

卡通形象在儿童食品包装设计中的应用研究

米满宁, 李 方, 易利杰

(重庆大学, 重庆 401331)

摘要: 通过分析卡通形象在儿童食品包装设计中的作用及其影响因素, 阐明了其应用的重要意义。在此基础上, 进一步论述了运用卡通形象进行儿童食品包装设计应遵循的基本原则, 提出了卡通形象在现代儿童食品包装设计中应用的可行性方法, 并针对其设计中各相关要素之间的关系进行了总结。

关键词: 卡通形象; 儿童食品; 包装设计; 应用

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)16-0095-04

Application of Cartoon Images in the Children Food Packaging Design

MI Man-ning, LI Fang, YI Li-jie

(Chongqing University, Chongqing 401331, China)

Abstract: By analyzing the functions and influence factors of cartoon images in children food packaging design, the article tries to expound the importance meaning of its application in reality. Meanwhile, based on this fundamental, the article further discusses the basic principles of the use of cartoon images in children food package design, puts forward the feasible method of the application of cartoon images in modern children food packaging design, and try to summarize the relationship between its relevant elements in design.

Key words: cartoon images; children food; packaging design; application

儿童作为一个特殊且庞大的消费群体,在众多家庭中,正逐步占据着家庭主要的消费开支。与此同时,围绕儿童的消费心理、审美观点等问题进行的探讨,也正在逐步展开。相比其他消费者而言,儿童的消费心理、审美观点及角度都有着一定的特殊性,也正是因为这些特殊性的存在,要求儿童食品包装设计要随之变化、不断创新。随着时代的变迁,儿童食品包装有了新的变化和发展,卡通形象的应用无疑为整个包装行业注入了新的生命,而如何恰到好处地运用,成为了值得每个设计者深入思考的问题。

儿童食品包装设计中,常使用纯度、明度较高的色彩进行搭配,通过强烈的对比产生视觉冲击力,进而刺激儿童的视觉感官,吸引他们的注意力并将食品的信息迅速地传递;造型设计大多选材精细、印刷精美、制作精良,在众多食品包装中往往最容易吸引消费者(儿童)的注意力;文字设计则多采用儿童容易接受的可爱、圆润、夸张的字体,通常简单明了、容易辨识和记忆。总之儿童食品包装设计的各个组成要素,都必须充分考虑儿童的生理及心理特征,根据他们的需求和喜好进行设计和创新。

1 关于儿童食品包装及其设计

儿童食品包装与一般食品包装不同,它们通常色彩艳丽、造型多样、个性鲜明,多数儿童食品包装体小且精致,销售对象基本为3~12岁的未成年人。

2 卡通形象在儿童食品包装设计中的作用及其影响因素

2.1 卡通形象的概念

卡通一词起源于意大利文"cartone",后由英文"cartoon"音译而来,原意是指在进行油画、壁画或地毯

收稿日期: 2013-06-20

作者简介: 米满宁(1959—),女,北京人,博士,重庆大学教授、硕士生导师,主要研究方向为平面艺术设计。

创作时在纸上绘制出一比一的草图。随着时代的变迁,现代人眼中的“卡通”常与“动画”联系在一起,受众群体多为儿童。卡通形象通常指漫画、卡通片中所塑造出的艺术形象,儿童食品包装中的卡通形象也有为传达商品信息、促进商品销售而专门设计的,这些卡通形象的设计多来源于现实生活,是运用夸张、变形等手法创作出来的。

2.2 卡通形象在儿童食品包装设计中的作用

卡通形象作为设计元素在儿童食品包装设计中出现,不仅为特色各异的儿童食品穿上了一件又一件活泼可爱、时尚新颖的卡通外衣,同时也为整个儿童食品包装设计行业注入了新的活力。其应用打破了儿童食品包装单一、呆板的设计形式,极大的丰富了儿童食品包装设计的表现形式和设计内容,更加符合儿童消费者的喜好和审美需求。将具有特殊感染力和生命力的卡通形象运用于儿童食品包装设计中,不仅能够提升儿童食品包装的艺术表现力,活泼生动的卡通形象也较为容易唤起儿童对于美好事物的联想,使儿童在购买食品的同时得到精神上的享受。另外,造型奇特新颖、色彩丰富多变的卡通形象,能够吸引儿童甚至成人的目光,这在一定程度上也可以激发他们的购买欲望。与此同时,将卡通形象拟为企业产品的宣传媒介之一,也在逐渐成为促进商品销售以及提升品牌形象的重要手段。

