

水墨元素在包装设计中的应用

李文静

(晋中学院, 晋中 030619)

摘要: **目的** 探析包装设计中的水墨元素应用新方向及新路径。**方法** 从消费市场的成熟催生消费形式的多样和消费需求的多元这一背景出发, 总结包装设计对民族文化元素的现实需求及重要性, 接着深入民族文化内部, 提取出水墨元素这一典型代表, 同时结合水墨元素自身所呈现出的自然、空灵、黑白、简洁特质探寻当前包装设计对其的创造性应用, 并分别结合水墨元素的文字、图形等精髓进行整体方向的总结, 最后从水墨造型、水墨肌理、水墨意蕴等方面透析其在包装设计中的个性化应用路径, 展望未来发展的优势, 挖掘深层的发展潜力。**结论** 水墨元素凭借自身独特的特性创造出不同的层次与灵动的画面, 其在包装设计中的创造性应用赋予了产品更多的内在价值, 提高了整体的设计水平, 促使包装设计由单纯的商业化向艺术化的方向迈进。

关键词: 水墨元素; 包装设计; 内在价值

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)18-0232-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.18.037

Application of Ink Element in Packaging Design

LI Wen-jing

(Jinzhong University, Jinzhong 030619, China)

ABSTRACT: The paper aims to explore new application direction and new path of ink element in packaging design. From the background of diversified consumption forms and demands of the mature consumer market, the real demand and importance of packaging design to national culture were summarized. The ink element – a typical representative of national culture was extracted. Meanwhile, in combination with nature, empty spirit, black, white and other features of ink element, its creative application in packaging design was explored. The overall direction was summarized in combination with ink element text, graphics, etc. Finally, from the aspects such as modelling of ink, ink painting skin texture, ink implication dialysis path of personalized applications in packaging design, the future development advantages was prospected to explore its potential of deep development. The ink element creates different levels and flexible images with its unique characteristics. The creative application of ink element in packaging design endows products with more intrinsic value, improves the overall design level, and promotes the packaging design to transfer from pure commercialization to artistry.

KEY WORDS: ink element; packaging design; intrinsic value

经济与贸易的飞速发展, 促进了消费市场的成熟, 而这又在一定程度上实现了消费形式与消费需求的变化与提升, 简单地实现促销目的已经不足以支撑包装设计继续走下去, 还要进一步满足消费者的心理需求和审美需求, 向消费者传递产品设计的理念与包装的多样化功能^[1]。我国的包装设计行业并没有完全

达成这样的设计目标, 由于各种文化思潮和设计理念的影响, 总体所呈现的状态是缺乏民族特质和审美意蕴, 有的甚至开始逐渐偏离自身的民族艺术, 向西方的设计思想靠拢。如何使包装设计更显独创性, 更显民族性, 成为我们不得不思考的重要现实问题^[2]。当水墨元素无意中与包装设计碰撞, 所呈现出的审美画

收稿日期: 2019-05-16

作者简介: 李文静 (1983—), 女, 山西人, 硕士, 晋中学院讲师, 主要研究方向为视觉传达设计。

面更富艺术色彩,其强烈的民族性和个性化的形式与内容大大满足了消费者的精神需求,也给包装设计师提供了更加多样的设计资源与创新路径。

1 水墨艺术的主要特点

水墨艺术具有几千年的文化底蕴,更在不断的发展过程中形成了独特的个性特征,在我国的文化领域占据着重要位置。深入分析其特点,不难发现主要包含以下几点。第一,自然。水墨画的题材来源于自然,意趣同样来源于自然,所强调的是一种自然生命的变化。在创作过程中,艺术家总是以自然之心去表现世间万物,利用水、墨、纸等进行创意的挥洒,使得水与墨自然地交融。这种随性的表达方式使水墨艺术更加自然^[3]。第二,空灵。空灵是评价艺术作品的重要标志。在水墨艺术中这一特质十分明显。艺术家在创作中所讲求的有虚有实、有实有空,造就了水墨艺术的空灵之感,形成了一种独特的精神境界^[4]。第三,黑白。黑白两种颜色是水墨艺术创作中的主要色彩,其对比的形式促成了一种意趣的表达,明快淡雅的白与稳重的黑形成了强大的视觉冲击力,展现出了水墨艺术独特的艺术魅力。第四,简洁。以最少的内容传达出最多的信息,这是水墨艺术一直以来所追求的境界。纵观水墨艺术成品,无论意图与形式内容如何,简洁永远是第一位的。当然,水墨艺术的简洁特征并不等同于简单草率,即使简单数笔也包含了艺术家深厚的素养和娴熟的技巧,表达着一种以少胜多的信息。

