

儿童产品包装的开启设计研究

徐燕

(南通大学 艺术学院, 南通 226007)

摘要: 从研究儿童消费群体的生理特征和消费心理出发, 结合市场上儿童产品包装开启设计存在的问题, 提出为儿童提供安全、便利、有趣并具有环保理念的包装开启方式。目的在于通过合理的开启设计引导儿童快速开启产品包装, 满足他们消费需求的同时, 潜移默化地帮助儿童从小建立起环保观念, 满足他们健康成长的需求。

关键词: 儿童产品; 包装设计; 开启设计; 行为方式

中图分类号: TB482 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2013)08-0012-04

Opening Action on Packaging Design for Children's Products

XU Yan

(School of Art Nantong University, Nantong 226007, China)

Abstract: Considering physiological characteristic and consumption psychology of the children, and the existing problems with packaging design for children's products, this paper is intended to provide an opening action on packaging design for children's products which is safe, convenient, interesting, environmentally-friendly. Suitable packaging design can let children open the products as soon as possible. At the same time, "green earth" and "environmental protection" are implanted in the package, which can guide our children to establish correct green concept and provide enough nutrients for children's healthy growth.

Key words: children's products; packaging design; opening action; behavior

中国14岁以下的儿童约有2.6亿,这是一个庞大的消费群体。随着社会的发展,物质条件的提升,市场上针对儿童的产品越来越多,儿童的玩具、食品、电子产品、日用品等应有尽有。然而当儿童初次拿到产品包装时,经常会遇到打不开包装的情况,这时他们往往会借助剪刀或是依靠家长去开启包装,或是粗暴地破坏包装取出产品。人们也常常看到儿童在开启食品包装时因把握不住开启力度,由于用力过大而导致包装内的食品洒落一地,本来很开心的享受过程,瞬间让他们的心情落到低谷,有时还会遭到家长的训斥。由此可见,儿童产品包装中的开启设计值得设计师关注。

1 儿童产品包装开启设计存在的问题

市场上的儿童产品包装一般都是通过有趣的图

形和鲜艳的色彩去吸引儿童,设计师在设计时通常关注的也是儿童产品包装的承载功能、销售功能和品牌宣传功能,而忽视了包装的开启设计。有些儿童产品包装中有开启方式的设计,但这种设计针对的是一般的消费群体,很少有针对儿童这个特定消费群体去进行包装开启设计的。目前,儿童产品包装开启设计存在的主要问题有:(1)有些包装中无开启设计,儿童需要借助剪刀等辅助物才能打开;(2)有些包装中虽有开启设计,但儿童需要在家长协助下才能开启;(3)有些包装中虽有适合儿童的开启设计,但缺少有趣的视觉引导,常常被他们忽视;(4)大部分儿童产品包装的开启设计中没有注入环保理念,开启后的包装随即成为废弃物,不能多次使用,设计忽略了包装的后续作用。

优秀的儿童产品包装应首先具有较好的视觉形象,这种视觉形象吸引儿童消费的同时还能引导他们

收稿日期: 2012-10-27

作者简介: 徐燕(1978—),女,江苏南通人,硕士,南通大学艺术学院讲师,主要从事产品设计研究。

快速开启包装,让儿童从消费中获得经验和体会。设计师需要将儿童群体作为诉求对象,了解这个特殊消费群体的生理特征和消费心理,才能设计出符合他们消费需求的产品包装,这也是值得社会关注和需要设计师倾入爱心去解决的设计问题。

2 儿童的生理和心理特征

设计的出发点是为了满足消费者的需求。儿童产品包装设计中需要考虑儿童这个特殊群体的生理和心理特征。儿童的体能和心智都处于生长期,骨骼、肌肉未健全,他们开启包装的力气相对比较弱。由于身体功能没有发育成熟,他们的肢体协调能力没法与成年人相比,所以不能操作过于复杂的开启方式。在心理上,儿童对世界充满好奇,有着极强的探索欲望,常常会被一些造型有趣、色彩绚丽的物品所吸引。由于他们的思维比较单纯,所以一般喜欢凭借具体形象的事物来进行活动。其注意力、记忆力等还未发展成熟,在接触事物时一般具有一次性行为,当他们一次开启物品没有成功时往往会主动放弃。同时,儿童群体向往成功,喜欢有成就感并希望能脱离家长独立完成事情,遇到挫折后还会有挫败感。儿童正处于学习能力和模仿能力很强的阶段,这个阶段对他们世界观的形成尤为重要。如果产品包装的开启方式过于复杂,那么儿童就没有足够的耐心去打开,往往就会粗暴地破坏产品包装,长久下去将会养成不爱惜物品的习惯。