2.3 影响儿童食品包装中卡通形象设计的因素

儿童的消费心理、审美观点等影响着儿童食品的包装设计,它们之间既存在相互制约的现状,又有着相互促进的关系。儿童时期是人生发育的早期阶段,儿童的消费心理和审美观点都与成人有着显著的区别。一般而言,儿童对事物的认识主要来自生活经验,通常由直接的感官刺激引起,对商品的注意和兴趣,主要来自于商品外观因素的影响,如商品外包装的色彩、图案、造型、文字等^[1]。儿童作为一个特殊的群体,他们特有的感性消费心理和审美观点,就要求儿童食品包装设计要善于运用色彩、造型、图案及文字语言来打动这群小消费者。随着卡通动漫的兴起,形形色色的卡通形象深受儿童的喜爱,运用这些卡通形象进行儿童食品的包装设计,既能将他们带入卡通故事的美好情景中,使他们在享用美食的同时尽情享受快乐的童年,也能够更好地体现儿童食品包装的独特魅力和与众不同。总之,儿童食品包装设计要始终

站在儿童的立场上思考,这样才能设计出真正适合并且受儿童欢迎的食品包装。

3 卡通形象在儿童食品包装设计中的应用研究

3.1 卡通形象在儿童食品包装设计中的应用现状

儿童食品包装中的卡通形象大多源自动画片、卡通漫画、卡通电影或电视节目,这也是人们熟识卡通形象的主要渠道。常出现在儿童食品包装中的卡通形象有米老鼠、唐老鸭、Kitty猫、旺仔等。对比分析这些常见于儿童食品包装上的卡通形象,可以将其归纳为两类。

一是从儿童熟悉和喜爱的卡通片里直接提取的。如机器猫哆啦A梦、小熊维尼等,都是提取自儿童所熟知并喜欢的卡通片中,因为这些卡通形象本身就已经具有相当大的宣传力和影响力,经过提取再设计应用于儿童食品包装上,容易使这类儿童食品从无数的食品中脱颖而出。甚至有很多小朋友可能根本不在乎包装里究竟是不是装有自己喜欢吃的食品,他们购买某些食品是因为他们是那些卡通形象的忠实粉丝。这些有卡通的食品通常也较容易被他们接受,并融入他们的娱乐生活。

二是根据食品自身特点构思再创的。如旺旺、娃哈哈等,这类卡通形象多是综合食品生产企业的背景和食品自身特征等影响因素设计创造出来的。在这个过程中,即要做到投儿童消费者所好,又要兼顾品牌形象等硬性因素的设计要求,相比前者而言,设计的难度系数较大,在公众熟识度上也不大占有先天优势。不过,这样的设计往往别具新颖性和独特性,通过这些特色鲜明的卡通形象设计,不仅增强了儿童消费者对该品牌的记忆,一旦取得他们对该品牌的信赖,这样的良好印象更会随之不断加深。

3.2 运用卡通形象进行儿童食品包装设计

1) 卡通形象与儿童食品包装设计的色彩关系。美国、日本研究人员经过长期的调查研究,认为形成视觉印象的构成要素有:色、形、文字和数字4种,且人类的视觉认知是以色、形、文字、数字的顺序而排定的^[2]。受人类视觉认知顺序的影响,色彩无疑是包装设计中最具影响力的因素,消费者往往在注意到商品的其他特征之前就先识别出它的颜色。正处于人生发育早期阶段的儿童,并未接受过系统的教育,对事物的认知

