

## 包装设计中图形元素的文化艺术剖析

刘 静

(武汉交通职业学院, 武汉 430000)

**摘要:** 探讨了图形元素在包装设计中的发展趋势和主要应用方向,论述了图形体系对包装设计所产生的不可替代的重要作用,提出了如何在彰显产品包装个性的基础上恰当地使用图形元素,传达产品的历史文化、民族特色、环保理念和人性关怀,使图形和包装得到最完美的融合与表达,让图形元素成为产品在包装方面的文化内涵的延伸。

**关键词:** 包装设计; 图形元素; 文化

中图分类号: TB482 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2013)08-0105-04

### Analysis of the Culture and Arts of Graphic Elements in Packaging Design

LIU Jing

(Wuhan Technical College of Communication, Wuhan 430000, China)

**Abstract:** It mainly discussed the graphic elements in packaging design in the future development trends and main application directions, discussed the graphics system for packaging design produced by the irreplaceable role, then put forward how to highlight the personality basis, in product packaging design in the appropriate use of graphic elements, history and culture communication products, national characteristics, the idea of environmental protection and human care, the graphics and packaging has been the most perfect fusion and expression, and made graphic elements into products in the packaging cultural connotation extension.

**Key words:** packaging design; graphic elements; culture

图形元素作为一种最原始最普遍的艺术表现形式,在产品的包装设计中使用得越来越有魅力,也成为了包装设计产业中发展的新方向。独特的图形元素设计无疑会成为产品最为个性的标签,使商品越发具有吸引力,受到消费者的热捧。别具匠心的图形元素设计,打破了客观上固有的语言地域的局限,消除了不同种族之间文化思想的差异,在借助超强感染力的艺术效果表达中以一种无声胜有声的方式,吸引着各个阶层的消费群体,其效果要远好于各种形式出现的广告和文字<sup>[1]</sup>。

### 1 图形元素的不可替代性

在现代生活中,图形元素被定义为一种极具说服力的视觉符号,它是介于纯图像与纯文字之间的一种新的艺术表达形式,其最根本的目的是借助对人们视

觉上的冲击来表达产品最新的创造理念。换言之,是利用无形的创意设计,通过视觉符号的传播,形成现有的具有影响意义的形状,进而达到最终的信息传递作用。同时,图形元素具有极强的可复制性,借助新闻、报刊等传播手段传递视觉语言信息<sup>[2]</sup>。在文化理念和思想的交流传递中,图形元素设计也被广泛应用。在各式各样的艺术图形设计中,符号可谓是最突出的一项,不仅可以表达出个人的情感变化,也可以融合审美的意象和认知,能够成功地表达各种思想中最为抽象的本质和内涵。随着文化事业的不断发展,现代图形元素也在不断进化演变,不再局限于单一的审美界限和情趣中,成为糅合多学科、多艺术门类的一种综合性产物。在包括品牌策划、广告宣传、信息传播、艺术创新、市场营销乃至心里哲学等多个层面都得到了很好的延伸。当下,图形元素已经成为现代信息传递中最具有代表性和特殊性的一种文化传播,其以独有的

收稿日期: 2012-12-01

作者简介: 刘静(1981—),女,湖北武汉人,武汉理工大学博士生,武汉交通职业学院讲师,主要从事艺术设计的教育与研究。

视觉冲击走入了生活的各个层面,在文化传媒中也赢得了一席之地,走上了自我发挥的舞台。

图形元素在产品包装设计中的影响难以代替。图形包装最为根本的目的就是冲破消费者心里的最后一道防线,利用视觉上的美感刺激产品销量的增长。对于一个产品而言,最重要的是具有自己独特的包装风格,表达出自己的思想和灵魂,并且通过视觉图形符号的形式将其表达出来,在产品和观赏者之间建立起一座桥梁。从创意的角度出发,利用简单大方的图像表达出最为深刻的内涵是艺术创作的最高境界,换言之,“简洁而不简单,丰富又不繁琐”,其中,最为深奥的精髓在于内涵的表达和探索。目前,很多设计为了适应当下快节奏的生活,都是利用单纯的图形视觉符号,让人们感觉商品所带来的人文关怀,表达出简单快速的文化理念,从而实现产品销量的大幅提升<sup>[3]</sup>。正因为这种图形元素的不可替代性,包装设计的发展前景甚为可观。

