

水平思考法在包装创意定位设计中的应用

陈勇军^{1,2}, 刘小静²

(1. 南昌大学, 南昌 330000; 2. 武汉理工大学, 武汉 430070)

摘要: **目的** 在包装定位设计时提出一种新的设计方法——水平思考法, 帮助设计师能更精准地进行定位, 使产品包装设计取得更大成功。 **方法** 分析传统包装定位设计的不足, 提出水平思考法, 以尽可能多的解决途径来看待问题, 提出具体采用水平思考法的方案图与原则, 并结合国际包装设计大赛杜邦、Pentaward和WorldStar的获奖作品案例来分析水平思考法在包装定位设计中的应用。 **结论** 水平思考法的导入使设计师从新的角度来确定包装设计定位点, 有效帮助创新。

关键词: 水平思考法; 包装定位设计; 杜邦; 世界之星; Pentawards

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)20-0017-04

Application of Horizontal Thinking to Packaging Creative Position Design

CHEN Yong-jun^{1,2}, LIU Xiao-jing²

(1. Nanchang University, Nanchang 330000, China; 2. Wuhan University of Technology, Wuhan 430070, China)

ABSTRACT: Horizontal Thinking Method is put forward during packaging position design to help designers get more packaging accurate position and gain a success in the market. Based on the shortage of current packaging position design, horizontal thinking method is proposed which is a kind of divergence thinking that resolves problems by means of all kind of methods as many as possible. The project and principle of horizontal thinking method are introduced. Afterwards, it analyzes the application of horizontal thinking method in packaging position design combine with international packaging competition awards such as Dupont, Pentawards and WorldStar. By horizontal thinking method, packaging position design will be improved from new aspects and more innovative design will be achieved.

KEY WORDS: horizontal thinking; packaging position design; Dupont; WorldStar; Pentawards

人们在超市里浏览商品时, 平均浏览每种商品的时间约为0.25 s, 这0.25 s常被设计师称为“黄金时间”。包装设计师的任务就是要做到使消费者在这一黄金时间内被包装吸引, 产生兴趣, 从而激发购买欲望并实施购买行为。包装创意定位设计便是实现这一任务的关键一步。越能准确确定设计方向与设计突破口, 最终的设计会越成功。

1 常规包装定位设计

包装创意定位设计是指根据商品的属性、档次、

销售地区、对象等, 决定设计因素和格局, 以创新的形式与手段寻找最优的设计定位点。国内外对定位设计的研究较早, 大量文献及书籍已确定常规的定位设计方法^[1-3]。这些定位设计包括3个方面: 品牌定位、产品定位与消费者定位^[4-6]。品牌定位又分为品牌的色彩、图形与文字定位; 产品定位分为产品产地、产品特色、产品用途、产品档次。常规包装定位设计思考法见图1, 定位设计时进行品牌定位、产品定位以及消费者定位, 沿着这种思路展开, 自上而下进行思考, 是对旧的经验 and 知识的重新组合来产生创意。由于3个定位点是从品牌、产品本身以及消费者出发的, 与包装

收稿日期: 2015-06-01

基金项目: 湖北省普通高校人文社科重点研究基地巴楚艺术发展研究中心项目(2015KF02)

作者简介: 陈勇军(1978—), 男, 湖南人, 武汉理工大学博士生, 南昌大学讲师, 主要从事包装创新设计、产品设计方面的研究。

本身的各种因素没有关系,因此定位点的范围较窄,不能有大的突破,造成设计结果雷同。

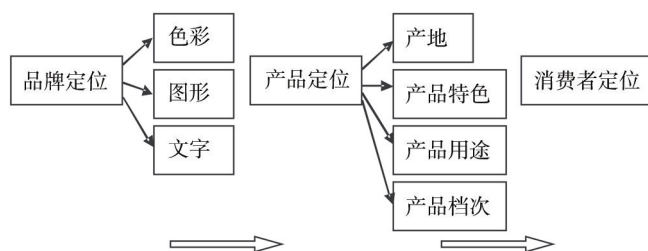


图1 常规包装定位设计思考法

Fig.1 Conventional thinking of packaging position design

2 水平思考法

水平思考法^[7]是英国心理学家爱德华·德·波诺针对逻辑思维提出的思考法,也称为发散式思维法。逻辑思维也叫作垂直思维,是以逻辑与数学为代表的传统思维模式,是根据前提一步步进行推导的;而水平思考法并不过多考虑事物的确定性,而是考虑它多种选择的可能性,不是为了完善旧的观点,而是为了提出新观点;不是追求正确性,而是追求丰富性。

