

梅花纹样在梅见包装设计中的应用探究

舒 波

中国传媒大学媒体管理学院, 北京

收稿日期: 2024年7月19日; 录用日期: 2024年10月8日; 发布日期: 2024年10月15日

摘 要

梅见品牌通过巧妙融合传统梅花纹样与现代设计理念, 在青梅酒的包装设计中实现了文化传承与创新的完美结合。本文详细探讨了梅花纹样的历史与文化内涵, 梅见品牌的历史与文化背景, 包装设计的核心理念与策略, 以及梅花纹样在梅见包装设计中的具体应用。通过市场反馈和文化传播的分析, 可以看出梅见的包装设计不仅增强了品牌的市场竞争力, 也在全球范围内成功传播了中国传统文化。本文的研究不仅为传统文化元素在现代品牌设计中的应用提供了参考, 也为推动中国传统文化的国际传播和品牌全球化提供了有益的借鉴。

关键词

梅见品牌, 梅花纹样, 包装设计, 文化传播

Research on the Application of Plum Blossom Pattern in Meijian Packaging Design

Bo Shu

School of Media Management, Communication University of China, Beijing

Received: Jul. 19th, 2024; accepted: Oct. 8th, 2024; published: Oct. 15th, 2024

Abstract

The Meijian brand has achieved a perfect combination of cultural inheritance and innovation in the packaging design of green plum wine by cleverly integrating traditional plum blossom patterns with modern design concepts. This paper discusses in detail the historical and cultural connotations of plum blossom patterns, the historical and cultural background of the Meijian brand, the core concepts and strategies of packaging design, and the specific application of plum blossom patterns in

文章引用: 舒波. 梅花纹样在梅见包装设计中的应用探究[J]. 设计, 2024, 9(5): 574-582.

DOI: 10.12677/design.2024.95591

Meijian packaging design. Through the analysis of market feedback and cultural communication, it can be seen that Meijian's packaging design not only enhances the brand's market competitiveness, but also successfully spreads Chinese traditional culture worldwide. This study not only provides a reference for the application of traditional cultural elements in modern brand design, but also provides a useful reference for promoting the international dissemination of Chinese traditional culture and brand globalization.

Keywords

Meijian Brand, Plum Blossom Pattern, Packaging Design, Cultural Communication

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

梅花纹样在中国传统文化中占据着极其重要的地位，象征着坚韧、高洁和美好。在中国古代，梅花不仅是一种花卉，更是一种文化符号，被赋予了丰富的象征意义。梅花在严冬中傲然绽放，象征着不屈不挠的精神和高尚的品格，因此在中国文学、艺术和民俗中广泛出现。作为中国传统文化的重要组成部分，梅花纹样在绘画、书法、瓷器、织物等各类艺术品中得到了广泛应用，其简洁、优雅形态深受历代文人墨客的喜爱[1]。

梅见品牌以青梅酒为核心产品，致力于传承和弘扬中国传统文化。青梅酒在中国有着悠久的历史，早在东汉时期就有了关于青梅酒的经典故事，如曹操与刘备在青梅树下煮酒论英雄的典故，这些故事不仅展示了青梅酒的美味，更赋予了它深厚的文化内涵。梅见品牌通过挖掘和传承传统酿造工艺，将这种历史文化底蕴融入现代生活，旨在让更多人了解和喜爱中国的青梅酒[2]。在国际市场上，梅见品牌以其独特的文化背景和高品质的产品赢得了广泛的关注和认可，逐渐树立起具有中国特色的国际品牌形象。

包装设计在品牌形象中具有至关重要的作用，它不仅是产品的外在表现，更是品牌文化和价值观的直接传递方式。优秀的包装设计能够提升产品的附加值，增强消费者的购买欲望和品牌忠诚度。梅见品牌在包装设计上巧妙地融合了传统文化元素与现代设计理念，通过极简主义的设计手法，将梅花纹样这一传统文化符号转化为现代视觉语言，使产品既具有深厚的文化底蕴，又符合现代审美标准。通过对梅花纹样的现代转译，梅见不仅实现了对传统文化的尊重与传承，还通过简约而富有力量的设计语言，传达出品牌的现代感和国际化视野。