仍停留在观察表象的阶段,由此,儿童食品包装设计中色彩设计的重要性就更加不言而喻了。在儿童食品包装设计领域,常采用以原色为包装主要色彩基调的设计方法,这正是因为高明度、高饱和度的色彩不仅容易吸引儿童的注意力,同时还会激发他们的食欲。以此类推,将卡通形象运用于儿童食品包装设计中,也应当遵循这一设计要义。另外,儿童食品包装与其包装上卡通形象的色彩还存在着特别的指定关系,就像很多卡通形象都有它们的专属色彩一样,如Kitty猫的粉红色、机器猫的蓝色、米老鼠的黑色等,这些卡通形象在使用于儿童食品包装时,就充分考虑到了不同的儿童食品包装所遵循的色彩惯例、品牌标准色以及色彩潮流趋势等诸多因素。把握好两者之间色彩关系的同时,还要根据品牌自身的发展需要更新设计,规范卡通形象的色彩使用,以便更好地加深和巩固品牌形象。色彩不仅能够引起人们的心理及生理反应,还会对人的味觉产生诱导作用。比如橙黄色容易使人联想到橘子、橙子及其味道,紫色会使人联想到葡萄及其味道等,在儿童食品包装设计中,设计者不仅可以利用色彩寓意及特征创立品牌,还应该善于利用色彩原理进行设计。卡通形象与包装色彩口味设计见图1,波波仔的卡通形象作为整个儿童糖果



图1 卡通形象与包装色彩口味设计

Fig.1 Cartoon images and taste of packaging color design

包装的视觉中心,本身的形象设计就活泼有趣,再赋予灵活多变的色彩,并配合代表不同口味的包装底色,即使用最普通的盒型,一套生动可爱富有活力的儿童糖果包装也已经跃然眼前。

2) 卡通形象与儿童食品包装设计的图形关系。人们一定有过这样的消费体验,在购买商品时总是在阅读文字之前先观察画面,无论是插画还是照片都能给人留下印象,成人尚且这样,识字不多的儿童更加如此。基于这一前提,在为儿童设计食品包装时,就应更好地利用图形这一设计契机,有效地设计各种容易引

起儿童视觉兴奋的图案图形(卡通形象)。将卡通形象运用于儿童食品包装设计中比较常见的方式,就是以卡通形象作为该类商品的宣传媒介之一,用以品牌的宣传和推广,促使其成为该品牌个性的代表和化身。设计者们将不同的性别、姿态、外貌、衣着、肤色、表情赋予卡通形象,并通过调整其在包装中的平面布局和设计风格,使它们传达出诸如活泼、乐观、幸福、自信、强壮等各不相同的性格品质。众所周知,学龄前儿童的消费行为往往受家长主观意愿的影响,家长总希望自己的孩子健康、快乐的成长,希望自己孩子所食所用的都能具有正面意义或教育作用,受类似消费心理的驱使,家长们在为孩子选购儿童食品时,对于某种儿童食品的信任感往往会和包装中的卡通形象紧密地联系起来。如果儿童食品包装中的卡通形象体现出健康向上的品格特质,那么这款包装就容易博得消费者(家长)的认同,这类卡通形象也会随之受到男女老幼各类人群的普遍喜爱,甚至可以突破文化差异的种种障碍。此时,消费者购买这类儿童食品,则不仅仅是为了品尝味道,更多是为了追求精神上的需求和满足。在儿童食品包装设计中,可运用的图案图形还包括一些基本的平面元素,如几何形状、线条、符号等,它们为设计提供了无限性。包装底图与卡通形象的关系见图2,

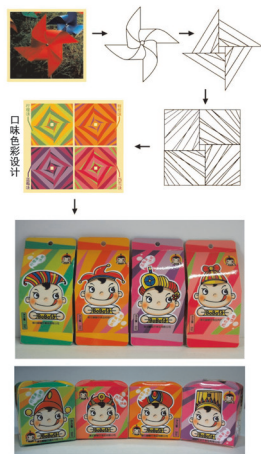


图2 包装底图与卡通形象的关系

Fig.2 Relationship between packaging base map and cartoon images

由风车的基本型重构组建的色线底纹,与造型各异的卡通形象搭配设计的儿童糖果包装,即恰到好处地将儿童喜闻乐见的卡通形象运用到了包装设计中,同时很好地体现了儿童糖果包装的与众不同。总之,在儿

