

在包装设计中引入绿色理念的思考

唐娟

(湖北工程学院, 孝感 432000)

摘要: 从对绿色包装设计理念的理解入手, 分析了产品绿色包装设计理念在现代设计中的重要性和发展趋势, 论述了在现代商品的包装设计中引入绿色设计理念的必然性, 提出了基于绿色设计理念下对产品外包装形状、材料、色彩图文的种种设想, 以期达到产品包装设计新颖独特和环境保护的完美契合。

关键词: 绿色包装设计; 色彩体现; 视觉文化

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)10-0095-04

Thinking of the Introduction of Green Concept in Packaging Design

TANG Juan

(Hubei Engineering College, Xiaogan 432000, China)

Abstract: Based on the understanding of the concept of green packaging design, it analyzed the importance and development trend of product green packaging design concept in modern design, elaborated the necessity of modern commodity packaging design introduced into the green design concept, put forward various ideas for the shape, material, color graphic of product packaging based on the green design concept, in order to achieve the perfect fit between the product packaging design with novel and unique and the environmental protection.

Key words: green packaging design; colors reflection; visual culture

随着时代的发展和社会的进步, 很多原始的简单设计已经不能满足如今消费者的审美需求。人们在选择商品时除了关注商品本身之外, 有越来越多的人开始注重产品的包装设计。在这样的情形之下, 各种主题鲜明的特色包装纷至沓来。可是在产品包装的材料选择上, 由于对环保方面的疏忽造成很多包装材料再分解消化之后污染了环境, 更有甚者选用大量的聚氯乙烯材料作为食品的包装, 直接危害着人们的身心健康。早在 20 世纪 80 年代, 绿色包装设计理念被首次提出, 并且随着人们物质文明的发展在全世界范围之内普及开来^[1]。如今绿色包装设计理念已经成为了一种潮流, 对大量的工作者提出了更尖端的问题, 对这一领域的研究工作意义深远。

在保护环境的大条件之下, 追求经济利益的最大化。在产品包装的设计最初要制定好一整套的设计方案, 对产品的目标群体规划好预期的指标。对于环境的保护, 2 个最为核心的部分是包装材料的选择和环保措施的制定, 所有的设计都不可能达到十全十美, 即使是再绿色环保的设计也有欠缺的地方, 所以必须制定出相应的一整套环保措施, 使人们对环境的污染降到最低, 同时在包装的使用过程中不对消费者造成任何的身心危害。绿色环保设计的最终目标就是用最为简单经济的材料, 去迎合大众的心理及口味, 满足国家倡导的绿色环保理念要求, 用全新的设计方案打造全新的无害绿色产品^[2]。

2 在包装设计中引入绿色理念的重要性

1 对产品绿色包装设计理念的理解

所谓绿色产品包装设计理念, 最为重点强调的是

产品的绿色包装设计理念重点在于保护环境的
同时, 确保经济效益的最大化。在环保方面, 必须保

收稿日期: 2013-01-08

作者简介: 唐娟(1976—), 女, 湖北荆州人, 硕士, 湖北工程学院讲师, 主要研究方向为广告设计。

证使用完后可以降解回收再利用,能够有效地实现人类社会的可持续发展。在讲究环境效益的同时也要拥有一定可视性,达到宣传产品的目的,经济价值与环保价值相结合,才是绿色设计的核心所在^[1]。

随着产品包装设计的绿色理念不断深入人心,环保意识、绿色包装设计意识也随之不断增强,人们在日常生活对于健康的关注达到了前所未有的高度,所以绿色环保设计的呼声也越来越高,发展绿色包装产业可谓大势所趋,一个产品没有绿色产品包装也不再划为绿色产品的行列。

3 产品包装设计中的绿色包装设计理念

3.1 在包装材料中的体现

一个设计优秀的绿色包装主要体现在包装材料的选取上,在材料的使用回收、报废处理等各个环节中要保证可以再次回收利用,并且有效地保护环境节约资源,从而实现环境保护和经济效益的完美结合。具体而言,包装材料的选择主要有以下几个方面。