在现代品牌竞争中，文化元素的融入成为一种重要的品牌差异化策略[3]。梅见品牌通过对梅花纹样的应用，不仅在视觉上打造出独特的品牌形象，更通过这种设计传递出品牌的文化内涵和价值主张，使其在市场上独树一帜。通过这种文化与设计的结合，梅见不仅提升了产品的市场竞争力，也在全球范围内传播了东方文化的独特魅力，成功地将传统文化与现代市场需求相结合，实现了品牌价值的最大化。在未来的发展中，梅见品牌将继续探索和创新，通过不断优化包装设计和品牌形象，推动中国青梅酒文化在国际市场上的传播与发展。

2. 梅花纹样的历史与文化内涵

(一) 梅花纹样的起源与发展

1) 梅花纹样的历史起源

梅花纹样的起源可以追溯到中国古代的先秦时期。在这一时期，梅花作为一种自然景观，逐渐被文人雅士所喜爱，并开始文学和艺术作品中出现。早期的梅花纹样多以简洁的线条和抽象的形式表现，主要见于青铜器和陶器等工艺品上[4]。随着社会的发展和艺术形式的多样化，梅花纹样逐渐丰富并被广泛应用于各类艺术品中。

2) 不同时期梅花纹样的发展变化

在汉代，梅花纹样开始在织物和瓷器上广泛应用，并逐渐形成了较为固定的图案形式。汉代的梅花纹样多以简约的线条和对称的布局为特点，体现出浓厚的古典美感。进入唐宋时期，梅花纹样的发展达到了一个新的高峰。这一时期的梅花纹样更加细腻和复杂，常常与其他花卉和植物纹样组合使用，形成丰富多彩的图案[5]。尤其是在宋代，梅花纹样在瓷器上的应用尤为广泛，成为这一时期瓷器装饰的重要主题之一。

明清时期，梅花纹样继续发展，并在民间工艺品中得到广泛应用。明清时期的梅花纹样更加注重细节的刻画和色彩的运用，表现形式也更加多样化。这一时期的梅花纹样不仅出现在瓷器和织物上，还广泛应用于建筑装饰和家具雕刻中，体现了中国传统工艺的精湛技艺。

(二) 梅花纹样的文化象征

1) 梅花在中国文化中的象征意义

梅花在中国文化中具有丰富的象征意义，历来被视为坚韧、高洁和美好的象征。梅花在寒冬中独自绽放，不畏严寒，象征着不屈不挠的精神和高尚的品格[6]。这种特质使得梅花在中国文人雅士的心目中占据着重要的地位，成为诗词歌赋中常见的题材。梅花的高洁形象不仅反映了文人对自我品格的追求，也体现了他们对美好生活的向往和追求。

2) 梅花纹样在艺术和工艺品中的应用

梅花纹样作为中国传统文化的重要符号，在各类艺术和工艺品中得到了广泛应用。早期的梅花纹样主要出现在青铜器和陶器上，随着工艺技术的发展，梅花纹样逐渐扩展到织物、瓷器、书画和建筑装饰等多个领域[7] [8]。在绘画和书法中，梅花成为表现自然美景和人文情怀的重要题材；在瓷器和织物上，梅花纹样以其优雅的形态和丰富的象征意义，成为装饰的重要元素；在建筑装饰中，梅花纹样被广泛应用于门窗、屏风和家具雕刻中，体现出中国传统工艺的精湛技艺和艺术审美。

3. 梅见品牌的历史与文化背景

(一) 梅见品牌概述

1) 品牌创立背景

梅见品牌创立于21世纪初，正值中国经济快速发展的时期。创始人深受中国传统文化的熏陶，特别是对青梅酒这一古老饮品有着深厚的感情。创立梅见品牌的初衷是希望通过现代化的经营理念和传统酿造工艺，将这一古老的中国传统饮品重新带入现代人的生活中[9] [10]。在深入研究青梅酒的历史和酿造工艺后，梅见团队决定以“传承与创新”为品牌核心理念，致力于在保留传统风味的同时，推出更适合现代消费者口味的青梅酒产品。

