

当代包装设计中图案表现的发展方向探究

齐欢

(山西传媒学院, 晋中 030619)

摘要: **目的** 探讨当代包装设计中图案元素表现的发展方向, 给设计实践以思考和启示, 提升包装设计质量。**方法** 首先对包装设计中图案元素的含义和特点进行了总结, 然后探讨了图案表现的发展方向, 包含民族化、地域化、扁平化等, 并结合实际作品对这些发展方向进行了具体分析。**结论** 图案是包装设计的重要元素, 伴随着时代发展和包装设计的变化, 图案表现也呈现出了新的方向, 需要设计者对此有充分的重视, 并主动顺应这些发展方向, 方能保证设计的与时俱进, 在当代人喜闻乐见的同时, 为包装设计的发展贡献一份自己的力量。

关键词: 包装设计; 图案表现; 发展方向

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)04-0423-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.04.053

Exploration of Development Direction of Graphic Expression in Contemporary Packaging Design

QI Huan

(Communication University of Shanxi, Jinzhong 030619, China)

ABSTRACT: This paper is to explore the development direction of graphic elements in contemporary packaging design, to give thoughts and inspiration to design practice, and to improve the quality of packaging design. Firstly, the meaning and characteristics of graphic elements in packaging design were summarized, and then the development direction of graphic expression was discussed, including nationalization, regionalization, flattening, etc., and these development directions were specifically analyzed in combination with practical works. Graphics is an important element of packaging design. With the development of the times and the changes of packaging design, graphic performance also presents a new direction, which requires designers to pay full attention to and actively comply with these development directions, so as to ensure that the design keeps pace with the times and contribute to the development of packaging design while being loved by contemporary people.

KEY WORDS: packaging design; graphic performance; development direction

“图案是二维空间内, 用线条和轮廓勾勒出的空间形状, 与色彩、文字一起, 组成了视觉传达设计的三要素。”^[1]具体到包装设计而言, 著名设计师马蒂斯曾说过: “相比对文字说明和色彩渲染, 图案才能够最直观地传递设计信息”, 一语道出了图案的价值和意义。而图案之所以有难以替代的作用, 是因为图案具有实用性和艺术性两个特点。首先是实用性。长期以来, 伴随着人类文明的发展, 已经形成了一套通

用的图案语言体系。很多时候不用文字解释或色彩渲染, 只需要一个图案, 就可以传递出被全世界、各民族普遍认同的信息。这一点在包装设计上体现得尤为明显, 以图案的形式对产品的功能、使用方法等进行介绍, 达到言简意赅、形象生动的良好效果。其次是艺术性。“图案包含点、线、面三种元素, 这三种元素之间变化万千的组合, 可以呈现出丰富多彩的视觉效果, 给人们带来不同的审美体验。”^[2]因此图案一

收稿日期: 2021-09-09

基金项目: 山西平遥推光漆艺的文化创意研究(2021011)

作者简介: 齐欢(1982—), 女, 河北人, 硕士, 山西传媒学院副教授, 主要研究方向为艺术设计。

直都是包装设计中的一个重点。而且近年来,人类社会已经进入了视觉图像时代,各种视觉信息已经给人们带来了严重的审美疲劳。也正是在这种背景下,图案的优势得到了充分体现,通过图案创新,可以在第一时间引起观众的兴趣,继而产生对产品的认同。基于上述两个特点,在当代包装设计中,图案元素也得到了设计者的充分重视,并呈现出了全新的发展方向。

1 民族化方向

一方面,“进入新世纪后,世界文化多元化发展趋势已经愈加鲜明,民族文化的价值和意义得到了凸显”^[3];另一方面,有越来越多的产品纷纷走出国门,在世界市场上进行销售。图案作为包装设计中一种无声的语言,其作用和价值也得到了凸显。很多时候,一个简单的图案运用,不仅能够表明产品的性质、功能、特点等,更能够展示出民族化风格,彰显出文化自信。

