

## 谈包装的设计之“度”

薛生辉, 薛生健, 臧勇  
(江苏理工学院, 常州 213001)

**摘要:** **目的** 研究包装设计之“度”的掌控方法及实施途径。**方法** 分别从市场与消费、产品与环境入手,论述了包装的适度设计观,即从低碳可持续发展的视角把控包装设计的“度”,提出适当、适应、适合、适度原则,倡导新的设计价值观。**结论** 包装的适度设计可以使设计者不为技术和狭隘利益所操纵,遵从“度”的规律和准则,符合“法度”而不“失度”,引领商品的包装设计回归到应有的本真与良性发展之中。

**关键词:** 商品包装; 过度设计; 适度设计; 可持续发展

**中图分类号:** TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)18-0033-04

## On the "Degree" of Packaging Design

XUE Sheng-hui, XUE Sheng-jian, ZANG yong  
(Jiangsu University of Technology, Changzhou 213001, China)

**ABSTRACT:** It aims to research on the control methods and implementation approaches of "degree" of packaging design. Respectively from the market and consumer, product and environment, it discusses the packaging of moderate design concept, puts forward the appropriate, adaptation, suitable, moderate principle, and advocates the new design values. Moderate packaging design can make the designers follow the law of "degree" and criterion, in line with the "testimonies" instead of "wild", make commodity packaging design return to natural, environmental protection, thrifty, the height of the natural, cultural unity and harmony.

**KEY WORDS:** commodity packaging; excessive design; appropriate design; sustainable development

中国自改革开放以来,社会经济发生了巨变。随着商品市场井喷式的繁荣,人们消费欲望的膨胀得到了极大的刺激,过度消费、奢侈消费成为普遍现象,这就助推了中国社会快速到达高碳经济发展时代。因为一味地满足人的消费需求而超越了自然承受“度”的界限,导致能源紧缺、生态失衡、环境污染、垃圾围城等已成为突出的“城市病”顽疾,严重制约了国家社会经济和生态文明的可持续发展。其中造成垃圾围城的主要来源就是生活垃圾。据统计,现在城市生活垃圾中商品包装废弃物占总量的三分之

一,并以每年12%的速度递增,而50%以上为可减少的过度包装物。每年中秋节过后会有25万吨左右的月饼包装盒被丢弃,相当于毁掉3.7万亩的森林,这些包装盒的价值高达22亿元。全国包装材料消费量约为每年2000万吨,我国超过50%的商品存在过度包装问题,造成的损失每年都高达4000千亿元。要应对这一顽疾,就必须消除商品包装只求表面的思想,大力倡导见利思义、以义制利、义以为上的中华传统美德和适度设计理念,这样才能从根本上遏制过度包装的流行与蔓延。

收稿日期: 2015-05-22

基金项目: 2014年教育部规划基金项目(14YJA760044);江苏省2012年度高校哲学社会科学研究重点项目(2012ZDIXM016);江苏理工学院科技创新优秀团队阶段成果(TDZD13007)

作者简介: 薛生辉(1959—),男,陕西西安人,江苏理工学院副教授,主要研究方向为视觉传达设计。

## 1 “失度”设计与“适度”设计

需求的无度使心理失“度”,从而导致设计失控。过度强调设计的创新和创意的心理导致设计上“唯形式主义”的泛滥,使过度、失度设计在各个领域普遍蔓延。商品的过度设计与包装更是触目惊心,如豪华型“金银月饼”、“故宫督造”的天价粽子、享乐型的“黄金茶”等奢侈商品,甚至有些月饼包装盒的体积是内装月饼的50倍,茶叶、酒类、药品、保健食品、化妆品等商品也是过度包装的“重灾区”。

正是由于对自然生态平衡“度”的漠视,才构成对自身需求欲望“度”的放纵,作出肆意突破和践踏“度”的妄行。在人的“期望高过天,决心大过天,口号响彻天”的“失度”心理作用下,助推了中国的奢侈消费不断膨胀和过度包装的加剧。中国传统的崇尚节俭、量入为出的消费观念正在被奢侈、炫耀性消费所颠覆,享乐主义、纵欲主义正在蔓延。

