

现代包装仿生设计的时代需求研究

谷 博

(重庆工商大学, 重庆 400067)

摘要:通过分析现代包装设计中所体现的绿色设计理念及反映的生态设计思想,阐述仿生设计在当代设计中的重要问题。以此为基础通过对仿生设计的可持续性设计观念的研究、区域文化的体现及个性消费的追求现象等3个方面,进一步分析仿生设计在现代包装设计的时代需求。进而表达出包装的仿生设计是演绎新时期包装设计的最佳方式之一。它与包装设计的发展趋势相适应——可持续发展的绿色设计、生态设计、人性化设计等观念,符合了新时代商品包装的需求。

关键词: 仿生设计; 现代包装设计; 时代; 需求

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)12-0112-04

Research on Times Requirements of Modern Packaging Bionic Design

GU Bo

(Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067, China)

Abstract: Based on analysis of the concept of green design embodied in modern packaging design and the ecological design ideas, it expounded the important issue of bionic design in contemporary design. On this basis, through research on three aspects of sustainable design concepts of bionic design, expression of regional cultural and pursuit of individual consumption, it further analyzed the times requirements of bionic design of modern packaging design. Then bionic design of packaging is the best interpretation of new ways of packaging design. It is the trend with the packaging design to adapt sustainable green design, ecological design, user-friendly design concepts, in line with the new age packaging needs.

Key words: bionic design; modern packaging design; times; requirement

人类仿生思想与实践的历史源远流长,但是仿生学作为一门独立学科是于1960年9月在美国的俄亥俄州空军基地召开的第一次仿生学会议上确立的。在这次会议上将仿生学定义为:“模仿生物原理来建造技术系统,或者使人造技术系统具有类似于生物特征的科学^[1]。”仿生设计是在仿生学的基础上发展起来的,它研究自然界生物体的结构、形态、色彩、功能等方面,根据经验有选择地将其原理应用在设计中,设计出不仅功能优良,而且形态、色彩、材料、表面装饰等视觉感受方面都合理的人造物。“仿生设计是最新鲜、最具活力的设计创新方法,是设计回归自然、追求人性化的具体可行的方法,正逐渐成为设计发展过程中新的亮点^[2]。”

德国著名设计大师路易吉·科拉尼说过,“设计的

基础应来自诞生于大自然的生命所呈现的真理之中^[3]”。道出了大自然蕴藏着无尽的设计宝藏,因此对包装设计中仿生设计的研究就显得尤为重要。仿生设计把生态、环保的自然观带入包装设计中,提醒着人们对于自然的关注,与生态设计和可持续发展的时代主题相适应。运用仿生设计的包装具有宜人性,满足了人们精神方面的需求,体现出设计的人性关怀。仿生设计是当代包装设计的一种新理念,随着它的不断发展,将会带给包装设计广阔的发展空间。

1 现代包装中的仿生设计体现绿色设计理念

随着科学技术的飞速发展,设计也取得了很大进步,为生活带来了极大的方便,改变了人们的生活方

收稿日期: 2011-03-21

作者简介: 谷博(1975-),男,山东人,硕士,重庆工商大学讲师,主要从事视觉传达设计及包装结构的教学与研究。

式、生活质量以及生活环境。设计在创造丰富的物质生活的同时,也破坏了生活环境,加速了人类资源、能源的破坏,导致了环境生态失衡。为了保护我们的生活环境,以及未来子孙能够幸福美好的生活,绿色设计的观念应运而生。他着眼于人类与自然之间的生态平衡,以节约资源和保护环境为主要理念,在以人为本的基础上充分利用资源、保护生态环境,达到自然环境和人文环境的高度和谐。

在20世纪70年代中期虽然绿色设计概念在西方被提出,但我国早在古代就提出了“天人合一”的哲学观思想,这一思想强调人与自然关系的协调,维护生态系统的均衡发展。老子的“人法地,地法天,天发道,道法自然”强调人要尊重自然万物的发展规律,顺应自然的发展。《考工记》中提出:“天有时,地有气,材有美,工有巧。合此四者,然后可以为良^[4]。”这些古代的设计思想在其设计活动中都有所体现,而且达到了人造物和自然世界的和谐共生。我国古代的很多包装容器都体现了这一和谐思想,其造型与功能完美结合,这是仿生设计的雏形,对当今的包装设计的发展有很大的借鉴作用。

