

扁平化风格插画在趣味玩具包装中的应用

陈若茜, 吴红梅

(广西艺术学院, 南宁 530007)

摘要: 目的 以虚拟品牌——ciiica (起卡玩具) 为实验材料展开系列创作, 从全新的角度探讨趣味玩具包装设计, 解决玩具包装中存在的问题, 拓展扁平化设计风格的应用。方法 在该品牌包装设计过程中, 通过对扁平化风格特征进行分析, 从包装设计的图形、色彩、文字和版式等要素出发进行设计。运用插画具有的独特艺术和文化内涵, 实现扁平化包装设计的简约优雅、图形语义明确、版面秩序化、颜色纯粹化的特征。结论 反映品牌设计的创作理念和风格样式, 为包装设计带来更加丰富、生动和多样化的表现形式, 使品牌包装视觉语言表达的效果达到最大化。

关键词: 扁平化; 插画; 包装设计; 趣味性

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)12-0086-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.12.015

Application of Flat Style Illustration in Funny Toy Packaging

CHEN Ruo-xi, WU Hong-mei

(Guangxi Arts University, Nanning 530007, China)

ABSTRACT: The paper aims to develop a series of creation with virtual brand - ciiica (card toy) as the experimental material to explore the packaging design of funny toys from a new perspective, solve the problems in toy packaging and expand the application of the flat design style. In brand packaging design, the graphs, colors, texts, typography and other elements of packaging were designed through analysis on characteristics of flat style. The use of illustrations had unique artistic and cultural connotations. It can achieve the features of simple elegance, clear graphical semantics, orderly layout, and color purity of flat packaging design. Creative concept and style reflecting brand design can bring a richer, more vivid and diversified expression to packaging design. It also can maximize the effects of visual language expression in brand packaging.

KEY WORDS: flattening; illustrations; packaging design; funky

随着现代科技的发展, 扁平化设计风格被推上了新的关注高度, 成为近年来各平面设计领域的主流趋势。扁平化设计是以图形简洁、文字清晰、色彩单纯等方式表达出来的一种设计风格^[1]。在短时间有效地传达信息, 给人们以干净、简洁的视觉感受, 迎合了现代的生活特点和需求, 使得扁平化设计成为当今的潮流趋势^[2]。本研究利用扁平化风格的插画手段作为包装主体, 提出插画在趣味玩具包装中的典型体现, 为包装设计带来更加丰富、生动的视觉效果^[3]。本文尝试根据包装、平面广告、VI 等

各平面设计领域的设计手法, 通过视觉元素表达主体的诉求点, 对自创 ciiica (起卡) 品牌玩具进行包装设计, 探求扁平化风格插画在趣味玩具包装设计中应用的可行性。

1 玩具包装的现状和发展趋势

1.1 国内外玩具包装的现状

随着人们生活水平的日渐提高, 玩具在市场上的消费比重也逐步增加, 市面上各种款式的玩具包装琳

收稿日期: 2019-02-03

基金项目: 陈若茜 (1991—), 女, 广西人, 广西艺术学院硕士生, 主攻视觉传达设计。

作者简介: 吴红梅 (1971—), 女, 广西人, 广西艺术学院教授、硕导, 主要研究方向为视觉传达设计。

琅满目,购买者的年龄范围也从原来的幼儿扩大到青少年甚至中年。当下,玩具包装的设计除了注重运输过程中的保护功能和销售过程中的宣传功能外,已经开始在造型审美上发生变革,融入了创新的理念和产品情感的体验。国内玩具市场上现有的玩具包装,还是普遍存在着一系列的问题。如一些比较有代表性的趣味玩具,包装设计大多采用玩具本身的实物拍摄进行排版和绚丽的视觉效果相互结合,没有考虑到感官角度和消费者使用上的互动体验。商家为了节约成本且考虑运输环节,大多数会选择传统陈旧和千篇一律的天地盖式盒型。相比于国外玩具包装设计,国内的趣味玩具包装缺乏原创设计,包装图形元素不能引起消费者的共鸣,或者外观设计时对功能的设计不到位。

国外的玩具包装设计在很早前就注重产品与人

的趣味性互动,首先在玩具包装造型方面,新颖奇特的趣味性造型能获得消费者更多的关注。如 Tube Toys 儿童玩具包装设计,见图1,将圆柱形包装作为玩具主题的一部分,在玩具与包装一体化的基础上既创造了存储的空间又减少包装材料的消耗。这种令人愉悦的趣味性包装体验在传递玩具品牌信息的同时,还引发了人与玩具的情感互动,以别具一格的形式刺激了消费者对该款玩具购买的欲望。其次,在玩具包装的构图方面,众多的国外玩具包装案例中,运用插画形式作为玩具包装元素屡见不鲜。目前国外设计师对表达趣味性的构图方式趋向于在包装中大面积的画面表现,由繁入简,精度高的扁平化风格使版面变得更加清晰也大缩短设计所需时间^[4]。极简的线条和抽象的块面还增加了插画中趣味性的表现力,这也说明了扁平化风格插画越来越受到设计师们的青睐。



