

现代包装设计形式的创新应用

邢宏亮, 段成瑞

(沈阳航空航天大学, 沈阳 110236)

摘要: **目的** 探寻多样化包装设计形式, 为现代包装设计发展提供新的设计思路。**方法** 结合新颖独特的趣味、仿生、绿色、智能 4 种包装形式, 探讨了其设计的内涵、特点、表现手法, 并通过具体实例进行了分析。**结论** 提出开发包装设计新形式对发展现代包装的必要性。

关键词: 现代包装; 设计形式; 创新应用

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)04-0018-03

Creative Application of Modern Packaging Design Pattern

XING Hong-liang, DUAN Cheng-rui

(Shenyang Aerospace University, Shenyang 110236, China)

ABSTRACT: It aims to explore diversification packaging design patterns and provide new design ideas for modern packaging design. Combined with four kinds of novel and unique packing patterns of interesting, bionic, green and intelligent, the design connotation, characteristics, performance method is discussed and the specific cases are analyzed. It provides the necessity of innovatively developing new patterns for modern packaging design.

KEY WORDS: modern packaging; design pattern; creative application

现代包装设计是指根据产品特性选择合适的包装材料, 综合运用各种设计元素进行设计与表达的活动过程, 是以保护产品安全、方便运输、促进销售为目的。现代包装伴随着世界经济的发展, 呈现出良好的发展势头, 并且对其他多个领域的发展产生着十分重要的影响。如何进一步加快现代包装的发展, 使设计师的创意性思维得以充分展示, 不断探索新的现代包装设计的形式, 找到新的设计元素, 为设计师提供多样性设计选择, 开拓包装设计的更大发展平台, 都是需要认真思考和解决的新命题^[1]。

1 趣味包装设计

趣味性包装目前深受国内外消费者的喜爱, 已广

泛流行于国际市场。趣味性包装是指产品在包装设计过程中, 设计师利用幽默、夸张、拟人化等新的艺术手法, 使用结构、功能、形式、色彩等不同的表现方式进行创意与设计。该包装设计富含情感色彩, 或天真, 或妩媚, 或优雅, 或活泼, 大大增加了包装的幽默趣味性, 提高了视觉美感。巧妙有趣的包装设计, 不仅使商品得到了美化, 给消费者留下深刻的印象, 同时也满足了消费者对购物的个性化需求, 以及追求快乐和享受生活的精神所需^[2]。

趣味箱子包装见图 1 (图片摘自“会做表情”的趣味包装设计)。设计师利用拟人和夸张的表现手法, 运用简单的线条与图形, 生动地描述出各种笑脸表情, 幽默逼真, 俏皮可爱。这种情趣化设计能有效地吸引大众的目光, 达到设计师预期的目的。

收稿日期: 2015-11-09

基金项目: 辽宁省教育科学“十二五”规划 2014 年度立项课题(JG14DB330); 2013 年辽宁省教育厅科学研究一般项目(w2013035)

作者简介: 邢宏亮(1983—), 男, 辽宁人, 硕士, 沈阳航空航天大学讲师, 主要从事品牌与广告传播的研究。

趣味饮料包装见图2(图片摘自趣味保龄球饮料包装)。设计师运用夸张的造型,将饮料包装设计成憨态可掬的保龄球形状,给人以诙谐、风趣的视觉感受。能够勾起消费者的兴趣,引起消费者的注意,增加消费者的购买欲望。品尝饮料的消费者,在饮用的过程中,能够切身体验到设计师赋予产品的幽默。



图1 趣味箱子包装

Fig.1 Interesting box packaging



图2 趣味饮料包装

Fig.2 Interesting beverage packaging

趣味性包装设计包含了诸多方面的内容,例如商品包装的形态、色彩、背景以及与商品相关的故事等,这些因素都能引起消费者的关注。趣味性包装构成了现代包装的一个不可缺少的要素,在体现轻松和幽默的同时,能揭示其深刻的内涵^[3],既满足了商品的包装功能,又增加了商品的附加值。

2 仿生包装设计

仿生包装设计是一种创造性的设计思维方法,它的魅力在于借助艺术想象的无限延展,精心选择后提取人类、动物和植物的典型特征,打破陈规戒律的约束,进行创新性模拟设计。仿生包装设计增加了包装设计与生物体之间的外表形态和内在功能上的联系,主要体现在结构、色彩、装饰等这些设计语言中,使包装技术、形式、表达更加灵活、明晰、准确,给消费者以临近自然、回归自然的感觉,为包装与自然的沟通和共存,开辟了一条新的途径。

蜂窝纸板是典型的仿生结构。蜜蜂的蜂房是由众多相同大小的蜂巢组成,相邻蜂巢共用一个壁和底部的孔。蜂巢结构独特,具有节省空间、强度高、节省材料等优点。人们受蜂巢结构的启迪,设计的蜂窝纸板具有材料消耗少、坚固耐用、稳定防震等优点。这种结构不仅可以盛装鸡蛋,使用范围还可扩展到其他诸多领域。

