

## 海鲜酱油包装设计研究

于志彬, 王贞强

(河北农业大学, 保定 071001)

**摘要:** 以海鲜酱油的包装要求为切入点, 根据海鲜酱油包装应突出的“鲜”、“新”、“味浓”等特点, 从包装定位, 既要突出其传统调味品厚重的特点, 又要兼顾其高档产品的精致; 包装色彩, 选择海蓝色为主色调, 体现海鲜酱油的“鲜”; 包装材料, 选用陶瓷, 映衬海鲜酱油包装的“新”; 包装造型, 以仿古的梅瓶为瓶型, 烘托海鲜酱油的“味浓”; 包装容量, 以200 mL以下小容积为主, 以满足消费者的使用需求等方面对海鲜酱油进行整体设计, 以达到促进销售的目的。

**关键词:** 海鲜酱油; 酱油包装设计; 包装材料; 包装造型

**中图分类号:** J524.2   **文献标识码:** A   **文章编号:** 1001-3563(2011)10-0008-03

## Study on the Packaging Design for Seafood Soy Sauce

YU Zhi-bin, WANG Zhen-qiang

(Agricultural University of Hebei, Baoding 071001, China)

**Abstract:** Based on seafood sauce package requirement as the breakthrough point, according to the seafood sauce package should highlight its "fresh" and "new" features, in the packaging color, choose blue mass-tone. In the packaging materials, choose porcelain. In the packaging design, choose a bottle of vase type. In the packaging capacity, with 200 ml below small volume. From the above aspects of seafood sauce is designed to promote sales.

**Key words:** seafood soy sauce; sauce packaging design; packaging materials; packaging modeling

目前, 海鲜酱油以其味道鲜美、口感独特、营养丰富等特点日益受到众多消费者的青睐, 随着市场竞争的日益激烈, 不但要求海鲜酱油在原材料、制作工艺上有所突破, 产品包装也日益受到人们的普遍关注。作为刺激消费者购买欲的手段, 产品包装已经成为一种新型的竞争手段<sup>[1]</sup>。企业若想率先取得市场商机, 抢占市场份额, 首先其产品包装要做到设计新颖、定位准确, 既能给消费者留下深刻的印象, 又能迅速勾起消费者的购买欲。本设计旨在为国家海洋局项目“贝类副产品综合利用关键技术研究”研发出的一款海鲜酱油进行包装设计, 使其投入市场便达到吸引消费者和产品畅销的良好效果。

### 1 定位设计

定位设计指从某一角度, 采用某种形式和手法,

恰当地对一件商品的包装进行装潢设计。定位设计所要传递的信息为3个基本因素: 我是谁? 是什么商品? 卖给谁<sup>[2]</sup>? 根据上述3个基本因素, 本研究先对此款海鲜酱油进行产品定位。此款海鲜酱油以传统贝类下脚料为主要原料, 营养丰富, 加之经过特殊工艺处理, 其口感更好, 是一款高档的美味调味品, 除了满足消费者的日常需要, 也是馈赠佳品。因此, 包装定位设计既要突出其传统调味品厚重的特点, 又要兼顾其高档产品的精致, 并富有浓郁的民族饮食文化气息, 做到设计新颖独特、色彩艳丽, 给消费者以强烈的视觉冲击, 吸引消费者购买<sup>[3]</sup>。

### 2 材料选择

一款新产品, 如何赢得消费者青睐, 包装的独特性尤为关键, 而转变传统观念, 使用新型材料进行包

收稿日期: 2010-12-30

基金项目: 国家海洋局-贝类副产品综合利用关键技术研究(200805046-4)

作者简介: 于志彬(1978-), 女, 河北保定人, 河北农业大学讲师, 主要从事食品包装的教学与研究。

装是突出产品特色的重要方法之一。经市场调查发现,传统海鲜酱油多是玻璃瓶装,材料单一。因此,从材料来看,无法让消费者区分众多酱油品牌,更无法让消费者记住新产品并购买。

在充分满足海鲜酱油品质保护要求的前提下,为突出产品“传统”和“高档”的特点,本设计选用陶瓷作为包装材料。陶瓷具有悠远而富有神韵的文化气息和独特的视觉表现语言,以此突出海鲜酱油传统、精致的特色。把传统陶瓷文化与现代审美意识相融合,使之焕发出新的活力,这样既能保留海鲜酱油的传统特色,又适合现代人的审美需求。

### 3 造型设计

包装造型设计指运用各种美学法则,将材料进行加工、组合,使之构成稳定、可使用并具有一定形态美的容器物<sup>[2]</sup>。目前,市场上的大多海鲜酱油的包装造型比较呆板,不能满足消费者求新、求变、追求品位的心理要求。

本设计采用小口细颈大肚瓶,见图1,模仿古代



图1 瓶形

Fig.1 Bottle shape

传统工艺品的造型,既符合陶瓷瓶的质感,更突出其古朴、大方,有文化气息的特点,进而满足消费者的审美情趣。同时,其细颈大肚的结构特点,方便抓握,符合人体工程学要求;在摆放时也能保证其稳定性,有很好的陈列效果;在烹调食物时,由于细颈瓶口小,投放量容易控制,更能实现食品包装宜人性的要求<sup>[4]</sup>。

