

浅析包装设计与空间掌握 ——以东冠“洁云”纸业产品包装为例

□ 张许乐 李鹏鹏

摘要:包装承载着企业对外宣传的策略和公司理念,是增强企业利益的一种重要手段和方式,企业所从事的行业特性也会在包装中体现出来。不同种类的包装有不同的风格,适用于不同的人群。“洁云”纸巾的外包装设计运用现代设计理念,将“洁云”公司的理念、商品的主要特性和不同针对性完整地融入到包装中,通过设计运用完整地诠释出企业理念和商品特性,提升其视觉和理念双重感受。

关键词:设计;包装;风格;空间

1 包装设计

包装设计是指通过综合设计方法体系,研究调查、战略考量、集思广益、把视觉信息、语言信息和价格提炼成一种概念或设计策略的基本方法,通过一种有效得设计策略将产品信息传达给消费者。

包装设计作为对商品的另一种表现方式,其主要价值体现在对商品的特征和保护以及企业宣传策略的另一种诠释。当代社会,包装的优势发挥得越来越明显。包装设计是有着不同兴趣爱好的人进行的兴趣爱好交流,需从美学角度,将各种自然因素结合起来,进行协调。

包装设计方案需要以对产品的表达和吸引消费市场为主体,包装本身要向消费者传递理念和体现特征,要将社会文化和人文情感包括在内,而不仅是简单的包装。将现代和时尚元素融入到包装中是包装设计的重中之重,这就要求设计师不能仅按照个人偏好和设计感来进行包装设计。

2 包装的空间创意

人类生存的各种形式组合都以空间形式展现在大众面前。空间是一种相对于时间的存在形式,没有具体的形式和体现。空间的范围很大,大到整个宇宙空间是空间,小到人脑也是空间,人们对空间含义的理解各有不同。人们常说的空间是指上下左右各种单位的组合,它是一种客观的存在,存在于人的意识中,以长、宽、高为具体表现单位。

创意是一种思维模式,包括创意的想法、创意的思维模式、创意的设计等。创意需要表现在实物作用上,创意需要设计师突破常规,在生活和现实中寻求一些普通事物,并用创意的思维进行联想,重新创造出一种新式事物。新颖性是指新创建(发现或发明)的合成,适合特定设计问题的框架或标准。创意的基本标准至少

要与现实挂钩,不能天马行空,不切实际。创意指的是与旧有(过去)的标准设计不同。因此,创意是指符合上下文定义的特定设计理念框架内的一种新想法。创意是符合现代生活的一种另类反应,是事物发展的新型必须条件。例如,家具设计可以根据个人的想法去创意,但必须从过去家具的历史寻求新出路。

从纸巾包装上讲,不管是纸巾盒还是塑料包装,其都有固定的体积,都属于空间的构成元素之一。所以,好的包装能够起到画龙点睛之用,或者也可说,包装设计同时也是对空间的一种设计。

3 “洁云”纸业产品包装的设计与空间掌握的应用分析

3.1 “洁云”纸巾包装设计的切入点与空间的融合

通过调查以及资料的搜寻,分析“洁云”纸巾现在的包装形式,其包装设计的切入点主要为使用人群,不同人群对包装设计的喜爱风格大不相同。在包装色彩图案方面:针对儿童,“洁云”纸巾包装风格多以卡通漫画类型出现,色调的搭配比较偏柔和,色彩较亮;针对青年人群,“洁云”纸巾包装风格比较多样化,男性多以运动、个性时尚为主要风格,而女性偏向于清新、简洁以及粉色的图案配饰为主;针对中年人群,“洁云”纸巾包装主要体现的风格是沉稳,色彩统一,图案构成简单明了。在包装盒风格方面,中年人群的包装盒型大多属于大包装,类似于家庭装类型;青年人群的盒型包装较有创意,以小包装为主;儿童人群其主要购买人群集中于家长,也有个别女性偏爱儿童风格的包装,这类包装盒型大小与青年类的相差不大,都以小包装为主,个别有中型包装盒。

3.2 “洁云”纸巾在包装设计上的色彩运用和视觉效果

色彩是造型艺术的主要手段之一,色彩的原理是通过光线在人眼中折射,直接作用于人的大脑。远古时

期,人们就会通过色彩的选择赋予事物特定的含义,提高事物的辨识度。包装上采用艳丽的色彩容易吸引人们的注意力,这使得商品在货架同类产品中有更高的辨识度,能够提高产品的销售额。

