

雕塑艺术在现代包装容器设计中的应用与发展

贾良

(内蒙古民族大学, 通辽 028000)

摘要: **目的** 探究雕塑艺术在现代包装容器设计中的应用与发展。**方法** 结合雕塑艺术的特点总结其应用于包装容器设计时必须遵循的几项基本原则,从酒容器设计和香水容器设计两方面论述具体的应用方式及实例。**结论** 在现代包装容器设计中,雕塑艺术的形式、色彩与文化内涵都是其源源不断的灵感来源,巧妙借鉴这一艺术形式能使现代包装容器设计的文化底蕴更加浓厚,发展空间更加广阔。

关键词: 雕塑; 包装容器设计; 内涵

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)20-0269-03

Application and Development of Sculpture Art in Modern Packaging Design

JIA Liang

(Academy of Fine Arts Inner Mongolia University, Tongliao 028000, China)

ABSTRACT: It aims to explore the application and development of sculpture art in modern packaging design. Combined with the characteristics of sculpture art, several basic principles that must be followed in the design of packaging containers. The concrete application methods and examples are discussed in two aspects: the design of wine containers and the design of perfume containers. In modern packaging design, form, color and cultural connotation of sculpture art is the a flow of inspiration, cleverly reference of this art form will make the modern packaging design culture more intense, more broad development space.

KEY WORDS: Sculpture; packaging design; connotation

作为一种文化形态,包装设计有着独特的艺术魅力和文化内涵,是消费者物质需求和精神文化的表现。随着经济的发展与时代的进步,人们的思想意识变得开放,对包装设计的要求也越来越高,这对当前的包装设计而言,是机遇更是挑战。在注重传达商品特性的同时,包装设计还必须照顾到产品的风格特色与营销目标的实现,打造包装设计独特的风格魅力^[1]。包装容器设计是包装设计中的一个重要分支,其在设计过程中十分重视自身的造型特色,对其他艺术元素的借鉴也有目共睹。然而,这种包装容器设计却普遍存在表面化现象,对其他艺术形式的应用多停留于表面,忽视了更深层次的手法、内涵的传达与延伸,实际效果并不理想。那么,如何实现包装容器设计与其他艺术形式的融合与发展呢?这里对包装容器设计中雕塑艺术的运用进行了研究。

1 雕塑艺术的简介

雕塑艺术具有鲜明的地域性和民族性,流传甚广,这不仅是因为其有着广泛的形式语言,囊括陶塑、石雕、青铜雕塑等艺术,而且具备深厚的文化内涵,有着鲜明的艺术精神指向和审美价值,是风俗习惯、情感、心理和审美的有效载体^[2]。毫不夸张地说,雕塑艺术是一个地区、一个时期的民族文化观念的一种物化形式和传播载体。虽然雕塑是静止的,但是在主观意识之下的劳作,反而融入了艺术家的主观情思,能够激发人们内心的审美愉悦,在相对静止的时空中传达丰富的内涵特征^[3]。一个好的雕塑作品所表现出来的审美性和传达出的思想观念,能够起到感召与教化功能,使包装容器设计在满足产品功能性的同时,还有着独特的创新理念和富有美感的外形,而这便是雕塑艺术在现代包装容器设计中

收稿日期: 2017-06-11

作者简介: 贾良(1983—),男,陕西人,内蒙古民族大学讲师,主要研究方向为雕塑艺术。

可以被利用和创造的契合点。

2 雕塑艺术运用于现代包装容器设计中的基本原则

雕塑作品经由雕塑家的创作与发挥,向受众传达了一种主观的思想观念与审美意识,使受众在一定程度上获得了审美需求的满足^[4]。包装容器设计的出发点与归宿恰恰与雕塑艺术不谋而合,只是在实际的应用与融合过程中,仍然有一些基本的原则需要遵守,以达到艺术中渗透功能,功能中渗透艺术的艺术效果。

2.1 精确的主题表达

是否能体现所表达的主题,是包装容器设计在借鉴雕塑艺术时必须明确的。这是因为当前的部分企业在包装容器设计过程中对雕塑艺术的运用存在盲目倾向^[5]。比如,对于雕塑的线条形式而言,我国雕塑形式与欧洲国家、非洲国家存在明显的差异。如果包装容器的受众群体是欧洲或非洲国家,而包装容器本身的设计主题不明确,甚至存在过分强调中西方雕塑艺术的结合现象。这样,不仅会降低雕塑艺术的使用价值,还会让受众对包装容器传达的精神文化内容产生曲解。因此,在包装容器设计中引入雕塑艺术时,设计师要进一步明确设计主题,使其与产品价值、企业文化理念完美融合,更好地体现主题思想。

2.2 科学的商品定位

想要商品具有广阔市场,前期的商品定位至关重要^[6]。因为人本身就是一个复杂的综合体,无论是文化层次还是道德修养、生活环境,存在很多差异,所以不同层次的消费者在面对相同的商品时,心理需求并不相同。在应用雕塑艺术时,设计师应提前结合企业与受众的定位,从色彩、造型、图案等方面综合考虑,充分抓住目标人群的心理诉求^[7]。只有这样,才能在文化、受众与商品之间搭起一个桥梁的作用,使包装容器真正发挥出其在推销商品中的主导作用。

