

商业插画在平面设计中的应用

宋丽丽

(广西师范学院, 南宁 530022)

摘要: **目的** 探究商业插画在平面设计中的应用方式。**方法** 以商业插画的基本特点为依据, 结合实际案例从招贴设计、书籍装帧设计、包装设计3方面分别论述其应用于平面设计的可行性与实际效果。**结论** 商业插画的创作方式多样, 为平面设计拓展了创作空间, 丰富了创作方式, 是平面设计不可或缺的重要方面。

关键词: 商业插画; 平面设计; 招贴设计

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)20-0280-03

Application of Commercial Illustration in Graphic Design

SONG Li-li

(Guangxi Teachers Education University, Nanning 530022, China)

ABSTRACT: To explore the application of commercial illustration in graphic design. Based on the basic characteristics of commercial illustration as the basis, combined with the actual case discusses the feasibility of its application in the plane design and the actual effect from the three aspects of the poster design, book design, packaging design. Commercial illustration of the creative ways, for the graphic design to expand the creative space, enrich the creative way, is an indispensable important aspect of graphic design.

KEY WORDS: Commercial illustration; graphic design; poster design

插画艺术发展到今天, 被越来越多的平面设计所应用, 无论包装设计、标志设计、平面广告设计, 还是杂志设计、书籍装帧设计, 都或多或少会借鉴与应用插画这一艺术形式^[1]。可以说, 平面设计中应用插画艺术的前景十分广阔。但任何事物都具有两面性, 虽然插画为平面设计提供了更多的灵感, 丰富了平面设计的内容与形式, 满足了现代人的审美需求, 但是也存在一些突出问题。比如, 平面设计中所应用的插画偏于老旧, 与时代脱节, 极易使受众失去兴趣; 过于抽象, 或者与文字没有关联, 文字化的形式丧失了插画原有的辅助功能; 内容低俗, 拉低了整个平面设计的档次, 影响所宣传的产品形象; 插画的位置过于隐蔽或者太过明显, 没有合理的排版布局, 降低了插画的存在价值, 这些现实问题如果得不到解决, 将在很大程度上降低平面设计作品的艺术价值和实际效用。这里就以商业插画为切入点, 就其在平面设计中的应用作深入探究。

1 商业插画艺术

传统插画是在书籍中补充作品内容, 增加文字的视觉感和艺术氛围的图画。这种插画的颜色较为鲜艳, 画面生动有趣, 造型或简约, 或可爱, 或怪异, 充满奇想与创意, 能帮助读者理解文学作品的内容, 吸引读者对文学作品的兴趣, 并取得教育和美育的效果^[2]。比如, 书本的配图、商店里的广告海报、墙面上的涂鸦等, 这些都属于插画范围, 可见插画在生活中无处不在。随着时代的发展, 插画的元素也日益丰富, 呈现出“百花齐放”的发展势头。商业插画就是在这样的背景下逐渐发展起来的。顾名思义, 商业插画, 就是具有商业价值的插画, 之所以商业, 是因为它是服务于企业或者产品的一种绘图, 这些插图能为作者获得酬劳, 只保留商业署名的买卖行为^[3]。与普通插画相比, 商业插画的形式和表现手法更加多元和丰

收稿日期: 2017-06-11

作者简介: 宋丽丽(1984—), 女, 山东人, 硕士, 广西师范学院讲师, 主要研究方向为平面设计。

富。首先，写实性。对存在是事物进行真实绘图，注重质感、光影效果的表现，画面逼真度高。其次，幽默性。运用漫画的形式将事物加以夸张，生动有趣的画面引人入胜。再次，唯美性。通过梦幻的场景烘托唯美的艺术氛围，让作品展现出了神话般的美丽和优雅。最后，现代性。通过摄影照片和电脑画图，绘制各种奇妙魔幻的场景，营造神秘的气氛。由于表现形式多样化，风格丰富，极具感染力，商业插画在平面设计中被广泛应用。

2 商业插画在平面设计中的应用

商业插图作为视觉传达设计的一种，其对信息的准确传递是吸引受众的关键，更是被表现商品能够得到极大的推销与推广的关键，因此，在招贴设计、书籍装帧设计、包装设计等众多平面设计领域占据着重要地位，有效提升了平面设计作品的存在意义与价值。

