

插画在现代包装设计中的艺术性表达

张珍变

(晋中学院, 晋中 030600)

摘要: **目的** 分析现代包装设计对插画元素的艺术性表达及实践。**方法** 结合插画的定义及其在发展过程中所表现出来的艺术价值和商业价值,就其与包装设计的现代化结合展开探究,分析插画艺术在现代包装设计中的应用现状及必要性,接着分别从突出包装的信息性、传递包装的民族性、体现包装的情感性和彰显包装的时代性等方面逐一展开论述,对其中的代表性实例进行剖析,最后从宏观视角展望插画在包装设计应用的价值与未来发展。**结论** 插画作为一种产品的表现形式应用于现代包装设计中,其独特的审美形式和深刻的内涵,不仅使包装设计更加丰富、生动和多样化,而且给包装作品带来了一种艺术的美感体验,这一特质深深吸引了大众的眼球,让产品包装实现了更大意义上的价值。

关键词: 插画; 包装设计; 艺术性

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)18-0236-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.18.038

Artistic Expression of Illustration in Modern Packaging Design

ZHANG Zhen-bian

(Jinzhong University, Jinzhong 030600, China)

ABSTRACT: The work aims to analyze the artistic expression and practice of modern packaging design on illustration elements. In combination with the definition of illustration and its artistic value and commercial value in the development process, its integration with the packaging design modernization was studied. The application status and necessity of illustration art in modern packaging design were analyzed. Then, the discussions were carried out one by one respectively from the perspective of highlighting the packaging information, delivering the packaging nationality, embodying the packaging emotion and manifesting the times of the packaging. Their representative examples were analyzed. Finally, the application value and future development of illustration in packaging design were prospected from a macro perspective. As a kind of product form used in modern packaging design, the unique aesthetic form and profound connotation of illustrations not only make packaging design richer, more vivid and diverse, but also bring an artistic aesthetic experience to the packaging works. This character deeply attracts public attention, making product packaging achieve a greater sense of value.

KEY WORDS: illustration; packaging design; artistic

插画,是一种具有强烈艺术感的表达形式,其经常与书籍文字搭配使用,起着一定的补充说明和生动形象的作用。从艺术视角看,插画与绘画艺术有着亲近的血缘关系,无论在表现方法还是形式上,都有着紧密的联系,更为突出的是插画艺术在表现主题上展现出独特的深度^[1]。正因如此,插画艺术在发展过程中表现出了巨大的商业价值,其应用范围不再局限于书籍文字的辅助,而是进一步扩大应用范围,出现在

了杂志、影视、广告、包装等媒体上,内容逐渐丰富,视觉语言和独特的表现手法也成为具有强大实用性的视觉艺术,展现出了强大的应用实力。插画艺术的这一特点在包装设计的形式发展中逐渐凸显出来,其形象直观和富有美的感染力的细节,毫无疑问地成为现代包装设计中一种重要的视觉传达形式,并在消费者的视觉审美中占据了不可替代的作用,迅速以一种重要的视觉传达形式的姿态成长起来。尤其随着包装

收稿日期: 2019-05-05

作者简介: 张珍变(1979—),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。

设计的个性化发展, 插画艺术在其中的应用更加广泛, 表现出无与伦比的艺术化视觉效果。

1 插画在包装设计中的发展现状

从世界范围看, 插画艺术在包装设计中的应用已经十分广泛, 且在不同的国家和地域之间有着各自不同的艺术表达形式与效果。事实上, 在日本、韩国以及我国的香港、台湾地区, 插画应用于包装设计的案例很多, 总体发展较为成熟, 有着庞大的市场和运作队伍^[2]。但是, 从我国包装设计领域对插画艺术的应用现状看, 整体的应用范围及效果仍有待进一步加强和提升。具体表现在, 受我国传统文化和商业之间的转换速度太慢这一因素影响, 插画在商品领域的涉足仍然较浅, 并没有形成强大的存在感, 而大众也对这种艺术形式的整体认知度不够, 专业人才的缺乏是一个不可回避的现实。尤其是国外众多优秀的插画家和设计师所创造的成功商业插画设计案例, 使我们不得不思考现实的差距。诚然, 插画从表面上看是一种现代形式, 但从深层次看其也是对我国经典文化的一种传承和发扬, 也正是插画艺术所具备的现代气息, 使得包装设计大大提升了情趣和品位, 艺术气息更加强烈^[3]。在包装设计领域深入推广插画艺术, 将其特质进行艺术化放大, 是包装设计师可以借鉴也是必须给予实践的发展路径。

