

探究纸质包装设计中的文字艺术

□ 李变变

摘要:包装是实现和增加商品价值的一种销售手段,华丽和精美的包装有助于提升受众的购买欲望,使产品能够更好地销售,不仅增加了商品的价值,也增加了广告宣传的价值。包装可以进一步美化商品,优秀的包装文字设计能引起人们的注意,视觉元素能传递产品的优点,激发消费者的购买欲望,最终达到促使消费者购买的目的。

关键词:包装;文字;艺术

1 文字艺术

1.1 文字的发展

人类长期使用口语,用文字记录形成书面语的历史较短,文字的出现使人类进入有历史记载的文明社会,系统的语言文字把人和动物区分开来。

文字可以突破时间和空间的限制,把人类的文明记录下来,作为信息的传递工具。文字不光是口语化的书面表达,也是一种符号,中国古代就有“书画同源”的说法,最早的文字就来源于图画,又慢慢地从图画演变为表达意思的符号。关于“文字”,许慎在《说文解字序》中曾谈到:“仓颉之初作书,盖依类象形,故谓之文,其后形声相益,即谓之字。”意思是说:象形字是文,形声字是字。象形是汉字的基础,形声字是汉字中最多的一类。文字是人类进入文明时期的标志性产物,作为记录知识传达信息的唯一载体,具有不可替代的作用。

1.2 文字的差异

中西方的各民族具有独特的文化思想和社会结构,生产方式和发展水平的不同,便显出不同的差异。以汉字为代表的东方文字是表意文字,表意的汉字是由不同结构组合而成,不仅有变化而且有规律可循,显得丰富多彩。西方文字大都是拼音文字,拼音文字通过字母现行排序,有规律但略显单调。但不论是表意文字还是拼音文字,它们都标志着人类进入了文明社会。

1.3 文字的魅力

文字不仅仅是形式上的表达,还有文字的组合,通过文字可以跟随时间的变迁回到记录时的样子。物质总是随着时间的流逝而凋零,但文字却含古概今。文字的魅力不止于此,从古至今,文字传承了文化、传承了历史,还成为了世人的精神寄托,在历史中留下了不可磨灭的印记。

文字不在语句的艳丽,也不在篇幅的长短,而在其本身的立意。中国文字早期具有艺术性的作品,无不体现着自身的特殊性跟时代性。从字体的变化来看,不管是甲骨文还是象形文字,同一个文字的笔画繁简都不同,但是已经具有了不同的美感。

1.4 文字的处理

拉丁文字的代表是英文字母。拉丁文的笔画简单,呈现几何形,简单明了、快捷方便,视觉效果非常强烈,而且具有很强的设计感。世界上许多的知名商标都是由拉丁字母组成,例如 Coca-cola 可口可乐、Rolls-Royce 劳斯莱斯、Quick 快克,这些都是大众熟知的商标,被全世界消费者认可,英文字母设计的标志具有独特魅力。设计师要有丰富的想象能力,把握简洁有力的设计要素,再用最简单的文字表达出最深层次的意境。文字设计的成功与否,要看字体本身的排列组合是否得当,如果纸质包装设计中文字的排列组合不当、混乱拥挤不堪、缺乏文字主次关系的视觉流程,会对消费者的阅读形成障碍。

文字的组合是为了增强视觉传达效果,既保持各个文字的特征,同时又能取得整体的协调性。还要考虑人们的阅读习惯,注意字体的外形特征。不同的字有不同的视觉动向,要考虑上下的流动感,要充分考虑不同文字的差异,进行不同的组合处理。

2 纸质包装设计的文字

2.1 纸质包装设计的发展

包装是实现和增加商品价值的一种销售手段,华丽和精美的包装更容易激发受众的购买欲望,使产品能够更好地销售,不仅增加了商品的价值,也增加了广告宣传的价值。

随着现代经济的不断发展,纸质包装设计行业得以迅速发展。优秀的纸质包装设计能够更好地保护商品免受风吹日晒等自然因素的侵蚀,预防挤压、碰撞、散落等人为因素造成的损坏。除去以上因素,包装在设计上还需抓住主要设计要素,呈现出较强的形式美感,给人以美的享受,完美呈现的同时达到纸质包装设计的最终目的。

1985年10月,考古人员从一个元代夫妇合葬墓中发现了两张商品包装纸,令人称奇的是,纸质包装上还有可作为防伪标志的朱印。这可能是中国发现的最早的纸质包装纸。根据对此墓的考证,发现墓主人死于

1305年,考古人员更进一步指出,这两张包装纸是1306年以前长沙城的一家油漆颜料店印制的,纸内有刻板文字和朱色印记,说明了店铺的详细地址和所销售商品的品种质量和特性,上面还印有“请认红字门首高牌为记”这样典型的广告语。

