论雕塑对包装容器设计的影响

漆竞舟，戴勇红
（湖南工业大学，株洲 412007）

摘要：目的 通过研究雕塑语言在包装容器设计中的深化应用。**方法** 从论述雕塑艺术的线条、色彩、文化、意境四个方面对包装容器设计的影响，以便更好地体现包装容器的造型特色，增强容器包装的吸引力，使商品的文化内涵达到深化。**结论** 在这样一个日益竞争激烈的设计时代，包装容器设计只有吸收各种艺术手段才能形成突破与创新。

关键词： 容器包装；雕塑；设计
中图分类号：TB482 **文献标识码：** A **文章编号：** 1001-3563(2014)14-0133-04

Influences of Sculpture on Packaging Container Design

QI Jing-zhou, *DAI Yong-hong*
(Hunan University of Technology, Zhuzhou 412007, China)

ABSTRACT: Objective To study the deep application of sculpture language to packaging container design. **Methods** It analyzed the influences four aspects of sculpture art lines, color, culture, artistic conception on packaging container design, in order to better reflect the packaging container modeling features, enhance packaging attractive, and make commodity culture connotation to reach deepen. **Conclusion** In such a competitive design era, only packaging container design absorb various artistic means can create breakthrough and innovation.

KEY WORDS: packaging container; sculpture; design

伴随着人们生活水平的进一步提高，设计艺术越发体现出个性化、艺术化、科技化等特色，也越来越广泛地受到人们的重视。包装设计作为一种文化形态而存在，不仅仅是物质需求和精神文化的表现，同时其自身也独具魅力及文化内涵。在现代包装设计中，包装容器的造型注重商品特性的传达。作为一种营销手段，打造产品特殊风格魅力，这就需要借鉴雕塑艺术，探讨其在包装容器设计中的运用，以便更好地突出包装容器的造型特色，这对于现代包装容器设计来说有着深层次的意义。

雕塑中的“雕”和“塑”，是指借用专用工具，对材料施行雕、刻、磨、堆、砌等手段，以削减或添加的办法加工成艺术造型[1]。雕塑是立体的、空间三维感极强的造型艺术，化妆品、酒类及饮料等现代容器包装受其影响颇深，雕塑容器不仅具有功能性，还兼有美化性及装饰性，使产品自内向外流露出雕塑的神韵，因此，在包装容器的设计过程中恰到好处地运用雕塑语言，容器造型会更具魅力，同时也方便了产品的推销[2]。但是，借鉴与运用雕塑艺术并非将雕塑造型或多或少地移植到包装容器上，也不是机械的复制

收稿日期： 2014-02-19
作者简介： 漆竞舟(1977—)，男，湖南株洲人，硕士，湖南工业大学讲师，主要从事艺术设计方面的研究。

或拼凑，这里从4个角度分析如何把雕塑语言运用到容器包装设计中，以提高容器包装设计品味、质量及创新性。

1 线性元素

线条具有抽象性与概括性的造型特点，它是雕塑的语言之一，西方古典雕塑线条是准确具体的，中国古代雕塑线条是浑厚简练的，雕塑家中布郎库西的线条是简洁犀利的，莫迪格利阿尼的线条是婀娜优美的。在包装容器设计中，其基本形主要是方体、锥体、圆柱体、球体等，利用线性元素来设计现代容器包装，应在其大概形体上再根据具体功能要求来打造其造型，借鉴雕塑艺术是为了有所突破与创新，最根本的目的是为了丰富包装容器基本形，而不是破坏其本质与特性[3]。

运用雕塑语言线条的例子较多，见图1，如兰蔻璀璨香水从瓶型的高窕上来看就足以吸引人们的目光，整体形状类似圆柱体，瓶身刻有垂直条纹，轮廓分明的垂直刻面倒映着梦幻迷离的魅惑光影，新锐的风格、大胆的创意淋漓尽致的体现其中。这款香水包装主要迎合现代女性复杂而成熟的生活风格，完美展现现代女性的活力与胆识。由此可见，真正独特出众、能够吸引消费者的产品包装，是既体现其品牌特色又能满足消费者的需求。而作为世界最知名的香水之一——香奈儿5号，见图2，其有状如宝石切割般形态的瓶盖、透明水晶的方形瓶身造型，线条干净简洁，标签白底黑字无任何装饰，在崇尚富丽繁华的当时，香奈儿以简洁、纯净的风格打动了无数女士的心。

