

DOI: 10.13652/j.spjx.1003.5788.2022.60032

手绘插画在食品包装设计中的表达方法

Expression method of hand-painted illustration in food packaging design

刘大林 赵丽娜

LIU Da-lin ZHAO Li-na

(保定幼儿师范高等专科学校, 河北 保定 072750)

(Baoding Preschool Teachers College, Baoding, Hebei 072750, China)

摘要:介绍了手绘插画的概念、起源和表达形式,分析了手绘插画在食品包装设计中的应用价值,并从历史文化、诙谐趣味、情感表达、品牌理念 4 个方面研究了手绘插画在食品包装设计中的应用。

关键词:插画;手绘插画;食品;食品包装设计

Abstract: This paper introduces the concept, origin and expression form of hand-painted illustration, analyzes the application value of hand-painted illustration in food packaging design, and studies the application of hand-painted illustration in food packaging design from four aspects: history and culture, humor and interest, emotional expression and brand concept, which provides a reference for different types of food packaging design.

Keywords: illustrations; hand-painted illustrations; food; food packaging design

食品包装是消费者和食品之间的桥梁,是消费者对食品的第一印象,食品包装设计的好坏会影响消费者对于食品商品的感知,极大程度上影响食品的销量。近年来,随着食品市场愈来愈繁荣,食品包装设计理念也在发生较大变化,消费者不仅仅看重食品本身的物质价值,也越来越重视食品包装所蕴含的人文精神价值。

食品包装插图的设计大体上有计算机软件绘图和手绘两种形式。手绘插画是指通过画师的画笔在纸或其他介质上直接绘制的线条和图形,它与计算机软件所生成的精确矢量图形不同,手绘插画融合了画师内心深层情感和瞬间灵感,是一种更具生命力的艺术形式^[1]。手绘画起源于古埃及壁画,在欧洲文艺复兴时期被达芬奇、米开朗琪罗、拉斐尔等诸多绘画大师发扬光大,其艺术表现力得到了空前的增强。手绘插画表现方式多种多样,根据所用材

料的不同可以分为水墨画、版画、水彩画、钢笔画、彩铅画等^[2-3],水墨画大气厚重,借物抒情,以形表意,文化底蕴极为深厚;版画工艺精美,要素密集,古拙质朴,主题突出;水彩画风格清新,恬淡空灵,意境深远,美不胜收;钢笔画线条写意流畅,物形突出;彩铅画色彩厚重,物形反差大,拥有极好的物形生命力和情感表现力。根据绘画手法又可以将手绘插画分为写实手绘和抽象手绘等;写实手绘插画按照物体真实外形创作,直观性强,更容易被大多人所理解;抽象手绘插画则想象力更强,融入了画师内心深处的情感,不同的观赏者会有很多种理解。

毛鸿达等^[4-8]将中国古代传统文化元素融入茶叶、白酒等传统食品包装设计中,重点研究了中国传统文化元素在包装插图中的应用,其认为将中国传统文化元素应用于食品包装插图之上,具有独特的艺术美感,获得消费者的认同。刘变琴^[9]研究了手绘插画在包装设计中的象征寓意,认为手绘图形所蕴含的意境是包装设计的重要侧重点。而穆虹等^[10-11]重点研究了手绘插画在包装设计中的情感体现。研究拟以此作为重点,进一步完善手绘插画在食品包装设计中的应用,旨在为不同类型的食品包装图案设计提供依据。

1 在食品包装设计中的应用价值

1.1 手绘插画以更为亲近的方式向消费者传达食品信息

目前,计算机技术飞速发展,新型电脑绘图软件功能强大,更新速度快,可以绘制出超高分辨率的高清图片,其颜色鲜艳,内容丰富,具有极强的视觉冲击力,但高度逼真的图案会给消费者带来一种枯燥乏味的审美疲劳感觉。而手绘插画形散神不散、朴拙、空灵、意犹未尽、幽默童趣,更灵动,更具趣味,更富有灵魂,虽然其表达效果和所传递的食品信息可能无计算机绘图所表达的逼真、直接、精确,但却能以更为亲近消费者的方式传达食品信息,可以有效拉近食品商品与消费者之间的距离,激发消费者的购买欲望。

