

插画在包装设计中的应用研究

周渝果

(南京晓庄学院, 南京 211171)

摘要: **目的** 探究插画艺术在现代商品包装中的应用方式。**方法** 以插画应用于包装设计的意义、现状及原则为依据, 采用理论与案例相结合的方法, 对插画在包装设计中树立品牌形象、增强包装趣味性、宣传环保理念等三方面的应用展开了深入分析与论述。**结论** 插画色彩鲜明、直观生动的画面效果, 能够与包装中的图形、文字等元素完美融合, 增强包装的信息性、情感性、民族性, 提高包装设计的水平。

关键词: 插画; 包装; 现状

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)22-0191-04

Application of Illustration in Packaging Design

ZHOU Yu-guo

(Nanjing Xiaozhuang University, Nanjing 211171, China)

ABSTRACT: It aims to explore the application way of illustration art in the modern commodity packaging. According to the illustration applied to packaging design on the basis of the meaning, present situation and the principle, adopting the methods of combining theory and case, the illustration in packaging design to establish brand image, enhance the packaging the application of the three aspects such as interest, promote environmental protection concept are carried out in-depth analysis and discussion. Illustration can bright colorful, intuitive, vivid picture, work with the packaging graphics, text and other elements of perfect fusion, enhance the informational, affective, nationality of packaging, to improve the level of packaging design.

KEY WORDS: Illustration; packaging; the status quo

插画在中国历史悠久, 在汉字萌芽时期, 插画这种艺术表现形式便应运而生, 并在不断地发展变化中, 衍生出了多种不同的形式, 具备深厚的历史价值和审美价值^[1]。包装设计一般由标志、文字、图形等视觉元素构成, 是一个企业及其产品在激烈的商品市场竞争中取胜的关键。如何使包装设计在同类商品中脱颖而出, 给消费者一个独特的印象一直是广大设计师积极探索的重点。在不断的失败与尝试中, 设计师对插画艺术产生了浓厚的兴趣。他们发现: 插画独特的温暖感、亲切感以及深厚的文化价值是其他艺术所没有的, 而这恰恰能作为沟通商品与消费者之间的一种视觉个性化符号, 能增强

商品包装设计的文化内涵, 提升产品价值, 带给消费者精神上的愉悦^[2]。

1 插画应用于包装设计的意义

1.1 增强商品包装的信息性

在商品包装中, 所承载的信息量是有限的, 想要准确地传达商品信息, 必须巧妙运用文字、图画及色彩。将插画应用于包装设计中, 能够起到很好的辅助作用, 使主题鲜明、突出, 帮助消费者正确解读商品信息, 减少和避免购买中的盲目。

收稿日期: 2016-07-20

作者简介: 周渝果 (1972—), 男, 重庆人, 硕士, 南京晓庄学院讲师, 主要研究方向为数字媒体艺术。

1.2 增强商品包装的情感性

包装设计的情感性能够与消费者产生巨大共鸣,使包装得到消费者的认同与喜爱。利用某一系列的插画来丰富包装设计的外在,可以向消费者传达一定的故事情节,让消费者产生某种欲望,让消费者在驻足欣赏的过程中,被插画中的故事吸引,从而不自觉地的情感上接受商品^[3]。

1.3 增强商品包装的民族性

当前,经济全球化进程加快,商品的形式与品质已成为其在同质商品中脱颖而出的关键。想要实现这一目标,必须从民族性入手,将传统的民族文化艺术形式与商品包装设计完美融合^[4]。插画在中国历史悠久,将其灵活应用于包装设计中,能够将商品与其他同质商品区别开来,凸显其与众不同的品质与内涵。

2 插画在包装设计中的应用现状

当今社会,插画被广泛应用于商品包装设计之中来刺激消费者的视觉感官,其在具体的应用中仍存在一些不足之处^[5]。中国传统文化和商业之间的转换速度较慢,插画艺术在商品领域的涉足尚少,大众对这种新奇的艺术表现形式的认知度也还不够,加之缺乏这方面的人才,就与国际水平存在明显差距。想要改变这一现状,设计出具有现代气息的插画包装,需要一批具备时尚和商业意识的成熟人才,要求他们能够围绕大众的消费和审美心理,设计出反映人们生活情趣和品味的插画商品包装,以此来增强包装的文化性、服务性、实用性和趣味性。

3 插画在包装设计中的应用原则

3.1 包装插画应简洁易懂、生动形象

从一定程度上说,插画的准确定位与使用决定着现代包装设计的成败。复杂晦涩的插画虽然有着一定的艺术价值,但是并不适合商品的包装设计,反之,单纯清晰的画面能够在第一时间吸引消费者的注意^[6],因此,在对商品包装进行设计时,设计师应坚持简洁易懂的原则,对商品包装进行进一步加工,以简洁易懂、生动形象的插画来拉近消费者

