现代包装设计的生态观对生活观念的影响

郑灵燕
（四川建筑职业技术学院，德阳 618000）

摘要：目的 分析现代包装设计生态观念的内容和特点，研究其对生活观念的积极作用。**方法** 归纳现代包装设计生态观念的重要原则，分别阐释其详细内容，再从文化观念方面研究其积极的人文影响。**结论** 现代包装设计生态观倡导单纯、朴实的审美意识，力图通过消费和审美的引导，重塑理性、健康的消费及审美文化心理，让生态观念成为牢固的文化意识，推动人类社会的健康发展，具有积极的现实意义。

关键词： 生态观；包装设计；文化心理；生活观念
中图分类号： TB482 **文献标识码：** A **文章编号：** 1001-3563(2015)20-0112-05

Impact of Ecological Concept of Modern Packaging Design on Life Concept

ZHENG Ling-yan
（Sichuan College of Architectural Technology, Deyang 618000, China）

ABSTRACT: It analyzes the contents and characteristics of t ecological concept of modern packaging design and researches the positive significance of life concept. It induces some important principles of ecological concept of modern packaging design, then separately explains the detailed content, and affirms its positive significance from the aspects of ecological culture idea. The ecological concept of modern packaging design advocates simple, homely aesthetic consciousness. Through consumption and aesthetic guidance, the rational, it can remold the healthy consumption and aesthetic cultural psychology and let the ecological idea become a strong cultural consciousness to promote the healthy development of human society. It has a positive practical significance.

KEY WORDS: ecological concept; packaging design; cultural psychology; life concept

随着工业进程的加速和消费水平的提高，产品包装越来越复杂、越来越“讲究”，不仅对资源、能源造成了很大的浪费，随之而来的废弃物因回收率低、分解度低对环境造成了很大的污染，带来严重的生态问题。据统计，中国每年的包装废弃垃圾占生活垃圾的1/3，带来的环境污染仅次于水质污染、海洋、湖泊污染和空气污染。“生态建设”已成为社会的历史责任，包装设计的生态观通过产品消费影响着现代生活观念。

1 包装设计的生态观

包装的生态设计观是以生态的审美为理论指导，遵循“尊重自然、生态优化”的原则，将传统、现实、未来联系在一起进行整体思考，用自然的、和谐的、生态的理念来协调人与设计、人与自然环境、人与未来的关系，力求人与自然和谐相处，使包装设计的理性与艺术的感性和谐统一。生态设计观要求现代包装设计在材料选用、造型设计、功能、艺术性方面注入生态的思考，将包装设计的“人性观念”拓宽、延伸到人类的生存与健康范畴[1]。因此，生态的包装设计必须建立新的设计原则。

1）实用原则。包装设计要求在材料应用、包装方法上注重节约，反对“过度包装”，力求实用，提倡节约能源、减少资源消耗，促进优化经济效益、社会效益和

收稿日期： 2015-06-17
基金项目： 2013-2016年四川省高等教育人才培养质量和教学改革项目(14SA0228).
作者简介： 郑灵燕(1970—)，女，重庆人，硕士，四川建筑职业技术学院副教授，主要研究方向为美术学和艺术设计。

生态效益。

2）和谐原则。包装设计要求与自然环境、社会环境和谐，从“原材料开采”到“材料生产”到“产品生产”，再到“包装使用”、“废弃物回收或再生产”以及“循环再利用”，都以环境和资源保护为核心，降低资源和能源消耗，防止环境污染。

3）科学原则。包装设计必须有效利用新材料、新技术，对包装的各阶段进行总体设计和合理规划，促进包装设计的合理发展。

4）简约原则。在重视包装对生态环境的影响下，提倡简约、朴实的设计风格，解决包装功能与艺术形式感简约结合的问题，引导理性消费和健康的生活方式。简约的包装设计风格，代表着时代的审美倾向。