菠萝糕饼的包装见图3(图片摘自独特造型的创意设计)。设计师以菠萝的形态、纹理与包装相结合,将糕饼包装设计成栩栩如生的菠萝外观造型,既体现出菠萝蛋糕的原汁原味,强调了糕

点货真价实的菠萝馅,又增加了包装的趣味性,打破了传统糕点包装的俗套。

包装不仅仅是一种功能性设计,更应该是一种设计创造^[4]。设计师从大自然或周围视野中获取灵感素材,提取其精华,用创意性思维进行仿生包装设计。无论是动物、植物,还是山石,都可以表现出人物的性格,赋予其新的色彩。消费者对于模仿自然形态的包装设计无不感到异常亲切。运用仿生设计的商品包装能够引起大众的好奇,博得大众的共鸣,拉近与大众的距离^[5]。这种心理是运用几何立方体无法比拟的。



图3 菠萝糕饼的包装

Fig.3 Pineapple cake packaging

3 绿色包装设计

绿色包装设计是指依据低碳经济和循环经济的发展理念,对生态环境无污染,对人体健康不造成伤害,可以回收利用,促进可持续发展的适度包装设计。绿色包装设计在选用包装材料时,尽可能地采用天然、无毒无害的绿色材料,以及可回收或降解的有机材料^[6]。竹叶粽子包装见图4(图片摘自食物包装设计欣赏)。

植物种子包装见图5(图片摘自清新折叠花卉包装)。纸包里面含有少量的土壤和种子,将其盛在容器里带回家,放在窗台,等待它慢慢发芽,当植物适合室外种植时,把它整个栽种到地上,而不用拆除原包装。因为所谓的包装,其实是可以降解的纸材,其中所含的养料还可以使植物茁壮生长。



图4 竹叶粽子包装

Fig.4 Bamboo dumplings packaging



图5 植物种子包装

Fig.5 Plant seed packaging

绿色包装设计是一种风格,是一种环保价值取向,不仅具有一般平面设计的特征,还融合着绿色环保的设计理念。设计结构合理优美,信息传达生动准确,视觉感受直接有力,色彩使用恰当准确。发展绿色包装设计,不仅需要设计师的不懈努力,更需要全社会的关注。

4 智能包装设计

智能包装是具有无限发展前途的功能包装。智能包装主要是利用集成元件、新型材料、特殊的结构和技术,如温敏、气敏、光电等属性来完成特定包装的功能需求。这些智能型包装材料或可以通过自身的特性来辨别、判断周围的环境,或显示包装空间内部温度、干湿度、气压等一系列重要的信息,使包装具有模拟人类行为等功能。

智能警示药盒见图6(图片摘自用灯光提醒的药丸盒设计)。设计师利用具有定时提醒装置的辅助,预先将定量药丸放置在药盒内,设定好相关数据。智能药盒的瓶盖有一个报警系统,可以发出嘟嘟声,提醒病人吃药的时间,以及显示药盒被打开过的频率与间隔等。此药盒不仅保证了病人能顺利找到药盒,正确和方便的服药,而且减少了吃药过程中多余的环节^[7]。



图6 智能警示药盒

Fig.6 Intelligent warning packaging

在食品智能包装中,可以用指示方式来提示食品的新鲜状况,细菌增长程度,腐败变质情况等。还可以通过一些艺术性的设计,比如图形的变化或者色彩的改变,来提示消费者查看食品的保质期。智能包装也可以通过科学的手段,有效地提供产品储存、运输、销售过程中的状态信息,使人们及时作出相应处理等。

现代包装的智能化、人性化的技术特点,日益引起人们的关注和重视。智能包装及其包装材料已成为目前世界上研发项目的热点之一。特别是在美国、西欧和日本,智能包装已在很多领域得到了广泛应用,显示了巨大的市场潜力。据专家预测,随着智能

包装技术的发展,未来智能包装将占食品包装总数量的20%~40%^[8]。智能包装是人类社会历史发展的必然,它必将成为未来社会文明程度的重要标志。

5 结语

现代包装设计创新实质上是一个差异化、个性化设计思路的体现。设计过程从创意、表现形式到材料和造型等都要独具匠心。放眼未来,简约化包装设计将成为时尚,人性化包装设计将成为必然,可持续发展包装设计理念将成为新的导向,绿色、低碳、环保设计将成为包装发展的大势所趋。

在世界经济全球化的今天,人们对商品包装的要求与日俱增。新的挑战 and 机遇给予了包装设计师更高的期待^[9],因此,只有加快对包装设计新形式的开发与拓展,将新的包装理念运用到包装设计领域,不断尝试和探索新的包装设计形式^[10],才能满足现代消费者日益个性化的审美需求,满足市场的需要,适应包装设计多元化的发展趋势,开辟出包装设计新的天地,引领包装市场新的潮流。

