

## 和谐视角下的无纺布包装设计

王超英

(安阳工学院, 安阳 455000)

**摘要:** 从和谐视角出发,对无纺布包装设计进行探究,分析无纺布包装设计的主要缺憾,并针对现今无纺布包装设计的不足,提出无纺布包装设计的建议。

**关键词:** 和谐; 无纺布; 包装设计

中图分类号: TB482 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2013)24-0078-04

### Non-woven Packaging Design under the Perspective of Harmony

WANG Chao-ying

(Anyang Institute of Technology, Anyang 455000, China)

**Abstract:** Starting from the harmonious perspective, it explored the non-woven packaging design, analyzed the main defects of non-woven packaging design. And according to the deficiency of the non-woven packaging design, it put forward the non-woven packaging design proposal.

**Key words:** harmony; non-woven cloth; packaging design

从我国颁布限塑令至今,塑料包装物依然是当前主要的包装物,包装物污染问题仍然很严重。无纺布作为塑料包装物的替代品,历经四年发展,却没能用自身的影响力成为包装物市场的主导产品,由此折射出无纺布包装设计存在的问题。但从目前的文献来看,很少有研究者对无纺布包装设计进行研究,从和谐视角去研究包装设计发展的相关文献更是凤毛麟角,这可能是无纺布包装发展迟滞的一个主要原因。基于此,这里对和谐视角下的包装设计进行系统地分析和研究,旨在为我国无纺布包装设计的发展提供一点借鉴。

### 1 和谐视角与无纺布包装设计

当前环境污染的加剧,使得人们开始关注环境,注重人与环境的和谐发展,和谐成为我国当前建设的主题。从和谐视角下对包装设计进行研究,即包装物作为一种产品的附属物,不仅要满足人们环保需求和审美需求,还要充分体现出产品的文化内涵,从而达到

包装物与环境、人、产品之间的和谐<sup>[1]</sup>。然而,由于塑料包装物的大量使用,我国的塑料包装物污染非常严重,给我国环境带来了极大的压力。在这种情况下,我国于2008年6月1日颁布了限塑令<sup>[2]</sup>。人们开始思考采用替代物来代替塑料包装物,以减轻塑料包装物带来的严重环境污染。无纺布作为一种高聚物材料,融合了纺织物、纸张和塑料的共同特性,且比纺织物造价低廉,比纸张坚韧,比塑料透气性强,抗拉、撕破力较好。用作包装物具有耐久性好,易于折叠,可以反复多次使用等优点。因此,无纺布包装物从环保角度满足了人们的需求,成为了一种新型包装物材料。

包装物与产品的关系实际上犹如人的服装与鞋帽等配饰的关系。一般来说,一个人服装搭配得体,不仅需要衣服合身,而且鞋帽也要配合到位,才能够使得整体服饰达到一种和谐,给人一种美的享受。包装物就是产品的服饰搭配,成功的包装设计不仅能够使包装物体现出一种和谐美,而且还能够使包装物与产品之间达成一种和谐,营造出一种整体的美感<sup>[3]</sup>。无纺布包装设计需要达到的就是这样一种效果。然而,

收稿日期: 2013-01-30

作者简介: 王超英(1979—),男,河南人,硕士,安阳工学院讲师,主要从事包装设计及平面设计的教学与研究。

从实际来看,为了节省成本,当前的无纺布包装设计非常单调,体现不出产品与包装物之间的和谐美,很难满足人们对美的追求,也就难以吸引人们对无纺布包装物进行反复使用。无纺布包装物的这种境况,严重违背了我国采用无纺布包装代替塑料包装的目的,使得人们开始重新审视应用无纺布包装的价值。基于此,对和谐视角下无纺布包装设计进行研究,以便为无纺布包装物的应用提供更为广阔的发展平台。

## 2 从和谐视角看我国无纺布包装设计存在的问题

为了对当前无纺布包装设计的问题进行充分的分析,了解无纺布包装物的利用情况,探清人们对无纺布包装设计的具体看法<sup>[4]</sup>,设计了专门的问卷对河南省 18 个市的 1800 名居民进行了问卷调查。结果发现,在和谐视角下,无纺布包装设计能够根据商品的特性,做到量体裁衣,由于制作方便,无纺布包装一般都能够与商品本身的大小尺寸相吻合。例如无纺布衣柜、无纺布服装袋、装被褥的无纺布袋等,都能够从商品的特点和容量对商品进行适应性设计,从而能够满足商品与无纺布包装间的和谐,然而从无纺布包装的图案设计、色彩设计、无纺布与商品间的协调来看,则存在着以下较为突出的问题。

### 2.1 无纺布包装设计与环境的不和谐问题

经过市场调查和分析发现,河南省居民中有 62.6% 的人承认自己比较偏重于只使用 1 次的无纺布包装,承认自己会使用 2 次无纺布包装的居民占总人数的 25.7%,而真正习惯于使用 3 次无纺布包装的居民只有 10.5%,保持使用无纺布包装 3 次以上习惯的居民可谓少之又少,只有 1.2%。可见,在河南的人们对无纺布包装的使用次数多维持在 1~2 次,应用 3 次以上的居民非常少。由此可以证明,人们对于无纺布包装的应用并没有如国家要求的那样达到重复使用,超过 2/3 的居民把无纺布包装当作了一次性包装,这严重违背了我国应用无纺布包装的初衷。