图1 Tube Toys 儿童玩具包装设计
Fig.1 Packaging design of "Tube Toys" children's toys

1.2 玩具包装的发展趋势

趣味玩具的包装设计是设计师在寻求不同角度,综合考虑玩具产品的特性、消费人群心理特征和品牌理念的基础上,利用色彩、图形和造型艺术将构思直观有效地传达产品内容和信息,将趣味性表现在玩具产品的包装设计中。在当今社会,生活节奏加快,无论成人、小孩都青睐直观简约的信息传达。这种简单、没有过多修饰,色彩、排版都非常鲜明,功能界定清晰,既满足用户求简的心理需求,又能准确传递产品信息。扁平化这种极简特征,顺应时代的发展,符合大众审美趣味,是极简主义设计发展的必然结果。这种设计风格从传统的拟物化转向扁平化,得到大众的认同与共鸣,在当下现代包装设计中已经走在了设计流行的前沿^[5]。

2 扁平化风格设计中的视觉元素

2.1 扁平化设计的特点

1) 具有极简主义风格。极简主义最显著的特征是简洁、明确,用极简的方式表达内在本质属性。这种风格能够简单直接地将信息和设计内容展示出来,减少不必要的复杂辨别和认知过程^[6]。

2) 摆脱拟物化设计理念。扁平化的设计与拟物

化设计不是完全对立的风格,相较于拟物化,扁平化设计更适合简洁明快,没有大量的修饰,设计简约、条理清晰。

3) 强调功能性。以简洁而不简单的设计表现方式,见图2,采用简洁图形文字、单纯色彩、简约版式,减弱视觉设计中各种渐变、阴影、纹理等对视线的干扰。扁平化设计每一个图形看起来都是扁平的,见图3,所用元素的边界无任何装饰,干净利落,达到简化设计语言,突出主体功能,成为快速演化的最直接表现^[7]。简约、清晰、缓解审美疲劳,是扁平化包装设计的优点^[8]。

2.2 扁平化风格中的视觉元素

扁平化设计在平面视觉元素的运用上,遵循扁平化设计的原则,突出简约而不简单的设计理念,把握好图形、色彩、文字和版式4种元素之间的关系,实现信息清晰化、功能最大化。

运用图案表现的形象设计,具有鲜明、生动的特征。使用简单形状表现,也使用多变的直线还有流动性极强的曲线,穿插变异,设计出脱离现实又来源于现实的简易图形。在色彩运用上,扁平化的包装设计倾向于使用单色调,不需要复杂的色彩处理,相比于其他风格,通常采用更鲜艳更明亮的色彩搭配。增强视觉的冲击力,能恰当地表达商品的品牌定位和功能



图 2 麦当劳扁平化极简的包装及品牌设计
Fig.2 Flat minimal packaging and branding design of McDonald's