2.1 招贴设计中的商业插画

当前，招贴设计发展迅猛，无论构成元素、艺术形式还是表现方法、传播途径都有了巨大的改变和突破，进一步满足了人们的审美需求。其中，商业插画在招贴设计中的不断融入，更加强化了招贴设计的表现手法，使得招贴作品更加多元化，既具有一定形式美感，又达到了宣传与装饰的双重目的^[4]。首先，写实类插画。写实类插画大多通过具体的物象把信息真实地传达给受众，注重真实的画面和现实的场景。这种类型的商业插画没有国界、种族以及语言的限制，受众并不需要借助文字便能全面、完整地理解设计者的创作意图^[5]。比如，《快乐小姐》是一则推销布料的招贴，其对主题的表达正是借助写实类插画实现的。画面中的女子双手交叉在胸前，自信而优雅，配合身上的蓝色布料旗袍凸显窈窕的身姿，直接、明了地宣传了商品。受众在欣赏这一招贴作品时根本无需过多的思考，便能了解其中所要传达的信息。当然，招贴设计的写实并不绝对，有时为了表达需要，设计师也会对插画的形态进行适当的概括和创造，凸显事物的主要特征。其次，卡通类插画。具有极强的亲切感和趣味性的卡通插画，常常因其简洁明丽的色彩、夸张的造型和幽默的表达，让受众产生好奇和共鸣。在招贴设计中应用此类插画，可以让受众的阅读更加轻松，这一点在针对儿童群体设计的招贴作品中体现得尤为明显^[6]。再次，时尚类插画。科技的发展进一步丰富了商业插画的表現形式，计算机制图的广泛应用更使得插画具备了更多的时尚元素，而这也相当程度上为设计师的创作提供了灵感支持，推动了新旧设计思路的转换和递进。比如，可口可乐的一则招贴设计就融合了多种视觉艺术形式，将现实中的可乐瓶

和幻想中的景象完美呈现，使整个招贴作品时尚与魔幻并存。这种极富时尚感的招贴作品在传达商品主题的同时，很好地契合了青年人的审美情趣，使其获得了一种视觉上的愉悦。

2.2 书籍装帧设计中的商业插画

商业插画在书籍装帧设计中的应用，拓宽了受众的艺术视野，丰富了设计元素，更好地诠释了设计意向，为书籍装帧设计提供了更多的表现方式和实现可能，同时也使更多人通过浏览插画引发了对书籍的阅读欲望^[7]。首先，书籍封面设计中的插画。封面是一本书给读者的第一印象，它的美观与否在消费者的购买行为当中有着一定的影响。将插画应用于封面设计，可以突出书籍的主旨内容表达，增强封面设计的艺术感染力。一般来讲，封面设计对插画的应用主要有两种类型。其一，艺术性应用。艺术性通常是用来形容艺术作品通过运用各种手法在艺术处理和表现等方面所达到的程度。封面设计作为书籍设计的重要部分，是观者对书籍的第一印象^[8]。在封面中应用插画设计出配合封面设计主旨的图形，发掘出最能表现书籍内容的艺术性视觉元素，充分运用构图、色彩的合理搭配，打造形式优美、典型，富有创意性的封面，能够让观者透过插画轻松获得书籍内容的相关信息。其二，趣味性应用。趣味性，指事物本身具有的情感感和乐趣感。趣味性的插画封面一般广泛运用于儿童书籍设计中，这和儿童本身的生理、心理以及认知特点有关，因为儿童的大脑发育不够成熟，对事物缺少理性认识，以感性认识为主的插画设计能更好地帮助他们理解，激发儿童的阅读兴趣，所以儿童书籍封面设计应该是充满趣味性和吸引力的^[9]。其次，书籍内页设计中的插画。书籍内页设计中的插画应用主要有装饰形式、写实形式、漫画形式、抽象形式、半写实形式等。综合来看，这些艺术表现形式多体现在两大类书籍插图中。其一，艺术插图。在书籍装帧设计中，插画本身的视觉冲击力和艺术感染力是它得以应用的重要方面。绘画、卡通、漫画、装饰画等多样化的表现手法，常常会作为独立的艺术作品应用于文学艺术类书籍。比如，拉克姆为《格林童话》一书所设计的插图作品，凭借生动感人的画面，给人以强烈的艺术感受，进一步强化了艺术作品的魅力。其二，技术图解。医学、科学及工具类书籍常需要借助插图的直观性解释文字内容，摄影、喷绘、水彩、线描、数位板绘画的现代CG绘画等是其主要的插画应用方式。与艺术插图不同，此类插画应用更加注重写实性。