1.2 手绘插画以独特的艺术性和美感来吸引食品消费者
与计算机软件绘制的食品包装插图相比,手绘插画

基金项目:河北省保定市教育科学研究“十三五”规划课题项目(编号:193003)

作者简介:刘大林,男,保定幼儿师范高等专科学校教授。

通信作者:赵丽娜(1981—),女,保定幼儿师范高等专科学校讲师,硕士。E-mail: zln1911@163.com

收稿日期:2022-03-06

的艺术性和美感来源于传统绘画艺术美学数千年的积累,其形式多变,充满想象,情感丰富,触及内心。手绘插画作品可以是超现实主义风格,也可以是野兽派风格,还可以是抽象派风格等,每种风格都可以表达出独特的艺术性和美感,当包装上的各类手绘风格所表达的艺术性和美感与包装内的各类食品特征相契合时,不仅可以让消费者在欣赏艺术绘画时感到心情愉悦,同时可以将消费者的喜爱之情从手绘插画延伸到包装内的食品上,例如酒类产品。

1.3 手绘插画可引起食品消费者情感共鸣

现代社会人们越来越重视对美和艺术的品鉴,重视情感和精神上的满足感。食品包装设计是食品和消费者之间的桥梁,本身就能起到传递情感的作用。消费者在消费食品本身的同时也在消费食品包装所融入的精神和情感,故食品包装图案上所融入的情感类型和深度十分重要。手绘插画包含极为丰富的情感,这是计算机绘图所不能比拟的,这些情感可能是阳光、激情、奋斗,也可能是爱情和亲情,也可能是静谧、忧郁、孤寂,甚至还包括一些诙谐、荒诞与疯狂。当食品包装上的手绘插画所表现的外在情感和所隐藏的深层情感与消费者的内心情感达到同步时,就可引起消费者的情感共鸣,唤起其对过去经验的回忆,使其接受并欣赏该食品包装设计。

1.4 手绘插画个性化强,利于树立食品品牌形象

手绘插画通过画师灵动的画笔,将画师感情澎湃的内心真情实感融入了创作中,相较于计算机软件较为程序化和较为固定的绘图方式,手绘插画作品创作较为依赖画师的灵感,创作方式更为自由、更为多变,几乎不会出现重复,作品具有极强的个性特征。优秀的手绘插画作品总是让人印象深刻,将手绘插画用于食品包装设计过程中,可以有效地加深食品品牌在消费者心中的印象,使消费者在琳琅满目的食品货架上可以轻易辨识出来。

2 在食品包装设计中的应用途径

2.1 融入历史文化元素的食品包装手绘插画设计

历史文化元素具有深厚的艺术性和美感,将其融入食品包装手绘插画设计中可以提升整件食品商品的艺术

层次,营造出一种高档和稳重感。水墨风格手绘插画是一种典型的融入手法,中国传统水墨画擅长“以形写神”,所绘物体的形状只是表面,神韵才是精华,而不同人从画中领会的神韵各不相同,使其艺术表现变化多端。将水墨风格手绘插画用于食品包装之上,可赋予食品本身深厚的文化底蕴和稳重感。例如 2019 年 Pentawards 和金点奖获奖作品宋山茶(图 1),由中国设计师林韶斌设计,包装采用水墨风格手绘插画设计,层叠的山峦、金色的太阳与飞翔的白鹤构成了一幅和谐优美的中国传统山水画,绘画形神俱佳,意境深远,美感十足,充满了中国历史和传统文化的厚重感,与包装内烘焙茶叶色泽红褐、香韵味醇相得益彰,衬托出炭焙茶叶工艺的久远历史和文化积淀。