与商品的距离。

3.2 包装插画应准确传达商品的主题

好的插画包装能够展现商品的内容,起到良好的视觉导向作用。设计师在设计包装中的插画时,应从商品的内容以及生产企业的主观诉求入手,通过插画将这些信息及商品的优势传达给消费者,使消费者对商品产生好感,激发购买欲望。

3.3 包装插画应具有一定的内涵

包装设计的观念是随大众生活的改变而发展变化的。要想成功地销售商品,除了使包装上的插画内容能反映企业和商品本身的特点之外,还要把生活中的一些具有典型意义和特点的事物引入其中,让消费者在情感上认可和接受它^[7]。这就要求设计师必须主动地融入这个时代,丰富插画背后的美学和文化内涵,与大众的需求发展相一致,只有这样才能设计出成功的包装设计作品,引领新的设计潮流和发展方向。

4 插画在包装设计中的应用

4.1 通过插画树立品牌形象

从个性绘画和大众理解角度来表达绘画情感的包装设计更容易被消费者记住,插画正是这样的一种艺术形式^[8]。与其他绘画不同的是,插画具有独立性和从属性。从商业角度出发,插画通俗易懂的画面格调、唯美亲和的形象更符合大众的审美认知,能够引导消费者的视觉认知,帮助企业树立起品牌形象,宣传产品理念,从而达到促进销售的目的。

比如农夫山泉的包装设计就是一个成功例子。当前,市场中各种产品的信息是无限的,而消费者的记忆能力却是有限的,要让消费者记住某一产品绝非易事。农夫山泉在这一方面独辟蹊径,不仅注重自身的品质,更将目光聚焦在了商品的包装设计中,通过插画与文字的完美配合,在同质商品中迅速脱颖而出,取得了良好的市场反馈。以农夫山泉的“东方树叶”系列茶饮料为例,其特意邀请英国设计公司设计了一款与市场同类产品不同的包装形象,最终4款不同造型的、充满创意的插画图案完美地诠释了农夫山泉所要传达的理念,为品牌赢得

了市场。农夫山泉的长白山四季插图系列包装设计同样运用了插画来：一只蝴蝶帮助青蛙起飞、等待收鱼的熊以及滑冰猓獾等形象洋溢着浓郁的梦幻色彩，生动地表现了春夏秋冬4个季节。这种童话式的插画包装可爱有趣，不仅将农夫山泉与其他饮用水的包装设计区分出来，而且以强烈的视觉冲击力加深了消费者的印象，很好地树立了自己的品牌形象。

心相印品牌手纸的包装设计从青年男女的心理和情感需求出发，将台湾绘本作家几米的插画《向左走，向右走》作为包装图形元素，这是一种随着同名书籍和电影成功之后的设计策略，在某种情景下，手纸不仅是手纸，更成为了一种叙述故事的载体。这种情感化的包装设计将插画在包装设计中的优势凸显了出来，使心相印手纸独树一帜，不但表达了商品诉求，而且为品牌树立了牢固的形象，其市场销售效果也甚好。

4.2 通过插画提高包装的趣味性

要将插画应用在商品包装中必须具备直接传达消费需求、符合大众审美品位、夸张强化商品特性这3个要素，以此来提升商品的价值，让消费者一眼就能从插图包装设计上知道商品的属性和适用对象等。这一点在食品类包装设计中体现得尤为明显。食品的插画设计要不拘一格、大胆创新，在图案设计上，既不能崇洋媚外，又不能因循守旧，应提高食品在消费者心中的印象及感染力，以达到促进销售的目的，创造相应的社会效益。

Childhood糖果的包装设计简单、直接，带有童年色彩的插画变化多端，且并不局限于一种画面，这种插画形式有一定的夸张和渲染作用，使消费者再看见糖果时能够想起自己的童年故事，通过想象自己童年的开心趣事使消费者在内心产生快乐的情感，进而感受到企业以人为本的理念，对企业文化产生认同心理。这种包装设计的成功之处就在于借助插画将包装的感染力、画面的趣味性以及产品形象与企业文化有机组合在一起，不仅趣味性极强，而且直达消费者内心，在无形中提升了商品的价值。