包装设计的生态设计观体现了人类对现代化生产及消费理念的反思，希望重塑健康、理性的消费及审美文化心理，这就要求现代包装设计必须在产品设计和消费引导两个方面都承担起节约资源和保护环境的重要职责。

2　生态设计观的体现

包装设计的生态观体现在包装选材、设计、生产、消费、回收的各个环节，这里归纳成材料和设计两方面来综合讨论。

2.1　生态材料的合理利用

包装材料的合理利用一是要避免生态材料的过度浪费，二是要控制废弃物的污染，做到有效回收。

2.1.1　节约资源，保护环境。

由石油等提炼物加工而成的化工产品，比如各种塑料，不仅耗费不可再生资源，还因为不能有效回收、不能自然分解、含有各种毒素而成为污染最重要的祸端。对于可反复回收的材料，比如玻璃、金属等材料，因为属于非再生资源应该节约为主，健全回收再利用机制。

原生态材料具有无害、无污染、便于分解或回收等特点，利于生态环境的保护，例如棉、麻、竹、木材、藤等，加工做成的纸张、纸板等因为回收方便，可以重复利用而成为环保的主力，但是原生态材料的运用存在两个误区，一是木材等原生态材料作为生态环境的一部分，过度利用会使生态失衡；二是原生态材料本身就具有美感，例如竹筒竹篮、藤编、木盒、木箱、麻袋等，这种包装如果不能有效回收，废弃量过大势必带来环境的分解负担而影响生态。因此应该保护性地使用原生态材料，合理利用纸张、纸板等生态产品。

随着科技的进步，新型环保材料得到很大突破，天然高分子型生物降解材料可以广泛运用到食品等包装设计上，主要种类有：淀粉类生物高分子合成材料、植物纤维材料等生物材料。

普通植物中提取的纤维组织，可以合成新的包装材料。生物淀粉通过改性使其具有热塑性能，从而加工成各种容器，例如餐具、包装袋等，这种材料能在自然环境中完全降解，还可以食用或回收做饲料，避免了环境污染。以农产品蛋白质为原料生产的“第二代生物塑料”[2]产品，通过堆肥能够完全生物降解；针对高温、潮湿的应用环境，用“改性”来提高生物塑料的性能[3]，解决降解、环保的问题，为生态包装提供了保障。

2.1.2　注重回收，拒绝污染

包装设计在符合生态发展规律的基础上必须考虑到环境的可持续发展，需要把目光扩展至包装的整个周期作统筹的思考，也就是“在设计阶段并行考虑生产、运输、销售、消费、回收阶段的相关环境保护措施”[4]。

无论哪种材料的使用，都要耗费自然资源，都要影响生态环境，如果包装设计的材料选择尽量使用可降解或具有再生性的原料，那么材料在循环利用过程中就可以尽量减少对资源的浪费、减轻对环境的负担、降低对自然的破坏。合理、适度地使用材料（即减少材料消耗、考虑回收、循环使用，以及废弃处理方式），必须科学选材、科学用材、科学规划。

在发达国家，管理条例细致到回收某个废弃物上，比如：购买产品要缴纳一定百分比的废物回收费，用于支付回收公司的费用；饮料瓶在自动回收机上能以投入形式回收并得到回收报酬；垃圾分类投放已形成自觉意识，有毒物质的不规范投放会被罚款等。中国也应该出台相应的法规细则及奖惩制度来约束生产、消费和回收，保障生态观念在大众意识层面的固化，除此之外，还应该鼓励加大环保材料的研究和使用，使新型环保材料的生产得到保证。

2.2　提倡简约的设计

“简约”是一种态度和责任，是对保护人们赖以生存的物资环境的意识的反映，同时“简约”是一种设计文化，在倡导人与自然和谐发展的观念中，逐渐形成了的一种新的设计思想，其简洁的图形文字、单纯素雅的色彩、有序的版式设计和舒适的造型给人一种朴实、自然的雅致之美。“简约”并不等于简单，而是通过精心设计，去掉多余、繁杂的装饰，将细腻、温情融入