以历史故事和历史人物为主要题材的手绘插画同样具有深厚的文化底蕴和独特的艺术魅力。例如 2020 年 Pentawards 获奖作品东游记精酿啤酒(图 2),由深圳甲古文创意公司设计,其使用明代神话小说《东游记》中的故事为绘画题材,绘画使用复杂的色彩表达了强烈的情感,画中有云、鹤、神仙,使消费者联想到饮用该款精酿啤酒后会有像古代神话故事中那样如梦如幻、飘飘欲仙的浪漫体验。

2.2 融入诙谐趣味元素的食品包装手绘插画设计

诙谐趣味元素可以将人们意料之外的直觉转化为情理之中的知觉,给人轻松和舒适感,使人心情愉悦。将该诙谐趣味元素融入到食品包装手绘插画设计中,可以增强食品的亲和力,有效地拉近食品商品与消费者之间的距离。在表达方式上可以采用比喻、象征、拟人化的手法,加入滑稽、夸张或讽刺的元素,也可以用漫画的形式勾勒一些趣味人物形象,或讲述一个诙谐幽默故事。例如 2020 年 Pentawards 获奖作品泰国 Sunsu 罐装奶茶(图 3),由 Yindee Design 团队设计,这款奶茶的包装使用了将奶茶拟人化的手法来实现幽默感和趣味性,以装满奶茶的奶茶杯比作人脸,利用奶茶的颜色和人脸的颜色一致,使用简笔画出眼睛、眉毛和嘴巴,表情则是轻松和微笑,达到了较好的拟人化效果,使消费者感受到轻松而



图片来源: <https://pentawards.com/directory/en/page/the-winners>

图 1 宋山茶包装设计

Figure 1 Songshan tea package design



图片来源: <https://pentawards.com/directory/en/page/the-winners>

图 2 东游记精酿啤酒包装设计

Figure 2 Dongyouji Craft beerpack-age design



图片来源: <https://www.food-addicts-thai.com/post/sunsu-classic-milk-tea-and-brown-sugar-milk-review>

图 3 Sunsu 罐装奶茶

Figure 3 Sunsu milk tea

舒适。2020 年 Dieline 获奖设计作品挪威 Mano pizza (图 4),其使用 4 种尺寸的披萨盒,设计原创手绘漫画形象构建了多个幽默诙谐的小故事,并将其印刷在披萨盒上,漫画中有一只偷披萨的狗、追赶狗的披萨厨师、拿着拐杖追厨师的老奶奶和拿着钱袋买披萨的猪老板,画风简洁,故事轻松愉快,在使消费者感到舒适的同时也暗示了披萨的美味。

2.3 融入特定情感元素的食物包装手绘插画设计

艺术创作离不开情感的融入,手绘插画设计亦是如此,将情感元素融入到食品包装手绘设计中,容易引起消费者内心情感共鸣,激发其购买欲望。设计方式包括融入怀旧情感的设计,融入亲情爱情的设计,融入热情兴奋情感的设计等。

(1) 融入怀旧情感的设计是指以几十年前的老式物品为绘画素材,怀旧手绘设计可以使消费者回忆起过去所经历的岁月,想起过去的人,想起过去的事,回忆当年酸甜苦辣,以达到与消费者的情感共鸣。例如 2020 年 pentawards 设计金奖达尔斯顿公司的苏打水(图 5),其外包装采用怀旧风格手绘插画设计,将老式的转盘音乐播放设备用手绘的形式画满整个外包装,且采用纯粉色、纯蓝色和纯黄色设计,具有较强的视觉冲击力,取名为“有灵魂的苏打水”,可以让消费者回忆起过去享受音乐的美好时光,怀旧情感十分强烈。

(2) 融入亲情爱情的设计是将幸福美满的亲情和夫妻甜蜜的爱情融入食品包装设计中,如和蔼的爷爷奶奶、淘气的儿子或孙子、如胶似漆的爱侣等,引起消费者对亲情和爱情的向往,激发其内心涌起幸福的喜悦,以达到与消费者的情感共鸣。如 2019 年 pentawards 设计金奖乡嗑葵花子(图 6),插图使用明亮的颜色设计,给消费者以温暖的感觉,图中两位手绘画风的中年男女与其父亲的形象占据了外包装的核心位置,凸显了亲情的设计主题,一家人一起聊天嗑瓜子,幸福的亲情溢满整个外包装,可勾起离乡的游子对家乡父老的思念,食品外包装成功地实现在家庭幸福的亲情情感层面与消费者产生共鸣。

