

论增强现实技术在信息时代包装设计中的应用

陈哲 钟晓星

(武汉工程科技学院 湖北 武汉 430200)

[摘要]如今,消费者所接触的产品包装也更具时代气息,很多产品包装中均不同程度地融入了时代发展的新元素,这一方面体现了商品的艺术性,另一方面也可为消费者带来更为优质的消费体验。而本文就针对信息时代包装设计中增强现实技术的应用进行了分析与说明,希望可以进一步提高包装设计的交互性提供一些启发和思路。

[关键词]增强现实技术;信息时代;包装设计

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.1891

增强现实技术是以虚拟现实技术为基础衍生的新技术,能够将虚拟数字信息与真实环境深度融合,进而产生一种虚拟与现实相互交融的场景体验。在包装之中应用增强现实技术能够实现虚拟数字信息与现实信息的虚拟叠加,以此丰富传统品牌形象信息,也可增强互动的趣味性。

一、增强现实技术的内涵

增强现实技术是当前中国大学、研究机构重点关注的內容,是在虚拟现实基础上衍生出来的新型技术手段,并取得了显著成果。截止到目前,增强现实技术的概念定义已经较为明确,指的是在计算机图形、文本、视频、音频的转换下,将现实环境中一些无法在特定时间空间内进行体验的实本信息展现出来的一种技术,同时在信息展现的过程中,因为应用到科学和模拟仿真等技术,可对感觉器官加以模拟,增强感官效果,为人们营造更加真实的体验。该技术出现后,对一些超现实内容予以了直观的展现。

二、产品包装设计中增强现实技术的特征

增强现实技术在产品包装设计中的良好运用,对传统包装设计思维及模式予以了改革和优化,加大了创新力度,体现了交互性的特点,在凸显产品特征的同时,更加追求用户的体验,增加了情感体验内容,提升了产品价值,改善了营销效果。增强现实技术在产品包装设计中的应用特征具体概括如下:

(一) 科技性

增强现实包装增加了先进技术使用频率,实现了与场景的有机融合,通过文字、图形、视频等相关模式的叠加应用,完善用户的体验,增强感官效果,建立情感连接,进一步了解产品信息,并给出良好的信息反馈,从而突显设计技术的科技性特征。

(二) 内容新颖

在包装设计中应用增强现实技术能够以三维形式立体地展示设计内容,从而更好地彰显产品的体验性,且娱乐性和游戏性较强。不同于传统包装,增强现实技术在包装设计中的应用有效解决了视觉特性和单一输出的问题。在包装设计中应用增强现实技术,有利于创设生动的情境,用户也可获得新颖和特殊的体验。如维他命茶、家中也可蹦迪的创意等,受到了很多年轻男女的欢迎与青睐。

(三) 信息互动

增强现实技术极大地转变了传统包装设计中图形图像信息传达的方式。包装设计除要考虑尺寸外,信息传输的方式也由视觉输入逐渐变为互动模式。如利用增强现实技术进行网购时,只要将手机摄像头指向产品,便可获取产品的详细信息。

三、增强现实技术在信息时代包装设计中的运用

传统包装信息展示方式缺乏多样性,展示的信息不够全面,这在一定程度上阻碍了信息的交叉。增强现实技术在叠加视频、图片和三维动画的过程中,能够将虚拟与现实充分结合,从而颠覆传统的包装信息展示模式和方法。在包装设计中应用增强现实技术,能够以多个维度展示信息,也可与消费者产生正向的互动。包装一方面具有信息展示的功能,另一方面也是承载品牌与商品信息的重要载体。传统包装发展中,商品生产者、消费者、包装材料回收者不能充分了解、掌握和共享包装信息。而应用增强现实技术,则可将文字、图片、视频和动画等多个元素有机结合,使消费者以更加直观、生动和便捷的方式积极与产品互动。企业生产人员也可利用增强现实技术准确把握商品包装输出和销售信息,便于生产者管理包装,降低人力和物力消耗,并显著提高工作效率。

(一) 增强现实技术可以无限的展示信息

传统包装不能与消费者积极互动,消费者通常需要被动地接受产品外包装上给出的信息。另外,传统包装的体积较小,商品包装盒上的信息需要涵盖必要的信息,之后再作适度的调整,传统包装信息的展示方式也缺乏多样性,展现的内容十分有限。相比之下,增强现实技术能够无限地展示信息,包装设计过程中,合理利用增强现实技术能够在虚拟场景中附加诸多信息,消费者可结合商品信息和个人需求灵活选择。消费时,消费者不仅能够深刻地体会高科技带来的方便性和快捷性,还能够获得更加优质的视听互动体验。

(二) 增强现实技术可以使包装更为绿色环保

包装材料生产者与回收者可利用增强现实技术获取材料包装销售中遇到的问题、消费者的购买反馈等重要信息。生产与回收中也会将绿色、健康、环保材料作为包装材料的首选。对于聚苯乙烯等难以降解,对环境影响较为明显的材

料,可借助增强现实技术明确包装材料废弃地点,以此增强回收的有效性,缓解环境污染,充分体现包装的审美价值,也可更加全面地展示信息。如麦当劳在食品包装设计中应用增强现实技术,消费者可在扫描食品外包装后进入到虚拟场景之中,获取食材产地、制作过程和制作人员的详细信息甚至原材料产地农场的相关信息。与此同时,消费者也可在观看生动有趣的动画视频时了解食物的故事,体现AR智能包装信息展示的多样化优势。

