

# 包装设计中视觉语言的艺术化诠释

杨磊

(山西铁道职业技术学院, 太原 030013)

**摘要:** **目的** 探索包装设计中各视觉元素的艺术化应用与发展。**方法** 从视觉语言的特点出发, 结合当下人们的多元化需求, 对包装设计的艺术化创造展开探究, 并结合图形、色彩等视觉元素, 对视觉语言的艺术化应用进行探索, 分别列举了这些视觉元素在食品包装、茶叶包装、月饼包装和矿泉水包装中的创新性改变, 以及其对整个包装设计的作用与意义, 结合具体的设计实例, 对其可行性和发展方向进行剖析, 探寻能够展现视觉语言最佳效果的策略与方法。**结论** 图形、色彩等视觉元素, 虽然只是很小的元素符号, 但对包装设计所要表达的视觉效果和产品信息甚至品牌和情感, 都能够借助艺术化的手段展现出来, 赋予包装设计更加强烈的视觉冲击力和更加深刻的内涵, 从而将包装设计作品的艺术效果最大化。

**关键词:** 视觉语言; 包装设计; 视觉效果

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)10-0355-03

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.10.043

## Artistic Interpretation of Visual Language in Packaging Design

YANG Lei

(Shanxi Railway Vocational and Technical College, Taiyuan 030013, China)

**ABSTRACT:** The paper intends to explore the artistic application and development of visual elements in the packaging design. Based on the characteristics of visual language and combining people's demand for aesthetic diversification, the paper researches the artistic creation of packaging design, and explores the artistic application of visual language by considering visual elements such as graphics and color. The innovative changes of these elements on the packaging of food, tea, moon cake and mineral water are listed respectively, and their effects and significance to the packaging design are given as well. The paper also talks about the actual design cases and analyses their feasibility and future development to seek for the strategy and methods that can reveal the optimized effects of visual language. Small element symbols as the graphic and color may be, they can show the the visual effects, product information, and even brand and emotion by means of artistry, endowing packaging design with stronger visual impact and deeper connotation, and maximizing the artistic effect of packaging design works.

**KEY WORDS:** visual language; packaging design; visual effect

视觉化设计离不开视觉语言的参与, 这一点在包装设计中表现得尤为明显。作为包装设计中的重要组成, 视觉语言的形式和功能并不仅限于表面, 还在于从整体构想、编排、创造的全过程中, 以一定的组合与创新形成统一和谐的视觉效果, 最终对受众形成持久的吸引力<sup>[1]</sup>。细化来讲, 视觉语言主要由文字、图形、色彩等组成, 这些视觉元素的不同组合与搭配能

够形成个性化的外在表现, 从而更加迅速地抓住受众的注意力。这一点在当前这个快速发展的社会十分适用, 视觉元素的大胆组合与创新, 能够将包装设计作品的视觉效果更大限度地放大, 让人们在“7 秒钟定律”的范围内快速对产品产生兴趣, 从而形成强烈的购买欲<sup>[2]</sup>。可以说, 这些细节的视觉元素有着强大的功能作用, 能够给受众带来强烈的心理暗示, 促使消

收稿日期: 2021-12-29

基金项目: 山西省教育科学“十三五”规划 2020 年度教育政策研究专项课题 (ZC-20055)

作者简介: 杨磊 (1976—), 男, 硕士, 讲师, 主要研究方向为艺术设计与研究。

消费者购买产品。为了对此进行验证,梳理包装设计中的视觉元素的艺术化应用,并对具体的应用方式与方法展开深入探究。

## 1 图形的创新

视觉语言中图形元素的存在形式是十分多样的,此外在形式与内在蕴含都十分丰富,能够更好地将包装设计的主旨和情感,以及内在的产品进行展示和宣传,有利于产品的市场占领,快速获得消费者的喜爱。然而,在当前这个文化形式多元的时代背景下,包装设计中的图形应用有着强烈的创新要求,仅靠塑形功能无法达到理想的设计效果,还需要将图形的解读能力和视觉传达功能发挥到极致<sup>[3]</sup>。消费者的生活地域不同,思想和认知也存在较大的差异,消费观也不尽不同,因此必须在解读能力上下功夫,让产品包装能够更好地被消费者所接受。同时,图形元素的艺术化设计必须能够反映产品的特点,带给消费者一种视觉冲击力,富有创意、足够独特的图形元素所造就的包装设计作品,能够在众多的产品包装中独树一帜,赢得消费者的关注与信赖。

从当前的绿色设计理念入手,包装设计中的图形元素应以独特的形式展示产品,并以一种渗透了绿色设计理念的形式展现在消费者面前,这是顺应时代发展的要求,也是包装设计视觉语言最大化的必要路径<sup>[4]</sup>。图形元素的重构过程有赖于点、线、面等要素的整合,无论是直线还是曲线,空心点还是实心点,都要讲究一定的美学导向,以“同感”这一目标为指引,更好地表达特定的设计理念和意义,其中最为关键的就是对图形进行简洁、生动的创造,在独特性和鲜明性上做好功课,结合产品的实际属性,达成科学化、艺术化的抽象与异化,最终实现简洁、生动、有条理的设计<sup>[5]</sup>。一款卡通牛奶瓶的包装设计就以绿色理念为基准,对包装中的图形元素进行了艺术化的创造,在大范围的白色中融入了绿色的斑纹,同时以绿色的叶子作为装饰,简单而不单调的设计不仅将自身的特点进行了贴切的表达,还融入了大自然的生态色彩与造型,使绿色理念淋漓尽致地表达出来,产生了与众不同的视觉张力,达成了良好的设计效果,这就是对图形的艺术化创造与应用。