2 水墨元素在包装设计中的应用方向

水墨元素在包装设计中的应用并不是随意的,也不是刻意的,而是基于实际需求的一种个性化表达,其主要方向集中在水墨文字、水墨画、水墨图形等方面。

2.1 水墨文字

文字部分一直是包装设计中重要的内容,有信息传达功能^[5]。从目前我国包装设计中水墨元素的应用来看,水墨文字同样是重要的存在形式。这是因为水墨文字并不是普通的汉字,而是由传统书法延伸出来,在文字形体上讲究一笔一划,在节奏感上讲究抑扬顿挫,将其进行全新的创造,可以实现包装设计内涵的丰富,营造出一种和谐、完美的感觉,给予产品更多的内在价值。这一点在酒品包装设计中应用得十分广泛,经过艺术化的水墨文字对酒品的品牌形象进行了完美地诠释,使其更显民俗风情。

2.2 水墨画

花鸟鱼虫、神话典故题材的水墨画虽然传统、古典,但是经过包装设计师的全新设计,反而提升了产品的精致程度和品质档次,熟悉的画面和丰富的内

涵,使得人们从中体验到一种自然的亲切,在赏心悦目的同时,刺激人们的购买欲望^[6]。这一点在月饼礼盒包装中经常使用,不仅丰富了包装的内涵,而且让整体设计更加完整。

2.3 水墨图形

水墨图形与水墨文字、水墨画同等地位,其给予了包装设计更多的灵感。在实际的包装设计中,设计师将与表达主体相契合的水墨图像筛选出来,再借助一定的技术手段进行后期的设计处理,使之成为更加个性的图形,吸引消费者的注意力,并能够引发消费者的情感波动,而这也在无形中增加了产品的内在价值^[7]。

3 水墨元素在包装设计中的应用策略

鉴于当前人们的要求更加多元这一现实,水墨艺术在包装设计中的应用也变得丰富起来,尤其是造型的装饰性、肌理的独特性、意蕴的丰富性等,通通成为其助力包装设计效果提升的重要法宝。下面即对相关的应用细节进行深入分析与研究。

3.1 突出造型装饰

水与墨的相互作用形成了独特的视觉效果,基于此,动态组合成的构图形式成为包装设计重点利用的关键点^[8]。从水墨艺术的艺术效果看,含水墨量的差异,赋予了干、湿、浓、淡的变化,以墨代色的手法又产生了焦、浓、重、淡、清5色,其中所呈现的意、力、韵、趣,使得水墨的整体造型形成了浓淡干湿、疏密聚散、对称均衡、节奏韵律等的丰富变化,更成为包装设计中重要的装饰元素^[9]。

茶类包装设计讲究突出产品的特性、品牌理念,以最大化地迎合消费者心理,其装饰效果的好坏直接影响着消费者的购买欲,因此,设计师开始尝试将水墨艺术的突出造型特点应用其中,在更高的层面上实现传达商品的信息、功能、销售及其功能以外的附加值的作用,并取得了不错的实际效果。通过深入研究我们发现,传统乌龙茶包装设计在装潢风格上就十分重视对国风元素的融入,整体的写意手法大胆、豪放,又不失韵律,从外形、色彩、构图和材料等形式上进行了艺术化设计。从外形上看,乌龙茶包装设计的展示面的大小、比例、尺寸、纹理和形状等都是水墨元素可以应用的重要方面,妙在以极少的要素表达最多的信息,营造简约而不简单的整体效果。从色彩要素分析,水墨色彩有着突出的视觉冲击力和表现力,能够与水墨造型高度整合,对包装进行色调的把控,进一步美化包装的造型与图形,从而更加鲜明地体现产品的定位。在包装结构要素方面,从名称、LOGO到使用说明、生产批号、净含量、保质期等,逐一进行整合,就能够构成产品包装的整体效果^[10]。这一过程

中可以选择以水墨元素为主的宣纸作为包装素材,以不同的材质和肌理体现乌龙茶的品质,给消费者以不同的视觉效应。乌龙武夷名茶的包装设计就是讲这些水墨元素进行整合的代表。在设计过程中,设计师用中国传统采茶女的形象和水墨写意风景作为主题,再配合古色古香的牌坊,营造出一种只有水墨元素才能完美展现的意境,让人仿佛闻到了袅袅飘香的乌茶,既体现了茶叶自身的文化内涵,又传承了水墨文化。

