

场景式纸艺术设计在商业包装中的价值

□ 杨蕴琪

摘要：场景式纸艺术是近年来兴起的一种新型包装形式，对商品的审美特征进行了重新塑造，以特有的视觉效果与创造性表达提高了商品的市场竞争力及知名度，日益受到包装领域的重视。由于结合了环保理念，场景式纸艺术设计在推动可持续发展方面也展现出巨大潜力。文章旨在为我国目前的商业包装设计研究工作带来一些新的思路，以促进行业的不断革新与可持续发展。

关键词：场景设计；纸艺术；商业包装

随着消费者对产品外观和环保属性关注度的上升，包装设计的创新和可持续性成为行业发展的重要驱动力。与传统包装设计注重功能性和经济性不同，现代消费者更加注重产品包装的美学价值和环境影响，这一转变促使设计师和品牌商寻求更具创意和可持续性的包装解决方案，基于这一背景，场景式纸艺术设计应运而生。场景式纸艺术设计不仅是一种视觉艺术，更是一种有效的市场营销工具，通过创造独特的消费者体验，可以增强品牌与消费者之间的联系^[1]。文章揭示了场景纸艺术设计趋势是如何改变传统包装设计理念的，并探讨了场景式纸艺术设计对当前和未来商业包装领域的潜在影响。

1 场景式纸艺术设计的概述

1.1 场景式设计的概念与特点

场景式设计旨在通过创造引人入胜的视觉和空间体验来增强设计作品的表现力和互动性。商业包装领域的这一概念应用于创造，能够讲述故事、展现品牌特色、传达特定情感。场景式设计的核心在于将包装转化为一种多维度的沟通媒介，不仅承载着产品，也承载着品牌价值和故事。场景式设计的主要特点包括多层次性、故事性和互动性。

多层次性是指通过使用不同纹理、颜色和形状的纸材料，设计师可以在包装上创造出丰富的视觉层次，为消费者提供独特的视觉体验。故事性是指设计能够围绕品牌故事或产品特性构建情境，利用包装来讲述故事，激发消费者的想象力并引起消费者的情感共鸣。互动性则强调设计的参与性，鼓励消费者主动探索和体验包装的独特之处，从而加深消费者对品牌和产品理解^[2]。在实际应用中，场景式设计往往结合了艺术、营销和心理学等多个领域的理论和技术，通过将视觉艺术的手段，如图形设计、色彩学和空间布局，与营销策略相结合，可以创造出既吸引目光又传达深层次信息的包装设计。

1.2 纸艺术在场景设计中的运用及其美学特征

纸艺术在场景设计中的运用方式及其相应的美学

特征如表 1 所示。

表 1 纸艺术在场景设计中的运用及其美学特征

运用方式	美学特征
层次性构造	通过使用不同厚度和纹理的纸材料，创造出丰富的视觉层次感，增加包装的深度和立体感
色彩运用	利用纸材料的多样色彩进行搭配，创造出和谐或对比鲜明的视觉效果，引导消费者的情感和感知
剪裁和折叠技艺	通过精细的剪裁和折叠技术，形成独特的图案和形状，展现精致和复杂的设计工艺
故事性呈现	结合纸艺术的特性，通过图形和结构讲述品牌故事或产品背景，引起消费者的情感共鸣
互动体验	创造可互动的包装设计，如可拆卸或变形的纸艺术作品，增强消费者参与度和体验感

层次性构造的运用通过将纸材料进行堆叠和组合，创造出立体的视觉效果，增强了设计的动感和生命力，使得包装设计不再平面和单调。色彩的运用在纸艺术中尤为关键，不同的色彩搭配可以调动消费者的不同情绪，传达不同的品牌信息和氛围。剪裁和折叠技艺是纸艺术的经典表现形式，通过精巧的手工艺，纸张能够被转化为精致独特的艺术作品。故事性的呈现使得包装不再是简单的商品保护层，而成为了讲述品牌故事和文化的媒介，与消费者建立更深层次的情感联系。互动体验的设计让消费者参与到了对包装的解读和探索中，提供了远大于视觉的多感官体验。

1.3 场景式设计与传统包装的区别

场景式设计与传统包装的具体区别如表 2 所示。

表 2 场景式设计与传统包装的区别

特征	场景式设计	传统包装设计
设计理念	注重故事性和体验性，强调传达品牌故事和引起情感共鸣	侧重功能性和实用性，重点在于产品保护和信息传递
视觉表达	使用层次丰富的纸艺术和创新图案，创造独特视觉体验	简单直接，重视品牌标识的清晰和产品信息展示
互动性	包含互动元素，如可变形结构，增强用户参与和体验	互动元素较少，主要展示和保护产品

