

视觉传达设计

基于人机工程学的包装装潢设计因素分析

秦岁明¹, 臧秀娟¹, 杨晓静²

(1. 陕西科技大学, 西安 710021; 2. 山东潍坊科技学院, 潍坊 262700)

摘要: 针对国内外市场经济迅速发展的态势, 提出了商品包装装潢设计需要不断充实、提高, 才能适应市场经济发展的现状, 分析了基于人机工程学的包装装潢设计因素及其作用, 旨在提高商品包装装潢设计水准, 使包装装潢设计拥有以人为本、科学有效和适应市场经济不断发展的设计途径。

关键词: 人机工程; 包装装潢; 以人为本; 设计因素

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)08-0001-04

An Ergonomics-based Analysis of Packaging Design Elements

QIN Sui-ming¹, ZANG Xiu-juan¹, YANG Xiao-jing²

(1. Shanxi University of Science & Technology, Xi'an 710021, China; 2. Weifang Science & Technology College, Weifang 262700, China)

Abstract: With the fast development of domestic and foreign market economy, the packaging and decoration design should be creative and innovative enough to meet the market demands. The paper is intended to, based on the relative ergonomic theories, analyze the elements and functions of packaging and decoration design, in the hope of offering some advice on how to improve the packaging and decoration design, making it more humanized, scientific and effective.

Key words: ergonomics; packaging and decoration; humanization; design elements

市场经济激发了商品生产的积极性, 商品种类越来越多并迅速形成竞争的态势, 商品包装装潢也在迅速发展形成了行业内部的竞争, 设计者在不断增强包装装潢传递商品信息的媒介功能, 提高其文化艺术的设计品位, 感染消费者, 促销产品。包装装潢设计对商品和市场的繁荣、发展, 对计划经济向市场经济的变革具有重要的不可缺少的促进作用。随着中国进入世贸组织, 中国的商品就进入了世界市场。面对国内外发展变化的市场, 中国的商品包装装潢设计就需要走一条体现市场经济规律性的科学有效的路径, 以适应国内外市场经济发展的需要。中国地大物博, 商品生产前景广阔, 但计划经济同国际市场经济之间反映在包装设计方面的理论和实践的差距必须消除。设计理念方面的差距在于国外以买方为主, 视顾客为上帝, 讲求服务品位, 而国内则需要从过去的卖方为主转为以买方为主, 将以人为本的理念、人性化

的因素同市场结合, 达到同国际包装装潢设计接轨的目的, 为此, 人们在文化、艺术、科技领域探寻其设计发展的支撑点。其中新兴的人机工程学是能解决设计中设计途径问题的学科。包装装潢设计要在人机工程学的基础上获得成功, 就需要认识二者以及二者之间的关系, 认识基于人机工程学的设计因素和设计效果。

1 人机工程学与包装装潢设计

1.1 人机工程学

人机工程学是一门新兴的以人为本的边缘性学科, 是运用人体测量学、生理学、心理学和生物力学以及工程学等学科的研究方法和手段, 综合地进行人体结构、功能、心理以及力学等问题研究的学科^[1]。人机工程学坚持以人为本的思想, 运用观察、实测、模型试

收稿日期: 2012-10-04

基金项目: 陕西省社会科学基金项目(12J145)

作者简介: 秦岁明(1956—), 女, 陕西人, 陕西科技大学教授, 主要从事平面设计研究。

验、计算机数值仿真等科学的方法,研究人一机—环境系统的规律性,使相关设计在人体尺度参数等科学依据的基础上,设计出视、听、触觉和操作的宜人性、安全性、科学可靠性的,与环境协调的机械、仪器、控制装置等产品,使操作者发挥出最大的工作效率。

1.2 包装装潢设计

包装装潢设计是综合性强,适应市场需要,以视觉传达为主向消费者传递商品信息的艺术性设计^[2]。包装装潢设计以图形、色彩、文字为基本要素,运用形式美的法则进行造型、构图、设色等,使包装成为传递商品信息,满足消费者需求的设计作品^[3]。其内容包括设计主题的图形、商标、品牌、厂名、日期、联系方式等。包装装潢设计的目的在于以适应消费者心理的艺术美感传递商品信息,促销商品。

