

## 日本包装设计的时代魅力

曾权清

(珠海城市职业技术学院, 珠海 519000)

**摘要:** 从科学理念、文化传统、审美取向、人文态度、环保意识等宏观角度, 阐述了日本包装设计所作的努力和到达的高度。通过对其所包含的众多属性进行分析, 在此基础上得出了日本包装设计具有理性简约的现代魅力、和味洋风的和谐魅力、友好人性的功能魅力、精致本真的自然魅力、环保生态的绿色魅力等品质的事实, 进而表明日本设计师尊崇的现代感、民族性、人性化、自然情怀和绿色时尚的包装追求, 具有现实的标杆意义。

**关键词:** 日本包装设计; 现代魅力; 和谐魅力; 功能魅力; 自然魅力; 绿色魅力

**中图分类号:** TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)10-0074-04

### On Time Charm of Japanese Packaging Design

ZENG Quan-qing

(Zhuhai City Polytechnic, Zhuhai 519000, China)

**Abstract:** From the macro perspective of scientific idea, cultural tradition, aesthetic taste, humanities attitude and environmental protection awareness, it tried to explain the efforts that the Japanese packaging design industry has made and the height that it has attained. Based on the in-depth analysis of various features that it contains, it expounded upon the modern charm achieved through rationality and simplicity, the harmonious charm combined with the Japanese style and exotic flavor, the practical charm functioned by friendly humanity, the natural charm characterized by exquisite innocence as well as the green and biological charm accomplished through environmental protection that the Japanese packaging design cherishes, further pointed out that the modernity, nationality, humanity, natural feelings and the green fashion that Japanese designers have been pursuing have established a real standard for packaging design.

**Key words:** Japanese packaging design; modern charm; harmonious charm; functional charm; natural charm; green charm

提起日本包装设计,人们总是不乏溢美之词。毋庸置疑,在西方现代设计理论基础上发展起来的日本包装设计,充满浓郁的国际化、现代化气息,成为世界先进包装设计的重要一员。然而,日本包装设计的魅力并不仅仅局限于此,人们感兴趣的是:在西方设计理念占主导地位的今天,日本包装并没有淹没在国际化的汪洋大海之中,而是找到了设计语境民族化的融合道路。更加难能可贵的是,日本设计师还紧随时代的发展和要求,自觉关注人类的深层需求和社会可持续发展,从而引领世界包装向更科学、更高层次迈进……因此,有必要对这些代表时代潮流的日本包装设计理念,进行系统认识和深入探究。

### 1 理性简约的现代魅力

现代设计发端于20世纪初期的欧洲,德国包豪斯现代设计教育运动和后来在欧美国家兴起的设计革命,将现代主义设计运动推到了空前的高度。终于,为大众服务,为大工业化、批量化生产服务成为设计活动直接目的;简洁明快、准确可靠、高度理性和功能化的设计理念大行其道,成为现代主义设计的最基本特征<sup>[1]</sup>。在日本,伴随着20世纪50年代开始的经济现代化浪潮,其设计现代化亦得到非常迅速地发展:思想上的开放、经济上的繁荣和技术上的进步为日本

收稿日期: 2011-01-09

作者简介: 曾权清(1968-),男,广东人,珠海城市职业技术学院教师,主要从事美术设计、艺术摄影等教学与研究。

设计的现代化、国际化插上腾飞的翅膀。

包装设计是日本设计现代化的重要体现,在包装设计现代化的进程中,日本大体经历了如下阶段:20世纪50年代,日本战败被美国占领,大批包装精美的美欧日用品的涌入,催生了其现代包装设计意识;60年代,日本成为一个制造业大国,对内、对外贸易的发展促使日本对现代包装设计格外重视;到70年代,为了更好的赢取国际市场,日本大力倡导国际主义的现代设计运动,为其包装设计发展走向成熟奠定了良好的基础。从此,日本一步步向设计大国和设计强国迈进。

日本包装的设计美,与西方主导的国际化、现代化设计理念一脉相承,见图1。严谨的科学思维使日



图1 日本高桥善丸的包装设计作品

Fig.1 Packaging design by Japanese

本开发出一系列防虫、防腐、防水、防伪、防震、防锈等新材料、严密的理性作风推动着精细切割、精密加工、精确造型、精美印刷等新技术变革,日本包装水平因此有了质的飞跃。这些紧跟时代的科学发明和技术进步,使更多富有创意的艺术手法得以完美的实现,包装装潢的精致和精美程度有了前所未有的提升。

日本包装设计已经成为一个科学化、系统化的产业工程,设计师在视觉设计和艺术处理方面做到了简洁明快,在包装材料选择和形态结构的处理方面做到了科学理性,在商品信息的传达和包装功能的重视方面做到了准确合理。可以说,日本包装设计已完全融入了国际化的大潮,成为现代包装设计理论忠实的实践者和成功的引领者。

## 2 和味洋风的和谐魅力

在西方强势文化和全球化的背景下,日本作为一个后发展的现代化国家,并没有象一些地区和国家一样牺牲传统文化,而是在大量吸收外国文明精华的基础上,把这些科学化、现代化的先进理念加以消化,融