3.2 展现肌理效果

一个好的商品包装设计可以提升商品的档次,这一点在水墨肌理的应用中体现得淋漓尽致^[11]。传统的水墨肌理元素在包装设计中的应用,丰富了包装的设计元素,给设计师提供了更多的设计可能,尤其是将中国画水墨的灵性与包装的时代感完美结合更给人一种强烈的视觉冲击力。这是因为水墨本身是我国传统的美术表现形式之一,其所展现出的独特的韵味与效果,更是给了包装以个性化的设计形式。当然,在设计的过程中,设计师并不是生硬地应用水墨肌理元素,更多的是借助计算机技术,升华传统艺术与现代技术的碰撞,如此可以提升包装设计的可观赏性,带来不一样的包装视觉体验与触感体验。需要注意的是,设计师要根据商品自身的特性来设计商品的包装,不能随意使用水墨肌理,一旦出现图形与商品特性不符合,反而会将会包装效果大打折扣。

3.3 应用书法元素

水墨书法元素的不断创新与运用,更好地展现了包装设计的美感,同时丰富了文化内涵^[12],因此,该元素成为现代包装设计中不可忽视的存在。将水墨书法元素与包装设计结合的实例有很多,这里主要选取海南海产品包装设计进行具体分析与探讨。由于海产品资源十分丰富,海南的鱼、虾、蟹、螺等海产品的市场十分广阔,但大多数海产品的包装形式过于简单,更多的是起到基础的保护作用,鲜少有品牌产生。鉴于此,一些包装设计师开始尝试将水墨元素融入其中,除了简单的文字书写,更注重对留白的运用,借此展现产品的纯净、洁净,给有着追求“绿色”产品的消费偏好的消费者以选择的可能,这一点是成功的,值得借鉴。

3.4 深化水墨意蕴

水墨艺术所包含的中国的哲学思想和审美价值取向,受到了越来越多设计师的青睐,尤其是其所展现的水墨意蕴更是成为包装设计领域的重要参考对象。为了提升包装的文化内涵与深层意蕴,越来越多的设计师开始探索水墨意蕴与设计的结合,实现了文化意蕴的升华^[13]。在汾酒的包装设计中,设计师为了营造典雅而又充满文化气息的艺术效果,在青花瓷的材质上配合书法的汾字和水韵味的背景;在水井坊白

酒的包装设计中,设计师将瓶底的凸井设计搭配了充满水墨意蕴的古帛画,将文化、雅致、简约、时尚的牌理念展现得淋漓尽致。不止于此,很多茶包装在设计中也会倾向或应用充满水墨意蕴的各种元素,在展现产品属性的同时,深化产品的文化内涵。单纯应用一些茶叶或者茶树的图片进行包装设计,并不能呈现出茶品的内蕴与文化,而水墨元素所深含的文化意蕴有着悠久的历史积淀和深远的意境,能够塑造出高贵典雅的感觉,从而更加轻松地实现理想的设计效果。

4 结语

有着悠久历史的水墨艺术在发展过程中,经历了长时间的发展和改良,形成了独特的艺术语言,其中的图形、文字、造型和意蕴都是当前包装设计领域值得借鉴的优秀元素。为了设计出更具个性和新意的包装作品,设计师还要在未来的设计实践中对水墨画艺术进行深入研究,以科学的设计思想指导自己,在继承前人的基础上不断创新,赋予包装新的风格形式和视觉效果,创造出更具有个性和新意的作品,展现出具有中华民族独特艺术魅力的水墨艺术的独特价值。只有这样,设计师设计的包装作品才能够在更大意义上引发消费者的共鸣,在促进销售的基础上,促进传统文化的发展和创新。

参考文献:

- [1] 盛健. 水墨元素在包装设计中的再现[J]. 中国包装工业, 2015(22): 155.
SHENG Jian. Reproduction of Ink Elements in Packaging Design[J]. China Packaging Industry, 2015(22): 155.
- [2] 杨添. 插画中的水墨元素在包装设计中的体现[J]. 文艺生活·文海艺苑, 2012(12): 198.
YANG Tian. The Embodiment of Ink Elements in Illustration Design in Packaging Design[J]. Literary Life • Wen Hai Yi Yuan, 2012(12): 198.
- [3] 劳秀霞. 浅谈中国传统水墨元素在茶叶包装设计中的应用[J]. 艺术评论, 2015(6): 131-133.
LAO Xiu-xia. Discussion on the Application of Chinese Traditional Ink Elements in Tea Packaging Design[J]. Art Review, 2015(6): 131-133.
- [4] 刘丽. 水墨元素在平面设计中的应用[J]. 现代装饰(理论), 2014(7): 79.
LIU Li. Application of Ink Elements in Graphic Design [J]. Modern Decoration(Theory), 2014(7): 79.
- [5] 王影. 中国传统水墨元素在设计中的应用[J]. 文艺生活·文艺理论, 2011(7): 54-55.
WANG Ying. Application of Chinese Traditional Ink Elements in Design[J]. Literary Life • Literary Theory, 2011(7): 54-55.
- [6] 胡玲. 水墨艺术元素在包装设计中的应用剖析[J]. 中