2) 品牌发展历程

梅见品牌自创立以来，经过多年的发展，逐渐在市场上站稳脚跟。品牌初期，通过精湛的酿造工艺和独特的口感迅速赢得了消费者的喜爱。随着市场需求的增加，梅见不断扩大生产规模，引进先进的生产设备，同时保留手工酿造的精髓，以确保每一瓶青梅酒的高品质。在品牌发展的过程中，梅见积极进行产品创新，推出了多种口味和包装形式的青梅酒，满足不同消费者的需求。此外，梅见还注重品牌形象的塑造，通过参与各类文化活动和推广传统文化，让更多的人了解和喜爱青梅酒。目前，梅见品牌已

经成为中国青梅酒市场的知名品牌，并开始进军国际市场，逐步实现品牌全球化的目标。

(二) 梅见的文化愿景与市场定位

1) 品牌的文化愿景

梅见品牌的文化愿景是传承和弘扬中国青梅酒的传统文​​化，通过现代化的产品和营销手段，将这一具有深厚历史文化底蕴的饮品带入更多人的生活中。品牌致力于成为传统与现代、东方与西方之间的桥梁，让全球消费者了解并欣赏中国青梅酒的独特魅力[11]。梅见不仅关注产品的质量和口感，更注重产品背后的文化内涵，希望通过每一瓶青梅酒，传递出中国文化的美好与深邃。为了实现这一愿景，梅见在品牌建设中，始终坚持文化传承与创新相结合，通过讲述青梅酒的历史故事和文化背景，增强品牌的文化深度和吸引力。

2) 品牌在国际市场的定位

在国际市场上，梅见品牌定位于高端传统酒类，通过独特的产品和深厚的文化背景，吸引追求品质和文化体验的消费者。梅见在进入国际市场时，充分考虑到不同地区消费者的口味偏好和文化差异，推出适合当地市场的产品，并通过精美的包装和创新的营销手段，提升品牌的国际形象。为了更好地传播中国青梅酒文化，梅见积极参与国际酒类展览和文化交流活动，通过品鉴会、文化沙龙等形式，让更多国际消费者了解和体验青梅酒的独特魅力[12]。梅见品牌在国际市场的成功定位，不仅提升了品牌的全球影响力，也为中国传统文化的传播和弘扬做出了积极贡献。

4. 梅见包装设计的理念与策略

(一) 包装设计的核​​心理念

1) 传承与创新并存

梅见的包装设计核​​心理念是将传统文化的传承与现代设计的创新完美融合。梅见品牌在包装设计中，深入挖掘青梅酒的历史和文化内涵，通过对传统元素的现代化处理，使产品不仅保持了传统的文化底蕴，同时也符合现代消费者的审美需求。传承与创新并存的核​​心理念，不仅使梅见的包装设计具有强烈的文化特色，也让产品在市场上脱颖而出。

2) 极简主义与东方美学的结合

梅见的包装设计还强调极简主义与东方美学的结合。在设计过程中，梅见团队将东方美学的精髓融入到极简主义设计理念中，去除繁复的装饰，保留最核心、最具代表性的元素。通过简洁的线条、纯净的色彩和有​​力的造型，梅见的包装设计既有东方传统的韵味，又具现代简约的美感。这种设计理念不仅增强了产品的视觉冲击力，也提升了品牌的高端形象。

(二) 包装设计的策略

1) 色彩选择与搭配

梅见在包装设计中，非常注重色彩的选择与搭配。品牌主色调“冰梅蓝”取自清乾隆时期珐琅彩冰梅纹梅瓶的群青色，代表着东方的自然之美和深厚的文化底蕴。辅助色“梅酒金”和“梅红”则从传统梅瓶中提取，这两种颜色不仅保留了东方传统的韵味，还融入了现代设计的时尚元素。通过巧妙的色彩搭配，梅见的包装设计既具有历史厚重感，又充满现代时尚感，吸引了大量年轻消费者。

2) 材料与工艺的选用

梅见在包装材料和工艺的选用上，既注重环保又追求高品质。品牌选用可回收和可降解的环保材料，体现出对自然环境的尊重和对可持续发展的关注。在工艺上，梅见结合现代科技与传统手工艺，推出了一系列既有传统韵味又具现代感的包装产品。例如，品牌采用先进的印刷技术和精细的手工雕刻工艺，使每一件包装产品都具有独特的质感和高端的品质。