童食品包装设计过程中,卡通形象的应用要符合人们的视觉和审美习惯,同时还必须根据包装的需要合理搭配,如将卡通形象作为包装的视觉重点,则需注意主次分明,主次关系的表现应遵循特定的比例和尺度关系,使消费者在远距离就能够首先看到这一设计要素,从而第一时间抓住消费者的视线。

3) 卡通形象与儿童食品包装设计的结构、材料关系。儿童食品包装常使用的材料包括纸、塑料、金属等。其中,纸张作为食品包装材料具有易塑形、经济实用、便于运输、环保等特点,成为食品包装的首选。因纸张还具有易于印刷的优势,使其成为了展示卡通形象的良好材料,它的柔韧度也为更多新颖的包装结构造型提供了方便。设计有卡通形象的儿童食品包装往往具有灵活多变的造型,再搭配独特有新意的开启方式,无疑为成长阶段的儿童提供了开发智力的良好机会。儿童的天性使其对未知事物具有无尽的好奇心,设计者应该利用儿童喜欢尝试新鲜事物这一特点,充分挖掘儿童的心理特征和认知习惯,根据儿童的喜好进行儿童食品包装设计。运用儿童喜闻乐见的卡通形象进行儿童食品包装的造型设计,不仅可以满足儿童的好奇心,也容易加深消费者(儿童)对商品品牌的印象和认知度。这一设计目标的实现,正是儿童食品包装艺术性与技术支持、科学指导充分结合的体现。另外,作为包装设计者尤其是儿童食品包装设计者,除了应该注意满足食品包装的功能,还应优选环保材料进行包装盒型结构设计,保证食品包装选材安全性的同时,尽量使设计符合儿童食品包装的功能需求,并通过设计将卡通形象出色地展现出来,让消费者(儿童)喜欢并认可,见图3。



图3 卡通形象与包装的结构关系

Fig.3 Relationship between cartoon images and package structure

4 结语

将卡通形象运用于儿童食品包装设计似乎已经成为一种现象,针对儿童的兴趣点找寻相关的卡通形象设计元素,结合儿童和家长的消费心理进行设计和创作,跟随社会的发展变化不断创新,既可以丰富儿童食品包装的视觉表现,也能够实现其艺术价值。儿童食品包装的创作过程是设计多样化的统一,需要将艺术性与科学性相结合,在满足儿童消费者心理需求的同时,还要具备一定的教育意义,使儿童能够在参与消费的过程中也得到智力的开发与提升。在此基础上,跟随社会的发展和人们审美水平、审美需求的变化及时更新设计,灵活运用多种多样的设计元素,融会贯通、与时俱进、努力创造,这样才有可能设计出既有品牌意识又美观大方、方便实用并受广大消费者欢迎的儿童食品包装。

参考文献:

- [1] 许娜.儿童产品包装中卡通形象的运用研究[D].上海:华东师范大学,2010.
XU Na.Research on the Application of Cartoon Image to Child Product Packaging[D].Shanghai:East China Normal University,2010.
- [2] 米满宁,严屏.食品包装探议[J].装饰,2005(11):113.
MI Man-ning, YAN Ping.Discussion of Food Packaging Design[J].Zhuangshi,2005(11):113.
- [3] 王安霞.包装形象的视觉设计[M].南京:东南大学出版社,2006.
WANG An-xia.Image of the Visual Design of Packaging[M].Nanjing:Southeast University Press,2006.
- [4] 朱智贤.儿童心理学[M].北京:人民教育出版社,2003.
ZHU Zhi-xian.Child Psychology[M].Beijing:People's Education Press,2003.
- [5] 吴卫,肖晟.色彩构成[M].北京:北京理工大学出版社,2006.
WU Wei, XIAO Sheng.The Color Composition[M].Beijing:Beijing Institute of Technology Press,2006.
- [6] 费希尔·凯瑟琳.儿童产品设计攻略[M].上海:上海人民美术出版社,2003.
FISHER Katherine.Children Product Design Raiders[M].Shanghai:Shanghai People's Fine Arts Press,2003.
- [7] 蒋尚文,龙英.论儿童食品包装设计中的味觉感[J].装饰,2005(7):84.
JIANG Shang-wen, LONG Ying.On Sense of Taste in Packaging Design of Children Food[J].Zhuangshi,2005(7):84.