“视觉”是一个不同寻常的词。视觉作用于人的大脑,通过对事物的反应传输到大脑中,使人兴奋。视觉的主要冲击大多来自于对色彩的反应,鲜艳明亮的色彩给人的第一视觉冲击都很强烈;反之,灰暗的颜色给人的冲击是平缓的。在包装设计中,合理运用颜色来装饰包装,配合商品的自身特性,会起到意想不到的效果。在色彩与视觉的搭配中,色彩通过厚重、明暗、体积、大小等的变化,将现代时尚元素与传统元素相结合,将包装的作用发挥到极致,以提高包装给消费者的第一视觉冲击,激发消费者的购买欲,为企业带来更高的利益。

“洁云”包装的配色方案,以蓝色为主,包装配色艳丽。纸巾本身是一种比较柔软的物品,给人以柔软干净的第一感觉,这就要求配色加以简单的辅助图形,营造比较温馨的色调,不应使用大量不同的颜色。“洁云”包装使用大面积色彩作为底色,多以浅灰色或者针对儿童人群的亮粉色为打底色,加以对比色图案,来区分出包装所代表的特性。就“洁云”包装而言,其针对不同人群所使用的配色方案自然不同,考虑不同的适应人群和年龄层次选择不同的颜色。再加上因为所选的是纸巾的包装,纸巾本是偏柔和的一种商品,包装配色也要考虑商品本身属性的搭配颜色。

3.3 “洁云”商标的制作和包装设计的实际应用

商标阐述了企业的思想,表达了产品的内涵。商标对包装设计起着至关重要的作用。恰到好处的运用商标,能够使商品商标的传播速度和视觉效果远远高于单一的文字。商标的图案化更有利于吸引消费者的眼球,刺激消费者的购买欲望。商标的呈现与展示需要包装作为媒介载体,二者在销售中互为补充,有的顾客购买产品依赖的是醒目的标志,有的顾客则是关注产品的包装。无论是商标还是包装,对产品的内涵展示都有着促进作用,积极推动了产品的销售和市场占有。

在“洁云”logo设计中,始终坚持以最简单的图形来诠释洁云纸巾的公司理念和商品本身特性;在设计洁云商标的时候,曾想以云朵或者丝带来诠释纸巾的柔软质感,可设计都比较复杂,最终方案由“洁云”两个字的首字母“J”和“Y”组合成翻动的浪花状,意指不断前行的公司理念,同时浪花给人们一种洁净的感觉,符合

纸巾的特性。

在包装应用中,可以选择多种标志组成的模式,以单图形出现也可以。不同的配色和不同的盒型所运用的颜色大不一样。包装设计要灵巧地运用商标,既宣传企业产品,又能提升包装整体效果。合理地完善排版和商标颜色以及盒型的配色运用,不能让商标淹没包装的装饰图案,也不能使标志在包装整体效果中不出众。在合适的位置运用相辅的颜色标志,往往能使包装效果更好,经济效益更佳。

4 结语

好的包装是设计师设计思路和商品自身时代元素的整体融合,包装设计需要将时尚元素和传统元素融入其中,并赋予产品企业的理念。成功的产品必须要有优秀的包装,因为包装不仅是人们认识产品的一种渠道,也是企业树立自身思想理念的一种基本方法。优秀的包装设计不仅能给企业带来利益,还能使得企业的层次得到提升。同时,优秀的包装要求设计者了解每一个消费层次的人群和时代风格趋势。包装设计者不能为了设计而设计,应多注重现实应用,多考虑人性化的设计使用,结合VI设计手册设计适合企业产品的系列包装,符合企业产品的基本情况和形象以及消费者的实际需要。

参考文献

- [1]周明,李长虹,雷虎民.MATLAB 图形技术、绘图及图形用户接口[M].西安:西北工业大学出版社,1999.
- [2]刘卉.包装设计[M].上海:东华大学出版社,2010.
- [3]朱国勤,吴芊芊.包装设计[M].上海:上海人民美术出版社,2008.
- [4]陈港,唐爱国,张宏伟.现代纸容器[M].北京:北京化学工业出版社,2002.
- [5]尹章伟.包装色彩设计[M].北京:北京化学工业出版社,2005.
- [6]靳埭强.中国平面设计与包装设计[M].上海:上海文艺出版社,2003.
- [7][美]玛丽安·罗斯奈·克里姆切克,桑得辣·A·科拉索维克.包装设计:品牌的塑造——从概念构思到货贺展示[M].李慧娟译.上海:上海人民美术出版社,2008.
- [8]刘凯,顾晓风.包装设计表现技法[M].上海:上海人民美术出版社,2007.

(作者单位:郑州信息工程职业学院)