视觉文化语境下手绘插画与商业包装的交融

张雯靖
（郑州科技学院，郑州 450064）

摘要：目的 研究视觉文化时代下的手绘插画。**方法** 从手绘插画和商业包装设计艺术形式的角度出发探讨手绘插画与商业包装的交融性。**结论** 手绘插画具有独特的艺术魅力和浓厚的文化底蕴，可以有效传播品牌文化、塑造品牌形象。与商业包装相融的手绘插画能丰富商业包装的视觉语言、承载人们情感，使包装更具亲和力与艺术魅力。

关键词：视觉文化；手绘插画；商业包装
中图分类号：TB482 **文献标识码：**A **文章编号：**1001-3563(2016)24-0220-05

The Combination of Hand Drawn Illustration and Commercial Packaging in the Context of Visual Culture

ZHANG Wen-jing
(Zhengzhou Institute of Science and Technology, Zhengzhou 450064, China)

ABSTRACT: It aims to study hand drawn illustrations in the era of visual culture. From the perspective of hand drawn illustration and commercial packaging design art form, it explores the combination of hand drawn illustrations and commercial packaging. Hand drawn illustrations have the unique artistic charm and strong cultural heritage, which can effectively spread brand culture and build brand image. Hand drawn illustrations combined with commercial packaging can enrich the visual language of commercial packaging, bear people's emotions, and make packaging more friendly and of artistic charm.

KEY WORDS: Visual culture; hand drawn illustration; commercial packaging

经济文化的发展、生活水平的提高以及人类认知世界的方式的变革使人类进入了视觉文化时代，即读图的视觉时代，艺术设计也随之变化跟进。人们对生活中的设计提出了更高的要求，从设计功能选择到视觉享受注重精神现象，人们越来越重视生活品质与精神审美。

1 视觉文化语境下的手绘插画形态

读图的视觉时代开启了一个新的视觉经验模式。在读图时代的诉求下，手绘插画的角色地位有了变化。现今已经有手绘插画的形式存在音乐、舞蹈、网络交互设计，建筑设计，服装设计、手工制品、工业设计及传媒等各个领域并取得良好效果，这也说明文化创意产业已成为一种关系新时代设计语义的产业，手绘插画可以为人们提供一种更多元、更个性化的表达方式。

1.1 手绘插画的涵义与发展

手绘插画随报纸和书籍媒介在 20 世纪的美国进入了繁荣时期，艺术家们用手绘形式为报纸、书本等绘制抽象或具象的插画。随时代迁移和现代艺术设计的延伸，现代手绘插画寄义承载了更多生活化的形式。插画在拉丁语中有“照亮”的意思，是辅助文字、增添文字的趣味性、生动性的具象表示。在我国，手绘插画溯源也有史可循，例如最早的商

收稿日期：2016-08-04
作者简介：张雯靖（1982—），女，河南人，硕士，郑州科技学院艺术学院讲师，主要从事设计艺术学方面的研究。

标广告济南刘家功夫针铺中的白兔形象。现代设计中的手绘插画早已超越了这个基本概念，现代艺术设计的手绘插画不但可以突出载体重点，而且还赋予了其情感共鸣与带动。

现代设计不但传承了传统美学艺术魅力和浓厚的文化底蕴，而且也逐渐将中西文化融合应用在了艺术设计领域中，手绘插画这种表现形式也越来越常见。无论是商业、生活还是艺术领域，人们都愿意参与到各种类型的信息感知活动中去。形象、自由、个性、多样化的手绘插画将插画这个传统的应用学科转变为非常有竞争力的艺术与商业载体。手绘插画作为广告媒介，历经社会革新与时代语义的洗礼，具有很强的表现力。

1.2　手绘插画的表现方式与应用

手绘插画通常是很容易理解、具有趣味性的。手绘插画创作方式多样化，更能表现创作者或设计师的技法与思想。它不像纯绘画那样只关注造型、色彩、透视、明暗对比等艺术效果，还融合了视觉传达设计中重要的装饰元素以及动漫画的角色塑造或场景体验等情趣。数字技术融合了纯艺术和绘画造型艺术，手绘插画诠释产品的风格和信息，将不同材质的插画纹理或三维建模表示为模型或抽象的现实。面对大众，将人们看待艺术用友好亲民的形式传递给更多的目标受众群体，扩散传播影响力。信息爆炸时代，许多品牌通过合作插画家进一步包装宣传了自己的产品或服务。在这个信息传播的过程中，承载体是丰富的插画，手绘插画不仅应用于书籍、平面海报设计等二维，更应用于包装、广告、电影、电视、动画制作，网络空间等三维或多维媒体中去。