1) 绿色材料的选择。绿色材料的选择是绿色包装设计最为坚实的基础,也是材料发展中的一个里程碑,随着人们生活水平的不断提高,绿色包装材料可调性必然成为绿色包装发展的趋势,并且已经受到全世界各国材料工作者的关注。1995年末,在我国广州召开的环境材料国际学术会议,绿色包装材料有了新的发展和突破。

2) 包装设计的材料种类选择。在产品的绿色包装设计理念中,应该尽可能少地使用各种原材料,这样可以有效地缓解后期的循环再利用工作负担。whirlpool 德国伙伴的包装工程师曾把材料从 20 种减少到 4 种,极大限度的节约了成本,包装性能在很大程度上也得到了提升。目前,很多国家都在致力于简化包装的开发研究,这种简单方便的绿色包装理念引领整个包装设计产业走向一个新的时代。

3) 在包装设计中引入可循环利用材料。包装对环境最大的污染来源于废弃物的分解,绿色环保的包装设计理念要求使用可自然分解材料。早在 20 世纪,很多发达国家就开始研制利用光合作用分解包装材料的废弃物。近年来随着生产力技术的发展,我国也开始关注这一领域的研究,相信不久的将来,包装材料的可循环利用将迎来一场新的革命。

3.2 绿色包装与包装造型的结合

绿色设计理念主要体现在材料的选取上,所采用的材料应尽可能满足耗能少、污染少、成本低、可再生的特点。绿色设计的基本理念主要包括对包装品的基本功能的保存、对包装设计进行渲染 2 个方面。设计过程中包装的色彩、外观、形式以及是否环保等因素,共同决定了产品的最后效果。同时,绿色设计理念要求产品包装在满足基本功能特性的前提下,体现出产品的人文关怀,给人以视觉心理的双重满足。理念指导设计,设计指导包装造型,将理念与造型完美结合,力求实现可持续发展的最终目标。

3.3 绿色包装设计中的色彩体现

绿色包装设计理念除了关注包装材料的选择以外,还需要融入更多的文化内涵。在设计产品包装时,要兼顾消费者的文化层次和心理需求。针对最大的消费群体设计产品的外观,在产品外观的设计中,色彩的选择就显得尤为重要。

第一,绿色产品包装设计的选择要符合大多数消费者的审美眼光,通过大量的调研数据显示,不同的产品具有不同的包装色彩,对消费者所产生的消费心理影响是不同的。产品的包装设计并不是一味地要追求绚丽的色彩,应该更多地关注这一产品设计能够给消费者带来的美感和舒适性^[4]。第二,在满足包装设计的基本要求之外,在包装色彩的选择上要勇于创新,大胆改革。通过观察、调查寻求到最大的设计灵感,从多方面考虑色彩的搭配,尽量呈现给大众更多的色彩表现形式。在兼顾绿色文化设计内涵的同时,将产品绿色包装设计的可持续发展这一终极目标体现出来。

1) 绿色包装设计中的色彩选用。就目前市场上销售的产品而言,竞争愈发激烈,独具特色的宣传方式、广告策略、营销模式等手段无疑会加大商品的竞争力。一件好的产品,受到消费者青睐的关键不在于鲜艳的色彩,而在于所选颜色的种类和搭配组合形式。对于绿色理念来说,选用单纯化的色彩,加上变化的表现形式就可以取得很好的视觉效果。

2) 在绿色产品包装设计中合理使用色彩搭配。在绿色产品包装设计中,过度或者不恰当的色彩搭配,不但不能够刺激消费者的心理,还会使他们产生厌烦感。美国著名设计家华尔特·斯特恩在《包装的力量》中曾经说过:“包装所具有的力量在很大程度上

取决于色彩如何调和及对比。色彩的表现手法多种多样,合理地选用冷暖色调,控制色彩的膨胀与收缩等表现方式,可以将原本平淡无奇的色彩增添一抹与众不同的特色。”

3.4 绿色设计理念与包装规格的结合

1) 商品无包装化。绿色产品包装设计理念中有一条,就是在产品的包装设计中尽可能减少包装,甚至是无包装设计。很多情况下,不使用包装就不会对环境造成污染,可以说无包装化是解决废弃物污染最根本的方法,这比绿色包装设计中强调的包装材料环保化意义更为深远。比如各类食品包装中,在保证质量的前提下,可以尽量不采用食品包装,这样不仅防止了食品的营养流失,也从根本上杜绝了包装对于环境的污染,有效地遏制了资源的浪费^[5]。

