

## 现代包装视觉设计的新语言

万彤

(井冈山大学, 吉安 343009)

**摘要:** 分析了涂鸦的由来、现状,以及它的表现形式、审美特征,并结合现代包装设计的时代需求,论述了涂鸦艺术在现代包装中的具体运用,进而分析了涂鸦在现代包装设计中的价值取向。在此基础上,提出了涂鸦艺术作为一种新的视觉设计元素,是丰富现代包装设计的重要视觉表现手段,不仅为现代包装设计的发展拓宽了道路,还带来了新的市场价值。

**关键词:** 涂鸦; 现代包装设计; 视觉设计; 新语言

**中图分类号:** TB482   **文献标识码:** A   **文章编号:** 1001-3563(2013)08-0016-05

### New Language of Visual Design in Modern Packaging

WAN Tong

(Jinggangshan University, Ji'an 343009, China)

**Abstract:** This article is intended to analyze the origin, status, manifestation and aesthetic characteristics of Graffiti art. Combined with the current demand for modern packaging design, it discusses the concrete application of Graffiti art in modern packaging, and then analyzes the value orientation of Graffiti art in modern packaging design. Based on this, it puts forward Graffiti art as a new visual design element, which is an important visual means of enriching modern packaging design. This will not only set the stage for the development of modern packaging design, and also bring new market value.

**Key words:** graffiti; modern packaging design; visual design; new language

现代生活的日益丰富改变了人们的消费观念和消费模式,美观时尚的包装成为消费者的理想选择。为了让产品能够成为消费者的首选,商家越来越重视包装的设计。涂鸦不受载体的限制并能充分表达个人审美意识,在数字信息时代,越来越受到人们的喜爱,它已逐步渗透到人们生活及现代设计中。包装作为商品与消费者之间的桥梁,将具有时尚、娱乐元素的涂鸦艺术加以运用,不仅能创新现代包装的形式,而且更加符合现代社会多样化和个性化的需求。

### 1 关于涂鸦

“涂鸦”一词最早出自中国唐代诗人卢仝的一句诗词:“忽来案上翻墨汁,涂抹诗书如老鸦”,意指书画和文字的稚劣。然而现代“涂鸦”主要是指20世纪

60年代起源于美国的一种艺术表现形式<sup>[1]</sup>。涂鸦艺术是非常典型的后现代艺术,最初表现在墙壁上,后来地铁、车站、广场等越来越多的场所成为涂鸦艺术的表现画布,它们造型夸张、色彩强烈、手法新奇、个性鲜明,成为人们进行自由创作的重要宣泄手段之一。随着社会不断进步,涂鸦也逐渐走向艺术化和商业化<sup>[2]</sup>。

涂鸦作为一种流行时尚符号由街头走进了室内,由野生状态成为了大众文化,得到了大众及国际艺术界的认可<sup>[3]</sup>。涂鸦艺术像一股春风悄然地影响着现代社会的大众审美,并蕴涵着一种日益强烈的社会文化生活需求的发展趋势。

作为引导消费的现代包装为了满足现代人的审美需求,设计者让包装更具特色和多样化的风格,其中涂鸦艺术逐渐成为了现代包装视觉设计的新语言。

收稿日期: 2012-09-17

作者简介: 万彤(1977—),女,江西吉安人,在读硕士,井冈山大学讲师,主要研究方向为视觉传达设计。

## 2 涂鸦艺术在现代包装中的运用

### 2.1 涂鸦艺术的表现形式与现代包装的创意构思

#### 2.1.1 图形的夸张表达

涂鸦艺术的内容来源于生活,在它的图形创作中,设计者大胆幻想,将这些符号元素进行夸张概括,使图形具有抽象性、幽默性的特点。涂鸦夸张的图形、粗犷的线条展现了原始野性的魅力,随意的造型表达了自由、个性化的情感,迎合了现代人张扬的个性特点。在包装设计中,设计者应将涂鸦中出现的新奇图形进行合理运用,通过夸张的造型、粗犷的线条以及不同质感的材料,让消费者在接受作品的同时又调动受众的想象力,集趣味性、文化性、功能性于一体,展现包装的个性魅力。如维他奶新包装,见图1,设计者以涂鸦的形式描绘了情节性的故事,



图1 维他奶新包装

Fig.1 Vitasoy new packaging

极富幽默性。为了强化包装的视觉形象,有的涂鸦包装将不同时代、不同风格的涂鸦形象混搭组合,丰富包装的视觉效果。如CD封套设计,见图2,封面上



图2 CD封套

Fig.2 CD cover

夸张抽象的图形给人一种原始又古典的视觉感受,

不禁让人产生对包装中CD音乐内容的联想,概括抽象的人物和奇特的植物拼贴,二者进行了巧妙组合,展现了包装的艺术特色。这种大胆的创意不仅传达了音乐的视觉魅力,还为商品的销售创造了有利条件。