### 4 色彩和图案设计

据调查,当前市场上海鲜酱油包装的色彩均以红色或者褐色等形象色为主色调,图案则以海洋生

物插图为主图案,缺少创新性。从色彩和图案上,很难区分产品特点,进而无法从感官上刺激消费者的购买欲望。

本产品是一款新产品,在竞争激烈的环境下,如何让消费者青睐,包装色彩设计至关重要。色彩具有吸引消费者并让他们清晰认知、记忆的直接效果;色彩也是最直接、最有力的设计表达要素<sup>[5]</sup>。再者,色彩有强烈的味觉感。由于包装的封闭性,不能直接通过嗅觉感知,所以食品的味道只能透过包装的色彩来表现<sup>[6]</sup>。本设计采用蓝色为主色调,见图2,蓝色既能增



图2 包装瓶色彩与图案

Fig.2 Color and pattern of bottle

强视觉冲击力,更显海鲜酱油的纯正、天然、高雅;在货架陈列的时候,在众多竞争商品中更具清楚的识别性,从而吸引消费者购买。

图案采用传统的海鲜生物插图作为主图案,摒弃了以往海鲜酱油中海洋生物图片只是生硬地简单罗列、堆砌的问题。此方式突出了海洋生物的活性,更具动感效果,让图案更鲜活,使其与海鲜酱油的特点相融合,进而将海鲜酱油的“舌感”和“口感”体现得淋漓尽致,令消费者有品尝的欲望<sup>[7]</sup>。

### 5 容量设计

根据消费心理学,消费者从见到一款食品到完全接受需要一个品尝的过程。因目前海鲜酱油的包装容量比较大,买一瓶品尝,味道不合口味时,食之无味,弃之可惜,因此就失去了对新型调味品的购买欲<sup>[8]</sup>。

本款酱油包装定位于传统精品,即“小而精”,因此,此款海鲜酱油包装设计的容量定为200 mL左右。这既适合一家三口的使用量,又因其量小,价

格适中,满足消费者“尝鲜”的诉求<sup>[8]</sup>。包装瓶尺寸见图3。

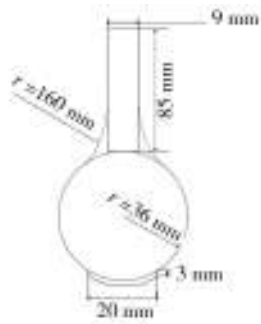


图3 包装瓶尺寸

Fig.3 Bottle size

## 6 结语

一个好的包装能促进销售,能对产品加以区分,有助于一个品牌的创立以及包装个性的发展。如今海鲜酱油的包装都很相似,这使得同一品质的产品在激烈的市场竞争中难以获得好的效益。产品的包装设计是影响产品日后销售量的重要因素。因此,要尽可能地使产品的包装方便、独特、精美、简洁。此款海鲜酱油的包装设计,既实现了海鲜酱油品质保护要求,又满足了消费者的审美要求。同时,在环保呼声日益高涨的今天,此款酱油包装瓶在内容物使用完以后,又可以作为家居摆件摆在室内,或用作花瓶。因

此,此款包装设计是一款实用、环保和富有传统美感的包装。

## 参考文献:

- [1] 周建新.调味品包装的基本要求和的发展趋势[J].中国调味品,1999(7):29-32.
- [2] 章建浩.食品包装学[M].北京:中国农业出版社,2008.
- [3] 孟祥钊.食品包装设计理念[J].包装与食品机械,2009(1):22-25.
- [4] 顾艳秋.小食品包装的宜人性探索[J].临沂师范学院学报,2008(10):137-139.
- [5] 史亚丽.色彩形象设计在包装中的应用[J].包装世界,2009(5):77-79.
- [6] 黎盛.食品包装的色彩设计探索[J].包装世界,2009(3):76-77.
- [7] 齐欢,周丽英.图形语言与食品包装中的味觉表达[J].美与时代,2009(1):89-91.
- [8] 国际包装网.“顿包装”调味品具有广阔的发展前景[EB/OL].(2007-01-24)[2010-11-12].[http://www.interpack.com.cn/sippcweb/newscenter/info\\_template.jsp?article\\_id=106507](http://www.interpack.com.cn/sippcweb/newscenter/info_template.jsp?article_id=106507).

(上接第7页)

## 参考文献:

- [1] 潘鲁生,唐家路.民艺学概论[M].济南:山东教育出版社,2002.
- [2] 柳宗悦.民艺论[M].孙建君,黄豫武,石建中,译.南昌:江西美术出版社,2003.
- [3] 靳之林.中国民间美术[M].北京:五洲传播出版社,2004.
- [4] 爱德华·丹尼森,广裕仁.绿色包装设计[M].冀晓红,译.上海:上海人民美术出版社,2004.
- [5] 杜杰,周晓峰,王家民.中国民族化风格包装设计研究[J].包装工程,2010,31(12):80-83.
- [6] 王朝闻.中国民间美术全集[M].济南:山东教育出版社,1993.
- [7] 尚红燕.现代包装设计与装饰艺术[J].包装工程,2004,25(12):129-130.
- [8] 张应杭,蔡海榕.中国传统文化概论[M].上海:上海人民出版社,2000.