4.3 通过插画传达环保理念

在全球经济高速发展的情形下，对于能源尤其是可再生、可循环、可持续利用能源的设计要求正

日益剧增。在这一趋势下，节能环保的包装设计成为了未来社会发展的必然选择。现代社会的包装设计不仅要作为保护产品完好无损的产品保护层，而且还需具有相应的装饰功能、传达环保理念，只有这样的包装才符合时代发展的要求，有利于建设环境友好型社会。纵观当前的包装设计现状，很多设计师存在理念上的偏差，他们为了使产品达到吸引眼球的目的，滥用包装、色彩，造成了消费者的审美疲劳，同时也产生了很多不必要的资源浪费，这就给包装设计师提出了更高的要求：设计包装时不仅要考虑视觉效果，而且还应体现低碳理念，赋予产品一个全新的形态。插画在包装设计中的应用为设计师指明了方向^[9]。

比如北京九歌设计公司为寿香坊紫苏油所做的包装设计就很好地传达了绿色天然的环保理念。在经济高度发展的当今社会，人们的物质生活水平也不断提高，对养生和健康的关注越来越多，尤其是在选择食用油时，多类别、多品种的食用油逐渐走向了人们的餐桌。为了迎合这一趋势，寿香坊紫苏油在进行包装设计时，从常规的“油盐酱醋茶”产品线中跳出来，以手绘插画这一元素让食用油的包装更时尚，不但满足了那些生活小资、关注情调以及健康的消费群体的需求，而且把时尚清新、绿色天然的主题贯穿到了产品的包装设计过程中，为消费者带来了更健康的消费选择。

需要注意的是，针对产品的特性以及消费群体的差异，产品的包装插画在宣传环保理念时需要有不同的风格形式。如此才能在风格和形式过于统一的商品包装中，以新颖、独特的画面给消费带来过目不忘的视觉感受，同时提升产品的人文理念，获得广泛的市场。

5 结语

插画是中华民族文化和精神内涵的一种表现形式。在如今商品经济一体化的大的趋势下，中国包装更应保持清醒的头脑^[10]。作为包装设计师，在将插画元素应用到现代设计中时，应以此为标准去审视设计，弥补设计中的不足，提升包装设计的整体感和品质感，使插画艺术与包装设计相互作用、相互进步，使商品价值最大化。

参考文献：

- [1] 刘欣欣. 插画艺术[M]. 北京: 科学出版社, 2011.

- LIU Xin-xin. Illustration Art[M]. Beijing: Science Press, 2011.
- [2] 于晓红. 商业插画[M].北京: 中国建筑工业出版社, 2009.
- YU Xiao-hong. Commercial Illustration[M]. Beijing: China Building Industry Press, 2009.
- [3] 郑大弓. 插图设计与创意[M]. 沈阳: 辽宁美术出版社, 2007.
- ZHENG Da-gong. Illustration Design and Creation[M]. Shenyang: Liaoning Art Publishing House, 2007.
- [4] 王斯妤. 包装设计领域中商业插画的应用实践探微[J]. 艺术品鉴, 2016(1): 54—55.
- WANG Si-yu. Application Practice of Packaging Design in the Field of Commercial Illustration[J]. Tasting of Art, 2016(1): 54—55.
- [5] 张晔. 纸材在包装设计中的应用研究[D]. 长沙: 湖南工业大学, 2009.
- ZHANG Tan. Paper Material Application in Packaging Design Research[D]. Changsha: Hunan University of Technology, 2009.
- [6] 郑莉珍. 传统插画在包装设计中的运用[J]. 浙江工贸职业技术学院学报, 2006(2): 13—14.
- ZHENG Li-zhen. Application of Traditional Illustration in Packaging Design[J]. Journal of Zhejiang Industry and Trade Professional Technology Institute, 2006(2): 13—14.
- [7] 黄有柱. 论包装设计走向本体的文化选择[J]. 包装工程, 2003, 24(10): 44—45.
- HUANG You-zhu. Theory of Packaging Design to the Ontology of Cultural Selection[J]. Packaging Engineering, 2003, 24(10): 44—45.
- [8] 包陈尘. 浅谈插画在包装设计中的运用[J]. 科技信息, 2008(8): 70—71.
- BAO Chen-chen. Introduction to the Application of Illustration in Packaging Design[J]. Science and Technology Information, 2008(8): 70—71.
- [9] 陈芳杰. 纸质食品包装的节能环保性设计应用研究[M].北京: 北京交通大学, 2012.
- CHEN Fang-jie. Research on the Application of Energy Conservation and Environmental Protection Design of Paper Food Packaging[M]. Beijing: Beijing Jiaotong University, 2012.
- [10] 鲍瑜. 浅析现代插画设计的发展方向[J]. 中国包装, 2008(5): 26—27.
- BAO Yu. Analysis of the Development Direction of Modern Illustration Design[J]. China Packaging, 2008(5): 26—27.