### 2.2 无纺布包装物设计与人与人之间存在的冲突

经过与部分居民的访谈发现,有 84.7% 的居民认为无纺布包装设计色彩过于单调,很难吸引人们再次利用;有 79.3% 的居民认为无纺布包装设计只有文字,没有图形设计,毫无美感可言;有 77.6% 的居民认为无纺布包装设计与产品本身的文化脱节,根本就没有体

现出产品的个性特征。由此可见,无纺布包装设计由于缺乏美感,难以满足人们的精神需求,使人与包装物之间存在着不和谐因素。

### 2.3 无纺布包装设计与产品之间暴露出的缺憾

通过对无纺布包装设计进行收集和分析,发现市场上很多无纺布包装,没有从产品本身的特性出发进行造型设计,而是毫无差异的选择了几乎完全一致的造型。长方形造型充斥市场,其他造型的设计则非常少见。在选材上,没有根据产品的特点去进行无纺布选材,使得包装物的肌理、色彩难以与产品相适配。在无纺布肌理选材上,很多设计无论产品特性如何,一律选用统一肌理的无纺布作为包装材料;同时,其色彩较为单调,以黑、红、绿三色为主,缺乏其他色彩的运用。在图形设计上,大部分无纺布包装设计都是以产品文字说明为主,或者佐以产品的商标,有的甚至连文字说明都没有,就简单一个产品标识,能够做到图形文字兼备的则较为少见。在体现产品文化内涵方面,无纺布包装设计则存在着与产品脱离的现象,难以从产品本身与设计进行协调处理,无法突出产品的个性。

## 3 和谐视角下进行无纺布包装设计的方式

### 3.1 理顺无纺布包装设计的思路

对于无纺布包装设计者来说,只有充分了解市场,了解消费者的需求,洞察市场上设计存在的问题,才能够避开当前无纺布包装设计存在的问题,针对产品本身的特性,围绕着设计与环境、人、产品的和谐思路去进行设计,必定能够设计出成功的作品。

### 3.2 成功进行无纺布包装设计的建议

1) 设计要善于强化人们的环保意识。为了充分体现无纺布包装设计的环保诉求,利用设计呼唤人们的环保意识。设计者在进行设计时,可以采用环保图形、文字和色彩来凸显设计的环保理念,利用设计强化人们的环保意识,从而使人们形成重复利用无纺布包装的习惯,见图 1。可以看出,作品借助一个循环的图形设计,唤醒人们重复利用包装物的意识,并通过直观的文字明晰地展现出环保理念,同时也借助橙色和环保相结合的包装设计,突出产品的文化内涵。

2) 无纺布包装造型和色彩设计的多样化发展。无纺布具有很强的可塑性,可以根据产品的特性制作



图1 唤醒人们环保意识的作品

Fig.1 Works to awaken people's awareness of environmental protection

出各种造型。因此,在进行无纺布造型设计时,设计者可以根据产品的形状和特性<sup>[5]</sup>,设计出具有产品特色的无纺布包装造型,见图2。4种造型设计形态不一,各有各的特。图2a就根据女装可以随意装置的特点,采用了比较独特的正方形全切角造型,借助细腻的纹理、产品的标志、淡雅的色彩、斜线图形设计形成浑然一体的包装设计,既突出了女装多琳纳品牌简单雅致的文化内涵,也突出了包装设计本身的特色,可谓一个不可多得的设计精品;图2b的设计风格则更像一个手提包的现状,从造型上就能够引起消费者的情感共鸣,且包装色彩一改绿色的浓郁,采用淡蓝色调,使得设计显得娴雅大方,精致的草花图案设计与色彩自然贴切搭配在一起,很容易就能够给人一种爱不释手的感受;图2c作为一款饰品的包装设计,则以书为原型进行造型设计,采用与人皮肤接近的肉色,配上比较婉约的花朵图案,给人一种充分的想象力,宛如饰品已在腕上的感觉,从而彰显出设计与产品的和谐;图2d则采用比较艳丽的大红色,采用正方形的造型设计和白色花朵图案,加上文字广告语,凸显出企业一心为用户着想的企业文化内涵。在色彩的选择上,无纺布包装设计的色彩更加丰富多彩,用不同的色彩烘托出不同产品的感情诉求,来满足人们对无纺布包装设计的多元化需求<sup>[6]</sup>,见图3。无纺布包装设计呈现出不同的色彩设计特点,从色彩的设计凸显出产品呼之欲出的感情色彩,使人对设计本身产生一种亲切感,期望设计成为自身的常用之物。图3a运用白色呼唤一种新的家具风格和居家风格,暗含着家具产品能够为人们的居家生活带来一种清新风,借助花纹图案,构成清新与精致的双重诉求,似乎使人看到了精致的新生活画卷;图3b则借助轻柔的淡青色,似乎在诉说服装的质感,也用花朵图案展现出女装的卓尔不群,别有一番风味,更展现了服装产品本身的品味和

