现代包装设计对传统水墨语言的借鉴与结合

姚青华
（河南财经政法大学，郑州 450000）

摘要：目的 研究现代包装设计对水墨语言的借鉴与结合。**方法** 首先通过归纳法对水墨语言的表象及内涵进行了总结，并结合比较法分析了水墨艺术与包装设计的异同点，探讨了水墨文化介入包装设计的可能性；之后采用个案研究法，以特定的作品为对象，对其做全面、详细的审视与叙述。从笔墨、造型、色彩、构图以及意境营造5个角度研究现代包装设计对水墨语言的借鉴和运用。**结论** 得出水墨语言运用在包装设计中的发展现状、风格特征和具体表现手法，并提出包装设计未来实现本土化、个性化与国际化的途径。

关键词：包装设计；水墨语言；借鉴；结合
中图分类号：TB482 **文献标识码：**A **文章编号：**1001-3563(2014)16-0057-04

Reference and Combination of Chinese Ink Language in Modern Packaging Design

YAO Qing-hua
（Henan University of Economics and Law，Zhengzhou 450000，China）

ABSTRACT：Objective To study the reference and combination of Chinese ink language in modern packaging design. **Methods** Firstly，to conclude the appearance and the connotation of ink by inductive method，then to compare ink art and packaging design and analyze the similarities and differences between them，to discuss the possibility of Chinese ink culture get involved in the packaging design. Afterwards，to do a comprehensive and detailed examination and description on the specific works by using the case study method.Study how the modern packaging design integrate with reference to Chinese ink language through five parts，respectively ink，shape，color，composition and artistic conception building by combing the theoretical research and case analysis. **Conclusion** It drawn the development status，style characteristics and specific performance practices of the ink using in the packaging design and pointed out that the way of packaging design to achieving localization，personalization and internationalization of it.

KEY WORDS：packaging design；Chinese ink language；reference；combine

当代社会呈现出高度现代化、信息化的特点，新思想、新观念以及国外各种艺术思潮的涌入对中国的传统文化带来了巨大的冲击，不同艺术门类之间的相互渗透和交叉融合已成为历史的必然，包装设计师应对这一问题进行思考与回应。中国水墨艺术作为“这个地球上创作与欣赏人数最多的一种区域性艺术，也是20世纪80年代以来唯一未受到西方艺术话语强权控制的中国本土艺术[1]”，具有高识别度的形态，独特的创作手法和表现风格，承载着几千年的岁月积淀，刻着中华民族的烙印。“它在面对外来文化的冲击和

收稿日期：2014-03-02
作者简介：姚青华(1979—)，女，河南郑州人，硕士，河南财经政法大学讲师，主要研究方向为美术教育与视觉传达。

渗透的历史时刻，具有民族文化的传承者和保卫者的身份，体现了中国人对中华民族的集体归属感，自然成为维系社会稳定和积累文化的基本力量[1]。”包装设计中加入恰当的水墨语言，并不是为了重复过去，而是将传统水墨概念抽离出来，衍生出更广泛的作用，在保持本身特性的前提下，为包装设计开拓更广阔的探索空间，并且增添新的力量与生命。

1 水墨语言的表象及内涵

水墨画是中国传统艺术的表现形式之一，一般指用水和墨所作之画，也涵盖墨与少量色彩结合的作品。它在一定程度上体现中国传统文化，反映千百年来人们的审美理念和精神追求，蕴含深层次的精神内涵和象征意义。其所追求的和谐、节制、朴素和含蓄的思想与中国传统的绘画思想一脉相承，代表了中国乃至东方的哲学思想和审美理念。水墨语言即从传统水墨画表现中概括出最具代表性符号和内容的集合，如用笔、用墨、用色、构图、意境等等。