2.2 纸质包装设计中的要素

包装要素除了图形、文字和色彩,还有材料、结构以及内部商品的形状颜色,这些都是包装的重要组成部分。随着时代的进步,纸质包装设计中出现了多元化的设计局面,追求更高的审美趣味,不再只注重图案的华贵精致,更倾向在艺术品位上有追求和探索的包装设计作品。

2.3 纸质包装设计中的文字

文字作为视觉要素,在纸质包装设计中占有极其重要的位置,正确运用文字可以直接有效地传递商品信息并引导商品销售。同时,文字本身又是构成完美画面的重要组成部分。

文字是包装中不可或缺的部分,好的包装都要重视文字的处理,甚至用文字的变化来装饰画面。商品上的包装文字可以反映产品的名称,说明文字、广告字、牌号、生产厂家及详细地址等,设计者必须综合考虑这些内容,文字需简单明了,以求内容易读易懂,反映商品的特点,具备良好的识别性。设计中语言文字要运用得当,各种字体都有自己的性格语言,文字的大小粗细,文字的自由变形排列,都要迎合消费者的口味。

2.4 纸质包装设计中的文字设计

2.4.1 品牌文字设计

品牌设计中文字的表现手法有几点,笔形装饰,文字的笔画变化形成图案,自形变化;文字的整体变化形成图案。重叠和透叠、借笔和连笔、断笔和缺笔、变异、排列变化、形象化、抽象化、空间变化和手写体,都是文字的表现手法。品牌文字是代表企业形象的文字,也是包装的视觉重点,包括了一个企业的文化精神,是一个企业的符号。

文字是语言的物化形式,目的在于传递信息。因此在纸质包装设计中,字体设计无论怎么变化,都应该准确体现文字内容的语义信息。好的字体设计常常是以富有感染力的方式,引导受众关注文字指向的内容。要准确的传达语义信息,字体设计就必须符合文字的字形特点,无论如何调整笔画曲直、如何界定结构空间,设计完成后字形都应该做到清晰正确、无误导信息。

2.4.2 广告宣传文字

纸质包装设计中的广告宣传文字是对产品推广进行说明的文字,是对产品的美化修饰,也是对消费者的消费力进行引导的广告。广告性说明文字需要精心设

计,形象要求简洁、生动、有趣。但在大小、色彩的对比上应弱于品牌名称和商品名称,既能吸引消费者,还能够唤起消费者对美好事物的憧憬以及对产品的认同与购买欲望。

2.4.3 功能性说明文字

功能性说明文字是对产品用途、使用方法、功能作用进行说明的文字,说明文字字号应是最小的,只要能够清楚识别就可以了,不需要再用个性字体,以免喧宾夺主影响商品的品牌呈现。在编排与处理中应该注意字距要小一点、行距要适当大一些,这样会给消费者一个好的视觉呈现,让消费者更加清晰地了解产品特征。

2.4.4 文字字体的选择

文字字体选择要美观和谐、风格统一,文字字体具有视觉造型的表达能力,能将产品的微妙信息传递给消费者,它传达出的信息应与品牌的总体个性及市场定位相一致。美观和谐的字体给人带来审美的愉悦感,有利于充分发挥文字的视觉传达功能,在一个画面上强化统一的视觉形象设计。包装上不宜采用风格过多的字体,应从整体出发,增强字体的表现力和感染力,按文字主次关系有区别地进行设计。品牌名称与商品名称是最重要的信息,可以选择一些艺术字体,使独创性、寓意性更强,在包装版面上所占面积以及字号都应该是最大的,与背景色彩的对比也应是最强,这样才能使消费者易辨、易记。

3 结语

优良的包装文字设计能让人引起注意,说明产品的优点,激发消费者购买的欲望,最终达到引导消费者购买的目的。因此,作为一名包装设计者,一定要使包装的文字简单明了、通俗易懂,不但要使消费者过目不忘,还要对所描述的商品如实形容、不脱离实际。

参考文献

- [1]黄亚男,张鹏.字体设计在现代包装设计中的应用[J].造纸装备及材料,2020(02):77.
- [2]王涵乙,王莹.字体设计在包装设计中的应用[J].西部皮革,2019(11):90.
- [3]陈艺.包装设计中汉字字体设计的应用[J].包装世界,2019(5):30.
- [4]楚红霞.包装设计中字体设计的形式美感分析[J].大观,2019(07):77.
- [5]赵慧梅.字体创意设计在包装设计中的应用探讨[J].包装世界,2019(4):28.

(作者单位:郑州信息工程职业学院)