文化意蕴;图3c借用蓝色来烘托男装的庄重,用字母N与圆圈组成的图案表示运动,用英文与横线组成的图案展示闲适,突出了企业以运动与休闲为主打产品的特征,同时也用蓝色烘托出了企业文化的厚重感;图3d则借重自然的木纹色,突出房地产产品龙湖春天接近自然,崇尚本真的风格,通过自然诉求来达到与人们感情的共鸣,吸引人们购买该房地产产品,借助色彩巧妙地获取人们对房地产产品的文化认同。



图2 无纺布包装的造型设计

Fig.2 Modeling design of non-woven packaging



图3 无纺布包装设计的色彩

Fig.3 Color of non-woven packaging design

3) 巧妙运用图形增加设计的审美情趣。随着现代技术的发展,电脑印制图形使得图形清晰度越来越高,图形也变得日益丰富,可以满足人们对高档的外形包装设计的需求。在无纺布包装设计中运用图形,不仅可以揭示产品的特性,还可以增加包装设计的美感,增添设计的审美情趣,从而提高人们对包装的满意度,达到设计与人的和谐性,见图4。在图形设计方面所用的笔墨并不多,但通过适当的图形,形成图形与色彩、文字之间恰到好处的搭配,构成一幅绝妙的包装设计作品。图4a为一款女鞋产品的无纺布包装设计,上部是产品的标识,中间是一双高跟女鞋图案,下边零散围饰上白色的花朵图形,采用黑白红三色,将女鞋的灵秀、雅致与稳定都展示了出来,从而彰显出较为大气的女鞋文化产品风范,也烘托出高跟女鞋的精巧,图形与文字相得益彰,互为补充,为消费者描绘出了产品的个性特征;图4b则采用玫红色,装饰上

竖条形的花边和花纹,中间用花边将产品标识圈饰起来,使得包装设计显得异常娟秀,透出一种无以言表的精致,体现了产品非常温馨细致的文化气息。



图4 包装设计中的图形应用

Fig.4 Graphical application in packaging design

4) 利用设计展示产品的文化内涵。一件好的无纺布包装设计作品,不仅在造型、色彩、图形应用方面都有相应的独到之处,还在于它能够巧妙地借助设计,将企业产品所蕴含的文化内涵展现出来,从而使产品与设计呈现一种协调感,提高消费者的满意度。包装设计对文化内涵的诉求见图5,采用立体图形,展示出一种变换的动态,也隐喻了产品本身紧紧跟随时尚,以时尚为坐标的产品文化特征。作为一种男装品牌的包装设计,该设计采用黑色的基调来宣示男装所给人们的沉稳感觉,借助上半部分的立体格纹图案,将时尚感与动态蕴含其中,采用中英文文字标识与图案、色彩构成整体设计,围绕着企业产品主题对产品本身的文化品位进行中度诉求,展现出产品与众不同的魅力。



图5 包装设计对文化内涵的诉求

Fig.5 Demand of packaging design for cultural connotation

## 4 结语

为了有效提高我国无纺布包装物的应用范围,使其真正成为塑料包装物的替代品,我国工艺设计界应该加强对无纺布包装设计的研究,增加无纺布包装设

计对产品文化内涵的诉求,从而使无纺布包装与环境、人、产品之间达到一种整体的和谐,从而自然地对手工包装物进行多次利用,使无纺布包装成为我国包装物市场的主导产品。

## 参考文献:

- [1] 《中国印刷年度报告》编辑部.走进“限塑令”的理想与现实[EB/OL].科印网.http://www.keyin.cn.  
China Printing Annual Report the Editorial Department.Into the "Limit the Ideal and the Reality of Plastic Bags"[EB/OL]. Keyin.http://www.keyin.cn.
- [2] 杨国新,杨萍.绿色包装设计探析[J].包装工程,2006,27(3):240—241.  
YANG Guo-xin, YANG Ping.On Green Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2006, 27(3): 240—241.
- [3] 张颖.现代包装中的触觉情趣设计[J].包装工程,2007,28(12):257—258.  
ZHANG Jie.Tactile Taste Design in Modern Packaging[J]. Packaging Engineering, 2007, 28(12): 257—258.
- [4] 陈炜.包装设计与消费需求[J].包装工程,2007,28(4):169—170.  
CHEN Wei.Packaging Design and Consumer Demand[J]. Packaging Engineering, 2007, 28(4): 169—170.
- [5] 马婷.现代包装设计的材料与造型研究[J].齐齐哈尔职业学院学报,2008(6):56—58.  
MA Ting.Materials and Other Modern Packaging Design[J]. Journal of Qiqihar Vocational College, 2008(6): 56—58.
- [6] 黎英.应对同质竞争的个性化包装设计[J].包装学报,2010,2(3):54—57.  
LI Ying.Personalized Packaging Design to Deal with Homogeneous Competition[J].Packaging Journal, 2010, 2(3): 54—57.