2　手绘插画在当今包装创意的近况

包装设计是一门综合性的学科。全面的包装设计需要考虑材料、结构及图形设计等，是一门集美学、设计学、营销学、材料学、消费学等于一体的综合学科。这里所研究的商业包装主要是指包装设计中的艺术设计方面。在现代商业包装中，包装设计是产品个性的灵魂体现，为了满足包装多样性要求，需要利用多样的艺术方式，手绘插画则是一种非常有效的艺术形式处理手段。

2.1　现代商业包装与手绘插画的特点

包装设计除去传统保护商品的作用，还是一种投射时代审美情趣与文化发展的重要指标。现代商业包装与以往的传统包装相比，有着自身的特点。现代商业包装为消费者带来视觉、心理上的优良体验。不仅是产品的直接宣传，还能激发购买欲望，而且是优质品牌的基础。虽然产品质量和使用价值才是消费者本质诉求，但是好的商业包装设计能为商品增加额外的闪光点。在结构方面，现代商业包装设计注重产品的人性化设计，关注消费者的情感因素，在设计中用独特的视觉语言来体现产品的气质并与消费者互动；在视觉方面，现代商业包装注重形象与文化的传播，促销功能增强、注重信息传播，运用图形、色彩、文字等元素对产品形象做出艺术化的阐释。现代商业包装根据包装形式分类则更为细化，譬如食品饮料、节日礼品、日化产品、酒类、药品、保健品、软件、游戏包装和电子产品包装等。

当今的手绘插画使人们拓宽了艺术思维、开阔了眼界。电脑数码技术的出现让手绘插画异军突起。美、日、韩等国家的插画艺术家专业类型明确，随着游戏与动漫领域扩散赢得了更大的市场空间。当中国传统与世界前卫艺术相遇，势必会碰撞出火花，产生新事物新景象。例如各种类型的人物、动物、植物照片或其他类型的摄影图片都可以变身为手绘插画的创作原始素材。手绘插画带来质的飞跃，缔造了一种前所未有的视觉风尚。手绘插画发展到今天，已不像传统定义那样，它的通俗表现力与自由度表现在企业宣传或品牌推广上，将审美与实用相结合，增添商业价值和艺术价值。

2.2　手绘插画与包装紧密联系

传统插画由于载体介质和本身的特点限制了其在包装设计中的广泛应用。对比传统插画与现代手绘插画在包装中的表现：首先在内容表达上，有风格的手绘插画表达的内容方法和主题则可以多样化，强调商品其独特的内涵和品味特质；其次是视觉效果上，逼真的摄影图片比较直白给人一种呆板单调的感觉，个性化手绘插画视觉上可融合多重风格满足消费者个性化的心理追求；最后在艺术形式上，手绘插画本身的艺术绘画特点优势是能够依靠感觉语言更有效果的呈现商业包装。总而言之，摄影图片可以直观地反映商品包装本身的外观与销售内容。而要表达商品的隐喻的情感、品质内涵、品牌塑造等，手绘插画是更合适的表现方式，它可

以写实、抽象、艺术地进行再创造。

传统民间艺术或新锐潮流趋势依附包装设计中，体现了一个产品的文化性和情感性，使市场呈现出蓬勃发展的艺术氛围。包装设计中的插画艺术类型多样化呈现，手绘插画的随意性、装饰图案性新风给包装设计带来了一股清新之风，增添了丰富的人文气息。随着计算机硬件和软件的进步创新，曾经低效的手绘插画可通过电脑高效再现，同时也还可模拟油画、版画，水墨笔法等再现绘画亲切感。在这样的背景下，新手绘插画在包装设计领域吸引了大家的注意和认可。

3 手绘插画与商业包装的交融

优秀的包装使产品得到了增值，有很好地传达产品信息、提升产品身价，提升品牌形象的作用。艺术和设计环境的融合包容体现在商业包装设计领域中手绘插画已经占有重要的地位上。手绘插画与商业包装的交融能激发消费者的兴趣和需求，使消费者感到有愉快的精神体验，能唤醒人们对新事物的欲望。