1.3 人机工程学和包装装潢设计的关系

人机工程学与包装装潢设计具有相互借鉴、相互促进的关系。早于人机工程学的工业设计、包装装潢等艺术设计对人机工程学的形成有基础性的支撑作用;人机工程学在人—机—环境系统性的设计中追求艺术设计美,以达到视觉及心理的宜人性,如汽车驾驶室内使用的各种仪表、图形标志,就具有包装装潢性的艺术设计内涵。从基于人机工程学的包装装潢设计的角度看,人机工程学对包装装潢设计具有以人为本设计理念的,采用科学、系统性方法以及综合性创新的,提高设计水准的促进作用。

2 基于人机工程学的包装装潢设计因素

人机工程学以人为本的理念、科学系统的研究方法、有效的工业设计途径等所包含的设计创新性哲理,适应于所有与人有关的设计。基于人机工程学的包装装潢设计因素既是现代文化、科技、艺术的设计观,也是其创新设计的有效途径。

2.1 人性

人机工程学以人为本的设计理念是包装设计为消费者服务,进行人性化设计的根本的恒定性的因素。以人为本明确了现代包装装潢设计的方向,是贯穿设计全过程的指导思想。以人为本进行人性化的设计,能使设计的各因素体现其价值,并取得理想的效果^[4]。人性设计要根据市场、商品、消费的实际情况,从消费者的需要出发,进行创新性设计。人性设

计必须真实地反映商品的相关信息,如传统、文化、产地、品质等。其设计的主题及支撑主题的组成部分,要以适合消费者视觉、认识、心理要求的图形、色彩、文字及相关造型等予以明确的艺术性的表达,使消费者为具有艺术美感性的商品信息所感染,在赏心悦目中了解商品及其使用的信息,起到产品促销作用,如橘子汁饮料包装,见图1。



图1 橘子汁饮料包装

Fig.1 Orange juice beverage packaging

2.2 广博

人机工程学是文化、科技知识发展到一定广博程度的产物,具有多学科知识、技能及在不断研究实施中的广博因素。具备现代文化科技知识的消费者,需要包装装潢设计具有相适应的文化科技知识水准。设计中广博的人文、自然科学知识,是包装设计创新的哲理及人机工程学中的创新设计方法,是现代包装设计必须拥有的创新思维空间因素。在具体设计中,设计创新所涉及的知识要广博,思维空间要大,才能在现代市场环境中有效地向消费者传递商品信息。商品本身就有高科技、历史文化、民族地域等内涵,可见设计需要将相关的文化、科学技术知识同具有美感的图形、色彩、文字结合,才能有效地传递商品信息,如茅台酒包装,见图2。



图2 茅台酒包装

Fig.2 Moutai liquor packaging

2.3 科学

科学技术提高了社会的生产力、物质文明、精神文明水平。现代科学思想、知识、技能等涉及到社会生活的各个方面,成为了人类社会存在、发展的重要部分,将它们运用于包装设计,是基于人机工程学的包装装潢设计取得成功并继续发展的重要因素。包装装潢设计要从商品的原料、生产过程、方法、鉴定方面,从消费者的科技认识水平以及实际需要方面,从市场相关包装装潢设计的科技因素方面以及高科技的包装材料、照相、计算机软件、印刷等方面,运用人性的艺术设计手法,设计并实施现代科技水准的,图形、色彩、文字并茂的包装装潢作品,如新西兰太平洋香水包装,见图3。



图3 新西兰太平洋香水包装

Fig.3 New Zealand pacific perfume packaging

2.4 艺术

艺术像科学知识一样,遍布人类社会的物质及精神领域,是社会发展的重要组成部分,因此,人机工程学要求工业设计在视、听、触觉等方面,使人一机一环境中人的身心得到艺术性的愉悦感,这就要求设计中的形状、色彩、图形、标志、文字、符号及材料的质地都要呈现设计的艺术美。包装装潢虽然是视觉传达的艺术设计形式,但要提高现代包装装潢设计的水准,就必须将人机工程学的有关设计理念、科学方法与艺术设计的因素、法则相结合进行设计,即在具体设计中必须坚持以人为本的设计理念,将人机工程学中的科学性、哲理性方法与包装装潢设计的图形、色彩、文字、形式美法则等有机结合,使包装装潢设计的主题、思想、情感以综合性的艺术语言予以准确、有效的表达,设计出传递商品信息的,消费者为之赏心悦目的包装作品^[9]。现代科技生产的材质及高科技的印刷制作技术,使包装装潢的艺术

