

数码印刷产品个性化艺术设计的创新性探究

程 晶, 官燕燕

(中山火炬职业技术学院, 中山 528436)

摘要: 针对当前数码印刷产品在设计方面创新性不足的问题, 提出数码印刷产品应如何进行创新化设计的思路, 并举例说明了艺术设计者如何参与到数码印刷行业, 紧贴行业需求, 以灵感引领数码印刷产品升级, 增加产品附加值, 增强数码印刷产品对消费者的吸引力。

关键词: 数码印刷; 个性化; 艺术设计

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)14-0022-04

Research on the Innovation of Individual Art Design for Digital Printing Products

CHENG Jing, GUAN Yan-yan

(Zhongshan Torch Polytechnic, Zhongshan 528436, China)

Abstract: According to the innovation shortage problem of current digital printing product design, it put forward the ideas of digital printing products how to carry out innovative design, and the examples were gave to explain the art designers how to take part in the digital printing industry, keep abreast of industry demand, lead the digital printing product upgrades with inspiration, increase product added value, and enhance the digital printing products attractive to consumers.

Key words: digital printing; individual; art design

作为专业的美术设计工作者,除了创作一些意境优美的绘画作品外,还应该用自己独特的角度和精湛的专业技法来服务工业生产,甚至指引和引导工业生产的发展,从而创造出更大的经济效益和产业价值。在艺术设计和工业生产相结合,构建紧密关系方面,已经有不少的艺术工作者作出了深入的探索,取得了宝贵的经验,如服装、家具等领域都有了已经产业化的成果。在包装印刷工业领域,艺术与包装结合,也已经取得了不少的成就,并在个性化包装设计方面形成了设计特点^[1,2,3],但是在包装印刷新的分支和新技术领域,仍然表现乏力。数码印刷,就是其中迫切期待艺术设计融入和推动产业发展的新领域。由于数码印刷这一行业的专业性强,属于新发展起来的一种印刷方式,不被艺术工作者所熟悉和了解,甚至有些根本不知道什么是数码印刷,自己能在其中做些什么工作,所以,它成了被专业艺术工作者所遗忘的角落,

而是由一些短期培训的人员来担当设计大任,造成了数码印刷产业的高端设计和创新性设计人才缺乏,行业发展受到制约^[4]。这里从艺术设计如何参与数码印刷生产的角度,提出可供参考的具体实例,从而指导和鼓励艺术设计人员在数码印刷领域作出新的贡献。

1 数码印刷的特征和发展现状

数码印刷也即数字印刷,是利用印前系统将图文信息直接通过网络传输到数字印刷机上印刷的一种新型印刷技术。数码印刷具有3个特征^[5-6]。其一快速印刷,直接从电脑上读取数字文稿,从数码印刷机上得到印刷品,无需传统印刷的复杂环节。其二按需印刷,指以消费者的需要为目标,量身定制的印刷。它主要表现为其印量不受限制,根据客户需要,1张即可起印,并可随时需要随时印刷,实现零库存。其三可

收稿日期: 2013-01-24

作者简介: 程晶(1967—),男,湖北人,中山火炬职业技术学院讲师,主要从事艺术设计、美术学的教学和研究。

变数据印刷,数码印刷品的信息是100%的可变信息,即相邻输出的两张印刷品可以完全不一样。简单概括就是:快速印刷,立等可取;价格低廉,一张起印;数据可变,张张不同;个性印刷,按需出版。

数码印刷,作为印刷的新兴发展方向之一,已经在许多领域得到了广泛的应用,在人们日常生活的方方面面,都可以看见数码印刷产品的身影,如金融、医疗、制造、保险、公共事业、通讯、邮政、教育、零售、房地产等。国内已经涌现出一批如凤凰出版传媒集团、CTPS、四川新华文轩、郑州今日文教、京华虎彩等一批大胆探索、持续投入数字化进程的优秀企业^[7]。然而,最近几年来,数码印刷作为一门新兴的技术,也遇到了行业发展的瓶颈。据统计,在上海4606家印刷企业中,主营数字印刷的企业33家,占全部企业数的0.72%,2010年实现销售37460.28万元,一年经营的结果是亏损1352万元^[8]。这说明,数字印刷业的发展形势还很严峻。造成数字印刷企业大面积亏损的原因是多方面的,其中一个重要的原因是,未能透彻理解数码印刷的行业属性,并实施对应有效的措施。

