

动漫元素在文具设计中的应用方法与发展前景

郭晓燕, 高锐涛, 汪隽

(华南农业大学, 广州 510642)

摘要: **目的** 研究动漫元素在文具设计中的应用及发展趋势。**方法** 梳理动漫形象在文具设计中演变出的设计要素,以动漫形象的实体化、符号化、装饰化和系列化案例加以说明,结合文具设计中动漫形象的应用规律和文具设计的发展趋势来推导动漫形象的应用趋势。**结论** 动漫形象作为文具设计的元素之一,将在未来得到广泛应用,其应用的方法也越来越多元化和趣味化,尤其是在动漫形象通过荧幕植入人心的今天,动漫形象通过品牌化、工具化、绿色化、概念现实化等方法在文具设计中得到了迅速发展。

关键词: 动漫元素;文具设计;应用方法

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)06-0005-04

Application Method and Development Prospect of Anime Elements in Stationery Design

GUO Xiao-yan, GAO Rui-tao, WANG Jun

(South China Agricultural University, Guangzhou 510642, China)

ABSTRACT: It aims to research the application and development trend of cartoon image in stationery design. Combing the design elements and role of cartoon image in the stationery design, the specific application of materialization, symbolic, decorative and serial cases of cartoon image is explained, and then combined with the application rule of cartoon image and the development trend of stationery design, the application trend of cartoon image is deduced. Cartoon image as a design element in the stationery will be more widely used in the future. The methods of application are becoming more and more diverse and interesting, especially in today's cartoon image on screen into the heart, cartoon image in the brand concept, tools, greening and realistic methods will get rapid development in stationery design.

KEY WORDS: animation image; stationery design; application methods

随着文具行业竞争的加剧,文具设计的前景成为众多设计师探讨的话题,动漫元素在文具设计中的应用与发展也成为文具行业关注的热点。动漫元素以其活泼、幽默的特征深入人心,并深刻影响着人们的生活,但如何使动漫形象在文具设计中发挥更大的作用是需要深入探讨的。将动漫形象应用到文具设计中,不仅能吸引消费者的眼球,而且能增强文具产品的文化渗透力,推动文具产品和企业的发展。动漫形象不仅代表了一种价值取向,而且体现了一种文化扩张

力。这里主要研究了动漫形象在文具设计中的应用规律和其作为设计要素在未来文具设计中的应用方法,提出了动漫形象在未来文具设计中的发展趋势。

1 动漫元素在文具设计中演变出的四大设计要素

不同历史时期的动漫有不同的特点,人们对动漫的欣赏角度也不同。动漫形象深受广大消费者喜爱,在各类商品中都有大量的应用案例。通过梳理动漫

收稿日期: 2015-11-14

基金项目: 2012年国家科技攻关课题《“珠三角”区域工科设计类专业教育思路与文化脉络研究》;2013年华南农业大学教改课题《产品设计表现技法课程的实践教学改革研究与实践》(JG13099)

作者简介: 郭晓燕(1980—),女,河南人,硕士,华南农业大学讲师,主要从事工业设计、家具设计、文具设计、包装设计方面的研究。

形象与产品融合应用的演变历程,发现了动漫元素在各类产品应用中演变出的四大设计要素。

1.1 形态要素

形态要素具有认知功能,其关注点主要是动漫角色和道具等。模拟、演化动漫形象的视觉特征,是动漫形象区别于同类元素的特殊造型样式^[1]。动漫形象通过“形”和“态”将线性轮廓、表情、行为举止等既多样又准确地体现在了产品中,动漫元素在文具应用中的多样性与准确性见图1(文中图片均摘自百度图库)。通过动漫作品的情节和动漫形象的性格赋予了产品生机与活力,缩短了消费者与文具产品的心理距离。



图1 动漫元素在文具应用中的多样性与准确性

Fig.1 Diversity and accuracy of animation image forms in the stationery application