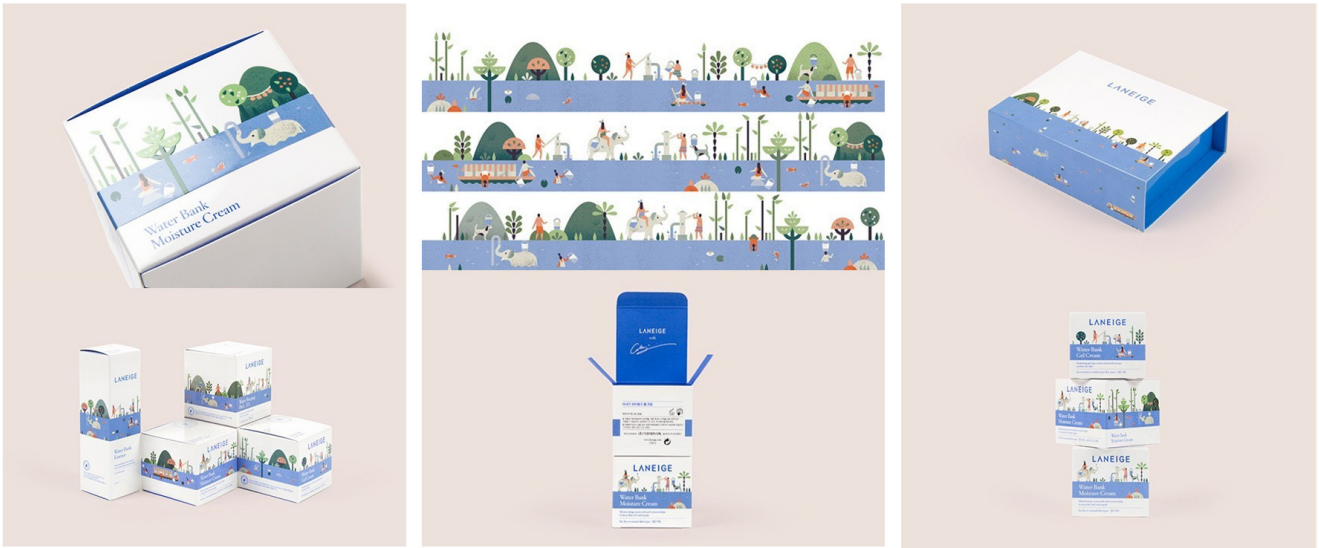


图 3 扁平化化妆品“laneige”包装设计
Fig.3 Packaging design of flat cosmetics "laneige"

特性。文字是最基本的形式要素之一，字体的设计考虑到总体设想，选择字体要注意符合诉求。通常采用造型简单没有复杂装饰的字体，符合扁平化设计的简约风格。版式设计的重要性更为突出，版式编排秩序直接影响整套包装的视觉效果。通过版面排列组合，使整个画面简洁、清晰、明确，主体内容突出，视觉流程层次分明，保证产品在视觉上和措辞上的一致性，完美实现包装设计的目的^[9]。

3 虚拟 ciica 品牌系列包装设计

3.1 ciica 品牌系列包装设计的理念

ciica 卡槽玩具的制作，见图 4。以常见动物头像为素材，独立设计了一系列的立体动物玩具，自创的品牌命名为 ciica 卡槽玩具。每个玩具均由 15~20 片大小形状不一的牛皮板卡纸组合而成，通过平面软

件制作完成后，使用激光雕刻机进行边缘的切割，经过插槽有次序的拼接，形成了造型独特、立体感强、变化丰富的动物趣味玩具，可作为挂饰或摆饰，趣味性极强。立体动物玩具系列包括了动物绵羊、麋鹿、独角兽、豪猪等大众熟知的动物形象。

ciica 品牌包装采用了扁平化的插画风格作为图形元素，以产品本身对应的动物形象作为包装中插画的主题图形。圆形塑造了灌木，三角形塑造了山体，多边几何图形塑造了动物形象，舍弃过多的装饰，使整个画面丰富有趣，感觉到简单、快乐、自由和放松。购买者只需要通过产品外包装中的扁平插画就能判断产品的内容分类，拓宽了包装设计的视觉传达形式^[10]。

3.2 ciica 品牌系列设计实践

设计图形的表现见图 5。图形是比文字更形象更具体的表现形式，扁平化图形通常采用许多简单的几



图 4 ciiica 卡槽玩具提炼
Fig.4 Card slot toy training of "ciiica"



图 5 ciiica 品牌图形表现
Fig.5 Graphics performance "ciiica" brand

何元素,比如圆形、矩形、多边形等矢量图形。在 ciieca 卡槽玩具包装设计中,将插画元素带入扁平化设计,感受更多平面设计领域与扁平化设计的碰撞。ciieca 动物造型的特征表现在图形中不仅包括了多变的直线,还有流动性极强的曲线,实现了动静结合以及形式上的统一,并且简单明白地概括出了动物的基础形态,更直观地营造了产品的特征和想要表达的品牌文化。扁平化的图形不需要被过度设计,摒弃了以往卡通插画中写实的风格,去繁化简,干净利落,以扁平化图形重新定义,以更为强烈的图案感展现所有要呈现的内容和信息,传达给大众的感受更加完整,实现信息清晰化。突出产品趣味性的创意表达,符合趣味玩具品牌属性和特征内涵。

色彩的运用见图6。色彩是包装最显著的特征,

是传递信息的重要方式,本设计采用比现实更明亮鲜艳的颜色,运用多色系色块来搭建,增加了视觉感官带来的趣味性和冲击效果。插画的配色是色彩表现的核心,肩负着区分图形信息主次的重任。在 ciieca 这个品牌中,在每种类型的动物造型插画包装中,平均使用了6~7种的配色,为了区分主体动物和背景,在背景的色彩表现上,尽量运用了大面积且纯度较高的同色系或相邻色。动物的色彩表现则运用了与背景色反差较大的补色、对比色或者中性色,通过色彩的强弱轻重传达视觉效果,有助于完善产品功能传达。在色块运用上,扁平化插画图形采用大面积的色块堆叠,在同一平面中形成一种不一样的次序感和层次感。色块中的重叠交融中又产生了新的色块,使画面具有一个很强的延续性。营造一种新颖活跃的视觉效果。