数码印刷与传统印刷最大的不同,就是数码印刷具有服务业的属性,而不仅仅是加工制造业。数码印刷,也许脱胎于加工制造业,是印刷工业的一种新技术,与以往的印刷类型如胶印、凹印、柔印、丝印等相比,只是工艺原理发生了变化,其实,数码印刷不同的技术秉性,决定了它与传统印刷截然不同的道路和面貌,只有深刻认识其具有的服务业属性,才能展现自己的独特优势。加工制造业重点关注生产速度、生产成本、加工质量等,以批量大而取胜。服务业,则是以产品的附加值取胜,很少单纯依靠产品本身的物质性来盈利。如服务业的典范麦当劳,它的汉堡从物质基础而言,属于垃圾食品,可是仍然价格高昂而顾客络绎不绝,这是因为消费者吃的不仅仅是汉堡里面的鸡肉和面包,而是在享受麦当劳所创造和经营的文化氛围。

数码印刷企业要坚定走服务业的道路,就要学习什么是服务,如何最好地为客户服务。从专业技术的角度而言,进行精细化、创新性的数码印刷产品开发和设计,就是艺术设计的用武之地。

2 数码印刷产品个性化艺术设计的创新思路

第一,要积极对数码印刷的新产品进行精益化设

计,与其他部门联合,打造特定的标准化服务。

以个性化邮票为例,这是一种新出现的数码印刷产品类型,个性化邮票是国家邮政局发行的带有附票的个性专用邮票。个性化邮票由主票与附票组成,主票含中国邮政邮资,附票为用户提供特定图像,主票与附票组成一枚个性化邮票。主票用胶印的方法大量印制,图案是固定的几种类型;附票采用数码印刷,可以由客户自定。个性化邮票推出以来,虽然受到了一定的热捧,但是仍然没有取得较大的市场份额。重要的原因就是在设计上的缺失,附票图案过于单一。作为艺术设计工作者,要充分发挥设计的创新性,认真研究附票的图案构思,精心策划和设计。比如,可以与婚姻登记机构联合,推出新婚纪念的个性化邮票,在邮票的附票部分,图案可选择新人的结婚照等新婚纪念图片,为一对新人提供具有纪念意义的个性化邮票。新婚纪念个性化邮票见图1。



图1 新婚纪念个性化邮票

Fig.1 Individual stamps of wedding anniversary

第二,对已有的常见的数码印刷产品类型,深耕细作,强化设计,突出新效果。

数码印刷可以承做的产品非常丰富,如请柬、挂历、台历、个人游记等。这里以个性化台历为例,重点分析对已有的产品类型如何通过设计来实现深耕细作。个性化台历见图2,这是一款由笔者参与设计,并投入生产的2013年台历。台历本身是常见的,并无特别之处,但是如果给它加入了创意设计,那么日常的产品就会变得非常有新意,吸引人们眼球。

红方台历见图3,这也是一款由笔者设计的数码印刷定制的个性化台历。这款产品除了个性化的图案以外,在台历的结构方面,笔者设计了一个可以折叠的纸质笔盒,简约实用,同时,台历上的每个月份都可以通过不同位置处的槽口见到,便于方便打开对应



图2 个性化台历

Fig.2 Individual calendar



图3 红方台历

Fig.3 Hongfang calendar

的月份查找日期。

图2和图3这两款台历,采用了折叠组件式结构,体积小,功能全,色彩构成协调,环保理念突出,在提供印刷实物制品的同时给人带来艺术的享受。这样的设计,没有带来成本方面的大幅增加,仍然保持了制造成本的相对低廉,同时也给客户带来了美的享受,让客户爱不释手,激发了客户对此类产品订购的热望,使产品销量不断增加,这就是典型的以设计带动生产的类型。

数码印刷产品,很多带有消费品的性质,只有激发消费者的消费欲望,给客户带来服务的附加值,才能引领相应的消费热潮,从而实现生产的发展。就如同生产手机,总人口是有限的,当人人都拥有一台手机的时候,那么是不是手机的生产就停止了?不是的,因为可以赋予手机新的功能,从单板手机发展到滑盖手机,再到触屏手机、智能手机,同样是手机,人人都希望拥有第二台、第三台,每换一台,产品升级一次,给用户带来全新的产品体验。同样,在数码印刷领域,也需要大批优秀的设计人员,不断开发,使同一

产品类型不断升级,让消费者充满期待。

第三,要不断学习新技术,将其引入到数码印刷产品的设计领域,使数码印刷产品设计具有鲜明的时尚感,从而引领消费。

二维条码是当前非常流行的一种数据信息传播方式,在很多领域都可以看到它的身影,许多年轻人都以用手机摄取产品上的二维码,迅速进入对应网站查找所需信息而感觉便捷。那么,将二维条码引入数码印刷产品设计领域,可以在个性化名片的设计中一显身手。在名片中引入二维码设计,时尚新颖,信息量大,见图4。