2) 绿色设计理念中的包装最小化及减量化。可以说,身大内容小已经成了产品包装的一种趋势。大的包装不仅对产品的表现没有任何意义,反而提高了对环境的威胁。如今,生活中的一次性产品如塑料袋等,在废弃后会产生大量的污染性物质,对环境造成了不可估量的危害。绿色理念强调采用新材料,代替那些分解之后污染环境的包装,比如用布袋代替塑料袋。同时,在产品包装袋的设计过程中,满足包装的基本要求前提下,保证包装最小化^[6]。所以,采用绿色理念指导包装时,应尽量使包装小量化,在不影响产品品质的条件下,应本着采用更少的材料进行设计的原则。

3.5 绿色产品包装中的视觉文化及文字体现

尽管人们都在使用视觉文化这一概念来描述已经发生的变化,可是,对于视觉文化的理解,在不同的研究者那里,却依然存在着相当大的差异,尚未达成统一的、广泛的共识。一个产品的包装设计要想吸引消费者,就必须体现出自己独特的视觉文化理念。人们理解的一般意义上的视觉文化,是强调这个术语的“文化”方面,即广义的视觉文化,“所涉及的是在视觉文化氛围中形成和通过视觉文化传播的价值观念和个性特征”,它“更多地是关注视觉文化的研究对象、视觉文化的形成及其实践活动^[7]”。整个人类日常生活所使用的各种商品都被图像包围着,视觉图像已经成为现代社会生活的一种物质性力量,它在参与、构造这个世界,同时成为人们沟通和了解世界的工具。除此之外,文字作为人类特有的表现符号,它的出现

对人类的发展产生了不可估量的影响。它能够很直接准确地反映产品的特点、设计理念,也能很好地调动消费者的购买欲望,在很多情况下,它甚至比产品上的图案、色彩更加具有表现力。包装上的文字更是如此,作为向消费者介绍产品的媒介,文字已经成为了包装中不可或缺的部分。

文字的设计可以说是设计领域中最有难度、最有挑战性的地方。利用文字的魅力从总体上把握视觉文化,将其所涵括的范围尤其是那些超越图像,甚至是最开放和跨学科的图像研究所涉及的领域都展现出来。视觉文化主要是针对现代和后现代的文化表征,以后结构主义和精神分析为主导框架,围绕着“视觉性”的问题,对现代世界的主体构建、文化表征的运作以及视觉实践之间的关系进行分析,如果人们能用绿色理念指导文字的设计,可以给文字注入新的活力和内涵,给消费者更好的视觉享受和心理安慰。同时将文字与整体包装恰当地进行融合,达到浑然天成的效果,那么绿色理念所最求的目标也就达到了。

4 结语

绿色包装设计理念随着社会的发展和人类文明的进步越来越受到消费者的关注,绿色设计已经被世界普遍认可,相信不久的将来,绿色设计理念将对企业形象的塑造、企业经济效益的提高带来不可估量的价值。当然,绿色理念作为新兴的设计手法,在理论体系方面有待完善,由于缺乏足够的经验,将其应用于实际也会面对更多地挑战^[8]。绿色设计理念在今后的发展中应充分展现出其特有的环保效益,通过恰当的形式加以表现,达到经济环保结合的效果,这才是绿色设计理念未来发展的核心所在。

参考文献:

- [1] 赵江洪.设计艺术的含义[M].长沙:湖南大学出版社,1999.
ZHAO Jiang-hong.The Meaning of Art and Design[M].Changsha:Hunan University Press,1999.
- [2] 柳冠中.工业设计史[M].哈尔滨:黑龙江科学技术出版社,1996.
LIU Guan-zhong.The History of Industrial Design[M].Harbin:Heilongjiang Science and Technology Press,1996.
- [3] 斯黛茜·金·高登.包装再设计——适应市场变化的平面再

