

纸包装设计中数字媒体艺术的创新融入探析

□ 赵 熙

摘要：随着数字媒体时代的到来，如何将数字媒体艺术创新融入纸包装设计成为一个值得思考的问题。文章结合数字媒体艺术与纸包装设计融合的重要性与可行性分析，分别从技术层、媒体层、艺术层、产品属性4个方面出发，探索了纸包装设计中数字媒体艺术的创新融入路径，旨在为数字媒体时代纸包装设计的创新发展建言献策。

关键词：纸包装设计；数字媒体艺术；融合

随着我国经济的高速发展及消费者精神文化需求的逐步提高，纸包装设计不再满足于单一功能，而是需结合消费者的多元审美需要，从设计思路、材料选择等多方面不断转型升级，探索设计领域的跨界融合，打造兼具实用性、艺术性与时代感的纸包装设计产品^[1]。数字媒体艺术的出现为纸包装设计的创新发展注入了新的活力，其全新的设计思想与技术支撑不仅丰富了纸包装的视觉表达与信息传达，还为纸包装设计提供了大量鲜活的灵感素材，在使艺术创作具有更广阔的自由度的同时，也令纸包装设计方法更灵活、创作手段更丰富、信息传递更便捷、设计过程更高效。

1 数字媒体艺术与纸包装设计创新融合的意义

数字媒体艺术利用数字技术手段与现代传媒技术的新艺术形式进行处理与创作，具有数字化、交互化、多态化等多种特点。从字面来看，数字媒体艺术是数字、媒体与艺术三大维度的交叉融合，其中，数字是指现代化技术的应用，媒体指设计过程中的信息传达与塑造效用，艺术强调遵循设计理念与实践方法进行艺术生产与创作，并以此赋予作品实用性、美观性与信息性等多重属性。

纸包装设计是一种在二维与三维之间反复变换的设计艺术。从当代消费语境来看，消费者不再仅将商品的纸包装单纯视为商品的外部容器，而将纸包装与商品的价值与内在理念相联系，对纸包装提出了应具备颜值高、可塑性强、绿色环保等要求。数字媒体艺术的多重属性使其在纸包装设计中显示出了多方面优势，一方面，数字媒体艺术便于打造情景交融的艺术氛围，赋予包装更多创意，引导消费者在独特的审美视角下，形成属于产品的审美取向与审美理念^[2]；另一方面，与其他艺术相比，数字媒体艺术形象元素更直观、艺术元素更丰富、技术元素更灵活，能够创作出极富想象力的设计图像，并根据产品要求及设计需求进行技术合成与制作，进一步延伸纸包装设计的创作空间，在带给公众别致视觉体验的同时，增强纸包

装的设计内涵，打破纸包装设计上极易出现的同质化问题，满足消费者的视觉审美需求，为消费者留下深刻印象，从而拉动产品销量的增长^[3-4]。

2 纸包装设计中数字媒体艺术的创新融入路径

数字媒体艺术不仅为纸包装设计带来了数字技术与新媒体编码的艺术创作新手段，还在纸包装设计作品与受众之间建立了深度的互动联系，打破了艺术“孤芳自赏”的境遇，使艺术主体与内容更加鲜活、生动地呈现在大众面前。为了促进二者的融合，下面将从技术层、媒体层、艺术层、产品属性等四个方面出发，探索纸包装设计中数字媒体艺术的创新融入路径。

2.1 技术层赋能纸包装创意设计

技术层是数字媒体艺术的重要组成部分之一，为纸包装设计提供了更加合理化、智能化、创意化的设计思路。例如，增强现实（AR）技术是一种基于计算机实时计算和多传感器融合的技术，能够将现实世界与虚拟信息结合；虚拟现实（VR）技术借助计算机设备，综合利用三维图形技术、仿真技术、多媒体技术和伺服技术等，能够形成一个具有视觉、触觉、嗅觉等多感官体验的逼真三维虚拟世界。这些技术的应用展现了技术层对纸包装设计的高效赋能。以AR为例，设计者可将AR作为媒介，通过虚拟视觉与纸包装本体形象的对接将三维动态展示融入到纸包装设计中，增强包装的视觉效果，为用户提供深度解读产品信息的桥梁，使消费者能够快速掌握产品性能并迅速进入使用状态^[5]。举例而言，在某国某乳制品品牌的纸盒包装上，设计者使用AR技术标识了“新西兰奶源”，通过手机扫描开启AR互动，消费者便可以沉浸在立体化全景展示的新西兰草原中，近距离了解产品奶源地，并通过出色的视觉体验更精准地了解产品。此外，设计者还可借助数字媒体艺术的VR技术进行虚拟纸包装设计，依托VR多模态交互的特点，打破传统纸包装的静态视觉效果，增加视、听、触觉等多维感官体验，探索纸包装创意设计的新思路。