1.2 色彩要素

动漫形象通过色彩与产品进行融合设计,通过其色彩认知给人一种视觉冲击力。色彩要素强调动漫色彩客观认知与主观认知的相互作用,展现动漫形象的艺术品位和独特风格。动漫作品中角色、道具、场景的色彩与光影等环境效果色彩,在经过人主观地总结、提炼、分解、整合后,赋予了动漫作品新的艺术生命。在产品设计中,动漫形象的色彩要通过色相、明度、纯度和色调的平衡来满足不同消费者的心理需求,文具中动漫元素的色彩设计见图2(图片摘自百度图库)。



图2 文具中动漫元素的色彩设计

Fig.2 Color design of animation elements in stationery design

1.3 功能要素

动漫形象既是动漫艺术符号,又是特殊的文化符

号,具有视觉审美和信息传递的功能。作为一种无形资产,动漫形象代表了一个时代的回忆和价值取向,具有视觉识别、产品促销和资产增值的功能。动漫形象向人们传达了一种特殊的情感,并且具有现实的货币语,与之相融合的产品也广泛应用于消费者的日常生活中。动漫形象与文具设计的融合使其在实用性和情感性之间相互转化,具有形式性功能的符号化特征^[2]。功夫造型的动漫元素多功能书签设计见图3,这里的书签既是文具产品又是文化产品,既可以作为文具销售,又可以作为纪念品或礼品销售,不仅可以创造可观的经济效益,而且还可以传播与弘扬文化。

1.4 材料工艺与技术结构要素

材料工艺与技术结构要素指文具应用中的材料、结构、机构、生产技术、加工工艺等物质技术条件,是文具存在的基础。材料工艺与技术结构是制造商在文具设计中必须克服的难点。因为动漫形象在动漫作品中的技术结构在现实中难以实现,所以在动漫作品中就需要用技术手段来掩盖其缺陷,这为文具设计带来了困难^[3]。材料工艺与技术结构要素强调材料的搭配对比,合理运用质地元素可以形成一种独特的文具风格,合理选用材料能彰显动漫形象的个性,给人留下深刻的印象,形成技术符号。动漫造型的迷你书签设计见图4,其有效地运用和发挥了金属加工工艺的技术特色,实现了审美和技术的和谐统一,展现了一种技术美。



图3 功夫造型的动漫元素多功能书签设计

Fig.3 Kungfu style of animation elements multi-functional bookmark design



图4 动漫造型的迷你书签设计

Fig.4 Mini bookmark design for animation model

2 动漫形象在文具设计中的应用难点

在文具设计中合理运用形态要素、色彩要素、功能要素和材料工艺与技术结构要素,能充分表达文具情感,推动动漫形象在文具设计中的实体化、符号化、装饰化、系列化发展。

2.1 动漫形象在文具设计中的实体化

实体化是指在物质技术的支撑下再现或改良动漫形象,使其形态、色彩、功能、材质等属性在得到还原的同时还允许其进行多样化的模拟与演化设计。在现实的文具设计中,再现动漫形象的应用较少,改良动漫形象的形态、色彩、功能、材料等方面的应用较多^[4]。在文具设计中,为了消费者使用方便,可将动漫形象进行改良。动漫形象在文具设计中的实体化见图5,图5a就是把动漫形象简化后运用到文具设计中。点状视觉与整体色块之间形成对比,使动漫形象灵动活泼,增加了文具的亲合力;图5b的动物造型生动有趣,里外分别使用猪皮和牛皮为材质,使动物变得柔软生动,其手工眼珠用的是从德国进口的玻璃,这更为动物的神情增添了画龙点睛的效果;图5c对龙猫的周边进行了硬化处理,使其看起来像一个钟表。