在包装定位设计中,需要通过各种已经收集到的市场调查信息与数据,提出各种设计创新点与设计定位点,这时采用水平思考法来寻找创意点十分有益,因为水平思考法更多集中在包装中而不是商品本身。应用水平思考法的包装定位设计方案见图2,首先将包装定位点分为七大类,即艺术性、结构、材料、功能、环保、便于加工、减小成本。每一类再进行细分:艺术性由图形、文字、色彩、造型等组成;材料可分为纸、塑料、玻璃、金属、复合材料等;功能分为扩展功能、方便易用、特殊功能、卫生安全等;环保可分为有效回收、可再生材料、油墨环保等。每一大类下的小类可任意组合,如图2箭头所示,便可产生丰富的设计方案,如方案一:艺术性——结构——纸材料——扩展功能——有效回收——便于加工;方案二:造型——结构——塑料——特殊功能——有效回收——减少成本等。理论上这些方案有 n^n 种,通过针对商品的特性反复比较各部分的优劣,可得到最优、最有创意的定位设计方案。

水平思考法使设计者头脑更灵活,能从多种不同的视角来看待问题,并能发现好几种方法来解决同一个问题。当常规的垂直思考不能得到很好的解决方案或者缺少新的创意时,水平思考就大有用武之地,同时,这两种思考方法还可以综合使用。国外包装设计也非常注重新的设计定位方法的发现^[8-9]。

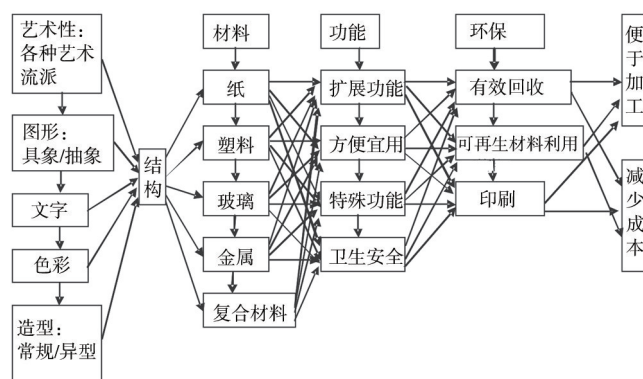


图2 包装定位设计方案

Fig.2 Packaging position design

3 水平思考法的原则

3.1 意识到支配性观念是什么

在设计时,首先会被商品原有的包装形式所限制而给自己一个边界,如白酒包装设计,支配性观念一定是长方形纸盒结构,甚至尺寸都已经被固定好。这种思维会限制创意方案的提出,因此,一开始必须意识到哪些观念处于支配性位置,就可以给自己一个提示,在后面的定位设计时避免被它们所束缚。

3.2 避免僵化的分类和名称

有时候分类及名称被固定反而容易影响思路,要避免这种影响,一个很有效的技巧就是将问题的各个组成部分分解成更小的部分,然后再把这些更小的部分重新组合成更大的元素。事物关系的知识储存越大、运用得越游刃有余,看待问题的方式以及分解事物的方法也就越具有原创性。比如在结构部分还可以分得更细,并可将纸材料与结构相结合,分为纸板、纸箱等,纸板又可以分为折叠纸盒与粘贴纸盒等;特殊功能上可以根据消费者的不同分为男性使用功能、女性使用功能、成人使用功能、儿童使用功能、老人使用功能、左撇子使用功能以及盲人使用功能等。分得越细,得到的组合方案越多。

3.3 用不寻常的方式看待事物

消费者越来越喜欢新颖独特的包装,越来越追求个性和环保^[10]。当设计方案中没有明确最佳方案时,还需要继续大量运用水平思考才能发现那些还没有被发现的潜在优质方案。