合自身的文明传统,形成具有鲜明东方特色的现代文明<sup>[2]</sup>。日本的现代包装之所以引人关注,除了作品具有时代感和现代性外,更重要的是加入了其特有的民族文化精神。秉承西方简约理性的现代主义理念,对西方文明的开放包容和对先进的设计理念广泛摄取,使日本的包装设计具备了功能化、商业化、现代化特征。日本现代包装充满了如诗如画的意境美和一种“静、虚、空、灵”的禅宗境界,设计师还将书法、水墨画和浮世绘等最有东方特色的视觉艺术形式融入包装设计,将最有民族个性的传统手工艺时尚化后嵌入包装制作,简约理性的包装蕴含了轻松自然和人文情调的意境美,让人体味到其深藏着的文化内涵。基于对民族精神的执着、对传统文化的坚守,日本设计师创意出了既有本国特色又能面向世界的好作品,日本包装设计的崭新民族特色再次为世人瞩目。

日本现代包装活用传统的例子比比皆是:为了突出老字号店铺悠久历史所带来的可信赖感,“伊势酱油”的纸盒包装下部以简朴古拙的“白描”插画形式加以装饰<sup>[3]</sup>……此类设计既体现出日本民族特色,包装造型和色彩运用又非常简洁,极具视觉冲击力。山崎麦芽威士忌包装,见图2,以毛笔书写的汉字作为包装



图2 山崎麦芽威士忌包装

Fig.2 "Yamazaki whisky" packaging

视觉中心,气韵生动的字迹,潇洒流畅的线条,无论是与日本平假名还是与拉丁字母搭配都显得恰切协调,增添了现代包装的个性和情趣,形成特有的东方品味和人文魅力。

日本设计师寻找到了包装日本化的气息和东方时尚的语境,这是一条令人赞叹的新道路,因此,日本包装艺术风格完全可以用“和味洋风”来进行概括。“和味洋风”使日本包装艺术提升到“和谐统一”的新境界,并成为各国设计师表现本民族特色文化的最佳参照。

### 3 友好人性的功能魅力

以“功能主义”为中心,强调标准化、规范化生产的现代包装风格,对商品的国际化和贸易的全球化起到推波助澜的作用。然而,“功能主义”、“实用主义”带有明显地强迫接受性,与当前设计的人性化呼唤格格不入。于是,对“功能够用主义”的厌倦与反思就成为必然,其最直接的结果是促使包装从单纯的“以物为中心”向“以人为中心”转变,并逐渐形成一股引领设计时尚的潮流。

日本的商品包装,在人性化设计方面下足了功夫:设计师会以消费者和使用者的角度进行包装功能思考。根据不同年龄、层次、性别的消费群体和不同产品属性等进行分析研究,在包装设计中赋予更多情感、文化、审美的内涵,包含更多心理、生理、人性的关怀,建立一种人与人、人与物、人与环境的统一境界。日本设计的人性化思考已经渗透到每一细小层面,许多商品包装的细微功能都体现出友好、易用的人性关怀。坚果包装中会附加专门设计的开启工具和纸巾,方便剥食和享用后的卫生处理,见图3;在容易受潮的



图3 板栗包装中附加的简易开栗子器  
Fig.3 Simple chestnut-open device in packaging

商品包装袋上设双层开口,第1层作为开装用,第2层是可以反复开启;儿童的饮料包装顶部会有一张不干胶贴膜,饮料喝不完时就可以用贴膜把吸管的孔封住,达到保鲜和避免抛洒的目的<sup>[4]</sup>……,这些看似无关紧要的设计“小动作”却令人感动不已,显示出日本设计师无微不至的人性化意识。

日本设计师对包装功能友好性、易用性的关注和思考,使原本理性冷漠的包装中充满了尊重和关怀温暖,闪烁着人性光辉。包装设计的亲和力拉近了消费者与商品之间的距离,是日本商家赢取更为广阔市场

的又一制胜法宝。

### 4 精致本真的自然魅力

日本是一个岛国,环境狭小和资源匮乏的现实决定了人们必须坚守“简单朴素、精约节俭”的生活传统;日本又是一个佛国,禅宗的自然崇拜和“静、虚、空、灵”的境界催生了日本民族“回归自然、向往本真”的审美追求。这些传统和追求不但表现在雕塑、庭园、茶道、花道、绘画等日本传统文化艺术中,现代化的包装设计亦普遍涌现出天然纯净、返璞归真的艺术感动。因此在日本现代包装中,设计师不但热衷直接使用树皮竹叶、木材草料等天然质料,而且还对提炼和萃取于自然、带着原始质感的纸袋麻绳等情有独钟。日本包装还在造型、图案和色彩的设计方面表达出天然朴素之美,包装盒造型和图案经常以自然的山川、日月、鸟兽、木石、花卉为表现主体,色彩多呈现出天然淡雅的光泽并时常留有大面积空白,表现出强烈的艺术张力和十足的自然魅力<sup>[5]</sup>。