## 2 图形设计的个性化表现

在现在的市场竞争中,商品的销量冲刺已经进入了白热化阶段,随着人们消费理念的提升和生活水平的提高,商品包装呈现多元化发展趋势,因此,伴随这一过程的消费审美要求也越来越高,对于商品的包装不能再如以往一样陈旧单一,必须融入商品的文化内涵,同时还要体现人性化个性化的思想,只有创意十足的外包装才会受到消费群体的喜欢和亲睐。对于包装设计来说,最为激烈的挑战就是创造出属于自己品牌的包装图形元素,将这些图形设计不断完善,使那些应用自己包装的商品形成固有的价值观和审美观,让消费者在关注自己包装设计的同时,逐步理解商品的文化内涵所在,摆脱原有花俏的外观设计,将全新的设计理念深入人心,最后发展成为一个成熟的自我形象<sup>[4]</sup>。一名优秀的设计师贵在能深入读者的心理,在预测心理和移情方面表现出敏感的洞察力,从内心入手抓住消费人群,赋予包装品独特的、个性的设计,使消费者体会到审美与内心思想的高度一致。

## 3 图形设计的历史追溯

从设计行业出现的第一天开始,就体现出了人类

文化的发展和本源。人类文明最为本源的力量是对实物的演化设计,这些设计都和人类文化密不可分。人们的物质社会还有精神世界都在朝着多元化的方向发展,每一次的进步都与人类的创意有着千丝万缕的联系。人们的思想创意通过设计表达出来,不但丰富生活,充实了自我,也让生活方式变得色彩斑斓。人类的发展不但包括思想的进步,也涵盖了文化层面的提升,其中图形设计就囊括在文化范畴之中,不同地域的人们具有不同的思想理念和固有的文化模式,这也使得文化呈现多元化发展趋势,不同的文化就形成不同的设计风格。商品借助包装设计得以表达,不同文化背景之下的不同设计,把商品本身的另一面展现给了消费者<sup>[5]</sup>。在激烈的商品竞争中,艺术设计的优越性就彻底被体现出来,不同的民族文化使得商品带有不同的文化标签,无形当中在人们心里逐步树立起了自己的品牌形象,一旦这种意识形成,就赋予了商品更多的商业文化价值,促进了消费者与商品之间的信息传递,产生巨大的宣传作用,最终实现商品的营销。

## 4 图形设计的绿色理念

随着人类精神文明的不断进步,环保成为全世界公认的设计理念和倡导的主题。人们生活在一个大的环境中,必须爱护环境,这不但是给自己一个交代,也是给后代子孙一个承诺,绝不能为了一己私欲来牺牲子孙的环境,因此,现代社会中的很多产品图形设计都将环保理念融入其中,以这一思想为中心,大力宣扬人与自然的和谐统一。现在地球上很多的资源都被过度开采,趋于枯竭的状态,即使有一天社会发展成为经济型社会,能源也是不可或缺的,因此,树立良好的节能意识是每个公民的责任和义务。包装设计的未来发展理念中节能减排成为了一个永恒的主题。在设计中融入绿色元素,以人为本,和环境结友,使用小包装,尽最大努力减少原材料的使用,实现现有资源利用的最大化,持之以恒,势必可以逐步实现包装的绿色化和节能化的目标<sup>[6]</sup>。借助开发的图形元素实现绿色包装,主要目的是为了架起人和自然的绿色桥梁,将艺术的表现力和感染力发挥到极致。这样的包装设计不但可以更好地弘扬中国传统文化,也在设计中把人与自然紧密地融合在一起。要实现人与

自然的和谐共存,就必须在绿色设计中体现人文关怀。

除此之外,绿色设计这一理念很多时候还表现在信息的传递中,不但在产品设计中浑然天成地融入绿色的理念和环保的意识,而且在很多时候也是间接地树立了品牌形象。同时在绿色设计理念中不能放弃视觉的表现力,因为良好的视觉效果是抓住消费者心理的首要武器。这里所倡导的绿色包装设计,是要将安全以及健康因素加进去,实现人与自然和谐的高度统一,让绿色成为设计的主题,通过产品的图形包装改变消费者的心理,让绿色消费理念走进他们的心田,最终实现全民环保意识的增强,这也是绿色环保包装的重大意义之所在。