图1 兰蔻璀璨香水

Fig.1 Lancome bright perfume

图2 香奈儿5号

Fig.2 Chanel No. 5

一件容器包装从设计开始便有了线作为外衣，因为物质存在的外轮廓都离不开线条的表达，但设计行为表现于包装容器上的并非只是简单的几条线，而是深厚历史积淀中所散发的民族审美情感和个人审美体验，这种情感和体验在人的主观力量的作用下会产生良好的效果[4]。

2 色彩元素

在容器包装的创作中合理运用色彩元素的表现语言，能够为作品增添一些光彩，就好像添加了一件华美的外衣，传达了新时代的精神，同时以更为丰富的视觉效果和情感满足心理要求。包装容器的色彩美可以借鉴雕塑的简洁、本色。例如酒桶酒、鼓酒，保留了地方特色的木质固有色，使其在视觉上区别并超越一般商品容器而得以成功推销。包装的色彩设计，要围绕特定的主题思想，从整体入手，符合简练、个性、美观的准则，体现商品的特性和消费价值[5]。在设计中，巧妙应用色彩感情的规律，充分发挥色彩的暗示作用，消费者面对富于启发性的色彩语言与形象，会产生种种联想和想象，呈现出积极、主动认识商品的心理活动。

高田贤三火红一枝花系列香水容器包装设计，见图3，瓶身采用了倾斜设计，火红罂粟花印于其上，晶莹剔透中传达罂粟花既简单又优雅的形象，火红、奔放的色彩，强烈表达出浓郁的奔放气氛。泸州老窖国窖系列的容器包装带有特殊的地位和特定的内涵，其包装设计从造型、材质、色彩、寓意等方面都应有相应的深度和层次，例如在设计方案中，“国窖魂”系列以黄色、褐色为主色调，既清新又典雅；“老窖古韵”系

图3 高田贤三火红一枝花系列香水

Fig.3 Kenzo red flower series perfume

列，以大红、墨绿、浅褐为主，古色古香中透露着一股稳重；“国窖樽”以黄、褐、棕、金色为主，深奥中隐藏着高贵的气质；“国窖天香”系列则以宝石蓝、白、银色为主，传达着祥和、优雅之感，虽然每组的用色侧重点有所不同，但与内外包装完美结合，体现了其商品品质及价值。

在设计现代容器包装的色彩时，要更好地发挥雕塑艺术中的色彩特点，掌握色彩美的规律，创作出既具有东方色彩又具当代气息的作品，使中国的现代容器包装在丰厚的历史文化积淀中得以传承与发展，在这样的氛围下包装设计艺术才能够更长远的发展，以独特魅力屹立于世界[6]。

3 文化元素

满足物质与精神功能的同时，容器包装还会潜移默化地传递给人们一种文化启迪，从而对人们的生活方式、审美情趣、道德修养产生或大或小的影响。文化作为一种独特的精神世界的创造，同时文化这一概念延伸到设计的方方面面，雕塑历史文化的丰富和多样为现代包装容器设计提供了广泛的灵感要素，将包装容器的内涵推向了更深的层次，从而成为商品文化的传达和延续[7]。

如著名的景德镇烧酒，其整个包装容器古朴、简洁，瓶身的花纹运用了中国传统艺术中的青花瓷，生动形象地刻画了景德镇烧酒所传达的文化内涵，意喻其久远的历史文化气息[8]。整个造型运用雕塑的表现手法加以塑造，散发着一种浓厚神秘的古代东方文化气息，其造型运用现代雕塑工艺技法，体现出一种现代科技美，整个容器造型既传统又不失现代品味。品味景德镇烧酒，品的是景德镇传统艺术与酒文化的完美结晶，品的是中华5000年发展历程的传奇故事。又如中国豪酒的包装容器设计运用了中国线装古书式样的酒瓶，打破了所谓传统意义上的容器造型设计，并巧妙地将书法元素运用其中，瓶身一个工整“豪”字铿锵有力，整体的文字编排错落有致，予以人们强烈的视觉效果，仿佛将人带到了远古时代。

4 意境元素

除了以上所述元素外，把包装容器的艺术美推向最高境界的便是“言有尽而意无穷”的意境。意境概念是源自佛教的“境界”，属于中国古典美学的范畴，是儒、释、道等中国传统文化精髓集中的表现。意境论本质上是超离现实的精神运作，它“因心造境，以手运心”，自然而然地浮现出人生的境界及生活的意义[8]。在文化内涵方面可以与大众达到更好的互动；在设计理念上，有意境的包装设计往往更加注重人类的精神层面，其自身有很强的生命力和活力。