为了让儿童健康快乐成长,儿童产品包装设计需要根据儿童自身特点设计出适合他们的有趣的开启方式,这样才能帮助儿童轻松开启包装,享受属于他们自己的产品。同时通过合理的开启方式设计,在包装中注入环保理念,能培养儿童从小爱惜自然资源的习惯,他们也将会养成审慎对待物品的态度。在包装开启设计时,设计师应充分研究儿童群体的生理特征和消费心理,为儿童提供安全、便利、趣味并具有环保理念的包装开启方式,这是满足他们消费需求的首要原则,也是设计师应尽的社会职责。

3 为儿童提供安全的产品包装开启设计

儿童处于成长期,是特殊的消费群体,他们的自

我保护能力相对较弱,因此,安全的开启设计是儿童产品包装设计的首要部分,设计师应充分考虑到这一点。为儿童提供安全的包装,才能满足特定消费群体的需求,才是人性化的包装设计。而在一些儿童药品包装设计中,则需要采用一些设计避免儿童开启包装,防止他们过度服用药品。如有的儿童药品包装采用由一个内螺纹盖和一个外盖组成的压旋盖,儿童在开启包装时需要同时按压并旋开,瓶盖才能被打开;如果不按压,仅仅是旋转外盖,只会发出“咔哒”的空转声,希望能引起家长的注意。然而采用儿童安全包装会使儿童药品包装的成本增加,有很多企业未加以采用。开启设计还需关注开启过程中包装材料对儿童的伤害。有些包装由于开启设计的不合理,儿童会被开启的包装盒划破手,如有些酸奶封口的锡纸开启后产生的边缘会划伤儿童的手指或嘴巴,如此不安全的包装存在的原因是在开启设计中忽视了儿童这个消费群体。为儿童群体提供安全的包装,不仅要考虑安全的包装开启设计,还要考虑开启后的包装材料对儿童的影响。设计师应针对儿童消费群体,研究他们的生理特征,为他们提供安全的包装开启方式。

4 为儿童提供便利的产品包装开启设计

市场上很多儿童产品包装虽然有开启设计,但是儿童却无法打开包装,如此不方便的包装常常弄得儿童窘态百出。在家长帮助下开启包装,他们心理上会有一定的挫败感。设计师在进行儿童产品包装设计时,应为儿童提供便利的开启方式,满足他们的消费需求,才能减少儿童对家长的依赖。

处于生长期的儿童,控制手指活动的肌肉群尚未发育完善,有些精细的或需要力量大的动作执行起来有一定的困难^[1],如包装中需要下压后旋转或下压后往上提等开启设计,对儿童来说都有一定开启难度。在儿童产品包装设计中,设计师应尽量避免使用上述的开启方式,而应使用易开启和易闭合的开启形式,满足儿童的使用需求。如日本的不二家棒棒糖包装,见图1,采用抽拉式的开启设计,这种开启方式为儿童提供了安全的开启以及安全享受糖果的方式。有些纸筒式食物包装设计,就是成年人也需要用很大的力才能拨开纸筒盖,有时力度过大还会将里面的食物洒落一地。雀巢的趣满果糖果包装则在纸筒盖上多出



图1 不二家棒棒糖包装
Fig.1 Lollipop packaging

了一个凸起设计,方便儿童开启包装,见图2。



图2 趣满果糖果包装
Fig.2 Candy packaging

在一些儿童产品的塑料包装中,设计师可以通过塑料薄膜撕拉所需要的力度实验,选择合适的材料,设计出安全并且方便开启的包装;在一些必须使用的材料中采用一些小设计来方便儿童开启,如将塑料包装的封口设计成锯齿状的形式,当然这些设计需要有一定的视觉引导才能引起儿童的注意。在开启设计中,可以利用符号、图样、卡通造型等一些儿童能够理解的开启引导,通过视觉、触觉的感知,减少儿童的误操作,方便他们开启包装的同时提升儿童的自信心,有助于他们身心的健康发展。

5 为儿童提供有趣的产品包装开启设计

无论多大的儿童,新颖、好玩是儿童产品包装中开启设计永恒的主题。简单无趣的设计,儿童是不会积极参与的,因此,面向儿童的包装开启设计需要具备审美性和趣味性。设计师应了解儿童的审美特点,在设计中通过一定的图形或色彩冲击他们的视觉,引

