

# 设计管理在包装设计中的实施

李永慧

(山东工艺美术学院, 济南 250014)

**摘要:** **目的** 研究设计管理在包装设计中的实施过程。**方法** 通过对设计管理的含义、我国设计管理的现状、包装设计的系统性和系统包装专家的缺乏作简要分析,论证实施包装设计管理的必要性。**结论** 进行以消费者为中心的设计咨询与调查,选择合理的设计组织结构,拟定面向消费者的设计策略,展开设计,从经营者角度进行设计稽核,以设计人为导向进行设计沟通,从这6个步骤来研究包装设计管理的实施过程,说明包装设计管理的实施具有重要意义。

**关键词:** 设计管理; 包装设计; 系统性; 实施

**中图分类号:** TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)14-0039-03

## The Implementation of Design Management in the Packaging Design

Li Yong-hui

(Shandong University of Art & Design, Jinan 250014, China)

**ABSTRACT:** It studies the implementation process of design management in the packaging design. Through the analysis of the meaning of design management, the present situation of domestic design management, packaging design systematicness and the lack of systematic packaging experts, it demonstrates that the necessity of packaging design management implementation. It studies the implementation process of packaging design management from developing the consumer-centric design consulting and investigations, choosing the right organization structure design, preparing consumer-oriented design strategy, developing the design plan, design evaluation from the operator point of view and design communication of design human-oriented, to tell the implementation study of packaging design management is very important.

**KEY WORDS:** design management; packaging design; systematicness; implementation

由于社会经济的发展和人们生活水平的提高,包装设计不断受到新材料、新技术、新消费观念和日益激烈的市场竞争等因素的影响<sup>[1]</sup>,传统意义上的包装设计已经不能适应企业及社会的发展。我国的包装设计出现了许多问题,如在包装设计中盲目消费需求的曲意迎合,为追求利润的不择手段与屡见不鲜的“过度包装、奢华包装、盲目包装”等<sup>[2]</sup>。究其原因,现在大多数包装设计缺乏系统、科学、有效的管理,造成盲目、低效的设计和没有生命力的包装产品。设计师必须认识到设计管理的重要性,并努力构建设计管理

文化体系以指导我国的包装设计。

## 1 设计管理

### 1.1 设计管理的含义

自1966年英国皇家艺术协会首度设立了设计管理奖项以来,关于设计管理的概念就众说纷纭,不同学者对设计管理提出了不同的见解与看法,但大都可以粗略归纳为围绕设计咨询、设计组织、设计策略、设

计资源与需求、设计稽核等方面的阐释。

目前,国内比较认可的设计管理定义是:设计管理就是根据使用者的要求,有计划、有组织地进行研究与开发管理的活动,有效地调动设计师的创造性思维,把市场与消费者的认识转换在新产品中,以更合理的、更科学的方式影响和改变人们的生活,并为企业获得最大限度的利润而进行的一系列设计策略与设计活动的管理<sup>[3]</sup>。

设计管理应时代发展和企业管理发展而生,研究的正是如何帮助企业适应市场并生产优秀产品。同时,它也是沟通企业和设计师之间的桥梁,良好的设计管理可以使设计师更好地发挥创造性作用,将企业的理念传达给客户,提高企业的活力和生机。在这个设计日趋重要的年代,企业的成功离不开好的产品,而好的产品必须存活于好的管理环节中。

## 1.2 国内设计管理的现状

造成我国设计落后的原因不是中国没有设计人才或缺少好的设计创意,而是缺乏设计管理的技术和知识。长期以来,一些部门或企业普遍存在着以下情况:(1)设计工程由于缺乏统一的管理而达不到预期的标准和目标,导致设计质量的低下;(2)设计不是由专门人士来负责管理的。

在一些企业中,设计的命运往往掌握在少数几个领导的手中,形成一种设计师负责设计,领导负责审批的局面,使一些真正好的设计仅仅停留在设计师的图板上,难以成为现实<sup>[4]</sup>。国内有一部分企业已认识到设计管理的重要性,并投入了相当大的财力和物力去建设,但是由于设计管理系统理论的缺乏与不完善,且在国内企业尤其是中小企业中的实践应用还不多,没有经验可借鉴,因此目前所谓的设计管理大多还是体现在行政或人事的管理框架下。

