

绿色设计理念在包装设计中的体现与应用

许林涛¹, 李貌²

(1. 成都东软学院, 成都 611844; 2. 四川旅游学院, 成都 610100)

摘要: **目的** 探究绿色设计理念在包装设计中的体现与应用方式。**方法** 以绿色设计在我国商品包装设计中的必要性为切入点, 采用理论论述、案例归纳等方法, 从材料、色彩、文字、图形四方面分析了绿色设计理念在商品包装设计中的具体应用方式。**结论** 过度包装使商品走入了现代包装的误区, 只有以绿色理念为指导, 走可持续发展的道路, 才能尽快改变这种不利的局面, 促进循环经济的发展。

关键词: 绿色设计; 包装; 环保

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)18-0203-04

Embodiment and Application of Green Design Concept in Packaging Design

XU Lin-tao¹, LI Mao²

(1. Chengdu Neusoft University, Chengdu 611844, China; 2. Sichuan Tourism University, Chengdu 610100, China)

ABSTRACT: It aims to explore the embodiment and application of green design concept in packaging design. Taking the necessity of green design in domestic commodity packaging design as the breakthrough point, using the methods of theoretical discussion and case induction, the specific application of green design concept in the commodity packaging design is analyzed from materials, color, text, graphics four aspects. Excessive packaging makes commodity into the misunderstanding of modern packaging. Only with the green concept as the instruction, walking the road of sustainable development is as soon as possible to change this unfavorable situation, promote the development of circular economy.

KEY WORDS: green design; packaging; environmental protection

随着市场经济的迅猛发展, 我国的商品生产与销售出现了空前繁荣的局面。受此影响, 人们已经不满足于简单实用的消费模式, 不仅要求有高质量的商品, 更要有与之相配的高品位的商品包装设计。所以, 无论是在家庭还是商场、超市, 各种精美、高端的商品包装充斥着我们的眼球。这一方面显示了经济的发达和人们生活水平的提高, 另一方面也造成了一定程度的资源浪费。最突出的一点就是商品包装设计者过于追求美观, 忽视了环保、健康的理念, 所设计的包装带来了大量的能源消耗并对环境形成了一定的破坏。要解决这一问题, 包装的设计生产者必须以健康、环保的绿色设计理念为

指导, 走一条可持续发展的道路^[1]。

1 绿色设计理念应用于包装设计的必要性

绿色设计理念强调的是低资源消耗、低环境污染、高经济效益。在不断的发展中, 绿色设计理念逐渐被应用到了各种领域, 发挥出巨大的能动效应。其中, 商品包装设计领域的应用最具代表性。绿色设计理念要求商品包装设计必须适度适量, 减少和避免因过度包装而消耗不必要的资源; 以健康、安全的材料进行商品包装, 既要对人体无害, 又要能够在使用后被有效的二次利用; 即使不能被

回收再利用,也要具备一定的可降解性,能够在环境中充分降解,减少对环境的污染^[2]。另外,鉴于人们对商品包装的高要求,绿色设计理念在讲究环境效益的同时,也逐渐将注意投向了设计的可视性,追求在绿色、环保的基础上有效地展示、宣传商品,反映商品的经济社会价值。

我国是一个“包装大国”,为了与世界接轨,提高商品的竞争力,很多设计师盲目追求商品包装的效果和档次,过度包装的现象屡见不鲜。资料显示,在我国所有的大中城市当中,有近220座被各种垃圾包围,其中过度包装所产生的垃圾尤其多。这一现象的出现,恰恰反映出在当前的市场经济和人文环境下,商品已走入了现代包装的误区。的确,漂亮、高端的包装设计为商家赢得了无限商机,但在享受了物质丰富带来的极大方便的同时,我们也不能回避由此产生的严峻的环境问题。要想解决这种双刃剑效应,商品包装设计必须从最基本的注重美观向着更高端的环保、健康、可持续过渡,借鉴绿色设计理念的有利因素,完善并发展商品包装设计,缩短与发达国家的距离。

2 绿色设计理念在包装设计中的具体应用

2.1 材料的应用

绿色材料指的是对人体和环境有利的材料,要求环保性能较好,制作时不会产生较大的污染,使用过程中也不会产生有毒或有害物质,在使用后还能够被再次回收和循环利用,甚至完全降解^[3]。这样的材料有利于人体健康和环境保护,如果在商品包装中能够充分得到利用,将更大程度地提升企业形象,使企业生产的商品销售更加迅速。

首先,选择无毒性的材料。重金属对于人体的危害较大,如果在商品包装时没有引起注意,通过包装与商品的直接接触,就会使消费者的身体健康遭受较大的威胁,加之消费者使用完后,通常会将包装遗弃,这些残存的重金属还会对土壤造成较大危害,使土壤中的重金属含量超标。