导他们尝试开启包装,但是市场中这类儿童产品包装的设计很少。

让包装的开启方式有趣,是抓住这些小消费者的有效途径。针对儿童消费群体,开启设计应减少通过文字来引导开启包装的方式。设计师可依据儿童心理设计出一些有趣味性的故事情节去引导他们开启包装,这也是儿童容易被吸引的设计策略。如好多鱼饼干包装,见图3,设计师将有趣的故事深藏其中,通



图3 好多鱼饼干包装
Fig.3 Biscuit packaging

过饼干盒上面的齿压线的引导,儿童打开包装后,在食用美味饼干的同时还能了解有趣的海底世界。由于儿童的思维跳跃性极大,没有任何固定的逻辑,所以儿童产品包装开启设计时可运用拟人手法丰富开启过程,满足儿童的心理需求。如昆虫世界糖果包装,将糖果设计成昆虫,装在透明的瓶子里,瓶盖上开有许多小洞,每次开启包装就是“昆虫”从小洞穴中走到大自然来^[2]。当儿童在心理上对设计有了认同感,产品的包装才能打动他们的内心,在引导开启的同时,激发儿童本身的创造力和想象力,满足他们快乐成长的需求。

包装开启设计中还可以进行包装与内容物的互动设计。台湾的Zuny装饰玩具产品包装见图4,通过



图4 Zuny装饰玩具包装
Fig.4 Zuny decorative toy packaging

包装开启的引导,让包装中的动物从森林中走出来,包装与产品二者合一,符合儿童对新鲜事物的好奇的心理特征,让儿童充满无限的想象空间。如此的包装开启设计不仅给儿童思考的空间,也切中了父母关注孩子身心发展的心理。

6 为儿童提供环保的产品包装开启设计

包装是产品与消费者之间沟通的媒介。成长期的儿童,可塑性最大。儿童产品包装应具有良好的教育性,辅助他们提高感受和认知世界的能力。不合理的儿童包装设计,导致包装被撕破后直接进入垃圾桶,重复利用率不大,多数不能循环使用,因此,优秀的儿童产品包装也是传递环保理念的途径之一。

通过合适的开启设计,在儿童产品包装中注入环保的理念,将有助于儿童养成良好的环保习惯。首先,通过安全便利的开启设计,让包装可重复使用。如一些玩具产品包装,设计师可根据内容物的形状与大小,设置相应的卡口和叠放次序,让儿童打开时能按预先设定好的顺序将产品一一取出,这样的包装还可再次成为玩具的承载物。其次,通过开启设计,使包装可折叠,或是经过简单的组装,包装成为可多次使用的储物袋等^[1],设计不仅延长了包装的使用寿命,同时也起到了保护资源的作用。通过包装开启设计,帮助儿童克服“开启后即扔”的不良习惯,让他们在使用中学会珍惜物品,潜移默化地建立环保观念。

7 结语

儿童是祖国的未来,其健康快乐的成长不仅仅

是父母的责任,也同样是社会的责任。作为设计师,必须从儿童真正的消费需求出发,研究他们的生理特征和消费心理,设计出适合儿童安全、便利、趣味并具环保理念的包装开启方式,让儿童在消费中得到相应的尊重^[4],更好地满足儿童产品这个大市场的需求。儿童产品包装的开启设计在给儿童带来美的感受和体验的同时,无形中去规范了他们的行为方式,帮助他们养成了节俭的良好品质^[3],树立了积极健康的人生观。

参考文献:

- [1] 张军.具有儿童保护功能的药品泡罩包装简介[J].印刷技术,2009(10):26—28.
ZHANG Jun.The Introduction of Pharmaceutical Blister Packaging with the Function of Protecting Children[J].Printing Technology,2009(10):26—28.
- [2] 汪晓娥.儿童食品包装设计的新思路[J].淮北煤炭师范学院学报,2008(8):184—185.
WANG Xiao-e.The New Ideas of Children's Food Packaging Design[J].Journal of Huaibei Coal Industry Normal College,2008(8):184—185.
- [3] 郑祎峰,计静.儿童产品的环保设计策略[J].艺术与设计,2011(9):143—145.
ZHENG Yi-feng,JI Jing.Strategy of Environmentally-friendly Design for Children's Products[J].Art and Design,2011(9):143—145.
- [4] 翟艳,姚远.儿童用品包装的人性化设计[J].包装工程,2009,30(10):216—217.
ZHAI Yan,YAO Yuan.Humane Design for Children's Products Packaging[J].Packaging Engineering,2009,30(10):216—217.