5. 梅花纹样在梅见包装设计中的具体应用

(一) 梅花纹样的提炼与简化

1) 传统梅花纹样的现代转译

梅见在包装设计中,对传统梅花纹样进行了现代转译。设计团队深入研究了古代梅瓶上的梅花纹样,通过对大量古代梅瓶的细致观察和分析,提炼出梅花纹样的精华部分。将其进行简化和现代化处理,使传统梅花纹样在现代设计中焕发出新的生命力。通过几何图形和简洁线条的运用,梅见成功地将复杂的梅花纹样变得简洁而富有力量,符合现代审美的简约美学。如图1所示:



Figure 1. Example of plum blossom pattern
图1. 梅花纹样示例^①

2) 几何图形的运用

在现代转译过程中,梅见将梅花纹样与几何图形相结合,使其既保留了传统的形态,又具有现代设计的简洁性和辨识度。通过几何图形的运用,梅见的包装设计不仅在视觉上更加简洁有力,也增强了产品的现代感和国际化视野(如图2所示)。这种设计手法,使梅见的包装产品在市场上具有强烈的视觉冲击力和独特的品牌识别度。



Figure 2. Geometric figure examples
图2. 几何图形示例^①

(二) 具体应用

1) 包装盒表面设计

梅见在其包装盒的表面设计上,采用了简化后的梅花纹样,通过几何图形的排列方式,使整个包装

盒呈现出一种和谐而富有节奏感的视觉效果。使用金色和白色作为主色调，既体现了高贵典雅，又保持了现代简约风格。如图 3 所示：



Figure 3. Example of packaging box surface design

图 3. 包装盒表面设计示例^①

2) 瓶身装饰

在瓶身设计上，梅见将梅花纹样印刻在瓶身的上半部分，通过细腻的雕刻工艺，使梅花纹样在光线下闪耀出不同的光泽(如图 4 所示)。这样的设计不仅提升了瓶身的质感，也增加了产品的观赏性和收藏价值。



Figure 4. Example of bottle decoration

图 4. 瓶身装饰示例^①

3) 标签设计

梅见的标签设计同样融入了简化的梅花纹样。标签的边缘采用梅花纹样作为装饰，使标签看起来更加精致和独特。同时，标签的中间部分采用几何图形对梅花进行再设计，搭配简洁的字体，整体效果清新而富有现代感。如图 5 所示：



Figure 5. Label design example
图 5. 标签设计示例^①

4) 礼品袋设计

在礼品袋的设计上，梅见选择将大面积的梅花纹样作为底纹，通过浅色和深色的对比，营造出一种层次分明的视觉效果。袋子的提手部分也进行了精细的梅花纹样设计，使整个礼品袋充满了艺术气息和文化底蕴。如图 6 所示：



Figure 6. Gift bag design example
图 6. 礼品袋设计示例^①

(三) 梅花纹样在不同包装上的应用

1) 酒瓶设计

在酒瓶设计上，梅见将梅花纹样作为主要装饰元素，通过精细的雕刻和印刷工艺，将梅花纹样完美地呈现在酒瓶上。酒瓶的形态设计简洁优雅，与梅花纹样相得益彰，体现出高端品质和文化底蕴。梅见的酒瓶设计不仅具有实用性，更是一件艺术品，使消费者在享用青梅酒的同时，感受到浓厚的文化氛围。

2) 包装盒设计

梅见的包装盒设计同样注重梅花纹样的应用和呈现。通过精细的印刷和高质量的材质，包装盒上的梅花纹样栩栩如生，展现出东方美学的独特魅力。包装盒的色彩搭配和造型设计，与酒瓶相呼应，整体

视觉效果和谐美观，提升了产品的附加价值和品牌形象。

3) 辅助设计元素

除了酒瓶和包装盒，梅见还在其他辅助设计元素中广泛应用了梅花纹样。例如，品牌的宣传资料、礼品袋和酒具等，都融入了梅花纹样的设计元素。这些辅助设计不仅增强了品牌的整体形象，也使消费者在接触到梅见产品的各个环节中，都能感受到梅花纹样的美感和品牌的文化内涵。

6. 梅见包装设计的市场反响与文化传播

(一) 包装设计的市场反馈

梅见品牌的包装设计自推出以来，受到了市场的广泛好评和积极反馈。消费者普遍认为，梅见的包装设计独具一格，既体现了传统文化的深厚底蕴，又兼具现代美学的简约时尚。特别是梅花纹样的应用，使产品在视觉上具有强烈的辨识度和艺术感，吸引了大量追求品质和个性的消费者。