其次,选择可再生材料。有些产品的包装使用一次后便不能够再次使用,而制作包装的过程中会消耗较多的资源,这样就会使得资源浪费更加严重。如果采用可再生的材料就可以对包装进行回收,这样不仅能节省包装生产中所消耗的资源,还

可以更大程度地降低生产成本^[4]。

比如,对于白色垃圾的出现,现今产品包装都极少使用塑料袋,反而使用可降解的布袋或者纸袋,这样就可以使包装材料得到更好的利用;一些食品的包装所使用的是可以食用的材料,用户可以直接食用这种包装,所以不会对环境造成危害^[5]。此外,饮料的包装基本上都是采用塑料,这样就可以在人们喝完饮料之后将塑料瓶回收,并且可以再次利用塑料瓶,对于保护环境有着非常重要的作用。即使是铝制饮料罐,人们也可以通过回收来使得铝材得到更大限度的利用,这对于使用铝罐进行包装产品的企业而言将能够取得更大的收益。

2.2 色彩的应用

不可否认,绿色是最能代表绿色设计理念的颜色。在一些商品的包装设计中,绿色仍然是设计师的首选。这都要归功于绿色本身的色彩特质,其清新的色调与崇尚自然、回归自然的绿色环保之风完美融合,为消费者营造了一个赏心悦目的绿色空间,使他们自然而然地融入到了绿色环保的事业中。但这并不意味着在包装设计时只能选用绿色作为包装颜色,绿色设计理念强调的是充分反映消费者的需求,设计师在进行包装颜色的选择时应以人为本,从消费者的情感需求出发,设计与之相符的颜色^[6]。

首先,基于消费者的情感诉求。商品包装设计应从消费者的情感倾向出发,在众多的绚丽色彩中找到商品和消费者之间的连接色。平和、简约的色彩给人以舒适、愉悦、安全之感,可以提升商品的审美属性,从而被消费者认可和接受,提升商品的吸引力。这就对设计师驾驭色彩的能力提出了更高的要求。一般来讲,用色切忌贪多,套色少比套色多更醒目,纯色相比混色对比更强,有时简洁的色彩反而能够突出主题,完美地表达和展示商品,激发消费者的情感共鸣。这种建立在准确传递信息基础上的恰当的色彩设计,正是广大设计师在商品包装设计中应该学习和遵循的基本原则^[7]。例如,化妆品类的商品包装常采用明度和饱和度较高的色彩,凸显自己的档次,女性化妆品多用粉红、桃红、淡玫粉色表示柔媚与高贵;男士护肤品多用黑色体现质感与庄重。食品类商品则充分利用色彩给人带来酸、甜、苦、辣等味觉感,引起人们的食欲,点

心上的奶油色和橘黄色,给人一种香甜酥软的感觉,此类食品包装的颜色设计多选用暖色系,调动人们的味觉,刺激购买。

其次,开创性地破格用色。当前,越来越多的商品包装开始选用鲜艳、醒目的颜色,其设计初衷是更好地展示商品,但这并不意味着亮丽的色彩是必然选择。在注重绿色设计理念的当下,设计师正在尝试从多种途径中提炼更多的色彩,寻找色彩设计的理性与单纯,他们希望在常用色的基础上寻求突破,以更加准确地运用色彩,体现绿色设计的可持续发展性。在这一思想的指引下,商品包装的色彩逐渐开始打破常规,通过合理的编排组合,以一种更加新颖、更加独特的色彩形式展现在消费者面前,既维持了合理的视觉秩序,又减少了视觉污染,取得了理想的效果。比如,同一款室内用品,为了让消费者长久钟情,冬季的包装用红、黄等暖色,夏季则用蓝、绿等冷色包装。这种与众不同的包装用色,让消费者赏心悦目,有效增加了持续购买的几率^[8]。

2.3 文字的应用

从目前来看,现代包装的设计领域对文字的处理方式大致有字形的变体修饰、象征化手法装饰、联想创造设计等几种,它们或是通过字体表型直接显现所有表达的含义,或是赋予字体一定的象征性,展示厂家形象,表达内涵,或是根据一些事物的表象创造出某个生字,进行联想创造性的设计。这几种方式既可以综合加以运用,又可以独立存在于包装设计中。但都忌讳一点,即所设计的字体结构形态必须合理、醒目、简洁、易读、易懂,不宜过于矫饰和复杂。只有这样,设计出来的字体才能与绿色设计理念相一致,让消费者从文字中体味到一种绿色的人文关怀,更好地表达商品的内涵与价值。比如,食品包装上的说明性字体设计(产品成分、产品用途,用法、生产日期、保质期等),多追求简明扼要的效果,一般编排在包装的侧面或者背面,字体多用规则的印刷字体,而一些促销字体(买一送一、新品尝鲜等)则要选用自由、活泼的字体形式,使消费者的视觉焦点瞬间聚焦于此^[9]。

