

## 论包装设计中的和谐观

韩璐

(山东省农业管理干部学院, 济南 250100)

**摘要:** 通过阐述和谐观在中国传统文化中的发展,得出“和谐”是中国传统文化核心理念和根本精神。进而论述了中国传统文化中的和谐思想与包装设计的关联,主要表现在人与包装的和谐、产品与包装的和谐、环境与包装的和谐这3个方面。通过研究提高包装设计活动的认识水平和实践水平,处理好人—产品—包装—环境四要素的相互关系,使各要素在动态的发展中求得平衡,构建一个有机的整体,最终为人和社会的可持续发展创造条件。

**关键词:** 和谐; 现代包装设计; 设计文化; 自然观; 可持续发展

**中图分类号:** TB482    **文献标识码:** A    **文章编号:** 1001-3563(2011)22-0085-03

## Talking about the Concept of Harmony in the Packaging Design

HAN Lu

(Shandong Agricultural Management Institute, Jinan 250100, China)

**Abstract:** By discussing the development of harmonious view in traditional Chinese culture, it arrived at the conclusion that "harmony" was the core idea and essential spirit of Chinese traditional culture. Furthermore, it also illustrated the association between harmonious view and packaging design. And this point of view is basically discussed in three aspects: harmony between human and packaging; harmony between product and packaging and harmony between environment and packaging. It aims to make people have a better understanding of packaging design, deal well with the relationship of "human-product-packing-environment", make all factors which are developing actively reach to harmony, construct an organic whole and ultimately create conditions for sustainable development of human and society.

**Key words:** harmony; modern packaging design; design culture; natural view; sustainable development

在中国5 000年的文明中,和谐思想是传承至今的文化精髓,是东方智慧与人文精神相结合而体现出的价值形态,也是今天构建社会主义新中国的重要思想源泉,影响并渗透到社会构成的方方面面。“和谐”思想贯穿于中国文化艺术发展历史的各个阶段、领域,同样贯穿于设计的产生、发展、壮大的各个过程。

随着科学技术与社会文化的变革以及人们生活方式的转变,现代包装设计的概念发生了转变,从单一、具体的设计范畴转向为系统、整合的概念。我国包装产业快速发展的同时,一些消极影响也逐渐显现,在产品本身、消费者以及自然环境等方面产生不可忽视的问题,这些与我国传承至今的“和谐”思想是背道而驰的。我国传统的和谐思想,引导了一个独特的包装设计观,也就是用整体、系统的观点看待包装

设计。和谐的包装设计重心不再只是围绕产品的宣传和保护,而是为人的设计,目的是满足人的审美情趣和情感追求,以及考虑到人类所生存的自然环境和社会环境。所以包装设计中的和谐观主要应该体现在人与包装、包装与产品、包装与环境的相互关系上。

### 1 人与包装的和谐

人与包装的和谐是指包装设计以人为本。以人为本的设计理念就是在保持包装结构合理、功能齐全的同时,从人的生理和心理等角度去进行设计,使设计充分体现对人无微不至的关怀,最大限度地创造人的舒适和健康,在设计中赋予更多情感、文化、审美的内涵,成为人们所需所想的设计,建立一种物与人、物

收稿日期: 2011-06-03

作者简介: 韩璐(1974—),女,济南人,硕士,山东省农业管理干部学院讲师,主要研究方向为视觉传达设计。

与环境、人与环境和谐统一的美妙境界。

人们对产品除了要求有基本的使用功能外,还要享受产品带来的更多、更方便、更舒适的其他功能。商品在流通、销售和使用的过程中,搬运、储存、开启、使用及使用过程中的保存,都是不可避免的动作,这些关联到人的视觉、触觉、听觉等对商品的直接反应,这就要求包装设计带给人动作上的便利和感官上的舒适。包装的形态结构、规格尺寸、开启方式等的设计要依据人体工程学原理,充分满足消费者省时、省力、方便、快捷的实用需要。

以人为本的设计更深一层的是给人心理方面的满足,设计过程中把消费群体按照不同的类型进行细致的划分,充分考虑不同消费群体的精神需求。“人性化包装可以改善产品与人之间冰冷的关系,将人与物的关系,转化为类似于人与人之间存在的一种可以相互交流的关系<sup>[1]</sup>”。

以人为本是设计的永恒主题。包装设计除了实现包装保护产品、方便储运等基本功能外,还应以人为中心,从消费者的实用和审美双重需求出发进行设计,满足消费者生理和心理上的双重需求,以达到相互间的协调与平衡。

## 2 产品与包装的和谐

和谐实质上是一种配合,对于商品包装来说,“实用功能与审美功能如鸟之双翼,不可偏废<sup>[2]</sup>”。前者是后者的基础和载体,后者是前者的提炼和升华。缺少前者,审美也就成了华丽无用的泡沫,缺少后者,商品也无法获得必要的重视和价值。“象以载器,器以象制”,包装是产品功能和形式的外在表述,产品本身决定包装设计的类型和结构,而恰当的设计可以衬托产品的特点和优点,甚至能弥补产品的不足,达到产品的功能与包装形式之间的协调平衡在整体上相得益彰。

包装设计作为实现产品价值和体现使用价值的一种手段,要强调包装保护产品、提供便利的实用性,要展现产品的商品属性,同时也要崇尚可观、可赏的艺术审美性。包装设计要达到“美善相乐”的“和”的效果,具体应该体现在包装与产品的造型风格、比例尺度、材料工艺、色彩搭配的相互协调关系上。