性具有色彩艳丽、金碧辉煌的效果。设计中的艺术因素,能有效传递商品的相关信息,同时体现包装装潢的人性、科学性及时代特征。基于人机工程学的艺术因素的功能性,注定它是包装装潢设计中最根本的因素。白兰地酒包装见图4。



图4 白兰地酒包装

Fig.4 Brandy wine packaging

2.5 系统

现代各类学科的研究都需要系统化,作为综合多种学科的人机工程学,就更具有系统的特点,这一特点可使工业设计、包装装潢设计避免走入半途而废的歧途。设计要全面分析商品、消费者、市场及发展前景,从人性、知识范围、科学及艺术等因素出发,构思全面完整的程序性设计计划,设计出系统化的包装装潢作品,并在实践中得到系统性的有序实施,从而取得圆满成功。系统因素要求设计及其实施的完整性,是现代包装装潢设计成功的保证。设计因素及涉及的相关内容如果在设计中得不到系统性体现,就会造成包装装潢设计中相应的缺陷,出现传递信息功能缺失、感染力差等情况。现代包装装潢设计必须具备基于人机工程学的系统化的设计因素,如青花瓷酒包装,见图5。



图5 青花瓷酒包装

Fig.5 Blue and White Porcelain liquor packaging

3 基于人机工程学的包装装潢设计效果

3.1 提高设计水平

基于人机工程学的包装装潢设计在明确了以人为本的设计理念,拓展了设计的创造性思维空间,充实了设计的文化科学知识内涵,提高了设计的科学知识水平,运用了科学、系统、有效的设计方法,必然能提高设计水平。

3.2 增强媒介功能

运用人性、广博、科学、艺术、系统的设计因素进行包装装潢设计,其中的人性化设计因素能增强商品与消费者的亲和力,有效感染消费者,其他设计因素通过图形、色彩、文字等,对相关主题、思想进行全面、科学、系统的设计,就必然会增强其传递信息的媒介功能,从而有效地促销商品,树立企业形象。

3.3 促进市场经济健康发展

古人在买卖中讲童叟无欺,现代市场贸易讲诚信、公平,基于人机工程学的以人为本的理念,是现代包装装潢设计的思想基础和规范。包装装潢设计整体水平的提高及功能的增强,使设计能正确有力地促使商品的销售,从而有利于市场经济的健康发展。

4 结语

基于人机工程学的包装装潢设计因素不仅能充实设计的创新思想,还是包装装潢设计的有效途径,即在具体的设计中从不同的因素方面能正确对待和

处理好消费者、厂商、商品、市场及其环境的关系,设计出适应消费者、厂商、市场需要的包装装潢作品。基于人机工程学的包装装潢设计无疑从理论和实践方面对包装装潢事业、商品流通、社会经济发展具有推动作用。

参考文献:

- [1] 丁玉兰.人机工程学[M].北京:北京理工大学出版社,2001.
DING Yu-lan.Ergonomics[M].Beijing: Beijing Institute of Technology Press,2001.
- [2] 刘西莉.包装设计[M].北京:清华大学美术出版社,2007.
LIU Xi-li.Packaging Design[M].Beijing: Tsinghua University Art Press,2007.
- [3] 吕淑梅.包装装潢设计[M].北京:化学工业出版社,2005.
LYU Shu-mei.Packaging and Decoration Design[M].Beijing: Chemical Industry Press,2005.
- [4] 丁力.平面设计基础[M].天津:天津大学出版社,2007.
DING Li.Graphic Design Basics[M].Tianjin: Tianjin University Press,2007.
- [5] 李小红.商品包装设计中的附加值研究[J].包装工程,2008,29(4):158—159.
LI Xiao-hong.Research on the Added Value in Commodity Packaging Design[J].Packaging Engineering,2008,29(4):158—159.