设计失控现象也正在验证着彼得罗·拉米兹·瓦茨贵兹的箴言:设计作为人类发展的一个重要因素,既可能成为人类自我毁灭的绝路,也可能成为人类到达一个更加美好的世界的捷径。如果这种过度行为继续蔓延,人类定将遭到惩罚。对此,需要整体社会意识的觉醒来矫正这些过度商业化的设计行为,应强烈呼吁商品包装去除复杂化的臃肿设计,倡导适度设计,还原理性与本真。“适度设计”是相对“过度设计”而言的,它是立足中国传统哲学之“道”的本原之度的处理方式,是遵循造物规律之“道”,顺应“万物之化”的设计。核心是体现“天地与我并生,万物与我为一”的思想,保持事物的自然状态,不妄为、不过度而为,不能超过事物自身生存发展的必要限度。抑制“过度包装”就是要把把握好“适度”与“过度”之间“度”的关系,不因噎废食,不陷入非此即彼的简单方法论。

面对过度设计,设计师要怀揣平和、真实、诚信、善意之心,有科学、合理的标准度的意识,树立人与自然协同发展的大生态理念,倡导创造新的生态环境、生存方式、生命质量、生命价值,以利于全人类的悠然共存、悠久同存<sup>[1]</sup>的新的设计价值观,端正“失度”心态,就能自觉规范其设计行为,从而做到控制“有度”,符合“法度”而不“过度”。

## 2 适度设计中“度”的掌控

“度”,就是度量与法则。它是一种规范,也是一

种约束,是对事物规律和人的思想行为准则的概括,具有遵守、限定和节制的含义,存在于客观世界的万事万物之中。中华民族历来秉承“凡事皆有度”的哲学思想。《墨子·法仪第四》记载:“天下从事者不可以无法仪,无法仪而其事能成者无有也,百工为方以矩,为圆以规,直以绳,正以县,故百工从事皆有法所度<sup>[2]</sup>”。墨子所言的“度”是节制和约束之意,“法仪”就是节制和约束的准则、法规和制度,是指导进行劳动管理和具体事物的规范。人类社会的发展史证明,凡是遵从“度”的规律和准则的行为将会促进社会与生态的协调发展,否则,将会破坏发展和生态平衡。西方工业革命的机器轰鸣吹响了人类挣脱封建枷锁的号角而驶入现代文明,但也由此打破了生态平衡,使工业文明陷入难以自拔的生态危机之中。

适度设计就是在满足产品基本要求前提下的合理化用材和形式。不仅要考虑在合理利用资源的情况下实现包装所应有的功能,而且要改变传统包装“从摇篮到坟墓”的生命周期,做到“设计——原料——制作——销售——使用——再设计”的全生命周期,担当起环保的重任和致力改善包装废弃物污染的责任。设计中减少使用1 kg过度包装用纸,就可节能1.3 kg标准煤,相当于减排二氧化碳3.5 kg。全国每年如果减少10%的过度包装纸张用量,就可节能120万吨,减排二氧化碳312万吨。由此可见,给商品包装进行适度的“瘦身减肥”,不但紧迫而且大有作为。彪马公司推出的“聪明的小包”,见图1(图片摘自视觉中国),该鞋盒设计可谓“适度设计”的典范,它将鞋盒、手提袋、储物收纳这几重功能融为一体,进行更为清洁、环保、低碳的设计,最大程度体现了用有限的空间创造满足人们更多使用功能需求的无限可能。在材料使用上,每个包装要比传统方式的包装减少65%,大大减少了废弃物和储运空间,降低了运输费用。每年可节约8500吨纸,20亿度电,1万升燃料和1万升水,50万升柴油。这种取代传统购物袋的盒袋不分家且可重复使用的包装,是对设计到再设计的最好诠释,它对“度”的掌控做到了将包装生命周期得以最大化的延续。

对此,设计师要掌握包装材料的属性,熟知各种材料的生产、加工、实用和回收利用等各个环节的碳排放量,采用优化的方法进行设计<sup>[3]</sup>。要扭转虚荣和炫富的消费理念,借鉴彪马鞋盒独特的创意理念,本着易识别、易记忆、易传播、易使用的原则,使设计在做到环保、低碳、生态的同时,追求符合美的法则与标准的适合、适度的形式创新,不充当“消费国骗子的帮凶”。



图1 聪明的小包  
Fig.1 Smart packets



图2 惠普电脑包装  
Fig.2 HP computer packaging

### 3 适度设计是设计的本原之度

适度设计的实质是使商品包装回归自然,体现出本真与平实的特征。不追求过度的“溢美”,突出“物”的存在而忽视“人”的需要以及价值。要始终铭记,设计不是无节制地对自然的掠夺,而是要“索取有度、回报相当”,从设计的源头进行减量,并限制过度,将设计对自然资源的消耗最小化。

