

绿色理念在包装设计中的体现探讨

关晓琳

(洛阳师范学院, 洛阳 471022)

摘要: 从环境问题的角度入手,对包装设计的发展与现状进行了探索与研究。论述了绿色设计的概念,提出了在产品包装中引入绿色设计理念,并从包装结构、造型、材料、生命周期和产品营销5个方面,分析了现代社会对于绿色包装设计的具体要求,从而引导人们深入了解绿色包装设计的新内涵,为树立新的包装设计价值理念提供了可能性。

关键词: 绿色理念; 包装设计; 环境保护; 材料; 生命周期; 应用

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)16-0102-03

Discussion on the Green Concept Embodied in the Packaging Design

GUAN Xiao-lin

(Luoyang Normal University, Luoyang 471022, China)

Abstract: Starting from the perspective of the environment problems, it explored and researched the development and status quo of packaging design. It discussed the green design concept and introduced it in the product packaging, and from five aspects packaging structure, modeling, materials, life cycle and product marketing, it analyzed the specific requirements of the modern society for green packaging design, so as to guide people to understand the new connotation of green packaging design, and provided the possibility for establishing value idea of new packaging design.

Key words: green concept; packaging design; environmental protection; materials; life cycle; application

近些年来,商品的生产者为了最大限度地增加商品的附加值,获得更多的商业利润,商品的包装开始越来越关注促销功能与识别功能。越来越多的过度包装应运而生,在我国城市生活中有1/3的垃圾来源于商品的包装,而在这些包装垃圾中一半以上都属于过度包装。每年全国在包装垃圾上产生的废弃价值高达4000亿元。这些包装不仅仅是对包装原材料的巨大浪费,同时对于这些包装的处理也对环境造成了巨大的污染。

1 绿色设计产生的原因

环境问题一直是人们密切关注的话题。近几年来,伴随着科技的发展和工业水平的不断提高,环境污染问题日益恶化,它严重影响着人们的生活,对人类社会的生存和发展造成了非常严重的威胁。人们在不断

地探索和研究中发现,环境问题并不是孤立的,它与许多其他的重大社会问题都有着密切的联系,环境问题时刻影响着资源和人口两大问题,因此对环境问题的研究和处理成为人类发展的历史长河中不可或缺的一部分。为了有效解决这一棘手的环境问题,人们不能只单纯止步于对资源的保护、节约资源以及创造可再生资源,不可避免的是人们在创造可再生资源的同时也可能使环境污染受到重创。从20世纪90年代开始,伴随着全球性的产业结构调整,人类对环境问题的客观认识也逐步深化,“绿色消费浪潮”的涌现成为必然。人们在一味地追求绿色环保创新的消费浪潮时,环保理念的设计师们却沉着冷静、理性睿智地在思考、探索并逐步实践着,他们注重社会的长久发展,认为设计不仅要在形式上创新,还要符合实际情况。设计师们大多致力于更深层次的发掘与探索现代工业和人类社会可持续发展的关系,“绿色设计”的概念掀开了人

收稿日期: 2013-02-07

基金项目:河南省2012年软科学研究计划项目(122400440162)

作者简介:关晓琳(1980-),女,山东兖州人,硕士,洛阳师范学院讲师,主要研究方向为视觉传达设计。

类社会可持续发展的新纪元^[1]。

2 绿色设计理念的概念和准则

2.1 绿色设计理念的概念

绿色设计理念也称作生态理念、环保设计等。绿色设计理念是指在产品的设计过程中,要合理分析并总结出产品的一系列性能、功用、质地、开发周期以及产品的成本,而对产品是否影响资源和环境更应当作为重点考虑,使得绿色产品较传统的产品在各方面都更具优势,力求在各方面都做到绿色节能环保^[2]。在产品的设计阶段应将环境污染因素和节能减排、不对生态圈造成压力当作首要设计因素,采取合理有效的防污生产措施,减少工业生产中因有害物质的排放给人类的生活环境造成的危害和干扰,减少能源的消耗,并在此前提下尽可能地使用可再生资源或者可循环使用的资源。