## 2 包装设计管理实施的必要性

改革开放以来,我国包装行业得到迅速的发展。就产值而言,我国是仅次于美国与日本的世界第三包装大国,但是我国的包装设计水平与包装大国的身份并不相符。包装设计管理思想上的落后是造成这一局面的主要原因,主要体现在包装设计不具备系统性和缺乏系统包装的专家这两个方面。

### 2.1 包装设计的系统性

大家普遍认为包装设计是容器设计、装潢设计和

结构设计的结合,而事实并非如此,包装设计是着眼于一个过程的整合性设计,它必须考虑商品从生产出来再到消费者手中这个过程包含的所有设计问题和行为,因此,包装设计是一个系统性的设计过程。

包装设计的系统性是指把所有的设计环节整合在一起,全面解决包装在保护商品、方便生产加工与储运消费、回收处理、传达商品信息、提高商品附加值、能动地吸引消费等多方面的问题<sup>[5]</sup>。这就要求设计师要从可持续发展的战略高度对商品进行系统包装设计,系统包装设计的最终目标是设计出集实用性、艺术性、信息性、经济性、工艺性、环保性于一体的优秀包装。

### 2.2 缺乏系统包装专家

在包装行业内,能完成单个包装环节的专家并不少,但是能从产品整个包装系统解决问题的专家则不多,这是因为包装是一个复杂的系统工程,包装管理更是一个典型的系统管理<sup>[6]</sup>。人才是企业的发展之本,为了配合包装行业的发展,包装工程的教育模式也要更新,以培养出企业发展所需的包装人才。

设计管理的教育意识和专业培养目前被国内的很多高等院校所接受,大多拥有设计专业的高校加入了设计管理课程。除此之外,为了更好地实施设计管理,有些学校还对原有的课程安排进行了一些创新性的调整。例如江南大学设计学院创办了将艺术与包装技术和商品营销融为一体的包装系统设计课程,其目的在于打破过去单一的包装装潢设计,改变包装造型结构与包装装潢设计分离的不合理现状,培养能够胜任从包装的整体策划到包装的造型设计、包装的结构设计、包装的视觉设计以及到包装的防护技术等综合性设计的复合型创新人才。

## 3 实施包装设计管理

成功的包装产品开发是一个创新、复杂、变化、循环的过程,参与包装设计的人员分布在企业的每个部门。而设计管理就是确保企业有效地使用设计资源以达到其目标,要想保证设计的质量就要对设计的每个环节进行管理。

### 3.1 开展以消费者为中心的设计咨询与调查

按照客户或公司销售部门提出的包装设计需求,来调查分析产品的特性、产品流通环境、市场定位、包装材料的选用和工艺等资料,以此来判断该设计项目

的可行性,而后即可进行整体包装设计,这是整体包装设计管理的关键环节。

目前,常用的调查方法有市场调查法、SWOT法和设计民族学的咨询法。无论采用哪种调查方法,都需注意以下4点:确定想了解的内容;不搞形式主义;仔细选择调查主题;了解调查的局限性。

在调查过程中,大多数消费者不明白自己对产品包装的哪一点感兴趣,也很少能明确地表达出来。当调查小组讨论调查结果时,通常组长会占据主导地位,参与者在发言时会受到组长的影响。辨别产品包装设计是否成功应该以消费者使用后的体验为基准。

### 3.2 选择合理的设计组织结构

包装设计组织结构的选择在很大程度上影响了包装设计能力的发挥,但在国内,企业对此尚未有充分认识。以“宜家家居集团”为例,在企业发展的不同时期,包装设计组织采用了3种不同的结构,按照时间顺序依次为集权结构(拥有独立的包装设计部门)、分权结构(包装设计职能被分散到各事业部)和集分权综合结构(较分权结构增加了一个专门的包装理念中心)。这3种组织结构在宜家集团的不同时期都发挥了重要的作用,随着集团的扩张以及产品品种的大幅增加,变更不同的组织结构来促进集团的发展<sup>[7]</sup>。