2.2 媒体层强化艺术表达互动性

媒体层作为数字媒体艺术中强化信息传达与塑造效果的关键，在纸包装设计领域的运用旨在增加与受众的互动。媒体层的运用有助于提高设计艺术传递与反馈的即时性与实时性，强化艺术内容与消费者的多元互动，提升纸包装设计的新颖性与趣味性。从媒体层的角度来看，二维码作为一种智能媒介，不但可以更好地融入空间构成艺术，还可以为纸包装的设计增添现代科技感，使设计更贴近新时代语境。从功能性的角度来看，二维码的运用极大地拓展了纸包装的信息内容展示路径，消费者可通过“扫一扫”直观获取产品图片、音视频等信息，运营人员也能够利用扫码完成对产品信息的采集、跟踪、溯源、监督与管理。例如，某年货纸盒包装中，设计者以传达春节节日信息为媒体策略，在二维码中融入了符合时代语境的动画表达形式，通过浅显又不乏温馨的动画场景，向受众传递了快乐、幸福的节日情感⁶。

2.3 艺术层拓展纸包装设计内涵

数字媒体艺术不仅具有远超一般艺术形式的积极互动性，更易与受众建立互动关系，而且能够将色彩、图形、文字等一众视觉元素以更多元、更丰富的形式呈现出来，使艺术内涵更易被消费者所感知，为拓展纸包装的设计内涵提供了有力支持。一方面，设计者可利用数字媒体艺术的优势，通过调整和优化纸包装的画面构图，在拍摄、编辑加工中融入产品原料、产地信息、生产过程等内容，以传达更多的产品信息，强化产品的宣传推广，营造更强的视觉冲击力，在吸引消费者注意力的同时，增强消费者对产品的信任感与消费欲望；另一方面，面对现代社会“偶像文化”的盛行，设计者可利用数字媒体艺术手段，通过将拍摄明星宣传照或制作明星动态宣传视频融入到纸包装中，利用偶像明星的光环加持，吸引消费者的眼球，从而提高产品的宣传效果⁷。

2.4 面向产品属性的融合设计

为了增强数字媒体艺术与纸包装设计的融合效果，还要从产品特性及属性出发，对数字媒体艺术的多元要素进行合理规划。具体而言，设计者要从产品自身特性及鲜明特征入手，使纸包装成为展示与呈现产品特性的载体，并依托数字媒体艺术强大的视听渲染力激发消费者的购买欲望。例如，在设计茶叶产品纸包装时，设计者可利用数字摄影艺术将茶叶品相直观地映射在包装上，并依托 AR、VR 等技术手段，引导消费者进入茶叶预制虚拟环境，深入茶园与自然山

野，步入茶叶加工包装的厂房环境中，以增强消费者的试听体验，激发其消费动力。此外，设计者还可根据产品文化、情感等属性，利用数字媒体艺术讲述文化故事、引发产品与消费者的情感共鸣，以此达到推动消费的目的⁸。

3 结语

综上所述，随着消费者购买能力的不断提升与市场竞争强度的增加，企业对纸包装设计提出了更高的要求，除了要满足包装功能需求以外，还需要突出设计感与艺术感，以提高消费者的审美体验。基于此，积极探索多元艺术形式与纸包装设计的融合不仅是提升纸包装设计艺术价值与设计水准的客观需要，还是有效吸引多元消费群体、提升消费者购买兴趣、提高产品销售量、塑造企业品牌形象的必然选择。与传统平面设计、视觉传达设计相比，数字媒体艺术集技术层、媒体层、艺术层于一体，融合了自然、人文、科学等多个领域，是一门具有多元性、系统性的学科，将其融入纸包装设计，不仅能够通过多元场景展现不同的文化内涵，还能赋予纸包装沉浸性、虚拟性等全新的艺术特性，使纸包装设计更加契合新时代语境的表达要求，满足消费者个性化、多元化的审美需求。

参考文献

- [1]金鑫.多元艺术形式与纸包装设计[J].中国造纸,2022,41(6):128.
- [2]陈琳.摄影艺术与纸包装设计融合研究[J].鞋类工艺与设计,2023,3(2):75.
- [3]薛凌.数字媒体条件下摄影艺术在纸包装上的体现[J].中国造纸,2022,41(5):130.
- [4]严昊.数字媒体时代摄影艺术在纸包装设计中的应用[J].中国造纸,2022,41(10):133.
- [5]罗媛.数字媒体艺术多维视角下的包装设计研究[J].中国包装,2023,43(10):34.
- [6]卢娟.数字媒体艺术在纸包装上的运用[J].中国造纸,2021,40(10):16.
- [7]杨清新.数字媒体时代摄影艺术与纸包装设计的创新融合研究[J].中国造纸,2022,41(8):135.
- [8]张永强.数字媒体艺术与纸包装设计的创新融合[J].中国造纸,2023,42(9):158.

(作者单位：南昌工学院)