2 插画在现代包装设计中的艺术性表达

插画在包装设计中的创新应用越来越广泛, 不仅刺激了消费者的视觉, 提高了产品的销售量, 而且为企业带来了可观的经济效益^[4]。不止于此, 包装设计借助图形、色彩元素的配合, 将插画艺术的应用变得更加新颖、灵活, 赋予了商品更加丰富的信息传递和价值表达。毫不夸张地说, 插画在现代包装设计中的应用实现了完美的艺术性表达。

2.1 构思巧妙, 突出包装信息

无论包装设计如何发展, 其价值如何拓展, 有一个基础的功能不可缺少, 那就是对信息的传达功能。从产品包装的市场来看, 现代商业化的包装设计的流通与销售, 都是基于对信息的传达的, 无论是借助图形、文字还是色彩, 无论抽象还是具象, 只有完整地表达产品的信息, 才能获得更加强烈的视觉冲击效果, 抓住消费者的眼球^[5]。插画在包装设计中的艺术性表达自然也离不开基础的信息表达, 不管是图形设计还是配色, 插画的应用都要恰到好处, 以巧妙的构思来展现信息的主次与追求。

第一, 建立品牌形象。在竞争激烈的现代市场, 想要打败对手, 必须树立个性化的品牌形象, 以突出的品牌特征吸引消费者, 最大限度地提升企业在市场

上的品牌认知度。插画独特的艺术表现形式给了企业品牌形象设计以丰富的灵感来源, 越来越多的设计师在对企业进行品牌形象的建立上应用插画艺术, 并获得了不错的市场反馈效果。在实体领域, 插画个性化的艺术表现形式以直观的视觉效果抓住了消费者细微的心理变化, 促进了消费者的购买行为^[6]。在虚拟领域, 插画的应用也给了互联网领域商品以更加艺术化的包装, 甚至因为网络的开放性与包容性出现了很多插画红人, 他们为品牌形象制定更完美的包装计划, 大大提升了包装的价值。无论是实体领域还是虚拟领域, 产品包装设计都得益于插画艺术的信息表达。以化妆品品牌爱丽小屋为例, 其成功恰恰给了我们更多的关于插画艺术化表达的灵感。该品牌的消费群体是20岁至30岁的女性, 在包装设计中大量运用了插画, 且插画的形式并不僵化, 整体的包装更新换代速度非常快, 为这些爱幻想爱艺术的女孩打造出了童话公主般美好的彩妆用品。这种产品信息与诉求的传达迎合了女性群体的消费需求, 成功创建了集可爱、精致、丰富和变化于一体的化妆品品牌。

第二, 提升商品包装设计的经济价值。在建立品牌形象的基础上, 产品包装还需要有更加重要的功能——促销。从这一点上看, 设计师在进行包装设计时要从细节着手, 突出特殊的设计元素, 完美地展现所有的美感, 满足消费者更高层次的审美追求和心理需求^[7]。插画在这一方面依然表现出了惊人的艺术感染力。一些品牌与某位插画大师合作的限量包装款, 更是表现出了强大的艺术价值和商业价值, 让商品的价值大大提升。这些都是插画带给产品包装的魅力与价值, 是一种有效信息的艺术化表达。

2.2 丰富内涵, 传递民族文化

正所谓民族的就是世界的。在全球化的时代背景下, 商品的种类日渐多样, 市场竞争更加激烈, 想要脱颖而出, 必须从根源入手, 丰富产品的内涵, 凸显独特的民族性, 提升文化底蕴^[8]。从插画艺术在产品包装设计的应用上分析, 想要国际化, 必须先实现民族化, 将插画与我国传统文化进行完美结合, 提升包装设计的民族性。现代插画中的水墨元素就是鲜明的例子, 其是从中国水墨的结构中分离、提炼出来的, 讲究一种用笔、墨色、构图和韵味, 追求“天人合一、物我相忘”的和谐境界, 展现出水墨艺术丰富的艺术内涵和精神价值。在插画中借助点、线、面和色彩等元素配合水墨形式的变化, 进行一种艺术的再加工和再创造, 可以实现一种传统的韵味, 同时赋予其一种现代潮流的感觉^[9]。从点的应用看, 结合水墨形式, 可以将插画中的细枝末节进行点染, 大面积地渲染气氛; 从线条的应用看, 插画配合笔、墨、线条的气韵, 由繁到简, 自由发挥, 可以具备强大的艺术张力; 从墨法的应用看, 这一技法打破了拘谨的结构, 给了插