这一点早在百年前便得到了印证。民国时期,上海著名的“万利”牌香水曾在国际设计展上获得过大奖,一个重要原因就在于其对民族化图案的运用。当其他香水品牌纷纷采用英文表示西方油画、风景画时,“万利”牌香水却另辟蹊径,采用了汉字“囍”字作为主要的包装图案。这个笔画繁多又有着美好寓意的图案,既充分引起了外国观众的兴趣,又传递出了美好的寓意。“而且其以阳刻的形式分列在瓶身两侧,还起到了防滑的作用。”^[4]近年来,世界各地的经济、文化交融更加密切,让图案成为产品的代言人并彰显出民族风格,更是成为了中国设计者的共识。如近年来的月饼包装。中秋节是中华民族的传统节日,互赠月饼则是这个节日的习俗。每年的中秋节都堪称是一场包装设计展示会。从最近几年的包装设计来看,设计者们开始将一些传统文化图案运用其中,如嫦娥、月亮、龙凤纹样等,而且并不是直观展示出来,而是需要使用者亲自动手去完成。如著名糕点品牌稻香园设计的一款月饼中,采用了抽拉的方式,消费者将盒子缓缓拉出后,一幅彩云追月图就缓缓地展现在人们的面前,带给了人们趣味化的感受。可以预见,民族化的图案表现,将是包装设计图案表现的重要发展方向,“这种民族的文化渊源和文化心理结构,可以与消费者产生一种与生俱来的亲近性,获得潜意识的认同。”^[5]同时,又因为民族化的图案在造型和寓意方面都是独一无二的,也可以充分引起外国观众的兴趣,获得越是民族的,越是世界的良好效果。

2 地域化方向

近年来,伴随着物质生产的极大丰富,涌现出了一大批富含地域特色的产品。“包含旅游纪念品、地方文化创意礼品等。”^[6]对于这些产品而言,地域特

色是它们最大的卖点,因此在包装设计中,也自然少不了对地方代表性图案样式的运用。具体而言,主要包含直接运用和变形运用两种形式。

首先是直接运用。直接运用顾名思义,就是将地方文化中最具特色的图案直接运用于包装设计中。以湘西花瑶为例,湖南西南部的大山深处,有一支仅两万人的古老部族——花瑶,作为瑶族的一个分支,他们以服饰艳丽而著称,故名“花瑶”。其服饰上的图案采用了观物取像的方法,通过对表现对象的观察后,抽象表达为一种纹理。分为动物类、植物类、历史传说类和日常生活类四种。在近年来出品的花瑶旅游纪念品中,如帽饰、玩偶、织锦等,全部采用了花瑶服饰纹样作为装饰。“这些纹样色彩艳丽,造型丰富,集中展示着花瑶的审美特色,成为了花瑶系列产品的名片。”^[7]其次是变形运用。变形运用是指对原有的图案进行抽象、夸张等方面的变化,使之既可以保留图案的本意,又能够与色彩、文字有机搭配,带给人们新的视觉审美体验。以安徽六安瓜片的包装为例,六安瓜片是安徽最具特色的茶叶品种之一,为了体现出这种地域特色,设计者在外包装上,使用抽象的线条勾出了著名的徽派建筑的轮廓,消费者看到平顶尖角的造型,就立刻联想到了这款茶叶是来自安徽的。因此如何从地域文化中挖掘和提炼有特色的图案样式,也是当代包装设计图案表现的新方向。要想实现这种效果,则需要设计者把握两个方面的原则。首先是典型性原则。“设计者所选择的图案样式,一定是地方文化中最具特色、最有代表性的,有着极高的辨识度,可以同类产品形成鲜明的区分,否则就失去了运用的基本意义。”^[8]其次是创新性原则。要在充分保留原有图案特色的同时,根据时代发展进行适当的改造和创新,使之可以为当代人看得懂,喜欢看,使传统文化在当代得到新的发展与传承。最后是互动性原则。为了使富含地域特色图案的艺术价值得到最大化发挥,应主动与消费者互动,对此可以在开启方式、组合方式等方面做文章,给消费者提供机会参与进来,并在这个参与的过程中实现文化体验和认同。

3 扁平化方向

新世纪以来,“伴随着视觉传达艺术的飞速发展,人类社会已经进入了图像时代,各类视频、图案信息扑面而来,让生活和工作节奏不断加快的现代人感到了严重的审美疲劳。”^[9]在这种背景下,扁平化的图案设计理念应运而生。其是指“在图案设计过程中,在二维范围内,摒弃渐变、高光、阴影等各种手法,仅使用最简单的线条勾勒,给人以更加简约的视觉效果,继而符合人们信息直观化的审美需要。”^[10]具体到包装设计而言,“消费者一度对那些包装过度,甚至实物和包装不符的产品感到了厌烦,而是希望在最