图4 二维条码名片设计

Fig.4 Two dimensional bar code design

随着影像技术的不断发展,3D数字影像技术进入了人们的日常生活并形成热潮。那么,是否也可以考虑将这种3D技术融入到数码印刷产品设计当中?考虑到技术和成本的原因,复杂的偏振形式的3D技术也许一下子难以在普通的印刷品中实现,但是,基于红蓝或红绿图像形式,以及基于左右图像格式的3D技术,却可以非常容易地在普通印刷品上实现^[9]。设计工作者通过设计制作对应的图像,将其印制到数码印刷产品上,并配置简易的红蓝或红绿滤色片又或是左右格式的视窗,这样,也许当客户打开一本数码印刷的菜谱时,里面的各种菜式、美味佳肴都立体呈现,栩栩如生,引人胃口。红绿格式3D菜谱本见图5。左



图5 红绿格式3D菜谱本

Fig.5 Red and green format 3D cookbook

右格式3D菜谱本见图6。



图6 左右格式3D菜谱本

Fig.6 Left and right format 3D cookbook

在数码印刷行业,除了需要加强品牌附加值和服务附加值以外,更需要提高创新附加值和专利附加值。深圳雅昌集团是这一领域的典范,雅昌创建于1993年,集团总部位于中国深圳,拥有北京、深圳、上海三大运营基地,产品和服务遍及全球几十个国家和地区,在印刷行业居于龙头地位。更为可贵的是,雅昌不仅仅是一个大型印刷企业,雅昌独特的“传统印刷+现代IT技术+文化艺术”的商业模式,为创意文化产业探索了一条新的发展模式,它创建了全球最大的中国艺术品数据库,以及全球最大最权威的中国艺术品门户网站——雅昌艺术网。在日常的数字印刷产品设计方面,雅昌更是注重专利的申请和保护,每年申请的设计专利就达到几百项。

3 结语

数码印刷行业面向服务业,应当不断创新,通过创新性的艺术设计来增加产品本身的附加值。创新的途径非常多,既可以形式创新、结构创新,也可以材料创新、工艺创新,甚至送给客户的用于包裹数码印刷品的纸袋纸箱都可以进行创新设计,引入灵感,带来美感。这里旨在抛砖引玉,鼓励更多的艺术设计工作者,走进工业企业,了解生产技术,深入学习,掌握特点,用自己独特的艺术视角和精湛的技艺为生产服务,推动工业企业的不断发展,

参考文献:

[1] 胡名芙.论现代包装个性化设计的倾向及其原因[J].包装学

报,2010(1):76—79.

HU Ming-fu.Discussion on Trends and Causes of Modern Packaging Individual Design[J].Packaging Journal, 2010(1): 76—79.

[2] 秦岁明,吴雪.当代个性化包装设计语言的特点分析[J].包装工程,2011,32(4):26—29.

QIN Sui-ming, WU Xue.Analysis of Language Features of Contemporary Personalized Packaging Design[J].Packaging Engineering, 2011, 32(4): 26—29.

[3] 张兰芝,张英杰,杨和维.数码艺术与产品包装创作思维探究[J].包装工程,2006,27(6):350—351.

ZHANG Lan-zhi, ZHANG Ying-jie, YANG He-wei. Discussions on Digital Art and Creative Thoughts of Product Packaging[J].Packaging Engineering, 2006, 27(6): 350—351.

[4] 冯洪亮,赵翀.由个性化印刷谈设计艺术[J].大众文艺,2010(19):90.

FENG Hong-liang, ZHAO Chong.Design Art Discussion from Individual Printing[J].Popular Literature, 2010(19): 90.

[5] 陈耕夫,王利婕.数字印刷技术及其在包装印刷中的应用[J].包装工程,2006,27(3):294—295.

CHEN Geng-fu, WANG Li-jie.Digital Printing Technology and Its Application[J].Packaging Engineering, 2006, 27(3): 294—295.

[6] 印刷技术编辑部.高速数码印刷机应用现状与发展[J].印刷技术,2010(11):25—28.

Printing Technology Editorial Department. High Speed Digital Printing Application Situation and Development[J].Printing Technology, 2010(11): 25—28.

[7] 陈彦.从2012“科印杯”数码印刷作品大奖赛看中国数码印刷业的发展[J].数码印刷,2012(11):22—25.

CHEN Yan.Discussing the Development of Digital Printing in China Via Forum[J].Digital Printing, 2012(11): 22—25.

[8] 中国包装印刷机械网.数字化印刷在中国发展状况浅析[EB/OL].(2009-04-14)[2012-12-25].http://www.ppzhan.com/news_Video/Detail/28824.html.

China Packaging and Printing Machinery.The Development of Digital Printing in China[EB/OL].(2009-04-14)[2012-12-25]. http://www.ppzhan.com/news_Video/Detail/28824.html.

[9] 丁一.解码3D立体印刷[J].印刷工业,2011(2):67—68.

DING Yi.Decoding the 3D Three-dimensional Printing[J].Print China, 2011(2): 67—68.