## 5 图形设计的民族性

总结以往各个时期成熟产品设计后不难发现,不管什么时候什么情况下只有和生活联系最为密切的产品才最受欢迎。符合现代的生活气息,与日常生活息息相关也最容易走入人们的内心世界,与人产生情感上的共鸣。具有中国传统文化代表性的那些符号设计最符合人们的情感脉络,也最容易在消费者心中扎根。在高科技发展的今天,要弘扬我国5000年的历史文化,让这些根深蒂固的理念永远留在心田,最好的做法就是在图形设计中融入传统文化和现代艺术理念,不断创新,同时打开自己的大门面向新世界。在产品包装设计中既体现中国传统文化的内在美,又客观地反映出现代社会的精神追求<sup>[7]</sup>。艺术不论在何时何地都是需要延续的,设计作为艺术的一种表现形式也不例外,在追本溯源中不断汲取新艺术形式的营养,容纳当今流行的艺术形式充实自我,在每一个特殊的历史背景之下不断成长。在深层次的文化结构范围内,其实也涵盖了一个民族文明的存在,包括伦理道德、习俗、审美习惯甚至精神需求等<sup>[8]</sup>,所有这一切既体现了民族文化的精神内在,也是民族文化未来发展的一个方向,同时在外界文化介入时也起到了很好地调整和融合作用,大多数中国设计师就很好地利用这一点,在包装设计中发挥了外国文化潜移默化的作用,这样所设计的产品不但体现了本民族文化的特色,也吸收了世界多元化文化的内涵,在纷乱的文化世界里保持了自己的特色,最主要的是更好地体现了

中国文化的博大精深和旺盛生命力。

## 6 图形元素与包装设计的人性化

不管社会发展到哪一阶段,人本主义都起到了重要的支撑作用。对于商品来说,是否被赋予了足够的“情感价值”,是否有足够多的“人情味”,直接决定了它在市场上是否具有足够强的竞争力,能否抢占到最大的市场份额和先机。作为一个优秀的设计者,亟待解决的难题就是让设计的产品融入消费者的灵魂当中,与消费者在情感上产生共鸣,把灵魂生命赋予到商品上,从而激发出消费者最大的购买欲望。将产品的宣传和消费者的情感因素有机结合在一起,消除一切排斥性的因素,运用科学原理对产品外包装进行设计,将消费者的情感交融在产品的包装设计中,结合图形元素固有的特性,相辅相成,给消费者留下鲜明的印象。

## 7 结语

图形是艺术设计的主要元素之一,在今后的包装设计发展中仍旧发挥着主要的功能,因此,设计师要充分利用好图形元素来实现“传情达意”的功效,让图形元素和其他艺术形式有机地结合在一起,使之更好地为产品设计服务,同时也在商品社会的竞争中发挥出巨大的作用。

### 参考文献:

- [1] 祖乃胜,李娜.包装设计[M].合肥:安徽美术出版社,2008.  
ZU Nai-sheng, LI Na. Packaging Design[M]. Hefei: Anhui Fine Arts Publishing House, 2008.
- [2] 聂维芬.装潢设计探微[J].艺术教育,2009(5):14.  
NIE Wei-fen. Design and Decorating Exploration[J]. Art Education, 2009(5): 14.
- [3] 刘静.论次文化对设计的影响[J].包装工程,2010,31(8):74.  
LIU Jing. On the Sub-culture of Design[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(8): 74.
- [4] 黄文.以设计的方式重生——试析传统文化符号在视觉传达设计领域的应用[J].美苑,2011(3):77.  
HUANG Wen. Design Rebirth: Traditional Cultural Symbols in the Field of Visual Communication Design[J]. United States Court, 2011(3): 77.