绿色设计是设计观念的变革,为了解决环境问题提出了“3R”理念,即“Reduce”,“Reuse”,“Recycling”,分别是“减少”、“回收”、“再生”的意思,这一原则有效地指导了设计中的很多方面。当然,包装设计也不例外,绿色设计要求设计师放弃以前的过分注重包装外观、视觉方面的做法,重点转向一种更负责任的创新方法,设计出的包装要形态简洁、便于使用、材料利于回收、延长其使用寿命等方面。包装的绿色设计除了关注包装的产品以外,还要从设计、制造、生产、使用乃至废弃后的回收、处理等各个方面考虑,注意其整个生命周期对环境的影响。

现代包装中仿生设计方法的运用,与绿色设计的时代主题相适应,它从自然界万物中找寻灵感和依据,或运用其完美的形态、或是科学合理的结构原理、亦或运用科学技术模仿天然材料的优越性能,将这些要素有选择地与包装设计相结合,因此设计的包装自然、简洁,具有亲和力、温暖的感觉,与消费者之间产生亲切感。在材料的使用方面,仿生设计的包装抛弃了没有功能的部分和纯装饰的形式,整体造型简洁,既造型生动又节省了材料。包装的仿生设计是自然与艺术、科学的完美结合,使设计来源于自然又回归

与自然,保护了生态环境,达到了绿色设计的要求。日本的包装设计是注重环境保护的典范,他们以经济、节约为原则,与现代的设计理念相结合,设计出轻、薄、短、小的包装产品。以日本资生堂护肤品“qiora”设计为例,见图1,这一设计整体造型简洁大



图1 “qiora”系列护肤品

Fig.1 "qiora" series of skin care products

方,简洁流畅的线条极富动感,很容易让人联想到光滑的肌肤。简单的瓶身造型与蓝色相结合,给人健康、活力的感觉。这一包装设计以简约、洗炼的造型给人清新自然的感觉,简约的设计传达绿色设计理念的同时,也展示出生命力。

2 现代包装中的仿生设计反映生态设计思想

人类大量的设计活动破坏了自然环境,人们开始反思这一问题,随着设计回归自然、与自然和谐共生的观念提出,生态设计的观念也就应运而生。生态设计将生态学的观点带入设计中,以设计的可持续发展为目标,以节材、高效、无害、循环、再生为基本原则。生态设计抛弃对高新技术的盲目追求,体现对生命的渴望,期望达到人、自然、社会的和谐。

生态设计是绿色设计的延续和拓展,在包装中生态设计的运用出现了生态包装,其在包装行业里受到了极大重视。所谓生态包装,是指以节约包装的材料资源以及减少包装的废弃物排放为主要目的的,它具有可再用、再循环的特点,因此在设计中大力提倡。设计师们研究、观察自然界生物,从中获得灵感,并将其与科学技术相结合,从而研究出了仿生材料。仿生材料的出现符合了生态设计的理念,其既具有自然材料自身的优良特点,同时又保护了自然环境、节省了资源,因此在包装设计中具有广阔的发展前景。蜂窝纸板是理想的生态包装材料,它是模拟蜂巢的独特结

构制成的一种仿生材料,这种材料因具有强、稳、轻、刚的特性而成为理想的环保包装材料。蜂窝纸板制品是典型的环保产品,节省资源、可回收、无污染、可以自然降解,而且可以回收再生。蜂窝纸板的出现和应用,与当前提倡的保护环境、节约资源等观念相适应,因此在欧、美和日本等发达国家蜂窝纸板包装被广泛应用,小到微型电动机,大到飞机发动机。在我国蜂窝纸板包装制品也正逐渐受到人们的关注和重视。