2 水墨文化介入包装设计的可能性

“包装设计本来就是一个需要不断创新的专业，一旦创新之源枯竭，那将会走入死胡同。树立自己的设计理念和设计风格，把现代设计与传统理念巧妙结合起来是当今包装设计的走向[2]”。中国现代包装设计在发展过程中，不但需要吸收西方优秀设计养分，也应注重传承中国优秀的本土文化内涵，努力探索本土语言。水墨元素与包装设计两个看似平行的艺术发展轨迹，其实存在着很大的互补。(1)二者都以二维空间为表现载体，都具有设计创意典型的构成性、几何性与抽象性，水墨画的点、线、面构成以及笔触的大小、浓淡、残缺、飞白、肌理等形式美特点对包装设计具有借鉴意义；(2)水墨艺术讲究皴法的多样性与统一性，注重墨色变化的丰富性以及墨晕和肌理的趣味天成，这种独特而又张扬的形式美感对包装设计具有学习价值；(3)水墨艺术的黑白色调具有强烈的装饰感，墨色丰富的层次与韵味具有简约而不简单的独特魅力，对包装设计中的单色或少色设计也有启示作用；(4)现代包装设计以三大构成为出发点，侧重于对形式元素的设计，往往忽略对情感的表达，中国传统水墨画十分注重画面的意境和气韵，表达作者的内在体验及思想，这一特点也值得吸取。“笔墨当随时代”，以水墨介入包装设计，能激发其与设计交流对话的可能性，使包装作品更具民族感召力，也使民族文化借助设计成果而得以彰显和弘扬。

3 现代包装设计对水墨语言的借鉴和运用

将水墨的特质和韵味运用到设计中，要根据设计目标与主题进行构思，合理运用水墨元素，彰显出传统与现代的和谐之美，实现古与今的对话。

3.1 “笔”与“墨”的运用

相对于西方绘画的再现性而言，中国画是带有强烈表现性的艺术形式。大自然在古人笔下，通过不断地概括、精简、提炼而化作各种笔墨程式，被固定并流传下来。这些水墨符号元素，不仅是中国人观察生活、表现生活的特殊手段，更是将传统文化精神嵌入现实生活情境的艺术形式。笔墨线条的各种表情变化，水墨氤氲产生的韵味和情感，以及随意洒脱的书写所代表的东方美学，引起人们心灵的震撼与共鸣。汾酒包装见图1，设计中以水墨符号——书法为切入点，赋予产品特殊的文化魅力。“书法是把汉字形态的线结构高度抽象化、纯粹化的一种升华，激发了汉字形态演变的活力。它通过汉字本身的不同笔画特征，把线质、方向、大小组成魅力无穷的视觉形式语言，强烈地、生动地、丰富地传递着一种独有的艺术美感。这种艺术美感对增强汉字在传统包装设计中的审美价值，发挥传统包装的民族风格魅力起着重要作用[3]。”“汾”、“酒”二字节奏感强烈，用笔湿润而流动，线条自由挥洒，展现着中国水墨的抽象形态美。青色字体与白瓷瓶本身相得益彰，通过控制用笔的快慢节奏、线

图1 汾酒包装

Fig.1 Fen wine packaging

条的粗细变化、用墨的枯湿浓淡，成就了线条的体积感和力量感，给人敦厚凝重、遒劲坚韧的感觉，向大家叙述着汾酒悠久的历史与书法千年的文化积淀。

3.2　水墨造型的运用

自古以来，意象造型的观念一直深深地影响着中国人的审美观，宋代艺术家苏轼曾说过："论画以形似，鉴于儿童邻。"近代大师齐白石也说过："太似为媚俗，不似为欺世，妙在似与不似之间[4]。"古典水墨画追求绘画性和心性，"水墨艺术本身如山、石、树的画法具有程式化和符号化的特征，并且世代相传"[5]，其造型的目的不是追求真实，而是强调灵魂的表达与精神的寄托，由此语言形式和造型手段是趋于程式化、符号化的。著名设计师陈幼坚的乌龙品牌饮料设计见图2，深受传统东方文化审美观念的影响，造型时采用水墨大写意的绘画方法，以墨笔勾勒出龙的造型，介于似与不似之间的抽象形象精准地概括设计的主题，并赋予产品高雅、深厚的东方韵味。正所谓"外师造化，中得心源"，现实的美必须经过画家主观情思的熔炼与再造才能成为艺术之美。