3.1 手绘插画突出商业包装信息传递性

人们通过包装传递的信息进一步了解了企业和设计师的理念，同样，社会大众和社会审美也向设计师和企业双向反馈，因此手绘插画作为文字信息、图形符号、色彩情感多样的应用在包装设计中，都是优化商业包装设计的重要手段，避免了大众在消费选择的过程中产生偏差。在竞争的商品经济社会里，商品自身或商品的包装都具有很强的信息传递针对性，包装上手绘插画更要服务于此。例如快餐食品包装见图 1，合理使用的可乐、薯条和汉堡包手绘插画图案不仅会增加包装设计创造性的吸引力与情趣，而且也会更直观、高效地传递包装的内部商品信息。



图 1 快餐食品包装
Fig.1 Fast food packaging

3.2 手绘插画展现商业包装的情感体验性

包装设计师搭建了一种情境，让消费者可以置身其中，引起某些记忆或心理感觉。体验将由主观感受的不确定性更具魅力。自由化的手绘插画可以用更丰富的艺术语言来增添大众联想，赋予商品温情化的情感体验魅力。包装设计不仅是一个包装，更是一种新概念、一种寄托。手绘插画独特鲜明、强烈的艺术风格包装形式目前更受欢迎，例如挪威设计公司设计的"My World"葡萄酒系列包装见图 2，复古的手绘风格地图与代表不同国家特色的色彩彰显强烈的艺术风格。例如埃里温的咖啡烘焙店产品系列包装见图 3，设计师基于独特的手绘插画将创始人记忆的概念融入行业的包装中，赋予了这套包装作品温馨的情感在里面，成为消费者个性体现的一部分。



图 2 "My World"葡萄酒系列包装
Fig.2 "My World" wine series packaging



图 3 咖啡烘焙店产品系列包装
Fig.3 Coffee bakery products series packaging

3.3 手绘插画传递商业包装的民族性

从宏观上看，包装设计应注重民俗和传统内涵，这是国家包装需求的继承和发展；从微观上看，是强调商品个性化战略、促进商品销售的重要方

法。只有民族的才是世界的。商业包装设计中融合入民族风格特点传统、审美心理、审美习惯等建立商品个性差异化，凸显自身的品质与优势，同时也就越有世界属性，越不容易被外来的包装设计所同化。经过几千年的洗礼，我们民族传统的真精神、文化与历史内涵是我们的包装设计取之不尽的宝藏。当然设计构思与具体设计过程中，不仅要满足传统包装的需求，而且还要努力反映时代的发展与科技创新下创新型包装作品。例如日本“朝日”啤酒包装见图 4、中国“景阳春”酒包装见图 5、百雀羚化妆品包装见图 6，新系列的包装采用了新锐的手绘插画艺术来凸显新定位、新形象。



图 4　日本“朝日”啤酒包装
Fig.4 Japan's "Asahi Beer" packaging



图 5　中国“景阳春”酒包装
Fig.5 China "Jingyangchun" liquor packaging



图 6　百雀羚化妆品包装
Fig.6 China Pehchaolin cosmetics packaging

3.4　手绘插画体现商业包装的个性创意化

时代发展下的商业发展和绘画艺术出现交融，媒介更新使手绘插画艺术家们不再局限于单一的表达。实际上在现在的中国，手绘插画也依附于各种载体，如玩具上、工业产品上、汽车车身彩绘、人体彩绘、建筑室内外壁画以及艺术品上等。一个结合先进技术手绘插画的包装能创造更多的惊喜，并深受消费者的喜爱和认同。化妆品、食品饮料、玩具、图书杂志、电子产品、文化礼品等包装领域都可以看到优秀的手绘插画，例如农夫山泉矿泉水包装见图 7，农夫品牌邀请了 Horse 设计事务所的插画师绘制了系列动物幻想包装，手绘插画根据长白山露水河国家森林公园的季节变化，刻画出这一带植物和动物的美好生活场景。大胆创意形象的动物与场景元素丰富美丽，画面极具装饰感。



图 7　农夫山泉矿泉水包装
Fig.7 Nongfu spring mineral water packaging

中外思想的冲击与融汇、创新艺术界革新的使命、大胆思考的设计师和魄力企业，最终成就了中国当代新型手绘插画独特的艺术魅力，使手绘插画活跃在各个领域中。例如饰品服饰、文创周边、产品装饰等现代包装设计领域也开始广泛使用手绘插画，产品包装中的手绘插画见图 8，在传达了产品概念与审美的同时还表达了情感。手绘插画的原始产品使消费者有一个特殊的购买心理，具有独特唯一性。



