江西土特产包装的绿色可持续发展研究

俞大丽
（南昌航空大学，南昌 330063）

摘要：通过分析绿色包装可持续发展的原则及意义，针对江西土特产包装的现状，论述了绿色包装可提升土特产包装的内在价值及发展潜力，说明了可持续发展的绿色包装是社会发展的必然趋势，同时也是促成地方经济良性循环模式的动力。

关键词：可持续发展；绿色包装；环保
中图分类号：J524.2　　**文献标识码：**A　　**文章编号：**1001-3563(2011)24-0005-03

Research on the Green Sustainable Development of Jiangxi Native Packaging

YU Da-li
(Nanchang Hangkong University, Nanchang 330063, China)

Abstract: Through analysis of the principle and meaning of the green sustainable development packaging, according to the status of Jiangxi native packaging, in discussed the internal value and potential development of native packaging, explained that the green sustainable development packaging was the inevitable trend of society progress and also being the strong motivity of facilitating the virtuous cycle mode of local economy.

Key words: sustainable development; green packaging; environment protection

随着人们对可持续发展和环保意识的不断增强，绿色的概念在人们生活中的运用越来越频繁。江西作为全国“红色旅游”的重要组成部分，逐渐成为中国旅游资源大省。随着旅游业的迅速发展，江西土特产也逐渐受到了关注，但目前江西土特产的包装在绿色设计概念中还相对滞后。如果将可持续发展的绿色包装理念引入江西土特产包装中，利用江西本土绿色资源的优势，形成具有赣文化特色的土特产包装，从而带动以土特产包装为龙头的其他相关产业（农林、旅游、食品、进出口等）的发展。这种可持续发展的包装设计应着眼于人与自然的生态平衡关系，使民族化包装满足现代国民对环境保护及健康的要求，形成真正的可持续发展。

1　材料的减量化在土特产包装中的表现

从目前市场上的江西土特产品包装整体水平来看，虽然有些产品的包装经过了精心设计，但还缺乏地域特色、缺乏科技含量，过度包装等包装现象同样充斥着市场。特别是江西部分土特产包装中出现了只顾眼前利益的包装设计，如商品包装尺寸、体积过分加大，结构繁琐，功能过剩等；或为了使商品有高档感而采用高成本的印刷等，这些都大大超过了保护、美化商品的要求[1]。而根据在绿色包装3R1D原则中其要求包装材料尽量设计成为低密度、高性能、轻量化、薄型化的材料以符合低碳经济的需求[2]，因此这些包装既不符合可持续包装的发展要求，也与绿色包装的原则相背离。

土特产不属于高档昂贵产品，产品本身的价值相对较低，成本相对来说有很大的限制，因此，土特产包装设计的重点应放在创意表现上，避免奢华包装[3]。将土特产包装携带的方便性和图案的特色性作为设计的重点，让土特产包装回归实用及淳朴的本色，力求让消费者用适当的价格购买到称心的商

收稿日期：2011-08-04
基金项目：江西高校人文社会科学研究项目（YS0917）
作者简介：俞大丽（1977—），女，浙江绍兴人，南昌航空大学副教授，主要研究方向为包装设计、平面广告、图形设计等。

品。另外在设计时，设计师应着眼于如何优化和调整包装结构，减少无谓的材料浪费，在确保安全的前提下尽量减轻包装的重量，以达到节省资源、易于加工、降低成本的目的[4]。例如广东的葫芦茶，它直接应用自然界的竹叶，把褐色的茶末一节一节以细草绳捆扎起来，形成一个个连着的小圆球，颇似北方生长的压腰葫芦，这种方法包装的茶叶在原生的竹叶中芳味以久不变，饮用的时候，随时可把上面的草绳解开，取出其中的茶末，余下的仍然在下面的葫芦中继续严密储存。葫芦茶包装取材于自然，并根据产品特性设计出的简洁合理的包装结构不仅保护了商品，同时独特的包装造型也成为宣传产品强有力的保证。这样的设计才符合绿色包装在设计环节始终贯穿充分利用资源、节能、降耗及“以人为本”的原则。

2 材料的原生化在土特产包装中的表现

土特产品的包装设计除了体现本地特色及产品特性外，在设计时还应考虑包装材料对环境产生的影响。目前市场上现有的江西土特产品包装绝大多数使用塑料袋、纸盒、玻璃瓶等材料，如果在土特产品的包装材料上选用可再生的天然包装材料，如木材、竹编材料、木屑、麻类棉织品、柳条、芦苇、稻草、麦秸等，这些包装材料源于生活，取于大自然，同时这些材料成本低，在自然环境中自生分裂降解，最终以还原形式重新进入生态环境中，从而获得了包装废弃物的新价值。另外，这些原生态传统包装材料通过人们对材料的分析了解、不断实践沿用至今，不但有一定的科学依据，还具有独特的民族风格，使产品包装又具有一定的文化价值。当然还可以寻找与传统材料具有相同性质甚至优点更加突出的新型材料来进行包装，比如将这些材料通过编、压等方法制成面材使用，都能赋予土特产包装新的生命。因此在包装中合理应用自然材料，既符合环保性设计的要求，减少了不可再生资源的消耗及高能耗材料的用量，减少二氧化碳的排放，还可以生物降解，可以起到节约资源、减少污染的功效。这些特点符合低碳经济的需求，具有环保的优势[5]。