参考文献:

- [1] 王娜.旅游产品包装的绿色生态设计[J].包装工程,2014,35(4):115.
WANG Na.Green Ecological Design of Tourism Product Packaging[J].Packaging Engineering,2014,35(4):115.
- [2] 马海元.现代包装设计中的“趣味性”体现及其应用[J].宿州学院学报,2014,29(9):59.
MA Hai-yuan.Reflection and Application of the "Interestingness" in Modern Packing Design[J].Journal of Suzhou College,2014,29(9):59.
- [3] 杨璇.趣味饮料包装设计[J].包装工程,2015,36(1):132.
YANG Xuan.Interesting Beverage Packaging Design[J].Packaging Engineering,2015,36(1):132.
- [4] 贾晶磊.论包装设计的表现形式[J].华章,2012(26):85—86.
JIA Jing-lei.The Forms of Packaging Design[J].Magnificent Writing,2012(26):85—86.
- [5] 李霞,吴蒙.浅谈情感广告[J].商场现代化,2009(19):58.
LI Xia, WU Meng.Introduction to Emotional Advertising[J].Market Modernization,2009(19):58.
- [6] 周斌.绿色设计思潮对产品包装设计的启示[J].包装工程,2011,32(2):100.
ZHOU Bin.Inspiration of Green Design Thought on Products Packaging Design[J].Packaging Engineering,2011,32(2):100.

(下转第45页)

- Image Design[J].Packaging Engineering, 2014, 35(22): 98—101.
- [4] 屠曙光.设计的叙事——论后现代设计中的非物质设计[J].新美术, 2008(8): 98—101.
- TU Shu-guang.Design Theory of Narrative; Post-modern Design of Non-material Design[J].New Art, 2008(8): 98—101.
- [5] 吴蓓蓓.产品叙事设计研究[J].郑州轻工业学报, 2011(4): 10—14.
- WU Bei-bei.Product Narrative Design Study[J].Journal of Zhengzhou Light Industry, 2011(4): 10—14.
- [6] 李克, 秦朝森.艺术设计模式创新分析[J].齐鲁艺苑, 2010(3): 28—31.
- LI Ke, QIN Chao-sen.Art Design Pattern Innovation Analysis [J].Qilu Arts, 2010(3): 28—31.
- [7] 施锴.“互文性”理论与设计叙事[J].包装工程, 2014, 35(2): 12—15.
- SHI Qi."Intertextuality" Theory and Design Narrative[J].Packaging Engineering, 2014, 35(2): 12—15.
- [8] 康修机, 田少熙.数字图形的造型语言研究[J].南京艺术学院学报(美术与设计版), 2009(1): 136—138.
- KANG Xiu-ji, TIAN Shao-xi.Digital Graphic Modeling Language Study[J].Journal of Nanjing Art Institute (Fine Art and Design Edition), 2009(1): 136—138.
- [9] 郑皓华, 齐瑞文.基于叙事设计的办公产品情趣化设计研究[J].包装工程, 2014, 35(20): 118—120.
- ZHENG Hao-hua, QI Rui-wen.Based on the Narrative Design Office Products of Temperament Design Research[J].Packaging Engineering, 2014, 35(20): 118—120.
- [10] 蔡新元, 陆晴漪.增强现实技术在传统儿童书籍中的应用研究[J].湖北大学学报(哲学社会科学版), 2013(4): 87—90.
- CAI Xin-yuan, LU Qing-yi.Augmented Reality Technology in the Application of Traditional Children's Books Study[J].Journal of Hubei University (Philosophy and Social Sciences Edition), 2013(4): 87—90.
-

(上接第20页)

- [7] 朱和平, 姚进.智能化包装设计方法研究——以老年人智能药品包装为例[J].装饰, 2013(5): 96—97.
- ZHU He-ping, YAO Jin.Research of the Intelligent Packaging Design: Take the Elderly Intelligent Drug Packaging as an Example[J].Zhuangshi, 2013(5): 96—97.
- [8] 刘莹, 刘兆熙.包装产业智能化研究综述[J].山东艺术学院学报, 2014(1): 69.
- LIU Ying, LIU Zhao-xi.Research Overview on the Intelligentization of Packing Industry[J].Journal of Shandong College of Arts, 2014(1): 69.
- [9] 陈欢.民间艺术在包装创新设计中的表现与应用[J].包装工程, 2014, 35(6): 113.
- CHEN Huan.Performance and Application of Folk Art in Packaging Design[J].Packaging Engineering, 2014, 35(6): 113.
- [10] 倪倩.反向思维在包装设计中表现形式的研究[J].包装工程, 2014, 35(18): 79.
- NI Qian. Formation of the Reverse Thinking in Packaging Design[J].Packaging Engineering, 2014, 35(18): 79.