3 现代包装中的仿生设计顺应可持续设计观念

可持续发展是人类共同目标,为了不危及后代的生存与发展,设计也顺应了可持续发展的观念,即设计更注重协调人与自然的关系、节约材料、保护自然环境。可持续设计不仅要考虑使用期间不对周围的环境造成危害,而且在它使用功能完成以后,要能回归自然,甚至能够回馈自然。现代包装设计中可持续性主要体现在包装材料的选用,要使用可回收利用的材料,并且符合最少化、资源化的要求。挖掘一次性包装二次利用的可能性,使其具有新的价值,是最大限度地利用资源的方法。

包装的可持续创作应该是从自然界获得包装使用的材料,并且经过设计师的设计使这些材料能够达到自身的循环利用;或者是包装完全使用可降解的材料,在包装废弃后能在自然界中充分降解,并且能够回馈自然,为其提供养分。包装中的仿生设计能满足可持续设计对包装提出的要求,包装设计中的仿生材料都是模仿自然界生物中的合理方面或是自然材料的合理利用,因此易于回收、降解,不会对环境造成危害。如竹、麻、树叶等都是非常好的天然包装材料。同时,现代很多包装的形态都是对自然形态的模拟,不仅形态优美,尤其是在其使用后能够再次利用,延长了设计的使用寿命,符合可持续设计的理念。

4 现代包装中的仿生设计是区域文化的体现

设计是人们改造生存环境、物质世界、生活方式的重要手段,生活的世界里到处都显现着文化的足迹。不同的地域、民族形成了自己独特的文化,这些文化中又包含了不同的设计。不同地区的设计就要体现不同地区的文化特色,因此区域性、民族性是目

前许多国家设计师在进行设计时非常关注的问题。在设计中体现本民族的文化已成为一种自觉的行为,尤其在强调多元化的今天,在设计中体现并运用民族区域特色,更能体现其设计的文化个性,因此具有更大的价值。斯堪的纳维亚和日本是设计中自觉体现区域文化而获得成功的地区和国家。斯堪的纳维亚设计功能良好、制作工艺精细、造型高雅,一直在设计中保留当地的传统和体现当地的文化特色,在国际上获得成功。日本在设计中保持自己的传统文化,并把日本文化注入现代设计中,达到了传统与现代的融合。日本的设计体现了精致、细腻、柔美、注重细节的特点,其对使用者人性的关怀是其在国际上成功的关键。

包装设计文化既是民族的,又是时代的,它是一个民族文化的重要内容,同时也是主要体现形式。因此,现代的包装设计就应将不同地区的文化特色同时代性相融合,形成自己既符合时代感又具个性的包装。现代的包装设计是将科学技术与艺术相互结合而产生的综合性、创造性艺术活动,已经成为反映一个国家政治、经济、文化发展水平的重要标志。体现区域文化的包装一方面是为了更好地与目标消费者沟通,传达商品自身的信息,便于销售,另一方面,也是为了突出产品自身的个性,区别于其它同类的竞争对手,提高商品的社会附加值,从而达到提升企业品牌形象的目的。我国的民族文化历史悠久,在包装设计中应该更好地体现中华民族悠久历史形成的文化传统和艺术特色。如将青铜器、彩陶、瓷器等元素运用在包装中,就具有典型的民族文化的意味。我国的酒文化历史悠久,大量酒瓶的造型和外包装装潢设计都融合了民族文化、地方特色的精髓之处。具有区域特色的包装,不仅突出了商品本身的特点,易于识别记忆,同时又与同类商品形成区别,提高了商品的市场竞争力。

5 现代包装中的仿生设计满足个性消费的追求

随着科学技术的不断发展,市场上同类商品之间的差距越来越小,而人们对于满足自己独特需求的商品提出新的要求——差异化和个性。现代社会已进入了个性化时代,人们追求特色的意识越来越强,大多数消费者所追求的是通过消费来彰显自己的个性、与众不同。为了满足消费者的个性需求,包装在满足自身功能的基础上更应具有自己独特的魅力。个性