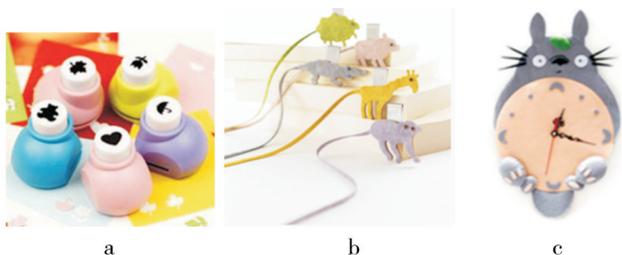


图5 动漫形象在文具设计中的实体化

Fig.5 Materialization of cartoon image in stationery design

2.2 动漫形象在文具设计中的符号化

符号化是指将动漫形象造型的独特个性和视觉识别直接、发散、整体、局部或组合于产品的包装设计中。直接运用是将动漫角色或道具等直接用于文具中,主要注重模仿;发散运用是在模仿的基础上,通过设计师有意识地提炼、加工、变形、简化、重新组合,使动漫形象的构件形式发生改变,提升其功能性。青蛙造型卷笔刀见图6,把青蛙整体与卷笔刀的结构整体进行统一^[5]。此设计对动漫形象进行了局部运用,是对动漫形象的象征性刻画。



图6 青蛙造型卷笔刀

Fig.6 Frog modeling 71-point pen

2.3 动漫形象在文具设计中的装饰化

动漫形象在文具设计中的装饰化主要分为纯粹装饰、结构装饰和过渡性装饰。纯粹装饰本身与文具功能无关,但其视觉形象却与产品想要表达的概念、含义相吻合,具有巨大的附加价值,是动漫形象在文具设计中的主要应用形式。结构装饰是将动漫形象应用到文具的某一部件上,起到支撑作用使文具更加牢固^[6]。动漫冰激凌造型计算器见图7,通过对文具形象的再设计来提升产品的附加值和品位,其外观设计更是超越了物质功能的束缚,演变成了一种过渡性的装饰文化。



图7 冰激凌造型计算器

Fig.7 Ice cream calculator

2.4 动漫形象在文具设计中的系列化

系列化设计是指以动漫形象为核心,将某一主题或风格的包装设计进行多款、成系列的设计,使统一元素和特色元素在文具中进行架构组合,提升动漫形象的品牌效应。系列化主要分为形态系列化、色彩系列化、装饰图案系列化和材质系列化^[7]。形态系列化是指通过动漫形象元素的统一性、相似性、连贯性和连续性特征,将不同作品中的动漫形象、同一作品中的动漫形象或同一动漫角色形象与文具设计进行融合。色彩系列化主要有两种方式:一是同种形态的色彩变化,即通过文具的色彩方案为消费者提供文具色彩的多样性选择,是满足消费者多样性的情感需求的一种方式;二是以色彩为系列化的核心,通过色彩的基调寻求统一,增强系列文具的密切性。装饰图案系列化是指以文具的图案或文字为核心来实现系列化设计,这种系列设计以人物故事插图居多,只起到纯粹的装饰作用,与动漫形象的品牌效应建立了一种联想关系。材质系列化是指以相同材质、质感、纹理为系列化的核心。由于动漫形象与文具设计在工业技术上存在局限,因此其材质系列化不明显,往往与动漫形态系列化相伴出现。

3 动漫形象在文具设计中的应用趋势

3.1 角色形象品牌化

动漫形象作为一个具有历史意义的形象符号应用到人们的日常生活中,活跃在这个动漫形象越来越深入人心的商业时代中。由于动漫形象的社会价值和经济价值,卡通形象授权作为品牌授权的业务之一对动漫形象的品牌化进行着保护,各大经济利益体也针对动漫形象的利益开发进行了研究。动漫形象以其出众的识别性,彰显了其国际影响力和本土化特色,在被人们普遍认识的同时又不至于被同化^[8]。动漫角色要利用品牌化建设来推动动漫形象在文具设计中的角色形象品牌化优势。具体而言就是动漫企业要加强动漫产品的品牌建设,在动漫形象与文具设计的融合过程中,做好市场导入、消费群定位、角色塑造、策略选择、设计开发等工作,通过角色形象的品牌化为相关群体带来利益、实现共赢。

