

浅析黄鹤楼卷烟包装中国潮插画的应用价值

杨晨 肖宴椽

(湖北京华彩印有限公司 湖北 武汉 430068)

[摘要] 浅析黄鹤楼卷烟包装中国潮插画的应用价值, 并将国潮风插画在黄鹤楼卷烟包装中的设计应用价值分为三点: 加速信息的传播; 促进文化的融合; 提高竞争的實力。

[关键词] 国潮插画; 黄鹤楼卷烟包装; 应用价值

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.09.1095

国潮风插画, 本意是带有中国本土特色文化之上结合潮流文化的一种插画形式, 在此特指中国风格的潮流插画。国潮风是扎根在中国特色文化之中, 随着时代的发展, 结合潮流文化而成的一朵奇葩。它既有传统中国特色文化的内涵, 又具有潮流文化的气息。相比较于普通插画而言, 国潮风格插画在色彩方面就更为大胆奔放, 整体色调明度、饱和度较高, 给人感觉更为热烈活泼。在造型方面, 构图大胆, 造型夸张。

黄鹤楼卷烟品牌作为中式烟草产业的领导力量, 湖北中烟工业公司武汉卷烟厂是中国历史最悠久的烟草企业之一。其经典产品的包装设计, 均运用了中国特色传统文化内涵和底蕴。黄鹤楼品牌根基于中国特色文化, 滋养在中国特色文化的涵养之中, 可以说是深受中国特色的影响深远, 是中华文化的代言人和继承者。通过市场调查分析, 以及对受众群体的分析, 大多人年轻人在20岁左右首次接触香烟, 并最终成为习惯性烟民。所以黄鹤楼品牌更应该针对这一目标群体进行包装设计的改良。

最近几年, 伴随着潮流文化的兴起, 越来越多带有中国风元素的设计不断涌现, 国潮风插画的应用也越来越广泛。带有新潮插画元素的黄鹤楼卷烟包装层出不穷, 同时一些采用国潮风格的卷烟包装慢慢走进大众视野。鉴于对国潮插画的喜爱与黄鹤楼卷烟包装的发展前景, 希望通过对黄鹤楼卷烟包装中国潮插画的探究与总结, 来促进黄鹤楼卷烟包装的应用与发展。将国潮运用在卷烟包装设计中的应用价值体现在以下三点。

一、加速信息的传播

在这个多媒体交织的时代, 国潮插画具有了独立的视觉表达能力, 国潮插画已经成为21世纪多种艺术的融合。随着插画与商品高度融合、国际间交汇的趋向越发明显, 国潮插画早已遍及包装、平面、书籍、动画、影视等诸多领域, 并呈现出多元化的发展的趋势。而图形是包装中不可或缺的一个设计部分, 它能够产品的信息和企业的价值内涵以及品牌树立的形象在最快的时间内传播在消费者的眼睛里。由此可见, 国潮风插画能够增加消费者对产品的关注度, 传播品牌的文化内涵, 提高企业的品牌形象, 为企业带来广告效益, 从而提高经济效益。此次设计, 考虑到“黄鹤楼”品牌香烟闻名于湖北省武汉市长江南岸蛇山峰岭上的黄鹤楼, 是武汉城市地标式的建筑。所以将“黄鹤楼”品牌发展的重要城市作为设计的出发点, 与黄鹤楼品牌理念相结合的同时, 运用国潮的手法表现武汉的城市形象。武汉是一座历史悠久的城市, 有着许多著名的别称,

比如“英雄之都”。众所周知, “武汉, 本来就是一座很英雄的城市”。这座城市承载着许多故事, 它是革命的史脉, 是疫情防控的主战场。此款烟包设计将黄鹤楼卷烟品牌发展的城市形象直接运用到烟盒包装上, 作为宣传品牌的主要视觉形象, 以此宣传品牌理念。《英雄之都》(图一)采用饱满式构图, 画面中包括武昌起义大型浮雕的刻画和抗疫情英雄的刻画, 并将人物形象进行夸张放大, 色彩方面采用黑白灰作为主色调, 加以明黄色与黑白灰进行色彩碰撞, 给人一种夸张潮流的视觉感。在图形中, 加以英文主题文字作为一种视觉手段辅助画面, 在丰富画面的同时, 点明主题中心思想。此次将国潮插画运用到黄鹤楼卷烟品牌上, 意在给知名度较高的老品牌注入新鲜的血液, 在稳固自身传统的品牌内涵的同时, 加入潮流特色, 引起消费者对品牌的关注, 加速和更新黄鹤楼卷烟品牌的影响力。