化设计的出现既是社会需求,也是一种设计策略。作为一种需求,体现了设计对于消费者的关爱;作为一种策略,反映的是设计对文化的尊重和影响^[5]。

现代的包装设计已经进入个性化新时代,由原来的满足功能为主向个性化、情趣化发展。包装能赋予产品以独特的个性,包装要有个性,才能赢得市场,才会获得消费者认可,才能有所发展,于是如何设计出独具特色,具有震撼力、吸引力的个性化包装,是当前包装设计的新挑战。运用仿生方法设计的包装以自然界中的生物为原型,满足了现代消费者不断求新求变的心理,具有独特性。包装的个性化是彰显个性、展现自我的重要体现,如化妆台前选择用什么造型、颜色的化妆品、香水瓶,这些都具有消费者的自我感性色彩,是情感性和功能性的融合。如达利设计的香水“达利之水”,见图2,瓶身上便是达利绘画中的维纳斯的鼻子和



图2 “达利之水”香水瓶

Fig.2 "Eau De Dali " Perfume Bottle

嘴的结合体,香水装在透明光滑的粉红色唇型玻璃瓶中,加上鼻子形状的瓶盖上,更显华美浪漫。拥有这一

款香水,也突显了使用者的身份、个性和品位。

6 结语

人类的仿生思想由来已久,自古人们就运用自己的智慧模仿自然界生物进行着各种具有创造性的活动。自然界中的生物在经过亿万年的进化和淘汰后,必定有其自身独特的优势,其以客观的形式给设计创新取之不尽的灵感源泉。自然界中的生物为了生存具备了“完美”的包装形态,其精巧的结构、完美的形态让人们惊叹大自然的伟大,它们在结构、形态、色彩、功能等方面对包装设计的发展提供无尽的启迪。包装设计在造型、结构、色彩等方面从仿生学受益匪浅,但仿生学是一门涉及面很广的学科,有很多知识有待于挖掘、思考。应进一步研究仿生学和包装设计,争取设计出更多形态优美、功能合理的包装。

参考文献:

- [1] 于帆.仿生造型设计[M].武汉:华中科技大学,2005.
- [2] 刘晓陶.生态设计[M].济南:山东美术出版社,2006.
- [3] 姚平.路易吉·科拉尼:仿生设计传奇[J].产品设计,2004.(余不详)
- [4] 翟墨.人类设计思潮[M].石家庄:河北美术出版社,2007.
- [5] 祖乃胜,李娜.包装设计[M].北京:清华大学出版社,2006.
- [6] 李砚祖.造物之美——产品设计的艺术与文化[M].北京:中国人民大学出版社,2000.
- [7] 王艺湘.仿生学在包装设计中的运用[M].包装工程,2006,27(2):270-271.

(上接第100页)
的声音提升。

5 结语

对于互联网产品来讲,反馈是不可忽视的,而且互联网产品中也有着多种不同的反馈,在适当的时候合理使用这些反馈中的一种或者多种是设计中必须要考虑到的,持续的反馈对交互设计产品来说不可或缺,对互联网网站来说更是生存的基础,信息的良好反馈是提升互联网产品用户体验的很好途径,而互联网产品中的反馈也必将越来越受到设计师的重视。

参考文献:

- [1] 刘康,蒋晓,李世国.产品交互设计中反馈机制的应用[J].包装工程,2009,30(11):123-125.
- [2] COOPER Alan, RIEMANN Robert, CRONIN David. About Face 3 交互设计精髓[M].刘松涛,译.北京:电子工业出版社,2008.
- [3] 诺曼·唐纳德 A.情感化设计[M].付秋芳,译.北京:电子工业出版社,2005.
- [4] COOPER Alan.交互设计之路——让高科技回归人性[M].Chris Ding,译.北京:电子工业出版社,2006.
- [5] HOEKMAN Robert.瞬间之美[M].向怡宁,译.北京:人民邮电出版社,2009.
- [6] 诺曼·唐纳德 A.未来产品的设计[M].刘松涛,译.北京:电子工业出版社,2009.