

平面设计在产品中的运用

姜伟杰

沈阳化工大学 辽宁沈阳

【摘要】20世纪初，欧、美、日等发达国家的设计实践和设计方法的发展，对我国的经济快速发展产生了重要影响。具有自主知识产权的产品设计理论，对于提升我国产品在国际上的竞争能力、建设我国设计大国的地位具有十分重要的现实意义。在国内，平面设计方法的理论研究相对成熟，所以“移”平面设计的“花”和“接”“木”是一种行之有效的方。从图形设计中吸取养分，将优秀的设计方法加以精炼，使之成为符合产品设计的方式，从而更好地体现出产品的功能和外观。

【关键词】平面设计；产品设计；运用

The application of graphic design in product design

Weijie Jiang

Shenyang University of Chemical Technology, Shenyang, Liaoning

【Abstract】At the beginning of the 20th century, the development of design practice and design methods in developed countries such as Europe, the United States and Japan had an important impact on the rapid economic development of our country. The product design theory with independent intellectual property rights is of great practical significance for improving the competitiveness of our products in the world and building the status of a big design country in China. In China, the theoretical research of graphic design method is relatively mature, so "moving" the "flower" and "connecting" and "wood" of graphic design is an effective way. Draw nutrients from graphic design, refine excellent design methods, and make them conform to product design, so as to better reflect the function and appearance of products.

【Keywords】Graphic Artist Designer; Product design; application

引言

通过对产品设计的深入、合理的应用，可以丰富我国的产品设计方式，塑造质量优良、造型美观、工艺精湛的产品形象，提高产品的“附加值”，这将有助于我们的产品设计方法与风格的形成，有助于我们公司走向自主创新，增强我们的产品在世界范围内的竞争能力，并提高我们的品牌知名度^[1]。在现代，随着平面设计的快速发展，对其设计方法的研究已经相当成熟，所以从平面设计的角度“寻找”出一种可以指导产品设计的方法，是一种方便而又有效的方法。平面设计就是通过一定的设计手段，在平面上表达出一定的角度，而产品设计就是通过一定的设计方法，在三维空间中创造出一个“图

形”。从图形设计中吸取养分，对优秀的设计方法进行精炼处理，使之成为符合产品设计的方式，从而更好地体现出产品的功能和外观。

1 平面设计和产品设计的概念

中国史前人类“比类取象”的思维和创造“象”的创造能力，在平面上形成了对物体意象的创造性表达。“在二维空间中进行视觉传播”是人类社会发展的一种方式，它的传播是创造和创造的基本目标。其意义和内涵会随著时代的变迁而改变，而现在的视觉传播就是所谓的“平面设计”。平面设计的首要特征是广大，所以目前平面设计的名字很难用常规的方式来描述，比如平面设计、视觉传达设计、服装设计等等，从平面设计的角度来说，平面

设计与产品设计有关,从功能上来说,视觉是“视觉通过人的身体来实现一定的行为”,也就是视觉传达,即用视觉语言传达信息和表达观点。有些学者认为,平面设计是把各种基本的图形元素按某种美学规律结合起来,形成一个平面的图形。在二度空间内,以等值线为边界,画出图形。物质产物都是由质功能、形、色三大基本元素构成的,它们统称为外在,对应于传统器物的“器”、“形”、“道”^[2]。功能是产品生存的根本,是设计的第一要素,而在改进设计中,产品的功能已经被制造商设计出来,设计师只有在外观设计和人机工程学上才能更好地发挥其作用。产品的外形是由外形和色彩构成的,外形是由外表轮廓所表现出来的,它最能给人留下最深刻、最持久的印象。产品设计包括产品外观、人体工效学、技术条件、工艺水平、资金成本以及产品定价等方面。为保持和发展人类赖以生存和发展的物质设备,如工具、器械、产品等,通过对材料的形式进行改造,使其具有更高的价值^[3]。

2 平面设计与产品设计

产品的设计包括技术、人性化、外观、工艺、成本、价格等。为了满足人类社会的发展所需的物质装备,例如,生产工具,设备和工业物品,而进行的设计是通过改变原料的形式来实现的。通过以产品的外观为依据,对其进行了研究。按照某种美学规律,将不同的图形元素组合在一起,形成不同的平面图案,称为平面图案。用等值线在二维平面上分割出地和图的边界,绘制一个图形。平面设计所展示的不是真正的三维空间。而是由人的眼睛所产生的灵巧的二维图形所产生的错觉可以说,在设计工作中,图形设计的阴影常常是常见的。

