我国包装装潢设计存在的问题与探讨

姚学兵
（北京联合大学，北京 102200）

摘要：通过对周边琳琅满目的包装装潢产品细细感悟的基础上，了解我国的包装装潢设计还存在着许多问题。指出其水平还处于初级阶段，普遍雷同，中国特色不强烈，进一步分析了这种问题存在的主客观原因。最后通过对两个优秀包装装潢设计的分析，发现只有立足于我国文化传统，并融入当代意识才能设计出在世界上站得住脚的包装装潢设计，由此来探讨我国包装装潢设计未来发展之路。

关键词：包装装潢设计；雷同；优秀设计；我国文化传统
中图分类号：TB482.1　　**文献标识码：**A　　**文章编号：**1001-3563(2011)04-0098-03

Analysis of Problems in Domestic Packaging Decoration Design

YAO Xue-bing
(Beijing Union University, Beijing 102200, China)

Abstract: Through observing the surrounding packaging decoration products, learned about that our packaging decoration design still existed many problems. Its level was still at the primary stage, generally identical, Chinese characteristics not strong. It further analyzed the objective and subjective reasons for the problems. Finally, took two excellent packaging design analysis, found that only based on our culture traditional, combined with contemporary consciousness could be created in the world tenable our packaging decoration design, thus to discuss our packaging decoration future development way.

Key words: packaging decoration design; identical; outstanding design; our cultural tradition

中国改革开放好多年，红红火火，中国的包装事业也是如此。看似真正繁荣的背后，隐藏着从落后走向先进必然要经历的一个阶段——大家都搞，水平都不高。走进超市商场，琳琅满目的包装林林总总，姹紫嫣红。仔细分析发现没有几件像模像样的作品，大部分雷同。色彩接近，图像接近，字体接近，程式化的东西多，这已经是业内普遍的认识了。

1 设计水平普遍低的原因分析

我国包装业装潢设计水平普遍低，雷同现象明显，抄袭严重。出现这种现象的原因并非一人所为，有其主客观的原因。客观原因是一部分委托设计的公司或企业的确由于经济实力比较弱所致，没有多余资金用于包装设计开发；另一部分根本不是资金问题，只是不想让外包装设计得多么新颖、多么奇特，认为没必要。这种客观原因深深地影响着我国包装设计业的发展。除了客观原因还有主观原因，那就是从业人员素质“偏低”。“偏低”不仅指设计技术层面的，更重要是指文化素质层面的。一个文化素质不全面的人很难搞出高水平设计。高水平的设计往往需要综合素质。有了各方面的素质，才可能触类旁通。“包装装潢设计是依据一定商品的形态和属性，通过适当的材料与造型结构、文字、图案、摄影、附加物品等，以艺术与技术相结合的方法创造能够保护商品流通、传达信息、方便应用的包装实体的科学处理方式[1]。”包装设计中的艺术性与科学性愈来愈不可分是大家的共识。“包装设计是一门科学与艺术相结合的综合性交差学科……[2]”，这就需要设计人员素质越来越全面。在装潢时不管设计得多么新颖奇特，无非不是从

收稿日期：2010-12-06
作者简介：姚学兵(1972-)，男，河北人，硕士，北京联合大学讲师，主要研究方向为造型设计。

3个方面着手:色彩、图形、字体。运用同样的技术手段,为什么有的设计得那么好,有的设计得那么差,它的主要原因是设计者知识匮乏所引起的。只有博学多才,见多识广,才能触发设计灵感,从而设计出优秀作品。

2　优秀设计师的修养

见多识广触发设计灵感的例子比比皆是。“可口可乐公司为2009年夏季广告宣传活动设计的8款限量版瓶子之一款由中国平面设计师和策展人蒋华设计。横向感极强的线条构成了中国字‘可口可乐’。而原声歌曲‘Be?it?all’是歌手Jes创作的作品,她说是从迷宫般的瓶身设计上得到的灵感。”可见艺术是相通的,不同门类艺术灵感可以转换互通。在不同的文章里也提到了充实知识的重要性。“设计师只有知识渊博,才能开扩思路。只有厚实的知识储备,才能在面对每一项设计的任务时游刃有余,因此设计师必须像海绵吸水一样,善于学习,努力学习[3]。”著名新锐设计师柯力说“所谓的著名设计师,应该是这样的人:他天生与天然的好奇心与求知欲,对事物的各种可能与意义有一种近似强迫症般的不倦追求与追问[4]。”由此可见他对各方面都抱有强烈的探究心理,只有这样才能形成宽厚的基石。又如,“现代设计师必须有宽广的文化视野、深邃的智慧和丰富的知识[5]。”可见各方都提出了对知识的迫切需求。

3　经典设计作品分析

就我国2个经典包装设计进行阐释,解析设计中透露出中国文化内涵,借以帮助提高我国包装装潢设计水平。

首先,以蒋华为可口可乐公司设计的包装瓶为例,见图1,主题是“坚韧精神”。为了表达这种精神主题,他用了中国红为主色,瓶下半身是白色细直笔画横拉长线条,书写中国字“可口可乐”。有2个中国元素显现其间:红色、中国汉字。红色代表着中国人的积极向上精神,突显坚忍不拔的毅力,给人以心理上力量暗示。巧就巧在他的字体设计,设计中隐隐约约有种隶书的感觉,字型宽,笔画平直,力量感强。隶书是汉字中常见的一种庄重的字体,书写效