3.3　水墨色彩的运用

在现代商业中，包装不仅要简约还应凸显文化的高雅，营造一种历史文化的厚重感和形而上的意味[6]。中国古典美学讲求"大音希声，大象无形"，传统色彩观与自然宇宙、天人合一的观念相联系。水墨画中黑与白对比醒目，能营造出庄重、肃穆的意境，具有包容万象的气度，留给人们极大的空间去想象与理解。在图形创意和画面结构安排中，"因心造境"，"以情赋彩"，追求简约的水墨色彩，强调黑白灰层次的细腻变化，可丰富包装设计的表现形式及意象化的韵致。陈幼坚设计的竹叶青茶包装见图3，运用的水墨色彩朴素却极富张力。左边的设计采用黑白对比体现出"虚实相生"的哲学内涵，在视觉上给人强烈冲击的同时，暗示着宇宙间万物的阴阳脉动和"天人合一"的人生真谛。右边的设计则用老子的道德经作为创意的主轴，大道极简，黑白两色与道德经的核心内涵产生关联，成功地将附加的文化价值赋予产品。设计师对茶的体悟已超越简单的味觉刺激，而上升为一种深层次的茶道。

图2　乌龙饮料包装

Fig.2　Oolong drink packaging

图3　竹叶青茶包装

Fig.3　Trimeresurus tea packaging

3.4　水墨构图的应用

中国传统水墨绘画艺术的最大特点是对虚无的重视，对画面简约的追求，利用虚实关系来表现对象，借助极少的视觉形式元素来传达出最多的信息和无限的意境。"意境的作用在于人们欣赏一件设计作品时，被其内含的艺术魅力所吸引，并与其中的主观思想、意趣相交融，为其弦外之音、画外之意所陶冶、所感染[7]。""现代包装注重物质、精神和审美的三合一，融合了美学、工程力学、心理学等多种学科的知识，只有遵循传统的"少即是多"的设计理念，才能既满足商品包装的需求又符合快节奏的现代生活[8]。简洁的图形创意和构图形式更便于记忆，留白使主体内容自觉突出，主要信息得以加强。台湾茶叶包装见图4，用中国水墨画出了高山的云雾飘渺，虚虚实实的水墨层次，使人联想到苏轼的名句："仙山灵雨行云湿，……从来佳茗似佳人。""景愈藏境愈大，而意愈深"，大面积留白表现出的天空、云气，于方寸之间阐发出无限的心境与情思。由一壶茶去思考宇宙的奥妙，品味世间的百态，含蓄地诉说着中国人对茶的别样情愫。

