

## 绘画元素在包装设计中的运用研究

杨宇

(湖南涉外经济学院, 长沙 410205)

**摘要:** 在分析绘画特性的基础上, 阐述了包装设计与绘画的关系, 并对包装设计中绘画艺术的使用和发展进行探究。提出了将绘画运用在商品包装上的各种运用形式, 使得商品包装更具艺术性和时代性, 最大程度地彰显了品牌个性, 进一步促进了商品的销售和流通。

**关键词:** 绘画元素; 包装设计; 运用研究

**中图分类号:** TB482    **文献标识码:** A    **文章编号:** 1001-3563(2013)16-0115-04

### Research on the Use of the Painting Elements in Packaging Design

YANG Yu

(Hunan International Economics University, Changsha 410205, China)

**Abstract:** Based on the analysis of the painting features, it elaborated the relationship between packaging design and painting, and explored the use and development of the painting art in packaging design. It proposed various use forms of painting used in the packaging of merchandise, made merchandise packaging more artistic and times, maximally highlighted the brand personality, to further promote the sales and distribution of merchandise.

**Key words:** elements of the painting; packaging design; use of research

随着人们生活水平的不断提升, 消费成为一种潮流与时尚, 人们的物质生活越来越丰富, 包装设计已经成为提升企业竞争力的一个重要因素, 人们已经从直观上将包装与产品联系在一起, 包装成了产品的直接形象。消费者在购买的过程中, 包装成为最直接的选择因素之一<sup>[1]</sup>。这就对包装设计提出了更高的要求, 只有更为新颖、更有个性、更有内涵的包装, 才能体现出现代设计的感染力。将绘画元素运用于包装设计, 能把更深层次的文化内涵融入包装设计中, 使包装更有魅力, 利于产品的销售。

### 1 绘画的特性

绘画是指将三维的空间事物, 以墨和颜料等为原材料, 用刀、笔等工具表现在某一平面物体上。绘画的目的是通过构思、作图、着色等手法, 使创造的图形具有一定的艺术或者审美价值<sup>[2]</sup>。根据角度的不同可以将绘画分为不同的种类, 例如根据材料和技法分为

国画、水彩画、油画或者版画等; 根据题材又可分为动物画、风景画、人物画等; 根据画面的形式分为组画、单画、连环画等类别。

### 2 绘画与包装设计的关系

包装是商品的外在表现形式, 而包装设计则是对这种表现形式的设计和策划。在设计中使用文字、图形或者是其他的色彩元素来表现商品。包装设计和造型艺术都是一种空间艺术, 它们有着密切的内在联系, 不懂造型设计、缺乏审美修养就不可能完成包装设计。而要完成一个好的包装设计, 需要的不仅仅是绘画的功底, 还需要懂得广告、光影、文字图形的设计, 掌握包装材料和工艺等学科的知识<sup>[3]</sup>。除此之外, 市场经济学、审美心理学等都是必不可少的需要掌握的学科。所以这两者其实还是存在本质上的差异, 不能将绘画与包装设计完全等同起来。

其实在包装设计中, 绘画更多的是隐性的因素,

收稿日期: 2013-01-07

作者简介: 杨宇(1979—), 男, 湖南长沙人, 硕士, 湖南涉外经济学院讲师, 主要从事艺术绘画创作和设计科学、文化方面的研究。

是用来表现意境和情趣的,是人们外在形体空间的认识和内在审美的相结合,是个人的视觉感受,它从根本上培养的是设计人员的造型素养。从观察、想象等多个审美的角度,不断开拓着人们的思维空间和创新能力,就像喝牛奶一样,从内到外滋养着包装设计者的修养和素质,提升他们设计的体格和能力,这也是创新设计的坚实基础和基本条件。

伴随现代社会的发展和进步,绘画作品所表现的美和实用之间的联系逐渐紧密,考虑到生活对于艺术的需要,可以高效展示美的绘画艺术开始在包装上出现。这些作品具有的艺术价值,使商品价值得到较大的提升,同时这也是传达和渲染文化,使人们深深地感受到美的存在。宋河集团选择张择端《清明上河图》为宋河粮液酒的包装背景,见图1,生动形象地展



图1 宋河粮液酒的包装背景

Fig.1 Packaging background of Song liquid food wine

示了浓厚的历史以及中国独特的酒文化<sup>[4]</sup>。体现传统精神、文化内涵以及审美情趣的中国传统画的合理使用,使我国本土商品显得更具有考究性、传统性。精致的画面,高雅的格调,提升了商品的文化气息及深度<sup>[5]</sup>。法国某威士忌采用一幅骑士骑着战马、高举战刀的油画作为该商品外包装的图形,油画细腻优雅,与欧洲特有的艺术气息相吻合,同时法国人对画面内容十分熟悉,容易引起他们的回忆及自豪感,其他国家消费者也会产生兴趣和好奇心,这使该酒大受欢迎。所以,将绘画作为包装的图形背景,通俗又不失格调,容易被大众接受和喜爱,其不仅具有视觉效果还富有强烈的感染力。

### 3 绘画形式在包装设计中的多种体现

#### 3.1 纯美术绘画形式

纯美术绘画形式是包装设计的一个常用技法,它

一般采用油画、国画、水彩画或者素描等正规的绘画形式<sup>[6]</sup>。这些纯美术绘画的形式,可以直接传达包装设计的视觉感受,并在不同的包装设计中被广泛应用,成为商品包装不可缺少的构成要素。

1) 水彩画形式。包装设计中经常用到水彩画的表现形式。色调明快、神秘浪漫而又轻快淋漓的表现特征,决定了水彩画在包装设计中的重要作用。采用浪漫的田园风格的水彩画作为西方的系列茶具或者咖啡,以及精美的小吃等商品的包装设计,给人清新高雅的纯美感受,让人沉浸在浪漫自然的乡村美景之中,此时的茶饮让人惬意而忘形,见图2。



图2 水彩画形式包装

Fig.2 Packaging of watercolor form

2) 油画形式。油画注重表现事物的质感和空间,它厚重浓郁的色彩、生动严谨的造型,给人以真实逼真的感受,也让视觉上更为直观。这种油画形式的包装设计,一般用在表现商品实物的包装上,见图3。现



图3 油画形式包装

Fig.3 Packaging of painting forms

形式,主要是为了体现笔画和线条的优美技法,给人以独特的视觉感受。在使用彩色笔表现形式作画时,无论选用何种画笔,都不能将层次画得太多,只需在底色上用合适的颜色进行搭配,画出简单的线条就可以了<sup>[7]</sup>。一般用彩色笔表现素描画时,画面中只需注

重色彩的渐变和光线的改变,就可将彩色笔绘画表现得更加完美,见图4。



图4 彩色笔形式包装

Fig.4 Packaging of color pen form

### 3.2 归纳概括形式

包装设计中最能体现绘画多样性的表现形式就是归纳概括法,这种表现形式主要体现在对商品的特征、光影效果和外在形态进行总结和凝练,去粗取精,删繁就简,使绘画更加有秩序和条理。从商品的本质形态和主要特征出发,将多余繁琐的细节去除,使得画面更为直观,也更加单纯明快,给人简单而完整的感觉。画面既具有一定的三维特征,又更有装饰效果,让人以更加典型、突出和富有美感的视觉享受,也能强烈刺激人们的眼球,达到设计效果的最大化。

1) 写实归纳。写实归纳的表现特征是在二维的平面效果中表现三维立体的客观事物,它是装饰色彩的一种全新的表现方式。人们的感受是包装色彩的基础,但是如何处理理性的表达和固有色之间的关系也是非常重要的。画面简约而不简单,内涵丰富而不繁琐,是写实归纳的本质。这种技法的运用使设计师跳出了商品本身或者其他客观因素的影响,艺术的发挥空间更加广阔,思想的飞翔天地更加无限,也使设计师能有更多的突破和创新,随心所欲地驾驭着色彩去追求独特的艺术美,敢于突破所有的传统去追求一个全新的艺术天地。采用不同的技法进行写实归纳,其作品的效果与风格也是截然不同的。国际包装市场恰恰就是利用这一点对商品进行包装设计,来展示商品不同的特征和特性,见图5。

2) 平面性归纳形式。以平涂的手法进行装饰语言的表达,以追求平面的艺术形式和效果的手法就是平面性归纳法。设计师在包装设计的过程中采用富含现代美的插图来进行表现,这是为了满足现代人的



图5 写实归纳

Fig.5 Realistic induction

审美需求,同时也是为了将复杂的商品形态精炼得更简单、凝练,使得商品的信息能表达得更明确,设计更具美感和时代意义。例如,在冷冻饮品包装市场,将苹果、草莓、香橙等直接表现在果味饮品的外包装上,其实就是一种平面归纳手法,这种设计给人直观的感受,准确传达出了商品的信息,见图6。



图6 平面性归纳

Fig.6 Planarity induction

3) 夸张手法图形的应用。在包装设计中,图形设计是一种高难度的设计艺术,它通过对事物的外形、表情、动作、环境、场景等诸多要素进行夸张,来引起消费者注意。图形设计不仅仅追求的是赏心悦目,同时更注重情趣的延伸和渲染。而夸张图形设计就是用夸张的渲染和精炼的写实,赋予设计丰富的内涵和情趣。这种图形设计要能够兼容并蓄,能随意改动或者添加。具象夸张是浓厚的,而抽象夸张是淡泊的,能将平淡的事物渲染成浓厚的色彩才是真正的艺术实力,夸张得让人不得不相信,不能不喜欢。

## 4 结语

总之,绘画在包装造型设计中发挥着重要作用,

可以说,包装设计对绘画能力和基本功的要求很高,这和文学学习中先从字词句学习逐步到文章写作是一个道理,因此,设计师需要通过对绘画基本功的锻炼来提升自我,使得自身的审美修养和造型能力得以逐步提升,从多角度、多方面来培养绘画技法,从而从整体上提升作品的感染力。

### 参考文献:

- [1] 黄强苓.现代艺术设计的发展主流与中国包装设计的民族性[J].包装工程,2004,2(3):385—386.  
HUANG Qiang-ling.The Developing Mainstream of Modern Art Design and the Nationality of China Packaging Design[J].Packaging Engineering,2004,25(3):385—386.
  - [2] 毕凤霞.传统文化元素在现代包装设计中的应用[J].包装工程,2010,31(18):275—276.  
BI Feng-xia.Application of Traditional Culture Elements in Modern Packaging Design[J].Packaging Engineering,2010,31(18):275—276.
  - [3] 楼正国.传统民间艺术在包装设计中的运用[J].包装工程,2007,28(15):173—176.  
LOU Zheng-guo.Application of Traditional Folk Art in Packaging Design[J].Packaging Engineering,2007,28(5):173—176.
  - [4] 郝淑惠.中国传统图形与现代包装设计[J].河套大学学报,2007(1):55—56.  
HAO Shu-hui.Chinese Traditional Graphic and Modern Packaging Design[J].Journal of Hetao University,2007(1):55—56.
  - [5] 陈顺民.浅析现代包装设计中的传统之美[J].考试周刊,2009,29:255—256.  
CHEN Shun-min.Modern Packaging Design Traditional Beauty[J].Exam Week,2009,29:255—256.
  - [6] 王晓玲.商品包装设计之我见[J].商场现代化,2007,27:163—165.  
WANG Xiao-ling.Packaging Design I See[J].Market Modernization,2007,27:163—165.
  - [7] 傅志毅.中国设计评判的现状与思考[J].韶关学院学报,2011(9):96—98.  
FU Zhi-yi.Chinese Design Evaluation and Reflections on the Present Situation[J].Journal of Shaoguan University,2011(9):96—98.
- 
- (上接第110页)
- 2006,27(1):8—10.  
QIN Sui-ming,DING Yuan-yuan.The Developing Trend of Visual Communication in Advertising[J].Packaging Engineering,2006,27(1):8—10.
  - [2] 朱琪颖.标志设计的动态化发展研究[J].包装工程,2009,30(4):26—29.  
ZHU Qi-ying.Research on Dynamic Development of Logo Design[J].Packaging Engineering,2009,30(4):26—29.
  - [3] 陆一文.图形设计中的“显著点”[J].包装工程,2012,33(10):46—51.  
LU Yi-wen.Graphic Design of "Significant"[J].Packaging Engineering,2012,33(10):46—51.
  - [4] 陈岩,唐建.论艺术设计的全球化与中国文化[J].建筑与文化,2010(10):112—115.  
CHEN Yan,TANG Jian.On the Art Design of the Globalization and Chinese Culture[J].Architecture and Culture,2010(10):112—115.
  - [5] 张宏.书籍装帧中的文字版式设计[J].湖南包装,2007(1):1—2.  
ZHANG Hong.The Text in the Book Binding Design[J].Hunan Packaging,2007(1):1—2.
  - [6] 闫利霞.试论展示空间设计的趋势与构成[J].内蒙古科技与经济,2006(22):2—6.  
YAN Li-xia.On the Display Space of the Design Trend and Structure[J].Inner Mongolia Science Technology and Economy,2006(22):2—6.
  - [7] 刘玲玲.字体、空间留白和色彩在平面设计中的运用[J].中国新技术新产品,2010(3):25—26.  
LIU Ling-ling.Application of Typeface,Space Blank and Color in Graphic Design[J].China New Technology and New Products,2010(3):25—26.
  - [8] 马莉,王琳,汤荣春.线条艺术及其发展探究[J].桂林航天工业高等专科学校学报,2011(1):31—33.  
MA Li,WANG Lin,TANG Rong-chun.Line Art and Its Development Exploration[J].Journal of Guilin College of Aerospace Technology,2011(1):31—33.