图 8　产品包装中的手绘插画
Fig.8 Product decoration of the hand drawn illustration

手绘插画艺术是具有深厚的文化基础和新时代观念的视觉传达方式，在商业包装中占据重要的

位置。广泛的创作方式与表现力使手绘插画在商业领域呈现出了独特的魅力，深受设计行业、消费者和商家的青睐。手绘插画包装对产品的设计、整体的经验、多层次的视觉角度是非常有用的。

概括来说，有远见的生产者和设计师已经开始在产品包装中加入个性丰富的原创手绘插画。事实证明，这样的包装市场是成功的，受到了越来越多的消费者欢迎。说明现代信息时代的人们对包装审美意识与手绘绘画的性质并不矛盾。综上所述，手绘插画的应用丰富了商业包装这种物质载体的视觉语言，承载了人们的情感，使包装更具亲和力与艺术魅力。

4 结语

在视觉文化背景下，作为现代创意中一种最有效的表达方式、一个有特点的艺术形式，手绘插画更直观、形象地在各个领域的广泛应用引起了人们的情感互动。以清新愉快的艺术感染力进行的包装创意设计可以有效传播品牌文化、塑造品牌形象。以现代审视的观点来看，现代包装设计已获得更好的发展。在深层次的研究下发现：二者的结合与大众意识形态的思想文化、社会流行文化趋势和其他因素有一定的联系。手绘插画具有独特的艺术魅力和浓厚的文化底蕴，顺应视觉文化时代发展，深入探讨这两者的交融性可以使包装领域也呈现出全新的面貌。

参考文献：

[1] 王令中. 视觉艺术心理[M]. 北京: 人民美术出版社, 2005.
WANG Ling-zhong. Visual Arts Psychology[M]. Beijing: People's Fine Arts Publishing House, 2005.

[2] 陈娜. 手绘插画在品牌形象设计中的应用与研究[D]. 苏州: 苏州大学, 2012.
CHEN Na. Master of the Hand-painted Illustrations Used in Brand Image Design and Research[D]. Suzhou: Soochow University, 2012.

[3] 阎鹤, 钱晶晶. 论插画在现代包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2014, 35(20): 12—14.
YAN He, QIAN Jing-jing. On Illustration in the Application of Modern Packaging Design[J]. packaging engineering, 2014, 35(20): 12—14.

[4] 司先才, 文婷, 杨君顺. 插画在包装设计中应用[J]. 包装工程, 2008, 31(6): 45—49.
SI Xian-cai, WEN Ting, YANG Jun-shun. Application of Illustration in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2008, 31(6): 45—49.

[5] 罗芳林. 现代商业插画在包装设计中的演绎[J]. 闽江学院学报, 2012(3): 111.
LUO Fang-lin. The Interpretation of Modern Commercial Illustration in Packaging Design[J]. Journal of Minjiang University, 2012(3): 111.

[6] 聂枢禾. 浅析商业插画中色彩设计的作用[J]. 中国包装工业, 2013(20): 78.
NIE Shu-he. Color Design of Commercial Illustration in the role of[J]. Chinese Packaging Industry, 2013(20): 78.

[7] 贡布里希. 艺术与错觉——图画再现的心理学研究[M]. 长沙: 湖南科学技术出版社, 2000.
GOMBRICH. Art and Illusion: Study in the Psychology of Pictorial Representation[M]. Changsha: Hunan Science and Technology Press, 2000.

[8] 丁莹. 传统手绘插画在数字媒体时代的生存空间[J]. 包装学报, 2011(3): 89.
DING Ying. Traditional Hand Drawn Illustration in the Digital Media Age of Living Space[J]. Journal of Packaging, 2011(3): 89.

[9] 闭郭华, 段燕飞. 民族化包装设计形式研究[J]. 美术大观, 2011(18): 33—35.
BI Guo-hua, DUAN Yan-fei. Study on the Packaging Design Form[J]. National Art Panorama, 2011(18): 33—35.

[10] 杨大禹. 数字与造型——论数字绘画技术对传统插画的冲击与渗透[J]. 艺术与设计, 2010(3): 76.
YANG Da-yu. Digital and Modeling: Theory of Digital Painting Techniques of Traditional Illustration Impact and Penetration[J]. Art and Design, 2010(3): 76.