# 浅析极简主义风格特征在现代品牌包装设计中的应用

来源：网络 作者：梦醉花间 更新时间：2025-05-16

*浅析极简主义风格在现代品牌包装设计中的有效应用摘要:随着社会的发展，极简主义风格出现于人们的视线之中，对绘画、雕塑、建筑和设计具有重要的影响，极简主义的设计遵循“少即是多”的理念，以其独特的风格特征深受广大群众的喜爱，本文通过对极简主义风格...*

浅析极简主义风格在现代品牌包装设计中的有效应用

摘要:随着社会的发展，极简主义风格出现于人们的视线之中，对绘画、雕塑、建筑和设计具有重要的影响，极简主义的设计遵循“少即是多”的理念，以其独特的风格特征深受广大群众的喜爱，本文通过对极简主义风格在现代品牌包装设计中的有效应用的分析，探讨了现代品牌包装设计的发展趋势，以及极简主义风格在现代品牌包装设计中的应用方法。包装设计不再是以“包”和“装”为中心展开设计，而应是以绿色环保经济的设计理念来满足消费者的品牌包装，极简主义环保设计非常符合当今社会所提倡的“绿色环保”主题，走可持续发展路线。

关键词:极简主义风格、现代品牌包装、绿色环保

一、极简主义风格特征

极简主义于20世纪50年代末作为一种艺术流派在西方产生了。极简主义设计根植于现代主义的还原，反对抽象主义。它是20世纪60年代西方现代艺术中最重要的流派之一，也是现代主义的最后一个重要流派，它逐渐成为回应昔日华丽设计的运动，迅速蔓延到世界各地。极简主义设计的发展是社会、文化、科技发展的副产品。极简风格的思潮也蔓延到消费产品的设计中，其中一个经典例子就是日本的知名品牌——无印良品。极简主义设计风格并非我们所理解的用尽量少的元素就能达到“少则多”的设计效果，而是建立在对一个完整事物进行高度抽象的过程之中。也就是说，唯有对设计的抽象进行细致而全面的了解，考虑到受众的各方需求，同时在此基础上进行简化，最终呈现的作品才能体现“以最少的元素创造最大的可能”的理念。

1、撇弃复杂，使用最基本的元素。极简主义设计中的图形是将过于复杂的图形简化，将产生视觉干扰的元素除去，将通过图形元素的样式来传达一个设计者的情感。减少不必要的装饰元素来降低消费者对于主题的理解难度。图形语言能够高效的传达信息，承载巨大的信息量。图形的应用应繁而不乱，简而不空，以最精炼的手法呈现最佳的视觉传达效果，给人们带来无线的想象。

2、风格朴素，即减去无关紧要的元素，不需要非常复杂的图形、文字、颜色来进行设计，这种形“减”而意不“减”，选用具有象征性的元素来进行设计与传递，突出事物的本质，让人们在五彩缤纷的世界中感受到朴素的设计所带来的清爽和干净的气息，产生深刻的印象。朴素的设计更加接地气，面对高速发展社会，朴素的设计更加接地气。人们更倾向于朴素的生活。

3、大量留白。留白是设计视觉元素的重要组成部分，看起来没有携带任何信息，甚至仅仅是空白，却有着较大的张力。得当的运用留白也足以创造视觉平衡的冲击力，使画面具有十足的呼吸感。通过留白的方式来突出设计重点和支撑设计中的其他元素，将观众的视线集中于视觉的焦点上，让空白成为作品的点睛之笔。此外，留白还体现出空间感，呈现整体框架和布局。

4、简单的色彩。人们对色彩的感觉是最直接的，当人们关注到一件作品时，第一时间吸引到观众的眼球的一定是色彩，色彩具有一定的思想，不同的色彩带有不同的感情和想法。如黑色和白色带有神秘的感觉。设计中应以主题来定制所需要的色彩来突出主题，强化概念为基本原则。黑白两种色彩应是更加接近大众，它们被认为是没有颜色的色彩，适用于非常简约的设计，黑与白的结合又可以形成非常强的视觉冲击力。事实上，不同颜色都可以完成一个极简的设计，重要的是是否符合品牌的本质的颜色。

5、简单的字体。字体是设计中最常用的元素，在极简的品牌风格中，字体有助于使品牌形象更加独特，以直观的设计深入观众的视野中，设计师有时以简单的文字或字母进行设计，以醒目的感觉吸引大众眼球，从而达到令人惊叹的效果。