2.2 绿色理念包装设计的准则

以人为本的思想是绿色理念包装设计的基本理念,绿色理念包装相对传统包装而言更具有深层次的内涵和人文关怀,它所传递和表达的信息量大且涵盖的范围广。绿色理念以环保、健康为准则,研制出有利于人类社会和谐、高速、健康发展的产品。

3 现代社会对绿色包装设计的要求

3.1 绿色包装的结构

在商品时代的今天,绿色包装以其特有的结构特征赢得初步胜利。在包装的结构上,绿色产品较传统产品的包装而言,使用更方便,搬运更合理,储藏更可靠,解读更方便,它具有传统产品包装不具备的各种优良性能,更好地满足了消费者心理和生理上的需求^[3]。在人类社会高速发展的今天,人们已不能只满足于产品包装的基本性能,更多的人寻求的是心理和生理上的舒适和满足,从中获取更多的益处,当代设计离不开这些因素,或者说正是因为这些因素使得当代产品包装的发展方向更为明确。包装的结构,无论大小都应倾注绿色设计理念,因为产品的结构更能体现产品的好坏和它的优劣。绿色设计理念想要准确地传达产品包装的内涵和信息,必须在它的结构上下工夫,从产品性能、用途以及消费对象方面综合分析和研

究,研制出适合产品要求的绿色包装才是当务之急。

3.2 绿色包装的造型

产品的包装造型属于产品的基本属性因素,也是产品设计中较为重要的方面。现代化的生活使得人们崇尚简约主义,当然在绿色产品造型设计上也融入了简约设计的元素,产品的造型应简单、干净、有内涵,同时简约的产品包装设计也可以减少材料的消耗。使用简单的形状、颜色,做到产品包装外观的简约,在产品的包装设计上力求用最少的基本元素达到最佳的效果^[4]。

3.3 绿色包装的材料

绿色包装材料是顺应社会的需求产生的,人们利用可循环使用的再生资源来制作产品包装,在一定程度上节约了大量资源和成本。开发使用绿色包装材料迫在眉睫,此类材料干净、卫生、无污染。绿色包装材料多使用可再利用的材料,这类材料在使用的过程中应限制材料的种类数,缩减材料的种类可以增加同类材料的使用量,即用种类尽可能少的材料作包装材料,与此同时人们要考虑材料的兼容性,使自然资源被合理的开发利用,并且使得自然资源良性循环。人们对废弃的或者不被重视的自然资源应该合理的开发和利用,比如玉米杆、麦秆等被丢弃的绿色材料,应该根据其特性来设计研制出可利用的绿色包装。使用绿色包装必须确保包装原料的安全化,材料不能含有有毒有害物质,以便在回收以后对废弃包装进行处理,同时制成的绿色包装也要容易分类,以便处理。通常被用来制作绿色包装的材料有以下几种。

3.3.1 可降解塑料

可降解塑料的分子内部结构比较特殊,其化学结构在一定的外界环境下能够发生改变,因此用可降解塑料作产品包装材料不会造成环境污染。可降解塑料包装材料制作简单,降解速度较快,可以通过紫外线的照射、土壤和水中的微生物作用达到降解的目的。通过微生物的代谢作用,可降解塑料包装材料又被还原成简单的化学成分,这种可降解塑料无毒,对人体和人类的生活环境不会造成威胁,当它以新的形式进入到生态环境中后,又可以重新组合,从而被再次利用。现代科技需要以可降解塑料作原料来进行包装的加工、分解、再利用。

3.3.2 可重复再生材料

可重复再生材料具有可重复利用的特点,相对传

统包装材料而言在一定程度上节约了资源,降低了成本。生活中常见的可重复利用包装有盛装各种酒、饮料、食用油等的玻璃瓶或塑料瓶,这些玻璃瓶都可以回收利用,前提是这些玻璃瓶中不能含有金属、陶瓷等其他物质,根据玻璃瓶的颜色可将其进行分类收集,以便再生利用。