常规啤酒包装采用冠帽式领开口结构,必须使用启瓶器,有时会给消费者带来不便,为此,将其改为螺

旋式开口方式,并且在瓶底部设计一凹坑与瓶盖形状一样,用于帮助人们轻松打开瓶盖,不需要工具,而且生产成本也不会增加。

3.4 类推

类推是打破看待事物既定方式的一种技巧,把一个情况中的关系转移到另一个情况中去。这样,一个抽象的情况就可以得到具体的类推。比如目前大多饮料瓶采用的PET材料,在设计啤酒包装时,能否将饮料瓶包装材料类推到啤酒包装瓶上去?结论是肯定的,目前已经有啤酒企业采用PET材料代替常规玻璃材料用于其包装中^[10]。

4 水平思考法在包装定位设计中的应用

4.1 杜邦创新包装奖获奖作品分析

杜邦创新包装奖获奖作品见图3(图片摘自杜邦官网),美国卡夫新款沙拉酱包装在不改变材料与品牌的情况下,通过节省塑料材料,减少能源消耗,让消费者能更便利地开口的同时还便于持握,见图3a。它所使用的水平思考法为造型(减少材料用量)——方便宜用——减少成本。

英国、澳大利亚及瑞士的可生物降解的巧克力包装,其内包装采用了可用于家庭堆肥的、以植物为基础的Plantic塑料,见图3b。它所使用的水平思考法为材料(可生物降解材料)——环保(可降解)。

巴西的盒中袋装水包装,用环保经济的盒中袋装水来代替现在的瓶装水,可降低成本,外盒纸材料可回收,内部塑料袋可回收再制作其他塑料,见图3c。它所使用的水平思考法为材料(纸+塑料)——环保(可回收)——成本减少。



图3 杜邦创新包装奖优秀获奖作品
Fig.3 Excellent packaging designs in Dupont

4.2 2014 Pentawards 获奖作品

中国潘虎包装设计试验室专注于将中国传统文化与西方现代设计风格相融合,每一个作品都融合了

中国优美的文化元素,独具大师风范,他为中国云烟设计的“神秘花园”见图4(图片摘自 Pentawards 官网)。他应用的水平思考法为艺术性(中国传统文化与西方现代设计风格相融合)。

4.3 2015“世界之星”主席奖获奖作品

磁盘包装见图5(图片摘自 WorldStar 官网),采用可循环纸板,结构一纸成型,便于制造加工,成本低,盒体无印刷,商品信息采用灰白色,印在封胶上,封胶集封口与传递信息于一体,节省了大量加工成本,极大减少了对环境的负面影响。该设计所使用的水平思考法为结构(一纸成型)——方便宜用——盒体无印刷——节能环保。



图4 “神秘花园”
Fig.4 "Secret Garden"



图5 磁盘包装
Fig.5 Plates packaging

4.4 牛奶系列包装

武汉理工大学包装工程专业学生设计的牛奶包装,见图6。结构上采用多增加一层夹层,像一个口袋,可以在上面夹一些装饰品,如卡片、夹子,以增加整个包装的趣味性;采用不印刷方案,只设计精华标贴,以达到简洁的艺术效果,同时由于减少油墨的使用显得包装对环境十分友好。该设计使用的水平思考法为结构——艺术性——无印刷环保。



图6 牛奶包装
Fig.6 Milk packaging

5 结语

水平思考法是一种意识、一种实践,而不是一个突如其来的意外,需要设计师平时大量的观察、思考

与积累。水平思考法通过用一种全新的方式重新组合旧信息,从而产生新的创意。反复运用这种方法,可以得到更好的包装定位创新,创造出更美、更环保、更能满足人类需求的包装。

