

论坛与资讯

功能多元化的绿色包装创新设计研究

汤洪泉, 臧勇, 刘好

(江苏技术师范学院, 常州 213001)

摘要: 分析了绿色包装的基本形式,把生态、能源等社会危机作为设计的重要考量标准,论述了创造性的设计思维,使“包装”在包装功能终结后,包装物还具有其他生活功能被反复使用,在最大程度方便生活的同时,做到“物尽其用”。进而分析了当下太多“一次性”包装对环境的危害,提出了保护环境,减少消费对资源的消耗,达到包装设计与环境亲和的最理想状态。

关键词: 过度包装; 绿色包装设计; 包装功能多元化

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)24-0091-04

Research on Innovative Design of Green Multiple-function Packaging

TANG Hong-quan, ZANG Yong, LIU Yu

(Jiangsu Teachers University of Technology, Changzhou 213001, China)

Abstract: It analyzed the basic form of green packaging, the attention of social crisis such as ecology, energy, etc. encountered by human beings to the maximum extent should be considered as the important measuring standard of design, discussed through creative designing thinking. After the function of "packaging" is ended, the packaging should still have other living functions, and can be used repeatedly, to facilitate the life to the extent, achieve the effect of "exhaust the use of property", avoid the damage of so many "disposable" packages in the current time, therefore indirectly reduce the resource consumption, put forward protect the environment, and achieve the most ideal state of the combination of package design and the environment.

Key words: excessive packaging; green packaging design; multi-function packaging

在经济高速发展、科技日新月异的现代生活中,产品的包装在人们视线里尤为重要,设计已变成提高商品品位、扩大商品影响力、塑造企业形象的名片。别致、新颖的产品包装在市场中能起到良性的引导作用,通过竞争能激发新包装设计的市场占有率。随着工业科技的巨变,产品包装与环境保护的关系引起社会各层的广泛关注。产品包装对自然环境的影响具有两面性。首先,产品通过包装得到保护,也可维护保护环境;其次,产品包装使用的材料,完成保护后的包装垃圾给环境带来较多的负面影响,甚至是破坏性的。当今可持续发展观深入人心,对于材料的节约、能源的减排、生态的维护等绿色包装概念悄然建立起来。

1 包装设计的现状

在很长一段时间内,包装设计在为人类生活带来方便的同时,也加速消耗了自然资源,特别是追求商业化的包装设计,其创意形态的缺失,使设计成为鼓励人们无节制消费的重要介质,对全球的生态平衡造成了巨大的破坏^[1]。

1.1 过度商业化的包装

当下包装设计的主流表现为特别注重包装的商业化功能,尤其在中国,商品包装呈现出高成本的趋势。最典型的案例就是月饼包装,包装成本是月饼的几倍、几十倍甚至几百倍,并由月饼、茶叶、酒类、保健

收稿日期: 2011-08-25

基金项目: 教育部人文社会科学研究青年基金项目(10YJC760093)

作者简介: 汤洪泉(1962—),男,安徽人,江苏技术师范学院副教授,主要从事艺术设计的教学与研究。

品等商品向玩具、药品、电子产品等其他商品蔓延。如一些U盘、鼠标等小件产品,往往使用数倍于其体积的包装盒,里面还有大量的塑料隔层、泡沫衬垫。

商家为获得商业利润对包装的豪华感尤其青睐,正所谓“包装一换售价翻番”,“有计划的商品废止制度”在当下包装市场反复上演。豪华包装在印刷上追求色彩鲜艳夺目,在材质上追求多材料复合,而由此产生的彩色油墨和复合物的回收和处理非常麻烦,使用废弃后造成巨大的环境污染负担,有的还会形成长久的污染^[3]。

研究表明当代中国大城市生活垃圾中1/3是包装性垃圾,其中一半以上由过度包装产生,每年废弃物价值达2 800亿元。过度包装造成了巨大的资源浪费、环境污染、增加了处理投入等一系列问题。中国已经成为世界上过度包装最严重的国家,这成为重大的国家性问题受到重视。

1.2 创意缺失

笔者在相关的玩具专柜了解到,一个小小的芭比娃娃需要10倍于身体大小的盒子,泡沫和蕾丝花边布满四周,这样漂亮的盒子,一旦拆封拿出玩具就没用了,扔掉很舍不得,留着又没有用。同样的例子在生活中比比皆是,这充分说明了这些设计存在着巨大的创意缺失。

在中国绝大多数设计公司,对包装设计的要求只是简单的追求包装表面光鲜亮丽的商业效果,创意不够就通过材料的高档予以弥补,希望通过这一手段达到某种高品质的感觉,包装使用功能终结之后的社会问题基本不考虑。而在当代包装设计领域这是一个普遍现象,大量昂贵的高档酒瓶在喝完酒后因失去再利用价值而迅速被废弃,大量“高级包装盒”及其他很多包装容器也是如此,“一次性”消费后马上沦为昂贵的垃圾,太多的“一次性”消费消耗了巨大的社会资源,让人痛心不已。