3.3.3 可食性材料

作为一种新型绿色包装材料,可食性材料已经在食品方面得到了较为广泛的运用,可食性材料不含有害物质,加工简单方便。可食性包装材料在实现产品包装功能后,也可以将其“废弃物”当作食用原料来使用,体现包装材料的多功能性。可食用包装材料质轻、干净、无毒无味,可随身携带,保存方便。可食性材料的种类有很多,经过一系列的组合、加热、加压等方法制成^[5]。不同产品所需要的可食性包装材料也不同,根据原料的特性将可食性材料进行分类加工,主要的可食性包装材料可分为五大类:(1)淀粉类可食性包装材料。淀粉类可食性包装材料主要成分是淀粉,使用各种天然果实淀粉,再加入天然无毒的植物胶或动物胶以一定的比例制成。(2)蛋白质类可食性包装材料。众所周知,蛋白质具有胶体性质,加入改变蛋白质胶体亲水性的添加剂,制得以薄膜形式存在的包装材料。(3)多糖类可食性包装材料。以多糖食品为原料,利用多糖食物的凝胶作用制得。(4)脂肪类可食性包装材料。由不同来源的脂肪提炼得到相应的包装薄膜。(5)复合类可食性包装材料。复合类可食性包装材料由多种材料组合,采用不同的加工工艺制得。

3.4 绿色包装的生命周期

所有的产品包装都有生命周期,和传统的产品包装生命周期相比,绿色产品包装的生命周期不仅包括从包装设计、制造、装配、运输、使用到变成废弃物为止经历的所有时间,还包括从废弃后到再利用的时间。

3.5 绿色产品的营销

绿色产品从生产者手中到消费者手中所经过的由众多执行不同职能、不同名称的中间商连接起来的通道,通过中间机构进行营销活动,绿色产品应在适当的时间,按照相应的价格进行配送与销售。产品的绿色营销因素体现在消费者购买和使用的时候,企业应该大力宣扬绿色产品较传统产品的优点,让更多的人加入到“绿色消费潮流”中,促进绿色消费^[6]。

4 绿色理念在包装设计中的应用

绿色包装凭借自身独特的文化内涵和多元化的性能占据了很大的市场,它昭示了人类社会的长期的发展过程中,物竞天择、优胜劣汰的必然发展趋势。人们通过匠心独运的绿色设计理念设计出的包装更加简约时尚。就拿绿色包装在食品中的运用来说,绿色食品包装在生活中使用得很普遍,它在使用之后可以通过降解程序再回收利用,对人体的心理和生理机制都没有危害,绿色食品包装设计凸显出经济价值,绿色食品包装是绿色设计理念发展的必然趋势。有的绿色产品包装还可以供人食用,对人体有一定的营养价值。绿色食品包装在讲究环境效益的同时,也体现了产品的经济价值,必将推动“绿色消费浪潮”。

为解决由于人们过度追求产品包装所导致的环境污染和资源浪费问题,即包装中存在的生态学问题,世界环保组织曾呼吁所有人了解绿色包装设计的新内涵,绿色包装设计要减少包装材料的消耗,节约自然资源,包装容器可以经过回收再次填充使用,包装材料具有可循环使用的特性,并且可以在自然界的作用下降解^[7]。

在产品包装中引入绿色理念这一概念,使设计者在产品包装设计中产生许多绿色理念的构想,这种绿色包装不会污染环境,也不会危害人体健康,能循环使用,是一种可持续发展的包装物质。人类的新价值观将会使得绿色设计理念受到全人类的关注,成为人类社会发展的不可缺少的具有深层价值的理念。

5 结语

人类社会快速发展让环境受到了难以复原的破坏,自然资源在人类不断增长的需求中日益减少。环境的资源是有限的,对环境与资源的可持续性利用是人类社会发展的唯一途径。商品的包装作为人类物质需求与消费的一个重要方面,从生产到消费、再到废弃包装的处理,对资源与环境的消耗是巨大。因此,人们必须从包装的结构、装潢、印刷、材料等各个方面入手,对包装中的绿色设计理念提出问题,并找到解决的方法与途径。在资源日益减少的今天,绿色

(下转第114页)

达艺术的再现,才能够使视觉传达的艺术效果最大化,使海报设计中的素材美感得到最大限度的展示,这样也可以将海报中的新鲜创意表达出来。这是因为思维创意的来源和人们的思维模式密切相关,视觉传达艺术是平面设计师将自身的设计灵感驾驭到海报作品中的一个重要途径^[6]。因此,海报设计要有丰富的文化内涵和新鲜的创意,只有这样设计出的作品才赋有时代性和个性。