简练的造型和图案中，考究的工艺决定了质量和品位。简约的设计意识有助于推动对包装材料、能源的保护使用和对包装污染的控制。

2.2.1 图形的简洁

商标、图形、文字和条码等是包装设计的主要构成要素，简练的结合方式，恰当表达产品信息，给人以清新、纯净之感。无需花俏、缤纷的色彩，简洁、明快的图形更方便快速识别，更能准确快速地宣传产品、传达信息，见图1（图片摘自Arting365创意图库网）。

包装图形的简约设计多采用归纳、意象、抽象等符号化、单纯化的视觉图形，通过比喻、象征、夸张等表现手法突出商品的特征，无论“具象”和“抽象”的图形，都需要提炼、归纳，在简洁、明快中更具有强烈的视觉张力，同时，越简单的图形印刷成本越低，对资源的消耗越小，如图1中的两个标志设计，无论是标志本身还是应用方式，都简练大气。

2.2.2 文字的简练

文字作为包装设计的视觉元素，不但要求能够准确传达商品的信息，而且必须具有视觉美感，给人以美的享受。简约包装倡导文字设计的可读性、精炼性和形式感，反对过多装饰，见图2（图片摘自Arting365创意图库网），简练的文字一目了然，具有很强的识别性和现代感。实际上，简约的文字设计不但具有形式美感，还可以具有丰富的人文内涵，比如中国书法就具有独特的气韵和东方精神。

图1 国外简约标志设计

Fig.1 Foreign simple logo design

图2 饮料的简约包装设计

Fig.2 Simple beverage packaging design

2.2.3 色彩的素雅

色彩是商品包装设计中的重要视觉元素，不仅美化商品包装，而且在商品营销过程中也有着不可忽视的作用。简约包装的色彩设计主张用色单纯，避免复杂的色彩，常常选用本色、单色、两套色、三套色，在搭配时要么用同类色协调组合营造温和、典雅，要么用补色对比、点缀，形成强烈视觉冲击，给人活泼、动感，简约的色彩强调意念和情感，创造、设计出清新、典雅或朴实、大方的包装效果。同时，包装色彩的单一性可以减少印刷工序，降低能源消耗和油墨浪费。

素雅、单纯的色彩具有独特的魅力，使人心境纯化而满足。简约包装设计见图3（图3a摘自美术视界网，图3b摘自武汉美术网），两者都是采用单纯的黑底，不光文字简练、醒目，用色极简，却彰显高贵品质。

a b

图3 简约包装设计

Fig.3 Simple packaging design

2.2.4 版式的简约

简约不是简单，简约包装的版式倡导高度概括、精炼，合理、巧妙的组合，主张大量运用空白，保留材料本来的颜色，于朴素中透出雅致和讲究。简约的版式并不代表简单，而是利用精炼的信息传递出耐人寻味的意境，给人整洁有序的印象。所谓“五色令人目盲”，花俏的版式使人眼花缭乱，纷繁中传递出无序感，简约的理念具有经济适用和节约资源两个方面的含义，更具有大方和洒脱的气质美。

2.2.5 造型与结构的简约

合理的造型与结构不但能够保护商品，还能降低生产成本，简约化的包装设计秉承简约、大方的基本要求，充分研究包装造型和结构，力求达到合理化与简易化，见图4–5（图4摘自站酷网，图5摘自中国设计网）。简约的包装设计每年能节省超过60%的纸张、水、能源、燃料的消耗，将对资源和环境的保护起到明显的作用。

图4 伏特加的简约包装设计

Fig.4 Simple Vodka packaging design

图5 印度小吃的简约包装设计

Fig.5 Simple Indian food packaging design

简约设计大师拉姆斯认为优秀的设计是简洁的、

诚实的、实用的、关注环境的[5]。简约的设计观提倡环保、人性，由此而形成了一种新的消费方式和审美观念。现代包装设计的成就突出地体现在对消费者意识的作用上，只要设计师心中有生态的设计意识，就会通过产品的包装形式传递生态的消费观念，虽然消费观是社会性的概念，但包装生态观对消费观的影响是直接的和潜移默化的。

