

小批量订制化时代的产品包装设计策略研究

钱凤德¹, 孟令花²

(1.南京工业大学, 南京 211899; 2.南京物联传感技术有限公司, 南京 210006)

摘要: **目的** 为了更好地适应未来产品个性与订制化发展的趋势, 探索订制化时代产品包装设计的基本策略。**方法** 本文对订制化时代产品包装的需求进行了系统分析, 结合案例实践, 从降低成本、节约资源等多个角度提出了订制化时代产品包装的宏观策略与设计方法。**结论** 优化订制化时代的包装设计, 首先, 需要从包装结构、材料及制作工艺方面进行整体规划; 其次, 可对体积近似的产品采用相对统一的容器设计, 通过“面贴”设计来区分产品的不同类型及市场定位; 最后, 总结了此种设计策略与方法对当前产品包装设计启示。

关键词: 小批量; 订制化; 产品包装; 降低成本; 资源节约; 设计策略

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)10-0075-05

Packaging Design Strategy in Small Batch and Customization Era

QIAN Feng-de¹, MENG Ling-hua²

(1.Nanjing Tech University, Nanjing 211899, China;

2.Nanjing Wulian Sensor Technology Co., Ltd, Nanjing 210006, China)

ABSTRACT: It explores the basic strategy and design methods of product package in customization era, in order to better adapt to the development trend of the personality and customization in future. It has carried on system analysis to package requirements, combine with the case and practice, and put forward macroscopic strategy and specific methods of design from how to reduce cost, save resource, environmental protection and sustainable development and so on. The results show that first of all, it need to make overall planning from package structure, material and production process. The second, production may use relatively uniform package container to which have Similar volume, and distinguish the different production types and market positioning by "face label". At last, it summarizes some enlightenments to the other packaging design at present.

KEY WORDS: small batch; customization; production packaging; reduce cost; save resources; design strategy

社会生产的快速发展带来了产品包装设计的空前繁荣, 在此过程中产品包装的功能被过度放大, 一定程度上出现了过度包装的现象, 如个别厂商与设计师摒弃了原本简洁实用的包装材料, 刻意将各种昂贵的材料运用在包装上, 不去考虑包装本身的价格与材料稀缺造成的资源浪费, 一味地将包装做得奢华夸张^[1]。因此有必要从源头上重新思考包装的根本属性, 特别在订制化时代, 产品采取适当的包装策略与方法, 实现既经济环保又满足市场多元化

的需求。

1 包装设计研究的根本问题

包装作为商品的组成部分, 具有保护产品和塑造形象的功能, 涉及包装结构、材料、艺术、工艺以及管理等方面。包装结构和材料主要指根据产品定位、市场需求和消费者喜好等多个因素, 用特定的技术、材料设计出适应产品特征和特点的、结构合理的容器和制品^[2], 其主要解决的是产品安全方面的问题。艺

收稿日期: 2017-03-02

基金项目: 南京工业大学哲学社会科学科研创新团队项目(SKTD201506)

作者简介: 钱凤德(1977—), 男, 山东人, 博士, 南京工业大学讲师, 主要研究方向为设计艺术学。

术设计主要对包装的色彩、板式及图形进行总体设计,核心是建立起独特的产品形象,强调从审美角度提升改善产品的综合品质。包装策略主要将产品作为一个整体,从品牌营销的角度出发,充分利用包装结构、材料、艺术等多种手法塑造出个性鲜明的品牌形象,其根本目的是促进产品销售。

2 订制化时代工业产品包装的基本要求

所谓“订制化”生产,主要指针对特定顾客的个性化需求而进行的产品生产活动,既指为单一的“个人订制”,也包括小批量的“团体订制”,这种方式会对产品的包装设计提出一些具体的要求。

2.1 包装成本控制的要求

从世界工业发展的历史可以看出,工业化取代手工生产的根本原因是大批量的生产方式极大降低了产品的生产成本。物美价廉的商品更具有竞争力,这是市场活动的基本规律。然而“小批量”作为订制化时代的一个显著特征,客观上必然会带来产品综合生产成本的显著提升。因此在当前,“小批量的生产方式与低成本的市场要求”形成了一对基本矛盾,这也是订制化时代产品包装设计首先要面对和解决的基本问题。

2.2 辅助产品推广的要求

工业大生产背景下,由于同种产品的生产数量巨大,优秀的包装设计能够对消费者的购买决策产生较大影响,因此产品包装在一定程度上带有辅助推广产品的基本功能,也可以称之为产品的终端广告。在订制化时代,真正打动客户的已不仅是产品的基本功能,而是功能、审美及服务等多方面的综合体,包装作为产品“综合品质”的代言人,其市场推广功能非但不会降低,相反会因“产品需求的多样性”发挥更加重要的作用。如互联网时代下的优质食品品牌“三只松鼠”,并没有投入大量的传统广告,而是以优质的产品品质、良好的品牌策划及经济实用的包装(见图1)

做成了最大的互联网食品品牌,其坚果系列更是取得了全网销量第一的佳绩,经济、实用、趣味性是其品牌与包装设计的基本特点。

2.3 提升公众审美及文化传播的要求

“民族的才是世界的”,这是文化艺术发展恒定不变的规律。包装设计的整体形象也是一种具体的文化现象^[3],它在地域文化表现与传播方面也同样有着重要作用,如德国产品包装的理性、台湾地区产品包装的感性、日本产品包装散发出的禅意等都无不在反映着一个民族、一个地区的文化精神。当前独立的消费意识,以及物质和精神的双重需求,正促使多元化、时尚化、个性化、文化性的软性消费日渐成为当今社会的主流消费模式^[4]。正因如此在更加注重精神需求的订制化时代,才对产品包装审美提出了更高的要求。不同国家与地区的产品包装(见图2),反应出了华贵、朴素、自然等不同的审美特征,一定程度上既代表了当地的审美价值观,也对不同的地域文化传播起到了积极的作用。