井冈山地方特产红米和茶叶包装在材料的选择上独具匠心，运用井冈山特有的自然资源作为包装材料，红米采用了传统的麻料编织袋，这种材料曾一度被人们所遗忘，它曾经是最为原始和古老的包装容器，现在将这种原始的包装材料重新演绎，这样的包装将井冈山革命精神与产品联系在一起，在推销产品的同时宣传了地方文化，同时带动地方麻料资源的开发和利用，由此带动地方相关产业的发展。井冈山红米包装见图1。井冈山茶叶的包装将竹子作为其包装

图1 井冈山红米包装

Fig.1 Packaging of red rice of Jianggang mountain

容器，是再合适不过的选择。首先竹材作为自然易降解可再生的传统材料，符合绿色包装的要求，可加强人与环境的亲近感，提高人们的生态意识，竹子又是井冈山特有的地方资源，可以较好地宣传当地旅游。此类包装不仅在市场竞争中具有优势，也符合现在所强调的绿色包装设计和可持续发展战略需求。井冈山茶叶包装见图2。

图2 井冈山茶叶包装

Fig.2 Packaging of tea of Jianggang mountain

江西土特产包装应致力于江西本土绿色资源，设计师在零污染的绿色包装设计中除了掌握具有环保功能的包装材料外，还可将材料与结构、功能有效结合，实现循环效果最大化；还应与江西土特产的特性相结合，使包装材料发挥到特质，使商品性、文化性、环保性融于一体。

3　再生性设计在土特产包装中的表现

一般的包装多属一次性消费品，寿命周期短，排放量大，在完成消费后会形成废弃物，大量的不可回收利用的废弃物，对环境和人身健康会产生严重的影响。包装废弃物对环境的污染问题日益突出，引起了世界公众及环保界的高度重视，因此，包装消费后可以回收再使用，延长使用及使用后再利用的时间，极大地减少包装物特别是塑料制品废弃后对环境的污染，是目前一般包装需解决的问题。在芬兰，酒精类产品的玻璃瓶都是以统一的规格进行制造，因此无论消费者购买了哪个生产商的产品，只要在购买时对包装支付押金，用完后退回押金随时可将玻璃瓶退回重装产品，这样就可以保证绝大部分的包装瓶都可以收回并得到重新使用，也因此使材料消耗和垃圾产量降到最低。这使得芬兰成为欧洲国家中人均垃圾产生量最少的一个[6]。大力推行包装废弃物的回收再利用，在包装完成一定的使用功能后，还能再度使用，这可以在弥补资源不足的同时直接减少了能源的消耗和碳排放[7]。

设计师应在关注江西土特产的“地方性”和“特色性”的同时，强调其包装设计的再生性，在设计的初期就充分考虑到包装再利用的方式和可行性，以包装的最终结果作为设计的出发点，从设计的源头杜绝资源的浪费。设计师还应对包装功能进行再创造，使包装功能不断延伸，从包装的结构、造型、外观上施加一定的设计手段，结合材料要素、造型要素、机能要素等诸多因素，以拓展包装功用、美化包装外观、增添包装趣味为目的，融实用性、艺术性、文化性于一体[8]。例如土特产中的木耳、香菇之类的一些农产品包装，由于产品本身易碎，包装可采用竹篮作为容器，其造型不但可以方便消费者提拿，而且能在较好保护产品的同时增加不少情调和农家特色，更让消费者中意的是竹篮还能反复使用，见图3。此外还可以利用景德镇的瓷器来包装土特产，其一可以保护美化商品，再者还可以宣传景德镇瓷器，一举两得，在使包装由传统的“一次性包装”向“多功能包装”转变的同时，促进了可持续消费行为，也可以带动相关的竹、林、加工、旅游等产业，有助于建立可持续生态由绿色包装产品带动循环周期内各个阶段对自然环境的关注，以此形成以绿色包装产品设计为龙头的绿色包装产品工程，带动以土特产为首的其他相关产业的发展。如果在江西土特产包装设计中关注包装技术的优化设计，使包装的内部结构更加合理、实用，力求材料、包装性能、生产成本间的性价比得到最佳体现，将会更加确保产品包装与市场经济接轨，推动城市经济的快速发展[9]。