3 生态设计观对生活观念的影响

3.1 引入和谐发展的理念

生态包装以和谐、美妙为目的，以人的视觉美感和心理体验为中心，通过简约、精致的设计，于朴实、简练中创造大方和优雅，遵循环保、生态、可持续发展的特点，力求人与自然和谐共生，体现了和谐的文化观和生态观。

生态包装设计致力于“人、环境、商品”的最大和谐：与人和谐，是指包装设计有利于人的使用和心理需求；与环境和谐，是指降低材料、能源的消耗及环境污染以达到环保的目的；与商品和谐，是指包装的简练、实用，准确传达商品的信息，兼具美感。这种和谐承载了人们对包装审美情趣的提高、设计文化的丰富以及科技的发展、人文艺术的繁荣[6]。

生态包装的责任是从文化心理和消费的角度协调人与环境的和谐关系，反思人们的设计理念和生活方式，重塑生态设计观念，使包装设计从片面地功利主义转变为生态、和谐的观念。和谐的设计理念影响和促进了和谐的消费意识，使保护生态环境的意识融入到生活和消费之中，在思想意识层面固化下来还需要文化宣传和政策法规的约束。

生态包装的生态发展意识的目的在于帮助人们正确处理、利用自然与保护自然的关系[7]。对自然的合理利用与合理开发，推进可持续性生态建设，这种共性文化的发展要求包装设计的现代化变革起到促进经济、环境和社会效益统一协调的作用，使包装设计从形式到内涵都对人们的思想意识起到积极的引导作用。

3.2 强调自然的审美观

在保护生态成为社会责任的时代，自然的审美越来越受到重视，不仅是对绿色食物、生态蔬菜的青睐，关键是亲近自然、回归自然怀抱的心态越来越得到推崇和肯定。“自然的审美”不仅仅是生态的代名词，更是审美文化的概念，在设计上体现为摒弃繁复的装饰，反对造作，提倡朴实、简练、大方、自然。

在生态的审美过程中，是将生态审美意识转化成一种对自然的审美心境的期待，使人们体会到自然的生命之美和无限的感动。朴实、自然的包装形式，往往赋予产品包装独特的生命力，悄悄拉近人与自然的距离，亲切而迷人。生态包装设计将人类的生活尽量与自然匹配，将文化与生态合理结合，表达了人们渴望回到生气蓬勃的绿色家园，享受自然生态美的愿望。

马斯洛说：“人是自然的一部分，自然是人的一部分[8]。”生态包装设计尊重自然，强调人与人、人与社会、人与环境的共生、共存的关系，希望从心理上满足消费者的怀旧情绪及渴望亲近自然、回归乡村以及追求生活之美的质朴情感[9]。

不同的时代有不同的审美，审美意识与社会实践发展的水平有关，并受社会制约，随着当代社会的环境问题日益严重，审美意识融入了生态的概念，成为环保的重要内容，当这种生态的审美意识成为人类的一种文化修养时，生态观念就会成为一种自觉，在这个意识上，包装设计起着举足轻重的倡导和引领的作用，使人们的生态观念从审美层面得到觉悟。

3.3 树立健康的生活观念

健康的、可持续的生活观念基于自然环境的良性存在，需要人们从意识层面深刻认识并自觉调整。简洁明快的包装，倡导了自然、简约、大方的生活方式，促进了对自然生态环境的保护和合理利用。

美国批评家施瓦布说：“生态批评是一种文化批评，是对人类过分索取自然的意识形态的批判，关心生命、关心健康、关心生存环境是每个人的责任，都有义务对不利于生态环境的行为和意识进行抵制和批判，这种态度有利于生态意识的自省、自觉。”包装的生态设计遵循简洁、质朴的风格，于朴实、含蓄中蕴涵着洒脱和大度，简练和单纯透出超然的心境和情感，体现了心境的纯化、心态的朴实，得到清新、愉悦的体验，回归朴实、健康的生活。用包装影响人类，以一种积极的方式提高生活质量，是使人类生活更美好的心血结晶[10]。