二、现代品牌包装设计的发展趋势

1、品牌包装设计形象的整体塑造

“包装”不仅指的是为产品披上一件外套，“包装是品牌的脸”是品牌的一个组成部分，在与消费者接触的各类场合，把产品的个性特征，以各类载体形式进行塑造和推广的行为。它已经成为一种营销手段。包装是构成品牌的关键要素，应传达品牌的核心概念，设计包装时要围绕产品的定位，目标消费人群进行设计，把包装的必要元素统一到品牌规划当中，清晰地传达品牌的核心概念。品牌化包装设计应从商标、图案、色彩、造型、材料等构成要素入手。

品牌形象是指企业或某个品牌在市场上，在社会公众心中所表现出的个性特征，是企业的无形资产；是企业价值理念的集中体现；是企业生存发展的主要依托。品牌形象与品牌不可分割，形象是品牌表现的出来的特征，反应了品牌的实质，品牌形象包括品名、图案广告、包装设计等，包装设计作为建立品牌与最终用户的关系的核心部分与纽带。好的包装设计有利于树立品牌的形象。

塑造和经营一个品牌，综合了行销、传播、广告的知识。“品牌的整体包装”需要围绕着品牌的核心概念进行延伸，对一个品牌进行规划与设计需要几个阶段：品牌规划。界定品牌的内核，如目标市场定位、品牌属性定、品牌传播的规划、品牌的架构规划等；品牌策略。以品牌规划为指导，确立有效的品牌事实施方案，是一个品牌从静态的设计成为市场中领导品牌的关键；品牌创意几表现：包括包装、VI品牌识别设计，广告片制作等，是将品牌规划和品牌策略向消费者做最有效的表达；品牌传播。通过媒介以最经济、最有效的手段达到传播目的。在现代社会，做好包装到品牌的整合设计是塑造一个品牌的形象的关键。

2、绿色环保

人类文明的进步和经济的发展，使

“绿色”与“环保”成为全球

共同的呼声，曾经的清新空气、天然无害的食品是多么可贵、工业的发展使这一切都消失殆尽，污染无处不在。西方国家在经济发展中，曾经经历了“先污染，再治理”的阶段，便提醒了其他国家避免再次陷入这种困境，而应该在发展经济的同时又降低污染程度，随着世界经济的发展，如何保护资源与环境，创造一个良好发展的发展空间，是实施可持续经济全球良性发展的基本战略，处于商品化社会的人们，接触着各种各样的商品包装，商品包装作为社会经济活动的重要组成部分必然走上可持续发展之路——绿色包装。“绿色包装”是随着社会的进步儿衍生的一个新概念，它是人类文明的体现，绿色包装是指对生态环境和人类健康无害，能重复利用和再生、符合可持续战略的包装，也叫生态包装，其包装产品从原材料的选用、产品的制造，到使用和废弃的整个过程，都应符合生态环境保护的要求。早在20世纪80年代，德国率先提出“绿点”标志的“绿色包装”。1993年，国际标准化组织正式成立了“环保委员会”，着手定制绿色环保标准。开发绿色环保的包装材料，才是根本的方法。例如冰激凌的糯米纸，在可以包装的作用下，又可以放心使用，一举两得。既可以节约资源又无污染，值得学习。再者，为了形成永久的垃圾，不可回收利用的包装废弃物要能分解腐化，我们应重视发展利用生物或光降解的包装材料。法国一家奶制品制造出一种从甜菜中提取出来的乳酸，由其制成酸奶盒和杯盘，这种生态盒的基本原料是甜菜，通过掺入矿物质后便成为一种可分解的农家肥料。另外，在设计上，应该多强调与宣传环保的信息，以图案、色彩、图形等渲染出绿色包装的氛围。希望绿色包装真正成为包装设计的未来。

三、极简主义风格在现代品牌包装设计中的应用方法

1、现代品牌包装中视觉元素的极简设计

极简设计的包装设计遵循“少即是多”的设计原则。图形设计方面都有冷静的、精简的、禅意的、几何的造型特征。理性的展现出包装应有的功能，在许多包装中，图形的简练会引起消费者的关注，有利于信息的传达，如MEAT&EREAD的图形设计，以4种动物的头像设计向消费者说明了餐厅每天提供的食物，将这些核心的图标印刷在产品和外卖包装上，极简又富有力量感。极简主义风格在现代品牌包装中具有强烈的表现力，简单的图形能够给人们带来无尽的想象，图形的设计是一种重要的传达，其简洁的设计特点，获得消费者更多的关注，使消费者与产品进行互动。但在极简设计中并不是一味地“简”需要还原事物的本质。