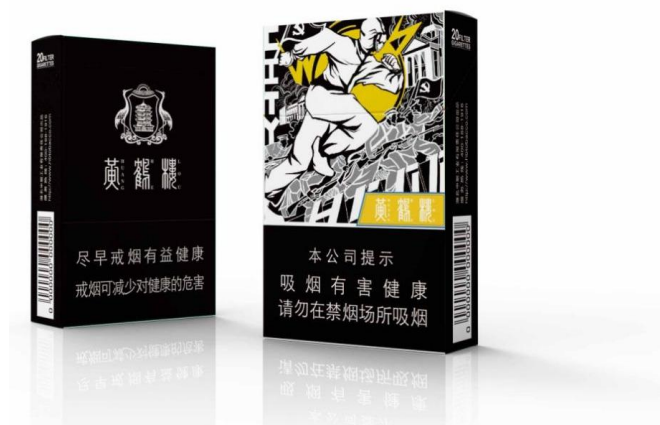


图1《英雄之都》

二、促进文化的融合

中国上下文明五千年, 可以说是历史沉淀深厚的文化大国。那些传统元素是传统文化内核的外在形式。因此把传统元素运用到插画中是具有时代意义和创新意义的。它是传统文化的一种传承, 也是传统文化的一种创新形式。更是两国文化的一种交融。国潮风插画是根基于传统元素进行创作的一种新型插画方式, 它可以让消费者在强大的历史传承符号下更容易去理解品牌内涵以及它设计的意义所在, 对于提高品牌的产品的文化价值具有重大意义。《早餐之都》(图2)将黄鹤楼卷烟品牌发展的城市形象直接运用到烟盒包装上, 作为宣传品牌的主要视觉形象, 以此宣传品牌理念。早餐之都是武汉的别称。

武汉人最讲究过早，而且早餐品种非常的丰富。在武汉这座城市里，街边随手端碗面都是常事，这逐渐成为了武汉的街头文化。《早餐之都》的主形象运用了中国传统元素“龙”，以及武汉地标式建筑“户部巷”。配色方面采用不同明度的红绿互补色进行配色，夸张的造型和互补的色彩以及传统元素和英文字体的碰撞，以此来诠释国潮风格。此次将国潮插画运用在黄鹤楼卷烟品牌之中，因为黄鹤楼是中国历史上最悠久的烟草企业之一，其中所沉淀的历史文化可想而知，将企业文化和中国传统文化相结合，是内涵的相统一。国潮插画将传统元素与潮流元素相结合，是文化碰撞后的相统一。



图2《早餐之都》

三、提高竞争的实质

中国是世界上最大的烟草生产国和消费国，烟草业为国家带来丰厚的税收利润。因此，我国烟草的大量消费为卷烟包装的发展奠定了一个良好的基础。卷烟作为一个能提高国家竞争力和能提高国家经济实力的行业。有必要对其未来的发展给予重视，其中的营销策略就是非常重要的环节。包装设计就是营销策略中的关键一部分，所以卷烟包装中的设计应该跟随时代发展的需求进行更新换代。而目前国内大多数的卷烟包装形式过于统一和单调。自从中国加入国际贸易组织以来，市场竞争越发的激烈，全球卷烟销售在全球的竞争也是颇为激烈。卷烟想要赢得消费者的关注，不仅是口味上的创新，包装上的创新是必不可少的。精致好看的包装已经成为年轻人消费的主要动力之一。《朋克之都》（图3）之所以取名为朋克之都，是因为朋克之都都是武汉的别称，其中的朋克不仅仅是因为它曾是第一支摇滚乐队的发源地，更是因为武汉火热的天气，以及武汉市民热情奔放的性格。整个画面饱满式构图，将武汉第一支朋克乐队主形象夸张变形，加以一些武汉地标式建筑进行辅助刻画。在色彩方面采用不同明度的蓝色为主色调，运用少部分主色调的互补色进行碰撞，凸显“朋克”的视觉性表现。此款烟包设计将国潮插画运用在卷烟品牌上，丰富大胆的色彩碰撞和传统元素的创新运用，打破卷烟品牌单一单调的设计形式，已经成为品牌创新和提升竞争力的新的突破口。



图3《朋克之都》

四、结语

国潮风插画的风靡，不仅仅是在各大品牌形象间的风靡，也是在群众和消费者之间的风靡，这两者相辅相成，互相成就，充分的说明了大家对中国特色文化和传统文化的认同感，引发消费者的共鸣。从整体上看，我国是全世界最大的烟草生产国与消费国，烟草能为世界各位带来丰富的利润和税收。提高国家的竞争力。从局部看，黄鹤楼品牌根基于本土，是传统特色文化的继承者，它有义务作为传统文化传播者的同时提升品牌的文化价值内涵，满足消费者日渐提高的审美情趣。将国潮插画运用到卷烟包装上，将中国特色文化承载在烟包上，是当下消费者审美所需，是企业品牌内涵所需，是企业发展前景所需，是国家实力所需，是中国提高文化软实力所需。此次研究，基于国家的大背景和企业的内涵，通过研究、分析、总结，探究国潮插画在卷烟包装中的必要性，利用包装设计中的审美情趣和文化内涵，给黄鹤楼卷烟品牌争取更好的发展前景空间，从而给卷烟包装行业带来更大的发展价值。

参考文献

- [1]姜美君. 国潮风在现代包装设计中的运用[J]. 绿色包装, 2020.10
- [2]孙明海. 卷烟包装的平面视觉功能以黄鹤楼卷烟包装为例[J]. 艺术探索, 2011(4).
- [3]陈美汐. 试论国潮文化的发展[J]. 大众文艺, 2020(06).
- [4]胡庆冉. “国潮”背景下的插画设计研究[J]. 设计, 2020(3).
- [5]廖舒婕. “国潮风”插画在包装设计中的应用[J]. 流行色, 2020(11).

作者简介:

杨晨(1986-), 男, 湖北武汉人, 硕士, 湖北北京华彩印有限公司 设计经理, 研究方向: 包装设计;

肖美榕(1997-), 女, 湖北黄冈人, 湖北工业大学艺术设计学院, 19级在读研究生, 硕士, 研究方向: 包装设计。