包装的造型是为产品服务的,造型有利于强化

包装的实用与便利功能,促进商品的销售,同时,造型是包装装潢的载体,可以说造型在整个包装体系中占有重要的位置,是设计的关键所在。“造型的性能如何将直接影响到包装的强度、稳定性和使用性<sup>[3]</sup>”。设计造型时,要综合考虑产品的属性、不同材料的特性和包装体各部位的组成要求,不但要注重能合理保护被包装物,同时要注重包装造型与产品形态的风格统一,以突显产品的属性特征,并给人整体和谐的视觉感受。

“无论从实用角度还是审美角度来谈造型,都离不开比例和尺度<sup>[4]</sup>”。生活中的容器造型无以数计,各具形态、各有比例,它们形成的决定因素首先是功能的要求,不同容器由于不同的功能要求,造型都有各自的特点和比例。为了满足人们审美的要求,提高产品的附加值,促进产品的销售,设计中还必须考虑美的因素,创造和谐、美的比例尺度。

“设计与材料的发展是同步的<sup>[5]</sup>”,材料及工艺是包装的载体,包装材料及工艺的选择要兼顾多个方面,尤其要注意满足包装成本方面的要求。产品的属性及价格的不同,所选用的包装材料及加工工艺也应有很大区别,利用材料工艺来提高产品的附加值,要考虑产品本身的价值,力求适当、经济。

以香烟包装的设计为例,目前国内大多数香烟的包装设计精美,印刷工艺复杂,为营造出高档香烟包装的效果,多采用胶印、凹印、网印、柔印等繁琐的组合印刷技术。用胶印来印刷加网图像和渐变图案;用凹印来印刷大面积实地和专色、金银色、珠光色及各种仿金属蚀刻油墨;利用网印如磨砂冰花、水晶、皱纹等工艺,制作特殊装饰效果;还利用后期加工工艺,制作如扫金、UV局部上光、烫金、压凹凸等效果。以上印刷技术的结合,给香烟包装带来了前所未有的强烈艺术视觉效果,将烟包的档次推到了前所未有的水平,但也极大提高了包装的成本。

笔者为某烟草公司设计的ST牌出口香烟包装,见图1,它是面向中东地区开发的一款中低端香烟产品。在设计上,采用简约的设计风格,使用最精炼的图形和色彩,传达明确的产品信息,力求简单中见丰富,纯粹中见典雅。包装材料选用最普通的90 k铜版纸,印刷工艺只采用胶印,弃用繁复的技术工艺。按这个设计方案印刷制作的包装,大大减少了包装的制作成本,在材料与工艺方面,满足了包装与产品



图1 ST牌出口香烟包装

Fig.1 Packaging of ST cigarette

的和谐。

产品包装的色彩设计,应该“创造一种具有心理联想的诱惑气氛来唤起联想<sup>[6]</sup>”,激起消费者的购买欲望,从而产生购买行为。包装的色彩应该是包装的商品内容、特征、用途的形象化反映。与产品属性相协调的包装色彩,能强化产品的特征并加强包装的视觉感染力和冲击力,给人以安全、舒适、愉悦的情感暗示。

### 3 包装与环境的和谐

作为设计师,往往更多关注的是设计的本身,如设计方法、设计表现、设计手段等,对身处的环境却关注不够。生态环境的可持续发展是21世纪人类面临的最迫切课题,也是现代包装设计面临的新挑战。在这个自然资源日趋枯竭、污染不断严重的时代,“全世界范围内掀起了一股绿色消费的浪潮,越来越多的人愿意花更多的钱购买绿色产品和包装<sup>[7]</sup>”。探求可持续发展的包装形态,有着深远的现实意义和指导意义。现代包装设计需要从生态环境的可持续发展角度出发,通过设计,创造一种无污染、有利于人类健康、有利于人类生存繁衍的生态环境。“对于设计师来说,要设计符合环保要求的包装,就必须以绿色设计的原则为前提。即:用最少的材料实现包装功能;尽量减少用料种类;要考虑材料来源;使包装容器易于重复使用;尽可能地使用回收材料<sup>[8]</sup>。”用可持续发展的眼光,对产品包装的材料及形态进行设计,最终达到包装与自然环境的和谐。

现代包装在时代的冲击下面临前所未有的机遇和挑战。包装设计既要实现社会的经济价值,又要保护自然生态平衡,满足人们的生活需求和审美情趣并

促进人类与自然和谐发展,成为大家面临的共同课题。现代包装设计的发展趋势中,人性化包装、绿色包装、简约包装、回归包装等概念层出不穷,而结合我国传承至今的“和谐”思想来分析,这些都是和谐化包装的具体体现。

### 4 结语

包装的和谐化设计对创建和谐社会,实现人类与自然和谐共存具有重要意义。包装设计一方面要符合当今的社会环境与自然环境,另一方面要以创造合理的生活方式为己任,正确引领流行趋势和社会风尚,提高民族文化修养,在传承古代文明的同时创造新的进步的文化。不论时代如何发展,环境如何变化,和谐是一个永恒的主题。

#### 参考文献:

- [1] 王安霞.产品包装设计[M].南京:东南大学出版社,2009.
- [2] 李砚祖.产品设计艺术[M].北京:中国人民大学出版社,2005.
- [3] 张杰.现代包装艺术设计[M].北京:知识出版社,2004.
- [4] 陈广义,耿燕.包装设计[M].北京:清华大学出版社,2010.
- [5] 王少珺.材料与设计[J].设计艺术,1995(8):8—10.
- [6] 胡红忠,潜铁宇.论图形在包装设计中的表现形式[J].包装工程,2004,25(6):201—202.
- [7] 蔡克中,张志华.数字时代的包装设计[J].包装工程,2004,25(6):181—182.
- [8] 丹尼森·爱德华.绿色包装设计[M].广裕仁,译.上海:上海人民美术出版社,2004.