图1　可口可乐瓶

Fig.1　Coca-cola bottles

果略微宽扁,横画长而直画短,讲究“蚕头雁尾”。他很聪明地把中国隶书进行了现代化处理,处理得极具工业味道,凸显十足的现代感。“时代性在包装装潢设计中是一个很重要的内容,包装设计是一个赶时髦的艺术……[6]”,可见设计家不但对中国古代文化传统精髓把握到位,还要融入现代气息,从而创作出具有我国特色的设计作品。设计要想在世界之林站得住脚,必须立足我国传统,把传统与当代完美结合起来,才能创造出属于我国自己的包装设计。

另一例是设计师许燎原2001年为水井坊酒设计的一款包装,见图2,它借用了古代青铜器的造型。为了

图2　水井坊酒包装设计

Fig.2　Shuijingfang wine packaging design

突出酒的年代久远,使用了酱油色。它的造型绝对是仿中国青铜器的造型,古朴大方。棱线分明,地下有底座。正面中部是刻画重叠的屋顶、房舍等等。房舍上面书写3个行书文字“水井坊”,活泼可爱,与古朴浑厚的整体造型相映成趣;正面上部是3排乳钉;下部空白;侧面上部附着3个短扉棱。可见设计者对中国古文化传统了如指掌,娴熟驾驭。

4　存在的误区

误区一:认为用了古代元素就算成功了。大家一

窝蜂的都用古代元素，流于一种形式，并不真正理解中国古代文化的内涵。特别多的青铜、字画之类的图形经常出现在茶、酒之类的包装上。多是不认真感悟为设计的产品性能，就滥用图形。设计的产品有什么特色？是粗犷的？还是细腻的？所以先考虑到产品特性，后才能选择与之相匹配的青铜器形象。各地、各期青铜造型装饰也不尽相同，所以说随便拽个形象不行。茶包装上经常出现山水画面，表现人喝完茶后会产生空旷渺远的感觉，假山水以达意境。殊不知茶种类不一，性情不一，山水画风格也不尽相同。把性情一致的双方进行搭配，否则就会贻笑大方。要想做到包装设计风格与产品性能相得益彰，必须要对我国古文化传统进行大量考察考证的基础之上，才能做到这一点。

另外，大家对包装设计还有一个误区，那就是：谁设计得稀奇古怪，谁设计得漂亮，那就是好设计。其实不然，好的包装设计是能准确传达产品的性能，消费者从外包装设计就会对产品略知一二。有的包装只会自顾自话，和产品无关。作为我国设计人员，除了要对自己文化传统有较深的了解外，还要与所要为设计的产品进行长时间的对话交流，直至对产品性能了如指掌，才能设计出言简意赅的设计作品。上海行若商务策划有限公司执行总监沈亮曾这么说："其实即使同是白酒，口味也不尽相同，有的醇香悠远、入口顺爽；有的醇而不杂、入口浓烈；有的更重入口后的回味；有的更重酒香的特异。但现在从包装上讲，几乎都像一家出的[7]。"

5 结语

以上对我国包装装潢设计存在的一些问题进行了陈述，对其存在的主客观原因进行分析，并对优秀作品进行拆读。得出结论：要想设计出成功作品，必须立足传统，结合当代体验，把两者很好地结合起来，才能设计出属于中国人自己的包装装潢设计。

参考文献：

[1] 曾景祥，肖禾.包装设计研究[M].长沙：湖南美术出版社，2002.
[2] 刘西莉.包装设计[M].北京：清华大学美术出版社，2007.
[3] 陈晓英.谈当代包装设计师应具备的基本素质[J].上海包装，2006，19(3)：30-31.
[4] 设计进行时新锐设计师工作报告.包装设计研究[M].福州：福建美术出版社，2004.
[5] 丁力.平面设计基础[M].天津：天津大学出版社，2007.
[6] 吕淑梅.包装装潢设计[M]. 北京：化学工业出版社，2005.
[7] 沈亮.食品包装设计的通感运用[J].中华印刷包装，2007，34(10)：45-46.

（上接第80页）

场定位，然后通过目标决策树可以得到设计的准则与权重，确定出各个评估项目展开造型上的延伸，并利用PUGH概念选择法得出客观的评估，进而得出最终的设计提案。本研究由于技术上的限制，在确定包装材料时指定采用单一环保型材料；在考虑产品要求、使用要求、销售要求的同时，着重于结构创新。在此基础上，包装的外型设计还需要进一步的开发，比如在外部造型设计时可尝试导入通用设计的理念，在通用性、安全性、保护性上继续深入。

参考文献：

[1] 沈卓娅.包装设计[M].北京：中国轻工业出版社，2007.
[2] 财讯网.中国包装业应向环保节能与可持续性的发展[EB/OL].http://content.caixun.com/NE/00/bh/NE00bhsf.shtm.
[3] 李海林.绿色设计与世纪未来[EB/OL].(2006-11-05).http://www.dolcn.com/data/cns_1/article_31/paper_311/pind_3111/2006-11/1162703004.html.
[4] 环境生态网.实施ISO14000系列标准的必要性[EB/OL].http://www.eedu.org.cn/Article/es/envir/em/200405/1008.html.
[5] 吴丰光.设计未來[J].科学发展，2007(4)：62-69.
[6] 吴卫星.环境权概念之研究[EB/OL].http://www.privatelaw.net.cn/new2004/shtml/20040518-235822.htm.
[7] REZAYAT M.Knowledge-based Product Development Using XMLand KCs[J].Computer-Aided Design,2000(32):299-309.
[8] HAQUE B U，BELECHEANU R A，BARSON R J，et al.Tnwards the Application of Case Based Reasoningto Decision-making in Concurrent Product Development(Concurrent Engineering)[J].Knowledge—Based Systems，2000，13(1)：101-112.