#### 2.1.2 文字的多样性表现

涂鸦最初以文字为主,是通过文字的变形来吸引人的注意,这使涂鸦字体本身成为了一件集功能性与审美性于一体的独立作品<sup>[4]</sup>。涂鸦字体主要表现为箭头、文字的体积化、变形、透视及组合等方式,其多样化和个性化的艺术特征丰富了包装的表现手法,冲击了主流设计,为包装的创意带来了另类、多变的风格。由涂鸦字体组合而成的涂鸦符号具有空间节奏的变化感,其字体相互重叠、串联以及大小、间距的变化增强了字符元素的信息活力和视觉冲击力,是视觉美感的再创造。如包装商品名的设计,可利用涂鸦字体亦字亦画的装饰特点,强化品牌字体,在辨识中产生意趣。涂鸦文字的编排应从包装整体设计出发,使个性化的字体与包装风格和谐一致。如路易·威登推出的限量版印字涂鸦手提包,见图3,包上"Louis



图3 路易·威登手提包

Fig.3 Louis Vuitton handbag

Vuitton"品牌标识字以涂鸦字体呈现,黑底上随意描画着简洁的橙色英文字体,时尚休闲,个性十足,这种字体的表现方式摆脱了印刷字体的标准刻板性,使手提包俏皮又不失时尚感,提高了包装形象的视觉冲击力,强化了品牌的视觉效应。

#### 2.1.3 强烈的色彩运用

涂鸦色彩耀眼、醒目,其浓艳的色调,强烈的对比色彩传递出一种年轻、愤怒、不羁、兴奋、浓烈的草根情怀<sup>[5]</sup>,这正符合当代年轻人追求视觉刺激的审美心理。涂鸦作品中的色彩都是五彩斑斓的大色块对

比,极具装饰性。在包装设计中大胆采用涂鸦的色彩元素可以丰富艺术表达,其浓郁、鲜明、随意的色彩具有强烈的视觉冲击力,更能刺激消费者的购买欲望。然而,原味的涂鸦艺术毕竟是表现个人的艺术倾向,不具有市场行为。在设计中,如果对涂鸦色彩运用不当,就会显得繁复花哨而影响包装的视觉效果,因此,在包装设计中要根据商品特点运用涂鸦色彩,注意色彩之间的关系,运用形式美法则对其进行合理搭配,使色彩形成一种更集中、更强烈、更单纯的视觉形象语言,加深消费者对包装的认知度,达到传播信息的目的。如饼干包装,见图4,设计师在



图4 饼干包装  
Fig.4 Biscuit packaging

可爱的图形上描绘了单纯、绚丽、高彩度的色彩,使包装鲜亮夺目又不失童趣,让观者在欣赏中找回了快乐、纯真的童年记忆。

## 2.2 涂鸦艺术的审美特征与现代包装的视觉表现

### 2.2.1 刺激性和宣泄性

涂鸦以随感而发、热情直接、简洁明快的方式来表达某种特定的思想和情感,其作品具有刺激性和宣泄性的审美特征。涂鸦以猛烈的视觉冲击、强烈的字体变化和色彩对比来展示自己与众不同的艺术魅力。这种“与众不同”恰恰是现代包装追求个性化的最好视觉元素。涂鸦快速、即时、富有激情的表现迎合了当代青年人追求自我、张扬个性的心理特征,而涂鸦中宣泄的情感也很容易感染欣赏者,使其在欣赏中释放压力。如涂鸦风格包装因涂鸦内容的不同呈现出甜美、叛逆、可爱、颓废等不同的视觉效果,这种情绪表达赋予包装独特的欣赏价值,极大地张扬了涂鸦艺术的感染力。涂鸦风格的包装体现了一种情感的宣泄,人们在欣赏这类包装时会产生一种情感的归属,这可以为商品带来更多的附加价值。如M.A.C化

妆品彩妆系列包装,见图5,设计师采用了涂鸦风格,



图5 M.A.C化妆品彩妆系列包装  
Fig.5 M.A.C cosmetics make-up series

夸张的美少女形象、随意的手写品牌名称以及大胆丰富的色彩搭配使整个包装充满了年轻的活力,体现出时尚前卫的视觉美感,受到了不少年轻女性的青睐,成为了该产品的卖点之一。现在,很多化妆品公司都将涂鸦风格运用在粉盒、香水等包装上,如BOSS 涂鸦限量版劲能男士香水的包装设计,其灵感来源于都市生活,表达的是一种纯然而又桀骜不驯的生活方式,使用这款香水的男士是真诚不做作的,不论时间与地点,随时做自己。

