

# 插画在现代包装设计中的艺术性表达

李明夫

广西广播电视台

**【摘要】**插画最早服务于各个书籍内容，通过在书籍中穿插图画的方式得以流传，一直以来有着“一张画胜千字文”的说法，由此可见插画在书籍当中的重要地位。此外最早的插画多以传统图形的方式展现，而随着更具真实性的摄影技术的出现，使得插画在书籍当中的地位大不如前。因此，插画技术的革新是必然的，而随着插画技术创新发展，现代包装设计中逐渐也有了插画行业发展的一席之地，通过对包装上的构图、色彩以及光影进行精细处理，结合计算机信息技术赋予包装设计新的生命，提高电视品牌包装效应的同时还能够使插画行业实现蓬勃发展。对此，本文就插画在现代电视包装设计当中的艺术性表达展开讨论，以此来为我国现代插画艺术的发展提供有价值的参考。

**【关键词】**插画；现代包装设计；艺术性表达

**【DOI】** 10.12252/j.issn.2096-6261.2020.02.1097

## 前言

随着插画设计行业的不断发展，插画设计在电视包装当中也发挥着重要的价值，电视包装设计当中一般最为精彩、关键的部分便是融入了插画设计，在进行插画包装设计过程中，一般会汲取当前节目和广告制作的最新趋势，通过对电视频道进行包装使得电视包装设计能够走在艺术制作最前端。除此之外插画设计和电视包装的有效结合，使得我国的民族文化理念、艺术元素等等都能够通过插画的艺术设计通过电视包装呈现出来，对体现我国传统文化底蕴以及艺术素养有着至关重要的推动作用。

## 一、现阶段插画在现代包装设计中的发展现状

现阶段插画在现代包装设计当中的应用还是较为广泛的，尤其是像日韩等地，普遍热衷于在包装设计过程中加入插画元素来呈现不同的艺术效果，整个插画行业的运行市场也有着较为成熟的产业链。然而就当前我国插画在包装设计上的发展情势看来，对于插画在包装设计上的应用还存在一定的局限性，不论是插画的应用范围还是应用效果都有待提升，这是由于我国传统文化和商业之间的具体转换应用速度较慢，插画艺术在商业领域涉足不深，而插画市场也没有形成完整的运作体系，使得大众对于插画艺术这种形式的认可度和认知能力普遍不高。另外人才的匮乏也是当前我国插画自商业应用上存在的问题，而这一现实问题使得插画在我国商业领域发展地位还有待提高，在这一过程中，国人对插画的具体认知能力也极为重要，从某种意义上讲，插画也是对我国传统艺术的传扬和继承，虽然大多插画所表现的艺术形式较为现代化，但是从深层次看对于传统文化加以传承通过融入现代元素，何尝不是一种文化自信，不仅能够使包装的设计理念和艺术气息扑面而来。

## 二、插画在现代包装设计中的艺术性表达

### 1. 构图新颖，突出包装信息

在包装设计过程中对于包装信息的关键信息突出设计是极为看重的，通过显眼的包装信息能够使广大观众群体在第一时间了解到电视包装信息的重点，是现代商业化包装设计

计中的重中之重<sup>[1]</sup>。在当前我国电视影视包装市场上，对于包装信息的设计往往会通过图形、文字和色彩等来突出重点信息，而这些抽象化、具象化的表现形式便是包装设计的重点，在设计过程中为了能够观众带来一定的视觉冲击，往往需要对基础的包装信息进行夸大，从而达到抓住消费者眼球的作用。而插画在包装设计当中的艺术表达，也必然无法绕开这一环节，通过对基础的包装信息进行设计，通过配色和图形设计使得插画的功能应用能够得到很好的展示，与此同时，在这一过程中插画在包装设计当中的构图便显得尤为重要，通过对包装设计主次信息的巧妙构思来体现包装设计的重要信息。在这一过程中，有利于建立给观众带来视觉上的冲击，像采用新颖的构图方式能够使电视宣传的重点信息凸显出来，通过利用插画在包装设计当中的个性化构思设计，通过包装设计上的商业化设计，使得消费者在消费过程中能够受到个性化包装设计的吸引，以此来为电视广告品牌形象的形成创造绝佳条件，从而促进品牌市场的打造并且提高品牌的知名度。

而随着插画在电视包装设计上的应用，不论是外在包装图像（固定画面、活动画面）、颜色诸要素等，都是需要在电视包装设计上带给观众不一样的视觉感受，大多通过插画是以鲜明色彩或抽象设计的个性化电视包装设计形式带给观众直观的感受，但是其中也不乏通过艺术性的设计来达到吸引消费者眼球的品牌，以此来刺激消费者购买欲的目的，但是不论是以何种形式呈现出来的电视包装设计，都是得益于包装设计来实现插画艺术性的表达，从而体现电视品牌形象。

### 2. 丰富电视包装设计内涵，传递民族文化

在全球化竞争激烈的时代，对于民族优秀传统文化的传承需要坚定文化自信，通过把优秀的民族文化植入商品包装设计当中，使得我国民族文化能够走向世界，基于此，便需要从根源着手，通过丰富插画在电视包装设计当中的内涵，使得民族优秀文化能够在插画包装设计的形式下通过电视栏目面向全球。因此插画在包装设计当中，需要与我国优秀的