短时间内，以直观的形式了解产品的性质、特点、数量等。”^[11]因此扁平化风格的图案已经成为了包装设计中的最常见的形式之一。以台湾普利莫饮料的包装为例，饮料本身是一种液体，设计者为了突出这种属性，采用了从瓶盖溢出后流到瓶身的图案形式，覆盖了瓶身的上半部，让人一看就知道这是一瓶饮料，而且瓶盖都难以关住它的美味。在此基础上，又用不同的颜色代表不同的口味，如褐色代表咖啡味、黄色代表柠檬味等。又如新锐品牌“良物集”，这是一个旨在“寻觅质朴良物和心境”的品牌，曾推出过一款大米系列。包含天津小站稻米、增城丝苗米、宁夏珍珠米和苏州软香米等，每一款大米的包装设计都采用了扁平化风格。以“苏州软香米”为例，苏州自古便是鱼米之乡，日照充足，水资源丰富，而且还是一座历史文化名城。面对丰富的表达信息，设计者采用了“搭积木”的手法，按照苏州大米两头尖的外形特点，将图案设计为三角形，这也是苏州园林建筑最常见的造型。最下层是苏州的京杭大运河，河流上方是一望无际的稻田和著名的拙政园，最上方则是著名的夜半钟声到客船的寒山寺，直观而形象地表现出了大米的产地、特点等最重要的信息。可见，扁平化的图案设计，“可以起到扩大消费群体、表达直观清晰、便于文化传播等多重积极作用。”^[12]也是今后包装设计图案表现的重要方向之一。

4 创意化方向

在当代，视觉图像艺术的繁荣与发展，也从客观上导致了同质化现象的出现，那些平淡无奇的设计已经很难再引起观众的兴趣。“只有那些有创意的、别出心裁的作品才能让观众停下匆匆的脚步，耐心细致的观看。”^[13-16]因此很多设计者都在推陈出新方面做文章，使创意化也成为了当代艺术设计发展的新方向。具体到包装设计而言，各种创意表现也是层出不穷。如著名电脑处理器品牌在 2018 年发布的一款新型处理器的包装中，改变了以往简单标注各种参数的方式，而是使用了一个简约化图案。在一个二维空间里，五只席地而坐的小猫依次排开。仔细观看后发现，图案中并非全部是小猫，而是有一只小老虎。这就使原来的秩序感和规律感被打破。人们不禁要思考这样做的用意。联系到 AMD 产品的性质后就会恍然大悟。电脑处理器要快速、强劲，画面中的这种小老虎正是 AMD 品牌，而小猫则是其他同类品牌。其成功之处在于先激发起了观众的兴趣和好奇心，然后再认真观察和思考，并在这个过程中获得对产品信息和特点的了解。又如“合”系列糖果包装设计，因为糖果口味较多，所以该产品都是成套销售的。针对这一特点，设计者对外表进行了统一化设计，虽然整个包装更像是卡通人物的造型，头上戴着印有品牌标志的帽子，

但是卡通人物的肚子部分却是透明的，分别装着不同口味的糖果，给人们的感觉更像是一大家子在其乐融融地吃饭，观众也可以一眼分辨糖果的口味。当这些产品排列在一起的时候，既整齐划一，又不失单调，使设计的趣味性和互动性得到了有效的提升。观众有了这种感觉，自然也就有了购买的欲望。可以预见，“在当代包装设计中，创意图案的价值是无限的，其不仅可以给观众带来视觉上的愉悦和惊喜，同时也可以获得与观众心灵上的沟通，让观众对产品产生发自内心的认同。”^[17-18]

5 结语

自包装设计诞生以来，图案便一直是其中的重要元素，不仅起到了相应的解释和说明作用，更对包装设计的整体风格起到了重要影响。近年来，伴随着时代发展和包装设计本身的丰富，图案表现也更加多元化，朝着新的方向发展。对此需要得到设计者的充分重视，这些新方向的出现绝非毫无来由的，而是多重因素下共同作用的结果。要求设计者有意识地朝着这些方向靠拢，并以个性化的方式进行创新表现，方能保证作品的与时俱进，使图案元素的价值和意义得到最大化的发挥。

参考文献：

- [1] 康拓, 郭振山. 地方文化在图案创意中的嫁接与融合[J]. 包装工程, 2017(20): 104-108.
KANG Tuo, GUO Zhen-shan. Grafting and Integration of Local Culture in Graphic Creativity[J]. Packaging Engineering, 2017(20): 104-108.
- [2] 林恩. 探讨图案创意在广告设计中的运用[J]. 大众文艺, 2014(3): 10.
Lynn. Discussion on the Application of Graphic Creativity in Advertising Design[J]. Popular Literature and Art, 2014(3): 10.
- [3] 杨灵肖. 浅谈图案创意在包装设计中的作用[J]. 大众文艺, 2012(17): 104.
YANG Ling-xiao. On the Role of Graphic Creativity in Packaging Design[J]. Popular Literature, 2012(17): 104.
- [4] 段碧丽. 创新能力与高职高专图案创意教学[J]. 中国艺术, 2011(3): 123.
DUAN Bi-li. Innovation Ability and Graphic Creative Teaching in Higher Vocational Colleges[J]. Chinese Art, 2011(3): 123.
- [5] 杜兆勇. 图案语言在包装设计中的应用[J]. 现代装饰(理论), 2015(6): 10.
DU Zhao-yong. Application of Graphic Language in Packaging Design[J]. Modern Decoration (Theory), 2015(6): 10.
- [6] 李欣, 周丽洁. 包装设计中图案语言的传导性解析