应该说,日本包装设计的人文化情怀是与这种自然本真合二为一的,它总能在看似不经意间显示出精致,这一点在食品包装方面表现得尤为突出。日本饭团是用米饭和腌萝卜等佐料做出来的传统日常饭食,古市庵生产的午餐套餐,将做好的饭团放在竹壳里包裹好贴上标签,捆扎上用竹壳加工的线绳完成包装……选材和加工都依附自然,代表了乡下、纯朴、新鲜事物的载体,具有原生态、可信任、寓意产品天然的品质魅力<sup>[6]</sup>,这不能不说是其人文渗

透的力量所致。然而,对原始材料使用的热情和自然回归的追求,并没有给日本包装带来粗糙和低劣的感觉。恰恰相反,无论是天然材质的选择或加工,还是对色彩、纹饰的描绘,日本设计师都能做到尽善尽美和精致。毋庸置疑,日本是一个极其注重细节和苛刻追求完美的民族,正因为对细微的一丝不苟、对精美的无限努力,自然质朴的日本包装亦能给人们留下精巧雅致的深刻印象。用薄木皮加工制作的纳豆包装,见图4。日本民族这种努力和追求,其实是对自己和传统的全面关注,是对回归自然的持久渴望和对完美与高品质的无限向往——这种承前启后的人文追求,使日本包装达到“天人合一”的哲学高度。



图4 用薄木皮加工制作的纳豆包装

Fig.4 Natto packaging made by thin veneer

## 5 环保生态的绿色魅力

在工业革命带来前所未有的物质享受和科技享受同时,亦不知不觉面临资源殆尽、环境污染和生态恶化的危机。商品包装促进了物质的交流和商业的现代化,但是包装原料要占用资源,生产制造要消耗能源,包装废弃物又对大气、水源、土壤等生态造成严重的破坏和污染。因此,应该抛弃那些片面追求表面效果的豪华包装,抵制浪费资源的过度包装,致力于人与自然的和谐统一。注重环境和生态保护,倡导节源高效、环保无害的绿色包装设计理念,是当前必须面对的紧迫课题。

日本设计师很早就意识到环保的重要性,在自然资源越来越匮乏和生态环境日益恶化的今天,日本产品包装倡导“简化包装节约节能、循环资源再生再用”的绿色新时尚显得尤为宝贵和先进。日本包装小巧精致,最大限度的省材节能;日本包装淡雅柔和、尽可能减少颜料使用和毒素的扩散。日本包装经常使用纸、木、竹、麻等自然质朴的天然材料。此类原料来源充足、价格便宜、没有毒素和容易降解,并且具备抗压防震功能,既赋予包装作品以无穷的自然生命力,又满足人们更高生活标准的要求。近年来,日本企业又兴起一股“低碳包装设计”研究热潮,索尼公司对大型号电视机的泡沫塑料缓冲材料包装进行了改进,采用8块小的EPS材料分割式包装来缓冲防震,减少了40%的EPS使用<sup>[7]</sup>……

岛国的危机意识,使日本民族更加懂得珍惜资源和节约利用,更加重视环境保护和生态平衡——高效耐用、节能省材和循环再生已经成为日本全民族自觉

化的集体意识。这种意识,将日本包装设计在环保和生态追求中绽放出来的“绿色之花”更具时代魅力。

## 6 结语

通过对日本包装设计众多优秀品质的了解,对其包装设计的先进性有了较为全面的认识。日本是最早进入现代化行列的东方国家,又是一衣带水的邻邦,相似的文化传统以及在现代化进程中面临的相同问题,决定了日本的成功之路有良好的借鉴意义。首先应该学习的是日本对外来文化的包容精神。虽然说日本对西方现代设计理念的接纳是基于一种现实的原因,在客观上或多或少带有一定的被动性,但接纳和包容本身就不是一般意义的优秀品质,思想开发是日本跻身世界包装设计之林的先决条件;更要学习日本的主动性、自觉性及开创精神,这些人类最有价值的思想光辉,是日本包装设计成功和充满时代魅力的根本所在。

### 参考文献:

- [1] 曹方, 郭烈炎. 现代十大设计理念——现代主义设计[M]. 南京: 江苏美术出版社, 2001.
- [2] 吴文佳. 日本现代设计与日本传统文化精神[J]. 艺术百家, 2007, 94(1): 70-72.
- [3] 徐勤, 冯守国. 日本包装设计的传统渗入[EB/OL]. 中国大学生网. <http://www.chinaue.com/design/html/2004-11/20041120501189581.htm>.
- [4] 日本的包装人性化设计值得参考[EB/OL]. 中国食品产业网. <http://www.foods1.com/content/180886/>.
- [5] 丁颖. 食品包装设计研究[D]. 武汉: 湖北工业大学, 2007.
- [6] 佚名. 纯天然, 日本包装设计[EB/OL]. 视觉中国网. <http://c.chinavisual.com/2008/03/06/c47804/index.shtml>.
- [7] 王华琳. 现代包装设计在低碳时代的发展[J]. 艺术探索, 2010(3): 105-106.