### 2.2.2 装饰性

涂鸦追其历史可与壁画、岩画同源,这造就了涂鸦艺术的装饰性,如墙体绘画就充分体现了其装饰的审美特征<sup>[6]</sup>。早期的街头涂鸦表现为粗犷的装饰性语言,但在其他艺术形式的影响下,涂鸦艺术逐步具有了现代设计风格的装饰性,如在日本,涂鸦艺术因融合了精致、细腻的民族艺术特点,使其装饰性的意味更浓。涂鸦利用其夸张的图形、浓艳的色彩和装饰多变的字体来造成一种新颖的装饰性效果,它不是复制性形象的再现,而是注重画面整体节奏、气氛的营造。这种全新的艺术表达方式,使画面所呈现的艺术形象在对客观事物的阐释方面起到了别样的艺术功效。在包装设计中,涂鸦独特的装饰性语言为商品包装带来了另类的艺术风格。涂鸦看似混杂、过度装饰的画面却使包装呈现出一种现代流行的混搭和复古视觉美感,让人印象深刻。如安娜苏新推出的涂鸦限量版唇彩盘系列包装,见图6,设计师配合主题运用手绘缠枝花的自由形态和艳丽的色彩来展现产品精致与轻巧的个性特色,使整个包装具有复古的艺术设计感。



图6 安娜苏唇彩盘系列

Fig.6 Anna Sui lip plate series

### 2.2.3 表意性

涂鸦创作者的目的是想借助创作造型各异、内容丰富的涂鸦图形向人们传达某种思想,通过这样的创作使涂鸦者的思维得以展现和延伸,因此,表意性是涂鸦艺术的最本质特征<sup>[7]</sup>。在包装设计中,涂鸦艺术表现形式的合理运用,不仅能丰富包装的视觉艺术表现,还能对产品的内在精神进行完美阐释,加深消费者对产品的认识和理解,提升产品的影响力。如限量珍藏版的人头马 VSOP 涂鸦酒瓶礼盒,见图7,其设计



图7 人头马 VSOP 涂鸦酒瓶礼盒

Fig.7 Gift box of Remy Martin VSOP graffiti bottle

结合涂鸦手法与元素完美地诠释了“跨越心极限”这一产品概念。外盒的黑色底色与白色涂鸦字母的搭配尽显简约时尚,纵身而起的潮流达人动感无比。酒瓶上蓝灰色图案底纹将“跨越心极限”这5个涂鸦文字衬托得跳跃夺目,明亮的色调令整个涂鸦图案瞬间跃然于人们眼前。乳白色的涂鸦文字耸立在波涛澎湃的大海之中,寓意年轻人要在逆境中不断突破和前进。这两款看似夸张却充满创意的涂鸦酒瓶诠释了人头马 VSOP 追求活力与个性,突破自我,积极生活,不断前进的品牌精神。当下年轻人个性时尚,追求

“跨越心极限”的生活态度也正和涂鸦的艺术行为不谋而合。

## 3 涂鸦在现代包装设计中的价值取向

现代社会中人们的观念、意识、审美在不断提高,涂鸦这一新的语言形式不仅能丰富包装的视觉语言,还可以借助包装设计所特有的持久性和影响力得到更新和拓展。

任何事物只有不断更新和发展才具有存在的意义。涂鸦艺术这一新的语言形式必须对不同的文化和不同的艺术形式进行借鉴和吸收,才能获得新的发展。涂鸦源于国外,在中国是一个新生的产物,对它的运用应去其糟粕,取其精华。作为设计师应该了解涂鸦的产生渊源及风格特点,重新挖掘并深化,在立足商品特性,抓住消费心理的前提下,不断完善涂鸦艺术在包装设计上的创新<sup>[8]</sup>。设计师应将中国传统图形或元素融入涂鸦艺术中,并将具有中国文化特性的涂鸦运用到包装设计中,这样的涂鸦包装才能更好地被中国人所接受。

涂鸦是从内心深处迸发出的情感需求,有着自身强烈的意愿,涂鸦精神给人们最大的启示就是用情感来表达设计<sup>[9]</sup>。现代包装设计有太多的参考素材,设计师也因此丧失了自己的原创性和个性,设计的包装千篇一律,缺少情感诉求,没有灵魂也没有个性。真正好的创意是根据自己的直觉设计出的带有自身情感的作品,这样才能打动人。而涂鸦是冲破禁锢,源于内心的一种表达形式,是一种精神上的返璞归真,体现了设计中对情感的诉求。