画强烈的艺术对比,全面体现了插画的艺术价值。这些细节的应用,都给予了插画艺术更加强大的艺术表现力,也让包装设计实现了现代与民族的统一。这是对传统文化的敬重,也是对现代风格的彰显,更是艺术民族之路的必然之选。

2.3 迎合心理,体现产品情感

在设计中体现情感诉求,最大限度地迎合消费者的情感需求,是包装设计必须坚持的一项重要原则。因为很多时候,消费者对产品的购买并不仅仅是追求一种实用性,还存在一定的情感因素^[10]。插画艺术化的表达同样需要从这一视角出发,以正面、温暖的情感打动消费者,最终促成购买行为。只是在设计的过程中,设计师不能随意使用插画艺术,而是要科学考虑消费群体的真实情感需求,考虑不同产品所要突出的特色,用科学化的设计思路更好地引发消费者的情感共鸣。

例如,食品的包装设计对插画艺术的应用就要敢于创新,突出个性设计,提高食品在消费者心中的印象及感染力,以实现促销的目的^[11]。“Childhood”糖果包装设计对插画艺术的应用就十分新颖,其在组织方式上借助几何性构图、抽象化构图以及具象化或实物化构图,配合咖啡色、红色、粉色、黑白系列色彩的应用,带来消费者广阔的联想空间,同时简约大方、时尚温馨的艺术设计风格,体现出一种“七彩幸福”的活力之美,向消费者传达出一种个性化的情感,提升了该糖果在消费者心中的印象及感染力。另外,心相印品牌的手纸的一个系列设计同样采用了插画的形式,将台湾几米的插画《向左走,向右走》作为主要的包装图形元素,针对的目标就是青年男女的心理和情感需求,极大地激发了该群体的购买热情,市场销售效果良好。

2.4 改变创新,彰显时代特性

时代的进步催生了技术的革新,也促使了包装设计领域的时代变革。为了将包装设计与时代相连接,设计师在对插画艺术的应用上进行了更富创意的改造,不仅能够准确地传达信息,而且以独特的美感创造出了与时代相符的精神价值^[12]。从细节来看,插画的图形创意主要分为影像构成、变形构成、渐变构成、矛盾空间构成、组合重构等系列手法,借助这些手法形成了强烈明快的视觉效果,同时使画面含有更深的象征寓意^[13]。尤其是数码插画这一形式的应用,使得设计中可以利用数码照相机、扫描设备、打印设备等进行包装设计,大大增强了包装的艺术表现力。例如,“七喜”饮品的包装设计就是一种数码插画的形式,将幽默的情节和人物串联起来,迎合了重点的女性消费人群及儿童消费者,而其艺术表现力更在一定程度上实现了一种时代性表达,创新了包装的固有形式,给了插画艺术更加旺盛的生命力。

3 结语

商品在市场流通中需要包装作为物质载体,而现代包装设计对这一载体有着更高的要求,在基本保证商品个性和品牌的建立的基础上,还要进一步实现艺术的创新,为产品赢得更加广阔的市场,同时以丰富的内涵建立品牌形象,实现更加强大的艺术价值和商业价值。尤其在应用插画元素进行包装设计的创新与实践中,设计师更要将以上要求作为必须遵循的原则,不断吸收各种文化信息,在传达产品信息、强调民族特质、迎合消费情感、凸现时代特性方面逐一强化,让插画艺术与包装设计完美结合,让传统与时尚相统一,个性与内涵相辅助,同时融入一定的个人设计风格,为商品赢得消费市场起到更好的视觉传播作用。

参考文献:

- [1] 常虹,李向辉.浅析插画在现代包装设计中的运用[J].文艺生活·文海艺苑,2016(11):184.
CHANG Hong, LI Xiang-hui. Analysis of the Application of Illustrator in Modern Packaging Design[J]. Literary Life · Wenhai Yiyuan, 2016(11): 184.
- [2] 王静静.插画在现代包装设计中的应用探讨[J].魅力中国,2017(52):201.
WANG Jing-jing. Discussion on the Application of Illustrator in Modern Packaging Design[J]. Charisma China, 2017(52): 201.
- [3] 何鹏.插画在包装设计中的应用[J].文艺生活·文海艺苑,2015(3):184.
HE Peng. Application of Illustrator in Packaging Design[J]. Literary Life · Wenhai Yiyuan, 2015(3): 184.
- [4] 油孝敬.浅谈插画在包装设计中的应用[J].文艺生活·文海艺苑,2014(5):170.
YOU Xiao-jing. On the Application of Illustrator in Packaging Design[J]. Literary Life · Wenhai Yiyuan, 2014(5): 170.
- [5] 李鹏.插画在包装设计中的艺术创新[J].科海故事博览·科教创新,2011(7):20.
LI Peng. Artistic Innovation of Illustrator in Packaging Design[J]. Kehai Story Expo·Science and Education Innovation, 2011(7): 20.
- [6] 李志英.商业插画在包装设计中的运用[J].职业,2015(2):154-155.
LI Zhi-ying. The Application of Business Illustration in Packaging Design[J]. Occupation, 2015(2): 154-155.
- [7] 严晓明,王冰玲.商业插画在包装设计中的运用[J].现代装饰(理论),2016(4):100.
YAN Xiao-ming, WANG Bing-ling. Application of Commercial Illustration in Packaging Design[J]. Modern Decoration(Theory), 2016(4): 100.
- [8] 简川.插画在现代设计中的运用[J].文艺生活旬刊,2013(8):51.

(下转第249页)

- QIAO Yang. Interpretation of the Aesthetic Image of Ink Elements in Graphic Design[J]. Modern Decor(Theoretical), 2016(5): 101-102.
- [8] 晁倩. 水墨艺术在现代平面设计中的应用[J]. 都市家教月刊, 2016(12): 247.
- CHAO Qian. Application of Ink Art in Modern Graphic Design[J]. Metropolitan Education Monthly, 2016(12): 247.
- [9] 张梦达. 传统水墨元素在招贴中的应用[J]. 中国科技博览, 2014(6): 307.
- ZHANG Meng-da. Application of Traditional Ink Elements in Posters[J]. China Science and Technology Expo, 2014(6): 307.
- [10] 汤春燕. 水墨元素在招贴设计中的应用[J]. 教育(周刊), 2015(34): 60.
- TANG Chun-yan. Application of Ink Elements in Poster Design[J]. Education(Weekly), 2015(34): 60.
- [11] 杜亚宣. 浅析水墨艺术在当代平面设计中的应用[J]. 科学与财富, 2016(11): 565.
- DU Ya-xuan. Analysis of the Application of Ink Art in Contemporary Graphic Design[J]. Science and Fortune, 2016(11): 565.
- [12] 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.
- [13] 汪丹. “水墨”艺术在设计中的延续[J]. 文艺生活·文艺苑, 2009(3): 11.
- WANG Dan. The Continuation of the Design of "Ink and Wash" Art[J]. Literary Life·Wenhai Yiyuan, 2009(3): 11.

(上接第238页)

- JIAN Chuan. The Application of Illustrator in Modern Design[J]. Journal of Literature and Art, 2013(8): 51.
- [9] 费春莹, 张立. 论手绘插画在包装设计中的应用[J]. 西江月, 2013(42).
- FEI Chun-ying, ZHANG Li. On the Application of Hand-painted Illustrator in Packaging Design[J]. Xijiang Month, 2013(42).
- [10] 李博. 插画在品牌形象包装中的应用研究[J]. 现代装饰(理论), 2016(4): 125.
- LI Bo. Application of Illustrator in Brand Image Packaging[J]. Modern Decoration(Theory), 2016(4): 125.
- [11] 袁崇雯. 商业插画在包装设计中的应用给企业带来的经济价值[J]. 科技与创新, 2015(11): 37.
- YUAN Chong-wen. The Economic Value Brought by the Application of Commercial Illustration in Packaging Design to Enterprises[J]. Science Technology and Innovation, 2015(11): 37.
- [12] 惠淼. 浅析插画在食品包装设计中的应用[J]. 明日风尚, 2016(12): 47.
- HUI Miao. Analysis of the Application of Illustrator in Food Packaging Design[J]. Tomorrow's Fashion, 2016(12): 47.
- [13] 杨爽. 浅谈插画在视觉传达设计的当代性[J]. 艺术科技, 2016, 29(2): 283.
- YANG Shuang. Talking about the Contemporaneity of Illustrator in Visual Communication Design[J]. Art Science, 2016, 29(2): 283.