2 包装设计发展趋势

设计总是受社会发展的影响,是社会各种因素综合作用的产物,一段时期的社会发展,也为设计的革新注入了最革命的创新因素。而这个时代发展的最大问题就是环境污染、能源危机、生态平衡等,在这一前提下设计理应是积极推进变革的一项措施,而不是

持续实施掠夺的一个工具。设计“真正应多关注的东西不是产品的使用功能,而是产品与自身以外的人、物(其他产品)、环境、文化等的关系”^[3],所以包装设计关注的重点不仅仅在于包装功能的本身,还包括对环境、社会、人、文化充分的考量与关怀。

如果说19世纪末的设计师们是以对传统风格的扬弃,用充满生命活力的新艺术风格来迎接20世纪,那么20世纪末的设计师们应以理性、客观的思辨去反思一个世纪以来整个设计的发展进程,研究新世纪的设计方向。进入21世纪,设计风格上的种类聚变似乎已走到了黄昏,设计需要的是理论上的突破^[4]。人类生存环境日益恶化的残酷现实,让很多设计师选择从道德伦理等层面探索人类与设计可持续发展的关系,尽量通过设计活动,在人—社会—环境之间把协调发展的自然机制建立起来,这标志着设计发展的一次重大转变^[5]。绿色设计的概念由此产生,并成为当今设计发展的最重要趋势之一。

绿色设计体现在包装上,主要有以下几个原则:

(1)精减材料。在满足销售、方便使用、保护环境等功能的条件下,使用最少的材料适度包装。(2)尽可能采用易降解、可回收、对人体无毒害的材料。如再生纸材等,在大自然中易自然分解,不会污染环境。(3)便于再循环和回收利用。采用可回收、再循环使用和重复使用的包装,减少包装的废弃物,提高包装物的生命周期。

3 功能多元化的包装设计探索

笔者外出旅行或出差,在忘带水杯的时候通常会购买一瓶罐头或其他玻璃容器包装的食品,在吃完里面的食物后就获得了一个功能不错的水杯。其实在生活中人们购买某一商品不仅仅是为了获得其中的包装物,更是为了获得包装容器附带的其他使用功能。有时候其内在的包装物甚至变为购买的次要因素,对外在包装容器的需求才是构成购买行为的核心原因,然而对于人们这一需求深刻关注,并在设计中予以关照的设计凤毛麟角。这一现象深刻体现了人们对包装功能的产品化、多元化需求,也从一个侧面表明,传统意义上的包装设计存在巨大创意缺失^[6]。事实上通过创意性功能多元化的绿色包装设计,完全可以让包装更加人性化,满足消费者多元的消费需

求。巧妙的设计可以使失去包装功能后的外包装,在生活其他领域发挥相关作用,最大程度做到物尽其用,减少对环境造成的巨大消耗。这既是对消费者的一种人性化心理关怀,更是对自然与社会的巨大贡献。

多功能马克笔包装见图1,作为插笔的垫子是可



图1 马克笔创意包装设计

Fig.1 Creative packaging design by Mark

降解的人工有机材料,其他的材料是牛皮纸和再生纸板,文具盒既是马克笔的“外包装”又可以是一个商业展示架、笔盒,可以循环使用。当它作为笔盒时,有平放和站立2种姿势。站立时具有笔筒的功能,合拢后便于携带和储存,使用很方便。当它作为商业展示架、笔架时,有良好的展示效果。多元的使用方式极大的方便了使用,也最大程度延长了“包装”的使用周期,在这一过程中,盒身上的品牌标志被频频展现,也意味着品牌得到了极大的传播。环保的材料和“包装”多元的功能,极大的减少了包装废弃后对环境的负面影响和消费对能源的巨大消耗^[7]。

办公签字笔创意包装设计见图2。将产品的外包



图2 办公签字笔创意包装设计

Fig.2 Creative packaging design by signing-pen

装设计成花盆的形象,结合植物外形的笔,形成了一盆赏心悦目的植物——传达出健康、绿色的美好感受,为办公空间带来了动人的景致。这里笔不仅有笔

的使用功能,还有观赏功能。疲劳的工作后观赏这一抹嫩绿,可以缓解工作中眼睛的疲劳,舒缓疲惫的身心,并且因为其荧光材质的运用,在夜晚发出淡淡美丽的微光,给人以美好、温馨的体验。同时作为功能多元的包装盒(笔插、文具收纳盒、观赏植物),有着新颖的使用方式、魅力十足的形象、极佳的商业展示效果、美好的使用体验^[8],这样就使它有着巨大的商业意义。采用可降解的有机材质,最大程度降低包装废弃物产生的不良影响,达到环保、节能减排的理想包装状态。

草种子创意包装设计见图3,这里的包装同时是



图3 草种子创意包装设计

Fig.3 Creative packaging design of the germination

一张小小的名片。将包装直接“种”在土里,它将在自然中完全分解并成为种子的养料,生长出一片茂盛的小草,多元的功能不仅仅为使用者带来了便利,也促进了信息的传播,并且设计最终完全融入自然,达到人与设计与自然完美的和谐。