反思中国包装30年的历程,人们曾经历过“一等产品,二等包装,三等价钱”的苦涩,但现在却走到了另一极端,陷入“豪华”的泥潭。这种无视商品本身价值的过度包装设计,既背离了包装应合理服务于商品的原则,也失掉了商业诚信。它折射出的是社会的浮华,是对环境和资源的践踏。重树“适度设计”之风,就是要人们摆脱短视、自私、狭隘的羁绊,从公正、长远、广义的视角,站在整个人类社会和自然关系的大环境中去看待设计的意义和作用,重新审视设计师的职责。威克多·巴巴纳克在《为真实世界而设计》一书中指出,设计应该认真考虑有限的地球资源的使用,为保护地球的环境而服务。其核心理念认为,设计的最大作用不是创造商业价值,也不是包装和风格方面的竞争,而是一种适当的社会变革过程中的元素。

“适度设计”就是要设计回到原点思考,设计师不应成为商品包装“高端设计”的推手,而应拥有为民创造质朴、低廉和平凡商品的大众情怀,以最平易近人的设计创意培养和引导消费者健康理性的消费观念。日本惠普公司dv6929笔记本电脑的全新包装设计就充分体现了自然质朴的平民化特征,见图2(图片摘自搜狐网站)。造型结构突出“轻、薄、短、小”的轻量化理念,材质不再是传统的纸箱,而采用个性时尚、酷似单肩背包形式的织物材料制成的袋子,可回收。该包装不但毫不逊色于传统包装的保护性功能,还比传统包装减少了97%的原料及空间,极大节省了运输燃料,减少了二氧化碳的排放量。为了减少电脑包装

对环境产生的危害,惠普电脑采用了更多人性化简化措施,如减少包装中的纸质说明书材料和CD,而用以在线支持和软件程序的方式来代替,将纸张和材料的使用量降到更低,减少了浪费。这种回归本真的设计,极大地压缩了包装不必要的“空气”,提高了包装效率,充分体现了“适度设计”注重设计与生产的调和、生产与消费的默契、生活与生态的和谐之内涵。其核心就是充分尊重造物规律之“道”,坚守设计本原之度。设计师应在适应市场的同时,用心推动消费者的审美意识,对消费欲望进行教育性引导,争取实现每一个设计都是具有引导性的设计。如果每一个设计师都有这样一种追求,市场的品位、对设计的感受性就会不断地提升<sup>[4]</sup>。

### 4 设计之“度”的反思与启示

设计领导制造、设计指导生活、设计引导消费。欧盟数据显示,在商品包装给环境带来的损耗中,80%是在创意和设计阶段决定的。面对商品包装过度、泛滥和造成危机的当下,倡导回归设计本源,重塑适度设计之风,无疑给包装设计注入了清新的镇静剂。它反映了人们对于现代工业文明所引起的资源生态环境被破坏的反思,告诫人们要走出狭隘的“人类中心论”,收敛超“度”的戕天役物行为,回归到“天之道利而不害;人之道为而不争”的适度与中和。

从某种意义上讲,设计的过程就是对各种度的选择、取舍、组合、平衡、协调的过程,度贯穿于设计造物活动的始终<sup>[5]</sup>。“适度设计”就是要在观念上进行纠错归正,要求设计师放弃过分强调商品外观的标新立异。劝诫人们首先要克服虚伪、浮躁、奢靡的思想;消除空谈文化、短视文化、奉迎文化、应付文化的陋习;恪守“为人类的共同利益而设计”的信念,将重点放在真正意义上的创新层面,从低碳可持续发展的视角把控包装设计的“度”。对商品具体目标群进行细分,根



据不同的目标市场采取相应的设计策略,以使产品能满足不同目标群体的消费需求,即要求设计师具有专、细、精的精神,摒弃以往泛、粗、滥的缺点<sup>[6]</sup>。对包装的形制和尺度的设计,应根据实际需要,遏制“假、大、空”纯形式化的虚伪,剔除一切不实用的过度雕饰。包装材料应选择环保、节能、天然、安全的材料,使产品设计体现出低碳可循环利用的特性,减少垃圾的产生。在包装的构图与空间上追求小就是美、少就是多的理念。设计师不仅要注意到构图设计中对有形的表现,还要精心推敲无形部分,处理好空间的形状、大小和商品的比例关系,体现出构图空间的张弛有度。在包装色彩上,不片面追求感官上的刺激,尽量采用较为环保的水性油墨的柔性印刷方式,避免包装用色过多,追求一种朴素、调和、简约与真实。