2.3 人性化的目标界定

在当前的艺术设计中,“以人为本”是重要因素,包装容器设计也不例外。如果在造型设计过程中完全崇尚科技,那么必然会导致造型外观太过生硬,缺乏美感和人情味,最终使产品被消费者冷落^[8]。为了给消费者带来更好的体验,设计师在应用雕塑艺术的过程中,应以“物适消费者”为基本理念,追求简洁的特征,确保在雕塑艺术的辅助下,提升消费者对商品的关注程度。

2.4 完美的形象树立

品牌主要指对企业商品的具体描述,是将所有商品象征、记号、术语以及名称等集于一体的组合体。从根本上说,包装容器设计中借鉴传统雕塑艺术的最

终目的便是给商品的生产企业树立更好的品牌形象。只有有了良好的品牌形象,一个企业才能长期获得良性的发展,其生产的商品才能获得更大的市场份额。在借鉴雕塑艺术过程中,设计师要将其审美内涵注入到包装容器中,使消费者能够透过外在雕塑艺术感知其内涵,让包装借助雕塑艺术的力量在消费者心中形成无形价值,进而达到树立企业形象的目的。

3 雕塑艺术在现代包装容器设计中的应用与发展

3.1 酒容器设计中的雕塑语言

在人类文化的历史长河中,酒文化源远流长,不仅随着人类的进步不断壮大,而且不断催生和衍化出形态各异的酒容器,这些融合了美学与艺术的酒容器,能够给人带来一种视觉与触觉的享受,得到精神的满足,这在无形中与雕塑艺术产生了诸多共通点,如都需要欣赏或触摸交流情感,且都是以有形的物质载体传达精神意味^[9],因此,将雕塑艺术融入酒容器设计成为了很多设计师在设计外形、传达情感方面的首选。首先,形态的运用。一般来讲,酒容器的主体造型多为球体、立方体、圆柱体、锥体等几何形体,然而,多样性的酒文化需要更多的酒容器造型设计,太过简单的造型有着太多的局限,无法更好地表达酒文化的多样与深厚。针对这一问题,设计师开始从雕塑的形态语言上借鉴,或者是雕塑作品中现实存在的直观的形象,或者表示某种抽象概念或思想感情的象征形象,让酒容器的外形更加丰富和传神。比如“泸州老窖”国窖1573的一款造型设计就从“竹”的形象出发,借用浮雕的方式展现竹形,配合青花彩绘,将竹的神韵与气节融入其中,既赋予酒包装的力度,又展现了泸州老窖人顽强的拼搏精神,是酒容器融合雕塑艺术的成功案例。其次,文化的传承。作为一种精神和物质产品的表现形式,酒容器在设计过程中,通常需要借助各种视觉符号表达出不同时期不同背景的文化特征。比如,“千年蜀王”酒的容器包装设计借用了雕塑艺术中的四川广汉三星堆的人物造型,诡怪神秘的形象配合现代化的设计手法,体现了深沉厚重的商代文化,突出了产品悠久的历史,将“好酒要窖”的概念完美诠释,成就了卓越之美酒的理念。再如孔府宴酒的中国画画轴式的酒瓶造型、沱牌酒的十二生肖包装等,这些独特的设计理念充分融合了民俗民情,成功传达了主题,深受消费者喜爱。再次,色彩的借用。雕塑艺术中的色彩元素在工业包装设计中,主要用于时代精神的传达以及视觉效果的丰富,能够使消费者的情感需求得到满足。将雕塑色彩元素应用于包装容器设计中,可以展现商品特性,增加商品的消费价值。比如,现行较多工业容器包装中往往直接对雕

塑的本色等充分利用,典型的鼓酒、酒桶酒都是利用雕塑展现地方特色的。其中最具代表性的是“国窖天香”包装中的雕刻元素,为突显出产品的优雅与祥和,将颜色选取为银色、白色以及宝石蓝等,通过内外结合,充分发挥雕塑艺术的色彩特点,不仅展现了东方魅力,又有效提高了商品的价值。