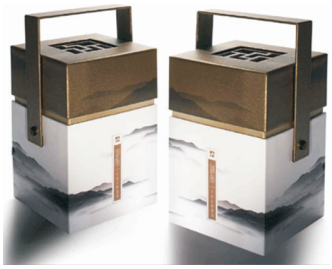

图4　台湾茶包装

Fig.4　Taiwan tea packaging

3.5　水墨意境的运用

中国传统水墨绘画以气韵为核心，以意境为灵

魂，“气韵生动”是其最高标准。靳棣强曾谈到：“在设计中运用具有中国特有的文化象征物的元素，比如筷子、毛笔、八卦、太极图、砚台、纸、莲花等，去创造新的视觉语言，设计师需要深层次的反思，而不是单纯表现上的搬用与模仿[9]。”包装设计对水墨的借鉴应从水墨的哲学内涵、审美理念等深层元素入手，“通过笔下的具体形象表达出物象的内在精神，以及生生不息的艺术感染力和生命力，它是艺术家主体精神力量与自然宇宙生命力的统一[10]”。吕敬人书籍包装见图5，以传统云纹图案结合虚淡的水墨山峦，虚实相生，形成天水一色，气韵流淌的效果。这里的“气”是笔法、技巧的到位；“韵”是墨色渲染的浑然天成、不着痕迹。设计师将对象的内涵和意味无限地扩展、延伸，把中国文人追求的飘逸萧散的自然之美与佛教追寻的空灵静谧的和谐意境合二为一，用中国传统美学的方式演绎了佛家深远的思想，阐释了生命的哲理。

图5 吕敬人书籍包装

Fig.5 Lyu Jing-ren book packaging

4 结语

水墨作为传统文化的载体，是中国文人对自然关照的结果，是书写者的精神境界、才能、修养等的综合体现，具有全世界独一无二的人文内涵和价值。水墨以其和谐美、简约美、虚实美、含蓄美等，丰富了设计的表现形式和内涵，使设计更加立体化，民族化。强调水墨传统，并不是简单的复古，而是求变。在多元文化日益增长，设计个性化要求越来越高的今天，以复古为革新，将传统元素更多地融合到包装设计中，返璞归真，是发掘本土文化、弘扬中国特色的需要。

参考文献

[1] 殷双喜.城市·水墨·现代性[J].美术研究，2001(2)：44.
YIN Shuang-xi.City，Chinese Ink，Modernity[J].Art Research，2001(2)：44.

[2] 崔颖.包装设计的民族化风格研究[J].大众文艺，2013(2)：87.
CUI Ying.Nationalization Style of Packaging Design[J].Popular Literature，2013(2)：87.

[3] 王瑾.汉字在传统包装设计中的应用[J].包装工程，2012(2)：14—15.
WANG Jin.Application of Characters in Traditional Packaging Design[J].Packaging Engineering，2012(2)：14—15.

[4] 王朝闻.王朝闻文艺论集(第三集)[M].上海：上海文艺出版社，1980.
WANG Chao-wen.Wang Chao-wen Literary Essays(Part III)[M].Shanghai：Shanghai Literature and Art Press，1980.

[5] 李继侠.运用水墨元素传承现代海报设计的民族神韵[J].包装工程，2012，33(3)：112.
LI Ji-xia.Inheritance of National Charm of Modern Poster Design Making Use of the Ink Elements[J].Packaging Engineering，2012，33(3)：112.

[6] 杨岩.中国水墨在现代服饰包装设计中的运用[J].太原城市职业技术学院学报，2010(6)：163.
YANG Yan.Use of Chinese Ink Painting in Modern Dress Packaging Design[J].Journal of Taiyuan City Vocational College，2010(6)：163.

[7] 程亚鹏，曾洁，李湘媛.水墨艺术与平面海报设计融合的魅力[J].包装工程，2010，31 (4)：45—47.
CHENG Ya-peng，ZENG Jie，LI Xiang-yuan.Charm of Fusion of Ink Art and Graphic Poster Design[J].Packaging Engineering，2010，31(4)：45—47.

[8] 罗芳林.靳埭强平面设计作品水墨意境美赏析[J].辽东学院学报，2011，18(12)：310.
LUO Fang-lin.Appreciation of Ink Artistic Beauty of Graphic Design Works by Jin Dai-qiang[J].Journal of Eastern Liaoning University，2011，18(12)：310.

[9] 高东影.平面设计中的水墨元素研究[D].首都师范大学，2009.
GAO Dong-ying.Research on the Elements of Ink in Graphic Design[D].Capital Normal University，2009.

[10] 权锦鸿.天地悠悠抒情蕴——感悟中国画的气韵[J].美术观察，2013(1)：74
QUAN Jin-hong.Perception of Chinese Painting Spirits[J].Art Watch，2013(1)：74.