## 4 结语

随着现代设计的不断发展,商品包装也逐渐体现出多元化的发展趋势,涂鸦艺术以其轻松的设计方式、随意的表现手法、另类的艺术感受甚至是略带幽默诙谐的情感意味被时尚界所推崇,在现代包装设计中被大量应用。而涂鸦艺术这种强烈的视觉语言,为现代包装形式增添了新的内容,涂鸦风格的包装,也符合了时代发展的需要,必将成为包装设计的新趋势。

## 参考文献:

- [1] 孟谨,方二.涂鸦 Urban Wallpaper[M].北京:中国青年出版社,2006.  
MENG Jin, FANG Er.Graffiti Urban Wallpaper[M].Beijing: China Youth Press, 2006.
- [2] 傅小龙,桂安琪.涂鸦艺术及其在化妆品包装设计中的应用[J].包装工程,2012,33(4):4.  
FU Xiao-long, GUI An-qi.The Application of Graffiti Art in Cosmetics Packaging Design[J].Packaging Engineering, 2012, 33(4):4.
- [3] 林家阳.涂鸦艺术与涂鸦文化[J].中国广告,2006(3):75.  
LIN Jia-yang.Graffiti Art and Graffiti Culture[J].China's Advertising, 2006(3):75.
- [4] 柯亚莉.城市涂鸦艺术初探[D].重庆:重庆大学,2008.  
KE Ya-li.First Exploration of Urban Graffiti Art[D].Chongqing:Chongqing University, 2008.
- [5] 王冰冰.涂鸦艺术符号的视觉形态语言研究[J].艺海,2011(4):89.  
WANG Bing-bing.Language Studies on the Visual Form of Graffiti Symbol[J].Arts World, 2011(4):89.
- [6] 李琳琳,张莉.浅析当代涂鸦艺术的风格特征[J].作家杂志,2010(2):89.  
LI Lin-lin, ZHANG Li.Analysis of the Style Characteristics of the Contemporary Graffiti Art[J].Writers Magazine, 2010(2):89.
- [7] 李琳琳.涂鸦艺术研究[D].苏州:苏州大学,2009.  
LI Lin-lin.Graffiti Art Research[D].Suzhou: Suzhou University, 2009.
- [8] 伍毅志.现代包装设计的发展趋势[J].中国包装工业,2006(8):69.  
WU Yi-zhi.The Development Trend of Modern Packaging Design[J].China's Packaging Industry, 2006(8):69.
- [9] 许春梅.服装时尚领域涂鸦艺术流行现象分析[J].浙江纺织服装职业技术学院学报,2009(3):77.  
XU Chun-mei.Analysis of Popularity of Graffiti Art in the Field of Fashion[J].Journal of Zhejiang Textile & Fashion Vocational College, 2009(3):77.

(上接第11页)

寿、高寿。现代设计中将寿字作了很多变形处理,如寿字纹等,也用鹤象征高贵长寿充满灵气,与松、石、鹿等同时出现。所谓“喜”,即快乐,可庆贺的事情。有关“喜”的吉祥画很多,如“喜上眉梢”、“和合二圣”等。现代设计中也有很多从传统元素中抽象变形寓意“喜”的图案,如陈幼坚设计公司的标志“四喜娃”。

从纪念品和收藏价值的角度考虑,徽墨的现代包装设计应该更加注重挖掘和继承传统文化的设计理念,从传统元素中抽象变形,得出新的设计元素,从而运用到徽墨包装中,为徽墨的发展注入新的生命力。

#### 4 结语

用现代语境分析“石莲秘室”的设计理念,可以看出它的设计思想深刻影响着后期徽墨包装的整体发

展,并对现代徽墨的包装设计有着重要的意义。一方面要继承和发扬优秀的传统设计思想理念,另一方面要将分析到的理念运用在现代徽墨的包装设计中,无论是包装的本质意义,还是包装装饰性的深刻内涵,都需要挖掘和整理,这样才能真正创造出符合徽墨包装自身特色的包装设计。

## 参考文献:

- [1] 王毅.中国徽墨[M].上海:学林出版社,2011.  
WANG Yi.Chinese Huizhou Ink[M].Shanghai: Academia Press, 2011.
- [2] 刘小玄.包装设计教学[M].南昌:江西美术出版社,1999.  
LIU Xiao-xuan.Packaging Design Teaching[M].Nanchang: Jiangxi Fine Arts Publishing House, 1999.
- [3] 郑军.民间吉祥图案[M].北京:北京工艺美术出版社,2005.  
ZHENG Jun.The Folk Auspicious Patterns[M].Beijing: Beijing Arts and Crafts Press, 2005.