式上看，农耕经济时代的生产、生活方式使中国传统节日具有民俗化色彩，在节俗文化层面表现出丰富的物质文化形态，在交换的过程中体现出对美好、吉祥的追求和向往。

① 转引自韩养民、郭兴文：《节俗史话》，北京：社会文献出版社，2011年版，第2页。

节俗文化和礼品的应运而生，基于农耕社会生活需要产生的传统节日习俗。节俗文化产生在中国悠久的农业文化中，多民族经济文化和统治阶级对传统节日的提倡，使得基于农耕文化的节俗、礼俗生根开花。同时，也和先民的美好愿景、现实生活需求密切相连。如古代立春有“鞭打耕牛”，鞭春牛意在策励农耕。明、清时期，民间有迎土牛、迎农祥、浴蚕种等习俗。山西民谣云：“春日春风动，春江春水流。春人饮春酒，春官鞭春牛。”古时立春有张贴“立春图”的习俗，在物质形态表现上譬如剪纸、木版画的形式较为多见（见图1-1立春图剪纸），添仓节“打屯添仓”的习俗等；有基于神明信仰的传统节日习俗，如七月十五中元节的点荷叶灯、放荷灯的习俗，腊月二十三祭灶神习俗等；有基于四时节令需要的传统节日习俗，如春分祭日、秋分祭月的习俗等。在礼品实物层面，自然也就出现了用于馈赠和情感交流的节日礼品。

岁时礼仪的生命力周而复始，将质朴的情感和美好的祈愿封存礼品之中，通过相互馈赠完成节日的仪式。例如端午节进行馈赠的礼品，最早出现在东汉许慎《说文解字》中，魏晋时期周处在《风土记》中记载：“俗以菰叶裹黍米，以纯浓灰汁煮之，于五月五日及夏至啖之，一名粽，一名角黍。”（图1-2端午粽）汉代，皇室赏赐粽子予百官，至唐宋，粽子成为独特的岁时馈赠礼品，角黍粽子在唐代更是别出心裁。《文昌杂录》记载：“唐时五日，有百索粽，又有九子粽。”唐玄宗《端