参考文献

- [1] 魏洁.包装装潢设计[M].北京:中国建筑工业出版社,2011.
WEI Jie.Packaging Design[M].Beijing: China Construction Industry Press, 2011.
 - [2] 周博.商品包装中的定位研究[J].包装工程, 2015, 36(10): 97—100.
ZHOU Bo.Position Design in Commodity Packaging[J].Packaging Engineering, 2015, 36(10): 97—100.
 - [3] 徐丰.浅谈消费文化与包装定位设计[J].包装世界, 2014(3): 18—19.
XU Feng.Brief Talk about Consumer Culture and Packaging Position Design[J].Packaging World, 2014(3): 18—19.
 - [4] 马云.包装设计与市场调研策略[J].中国包装, 2013(10): 28—33.
MA Yun.Packaging Design and Market Survey Strategy[J].China Packaging, 2013(10): 28—33.
 - [5] 梁雅明.定位时代下巧克力产品包装设计[J].包装工程, 2013, 34(9): 9—12.
LIANG Ya-ming.Packaging Design of Chocolate Products under the Age of Position[J].Packaging Engineering, 2013, 34(9): 9—12.
 - [6] 张禹.浅议包装可持续设计的定位原则[J].中国包装工业, 2014(8): 25—28.
ZHANG Yu.Brief Talk about Position Principle of Packaging Sustainable Design[J].China Packaging Industry, 2014(8): 25—28.
 - [7] 德博诺.水平思考的力量[M].北京:中信出版社, 2009.
DEBONO.The Power of Horizontal Thinking[M].Beijing: China Citic Press, 2009.
 - [8] MARIANNE R.Packaging Design[M].USA:John Wiley & Sons, 2013.
 - [9] FUENTE J.An Affordance Based Methodology for Package Design[J].Packaging Technology and Science, 2015(2): 157.
 - [10] 韩旭.蛋糕礼盒设计的视觉体验与消费导向的互动性[J].包装工程, 2014, 35(10): 107—111.
HAN Xu.Visual Experience of Cake Packaging Design and Interaction of Consumption Guidance[J].Packaging Engineering, 2014, 35(10): 107—111.
- ~~~~~
- (上接第4页)
- 程, 2014, 35(8): 18—20.
LI Peng-bin.Application of Traditional Cultural Elements in Modern Packaging Design[J].Packaging Engineering, 2014, 35(8): 18—20.
 - [2] 张宪荣.设计符号学[M].北京:化学工业出版社, 2004.
ZHANG Xian-rong.Design Semiotics[M].Beijing:Chemical Industry Press, 2004.
 - [3] 戴丹丹.探析自然元素在包装设计中的应用[J].装饰, 2010(2): 135—136.
DAI Dan-dan.Analysis of the Application of Natural Elements in Packaging Design[J].Zhuangshi, 2010(2): 135—136.
 - [4] 张如画.现代艺术与设计中的视觉语言表现与多样性变化[J].东北师大学报, 2010(1): 131—135.
ZHANG Ru-hua.Visual Language Performance and Diversity in Modern Art and Design[J].Journal of Northeast Normal University, 2010(1): 131—135.
 - [5] 齐伟民,孙彩虹.探析曲线艺术形态在明式家具造型设计中的运用[J].艺术科技, 2015(6): 235—236.
QI Wei-min, SUN Cai-hong.Research on Curve Application in Ming Style Furniture[J].Art Science and Technology, 2015(6): 235—236.
 - [6] 张凯.传统民间造物艺术在本能水平情感化设计中的应用[J].包装工程, 2014, 35(20): 71—74.
ZHANG Kai.Application of Traditional Folk Creation Art for the Emotional Design of Instinct Level[J].Packaging Engineer-
 - ing, 2014, 35(20): 71—74.
 - [7] 张帆.从北京城中轴线看中国设计审美观的演变[D].北京:北京理工大学, 2014.
ZHANG Fan.Development of Chinese Design Aesthetic Concept from the Perspective of the Beijing City Axis[D].Beijing: Beijing Institute of Technology, 2014.
 - [8] 刘牧原,辛艺华.汉漆器云气纹饰的审美特征[J].装饰, 2010(5): 72—73.
LIU Mu-yuan, XIN Yi-hua.The Aesthetic Feature of the Whorling Grain on the Lacquerwares of the Han Dynasty[J].Zhuangshi, 2010(5): 72—73.
 - [9] 阿恩海姆·鲁道夫.艺术与视知觉[M].长沙:湖南美术出版社, 2008.
ARNEHEIM R.Art and Visual Perception[M].Changsha: Hunan Fine Arts Publishing House, 2008.
 - [10] 赖亚楠.设计的文化价值和文化的系统[J].包装工程, 2014, 35(14): 137—140.
LAI Ya-nan.Cultural Value of Design and Cultural System of Society[J].Packaging Engineering, 2014, 35(14): 137—140.
 - [11] 王金广,禄璟.基于海南文化的旅游纪念品设计研究[J].包装工程, 2013, 34(20): 99—102.
WANG Jin-guang, LU Jing.Research on the Design of the Tourist Souvenirs Based on the Hainan Culture[J].Packaging Engineering, 2013, 34(20): 99—102.
- (注:成都理工大学吕中意作品见封二)