- 国包装工业, 2015(22): 100.
- HU Ling. Analysis of the Application of Ink Art Elements in Packaging Design[J]. China Packaging Industry, 2015(22): 100.
- [7] 刘丽. 水墨元素在平面设计中的应用[J]. 现代装饰(理论), 2014(7): 79.
- LIU Li. Application of Ink Elements in Graphic Design[J]. Modern Decoration(Theory), 2014(7): 79.
- [8] 姚松奇. 水墨元素在包装设计中的再现[J]. 萍乡高等专科学校学报, 2010, 27(1): 67-69.
- YAO Song-qi. Reproduction of Ink Elements in Packaging Design[J]. Journal of Pingxiang College, 2010, 27(1): 67-69.
- [9] 胡娅静. 论传统水墨元素在现代平面设计中的应用及创新[J]. 戏剧之家, 2016(2): 150-151.
- HU Ya-jing. On the Application and Innovation of Traditional Ink Elements in Modern Graphic Design[J]. Theatre House, 2016(2): 150-151.
- [10] 闫莉. 包装设计中的水墨意趣[J]. 中国包装工业, 2015(22): 56.
- YAN Li. The Intention of Ink and Wash in Packaging Design[J]. China Packaging Industry, 2015(22): 56.
- [11] 王丽君. 水墨肌理效果在包装设计中的运用[J]. 甘肃高师学报, 2014, 19(3): 67-68.
- WANG Li-jun. Application of Ink Texture Effect in Packaging Design[J]. Journal of Gansu Normal University, 2014, 19(3): 67-68.
- [12] 鲁乔, 郑莉. 基于水墨书法在现代包装设计中的应用[J]. 大观, 2016(1): 85.
- LU Qiao, ZHENG Li. Application of Ink Calligraphy in Modern Packaging Design[J]. Grand View, 2016(1): 85.
- [13] 姚继琴. 论水墨意蕴在包装设计中的运用[J]. 中国包装工业, 2015(12): 144-145.
- YAO Ji-qin. On the Application of Ink and Wash Implication in Packaging Design[J]. China Packaging Industry, 2015(12): 144-145.

(上接第231页)

- ZHU He-ping, KE Sheng-hai, TAN Yuan-yuan, et al. Product Packaging Design[M]. Changsha: Hunan University Press, 2007.
- [2] 张结意, 徐向明. 塑造和提升品牌形象的产品包装设计[J]. 艺海, 2018(9): 98-99.
- ZHANG Jie-yi, XU Xiang-ming. Product Packaging Design to Shape and Enhance Brand Image[J]. Yihai, 2018(9): 98-99.
- [3] 张宪荣, 张萱. 设计色彩学[M]. 北京: 化学工业出版社, 2003.
- ZHANG Xian-rong, ZHANG Xuan. Design Colorology[M]. Beijing: Chemical Industry Press, 2003.
- [4] 任磊. 农产品品牌包装设计浅议[J]. 科技经济市场, 2018(10): 111-113.
- REN Lei. Discussion on Brand Packaging Design of Agricultural Products[J]. Technology Economy Market, 2018(10): 111-113.
- [5] 阿克塞尔·维恩, 亚力山大·维恩. 色彩大师[M]. 北京: 电子工业出版社, 2013.
- AXEL V, ALEXANDER V. Colour Master[M]. Beijing: Publishing House of Electronics Industry, 2013.
- [6] 黄国松. 色彩设计学[M]. 北京: 中国纺织出版社, 2001.
- HUANG Guo-song. Color Design[M]. Beijing: China Textile & Apparel Press, 2001.
- [7] 郭曙光. 色彩在艺术设计中的应用[J]. 包装工程, 2019, 40(2): 270-272.
- GUO Shu-guang. The Application of Color in Art Design[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(2): 270-272.
- [8] 奥博斯科编辑部. 配色设计原理[M]. 北京: 中国青年出版社, 2009.
- OBSCUREINC. The Color Design Principle[M]. Beijing: China Youth Publishing Group, 2009.
- [9] 平萍, 张建新. 努力建设富强河南文明河南平安河南美丽河南[N]. 河南日报, 2014-5-12(3).
- PING Ping, ZHANG Jian-xin. Strive to Build A Prosperous Henan, a Civilized Henan, a Peaceful Henan, a Beautiful Henan[N]. Henan Daily, 2014-5-12(3).
- [10] 刘文俭. 深入实施品牌战略推进青岛整体高质量发展[N]. 青岛日报, 2019-4-16(6).
- LIU Wen-jian. Deeply Implement Brand Strategy to Promote the Overall High-quality Development of Qingdao[N]. Qingdao Daily, 2019-4-16(6).