## 2 色彩的冲击

色彩是包装设计中的一大视觉元素,其存在的价值在于能对产品进行更加贴切、完美的美化和宣传,这正是包装设计中的一大需求<sup>[6]</sup>。为了让色彩元素的艺术效果更佳,也为了让整体更具吸引力,色彩元素在包装设计中的应用已经不局限于单纯地抓人眼球,还要在更高的层面进行丰富和升华,以便更快、更准地吸引消费者的注意力。事实上,色彩的艺术化应用

并不是随意使用,而是以产品为基准,尽可能地简洁大方。简单明快的色彩总是能够更快地吸引消费者的注意,过于复杂的色彩反而容易对消费者的视觉和认知形成阻碍<sup>[7]</sup>,这也是为什么明明实物与功效类似的产品,有的可以迅速抓住消费者的视觉注意力,而有的只能被消费者无情拒绝。由此可见,合理地应用色彩元素,并将其艺术化,是包装设计获得成功不容忽视的关键性要素。

以茶叶包装设计为例,其本身的功能,更多的是对茶叶的保护,便于运输,但在发展过程中,人们审美需求的提升促使其包装的升级,尤其是色彩元素更是凭借其强大的视觉冲击,成为满足消费者多样化需求的主要方法<sup>[8]</sup>。从我国的发展历史看,茶更多的是一种兼具精神意义的消费品,其与国外那种大胆活泼的风格不同,多讲究人文背景下的一种古朴与厚重,甚至追求一种悠远缥缈的意境。我国的茶叶包装设计可以适当地借鉴国外的设计经验,选择一些较为大胆的色彩来重构艺术氛围,从而更好地实现视觉传达的理想状态<sup>[9]</sup>。例如,目前市场上很火的小罐茶的包装设计,其色彩的选用没有延续传统的审美和既定的模式,而是独辟蹊径,开启了色彩的艺术化诠释之路。每一小罐都充满了设计感,整体设计简单、方便、环保,在色彩方面进行了大胆创新,绿茶、黄山毛峰、龙井茶、茉莉花茶、大红袍、红茶等都被设计出不同的代表色,绿色、黄色、红色等色彩的艺术化使用,对各种茶类进行了明确的区分,同时又形成了强烈的视觉张力,彰显了小罐茶的高品质,使其深受消费者的喜爱。

食品礼盒的包装设计也十分具有代表性,其中的色彩应用更加丰富,尤其是对各种色彩的寓意的艺术化应用,借助红色的喜庆、黄色的高贵和紫色的祥瑞等与其他时尚元素或形象进行构图,实现了色彩与包装的完美结合。例如,一款月饼礼盒的包装设计就将红色作为主色调,还配有高纯度的绿、黄、蓝等色彩,在图形的选择上,以年画和国画中的视觉元素为主要选择对象,将色彩和图形进行了艺术化的组合与交织,使整体的视觉效果更加抓人眼球,将月饼的特点和节日氛围以及文化诉求进行了完美的表达。

## 3 文字的巧用

在包装设计的视觉语言中,文字是决定整体细节的关键,字体的大小、功能,都是文字设计需要重点考虑的,同时是包装设计整体美感和信息传达的重要方面<sup>[10]</sup>。一般而言,包装设计中的文字元素主要包含以下几种:其一,文字元素主要对产品的信息进行展示和宣传,如产品名称等;其二,文字元素的艺术化主要表现在广告语上,整体的设计不能喧宾夺主,需要与产品的品牌相互配合;其三,文字元素主要负责功能性的说明,包括体积、重量等,这些属于更加详

细的文字说明。具体到包装设计的实际应用与创新上,文字的艺术化主要应从以下几个方面着手。

第一,从产品的品牌调性着手。设计者对包装的文字元素进行设计时,应从产品的实际属性和整体形象着手,科学地把握其特点,合理地安排字体的设计风格和具体特点,实现更具艺术性的表达,从而为产品的品牌调性服务<sup>[11]</sup>。食品包装设计对字体元素进行多种多样的艺术化改造,形成独具特色的包装,有利于品牌的宣传和推广。例如,百草味的包装设计,其产品本身的受众群体较为广泛,几乎包含各个年龄段的消费者,其包装设计中的字体与图形进行了十分巧妙的艺术化组合,将“百草味”3个字配以笔画置换的方式,十分可爱、有趣,同时将色彩定为橙红色的主色调,凸显了品牌活力,从而将“食巧食美”的品牌理念进行了完美的表达。