3.2 文具设计情感化

动漫形象以书籍或荧幕的形式进入人们眼帘,对人们有着重要意义。随着动漫形象相关产业的发展,动漫作为玩具形式出现已是平常无奇的事。随着人们感官与体验追求的进一步提升,人们逐渐习惯将感官与日常生活的实用性相结合,这推动了动漫形象文具由单纯化向情感化方向的发展。例如,文具设计中动漫形象的娱乐化已成为必然的发展趋势,为未来的文具设计师提供了巨大的创作空间,这种娱乐化不仅是玩具化,更是与消费者的深层次情感交流。情感化的文具设计见图8。

3.3 文具设计礼品化

以动漫为主题的文具品牌在文具设计中加入了礼品化设计理念,使文具在激烈的市场竞争中脱颖而出。例如,Disney文具礼盒已成为礼品市场中竞争力较强的一款产品,礼品化的文具设计见图9。

3.4 文具设计抽象化

抽象化的文具设计使消费者的某种情感从抽象化的动漫造型和符号中得到释放,是情感化设计的一种延伸。例如,录音带笔记本能引起人们的怀旧心理,使消费者产生共鸣,抽象化的文具设计见图10。



图8 情感化的文具设计
Fig.8 Emotional stationery design



图9 礼品化的文具设计
Fig.9 Gift stationery design



图10 抽象化的文具设计
Fig.10 Abstraction stationery design

3.5 产品绿色化

在商品市场中不乏为了吸引注意而“恶搞”的文具,这些包装甚至不惜牺牲动漫形象来进行,试图通过“明星效应”来吸引消费者眼球^[9]。在绿色环保理念逐渐深入人心的今天,动漫形象更应代表着一种正能量。动漫形象在未来的包装设计中应从材质等方面入手,进行绿色包装,倡导绿色环保理念,并以其形象号召力来呼吁人们注意环保。以动物为原型的动漫形象应更多地应用于环境保护和动物保护领域,以此来推动生态的和谐发展^[10]。

4 结语

随着中国动漫产业的不断发展,尤其是动漫的影视化发展,动漫形象逐渐走入各个年龄层人们的生活中,并以其独特的风格深入人心,推动着动漫产业及周边产业的发展。动漫形象作为文具设计中的元素,将在未来得到广泛应用,应用方法也越来越多元化和趣味化。在动漫形象通过荧幕深入人心的今天,动漫形象将以其品牌化、工具化、绿色化、概念现实化等方法在文具设计中得到迅速发展。

参考文献:

- [1] 张备.卡通形象在儿童文具设计中的应用研究[D].郑州:河南理工大学,2014.
(下转第13页)