传统文化相融合发展,比如最具民族特色的水墨元素便是对我国传统文化的发扬和继承,在这一过程中,可以将墨色、古典韵味通过插画构图表现出来,使得最终的水墨包装设计能够极具民族艺术价值和现代潮流。而这一点便体现在部分电视包装栏目上,通过以不同的包装设计来弘扬民族文化。以《中国诗词大会》的电视包装设计为例,其次对于水墨的呈现方式还可以通过点、线、面的形式,通过和色彩搭配完成插画设计,赋予插画包装设计韵味感的同时还能够体现现代潮流简约形式,在插画设计当中使得包装设计富有强大的艺术张力,能够打破传统水墨画的顿感,通过插画的表现形式赋予水墨包装设计新的生命力,从而使得包装设计的艺术性得到完美体现,而且也能够为插画赋予艺术价值,实现插画在包装设计当中现代感与民族气息的有效融合,从而丰富了插画内涵的同时还能够传递民族文化,更加彰显插画的艺术性魅力,而且也能够凸显节目的特征和特点,使得观众能够在这一过程中,增加对电视栏目的辨识度。

### 3. 迎合观众心理,体现产品情感

对于电视产品的包装设计需要体现电视包装设计的情感价值,而这一过程中往往都需要从观众的情感需求点出发,通过最大限度地迎合观众的心理需求,从而在对电视节目的包装设计中赋予它附加情感价值<sup>[2]</sup>。对于部分观众来说,驻足观看的前提并不是考虑电视节目的颜色、构图设计等,而是从电视包装所体现的情感价值出发,通过包装设计中表达的某种情感,使得观众在注意到电视包装设计的一瞬间能够产生情感共鸣,如此一来便能够提高电视节目包装设计的观看热点。对此在对电视包装设计过程中,需要从观众的情感表达视角出发,通过积极正面、温暖的插画设计赋予电视包装情感价值,并促成最终的节目价值。然而在这一过程中,对于插画艺术并不能根据设计师的设计思路来,而是要从大众群体的情感角度出发,通过融合电视包装形象特色创造出更容易被消费者所接受的包装设计,从而使观众和电视包装能够实现情感共鸣。像《感动中国人物颁奖盛典》便是央视综合频道推出的一档栏目,在节目的开头便采用了黑金色为模板主体配色,彰显大气和严肃,而置于最中间部分的“感动中国”四个打大字的设计,更是让该节目一“发”即“热”,观众大多具备高度的民族意识和民族自豪感,彰显着强烈的文化自信,能够在一定程度上激发广大观众群体的爱国心理,而这一栏目包装设计在弘扬我国传奇人物精神意志的同时,加注了大量的情感色彩,满足观众家国情怀的情感价值体现

### 4. 创新设计,彰显时代特性

随着时代的进步变革,将包装设计同时代相衔接的插画设计更加符合对插画艺术性的表现,设计师在运用插画进行设计时,通过进行创新设计为电视包装赋予与时代相契合

的美感,从而通过电视节目包装设计能够传达时代的精神价值,此外对于插画的图形设计也应极具新意,通过变形构成、渐变构成、影像构成和矛盾空间构成等手法使包装设计更富有独特性,从而带给观众一定的视觉效应,比如说《艺时代》这一艺术栏目的包装设计,便着重追求前沿的艺术特色,通过抓住“艺术”和“文化”两大主题,为观众呈现了极具现代艺术和传统艺术为一体的艺术魅力,就色彩基调上,以暖色调为主,加入深蓝色和少量灰白色为辅色调,体现艺术的同时还能够极具时代艺术美的发展特色,打破原有艺术色彩明快鲜亮的视觉设计反其道而行之,赋予插画艺术更强的生命力<sup>[3]</sup>。

### 三、插画创新对电视包装设计的影响

现阶段随着插画艺术的不断创新,在投入电视包装设计过程中,便可以结合插画艺术来增加电视包装当中的品牌创新和商业价值,从增加电视包装品牌效应方面来看,插画的创新为品牌效应的打造提供了艺术支撑,通过特有的插画设计使得该品牌能够直冲观众视野,在消费者并没有接触到电视产品的时候,电视品牌的包装融入插画创新元素,能够使观众通过电视信息描述和强烈的产品包装画面,增强对产品的记忆点,于此同时为打造品牌效应打好了坚实的基础,从而起到电视广告包装设计作用,此外是插画创新能够体现电视包装当中的商业价值,品牌商业价值的打造,一方面是广告包装效应,一方面则是插画创新设计的结果,通过设计迎合观众口味的电视产品,能够使得产品价值最大化。从另一个角度说,如果是对电视节目的包装,俺么将会通过插画创新设计增加电视节目的“卖点”,激发观众的观看兴趣和对电视节目的认可度,从而激发插画创新对电视包装设计的影响。

### 结语

综上所述,插画在现代包装设计中的具体应用,应当从构图上凸显包装信息、丰富包装内涵、迎合消费心理并体现情感价值和创新设计等方面展开研究,为我国插画设计和商业发展提供融合渠道,使得我国的传统文化艺术能够通过插画在包装上的设计,实现民族文化走向国际。

### 参考文献

- [1]李鹏.插画在包装设计中的艺术创新[J].科海故事博览.科教创新.2019(7):20.
- [2]油孝敬.浅谈插画在包装设计中的应用[J].文艺生活.文艺艺苑.2019(5):170.
- [3]李志英.商业插画在包装设计中的运用[J].职业.2019(2):154-155.
- [4]严晓明.王冰玲.商业插画在包装设计中的运用[J].现代装饰(理论),2018(4):100.