图6 ciieca 品牌包装色彩运用
Fig.6 Packaging color application of "ciieca" brand

字体的展现见图7。ciieca 品牌的 Logo 设计运用最广泛的无衬线英文字体,在设计理念、意图上,和扁平化设计的目的不谋而合,达到简洁、清晰、明确的视觉传达,最直接的视觉观感上传递品牌的信息。在英文字体设计中笔画的宽度、头尾部的形状、角度,都有显著的区别,能给人带来亲切、简洁的阅读体验。

版式编排能够直接影响到整套包装的视觉体验,如何通过图形和文字以及色彩的组合,需要通过好的排版来辅助。把被扁平化、极简化之后,合理的信息布局,呈现最佳流畅的视觉效果,是包装版式设计的主要出发点^[1]。另一方面还要注重排版的趣味性,提炼主要内容,完善配色,挑选合理英文字体之后,抓住消费者心理来吸引消费者和使用者的注意,将有趣的元素加入包装设计,令其内容和形式得到统一的同时,又让人感到新鲜愉悦。通过版式做到视觉效果上

的层次分明、强调重点,同时兼具产品特征,达到良好的设计效果。



图7 ciieca 品牌 Logo 设计
Fig.7 Logo design of "ciieca" Brand

3.3 ciica 品牌系列包装设计趣味性表现

利用扁平化风格的插画手段作为包装主体,充分考虑玩具的独特个性,使得包装中扁平插画风格与玩具的特点相得益彰,成功的插画可起到一图胜万语的作用^[12]。ciica 品牌系列包装设计通过对包装上动物以及场景造型的色彩简化、线条简化,穿插变异设计出脱离现实又来源于现实的简易图形,如用圆形塑造了灌木,三角形塑造了山体,多边几何形塑造了动物,形成了一种新的组合形象,给人夸张有趣的视觉感受。这种有趣的动物新形象不但是一种表现产品特性的方式,也是一种对玩具极具趣味性的表现手段。

4 结语

扁平化包装设计的图形、文字、色彩、版式等易于识别和理解,极简风格都将成为人们所追求的新趋势。扁平化风格插画以一种全新的思维方式设计,呈现交互融合,是本设计的创新点,打破现代许多玩具包装设计的繁琐,依据商品的特性与品牌定位,将趣味性元素与独特的插画表现手法相结合,展示商品的趣味性和扁平化插画的艺术美感。

参考文献:

- [1] 姬洪瑜, 韩静华. 扁平化设计在交互设计中的应用[J]. 包装工程, 2015, 36(12): 91—94.
JI Hong-yu, HAN Jing-hua. Application of Flat Design in Interaction Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(12): 91—94.
- [2] 曹舒. 浅析扁平化设计在现代设计中的地位和作用[J]. 美术教育研究, 2014(3): 106—107.
CAO Shu. Analysis of the Position and Role of the Flat Design in Modern Design[J]. The Fine Arts Education Research, 2014(3): 106—107.
- [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): 87—90.
YAN He, QIAN Jing-jing. Application of Illustrations in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(20): 87—90.
- [4] 庞博. 从扁平化风格看界面设计的发展潮流[J]. 装饰, 2014(4): 127—128.
- [5] 李迎丹. 扁平化包装设计的视觉语言表达[J]. 中国轻工教育, 2015(3): 14—16.
LI Ying-dan. Flat Packaging Design, Visual Language Expression[J]. China Education of Light Industry, 2015(3): 14—16.
- [6] 叶国丰. 包装设计中图形的完整性与延展性研究[J]. 包装工程, 2010, 31(12): 97—99.
YE Guo-feng. Research on the Integrity and Ductility of Graphics in the Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(12): 97—99.
- [7] 马娜娜. 简洁而不乏味——浅谈扁平化界面设计[J]. 大众文艺, 2013(16): 137—138.
MA Na-na. Simple but not Boring: Introduction to the Flat Interface Design[J]. Popular Literature, 2013(16): 137—138.
- [8] 余娜, 张珂. 扁平化在现代包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2015, 36(18): 41—44.
YU Na, ZHANG Ke. Application of Flat in the Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(18): 41—44.
- [9] 唐玉. 扁平化设计在食品包装设计中的应用与探索[J]. 包装与设计, 2016(4): 100—101.
TANG Yu. Application and Exploration of Flat Design in Food Packaging Design[J]. Package & Design, 2016(4): 100—101.
- [10] 秦燕. 插画在饮料包装中的应用[J]. 包装工程, 2009, 30(2): 144.
QIN Yan. Application of Illustration in Drink Package Design[J]. Packaging Engineering, 2009, 30(2): 144.
- [11] 孟光伟. 包装设计中的情感诉求[D]. 济南: 山东轻工业学院, 2012 年.
MENG Guang-wei. Emotional Appeal in Packaging Design[D]. Jinan: Shandong Institute of Light Industry, 2012.
- [12] 司先才. 插画在包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2008, 29(3): 194.
SI Xian-cai. Application of Illustration in Package Design[J]. Packaging Engineering, 2008, 29(3): 194.