极简主义风格包装设计在色彩的搭配中更趋简洁。我们的视觉本身就是对色彩非常敏感的，色彩以本身的思想可以影响到我们内心深处的想法以及感情，如15IE是一个茶叶品牌，15IE是在九州七个县均设有茶室，包装的颜色便是取自这七个县的县鸟，清晰简约的色调搭配传统的纸质包装，力求达到与自然融合的效果。极简主义风格在现代品牌的设计中多采用简洁、扁平化的色彩，一般采用黑色、白色、和灰色或一、两种均有序的彩色，使画面具有一种高冷的格调。简洁的色彩使人们从五彩缤纷的世界中感受到轻松与释然。

极简主义风格包装设计中的文字清晰、直截了当，更容易记忆。当今社会，信息的繁杂、密集是人眼花缭乱。过于简洁的文字能够激发人们的想象力，包装设计中不能光靠图形来表达，而应将文字结合是设计更具有说服力，消费者能够准确地了解产品，使主体深化，如Autographa品牌的设计、标识的文字呈水平排列，以便于将它放在印刷品底部偏左的区域，因为签名最常出现在这个地方。将文字介绍与企业类型放在右上方，在视觉上呈现具有对比行的吸引力。极简主义风格在现代品牌包装设计中通过简洁的字体更容易让人识别、记忆，更加令人醒目。

极简主义风格在包装设计中的排版使人轻松、愉悦，将文字与图形更好地结合，起到点睛的作用，也是较为关键的因素，简洁的版面使空间井然有序，包装的每个面都有不同的排版，而版面的简洁需要“留白”来表现，使图形与文字相互作用，形成整齐的而又强烈的视觉冲击力，起到平衡、对比、制约的作用，如MOAR品牌，其版式与单一色彩的搭配营造出一种迷人的氛围，不仅有严肃的性和实用性，而且能给人带来信心。极简主义风格在现代品牌包装设计排版的布局力求达到高效且整洁的效果，消除不必要的部分，将设计重点放在焦点处，让观众快速捕捉主要的信息。

2、极简主义风格的绿色环保设计材质在包装设计环节的使用

包装材料的应用包装设计环节中的重要部分，只要有包装，就涉及到材料的选用问题。一般在包装设计运用到的材料有：纤维、草茎类、纸、玻璃、木质、塑料、皮革、陶瓷、金属制品等诸多材料。不同属性的产品或商品，选择与其相适应的材料进行包装，有针对性的选择，而且要环保。

现代社会经济竞争日趋激烈，为了获得更多的经济利益，商家便在商品的包装上大做文章。包装对商品起到了推动发展作用，使

商品得以大卖。但是也会带来负面影响。如一些月饼的包装出现了“过度包装”的现象。中秋节是中华传统节日，吃月饼也是中秋节的习俗。“礼尚往来”是中华传统美德，送礼也成为一件关乎“面子”的事情。商家便抓住这个消费心理赚取更高利润，月饼包装的耗材过多，分量过重、体积过大、成本过高，使用的一些材料是不可再生资源，而且也会污染环境。还有塑料包装目前产量在200万吨以上，其中难以回收利用的一次性塑料包装约占40%，另外有数字统计，我国每年产生的废弃物越有1600万吨，其中主要是塑料外包装，快餐盒、杯盘、发泡材料、饮料瓶，各种糖果及食品的塑料外包装。这些白色垃圾将在地表呆上相当一段时间也不会消失。由此可见，在包装设计时应尽量避免这些问题。

极简主义设计非常符合当今社会提倡“绿色环保”这一主题，将设计与环境相结合，使用环保的材质，提醒我们要保护环境，走可持续发展的路线。如无印良品为制造出低价合理的产品，无影良品在选材上从节约资源的角度整合出享誉世界的“碎香菇原则”

它对绿色选材和简化制造出流程的尽心尽力导致了一大批有着独特美学的产品出现。这些产品与那些包装的产生更加符合绿色环保的理念。无印良品的包装材料符合无污染、可循环再利用的要求。这个“没有品牌的品牌”以自己简约、环保、富有意境的设计，阐述了“无”的境界。“禅的美学”，是它代表性的称号，将极简与禅宗理念相通，愈显灵性和深幽。极简主义遵循绿色包装的设计原则，符合可持续发展的理念。

总结：本文通过对极简主义风格特征的分析、现代品牌的发展趋势以及绿色环保的设计，使快节奏、高频率的生活得到平静、安宁。极简主义也是一种生活态度，简洁的设计使观赏者变得更加主动，极简主义使一种睿智的设计方式，能在短时间内让观者获取产品的信息。极简主义风格包装材料符合保护环境、节约资源的理念，符合时代发展需要，符合绿色包装标准。在繁杂的生活中，保留一点质朴，简单。无论时代如何发展，极简主义的设计将会引领设计的潮流，而且也符合现代社会人们的审美，表达现代文化、现代生活，现代思想。

参考书目：《设计中的设计》原研哉

《少则多》

《包装设计》

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！