包装容器设计的意境指运用美学原理对容器造型进行艺术化的设计，同时赋予包装容器以新的形态意蕴，通过艺术的再塑造，意象具有审美特征的同时又具备某种精神上的意蕴，通过艺术性的语言和形象来表现意境，在有限的艺术形象中传达出无限的韵味，通过创新的简单造型引发出丰富的内在涵养，以达到意无穷的境界[9]。例如千年蜀王酒的容器包装呈现出一股新奇之感，见图4，其借鉴中国传统雕塑艺术中的四川广汉三星堆的人物造型，来体现一种远古东方文化的意境，在浓烈传统色彩的覆盖下，传统的艺术与现代艺术相结合，将酒的文化意境推到了一个较高的平台，反映了人们心中的“好马配好鞍”的概念，

图4 千年蜀王酒

Fig.4 Millennium Shu King wine

其仿佛是经历了千年历史的洗礼，透露出一股灵性，表现出一股原始、粗犷之美，同时也包含丰富的信息和具有一定的装饰作用，可以用来陈述感知的东西，甚至是故意让人们体会那种只能意会而不可言传的感觉，给人以含蓄的意境。

5 结语

雕塑艺术是人类智慧的结晶，研究与探讨容器包装的雕塑化设计不仅有助于以现代理念和表现手法宣传雕塑艺术，同时赋予容器包装设计更多寓意，使现代容器包装设计得以更长远的发展[10]。

由此可见，雕塑艺术赋予现代容器包装设计更宽广的发展前景和更深远的文化底蕴，现代容器包装将艺术与技术完美结合，达到功能性与装饰性的统一。雕塑语言的运用，不仅仅为容器包装创造大量的设计灵感元素，且把它自身的精神魅力赋予现代容器包装上，因此，在这样一个日益竞争激烈的设计时代，容器包装设计只有吸收各种艺术手段才能形成突破与创新。

参考文献：

[1] 刘启越.中国传统雕塑艺术史[M].海口：海南人民出版社，1998.
LIU Qi-yue.Chinese Traditional Sculpture Art History[M].Haikou：Hainan People′s Publishing House，1998.

[2] 杨宗魁.包装造型设计[M].北京：中国青年出版社，1998.
YANG Zong-kui.Packaging Design[M].Beijing：China Youth Press，1998.

[3] 张杰.现代包装艺术设计[M].北京：知识出版社，2006.
ZHANG Jie.Modern Packaging Art Design[M].Beijing：Knowledge Press，2006.

[4] 李勇.包装设计中语意属性的运用[J].包装工程，2009，30(1)：141—143.
LI Yong.The Use of the Packaging Design of the Semantic Properties[J].Packaging Engineering，2009，30(1)：141—143.

[5] 张军.包装色彩设计的固有色及其突破[J].装饰，2012(11)：85—86.
ZHANG Jun.Packaging Color Design Color and Its Break-through[J].Zhuangshi，2012(11)：85—86.

[6] 文杰，李方方.产品愉悦感与色彩感觉关系探讨[J].包装工程，2010，31(2)：55—57.
WEN Jie，LI Fang-fang.Product Pleasure and the Relation-ship of Color Feel[J].Packaging Engineering，2010，31(2)：55—57.

[7] 李晓男.中国现代包装设计中蕴含的传统文化元素[J].湖南科技学院报，2010(11)：34—36.
LI Xiao-nan.Chinese Modern Packaging Design with Traditional Culture Elements[J].Journal of Hunan University of Science and Engineering，2010(11)：34—36.

[8] 易帅.浅议清代葫芦器的造型艺术对现代包装设计的启示[J].大众文艺，2010(4)：25—27.
YI Shuai.On Qing Dynasty Hoist Converter Modeling Art in Modern Packaging Design[J].Popular Literature，2010(4)：25—27.

[9] 李檬，王安霞，邓丽.感官设计理念在包装设计中的应用[J].包装工程，2008，29(3)：128—129.
LI Meng，WANG An-xia，DENG Li.Application of Sense Organ Design Idea in Packaging Design[J].Packaging Engineering，2008，29(3)：128—129.

[10] 杨和维.陶瓷酒瓶包装与收藏的双重价值研究[J].包装工程，2008，29(10)：169—170.
YANG He-wei.Packaging and Collectiong Value of Porcelain Wine Container[J].Packaging Engineering，2008，29(10)：169—170.