(三) 帮助消费者更全面的了解产品信息

增强现实技术在现代包装设计中的应用能够使消费者更深全面地了解产品,也可加深对产品的印象,增强消费者与产品的互动。全新的信息传递方式也能够更好地激发消费者的购买欲。现代不同类型的商品中,同质化现象较为严重,企业只有具备优良的品牌形象,方可提升自身的核心竞争力。优良的品牌形象需要消费者的广泛认可,同时也需要了解消费者的心理,使企业产品深深印在消费者的脑海之中。

与文字相比,消费者对图片、音频和视频更为敏感。将图像和视频信息应用在包装设计之中,能够增强设计的吸引力。增强现实技术合理利用三维动画、视频等多个元素,全面展示包装信息,从而使消费者能够更深入地了解产品信息,也更容易记住品牌形象,利用产品传播品牌。消费者可与包装产生互动,加深消费者的记忆,与传统的摆在货架上等待消费者选购的商品相比,使用增强现实技术的产品包装更能够吸引消费者的注意力,该种方式不仅能够有效传播品牌文化,还可促进商品的销售,增加销售量。

(四) 加强包装设计的交互性

现如今,互联网技术日益完善,渗透到人们的生活当中,包装不仅仅起到保护产品的作用,还可与消费者展开沟通和交流。现代包装设计中应用增强现实技术能够更好地传播品牌形象,推动商品营销。如可口可乐品牌就充分利用了增强现实技术,消费者在扫描包装瓶后可欣赏到一支3D动画,且每个动画都以为朋友分享可乐作为结尾。应用增强现实技术后,可口可乐公司产品营销更进一步,彰显品牌形象。再如,宜家家居也以增强现实技术展示产品,消费者仅需使用移动设备扫描宜家的目录页点击自己想要购买的商品,便可看到商品的多角度摆放效果,为消费者提供更加便捷的购物体验。消费者可与商品更好地互动,也可深刻记忆品牌。增强现实技术是一种新型的导购,其有利于提高产品的销量。

增强现实技术是一种十分典型的虚拟与现实高度融合的技术,实现了消费者与包装的有效互动,从而拉近消费者与产品的距离,产生优良的互动体验。这也显著增强了产品的趣味性。在包装设计中应用增强现实技术能够形成较为生动有趣的游戏体验,以一种更加轻松的方式吸引消费者的关注,彻底颠覆传统的消费体验。增强现实技术还可在包装

设计中融入教育元素,为儿童教育和包装互动打下坚实的基础。儿童在与包装交流互动的过程中可以学习到更加丰富的知识内容。利用3D技术展示的AR智能包装能够以生动和直观的方式展现抽象的、理解难度较大且枯燥乏味的理论知识,从而调动儿童学习的主动性,激发儿童的学习兴趣。

再者,也可将当代大脑神经可塑性理论与AR有机结合,设计体感游戏,协助消费者在生动有趣的情境之中强健体魄,改善生活品质。伊利乳品即利用增强现实技术实现了教育性视频虚拟场景与产品外包装设计的深度融合。消费者只需扫描外包装便能获得AR视频体验。消费者在与产品包装互动的过程中,能够潜移默化地接受安全教育,达到寓教于乐的教育目标。伊利公司在产品包装中应用增强现实技术后,一方面能够增强消费者与产品的互动,另一方面也树立了良好的品牌形象。吉百利巧克力在产品包装中融入AR游戏,消费者在扫描产品包装后,软件可自动识别小游戏,消费者在游戏之中可以得到优良的视觉和触觉体验。应用增强现实技术后,包装信息展示不再受限,而且消费者与产品互动的趣味性也有所提升,消费者的消费过程更具生动性和趣味性。

四、结语

增强现实技术是互联网快速发展的重要产物,该技术的出现与应用也促进了包装设计的发展与创新。该技术的应用极大地改变了传统的包装形式,产品设计能够以更加新颖和多元的方式来展现包装的内容和形式。包装设计的体积限制和内容限制不复存在。而且现实增强技术也有利于增加产品的销量,为企业树立良好的社会形象,创造有社会知名度的品牌,提高企业的综合效益。

参考文献

- [1]王寅.增强现实与虚拟现实技术在地质工作中的应用探讨[J].科学技术创新,2018(25).
 - [2]胡天宇,张权福,沈永捷,董惠媛.增强现实技术综述[J].电脑知识与技术,2017(34).
 - [3]李栋.《2014—2015中国出版业发展报告》出版发行[J].传媒,2015(19).
 - [4]司占军,李文霞,顾翀.增强现实在印刷品中的应用研究[J].包装工程,2014(19).
 - [5]文小辉,刘强,孙弘进,张庆林,尹秦清,郝明浩,牟海蓉.多感官线索整合的理论模型[J].心理科学进展,2009(04).
 - [6]周思跃,龚振邦.虚拟现实定义的探讨[J].计算机仿真,2006(09).
- 作者简介:
陈哲(1993—),女,陕西汉中,人,硕士学位,助教,研究方向:视觉传达方向;
钟晓星(1986—),女,江西赣州人,硕士,讲师,研究方向:思想政治教育和团学工作等。