设计的尺度不再是个体的,更是以“共同体”的人为尺度的设计。这种尺度下的设计是让设计承担防止人“异化”的责任,不让人沦为物欲的奴隶和消费的动物。通过理论尺度的标准和规范让设计物具有生态的、道德的和健康的功能,让人在使用过程中懂得节制、责任并得到健康和快乐<sup>[7]</sup>。立足于商品包装的适当、适应、适合、适度原则,使商品包装设计回归自然、环保、节俭、本真、人文的高度统一与和谐,如无印良品便携式纸板音箱,见图3(图片摘自家家网网站)。



图3 无印良品便携式纸板音箱  
Fig.3 Muji portable cardboard box

## 5 结语

当下,人们正处在一个决定自己生存命运的十字路口。如果人们能够及时觉醒,认真反思心理失“度”、规矩破“度”、行为超“度”的弊端,那么对自然的损害还有机会弥补。“适度设计”观念的深入和意识的强化将会起到亡羊补牢的作用。只有把设计创作的自由度限定在一个合理的多维度的空间之内,才能使设计对人类、对社会、对环境发挥积极的作用<sup>[8]</sup>。只要设计不为技术和狭隘利益所操纵,不被“畸形”与“伪

证”的原创所蒙蔽,恪守伦理、道德、生态、科学的有限度掌控原则,牢记今日的设计不仅需要为企业解决当务之急,更需要为社会解决未来之忧。另外,需建立完善的包装行业环境质量评价体系,通过综合评价,最大限度地保证包装行业的可持续发展<sup>[9]</sup>。以“可持续”的生态伦理为基本准绳,将科学性、艺术性、经济性、社会性有机统一起来,在产品功能、形态、结构、材料等中表达出“特有态势”<sup>[9]</sup>,使商品的包装设计还原到应有的本真与良性发展。

## 参考文献:

- [1] 墨子·墨子·卷一[M].长春:时代文艺出版社,2004.  
MO Zi.Mo Zi, Volume 1[M].Changchun: Time Literature and Art Press, 2004.
- [2] 翟墨.登高海自平——当代艺术手记[M].北京:中国人民大学出版社,2005.  
ZHAI Mo.The Sea Level Height: Contemporary Art Notes[M]. Beijing: China Renmin University Press, 2005.
- [3] 戴雪红,黄蜜.基于低碳经济时代下包装低碳设计的实现途径[J].包装工程,2011,32(8):75—78.  
DAI Xue-hong, HUANG Mi.Realizing Way of Packaging Low-carbon Design Based on Low-carbon Economic Time[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(8): 75—78.
- [4] 张甜甜.平面设计大师原研哉作品探析[J].艺术与设计, 2011(6):54—56.  
ZHANG Tian-tian.Study on Graphic Design Masters Hara Kenya Work[J].Art and Design, 2011(6): 54—56.
- [5] 丰兴军.回归本原的设计之“度”[J].美术观察,2013(7):41.  
FENG Xing-jun.Return to the Original Design of "Degree"[J]. Art Observation, 2013(7): 41.
- [6] 蔡克中,潜铁宇,钟砚涛.现代产品设计中的适当设计理念[J].包装工程,2005,26(6):174—175.  
CAI Ke-zhong, QIAN Tie-yu, ZHONG Yan-tao.Discussion on Appropriate Design in Modern Product Design[J].Packaging Engineering, 2005, 26(6): 174—175.
- [7] 罗晓欢.论设计尺度的历史与趋势[J].南京艺术学院学报, 2010(2):96—97.  
LUO Xiao-huan.On the History and Trend of the Design Scale [J].Journal of Nanjing Arts Institute, 2010(2): 96—97.
- [8] 曾祥远.过渡中的过度设计——再谈设计的适度原则[J].艺术与设计,2010(8):7—9.  
ZENG Xiang-yuan.Excessive Design in Transition: Talking about Moderation Principle[J].Art And Design, 2010(8): 7—9.
- [9] 王蓉,辜小苏.基于生态伦理的产品再设计研究[J].包装工程,2010,31(18):22—24.  
WANG Rong, GU Xiao-su.Study on the Product Redesign Based on Ecological Ethics[J].Packaging Engineering, 2010, 31(18): 22—24.