家用橡胶手套创意设计见图4,用一块粗棉布作为家



图4 家用橡胶手套创意包装设计

Fig.4 Creative packaging design of household gloves

用橡胶手套的外包装,在包装功能终结后,粗棉布可作为抹布来使用,这样就完全避免了包装成为无用的生活垃圾,最大程度的做到资源的有效利用,而且不会对环境产生任何的负面影响,同时为使用者提供了方便。

从以上设计案例中可以看到,相对于传统的普通

包装,绿色包装无论在与自然的和谐关系上,还是对使用者人性化关怀上,提供了更多生活便利,相对于大多数传统包装而言,功能多元化的绿色包装都具有巨大的优越性。

4 结语

随着全球文明程度的提高,包装与环境的矛盾已成为重大的世界性问题,越来越引起人们的关注。包装是当今社会“抛弃型”文化的有力证明,这种现象乐意用皱巴巴的草纸包起新鲜水果。林林总总的高楼大厦,消耗殆尽的森林资源,破洞的臭氧层,每一种现象都证明了现代社会消费主义永无止境的欲望所造成的破坏,人们对包装的认识亟待改变。亡羊补牢,转变设计理念定位设计标准,设计师应系统的认识环保问题并研究其带来的危害,因此,应当把最大程度关照可持续发展的社会理念作为设计的最重要考量标准。而功能多元化的绿色包装设计,因其超长

的使用周期、多元的功能、创意性的环保使用方式,对未来提倡推行环保节能型社会,保持自然环境的原生态,保持经济的可持续性发展,构建与环境亲和共存的社会发展形态,具有无比重大的现实意义。

参考文献:

- [1] 江小浦.建设节约型社会包装设计的新思考[J].包装工程,2007,28(12):248—249.
- [2] 丹尼森.绿色包装设计[M].冀晓红,译.上海:上海人民美术出版社,2004.
- [3] 派恩·约瑟夫,吉尔摩·詹姆斯.体验经济[M].鲁炜,译.北京:机械工业出版社,2002.
- [4] 李砚祖.物质与非物质[J].文艺研究,2006(12):106—117.
- [5] 第亚尼·马克.非物质社会[M].滕守尧,译.成都:四川人民出版社,1998.
- [6] 滕守尧.审美心理描述[M].成都:四川人民出版社,1985.
- [7] 张凌浩.产品的语意[M].北京:中国建筑工业出版社,2009.
- [8] 胡辉,胡书可.解析计算机图形技术与包装设计的不关系[J].包装工程,2010,31(12):133—134.

(上接第86页)

以言语评价和行为反馈传达出来^[6]。情绪带有人文色彩,它会影响人对产品的认知,人的个体认知差异也会产生对产品不同的情绪反应。比如对于打火机的开盖声,欧洲人喜欢轻柔的“嗒”声,而日本人则喜欢清脆的“叮”声^[5]。可见产品声音引发的情绪受民族、文化程度、生活习惯、个人爱好等人文因素影响,也与人和产品所处的情境、用户的心境密切相关。

4 结语

笔者结合心理声学、认知神经科学、声学等多方面的知识,从认知心理学角度分析了产品声音在使用者认知的各阶段中引发的心理活动,以及心理对产品声音的情感诉求。人的认知和心理过程是从简单的感觉到逐渐分化和复杂化的过程;每个认知环节对声音虽然有不同的表征,但到最终的判断和情绪的产生一定是综合的结果,受生理、心理以及文化的共同影响。故此,产品声音设计仅靠感性、经验和满足单一认知环节是不能解决用户需求的。

参考文献:

- [1] 理查德·格里格,菲利普·津巴多.心理学与生活[M].第16版.王垒,王苏,译.北京:人民邮电出版社,2003.
- [2] GAVER W.The SonicFinder: an Interface That Uses Auditory Icons[J].Human Computer Interaction,1989,4(1):67—94.
- [3] LEPLATRE G, BREWSTER S A.Designing Non-Speech Sounds to Support Navigation in Mobile Phone Menus [J].In Proceedings of ICAD,2000(4):190—199.
- [4] 邓怡莘,张华炯.应用感性工学于产品声音设计之研究[J].明志科技大学,2004,32(2):155—162.
- [5] 赵震,王英,宋伟.关于工业设计中的声音设计研究[J].包装工程,2009,30(1):154—158.
- [6] 王甦,汪安圣.认知心理学[M].北京:北京大学出版社,2010.
- [7] 周祥平.声音的听觉心理特性[J].音响技术,1999(5):11.
- [8] 程一中.环绕声究竟离我们有多远[J].家庭影院技术,2009(8):12—20.
- [9] HOWARD David M, ANGUS Jamie.音乐声学与心理声学[M].第3版.陈小平,译.北京:人民邮电出版社,2010.
- [10] 彭聃龄.普通心理学[M].北京:北京师范大学出版社,2004.
- [11] 林大柎.影视录音心理学[M].北京:中国广播电视出版社,2005.