

当代包装设计中图案表现的发展方向探究

李盈

(郑州铁路职业技术学院 河南 郑州 450052)

【摘要】在包装设计中,图案元素发挥着重要作用,极具装饰性、艺术性,能够直观地传递出包装设计的信息。近些年来,由于各种先进技术的发展,使得图案优势在包装设计中得以充分体现,带来了多样化的审美体验,在当代了包装设计中,图案也表现出新的发展方向。为了探究包装设计中图案表现的发展方向,发挥图案在包装设计中的价值,本文从包装设计中图案元素的特点入手,阐述了图案在包装设计中的作用,并对当代包装设计中图案表现的发展方向展开探究。

【关键词】包装设计;图案表现;发展方向

【基金项目】校级教学名师及骨干教师(2021),课题名称:《人性化设计融入包装设计课程研究》,项目编号:3215210001

【作者简介】李盈(1981-05)女,汉族,河南郑州,文学硕士,副教授,研究方向:艺术设计。

【中图分类号】J51

【文献标识码】A

【文章编号】1673-9574(2022)20-00064-03

包装的关键在于是否通过图案元素传递出视觉美,图案元素在包装设计中的应用,能够赋予商品包装独特灵魂。图案之所以在包装设计中起到不可替代的作用,主要是因为其自身特点,不仅具有实用性特点,通过图案可以完成信息传递,介绍产品的功能,还具有艺术性特点,借助图案给人丰富的视觉体验。在当代包装设计中,图案的应用与人们的生活有着密切联系,一些先进技术的发展,以及各种新思想的涌入,为包装设计师提供了不同思路,设计出丰富的包装作品。图案在包装设计中的表现逐渐丰富,图案元素也呈现多样化特点,并朝着不同方向发展。

一、包装设计中图案元素的特点

图案元素对包装设计水平有着非常大的影响,并且关系着包装设计带给人的审美体验。图案元素具有直观性特点,图案在包装设计中的应用,能够非常直接地展示出产品的相关信息,使人一目了然,图案的表现形式,甚至比单纯的文字语言更具感染力,使用图案进行包装设计,能够将产品的形象直接表现出来。图案元素具有可知性特点,指的是借助图案,能够将产品的信息精准传递给消费者,使其对产品有一定的了解,不会造成误会。图案元素具有吸引力特点,丰富的图案设计,能够快速吸引消费者的注意,人们获取外界信息,主要是通过眼睛观看,当利用图案传递产品信息,丰富、夸张、优美的图案设计都会使其产生一种审美情趣,被包装图案吸引,从而产生购买的欲望^[1]。图案元素具有一致性特点,包装设计的主要目的是促进消费,包装设计和平面设计有一定的不同,在具体设计中需要综合考虑多方面的因素,从产品展示、陈列等方面,应保持图案建立的一致。

二、图案在包装设计中的作用

在包装设计中,图案与产品有着紧密联系,不同的图案传递出来的内容有所不同。图案一般是由点线面组合而成,借助刻画等多种手段,能够获得丰富的图形。首先,图案的设计需要结合产品,保证能够更好地诠释产品,使消费者通过图案可以联想产品的使用价值。面对不同的消费群体,包装设计中的图案也表现出不同的特点,例如,针对儿童消费群体,包装设计中的图案大多为卡通、动漫形象,通过结合儿童童真、可爱的特点,将其融入包装的图案设计中,从而获得消费对象的认同;针对年轻消费群体,包装设计中的一般为潮流的图案,起到较好的点缀效果。其次,包装设计中的图案起到产品再生产作用,指的是借助图案,将产品的外观、风格等,全部展示出来,从而产生视觉冲击,这种图案一般使用真实拍摄的图片^[2]。例如,在食品包装设计中,通常会在包装上设计食品的图片,通过鲜明、直观的形象,使消费者对产品有一定的了解。最后,图案具有产品联想的作用,以图案为媒介,消费者通过观看图案,了解产品信息的同时,还会以此进行联想,想象其他事物的表象。图案具有强大的暗示功能,已经超出具体的表达,由此可见,在包装设计中,图案作为重要元素之一,发挥着独特的作用。

三、当代包装设计中图案表现的发展方向

(一)地域化发展方向

伴随着我国各个地区的持续发展,物质生产逐渐丰富化,各种具有当地特色的产品涌现出来,例如,旅游纪念品、特产等,都具有浓烈地域气息。针对这些具有地域色彩的产品,包装设计也是非常重要的卖点,具有地域性图案的应用,也是地

域化产品包装设计的重点。不同地域，文化形态各不相同，这也是包装设计的重要灵感，在地域文化的熏陶下，包装设计中的图案应用也呈现出地域化特点。地域性图案在包装设计中的应用，具有较强的装饰性，并且具有浓烈的民族特色。需要注意的是，在应用过程中应保证精准传达信息，确保图案可以有效传递出产品的特征等；体现出个性化，包装设计是否成功，与图案的表现方法、角度等有很大的关系；了解图案的局限性，图案不同，带给消费者的感受也各不相同，这说明图案的应用存在局限，需要有针对性地应用，才能够提升包装设计质量。在具体的应用中，通常包括两种方式，一种为直接应用，另外一种为变形应用。