市场调查数据显示，梅见的包装设计在提升品牌知名度和消费者忠诚度方面起到了显著作用。许多消费者表示，梅见的包装设计不仅美观大方，而且充满文化内涵，使他们在购买和使用产品时，能够感受到浓厚的东方文化氛围。这种独特的文化体验增强了消费者对品牌的认同感和归属感，推动了产品的销售增长(原创 陈露致 理想生活实验室 2024年05月31日 四川)。

(二) 包装设计对文化传播的影响

梅见品牌的包装设计不仅在市场上取得了成功，也在文化传播方面发挥了重要作用。通过巧妙地将梅花纹样和东方美学融入产品包装，梅见成功地将中国传统文化传播到世界各地，让更多的国际消费者了解并喜爱中国的青梅酒文化。

在国内市场，梅见的包装设计增强了消费者对传统文化的认知和认同。许多消费者在了解梅见品牌的过程中，重新认识了青梅酒的历史和文化背景，增强了对中国传统文化自豪感和认同感。同时，梅见通过举办各类文化活动和品牌推广活动，进一步推动了青梅酒文化的普及和传承。

在国际市场上，梅见的包装设计为中国传统文化的传播提供了一个重要载体。品牌通过参与国际酒类展览和文化交流活动，将青梅酒和梅花纹样展示给全球消费者。梅见的包装设计以其独特的东方美学和深厚的文化内涵，吸引了众多国外消费者的关注和喜爱，成功地将中国的传统文化传播到更广阔的国际市场。

7. 结论

本文通过对梅见品牌包装设计的深入分析，揭示了传统文化元素在现代品牌设计中的重要性和应用策略。首先，通过对梅花纹样的历史与文化内涵的探讨，明确了其在中国传统文化中的重要地位和象征意义。接着，详细介绍了梅见品牌的创立背景和发展历程，以及品牌的文化愿景与国际市场定位，阐明了梅见在品牌建设过程中对文化传承与创新的高度重视。

在包装设计方面，梅见坚持传承与创新并存核心理念，通过极简主义与东方美学的结合，成功打造出了独具特色的品牌形象。梅见在色彩选择与搭配、材料与工艺的选用上精益求精，使产品既具有深厚的文化底蕴，又符合现代审美标准。在具体应用中，梅见通过对传统梅花纹样的现代转译和几何图形的运用，使包装设计更加简洁有力，符合现代消费者的审美需求。

注 释

①图 1~6 来源：传统符纹表达造就梅见极简东方美学 LOGO 研究所，字有分寸，2024年05月30日 19:00 山东

参考文献

- [1] 郝科. 让·皮埃尔·雷诺: 原始头骨的波普之旅[J]. 东方艺术, 2013(13): 164.
- [2] 刘宏梅. 雷蒙德·卡佛小说世界中的欲望主题研究[D]: [硕士学位论文]. 西安: 西安外国语大学, 2013.
- [3] 陈俊愉. 中国梅花品种图志[M]. 北京: 中国林业出版社, 1989.
- [4] 张启翔. 梅花品种抗寒性的比较分析[J]. 北京林学院学报, 1985(2): 47-56.
- [5] 陈俊愉. 梅花与园林[M]. 北京: 北京科学技术出版社, 1988.
- [6] 李婷, 石丹. 梅见“出道”, 煮酒可否论英雄[J]. 商学院, 2022(11): 43-47.
- [7] 陶石泉. 包装盒(梅见) [P]. 中国专利, CN201830510529.7. 2024-08-21.
- [8] 邢久海绘. 写意梅花画法[M]. 天津: 天津杨柳青画社, 2006.
- [9] 佚名. 古越龙山&梅见 黄酒与果酒的无界合作[J]. 新食品, 2023(4): 112.
- [10] 张欣茹. 梅见品牌总经理崔彦: 青梅“酿”出大生意, 中式佐餐酒领跑新酒饮赛道[J]. 国际品牌观察, 2021(26): 46-48.
- [11] 陶石泉. 酒瓶(梅见-1) [P]. 中国专利, CN201930114142. 4. 2024-08-21.
- [12] 冯大彪. “梅”系海峡两岸——王成喜赴台“百梅”展[J]. 乡音, 1994(3): 23.