- 设计[M].上海:上海人民美术出版社,2006.
- GORDON S K.Packaging Design: Market Changes to Adapt to the Planar Design[M].Shanghai: People's Fine Art Publishing House,2006.
- [4] 玛丽安·罗斯奈·克里姆切克.品牌的塑造——从概念构思到货贺展示[M].上海:上海人民美术出版社,2008.
- KERIM CEK M R.The Building of Brand: from the Concept Design to the Storage Rack Show[M].Shanghai: Shanghai People's Fine Arts Publishing House,2008.
- [5] 孙超.低碳环境下食品包装设计创新研究[J].包装工程,2012,33(10):87—89.
- SUN Chao.Low Carbon Environment Food Packaging Design Innovation Study[J].Packaging Engineering, 2012, 33 (10) : 87—89.
- [6] 汤洪泉,臧勇,刘好.功能多元化的绿色包装创新设计研究[J].包装工程,2011,32(24):117—119.
- TANG Hong-quan,ZANG Yong, LIU Yu.Features a Plurality of Green Packaging Design[J].Packaging Engineering, 2011, 32(24):117—119.
- [7] 黄文.以设计的方式重生——试析传统文化符号在视觉传达设计领域的应用[J].美苑,2011(3):101—102.
- HUANG Wen.To Design Ways of Rebirth: Analysis of Traditional Cultural Symbols in the Field of Visual Communication Design in the Application[J].The Court,2011(3):101—102.
- [8] 潘景果.绿色理念下板式家具包装的简约化设计研究[J].包装工程,2012,33(16):123—126.
- PAN Jing-guo.Green under the Concept of Furniture Packaging Simple Design Research[J].Packaging Engineering, 2012,33(16):123—126.

(上接第86页)

经在当下的行销学和体验经济里得到了前所未有的充分认可。成都正努力加快建设中国文化创意产业“鼎立之城”：“美食之都”将提高国际知名度和美誉度,加快文化创意产业整体发展。“美食之都”的称号不能仅仅局限于一个称谓本身,而应以提升整个城市的品牌形象、文化软实力、城市创新能力为根本,寻找多个推进立足点,与其他产业整合推进发展,从而产生良好的经济效益和社会效益。“美食之都”文化建设必须重视基于该国际称号的形象营销推广和全面提升文化体验,重视通过文化创意设计产业的联合交集做大做强,促进城市经济和文化的双赢发展。从根本上讲,才是符合联合国教科文组织“全球创意城市网络”项目的积极本质目的。

参考文献:

- [1] 国家统计局.文化及相关产业分类(2012)[EB/OL].(2012-07-31).http://www.stats.gov.cn/tjbz/t20120731_402823100.htm.
- National Bureau of Statistics of China.Classification of Culture and Other Relative Industries (2012) [EB/OL].(2012-07-31).http://www.stats.gov.cn/tjbz/t20120731_402823100.htm.
- [2] 联合国教科文组织官方网站.Creative Cities Network: Gastronomy[EB/OL].<http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-industries/creative-cities-network/gastronomy/>.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.Creative Cities Network: Gastronomy [EB/OL].<http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-industries/creative-cities-network/gastronomy/>.
- [3] 谢彦君.旅游体验研究:一种现象学的视角[M].天津:南开大学出版社,2005.
- XIE Yan-jun.Tourist Experience Research: a View of Phenomenology[M].Tianjin: Nankai University Press, 2005.
- [4] 林芊.论创新包装设计对产品的增值作用[J].包装工程,2010,31(6):106—109.
- LIN Qian.Added Value for Innovation of Packaging Design[J].Packaging Engineering, 2010,31(6):106—109.
- [5] 杜莉.川菜文化概论[M].成都:四川大学出版社,2003.
- DU Li.Overview of Sichuan Cuisine Culture[M].Chengdu: Sichuan University Press, 2003.
- [6] 尹婷婷.国际美食之都成都综合软实力的标志[N].成都日报,2011-09-30(8).
- YIN Ting-ting.UNESCO City of Gastronomy is a Symbol of Soft Power for Chengdu[N].Chengdu Daily, 2011-09-30(8).
- [7] 曾小清.建设“美食之都”要调好三味[N].四川日报,2011-10-05(2).
- ZENG Xiao-qing.To Construct UNESCO City of Gastronomy Needs to Pay Attention to Three Key Points[N].Sichuan Daily, 2011-10-05(2).