第二,凸显个性化。独特新颖的字体,能够在宣传品牌的同时,将产品的形象深深印刻在消费者的脑海,从笔画、色彩、大小等方面,对包装设计中的字体进行艺术化处理,使产品从同品类商品中脱颖而出,以清新独特的形式吸引消费者<sup>[12]</sup>。这一点在化妆品包装设计中表现得较为明显。例如,国货日化品牌代表百雀羚,其产品的包装设计在字体元素的选用和设计方面进行了深入的大胆的尝试,其“小雀幸”系列面膜和“三生花”系列面膜的包装十分独特,清新柔美的字体设计,配合小清新的色调,凸显了时代气息,与当下年轻人追求精致浪漫的诉求一致,成功在化妆品市场激烈的竞争中占领了一席之地,同时掀起了日化行业包装设计的创新潮流。农夫山泉矿泉水包装设计也很独特,其字体元素的设计强调空间的与众不同,将维他命水包装中的文字进行了恰到好处的留白设计,使大字的疏离与小字的集中相得益彰,同时配以恰当的色彩和图文,给消费者带来一种舒适自然的视觉感受,获得了消费者的认可与赞赏,为自己赢得了更大的市场空间。

## 4 结语

包装设计中的视觉语言的艺术化诠释,不仅单纯地体现在视觉形态的创造上,还需要从更深的层面进行艺术的挖掘和尝试,是一个将多种视觉元素不断融合的过程,无论是图形、色彩或是文字,三者的关系是相互配合、相互促进的,都对包装设计艺术效果的升华起着重要的促进作用<sup>[2]</sup>。今后,在肯定视觉元素价值意义的基础上,需要对各个视觉元素进行更加大胆的创新应用,使其在包装设计的各个领域都可以发挥效用,从而提高包装设计的附加值。

## 参考文献:

[1] 栾丽. 包装的平面视觉设计要素分析[J]. 科技创新导

报, 2012(35): 220.

LUAN Li. Analysis of Packaging Visual Design Elements[J]. Science and Technology Innovation Herald, 2012(35): 220.

[2] 李丹骏. 浅析当代个性化包装设计语言的特点[J]. 艺术科技, 2019, 32(2): 189.

LI Dan-jun. Analysis of the Characteristics of Contemporary Personalized Packaging Design Language[J]. Art Science and Technology, 2019, 32(2): 189.

[3] 段流云, 刘遵月. 影响茶叶包装的视觉设计因素探究[J]. 艺术科技, 2019, 32(3): 196-197.

DUAN Liu-yun, LIU Zun-yue. Research on Factors Affecting the Visual Design of Tea Packaging [J]. Art Science and Technology, 2019, 32(3): 196-197.

[4] 刘锐, 王瑶. 图形构成艺术在包装视觉传达设计中的体现分析[J]. 传播力研究, 2019, 3(2): 146.

LIU Rui, WANG Yao. The Analysis of Graphic Composition Art in Packaging Visual Communication Design[J]. Communication Research, 2019, 3(2): 146.

[5] 孙乾雨. 绿色经济视野下的包装设计探讨[J]. 今日财富, 2019(2): 138-139.

SUN Qian-yu. Discussion on Packaging Design from the Perspective of Green Economy[J]. Fortune Today, 2019(2): 138-139.

[6] 杨彤彤. 浅谈包装设计中的色彩搭配[J]. 美术教育研究, 2016(16): 45.

YANG Tong-tong. On the Color Matching in Packaging Design[J]. Art Education Research, 2016(16): 45.

[7] 赵世杰. 传统色彩元素在现代包装设计中的渗透[J]. 大观: 论坛, 2019(2): 104-105.

ZHAO Shi-jie. The Penetration of Traditional Color Elements in Modern Packaging Design[J]. Grand View: Forum, 2019(2): 104-105.

[8] 刘若根. 包装设计中色彩的有效运用[J]. 艺术科技, 2019(7): 178.

LIU Ruo-gen. Effective Use of Color in Packaging Design[J]. Art Science and Technology, 2019 (7): 178.

[9] 窦楠. 现代包装设计中传统文化元素的应用[J]. 价值工程, 2018, 37(15): 240-241.

DOU Nan. Application of Traditional Cultural Elements in Modern Packaging Design[J]. Value Engineering, 2018, 37(15): 240-241.

[10] 兰华丽. 包装设计中的文字空间感研究[J]. 传播力研究, 2019, 3(6): 139-140.

LAN Hua-li. A Study on the Sense of Text Space in Packaging Design[J]. Communication Research, 2019, 3(6): 139-140.

[11] 卢紫薇. 字体在包装设计中的设计方法探究[J]. 艺术科技, 2019, 32(2): 187-188.

LU Zi-wei. Research on the Design Method of Fonts in Packaging Design[J]. Art Science and Technology, 2019, 32(2): 187-188.

[12] 赵炬宇, 富越旻. 趣味包装设计的表现形式与创新[J]. 戏剧之家, 2019, 310(10): 128-144.

ZHAO Ju-yu, FU Yue-min. Expression and Innovation of Interesting Packaging Design[J]. The House of Drama, 2019, 310(10): 128-144.