3 产品设计与平面设计的结合

3.1 产品设计与平面设计联合的必然

设计是以实物为基础的,注重的是产品的实际效果,所以,更多的是依靠技术成分和元素。美强调形式、感性和精神上的特定需求,更多的是根据美学的要求采用通用的平面设计方法。探讨产品与图形设计之间的关系,必须了解其各自的特征。产品是以人为基础,以解决人与物之间的关系为基础,对产品特性进行调整,不仅要考虑到产品的结构,还要考虑到使用者和生产者的意见。美是表达个人情感和偏好的一种手段,是个人的看法,是一种独

特的事物。目前,图形设计在产品中的渗透已经成为当今发展的主要趋势,所以在产品设计中应重视其对产品的影响,而不仅仅是对产品的功能。总之,所有的产品都是以人的需要为中心,以更好地满足人们的需要,所以,产品的外观设计要遵循人类的审美观:匀称、韵律、形、平衡、韵律、色彩、材质等等也就是说,产品与图形的结合是必然的,而不能脱离图形设计。

3.2 产品设计中的平面设计方法的特点

产品设计是以人的生存和发展为基础,以创造具有一定美学和实用功能的家具。所以,产品的设计是一种有目的、有预见性的艺术活动。因此,“技术的客体在其生产和运用中,更加严格地服从于实用的要求,其美感是附加的,并且事先加以考虑。”对于美学客体而言,美的构成元素具有规律性,这就是美与技术客体的不同之处。因此,在产品设计中,图形设计的方法不仅仅是单纯的技术手段,也不是纯粹的艺术表达手段。图形设计的对象以平面为主,而产品设计则是以工业产品为基础的大规模生产。

3.3 平面设计方法在产品中的功能和价值

在产品的设计中,采用图形化的方法可以使产品的“高附加值”得到更好的体现。产品的点、线、面的分割、色彩的巧妙运用,才能使产品的效果更好。其终极目标是让客户享受到一种简洁、美观的服务。将图形应用于产品的设计,能使产品具有个性和文化内涵。图形化是产品设计中的一个重要因素。产品设计中的平面设计,由于产品的特点,例如加工工艺、材料、产品类别等方面的限制,因此采用了平面设计的方式。没有完整的理念和技巧,必须不断地改进,不断地挑战自己,对自己发起挑战。另外一个重要的是,我们必须不断地去体会和经历。设计要感人,结构上要有足够的细节,要能让人感动,要能让人心动,要有质感,要将各种元素有机的结合起来^[4]。

4 平面设计在产品中的运用

4.1 点与线的运用

应用点,在产品的设计中,巧妙地使用点的功能,创造性的点的数量,分布,排列,色彩和材料,都能创造出独一无二的效果。在位置、形态、排列上的差异,都会给人以强烈的视觉冲击。运用线条。

线条是指在产品设计中连贯与分隔空间的功能。产品造型之美，无不体现出线条的创意与表达。在人们对产品进行考察时，认为线是一种表现形式，它起着传递情感的作用，因此，它的视觉美可以使人产生审美的感觉。正确地使用线条可以让人心情愉悦，给人留下深刻的印象，从而达到良好的心理效果。

4.2 面的设计

平面设计是把各种基础图形按某种规律在平面上进行组合，在二度空间中，以等值线为边界，画出图像。在产品面板中，每个设计元素都要按照“集团”的形式进行组合，按键、文字、标志等不同的功能元素要有间隔、有间隔、有规律、有规律地进行观察。形的概念建立在前面，面的概念建立在后面，两个概念之间有一个联系，也就是说，当你看见了形状，你就会感受到它的表面，当你看到它的时候，它就会自然而然地出现。平面的类型可划分为几何面 and 不对称面。由一条直线或几何曲线构成的面，或一条直线与一条线相结合而成的平面，其表面具有一种简单、简洁、明快的感觉。非几何表面又分为有模型和偶然模型两类。在平面设计中，平面要比点和线更能表现出立体的效果，但不会像点、线那样锐利。平面有两种构成方式。“图”是“地”的结构。在产品的设计中，以“图”为主体，以“地”为中心。“图”的形清晰、向前、紧凑，而“地”又起到了反衬的作用。重建结构。通过两个以上的平面形状的叠加和融合，形成了一种空间感、层次感和层次感，从而创造了一种独一无二的产品形式。不同的表面形态会有不同的特点。例如，三角是不稳定的，而偶象是自由的和活跃的。平面的分割组合，平面重叠，旋转，都可以形成新的平面。同一平面的分割组合、重叠、交叉呈现出的版式也是丰富多彩的。在比例的对比、材料的变化、色彩的配置和装饰手法的运用上，都会有很大的差异^[5]。

