

“百色有好芒”

广西百色市芒果文创产品设计与创新应用研究

李周鑫 黄培元 蔡 凯

广西艺术学院, 广西壮族自治区 南宁 530000

摘要: 广西壮族自治区百色市从二十世纪七十年代起, 开始种植芒果。经过 30 多年的发展, 成为全国地级市最大的芒果生产基地。在“一带一路”的背景下, 广西百色市的农产品芒果发展有了全新的机遇。但是在社会的高速发展下, 市场产品的包装不断迭代, 广西百色市的芒果产品迎来了全新的挑战和机遇。其产品包装已经无法满足于市场需求, 在对其进行创新发展时, 需要借助于视觉传达设计应用技术, 对其产品包装进行创新, 延展出系列文创产品, 使其形成一个完整的系统品牌体系, 适应市场需求的发展。本文选题是以广西壮族自治区百色的芒果为切入点, 将广西百色市的芒果进行品牌化, 通过设计实践获取文化元素, 图形元素等, 对此进行展开百色市芒果品牌视觉形象设计的相关应用设计, 从而提升民族地区经济实力的发展, 助力乡村发展, 推动地域经济结构的转变, 相关行业的的发掘。

关键词: 视觉品牌形象设计; 文创产品设计; 百色芒果

引言

“百色有好芒”——广西百色市芒果资源整合设计项目, 是在百色市十三五规划背景下, 进行芒果包装再设计文创产品延展, 以新面貌, 融入新一代消费者群体。

从设计学和经济学的角度出发, 以设计内核结合当地文化优势, 结合设特色产品包装, 延展文创产品, 针对新一代的消费者群体, 带动新的消费模式。

一、选题背景

1、广西百色市芒果文创产品设计与创新选题背景

一带一路的发展将百色市芒果发展推向新高潮, 借此应当以可持续化发展为重要方向和突破口, 目前, 市面上大多数包装都集中于民族特色的宣传上, 或由产品照片贴图而成, 缺少设计感与设计创新, 设计单一, 千篇一律, 无法满足市场需求。所以应加强设计创新, 优化与创新设计方法应用其中, 设计出更具新鲜感的产品, 形成具有辨识度的特色品牌, 增加产品的附加值。

2、广西百色市芒果文创产品设计与创新研究目的与意义

可以推动百色市当地的芒果产业链的快速形成与发展, 促进百色芒果产业的发展; 探索出适合市场需求的品牌形象设计方法和思路, 提高其在市场上的竞争力, 刺激发展。一带一路的倡议为其提供了重要机遇, 进行品牌化建设是进行现代化转型的必要途径之一。

二、广西百色市芒果相关概述

广西百色市芒果已经发展成为百色当地重要支柱产业, 对当地乡村振兴战略的实施起到进一步的推动作用。百色市从二十世纪七十年代起开始种植发展芒果, 据相关数据显示, 从 2014 年到 2020 年, 百色市芒果的种植面积逐年增长, 广西百色与四川攀枝花、海南并称我国三大芒果之乡。

三、文创产品设计理论基础

3.1 文创产品的定义及特点

文创产品,是指依托人的创意思维和技能,借助于现代科技手段对文化用品进行创造与提升,通过知识产权的开发和运用,而产出的高附加值产品。可以增加产品的品牌的记忆,对品牌的建设发展进行助力。

文创产品具有文化性、艺术性、地域性、民族性、纪念性、实用性、经济性、时代性等八个特点。如今,文创产品不仅需要具有基本的使用功能,还需要为人类提供更高层次的审美功能与服务功能,体现出地域文化的价值。文创产品常见于旅游景区、博物馆等地,而博物馆将文物设计成明信片、印章,也是在潜移默化地对博物馆文物进行了二次宣传。

3.2 文创产品设计的原则和方法

3.2.1 实用性和美观性原则

文创产品最重要的就是要具备实用性,才不会被消费者所遗忘。现当下的文创产品设计,应需要具备美观性和实用性,满足社会发展需求。除此之外,环境保护的提倡,文创产品的选材已成为了另一个热点,绿色环保对于现代艺术来说,是备受市场推崇的,凡是引入绿色环保因素的设计,都能够成为一种具有视觉冲击力的艺术设计产品,绿色环保对于现代艺术来说,是备受市场推崇的,凡是引入绿色环保因素的设计^[1],都能够成为一种具有视觉冲击力的艺术设计产品,所以,文创产品的设计还需要考虑到重复使用,可降解的材料。

3.2.2 内涵性和创新性原则

文创产品的设计需要把其所需要具备的文化设计到产品当中,让其可以传递和表达出文化,让产品赋予文化内涵和特色文化,更具特点。同时,文创产品需要在设计中不断创新,才可以在竞品中独具特色,才不至于被迭代,当设计有了内涵性和持续地创新设计,才可以让产品保持活力,具有时代感的需求。只有当设计既具备文化性又具备创新性时,才能实现设计的文化价值和创新能力。

3.2.3 设计思维的创新方法

设计就要从新的视角去对设计进行探讨与思考,打破原来的固有思维。深入发掘生活中的各个领域的文化,从中获取设计的灵感与元素符号。勇于尝试,大胆突破才能设计出好的产品,这样才能保持产品的独特性。同时,提高自身设计水平和能力,结合时代发展要求,不断创新和优化设计

思路,设计出满足群众审美要求的作品提升产品的竞争力,保持领先性。

3.3 国外文创产品设计的成功案例分析

作为欧洲文艺复兴发源地和中心的意大利,其艺术敏感度一直被保留至今,并渗透于人们的日常生活,这使得意大利在设计文创产品时,在创意风格上色彩鲜明、意味深厚。意大利人习惯于将设计的思维融入到生活的方方面面,小到一把勺子,大到一座城市都是经过精心设计的。

意大利文创产品的设计,多数会采用混合材质,通过将不同材质进行组合,设计出一种立体的凸面,创造出一种独特的质感。增加了产品的丰富性和对消费者的吸引力,抓住了消费者的消费心理,可以让消费者感到更有趣味性,更新颖,强调了产品的独特与细节。

3.4 广西百色市芒果文创产品设计创新之处

据调查发现国内的农产品包装基本都是其产品实物照片贴图而成,或是传统性包装(塑料袋),在新时代的消费者群体中没有认同感,容易产生视觉疲劳。在新时代,就失去了新的传播语言,面向全国市场的推广过程中没有记忆点,造成了好产品没有好感度。

在百色市芒果品牌化建设中创新设计为根本,在视觉传达艺术设计过程中,合理使用创新设计理念,满足人们多样化的审美要求[2]结合百色市当地非遗文化、红色精神等优势,将百色市芒果品牌化建设进行文化赋能;卢晓晖在论文中写道:“‘文化赋能’是指将文化元素或文化内涵赋能到具体的载体,使产品和品牌视觉形象设计都全部被赋予文化的底蕴[3]。把百色市的区域文化融入农产品中,抓住当今消费者怀旧念旧的消费心理,打造富有文化价值的高品质特色农产品包装,进行资源整合,品牌化发展,提出“好芒”的品牌,以“芒崽”的IP形象进行延展设计,融合地域特色文化于产品品牌包装,打造独特的芒果品牌。然后再进行文化宣传与产品销售,顺应社会发展的潮流,打造建设有属于我们自己独特性的产品与文创。

四、广西百色市芒果品牌设计实践

4.1 设计理念与定位

有研究发现,品牌视觉形象设计是一种有效的市场营销手段[4],好芒是一个以广西百色芒果为原型的品牌,一直在探索百色芒果产品包装的视觉再设计,不断寻找到适合芒果的视觉符号并将其带入年轻人的视野,品牌致力于为当

下年轻人提供一个忙闲有调的社交氛围，希望消费者忙有所得，闲有所趣。以“芒果”造型作为设计的核心，结合融入现代消费审美需求，简洁大气的设计理念。突出其特色品质，让消费者感受到品牌企业的文化内涵。品牌形象设计的目的就是为表现品牌最好的形象，只有被受众接受认可，带来明显的收益价值才是最好的品牌形象设计。

综上所述，打造具有民族性、区域性受众喜闻乐见的品牌，已经成为了企业的战略意义选择，且长期保持。

4.2 设计元素提取

首先突出广西本地传统的民族文化色彩，其次是弘扬传承我们的传统地域民族特色文化。在整体的品牌建立塑造时，可以通过品牌形象打造出的视觉形象效果，通过统一的视觉图形、品牌色彩等来吸引博取受众的眼球，使之成为品牌记忆。

4.2.1 品牌名称设定

索尼创始人盛田昭夫曾经说过：“给品牌取个好名字，以便消费者产生美好的联想，提高产品的知名度与竞争力[5]。”品牌名称也是品牌形象设计的定位重要一部分。一个优秀的品牌名称能够加速品牌传播，快速打开消费市场[6]。最先提出“百芒之中”品牌名称，在实践中，发现此品牌名称不具备特殊品牌识别性与记忆性，最终提出“好芒”，结合百色地名“百色有好芒”。品牌名称是企业最重要的资产之一，能够影响消费者的购买行为[7]，品牌名称朗朗上口，同时又体现出当下的年轻人忙碌充实的生活状态——“好忙”，得以突出品牌的独特性，巩固消费者对品牌的印象。

4.2.2 品牌标志

标志设计是品牌建设的重要组成部分。对于“好芒”的标志设计，采用了“芒果”、“视觉符号”和“字体”等元素进行组合，以突出品牌年轻人活泼的定位，通过标志设计来传递品牌的理念。

4.2.3 品牌色彩

色彩的运用根据品牌理念和消费者心理特点选择适宜的颜色，以及融合现代元素，增强品牌的现代感和亲和力，牢固品牌的色彩记忆，营造高级的氛围感。

4.3 设计方案展示

在品牌整个视觉识别系统中，标志浓缩了品牌所有特征，是品牌念、价值体现的旗帜，也是最能代表品牌形象的认知符号[8]。在品牌整个视觉识别系统中，标志浓缩了品

牌所有特征，是品牌念、价值体现的旗帜，也是最能代表品牌形象的认知符号。标志设计由图形和文字两个部分组建而成，两者结合是目前最常见的标志设计表现手法。



图1 来源于笔者设计

如图1，本标志主要是以芒果造型进行图形提取，重组设计而成，配以品牌名称关键词进行组合，品牌名称字体采用简洁大方，整体笔画厚重有劲，字面饱满干净利落。图形符号采用芒果的固有色——黄色，增加对品牌的认知与品牌调性，黄色活泼，夺目，利于在众多的品牌中脱颖而出，同时黄色也代表了热气奔放的年轻人，符合品牌的消费者定位。



图2 品牌包装设计应用一（笔者设计）



图3 品牌包装设计应用二（笔者设计）