- [5] 朱国勤,吴飞飞.包装设计[M].北京:人民美术出版社,2010.  
ZHU Guo-qin, WU Fei-fei.Packaging Design[M].Beijing:  
People's Fine Arts Publishing House, 2010.
- [6] 任永波,张凌浩.论产品形象建构中符号的选择、组织和传播[J].包装工程,2010,31(2):89.  
REN Yong-bo, ZHANG Ling-hao.Packaging Engineering of  
Product Image of Symbol Selection, Organization and Dissemi-  
nation[J].Packaging Engineering, 2010, 31(2): 89.
- [7] 陈芳.浅论传统民间艺术在包装装潢中的运用[J].美与时  
代,2009(4):98.  
CHEN Fang.On Traditional Folk Art Packaging and Decora-  
tion[J].Beauty and Age, 2009(4):98.
- [8] 于学勇.书法艺术在包装装潢设计中的应用[J].包装工程,  
2009,30(6):56.  
YU Xue-Yong.Calligraphy Art Packaging Design[J].Packag-  
ing Engineering, 2009, 30(6): 56.

(上接第100页)

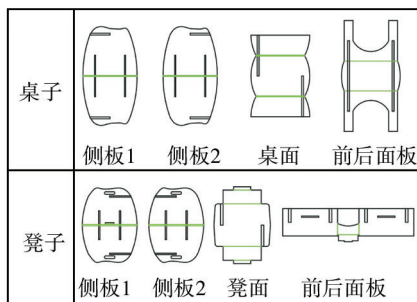


图5 儿童桌椅的平面展开结构

Fig.5 Ichnography of children's desk & chair

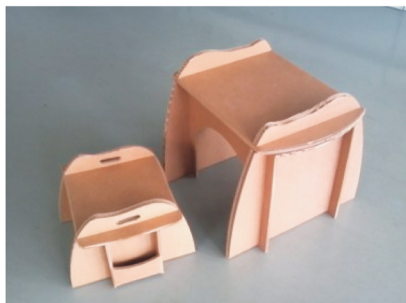


图6 儿童桌椅效果

Fig.6 Effect drawing of children's desk & chair

天然、环保、健康的观念也与日俱增,人们渴望生活的个性化、艺术化以及心灵空间的拓展,家居亦如此。在这样的背景下,纸家具应运而生。纸独有的天然质感和强韧与柔韧并存的属性以及循环再生的环保特性,与当前绿色环保的“可持续发展”非常吻合,吸引着越来越多的设计师将其应用于家具设计中。笔者

相信,在不久的将来,纸质家具会以独特的环保性能、多变的结构、简洁的造型、绚丽的色彩、低廉的价格获得越来越多使用者的青睐。

#### 参考文献:

- [1] 刘莹,艾红.创新设计思维与技法[M].北京:机械工业出版社,2004.  
LIU Ying, AI Hong.Innovative Design Thinking and Tech-  
niques[M].Beijing: Machinery Industry Press, 2004.
- [2] 胡景初,方海,彭亮.世界现代家具发展简史[M].北京:中国编译出版社,2005.  
HU Jing-chu, FANG Hai, PENG Liang.Brief History of World  
Modern Furniture[M].Beijing: China Translation & Edition  
Press, 2005.
- [3] Environmentally Friendly Paper-Based Cushion Materials[J].  
Packaging Japan, 1994(5).(余不详)
- [4] RABBIT A.Special Packaging Design[M].Pepin Press, 2004.  
(余不详)
- [5] 张运展.加工纸与特种纸[M].北京:中国轻工业出版社,  
2001.  
ZHANG Yun-zhan.Processing Paper and Special Paper[M].  
Beijing: China Light Industry Press, 2001.
- [6] 何少石.面向生产的纸质家具设计研究[D].成都:西南交通  
大学,2008.  
HE Shao-shi.Design & Research of Production-oriented Pa-  
per-based Furniture[D].Chengdu: Southwest Jiaotong Univer-  
sity, 2008.
- [7] 海蕾,陈玉霞,郭勇.浅析纸质家具设计方法和原则[J].中国  
木材,2010(3):39—41.  
HAI Lei, CHEN Yu-xia, GUO Yong.On the Design Methods  
and Principles of Paper Furniture[J].China Wood, 2010(3):  
39—41.