

Традиции китайской культуры в дизайне упаковки для кондитерских изделий

А.В. ПОПОВА¹, ВАН ИЛИН¹, П.Н. ШИНКАРЕНКО²

(¹Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь

²Полоцкий государственный университет имени Ефросинии Полоцкой,
Республика Беларусь)

Актуальность проекта заключается в том, что искусно оформленная упаковка не только привлекает внимание, но и существенно повышает объем продаж. Эстетика упаковки в мире кондитерских изделий играет ключевую роль, ведь первое впечатление часто решает роль продвижения продукта. Поэтому целесообразно создать не просто новый дизайн упаковки, но и разработать оригинальный логотип, который станет неотъемлемой частью визуального образа бренда, используя творческие возможности «китайского стиля», через применение узоров, иероглифов и каллиграфии в оформлении упаковок и рекламной продукции, в которых необходимо подчеркнуть связь с традициями.

Цель проекта – учитывая эстетику китайской культуры разработать дизайн упаковки для кондитерских изделий, таких как шоколад и шоколадные конфеты.

Исходя из изученной информации и рассмотренных аналогов, учитывая современную дизайн, была определена концепция данного проекта. Новый бренд шоколадной продукции основан на китайских культурных традициях и современных тенденциях. В основе концепции – эстетика традиционной китайской росписи на фарфоре с сине-белыми рисунками. Идея, отвечающая индивидуальности упаковки – выразительный образ, близкий и понятный потребителю [1].

Упаковка играет большую коммуникативную и эстетическую роль. Существенно облегчает движение товара на рынке, делает продукт известным, помогает развитию и подкреплению отличительных черт товара в продвижении бренда. С её помощью происходит прямая коммуникация с потребителем. Разработка дизайна упаковки, современного логотипа и дополнительных элементов позволят донести важность шоколадной продукции и вызвать положительные ассоциации и доверие у потребителя.

Упаковка кондитерских изделий должна вызывать ассоциации и рациональное обещание – натуральность, качество, универсальный презент, положительные эмоции, сладость, забота и любовь. Графические образы и шрифт должны соответствовать основной идее, подчеркивать особенности и соответствовать специфике деятельности шоколадного бренда, все фирменные элементы упаковки и рекламной продукции должны соответствовать принципу гармоничности и единства всех частей целого [2].

Главным элементом фирменной графики для упаковок стали цветочные мотивы, которые имеют глубокую символику [4]. Многообразие видов и сортов цветов в Китае является неисчерпаемым источником идей, цветы составляют орнамент тканей, ковров, служат изображением на фарфоре, являются мотивами для разработок в графическом дизайне [4].

В проекте используется четыре цветочных мотива – лотос, пион, роза, тюльпан. Выбор этих четырех видов цветов отражает различные жизненные качества и приверженность бренда к потребителям. Компания придерживается принципов чистоты и совершенства и производит шоколад от всего сердца, надеясь донести эти качества до целевой аудитории. Особенность фирменной иллюстрации заключается в

упрощение цветочного элемента при помощи стилизации – выделение главного и удаление второстепенного. Цветочные мотивы состоят из мелких деталей, которые при стилизации были упрощены. Стилизованное изображение лотосы выглядит более лаконичным и обобщенным [4]. Для выразительности образа используется силуэт, созданный при помощи пятна, что делает изображение более выразительным и символическим. Данный прием стилизации используется во всех цветочных мотивах, выбранных для дипломного проекта, которые были адаптированы в паттерны.

Упаковка для шоколада состоит из серии четырех штук разного вида и вкуса шоколада: белый, трюфельный, темный, молочный (рис. 1). Она представляет собой дизайн, где в качестве графического языка использованы образы и рисунки, относящиеся к традициям китайского бело-синего фарфора, что является уникальным, изысканным и гарантированно не будет встречаться на упаковках конкурентов [4]. Среди них используются паттерны с растительно-цветочными мотивами: роза, тюльпан, пион, лотос.



Рис. 1. Упаковка для шоколада

Упаковка для шоколадных конфет представлена в трех вариантах, они отличаются по форме, конструкции и размеру. Первая упаковка является подарочной, имеет конструкцию крышка-дно. Крышка выполнена в цвете индиго, на ней размещены логотип бренда, фирменная иллюстрация в виде паттерна, информация о наименовании товара. Еще две упаковки для конфет имеют конструкцию коробки «домик», дно самосборное «ласточкин хвост», выполнены с преобладанием белого цвета, на лицевой стороне упаковки размещены логотип бренда, фирменная иллюстрация в виде одиночного цветочного мотива, на боковых сторонах размещена информация о составе и изготовителе (рис. 2). Упаковки различаются по вкусу и виду шоколада, о чем говорит выбор цвета для иллюстрации [4].



Рис. 2. Упаковка для шоколадных конфет

Фирменный пакет разработан в соответствии с общим стилем и имеет минималистичный дизайн [3]. На нем размещены логотип бренда, фирменная

иллюстрация с цветочным мотивом пион. Прямое назначение данного пакета – подарочная упаковка и транспортировка товара для потребителей. То есть данный пакет является подарочным вариантом для продажи продукции. В совокупности пакет будет вмещать подарочный набор: шоколад, шоколадные конфеты и визитная карточка. Материалом для пакета является белая мелованная бумага повышенной плотности [3]. Ручки из белой веревки, которая переплетена между собой в шнурок.

Также для проекта были спроектированы этикетки для шоколадных конфет, с использованием логотипа и фирменных иллюстраций (рис. 4).

На этикетке также расположились следующие элементы:

- на верхней и нижней полосе размещена информация о продукции и производителе – логотип;
- боковые стороны содержат информацию о виде шоколада, в зависимости от этого предложен вариант фона: для темного и трюфельного – темный фон, для белого и молочного – белый фон;
- края выступают как часть декоративной нагрузки этикетки, где размещен цветочный паттерн и объединяют все в один целый образ.



Рис. 4. Этикетки для шоколадных конфет

Разработанный дизайн упаковок отражает идентичность шоколадного бренда и эстетику китайской культуры и традиций, сочетая современные визуальные решения с элементами традиционной китайской символики. В них представлена информация о производителе, составе, используются цветочные мотивы, что придает упаковке особую современность и привлекательность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамович Н. А., Особенность традиционного китайского ландшафтного дизайна/ Н. А. Абрамович, Фан Юй // Материалы докладов 57-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГУ». – Витебск, 2024. – Т. 2. – С. 208-210.
2. Войтова, Н. Е. Использование народных мотивов при создании логотипа города и применение его в коллекции сувенирной продукции / Н. Е. Войтова, Н. Н. Самутина // Мотивы культурных традиций и народных промыслов в коллекциях современной одежды, обуви и аксессуаров : Сборник научных трудов II Международной научно-практической конференции, Москва, 07–11 ноября 2024 года. – Москва: Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2024. – С. 64-70.
3. Попова, А. В. Эффективность продвижения ювелирного бренда / А. В. Попова, В. А. Виноградова // Материалы и технологии. – 2024. – № 1 (13). – С. 42–48.

4. Попова, А.В., Ван Илин, Дизайн-концепция упаковки для кондитерских изделий / А.В. Попова, Ван Илин // Материалы докладов 57-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2024. – Т. 2. – С. 172–174.