3.2 香水容器设计中的雕塑语言

香水是女性的狂热宠物,它仿佛有一种神奇的魔力,能够让女性因它变得温柔、可爱和神秘。一个好的香水包装,可以强烈刺激消费者的感官,迅速抓住特定的消费群体,同时展现品牌品位,刺激消费者购买。当前,简洁修长的线条、环保材质和与建筑相关的设计成为了香水容器设计的重要标准^[10-11]。但简洁并不意味着单调,是设计师深入研究香水的物质功能,理解其精神功能的基础上,所赋予的形式外形,代表着一种个性与品位,时尚与内涵。首先,线形元素的应用。雕塑艺术中,基本语言之一便是线条,整个线条的特征主要表现在概括性、抽象性两方面,其主要作用是在不改变产品原有本质特性的同时,进一步丰富产品形状。基于此,在香水容器包装中,雕塑艺术中的线性元素有着广泛的应用。比如,兰蔻璀璨香水系列的包装设计,整体选用类似圆柱体的造型,给人以高窈感,再配合瓶身上雕刻的垂直条纹,在轮廓分明中展现出梦幻般迷离的魅惑光影。这款香水容器的设计风格迎合了现代女性的活力与胆识,同时也将她们成熟的生活风格展现出来,满足了这部分消费群体的精神需求,形成了独特的品牌特色。香奈儿5号香水的包装设计同样十分突出。如宝石切割般形态的瓶盖、透明水晶般的方形瓶身造型,整体凸显出干净简洁的线条美,虽然没有任何装饰,却因纯净的风格打动了无数女士的心。其次,色彩元素的应用。在艺术设计中,巧妙搭配色彩,借助色彩富于启发性的语言使受众产生一定的心理暗示和联想,能够促使他们主动认识作品。不置可否,香水容器设计在应用雕塑艺术时同样离不开对其色彩的合理运用。比如,高田贤三火红一枝花系列香水容器包装设计,设计师就将奔放的红色罂粟花印于其上,配合倾斜设计的瓶身,在晶莹剔透中给人一种简单优雅的视觉享受,同时又表达出浓郁的奔放气氛,是巧用色彩元素的代表性作品。

4 结语

在商品经济高度发达的时代,传统雕塑艺术之所以仍具备强烈的艺术感染力,主要得益于其是人类历史和文化长期发展过程中的积淀,既具备浓厚的民族特色,又有着丰富多样的表现手法和形式语言^[12]。一位优秀现代设计师,必须不断提高自身的综合素质与艺术修养,从众多诸如雕塑艺术等优秀传统文化中汲取营养。只有

这样,才能设计出更多的传统与现代兼具,时尚与内涵共有的世界顶尖级水平的包装设计作品。

参考文献:

- [1] 漆竞舟,戴勇红. 论雕塑对包装容器设计的影响[J]. 包装工程, 2014, 35(14): 133—136.
QI Jing-zhou, DAI Yong-hong. Influence of the Sculpture on Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(14): 133—136.
- [2] 胡杰. 初探传统雕塑艺术在现代包装容器设计中的运用[J]. 浙江艺术职业学院学报, 2007(2): 93—97.
HU Jie. A Preliminary Study on the Application of Traditional Sculpture Art in Modern Packaging Design[J]. Journal of Zhejiang Vocational Academy of Art, 2007(2): 93—97.
- [3] 韩立中. 雕塑礼品的包装设计[J]. 包装工程, 2009, 30(10): 214—215.
HAN Li-zhong. Packaging Design of Sculpture Gifts [J]. Packaging Engineering, 2009, 30(10): 214—215.
- [4] 王璇. 容器之“变”谈艺术设计[J]. 艺术与设计(理论), 2010(1): 31—33.
WANG Xuan. Container "Change" on Art and Design Art Design of[J]. Art and Theory(Theory), 2010 (1): 31—33.
- [5] 吕丽蓉. 雕塑艺术在工业包装设计中的运用[J]. 中国包装工业, 2016(5): 65—66.
LYU Li-rong. Application of Sculpture Art in Industrial Packaging Design[J]. China Packaging Industry, 2016(5): 65—66.
- [6] 张丽博. 浅析雕塑艺术与当代工业设计的内涵关联[J]. 大众文艺, 2015(8): 110.
ZHANG Li-bo. An Analysis of the Connotation of Sculpture Art and Contemporary Industrial Design[J]. Popular Literature and Art, 2015(8): 110.
- [7] 郭智勇, 张志华. 酒容器设计的雕塑语言[J]. 包装工程, 2005, 26(6): 220—221.
GUO Zhi-yong, ZHANG Zhi-hua. The Design of the Sculpture Language of the Wine Container[J]. Packaging Engineering, 2005, 26(6): 220—221.
- [8] 吕太锋, 王庆斌. 化妆品容器设计中雕塑语言的运用[J]. 中国包装, 2004(6): 56—58.
LYU Tai-feng, WANG Qing-bin. The Application of Sculpture Language in the Design of Cosmetic Containers[J]. China Packaging, 2004(6): 56—58.
- [9] 许正龙. 雕塑概论[M]. 北京: 清华大学出版社, 2011.
XU Zheng-long. An Introduction to Sculpture[M]. Beijing: Publishing House of Tsinghua University, 2011.
- [10] 尹杰. 浅析香水容器造型与设计[J]. 安徽文学, 2009(8): 164.
YIN Jie. An Analysis on the Design of Perfume Containers and the Design of[J]. Anhui Literature, 2009(8): 164.
- [11] 曾敏, 鲍春永. 建筑中的雕塑艺术[J]. 家具与室内装饰, 2015(10): 108—109.
ZENG Min, BAO Chun-yong. Sculpture in Architecture[J]. Furniture & Interior Design, 2015(10): 108—109.
- [12] 朱永衡, 张心怡. 室内设计风格与装饰画选择[J]. 家具与室内装饰, 2015(3): 68—69.
ZHU Yong-heng, ZHANG Xin-yi. Interior Design Style and Decorative Painting Selection[J]. Furniture & Interior Design, 2015(3): 68—69.