- [J]. 美术大观, 2015(7): 140-141.
- LI Xin, ZHOU Li-jie. Analysis of the Conductivity of Graphic Language in Packaging Design[J]. Grand View of Fine Arts, 2015(7): 140-141.
- [7] 吴洁. 图案语言在包装设计中的应用[J]. 明日风尚, 2018(4): 23.
- WU Jie. Application of Graphic Language in Packaging Design[J]. Tomorrow Fashion, 2018(4): 23.
- [8] 徐嘉遥. 图案语言中五感设计的应用研究[J]. 设计, 2019(13): 101.
- XU Jia-yao. Research on the Application of Five Sense Design in Graphic Language[J]. Design, 2019(13): 101.
- [9] 那昕一. 浅谈包装设计的人文作用[J]. 大众文艺, 2016(12): 10.
- NA Xin-yi. On the Humanistic Role of Packaging Design[J]. Popular Literature, 2016(12): 10.
- [10] 陶丽. 现代包装视觉传达中图案元素的呈现方式与技巧分析[J]. 大舞台, 2013(2): 30.
- TAO Li. Analysis of the Presentation Methods and Skills of Graphic Elements in Modern Packaging Visual Communication[J]. Grand Stage, 2013(2): 30.
- [11] 袁恩培, 张磊. 论包装设计中艺术通感的视觉传达[J]. 包装工程, 2010(22): 66-69.
- YUAN En-pei, ZHANG Lei. On Visual Communication of Artistic Synaesthesia in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2010(22): 66-69.
- [12] 郑宇翔. 包装设计中视觉传达表现的版面构成要素原理[J]. 中国民族博览, 2019(16): 182-183.
- ZHENG Yu-xiang. Principles of Layout Elements for Visual Communication in Packaging Design[J]. China National Expo, 2019(16): 182-183.
- [13] 舒燕. 浅谈平面广告图案设计中视觉的创新[J]. 大众文艺, 2012(10):10.
- SHU Yan. On the Visual Innovation in Graphic Design of Plane Advertisement[J]. Popular Literature and Art, 2012(10): 10.
- [14] 马美静, 刘丽妍, 高新华, 等. 基于新型材料的柔性生物电干电极的研究进展[J]. 现代纺织技术, 2021, 29(4): 18-26.
- MA Mei-jing, LIU Li-yan, GAO Xin-hua, et al. Research Progress of Flexible Bioelectric Dry Electrode Based on Novel Material[J]. Modern Textile Technology, 2021, 29(4): 18-26.
- [15] 魏言格, 李俊, 苏云. 防寒服用智能材料的研究进展[J]. 现代纺织技术, 2021, 29(1): 54-61.
- WEI Yan-ge, LI Jun, SU Yun. Research Progress on Cold Protection for Taking Smart Materials[J]. Modern Textile Technology, 2021, 29(1): 54-61.
- [16] 钱蔚然, 徐平华, 王来力. 聚酯纤维回收再利用及环境影响评价进展综述[J]. 现代纺织技术, 2021, 29(1): 22-26.
- QIAN Wei-ran, XU Ping-hua, WANG Lai-li. Review of Progress in Polyester Fiber Recycling and Environmental Impact Assessment[J]. Modern Textile Technology, 2021, 29(1): 22-26.
- [17] 东美红. 视觉传达中图与字的分析[J]. 装饰, 2009(2): 96-97.
- DONG Mei-hong. Analysis of Pictures and Characters in Visual Communication[J]. Zhuangshi, 2009(2): 96-97.
- [18] 范灵秀, 潘伟杰, 刘征宏, 等. 基于产品特征解构的多维感知信息模型构建[J]. 图学学报, 2016, 37(6): 771-777.
- FAN Ling-xiu, PAN Wei-jie, LIU Zheng-hong, et al. Build A Multidimensional Perceptual Information Model Based on Product Characteristic Deconstruction[J]. Journal of Graphic Sciences, 2016, 37(6): 771-777.