4.3 产品外观结构设计中平面设计的组成方法

平面设计中的构图方法，是把不同的图形单位按照一定的规律在二维平面上进行组合，在二维平面上以等值线分割出图形要素的边界，并绘出图象；这种由平面图形所产生的立体感，并非是真的3D效果，而是人为的错觉。设计产品的外形结构比例，

即立体构图，提炼、加工平面构图，并将其运用于产品的立体设计，以达到更好的效果，更安全、更符合用户的审美要求。

5 平面设计方法在产品中的作用与价值

5.1 学生让产品的外形更接近于审美的法则，

在产品的设计过程中，通过图形化的方式，能够更好地满足审美的要求，提高产品“高附加值”。轻工业部在一九九七年所提出的：高增值，不在于技术，而在于设计。同一种商品，功能相同，生产成本相同，但因设计不同，价格相差几十倍。平面设计的方式必须与产品相结合，而不能独立地生存，因此，这是一个跨产业的过程。据统计，设计价值在创意产品中所占的比例很低，而服装、皮具等在设计市场中占有很大的比例。邮票、花瓶等产品，比科技能够产生更多的价值。

5.2 使产品更具美感。

通过对产品的点、线、面的分割、颜色的巧妙应用，可以达到产品的效果。它的最终目的是为了满足人们的需求，而不是用最贵的材料，而是用最漂亮的方式。不能只依靠理念，不能只看价格，要看产品的外观设计，要赢得最好的效果，不需要最廉价的，但要有最好的表现。不需要最大的动力，但是它的外形却是最吸引人的。对于中国公司来说，这是一份优秀的报告。

5.3 为产品增添个性文化内涵

今天的市场竞争日趋同质化，消费者注重个性化消费，消费者对商品的要求越来越高。单纯的包装，粗糙的外表，是无法吸引消费者的。相同的产品，相同的性能，相同的生产成本，因为“注入”产品的设计，特别是图形的设计，可以让产品的价格有好几倍的差异。所以，我们必须以产品设计和图形设计相结合的方式，创造出更好的产品，体现科技进步，文化内涵，人文关怀，环境意识^[6]。

5.4 产品设计中应用平面设计方法是其产生的重要原因

在产品设计中，采用了图形化的设计方式，这是一个很大的原因。因此，在图形设计中，人们对美感的渴求。现代时尚、手工艺品、产品外观等，无不体现了现代生活的审美趋向和美化。在产品的设计中，运用图形的设计理念，不仅具有实用性，而且具有现代美学的需求。只有掌握了产品和图形

的某些法则，才能创造出美丽的外观。从长期来看，产品设计与图形设计的方式将更加紧密。产品的扩展功能可以提高人们的能力，并帮助人们解决问题。产品的视觉布局合理，颜色搭配协调一致，让顾客有个“第一印象”；在使用时，更容易识别商品标志，更容易找到功能区，从而极大地提升了工作效率；与商品“亲密接触”，让顾客对商品有了好感，心情愉悦，心理上获得了满意和尊敬。这就是在产品设计中，图形设计的“用武之地”更加广泛。这不但可以丰富和完善产品设计的理论，也有利于开发出更好的产品，同时也有利于我们的设计方式和风格的形成。

6 结束语

产品的设计思想是以技术和外观相结合为永不停歇的目标。技术进步具有其自身发展的内在规律，具有完整性、创新性、局部性等特点，不能一蹴而就；而产品设计的正确运用，则使产品更加个性化、美观、人性化。将图形与产品的设计工作有机地结合起来，可以达到较好的效果。本文从平面设计与产品设计的角度出发，对传统的产品设计方法进行了研究，并将其与以往的产品设计方法相结合，从而使我国的产品设计具有自己的特色。这对于增强我国产品在世界范围内的竞争优势，提升我们的品牌形象，是非常有实际意义的。

参考文献

- [1] 田野. 平面设计方法在产品中的应用分析[J]. 新教育时代电子杂志:教师版, 2014(20).
- [2] 童黎彬. 中国传统文化元素在平面设计中的应用[J]. 吉林广播电视大学学报, 2013(2):2.
- [3] 尚晓丽. 平面设计中的应用经验[J]. 电子世界, 2014(20):1.
- [4] 方彩欣, 邓淑玲(. 跨领域媒体融合~动态图像设计之传播发展应用探讨[J]. 设计研究学报, 2015(8):16-29.

收稿日期: 2022年7月10日

出刊日期: 2022年8月15日

引用本文: 姜伟杰, 平面设计在产品中的应用[J], 科学发展研究, 2022, 2(3): 46-49
DOI: 10.12208/j.sdr.20220074

检索信息: RCCSE 权威核心学术期刊数据库、中国知网 (CNKI Scholar)、万方数据 (WANFANG DATA)、Google Scholar 等数据库收录期刊

版权声明: ©2022 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS