

中国传统人文思想下的生活陶瓷包装创新设计

陈勇军^{1,2}, 刘小静¹

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

摘要: **目的** 对传统人文思想下的生活陶瓷包装创新设计方式进行探讨, 以此设计出适合我国生活陶瓷包装的人性化、简约、绿色、健康的包装方式, 使人们在独特的、创意性的使用过程中获得愉悦舒适、便利安全的使用体验。 **方法** 分析我国生活陶瓷包装现存的一些问题, 以传统人文思想为出发点, 并结合2015世界包装之星主席奖获奖作品创作实践, 从生活陶瓷包装的结构、使用方式、体验、材料、安全与功能等方面进行研究。 **结论** 采用中国传统人文思想为指导是适合我国生活陶瓷包装的设计方式。

关键词: 陶瓷包装; 传统人文思想; 世界之星; 创新设计

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)24-0124-04

Innovative Packaging Design of Life Ceramic Based on Traditional Chinese Humanity Thoughts

CHEN Yong-jun^{1,2}, LIU Xiao-jing¹

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

ABSTRACT: It puts forward a new innovative design method of life ceramic based on traditional Chinese humanities thought, to design the way of humanity, simple, green and healthy packaging, which can make people obtain pleasant, comfortable, convenient and safe use experience in the process of unique and creative use. According to current china packaging's problems, starting from traditional humanity thoughts, combined with 2015 WorldStar President Award works, the construction, using way, experience, materials, safety and function etc. of life ceramic packaging are studied. Using traditional humanity thoughts is the way of our life ceramic packaging.

KEY WORDS: ceramic packaging; traditional humanity thought; WorldStar; innovative design

近年来,随着国内对生活陶瓷需求的增加,市场对生活陶瓷的包装设计提出了更高要求。在满足对陶瓷制品起到良好保护作用的同时,还要求生活陶瓷包装成本低廉、环保低碳无毒害,同时也要考虑使用者的使用舒适性,避免产生使用障碍。生活陶瓷及其使用方式的特点决定了包装必须要从人本的角度考虑其对使用者的宜用性,这不仅能使人们在使用过程中获得舒适体验,而且有利于提升陶瓷公司的整体服务质量,提升陶瓷公司的品牌形象,有利于整个社会和谐环境的建设^[1]。

1 我国生活陶瓷包装设计现存的问题

随着我国经济的快速发展,人们生活品质的提高,人们对于包装的要求也随之提高。生活陶瓷业近年来虽发展迅速,但大多数生活陶瓷制造企业对包装缺乏正确的认识,还是停留在老的认识层面上,仅仅将包装看做是保护及包裹产品的附属物,缺乏对人的本质需求的考虑,与当今社会所提倡的环保低碳、使用方便、节约成本的理念背道而驰,主要体现在以下3

收稿日期: 2015-07-13

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与产品设计的研究。

个方面。

1.1 人机尺度考量的欠缺

从包装的功能来看,包装的结构应符合人机工学的要求,不仅能保护产品,同时也能给使用者提供便利。目前,国内大多数生活陶瓷包装设计注重在陶瓷包装的色彩与装饰上下功夫,忽视了人的实际需求,主要原因是对包装的造型尺寸、使用方式等问题欠缺考虑。例如,忽视了包装使用舒适度,影响使用者使用;加入大量气泡膜等一系列填充物的包装容器过大与过重,致使使用者用起来不方便,出现“拿不住”、“拿不起”、“不好使用”的现象。不方便拿取与使用的生活陶瓷包装见图1(图片摘自百度图库),加入了大量泡沫、气泡膜、废报纸结合胶带等层层包裹,体积大、操作繁琐、装箱与开启使用极不方便。纸盒包装内堆放的陶瓷容易把包装挤压变形,运输员和使用者拿取时都不方便,容易在操作过程中产生跌落、挤破的现象,产生巨大浪费。



图1 使用不方便的生活日用陶瓷包装
Fig.1 Inconvenient life ceramic packaging

1.2 朴素简约的视觉美欠缺

随着进入非物质社会,在这种社会中知识信息和服务等无形的产品将在社会经济发展中占有越来越大的比重,人们将直接享受产品所提供的服务,而忽略产品自身的物质化存在^[2],人们的消费需求逐渐由物质化需求向情感化需求转变,朴素简约的消费审美将越来越受到重视。对于具有制造特性的生活陶瓷业而言,陶瓷包装除了要满足人的使用需求、符合人机工学之外,还应具有形式美。设计上的视觉审美愉悦,能够增加消费者购买欲望,进而满足消费者的心理需求,而当下我国的生活陶瓷包装在视觉审美上或者大多过度追求所谓的外在的华丽^[3],视觉元素堆砌累赘,或者流于过度简陋与平庸,主要有以下两个方面的原因。一方面是专业性不足,由于包装公司大多并不生产陶瓷,出售给消费者的陶瓷制品都是由不同的陶瓷厂家提供再经过包装而成,品牌杂乱,包装陶瓷制品种类繁多,色彩凌乱,视觉形象不够完整统一;另一方面,许多包装

厂商的创意设计理念落后于时代的发展,设计的包装老套、视觉元素搭配组合不协调、视觉审美效果差,“华美有余典雅不足”,不能给消费者在使用产品时带来愉悦感,消费者的使用体验极差。

1.3 低碳与生态观念的缺失

当代生活陶瓷包装设计是以现实生活为基础,在新技术和新材料的影响下,提倡绿色低碳、安全环保的可持续发展设计理念^[4]。当前,某些陶瓷公司在利益的驱使下,过多地使用环保标准不达标的包装材料甚至是过度包装。这些行为没有考虑到陶瓷包装生命周期中的产品安全、环保、资源节约等问题,从而对生态与社会的和谐发展造成了严重影响。这不仅与当代包装设计所提倡的朴素、低碳环保、安全和谐的理念背道而驰,也成为生活陶瓷业发展的一大隐患。

此外,从人本理念来看,大部分生活陶瓷包装也忽视了消费者使用产品时的情感与心理,过度的包装与大量包装废弃物的产生,实际是增加了生产者、消费者的经济负担、心理负担、环保负担,时下市面常见的日用陶瓷包装形态见图2(图片摘自百度图库),相对于内在小小的陶瓷来说,包装明显太大,为数不少的丝绸、木板、泡沫垫等占据了大量的空间,由此产生了包装成本增加以及包装废弃物对厂家、消费者乃至整个社会都造成了巨大的生态负担,不幸的是这正是当下生活日用陶瓷包装的一种普遍存在的社会现实。



图2 累赘、过度的日用生活陶瓷包装
Fig.2 Over-packaged life ceramic

2 设计的人文理念

2.1 中国古代朴素的设计哲学思想

在传统的中国文化中,设计艺术哲学思想源远流长,“外师造化”、“道法自然”即是对中国传统造物法则源于自然、崇尚自然的最好概括^[5]。《老子》中提倡的“天人合一”是中国人和谐自然观的最高境界^[6]。“天人合一”,即人与宇宙万物和谐相处,共同发展。这体现

了道家提倡的人与自然和谐相处,顺乎自然的思想,实际上是对自然的一种高度尊重与保护。老子对“美”追求是要符合自然与朴素的原则,庄子将其归纳为“朴素天下莫能与之争美”^[7],而这一思想与当代所崇尚的绿色环保的设计理念相契合。《周易·贲卦》中提到的“白贲”也是以简约、典雅、朴素、环保为特征的设计风格,体现的是中国传统的朴素的审美观念和审美意识,宗白华认为“白贲”的境界是一种较高的艺术境界,即“绚烂又复归于平淡”、“绚烂之极,归于平淡”^[8]。这与当代设计界推崇的简约设计、简约之美也是高度一致的。

2.2 当代生活陶瓷包装设计的人文设计理念

在这里提倡“人文”的设计理念,力求实现人与产品、环境的和谐发展,达到“天人合一”的境界。当代设计对好的设计的评判标准是技术与艺术相统一,物质形式与文化内涵相结合。在倡导环保低碳的绿色设计、生态设计的过程中,实际上就是在传递一种朴素的人文设计观,一种仁者爱人的理念,表达了对自然环境的关爱,对人的关怀,对传统人文思想的传承。当代生活陶瓷包装设计在注重“绿色包装”的过程中,应该提倡的就是简约而不简单的设计形式,包装不仅要以最简约的形式最大限度地减少自然资源的使用,同时也要根据不同的使用人群,传递高尚的人文情怀,达到实用与艺术的完美结合。力求使包装材料和结构在设计上符合人机工学,安全且方便人的使用,关照人的使用体验、情感体验,同时还根据商品自身的品牌定位,做到适度包装,定位准确。