图3　竹篮礼品包装

Fig.3　Packaging gift of basket

4　结语

在江西土特产包装设计中重视可持续发展的理念，将具有地方特色、市场影响大、经济效益好的品牌土特产品，成功打造成具有地域性文化特征景观的“硬商品”，将传统土特产包装的设计模式进行梳理，改变土特产包装功能性缺失和造型语言千篇一律的现状，能提升绿色、低碳的环保概念，使新的材料、新的使用方式引起人们对绿色低碳的关注，达到真正意义上推进低碳生活[10]，使这些“硬商品”形成了具有江西特色、凸显江西企业文化与商品特色的功能。促成绿色包装设计与制造的技术-经济-环境良性循环模式，是绿色包装设计与商家具有持续生命力的强有力保证，同时也是推动地方经济良好发展的动力。

参考文献：

[1]　郭恒，孙蕾.发展低碳经济的策略选择[J].宏观经济，2010(1)：5—6.

[2]　徐琪.德国发展低碳经济的经验[J].国外农业，2011(2)：36—37.

[3]　熊兴福，郭文静.江西土特产品包装设计的思考[J].包装工程，2006，27(2)：223—224.

[4]　谭媛媛，穆荣兵，彭馨弘.“零废弃”产品包装设计案例探析[J].包装工程，2010，31(14)：118—121.

（下转第21页）

简单回望历届奥运会的形象设计就会发现，巴黎和伦敦2012申奥标志的这种设计处理方式，可以说是向1968年墨西哥奥运会会徽致敬，见图6，当年的这个

图6　1968年墨西哥奥运会会徽

Fig. 6　Official emblem of 1968 Mexico Olympic Games

炫目迷离的设计作品极具颠覆性，在那以后的各种有关奥运会会徽的设计讨论中其必将被提到。如王受之先生在他的著作《世界现代平面设计史》中，讲到国际奥林匹克运动会的视觉系列设计这一节时[6]，特别对1968年的这个设计做了大篇幅的深入分析。在事隔近四十多年后这种表现样式的再次驿动，会不会引起大家对数字这种元素关注的热潮？现在还不可而知，至少这种将各种信息一体化的设计思路，对今后的设计有着非常大的参考价值。

设计是一种创造性的活动，任何设计样式从来都不会说是一成不变的，大型活动的形象在人们心目中形成一定的理解定势后，对其表现元素的不同侧重也许会更能增加其影响力和带来轰动效应，就如近几年各大企业（如百事可乐、肯德基等）的标志“变脸”风潮一样。大型活动的形象中对数字元素的特别表现，藉由几个作品来分析它是因市场而变也许还不够说服力，数字元素在其形象中视觉作用的改变也许并不能说明，但在以后一些大型活动的形象设计中，数字必然会成为一个主要组成部分，发挥更大的视觉作用。从数字在这诸多活动形象中的点滴变化，会给大型活动形象的设计中带来些许参照和思考，在大家穷尽各种设计缘由的时候，数字或许可以带给设计师们更多的创意空间。

3　结语

数字元素在大型活动视觉形象的创意中越来越受到重视，以数字为表现主体的诸多形象设计给人们呈现出了一道道靓丽的视觉风景。随着中国社会经济的快速发展，大型活动在中国召开的机会也会越来越多，为了更好地塑造独具特色的大型活动形象，有关这方面的研究还有很多工作要做，这里对数字元素在其形象中的应用探讨只是很小的一个方面，望能为大型活动的视觉形象设计提供参照。

参考文献：

[1]　程大兴.大型活动旅游效益最大化战略初探[J].北京第二外国语学院学报，2003(1)：77—81.

[2]　约翰·艾伦.大型活动项目管理[M].王增东，杨磊，译.北京：机械工业出版社，2002.

[3]　鬲波飞.数字文字设计中的象征性分析[J].包装工程，2005，26(5)：184—186.

[4]　王建斌，周晶.汉字图形化创意在LOGO设计中的应用[J].包装工程，2009，30(1)：176—179.

[5]　朱维理.大型活动标志设计实战案释[M].北京：北京理工大学出版社，2009.

[6]　王受之.世界现代平面设计史[M].广州：新世纪出版社，1999.

（上接第7页）

[5]　安荔荔，薛秋.基于低碳经济下商品包装生态设计的思想方法研究[J].商业经济，2011(2)：57—58.

[6]　黄有柱.对绿色包装的策略分析[J].中国包装，2005(5)：23—24.

[7]　王华琳.现代包装设计在低碳时代的发展[J].艺术探索，2010(6)：105—106.

[8]　穆存远，夏南.低碳经济下的可持续产品设计与服务[J].合肥工业大学学报，2011(2)：279—281.

[9]　李庆云.绿色低碳情境下茶包装的“形态意境”探析[J].包装工程，2010，31(3)：104—107.

[10]　杨国新，杨萍.绿色包装设计探析[J].包装工程，2006，27(6)：199—200.