4 结语

平面设计师往往期望能够在自己的作品中,将自己的一些理念和灵感表达给受众,让受众能够在接收信息的过程中,将自身的一些感受内化为自己的认知水平。平面设计师应根据不同的受众对象,选择使用的视觉传达的艺术设计理念也是不一样的,所以说在进行海报设计的过程中,需要将海报设计中的艺术元素完整地应用到设计作品中去,只有这样才能设计出符合受众心理需要的海报作品来。

参考文献:

- [1] 黄天灵,刘骏.论现代公益海报设计的创意与表现[J].南通纺织职业技术学院学报,2009(2):54—56.

HUANG Tian-ling, LIU Jun. On the Modern Poster Design Creativity and Performance[J]. Journal of Nantong Textile Vocational Technology College, 2009(2): 54—56.

- [2] 王山水.论海报设计中理想与现实的差距[J].大众文艺, 2012(12):63.
WANG Shan-shui. The Poster Design between Ideal and Reality of Popular Literature[J]. Humor and the Humorist, 2012(12):63.
- [3] 胡慧.论中国传统视觉元素在现代海报设计中的象征性运用[J].邵阳学院学报(社会科学版),2010(6):107—109.
HU Hui. On the Symbolic Use of Chinese Traditional Visual Elements in Modern Poster Design[J]. Journal of Shaoyang University (Social Science Edition), 2010(6):107—109.
- [4] 刘琳.论海报广告的设计[J].新闻爱好者,2010(12):84.
LIU Lin. Design on Posters Advertising[J]. Journalism Lover, 2010(12):84.
- [5] 臧蕊.论海报在信息时代的设计特征[D].石家庄:河北大学,2008.
ZANG Rui. On Posters in the Design Feature of Information Era[D]. Shijiazhuang: Hebei University, 2008.
- [6] 闫长胜,冯伟一.跳动的脉搏——论当代海报设计的新趋势[J].美术大观,2009(12):200—201.
YAN Chang-sheng, FENG Wei-yi. Pulse: on the Contemporary Poster Design of the New Trends[J]. Art Panorama, 2009(12):200—201.

(上接第104页)

设计理念与环保设计方法必将是未来设计的大势所趋,产品的包装设计同样也不例外。只有这样,人类才能更好地利用资源,更好地保护环境,更好地让社会可持续发展。

参考文献:

- [1] 刘志峰,刘光复.绿色设计[J].北京:机械工业出版社,1999.
LIU Zhi-feng, LIU Guang-fu. Green Design[J]. Beijing: Machinery Industry Press, 1999.
- [2] 许平,潘琳.现代十大设计理念——绿色设计[M].南京:江苏美术出版社,2001.
XU Ping, PAN Lin. Modern Design Concepts Ten: Green Design[M]. Nanjing: Jiangsu Arts Publishing House, 2001.
- [3] 袁恩培,申兴华.论我国商品包装设计的心理化[J].包装工程,2013,34(4):71.
YUAN En-pei, SHEN Xing-hua. On the Psychology of Product Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2013,

34(4): 71.

- [4] 陈昌杰.绿色包装理念与实践[J].中国包装工业,2013(3):18—22.
CHEN Chang-jie. Green Packaging Concept and Practice[J]. Chinese Packaging Industry, 2013(3):18—22.
- [5] 施苞.可食性包装材料的分类与应[J].中国包装工业,2006(4):40—42.
SHI Bao. Edible Packaging-material Classification and Application[J]. Chinese Packaging Industry, 2006(4):40—42.
- [6] 魏崇金.绿色包装对贸易的影响与我国的对策研究[D].大连:大连理工大学,2006.
WEI Chong-jin. Green Packaging Impact on Trade and China's Countermeasures Research[D]. Dalian: Dalian University of Technology, 2006.
- [7] 黎英.食品包装安全开启的人机设计[J].包装工程,2013,34(4):32.
LI Ying. Food Packaging Safety on Human-machine Design[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(4): 32.