- SONG Wen-yan. Research on the Application of Commodity Packaging Psychology in Perceptual Consumption Time[J]. Chinese Packaging Industry, 2014(8): 84—85.
- [2] 韩学红. 以文化创意产业视角看包装设计中的创意元素[J]. 大众文艺, 2015(7): 151.
- HAN Xue-hong. Research on Creative Elements in Packaging Design Based on the Perspective of Literature Creative Industry[J]. Art and Literature for the Masses, 2015(7): 151.
- [3] 李青龙. 包装创意产业与产品之融合发展[J]. 上海包装, 2014(12): 22—23.
- LI Qing-long. The Mixing Development of Creative Packaging Industry and Product[J]. Shanghai Packaging, 2014(12): 22—23.
- [4] 徐礼飞. 我国超市自有品牌的消费者心理实证研究[D]. 济南: 山东大学, 2007.
- XU Li-fei. The Empirical Study of Chinese Consumer's Mentality in Store Brand Product Consumption[D]. Jinan: Shandong University, 2007.
- [5] 曾鸿燕. 浅析品牌商品包装设计与消费者心理[J]. 中国包装工业, 2012(7): 26—27.
- ZENG Hong-yan. Analysis on Packaging Design and Consumer's Mentality of Brand Product[J]. Chinese Packaging Industry, 2012(7): 26—27.
- [6] 梁雅明. 定位时代下的巧克力产品包装设计[J]. 包装工程, 2013, 34(18): 9—12.
- LIANG Ya-ming. Packaging Design of Chocolate Products under the Age of Position[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(18): 9—12.
- [7] 赵璟. 浅谈包装造型设计[J]. 艺术科技, 2014(2): 248.
- ZHAO Jing. Research on Modeling Design of Packaging[J]. Art Science and Technology, 2014(2): 248.
- [8] 吴培森, 付红霞. 图形创意在化妆品包装设计中的应用研究[J]. 包装工程, 2013, 34(20): 118—120.
- WU Pei-sen, FU Hong-xia. Application of Creative Graphic in the Cosmetic Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(20): 118—120.
- [9] 王兰珍. 包装设计的色彩视觉美[J]. 包装工程, 2014, 35(16): 110—113.
- WANG Lan-zhen. Color Visual Beauty in the Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(16): 110—113.
- [10] 严维国. 礼品包装设计的创意与时代感[J]. 艺海, 2013(11): 92—95.
- YAN Wei-guo. Creative Thinking and Period Feel of Gift Packaging Design[J]. Art Sea, 2013(11): 92—95.
- [11] 刘立维. 论包装色彩视觉传达的话语意义[J]. 包装工程, 2014, 35(12): 104—107.
- LIU Li-wei. Discourse of Color Visual Transmission in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(12): 104—107.

(上接第8页)

- 南大学, 2011.
- ZHANG Bei. The Application Research of the Cartoon Image in Children's Products in Packaging Design[D]. Zhengzhou: Henan University, 2011.
- [2] 金晓明. 卡通形象在包装设计中的运用[J]. 包装工程, 2007, 28(10): 57—60.
- JIN Xiao-ming. Application of Cartoon Image in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2007, 28(10): 57—60.
- [3] 施俊. 图形符号在包装设计中的象征意义[J]. 包装工程, 2007, 28(2): 160—161.
- SHI Jun. The Symbolic Significance of Graphics in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2007, 28(2): 160—161.
- [4] 钟华. 品牌形象在动漫周边产品包装设计中的地位[J]. 中国包装工业, 2013(9): 34.
- ZHONG Hua. Position the Brand Image in the Animation Products in Packaging Design[J]. China Packaging Industry, 2013(9): 34.
- [5] 余婕. 卡通形象在现代设计中的应用与发展[J]. 美术大观, 2011(3): 121.
- YU Jie. Application and Development of Cartoon Image in Modern Design[J]. Art Panorama, 2011(3): 121.
- [6] 叶凤华. 品牌形象在动漫周边产品包装设计中的重要性[J]. 包装世界, 2010(7): 114—115.
- YE Feng-hua. The Importance of the Animation Products in Packaging Design[J]. Packaging World, 2010(7): 114—115.
- [7] 叶军. 卡通形象在品牌包装系列化设计中的应用优势[J]. 包装工程, 2014, 35(14): 14—18.
- YE Jun. Advantage of Cartoon Image Applied in Series Design of Brand Packaging[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(14): 14—18.
- [8] 魏娜. 论卡通形象在现代艺术设计中的应用[J]. 作家, 2012(10): 241—242.
- WEI Na. Application of Image in Modern Art Design[J]. Writer Magazine, 2012(10): 241—242.
- [9] 李洁, 王勇. 绿色生态设计在包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2014, 35(2): 5—8.
- LI Jie, WANG Yong. Application of the Green Ecological Design in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(2): 5—8.
- [10] 金萍. 关于突出产品包装设计的艺术形象[J]. 包装工程, 2013, 34(14): 116—118.
- JIN Ping. On the Art Image of Stationery Design[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(14): 116—118.

(注: 华南农业大学郭晓燕作品见封三)