其一，图案的直接应用。直接应用是将具有代表性的图案，直接设计在产品包装上，不做任何变动。例如，瑶族的分支——湘西花瑶，是一个古老的部族，“花瑶”这一称呼是因其艳丽、独特的服饰而来的，他们服饰上的团是将事物抽象成一种纹理，划分为不同类型，包括动植物类、日常生活类等。随着花瑶古寨旅游业的发展，各种旅游纪念品涌现，包括帽子、玩偶等，在包装设计中直接运用当地的服饰纹样来装饰，极具特色。再如“黔茶”，是贵州地区的特色旅游产品之一，贵州是一个多民族融合的地区，少数民族具有历史悠久的文化遗产，在茶叶包装设计中，将当地刺绣、剪纸等图案运用其中，具有强烈的地域特征^[3]。

其二，图案的变形应用。变形应用指的是将原本的图案抽象化、夸张化，在保留图案原本意义的同时，与其他元素协调配合，从而给人强烈的视觉冲击。例如安徽地区的六安瓜片，这是当地极具特色的一种茶叶，在包装设计中，借助抽象的线条，将徽派建筑勾勒出来，消费者在看到这个造型时，便可以了解茶叶的产地。结合当地文化，提取具有地域化的图案，这也是包装设计中图案的一种发展方向。为了达到这种效果，在提取图案时需要选择具有典型的图案，能够具有较高的辨识度，且可以代表当地的某种文化；具有创新性，结合时代发展，对图案进行创新，符合当代人的审美，在继承中谋发展。

（二）创意化发展方向

现阶段，视觉图像艺术获得较好的发展，同质化现象逐渐严重，对于一些平淡的包装设计，已经很难引起消费者的关注，只有不断创新，多想一些具有创新性的点子，将图案设计朝向创意化方向发展，才能够吸引消费者。在产品的包装设计中，一般的设计思路是先了解产品，掌握产品理念，依据设计人员自身的丰富经验和知识，将图案和产品相结合，从而形成

极具创意的包装设计。在设计过程中，还需要加以联想，给消费者带来不同的感受。对于图案的设计，可以使用具象型、抽象型、文字型等不同图案，形成一个鲜明的包装设计。

例如某糖果品牌的包装设计，由于该产品是成套销售的，每一套里面有多种口味，在包装图案设计中，设计人员设计了卡通人物形象，他们的头上戴有帽子，帽子上是品牌的标志，卡通人物的肚子位置为透明的，可以看到糖果的口味，卡通人物具有统一化特点，当陈列在一起的时候，极大地增强了产品的趣味性，不自觉吸引消费者的注意。某爆米花品牌的包装设计，设计人员设计完标志图形、Logo之后，开发了一系列相关图案，使用条纹这一象形图设计零售的爆米花袋子，并设计了一个模块化的桶状包装，有白底黄色横条纹、黑底黄色卡通图案、黄底白色卡通图案、白底黑色条纹等，极具趣味性。

再如，某电脑处理器品牌，在曾经发布的一款处理器中，其包装设计改变以前的模样，而是设计了一个非常简单的图案，乍一看，有5只小猫排排坐，但仔细一看，却发现并不全是小猫，其中有一只是小老虎。当人们思考该包装设计的用意时，联想其产品性质，则会明白，图案中的小老虎正是指电脑处理器，具有快速的特点，而小猫代表其他的同类品牌。某巧克力品牌，打破传统巧克力包装设计，改变以往使用巧克力实图的方式，而是以帝王蝶为主，采取分层包装方式，每一层代表着每一个阶段的蝴蝶，这种新颖的设计，从视觉层面吸引消费者，抓住年轻群体的审美喜好^[4]。

由此可见，具有创意性的图案设计，能够激发消费者的好奇心，通过仔细观察，进而了解产品的相关信息。具有创意的图案在包装设计中具有极大的价值，并且也是图案的重要发展方向之一，这不仅增强消费者的视觉审美体验，还能够提高其对产品的认可度。

（三）民族化发展方向

在世界文化多元化背景下，民族文化的价值越来越突出，也有许多产品走向国际，而包装设计中的图案则凸显出其重要价值，在展示产品信息的同时，还将民族文化得以传播，充分彰显出民族文化自信。我国是一个多民族国家，民族文化十分丰富，包装设计中的民族化也是其非常重要的一个发展方向。民族化方向在历史上已经得到有效验证，例如，民国时期有名的“万利”牌香水，其包装设计曾在国际上获过大奖，当时，大多数香水品牌使用英文来设计，而“万利”牌香水则运用“囍”字来设计，这一汉字不仅具有美好的寓意，还能够吸引国外消费者的注意。