3 人文理念下的生活陶瓷包装设计实践

秉承“朴素而天下莫能与之争美”的人文设计理念,笔者设计了创新作品《瓷盘环保创新包装》,并参加了2015世界包装之星奖,该设计成为中国首次获得世界之星最高奖主席奖作品,见图3。该设计通过瓷盘包装设计来传承朴素、节制的民族审美思想,从包装的生产、使用、效率、情感、环保等过程出发,基于“虚拟水”的理念,通过创意的方式,不仅包装材料的使用减少到极致,材质也最求低廉环保,而且极尽所能地减少包装的生产环节,以追求极致环保的理想状态。

独特的结构舍弃了气泡膜、泡沫、废纸等大量填充物,极大地减少了资源的浪费,不仅有助于形成品牌特色,有助于提升公司品牌形象,也极大地带来了



图3 瓷盘环保包装创新设计

Fig.3 Innovative packaging for porcelain plate

工厂包装效率的提高,内外包装一纸成型的结构,将瓷器牢牢固定,保护效果良好,具有生产、操作简单方便,成本低廉、绿色环保的优点。避免了现有陶瓷包装使用大量泡沫等填充物,避免了资源浪费与环境污染。

“光辉灿烂归于平淡”、“极致简约的包装本真美感”是整个设计的核心审美追求,所有视觉元素与信息的印刷结合再生纸封装胶带一体化印刷处理,整个包装设计感朴素而简约,既免除了标贴生产、印刷的相应成本,也解决了封装的问题,节约了大量社会资源、自然资源,极大地强化了包装环保属性。

4 结语

当代生活陶瓷包装设计的发展,是一个既要保持优良传统,又急需突破创新的发展过程,我们应该真正了解自身的优势与不足^[9],以优秀的中国传统人文思想为基础,结合当代社会的人们生活状态,探索出适合我国生活陶瓷包装的理想设计方式,这应当可以成为不断推进我国陶瓷包装事业健康发展的一条健康之路。

参考文献

- [1] 蔡清龙.节约型社会下陶瓷企业的营销分析[J].陶瓷,2006(16):44—47.
CAI Qing-long.China Company Marketing Analysis under Economy Society[J].Cerqmic,2006(16):44—47.
- [2] 凌继尧.艺术设计十五讲[M].北京:北京大学出版社,2014.
LING Ji-yao.15 Lectures for Art Design[M].Beijing: Beijing University Press,2014.
- [3] 文泽卉,黎英.人本理念下的航空食品包装设计[J].包装工程,2015,36(2):30—34.
WEM Ze-hui, LI Ying.Inflight Meal Packaging Design under Humanism[J].Packaging Engineering,2015,36(2):30—34.
- [4] 王丽芳.可持续发展的包装设计探析[J].生态经济,2010(5):196—199.
WANG Li-fang.Sustainable Developpe Packaging Design[J].

- Ecological Economy, 2010(5): 196—199.
- [5] 老子.春秋[M].北京:中华书局,2006.
LAO Zi.Chunqiu[M].Beijing:China Book Bureau,2006.
- [6] 杨先艺,杨四宝.论传统造物的和谐思想观[J].设计艺术, 2007(1): 17—19.
YANG Xian-yi, YANG Si-bao.Harmonious Thinking of Conventional Creation[J].Art Design, 2007(1): 17—19.
- [7] 宗白华.美学散步[M].上海:上海人民出版社,2012.
ZONG Bai-hua.Aesthetics Walking[M].Shanghai: Shanghai People Press, 2012.
- [8] 李砚祖.设计之仁——对设计伦理观的思考[J].装饰, 2008(1): 36—39.
LI Yan-zu.Reflect on Design Moral, Design Human[J].Zhuangshi, 2008(1): 36—39.
- [9] 张宝青.我国陶瓷典型包装风格探析[J].包装工程, 2012, 33(12): 118—120.
ZHANG Bao-qing.On Typical Packaging Style of China Ceramic[J].Packaging Engineering, 2012, 33(12): 118—120.
-

欢迎订阅《包装工程》杂志

《包装工程》杂志为半月刊

上半月包装工程技术类 全年定价:540元

下半月包装设计艺术类 全年定价:540元

每期定价:45元

全年定价:1080元(每年最后一期赠全年内容光盘一套)

邮发代号:78-30

国外发行代号:BM1799