(3) 融入热情兴奋情感的设计是将兴奋、热情、疯狂

等热烈的情感元素融入食品包装设计中,可与现代都市中内心压抑,期望宣泄自己的消费者产生情感共鸣,同时这种设计也可以与特定地区热情奔放的狂欢庆祝文化形成一致,与当地的庆祝人群产生情感共鸣。如 2020 年 pentawards 设计获奖作品 smirnoff 塔玛琳伏特加酒(图 7),其手绘设计灵感来源于墨西哥亡灵节,插图使用抽象画风设计,以浓重的深蓝色为主色调,并融入了多种暗色色彩,图中夸张且欢快的骷髅人脸,以及繁杂的节日装饰都非常契合亡灵节的节日主题,这些复杂且张扬的元素可以表达出一种热情和疯狂的情感,于节日中宣泄自己,与逝者一起狂欢的人群产生有效的情感共鸣。

2.4 融入品牌理念的食物包装手绘插画设计

品牌理念是一个品牌的重要标签,彰显了品牌特征,反映品牌的经营观念和价值体系。将品牌理念融入食品包装手绘插画之中,可以给消费者留下深刻印象,有效地扩大品牌知名度。例如风靡全球的日本熊本县的区域公用品牌——熊本熊,不仅做成 APP,也被用于食品等周边产品的包装之上,不仅是平面形象设计,熊本熊的每次挥手、抬腿的每个动作也都是经过设计的,包括最知名的稍稍歪头和捂嘴动作——其被证明会令人感到可爱,一系列卖萌动作收获了孩子和姑娘们的尖叫,将这些萌系表情包推到 Twitter 上,极大程度上促进了品牌的推广。例如 2019 年 pentawards 获奖作品汉水晒谷真晒水(图 8),包装用黑白色的水墨风格手绘,中间核心位置是一个由山水构成的大熊猫形象,笔法精妙,栩栩如生,在大熊猫的两侧则是用文字叙述了品牌理念,表达了保护环境,人与自然和谐共处的品牌理念,以晒水所在的秦岭作为灵感来源,将国宝动物大熊猫与秦岭当地的山水风貌相结合,既是熊猫,也是秦岭山水,描绘了大自然的和谐,向消费者传达了品牌爱护环境,强调原生态的经营理念。例如 2020 年 pentawards 获奖作品古雾堂树茶(图 9),包装使用彩色水墨绘画风格,画中有云、有山、有水、有土、有茶树,线条简单而精妙,绘图元素和谐共存且意境深远,描绘了茶树依山傍水的极佳生长环境,包装背面则以“观云、寻山、守树、润土、晒水、品茶”为主题画出 6 幅手绘插



图片来源: <https://mano.pizza/>

图 4 挪威 Mano Pizza

Figure 4 Mano Pizza from Norway



图片来源: <https://dalstons.com/soda-with-soul/>

图 5 达尔斯顿苏打水

Figure 5 Dalston's soda water



图片来源: <https://pentawards.com/directory/en/page/the-winners>

图 6 乡嗑葵花子

Figure 6 Xiangke sunflower seeds



图片来源: <https://www.smirnoff.com/en-us/>

图7 smirnoff 塔玛琳伏特加酒

Figure 7 Smirnoff tamarin vodka



图片来源: <https://pentawards.com/directory/en/page/the-winners>

图8 汉水硒谷真硒水

Figure 8 Hanshuixigu selenium

water



图片来源: <http://sunsund.com/portfolio/guwutang/>

图9 古雾堂古树茶

Figure 9 Guwutang ancient tree tea

画,表达了品牌对古树茶品质的极致追求,对古茶树的保护和尊重中国传统茶艺文化的品牌价值理念。

3 结语

融入历史文化元素、诙谐元素、情感元素和品牌理念的手绘插画,在食品包装设计中的应用具有十分重要的意义,可有效展现食品包装之美,引起消费者情感共鸣,吸引消费者购买。文中不仅较为全面地阐释了手绘插画在食品包装设计中的多个应用层面,更是辅以多个 pentawards、deline 获奖作品为案例佐证,但现代手绘风格发展速度极快,新的理念和思想不断出现,也在不断地影响食品包装设计中的手绘应用,是后续重点研究的方向。