2.4 图形的应用

作为包装设计的重要视觉元素,图形的设计至

关重要。完美、恰当的图形设计可以起到美化和宣传商品的作用,帮助设计师表达设计意图,提升包装设计的绿色效能。

首先,直接表现。这一手法主要是指将商品形态或想要表达的目的,直观展示在包装上。如一些食品的包装,为了表现美味真实性、可视性,往往将商品实物的照片设计在包装盒上,或者采用进行简化的图形设计,意图帮助消费者更直观感知地包装盒内存放的食物。也有一些商品强调环保,常常会在外包装的版面标注一些有关环保的标志,如绿色环境标志、可回收标志等,以此引起消费者注意,促使消费者提升环保意识。

其次,间接表现。这种表现手法不同于直接表现,其所强调的是一种较为内在的技法,通常借助于相关事物或一定的变形手法变现对象本身。以某品牌的化妆品为例,设计师在设计其外在包装时,为了给人带来耳目一新的美感,提升品牌的市场竞争力,将该品牌的代表字母变成一个别致花朵图形,再配以绿色的整体基调,通过半透明的叠印效果,成功引导了消费者对该品牌所要表达的理念的认知,有效强化了品牌内涵。

3 结语

在当前这个高度发达的现代化社会中,快节奏的生活让人们身心疲惫,他们希望寻求到一种内心的安逸与舒服。绿色设计理念的出现,恰恰符合人们对自然、对生活的向往,因此从众多的设计理念中迅速脱颖而出,受到了大众的普遍认可与喜爱^[10]。但作为一种新兴的设计手法,很多方面仍有待进一步的探索与完善。在商品包装设计行业,设计师应认真践行绿色设计理念,在包装的材料、色彩、文字、图形等细节之处彰显个性与独特,完美地表达商品的价值与内涵,为包装设计行业的可持续发展贡献力量。

参考文献:

- [1] 王太春. 绿色生态包装材料在现代包装设计中的作用[J]. 中国包装工业, 2015(19): 37—37.
WANG Tai-chun. The Role of Green Ecological Packaging Materials in Modern Packaging Design[J]. Journal of China packaging industry, 2015(19): 37—37.
- [2] 于瀛. 绿色环保理念下的包装简约设计分析[J]. 中

- 国包装工业, 2014(2): 17.
- YU Ying. Under the Concept of Green Environmental Protection Packaging Contracted Design Analysis[J]. Journal of China Packaging Industry, 2014(2): 17.
- [3] 尹守军, 梁芳. 浅论绿色包装材料的选择与应用[J]. 科技资讯, 2012(27): 96—97.
- YIN Shou-jun, LIANG Fang. Shallow Theory of Green Packaging Materials Selection and Application[J]. Journal of Information Science and Technology, 2012(27): 96—97.
- [4] 郑鑫. 绿色理念中纸质包装设计的自审——以福州长寿面包装为例[J]. 装饰, 2012(9): 92—94.
- ZHENG Xin. Green Concept in Paper Packaging Design of Self-examination, in Fuzhou Longevity Noodles Packaging, for Example[J]. Zhuangshi, 2012(9): 92—94.
- [5] 何伟, 姜莹莹, 于洋, 等. 包装材料的发展趋势及设计原则[J]. 湖南工业大学学报, 2009(5): 72—73.
- HE Wei, JIANG Ying-ying, YU Yang, et al. The Development Trend of Packaging Materials and Principles of Design[J]. Journal of Hunan University of Technology, 2009(5): 72—73.
- [6] 陈梦瑶, 张仲凤. 绿色产品设计中的材质情感研究[J]. 家具与室内装饰, 2015(1): 58—59.
- CHEN Meng-yao, ZHANG Zhong-feng. Study on the Materials Emotion in Green Product Design[J]. Furniture and Interior Decoration, 2015(1): 58—59.
- [7] 陈芳杰. 纸质食品包装的节能环保性设计应用研究[D]. 北京: 北京交通大学, 2012.
- CHEN Fang-jie. Application of Energy-saving Environmental Protection of Paper Food Packaging Design Research[D]. Beijing: Beijing Jiaotong University, 2012.
- [8] 刘学珍. 基于用户体验的绿色产品设计评价体系研究[D]. 济南: 山东大学, 2012.
- LIU Xue-zhen. Based on the User Experience of Green Product Design Evaluation System Research[D]. Jinan: Shandong University, 2012.
- [9] 熊尚鹏. 限制过度包装发展绿色包装[J]. 商场现代化, 2006(19): 69—70.
- XIONG Shang-peng. Limit the Excessive Packaging Development of Green Packaging[J]. Market Modernization, 2006(19): 69—70.
- [10] 李传荣. 建立绿色包装实施系统促进绿色包装的应用[J]. 商品储运与养护, 2004(6): 42—44.
- LI Chuan-rong. Establish Green Packaging Implementation System to Promote Green Packaging Applications[J]. Journal of Goods Storage and Transportation and Maintenance, 2004(6): 42—44.