2.3 包装设计中的商业插画

近年来现代社会的迅猛发展，丰富多彩的消费产品成为时代的主色调和标志符号。而插画作为产品的

表现形式应用于产品的现代包装设计中,其独具的审美形式和深刻的内涵意义吸引着大众的眼球,使其在商品的销售和购买中起到了不可替代的作用^[10-11]。首先,绘画的表现手法。在包装设计中,插画的表现形式与内容丰富多样,其中,手绘插画的应用最具代表性。这是因为相较于各种电脑绘制的插画图形,手绘的表现形式更能够让商业插画具备情感性,给人以亲切、和谐之感。以日常用品纸巾为例,商业插画在其包装中就发挥着重要作用。由于纸巾的受众群体80%是女性,所以很多纸巾的包装打破了原有的只是标志或者简单的纯色,可爱系列、少女系列、优雅系列等层出不穷,在满足消费者使用需求的同时也迎合了他们的审美需求。心相印纸巾的包装设计十分具有代表性,其将台湾作家几米的作品《向左走,向右走》进行了创新性应用,蕴藏深刻寓意和特定故事情节的漫画绘本,既能够迅速抓住消费者的注意力,又能够引发消费者的驻足思考,想象其中的故事情节,从而有效促成了购买行为。其次,夸张的表现手法。夸张是商业插画在包装设计中的另一种应用方式。巧妙运用夸张手法,能够凸显商品形象,赋予商品包装更多的创意和亲和力,让人印象深刻。比如,对于某些极具现代感的商品,其在插画使用上可借鉴印象派的绘画风格,通过交缠的线条、激烈的笔尖以及绚丽的色彩体现强烈的现代感;对于女性内衣产品的包装设计可以借鉴洛可可式绘画风格,通过柔和的色泽、别致的风格凸显女性形象的婀娜多姿,强化女性内衣的柔美;对于糖果类的零食包装设计可以借鉴卡通插画,通过鲜明的色彩、极富亲和力的造型,给人以亲切感,让商品信息的传递更加简单直接。总之,在包装设计中应用商业插画能够更好地展示商品特质,使商品和艺术相互融合、相互渗透,形成有机统一体。只是在具体使用时,设计师应根据不同的商品类别和受众群体选择不同风格的插画类型,这样才能让插画更好地为包装设计服务。

3 结语

商业插图的演变和发展离不开商业性,其艺术风格与应用媒介都是在商业性的前提下发展起来的^[12]。优秀的商业插画具备多种表现力,能够进一步丰富设计语言,准确传达商品信息,对消费者有着强烈的感染力和视觉冲击力。因此,在平面设计中,设计师应把握好商业插画的定位,通过多样化的艺术手段对其与平面设计进行整合和统一,充分发挥商业插画的辅助作用,创作出更多具备强大视觉冲击力的平面设计作品。

参考文献:

- [1] 鲁焯, 钱小可. 解析商业插画在平面设计中的应用[J]. 青年文学家, 2013(19): 196.
LU Ye, QIAN Xiao-ke. Analysis of Commercial Illustration in Graphic Design in the Application of[J]. Youth Literature, 2013(19): 196.
- [2] 李明. 浅论现代商业插图的商业性[J]. 包装世界, 2013(4): 13.
LI Ming. A Simple Discussion on the Modern Commercial Illustration of the Commercial[J]. Packaging World, 2013(4): 13.
- [3] 于莹, 吴媛媛. 浅析商业插画的艺术风格与应用媒介[J]. 理论界, 2013(9): 57—59.
YU Ying, WU Yuan-yuan. The Art Style and Application of Media[J]. Theory Analysis of Commercial Illustration, 2013(9): 57—59.
- [4] 王成凤. 解析插画在招贴设计中的应用[J]. 大众文艺, 2014(20): 64—65.
WANG Cheng-feng. Analytical Illustration in the Poster Design in the Application of[J]. Mass Art, 2014(20): 64—65.
- [5] 于长龙, 张进平. 插画在当代招贴图形设计中的应用[J]. 齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版), 2014(3): 143—144.
YU Chang-long, ZHANG Jin-ping. In the Illustration of Contemporary Poster in Graphic Design Application[J]. Journal of Qiqihar University(Philosophy and Social Sciences Edition), 2014(3): 143—144.
- [6] 任燕. 浅析插画在平面海报中的导读功能[J]. 美与时代, 2015(11): 58—60.
REN Yan. Analysis of Illustration in the Poster in the Guidance Function of[J]. Beauty and Age, 2015(11): 58—60.
- [7] 李雨琦. 插画元素在书籍封面设计中的应用研究[J]. 文艺生活, 2014(2): 79.
LI Yu-qi. Study on the Application of Illustration Elements in Book Cover Design[J]. Literary and Artistic, 2014(2): 79.
- [8] 王莉. 插画在书籍装帧中的艺术表现[J]. 中国科教创新导刊, 2009(11): 83.
WANG Li. Illustrations in the Book Binding Art[J]. Chinese Science Innovation Herald, 2009(11): 83.
- [9] 黄姗姗. 书籍装帧艺术中的现代插画设计[J]. 中国包装工业, 2015(12): 42—43.
HUANG Shan-shan. The Art of Modern Illustration Design[J]. Chinese Packaging Industry, 2015(12): 42—43.
- [10] 吴海立. 商业插画在包装设计中的创新应用与价值提升[J]. 人民论坛, 2015(33): 90—91.
WU Hai-li. Innovative Application and Value of Commercial Illustration in Packaging Design[J]. People's Forum, 2015(33): 90—91.
- [11] 高欣, 柯清, 杨诺. 慢设计理念下的居室空间设计探讨[J]. 家具与室内装饰, 2016(2): 96—97.
GAO Xin, KE Qing, YANG Nuo. Design of the Bedroom Space under the Concept of Slow Design[J]. Furniture & Interior Design, 2016(2): 96—97.
- [12] 林作新. 什么是后现代主义的设计[J]. 家具与室内装饰, 2015(3): 22.
LIN Zuo-xin. What is Postmodern Design[J]. Furniture & Interior Design, 2015(3): 22.