参考文献

- [1] 李逸敏. 基于现代信息社会的手绘插画在包装设计中的运用研究[D]. 合肥: 合肥工业大学, 2015: 4-11.
LI Yi-min. Research on the application of hand-painted illustration in packaging design based on modern information society[D]. Hefei: Hefei University of Technology, 2015: 4-11.
- [2] 刘乐. 手绘插画在酒产品包装设计中的应用[J]. 苏州工艺美术职业技术学院学报, 2018(2): 19-20.
LIU Le. Application of hand-painted illustration in wine product packaging design[J]. Journal of Suzhou Arts and Crafts Vocational and Technical College, 2018(2): 19-20.
- [3] 王健建. 手绘插画在现代包装设计中的应用[D]. 曲阜: 曲阜师范大学, 2015: 3-10.
WANG Jian-jian. Application of hand-painted illustration in modern packaging design[D]. Qufu: Qufu Normal University, 2015: 3-10.
- [4] 毛鸿达. 融入中国书法元素的传统食品包装设计研究[J]. 食品与机械, 2017, 33(10): 115-118.
MAO Hong-da. Research on traditional food packaging design integrating Chinese calligraphy elements[J]. Food & Machinery, 2017, 33(10): 115-118.
- [5] 田贵坤. 现代食品包装设计中中国传统文化元素的融入[J]. 食品与机械, 2017, 33(12): 95-97.
TIAN Gui-kun. Integration of Chinese traditional cultural elements

in modern food packaging design[J]. Food & Machinery, 2017, 33(12): 95-97.

- [6] 吴余青, 陈培瑶. 中国古代茶叶包装形态及包装设计的嬗变[J]. 食品与机械, 2017, 33(2): 94-97.
WU Yu-qing, CHEN Pei-yao. Evolution of tea packaging form and packaging design in ancient China[J]. Food & Machinery, 2017, 33(2): 94-97.
- [7] 吴斌. 基于地域特色文化的现代白酒包装设计研究[J]. 食品与机械, 2017, 33(7): 107-111.
WU Bin. Research on modern Baijiu packaging design based on regional characteristic culture[J]. Food & Machinery, 2017, 33(7): 107-111.
- [8] 詹仪, 饶鉴. 地域文化在羊楼洞砖茶包装设计中的应用[J]. 湖南包装, 2021, 36(2): 83-85, 89.
ZHAN Yi, RAO Jian. The application of regional culture in the packaging design of Yangloudong brick tea[J]. Hunan Packaging, 2021, 36(2): 83-85, 89.
- [9] 刘变琴. 具有象征寓意的手绘图形在包装设计中的创新表现[J]. 湖南包装, 2019, 34(5): 109-111, 114.
LIU Bian-qin. Innovative performance of hand-painted graphics with symbolic meaning in packaging design[J]. Hunan Packaging, 2019, 34(5): 109-111, 114.
- [10] 穆虹. 创意手绘在包装设计中的情感化表现与实践[J]. 湖南包装, 2021, 36(1): 37-39.
MU Hong. Emotional expression and practice of creative hand painting in packaging design[J]. Hunan Packaging, 2021, 36(1): 37-39.
- [11] 李莉. 民间美术情感元素在传统食品包装设计中的应用研究[J]. 食品与机械, 2017, 33(6): 105-109.
LI Li. Research on the application of emotional elements of folk art in traditional food packaging design[J]. Food & Machinery, 2017, 33(6): 105-109.