消费观念、生活观念是一种文化，随着人们思想认识的变化而不断变化，包装设计的生态观念最重要的价值是创造健康的消费方式与生活观念，以此帮助人们建立生态意识，推动生态建设的顺利进行。生态设计观念用实实在在的包装语言讲述生态的道理，引领社会生活的健康和谐发展，包装从业者的责任是将健康理念贯穿到生活的方方面面。

4 结语

实用、和谐、科学、简约的包装设计生态观念，是对现代化生产及消费理念的反思，是用生态的观念来重新审视人们的意识，激发创造的智慧，努力建立人与自然之间良性关系，以建立美好的物质家园和精神家园。包装设计的生态观在探求人与环境的和谐关系的同时，倡导单纯、朴实的审美意识，通过消费和审美的引导，重塑理性、健康的生活观念及审美文化心理，让生态观念成为牢固的文化意识，推动人类社会的健康发展。

参考文献：

[1] 郑灵燕.现代包装设计创新思维方式的研究[J].包装工程，2014，35(22)：12.
ZHENG Ling-yan.Research on Innovative Ways of Thinking for Modern Package Design[J].Packaging Engineering，2014，35(22)：12.

[2] VERBEEK C.Recent Developments in Thermo-mechanical Processing of Proteinous Bioplastics[J].Recent Patents on Materials Science，2009(3)：171—189.

[3] SONG F.Biodegradable Soy Proteinisolate-based Materials：Areview[J].Biomacromolecules，2011，12(10)：3369—3380.

[4] 刘亦文，胡宗义.我国低碳包装发展机制与体系研究[J].包装工程，2012，33(7)：140—145.
LIU Yi-wen，HU Zong-yi.Study on Development Mechanism and System in Low-carbon Packaging Industry[J].Packaging Engineering，2012，33(7)：140—145.

[5] 邱志茹.回归淳朴的简约包装设计[J].中国包装，2014(2)：32.
QIU Zhi-ru. Return to Ancient Simple Packaging Design[J]. China Packaging，2014(2)：32.

[6] 罗胜京.中国传统和谐思想在现代包装设计中的运用[J].艺术百家，2009，25(2)：184.
LUO Sheng-jing.Research on the Application of Traditional Chinese Harmonious Thought in Modern Packaging Design[J]. Hundred Schools in Arts，2009，25(2)：184.

[7] 蔡毅.生态美学与环保使命[J].云南民族大学学报(哲学社会科学版)，2011，28(6)：145.
CAI Yi.ECO-aesthetics and Mission of Environmental Protection[J].Journal of Yunnan Nationalities University (Social Sciences Edition)，2011，28(6)：145.

[8] 祁志祥.庄子“适性为美”思想的生态美学意义[C]//“生态文明的美学思考”全国学术研讨会暨中华美学学会2011年会论文集，2011：285.
QI Zhi-xiang.Thinking about Ecological Aesthetic Significance of Zhuang Zi "Suitable for Beauty"[C]//"Aesthetic Reflections on Ecological Civilization" National Academic Seminar Cum Chinese Aesthetics Association 2011 Conference，2011：285.

[9] 张静，王鑫.后现代主义在日本食品包装设计中的表现[J].重庆科技学院学报(社会科学版)，2012(23)：148.
ZHANG Jing，WANG Xin.Performance of Post modernism in Japanese Food Packaging Design[J].Journal of Chongqing University of Science and Technology(Social Sciences Edition)，2012(23)：148.

[10] 单晓彤.论现代食品包装设计的精神诉求[J].装饰，2012(2)：141—142.
SHAN Xiao-tong.To Demonstrate the Spiritual Keynote of Modern Package Design[J].Zhuangshi，2012(2)：141—142.