在设计理念上，场景式设计通过独特的故事性和体验性，为消费者提供了不仅限于视觉上的全面体验，而传统包装设计则更多关注实用性和信息的有效传达。视觉表达上场景式设计借助创新的纸艺术和图案设计创造出引人入胜的包装外观，与传统设计的直

接和简洁形成鲜明对比。在互动性方面,场景式设计提供了与消费者更深层次的互动和体验,而传统包装设计通常不包含这些互动^[1]。

2 场景式纸艺术设计在商业包装的创新应用

2.1 设计原则与创新方法

场景式纸艺术设计结合了故事性、互动性等多个方面,创造出了既美观又实用的包装设计。一方面,设计师通过包装讲述品牌背后的故事,或者将产品的特性进行艺术化呈现,从而在消费者心中构建起情感链接。基于此,包装变成了品牌传达价值和理念的媒介,增强了消费者对品牌的认同感。另一方面,互动式的设计鼓励消费者与包装互动,如通过可变形的设计元素或隐藏的惊喜来激发消费者的探索和参与。这种互动不仅增加了包装的趣味性,也加深了消费者对产品的印象。

2.2 环保理念在场景式设计中的融合

场景式设计强调对环境友好且利用可再生材料进行包装,如可循环利用、可降解、可再生的纸制品,不仅能有效减少对环境的影响,还能给消费者传达出一定的环保理念。将环境保护观念融入场景设计不仅体现在材料上,还体现在设计理念上,需要设计者从产品的生产、使用到报废等各个环节出发,将产品的生产、使用和废弃等各个环节都纳入考量范围,最大限度地降低废物的排放量,减轻对环境的污染,使设计既满足当前的审美特征,又兼顾场景设计的可持续发展。

2.3 消费者体验与互动性的提升

精细的剪纸、复杂的纸雕、独特的折叠技术,使得包装本身就成为了艺术品,引导消费者在观赏和探索过程中体验品牌故事和产品特性。在视觉感官方面,沉浸式的体验使消费者在购买过程中获得了额外的情感价值和艺术享受。在互动性和参与感方面,设计师通过创造可互动的包装元素,如可以拆卸或转换的部分,能够激发消费者的好奇心和探索欲。这种参与式的设计不仅为消费者提供了与众不同的使用体验,还加深了消费者对品牌的印象和忠诚度。

3 场景式纸艺术设计的商业与市场价值

3.1 提升品牌形象与识别度

场景式设计通过纸艺术的细腻手法将品牌故事和理念转化为可视化的形式,在视觉上吸引了消费者,并通过创意和艺术性的展现深化了品牌的文化内涵。

通过精美的纸雕或复杂的纸层次构造,形象地展示出了品牌的历史、价值观、特定的品牌信息,使消费者能够在与产品的多次互动中更加深入地感受和理解品牌,从而有效地提升品牌形象。而在商品日益同质化的市场环境中,具有创意和独特设计的包装能够使产品脱颖而出,从而提升品牌的市场竞争力。独特的包装设计不仅是品牌形象的延伸,更是品牌个性和风格的体现,通过与这样的包装进行互动,能够增强品牌在消费者心中的印象和识别度,使消费者更加直观、深刻地记住品牌。

3.2 增强市场竞争力与消费者吸引力

当前,具备个性化的包装能更好地抓住消费者的眼球。场景式纸艺术设计的图案以新颖的造型、丰厚的视觉层级,迅速抓住了顾客的眼球,增强了其对品牌的认知与影响。在对消费者的吸引方面,精心设计的包装能用叙述来刺激顾客的好奇与探究,给人一种超越常规购物体验的感觉。这种增强的购买体验不仅能够提高消费者的满意度,还能促进口碑传播,从而增加产品的销售量和市场影响力。

4 结论

通过分析场景式设计的基本概念、纸艺术在场景设计中的运用及其美学特征、场景式设计与传统包装设计的区别,文章揭示了这种设计方法是如何在创新、环保和消费者体验方面为商业包装带来革命性变化的。场景式纸艺术设计不仅提升了品牌形象和识别度,还显著增强了产品的市场竞争力和消费者吸引力,通过独特的视觉和感官体验,场景式纸艺术设计为消费者带来了全新的购物体验。将艺术元素和环保理念融入商业包装设计中,不仅可以提升产品的市场表现,还能加强消费者对品牌的情感连接。场景式纸艺术设计作为一种有效的市场营销策略,已成为商业包装设计创新的前沿课题。

参考文献

- [1]杨晓华.基于纸类艺术的现代纸制品包装应用与分析[J].造纸科学与技术,2020,39(1):76.
- [2]王俊颖.衍纸在品牌包装设计中的视觉表现与应用[J].美术教育研究,2019(12):48.
- [3]张林燕,陈翔,李国芳.基于纸包装的绿色设计[J].中国包装工业,2015(14):14.

(作者单位:河南大学欧亚国际学院)