此外,一个组织的结构必须与它的环境相适应。研究证明,组织结构的形式在相当程度上与其所在国家的文化价值观保持一致。如法国和意大利的管理者偏向于设计严格的官僚行政机构,组织高度集权化和正规化;德国人则偏好正规化和分权化的组织<sup>[8]</sup>。

### 3.3 拟定面向消费者的设计策略

包装设计策略筹划一般包括产品的独特定位、设计方案的初稿、环保包装材料的选择、加工工艺的设计和成本估算等。此阶段是整个设计项目实施的基础,在包装设计的创新定位中,选择合理的主题作为诉求点是包装设计的关键。尤其是消费者,更应是包装设计策略管理中关注的重点。

当今社会,消费者对商品越来越挑剔,促使同类产品之间的竞争越来越激烈。美国心理学家马斯洛将人类的需求分为5种不同的层次,大致总结为“求实、求新、求美、求利、炫耀”,这5种需求层次是影响包装设计的主要因素<sup>[9]</sup>。例如,中老年消费者追求商品的实际使用价值,注重商品的质量和效用,讲求经济实惠、货真价实;追求新颖时尚包装的新一代消费

群体则更重视包装在装潢、色彩和结构上的创新。研究消费者的消费心理对于包装设计来说是必不可少的。

### 3.4 开展设计计划

设计方案策划完成后,就需将设计方案加以实施,即开展整个设计计划,实施过程中需协调好人力资源与其他资源的关系。设计实施的内容包括设计图纸的绘制、各项相关标准的制定及包装材料成本核算等,其中各项相关标准包括包装材料性能标准、包装材料加工工艺标准、包装材料性能测试与验证标准等。这些标准有助于客户或销售对方案设计实施的结果进行分析,进一步给出决策。

### 3.5 从经营者角度设计稽核

如何评价一个好包装,加强包装稽核管理尤为关键。而如何把握包装设计方向、引导消费者的消费观念、提高消费者的审美能力则是每位设计师的职责,作为设计管理者更应高度重视。

设计稽核是对设计的检查、控制、评估和审计,对设计活动进行设计稽核并非只是事后检讨或改进性会议,而是一个正式化、文件化以及具有计划性的调查。在设计过程中要进行客观性的检查,如层级是否明确、进程是否合理等,并进一步确定设计活动在组织内部是否被有效地计划与执行,确保设计活动在组织内部遵守所有协议,确定设计输出符合具体的需求,还要对设计相关业务进行检查、分析与评估,并提出问题及结论。

### 3.6 以设计人为导向进行设计沟通

从设计项目的启动、计划到设计人员的参与,再到资源的调配、生产组织、市场营销等不同环节,都涉及到人、物、时、境等问题。要想顺利完成整个过程,人员之间、部门之间就必须有很好的沟通。

包装的主体根据在流通中与其发生关系的不同可以分成经营者、设计师、生产者、消费者、使用者。在包装设计管理中,应该考虑设计者与其他身份的人之间的关系<sup>[10]</sup>。

很多非常优秀的包装设计在其诞生的过程中并没有实施设计管理,但这些优质的设计背后必定有一个负责管理的设计师,他可以在监控全部过程的同时还可以有效地和其他环节人员进行沟通和交流,因此在设计管理中提高人员和部门之间的沟通能力也是

(下接第54页)