民族服饰具有浓烈的民族文化内涵,我国也产生了非常多的民族服饰文化,如苗族、土家族服饰文化等,在包装设计中,图案作为重要的载体,能够起到文化输出的作用。土家族服饰图案具有较强的几何化特点,大量运用线条,并使用鲜艳的颜色,使得服饰造型具有较强的感染力。土家族服饰图案在包装设计中的应用,设计人员需要结合其服饰风格,既保证具有土家族文化,还应与现代人的审美相吻合。在榴莲酥包装设计中,可以借鉴土家族服饰图案,使用六角形设计一个简约的图案,或者将多个样式进行叠加,形成较强的视觉冲击,通过充分利用线条,以突出包装的简洁性^[5]。畲族的几何纹饰具有较强的文化含义,并且具有抽象性特点,在包装设计中,采用畲族图案时,需要在此基础上进行二次创作,通过图案叠加、渐变、交叉等,可以让人眼前一亮。比较常见的纹饰改编有多种方式,解构重组是先拆解,再重新组合,形成新的图案;分合聚散是将多种服饰图案整合在一起,从而组成新的纹饰;形态变异是将纹样变形,可以放大、缩小、旋转、扭曲等,从而产生新图形^[6]。

中秋节作为传统节日,互相赠送月饼也是一种习俗。对于月饼的包装设计,传统的民族图案应用十分广泛,包括龙凤纹、月亮等。例如,某著名糕点品牌的一款月饼,其包装为抽拉设计,当抽出盒子之后,映入眼帘的则是一幅彩云追月图,这对消费者来说不仅具有较强的欣赏价值,还十分风雅,给人一种趣味感受。由此可见具有民族特点的图案,不管是在包装的造型上,还是在图案的寓意上,都具有独特的价值。

(四) 扁平化发展方向

新时代背景下,图像、视频等各种信息涌现,人们已经产生了审美疲劳,因此,出现了扁平化设计理念。扁平化设计指的是运用极简的符号,去掉各种繁琐、复杂的装饰,突出重点信息。在图案设计中,使用线条,借助高光、阴影等,呈现出一种简约化的效果。扁平化设计不仅具有较强的实用性,还能够凸显出包装明朗的风格,一般有使用产品实景图、直接显示图片等方式。扁平化设计的亮点在于,不采用特效;排版使用元素非常简单;配色一般为单色;方案从简。扁平化包装设计风格具有便捷性功能,没有过多繁琐的元素^[7]。在包装设计中,有很多消费者已经厌烦了过度包装,开始追求极简,希望保证产品质量的同时,能够简化包装,通过包装设计可以直观、快速地了解产品特性。由此可见,扁平化已经成为包装设计中图案表现的一种发展方向。

例如普利莫饮料的包装设计,为了突出饮料液体属性,设

计从瓶盖溢出,流至瓶身的图案,消费者可以直接看到这是一瓶饮料,通过图案,可以进行联想,想象饮料的美味程度。还有一些大米品牌的包装设计,也都开始走向扁平化发展方向,如苏州软香米,作为鱼米之乡、文化名城,设计人员在包装设计中,将搭建积木这一理念融入其中,并结合米粒的形状,设计三角图形,下方为京杭大运河,中间为稻田、拙政园,上方为寒山寺,这些信息的组成,使得消费者可以快速捕捉大米的相关信息,包括产地、城市特点等。

四、结语

图案元素在包装设计中至关重要,不仅阐述了产品的相关信息,还对包装的风格产生较大的影响,这也是抓住消费者眼球的关键。由于包装设计的不断发展,图案元素的表现也越来越丰富,为了更好地满足广大群众的审美喜好,需要朝着多元化的方向发展。对于包装设计人员而言,应主动向民族化、创意化、扁平化、地域化等方向慢慢靠近,通过不断创新,做到与时俱进,提升包装设计的个性化,充分发挥包装设计中图案的价值。

参考文献

- [1] 楚红霞.当代包装设计中图案表现的发展方向[J].艺术大观,2022(09):75-77.
- [2] 齐欢.当代包装设计中图案表现的发展方向探究[J].包装工程,2022,(04):423-426.
- [3] 田浩锦.平面设计图案在茶叶包装设计中的创新应用[J].福建茶叶,2022(02):164-166.
- [4] 郭绍义,施顺杰,彭承玉.个性化食品包装设计的创意应用[J].山西青年,2018(07):236.
- [5] 冉冉,何轩.民族服饰图案在包装设计中的应用[J].纺织报告,2021,40(10):76-77.
- [6] 王康媚.民族服饰图案在包装设计中的应用[J].包装工程,2020(08):290-292+301.
- [7] 蔡艺.扁平化插画在现代包装设计中的应用研究[D].辽宁师范大学,2021.