- [11] 陈国强.面向工程机械的产品造型设计方法研究[J].装饰, 2013(5):108—109.  
CHEN Guo-qiang.The Design Method of Product Form for Construction Machinery[J].Zhuangshi, 2013(5):108—109.
- [12] 朱彦,于忠海,王廷军.护理机器人的工业设计[J].机械设计, 2010(10):1—4.  
ZHU Yan, YU Zhong-hai, WANG Ting-jun.Research on Industrial Design for Nursing Robot[J].Journal of Machine Design, 2010(10):1—4.
- [13] 刘陇,汤佳懿,高静.基于感性工学工作流程的汽车内饰设计研究[J].现代制造工程, 2010(11):94—98.  
LIU Long, TANG Jia-yi, GAO Jing.Research on Automobile Interior Design Based on Operation Process of Kansei Engineering[J].Modern Manufacturing Engineering, 2010(11):94—98.
- [14] 姚湘,胡鸿雁,李江泳.基于感性工学的车身侧面造型设计研究[J].包装工程, 2014, 35(4):40—43.  
YAO Xiang, HU Hong-yan, LI Jiang-yong.Automotive Body-side Styling Design Based on Kansei Engineering[J].Packaging Engineering, 2014, 35(4):40—43.
- [15] 王怡濛.论感性工学的心理基础:集体无意识[J].艺术百家.2010(7):148—150.  
WANG Yi-meng.The Psychological Base of Kansei Engineering: Collective Unconsciousness[J].Hundred Schools in Arts, 2010(7):148—150.
- [16] 陈雪,张义.基于感性工学的激光打标机外观创新设计研究[J].包装工程, 2012, 33(6):38—41.  
CHEN Xue, ZHANG Yi.Research on the Innovation Appearance Design of Laser Marking Machine Based on Kansei Engineering[J].Packaging Engineering, 2012, 33(6):38—41.

(上转第41页)  
非常重要的。

#### 4 结语

事实上,由于包装设计本身的系统性以及设计管理理论知识和实践经验的不足等原因,在真正的设计管理实施过程中,会遇到很多的阻力和问题。完美的实施过程不可能一朝一夕就能实现,但只要充分认识到设计管理的重要性,并积极学习和应用就能获取优秀的包装设计。加强包装设计管理是提高我国包装设计水平的关键。

#### 参考文献:

- [1] 朱和平.论整合包装设计[J].装饰, 2010(4):125—126.  
ZHU He-ping.The Discussion on Integration of Packaging Design[J].Zhuangshi, 2010(4):125—126.
- [2] 康何艳.在传统吉祥文化内涵引导下的包装设计管理[J].社会科学家, 2007(6):169—171.  
KANG He-yan.Packaging Design Management in the Traditional Auspicious Cultural Connotation[J].Social Scientist, 2007(6):169—171.
- [3] 徐人平.设计管理[M].北京:化学工业出版社, 2009.  
XU Ren-ping.Design Management[M].Beijing: Chemical Industry Press, 2009.
- [4] 刘国余.设计管理[M].上海:上海交通大学出版社, 2007.  
LIU Guo-yu.Design Management[M].Shanghai: Shanghai Jiao-tong University Press, 2007.
- [5] 时晓霞.包装7R原则及其应用[J].包装工程, 2009, 30(7):169—171.  
SHI Xiao-xia.7R Principles of Packaging and Their Applications[J].Packaging Engineering, 2009, 30(7):169—171.
- [6] 张瑞涵,母军.浅析整体包装解决方案中的应用方法[J].中国包装工业, 2013(16):114—117.  
ZHANG Rui-han, MU Jun.Analysis on the Application of the Method of Whole Packaging Solutions[J].China Packaging Industry, 2013(16):114—117.
- [7] 刘勇,李军柱,李帅.包装设计组织结构对于物流绩效的影响分析——宜家家居集团包装设计组织结构变迁及启示[J].港口经济, 2011(7):38—41.  
LIU Yong, LI Jun-zhu, LI Shuai.An Analysis on the Impact of Logistics Performance from the Organizational Structure of Packaging Design: Changes and Inspiration of the IKEA Group Packaging Design Organizational Structure[J].Port Economy, 2011(7):38—41.
- [8] 罗宾斯·P·斯蒂芬,库尔特·玛丽.管理学[M].北京:中国人民大学出版社, 2012.  
ROBBINS P S, KURT M.Management[M].Beijing: China Ren-min University Press, 2012.
- [9] 王嫵舒,郝亚维.浅析包装设计策略[J].设计, 2013(2):94—95.  
WANG Yan-shu, HAO Ya-wei.An Analysis on Packaging Design Strategy[J].Design, 2013(2):94—95.
- [10] 胡俊红.基于设计因缘观念下的包装设计管理探讨[J].装饰, 2010(4):131—132.  
HU Jun-hong.Discussion on Managing Design for Package in Design Karma Ideas[J].Zhuangshi, 2010(4):131—132.