2.4 表达公益意识的要求

由于能源危机和逐渐恶化的自然环境正促使人类必须采取更加环保的生活方式,最大程度地节约和利用现有资源,绿色与可持续已经成为当前人类社会发展的主旋律。“可持续”的根本含义即意味着“实现经济持续繁荣的同时,保护好地球的自然生态系统,并为人类提供高质量的生活”^[5]。因此新时代的产品包装设计也需要体现出这种公益意识,产品包装设计作为产品的“脸面”和“名片”,包含着产品的情感格调与精神诉求,是设计师与使用者间的互动沟通^[6],通过包装设计作品,进而可以在人与人之间、设计师与公众之间展开有关公益意识的对话与深刻的思想交流。某食品包装(见图3)以巧妙的结构设计和最少的材料消耗实现了对产品的良好包装,也充分表达了节约环保的生活理念。



图1 “三只松鼠”食品的个性化品牌及经济实用的包装设计
Fig.1 "Three squirrels" brand package design of personalized and functional



图 2 反应不同审美特征的包装设计
Fig.2 The packaging design which to reflect the different aesthetic characteristics



图 3 凸显节约环保理念的产品包装设计
Fig.3 The packaging design of highlights the concept of save resources and environmental protection

3 订制化的包装设计策略与实践

作为智能家居行业的领导品牌,为适应多样化的市场需求,物联传感旗下已经形成了 6 大系列 300 多个单品,这给产品的后续研发管理提出了很大挑战,特别是产品包装部分的设计与管理更是面临着极大问题。

3.1 物联产品包装面临的问题分析

- 1) 丰富的产品结构极大增加了包装设计的工作总量,进而导致了总体运营效率的降低。300 多个独立产品分别配套了不同的包装设计,有时一个产品还要针对不同国家、不同地区、不同项目完成一定量的订制化生产,这就造成了产品包装数量相对产品本身呈现出了倍数增长。
- 2) 以往产品所采用的传统四色印刷装裱工艺,使订制化小批量的包装成本居高不下,有些包装在产品的综合成本中占据过大比例,有悖包装和产品的正常关系。
- 3) 包装整体缺少规划,包装盒的随机设计使其无法在整体上形成倍数或模数关系,直接导致了产品在仓储及装箱运输过程中出现了一定程度的空间浪费和安全问题。
- 4) 复杂多变的包装风格难以形成鲜明的产品品牌,产品公众影响力远不及业内人士对物联产品的认

识和了解。
以上是物联产品在包装方面存在的基本问题,经过系统分析与研究,针对以上问题制定出了如下的应对策略和具体的设计方案。

3.2 物联产品包装的规划策略与设计实践

为了克服以往包装中存在的问题,经过对现有产品品牌及全部单品进行综合分析,得出了以下产品包装规划设计的基本策略。

- 1) 重新规划现有的产品体系与结构,打破原有产品品牌的界限,根据产品功能进行重新分类与整理,形成具有内在逻辑关系的产品家族,这也是实现包装整体规划设计的基本前提。
- 2) 将包装拆分为容器和“面贴”两个独立部分。依据产品自身体积的大小,将相同或相近的产品使用统一的包装容器,并使容器整体上存在固定的模数或倍数关系;在解决仓储及运输安全问题的同时,还可以通过大批量生产来有效降低包装的生产成本,大大缩短产品的备货周期,从而有效的提升产品研发与管理的效率。
- 3) 将原有传统的印刷装裱工艺改为二次“面贴”的方式,“面贴”尽可能以单色胶版或丝网印刷的方式进行制作,由此可解决因装裱环节带来的制作成本居高不下问题。
- 4) 精简包装内部的结构设计,为实现保护产品

和降低成本的双重目的,加大对产品包装内衬的开发设计,通过折纸、Eva (ethylene-vinyl acetate copolymer, 乙烯-醋酸乙烯酯共聚物) 等多种方式减少包装材料的消耗。通过包装材料的综合应用来表达包装文化已成为世界性课题^[7]。

5) 塑造朴素严谨的国际风格,“面贴”设计尽可能避免不必要的装饰,以简约的平面形式塑造出独特的视觉风格,进而创造出针对不同消费能力的特色品牌,标准版采用浅黄牛皮再生纸,中档采用纯白版,而黑色为国际高端版。

6) 凸显环保理念,产品包装材料的选择至少满足最基本的 3R 原则 (reducing, reusing, recycling),在包装的宏观管理与规划层面还要尽可能的做到 4R 或是 5R 的环保理念 (4R 指 Reduce, Reuse, Recycle, Replace; 5R 指 Reduce, Return, Reuse, Recycle, Refuse)。为了执行这种环保理念,在包装设计实践

中应充分运用打磨、镂空、凹凸等特殊表现技法,加强包装整体的视觉效果与识别度,减少因印刷带来的二次污染^[8]。材料方面,常用的有可重复再用和再生的包装材料、可食性包装材料、可降解材料、纸材料等^[9]。

以上是对物联产品包装在宏观层面提出的基本策略,依此对原有产品的包装方案进行了整体更新设计 (见图 4),原本印制图像的传统方案被简洁朴素的“面贴”取代、工艺上则更多使用丝网印刷、凹凸压印等制作工艺。原本体积相近的几款产品全部用同一个纸盒进行包装,以附加的“面贴”来识别内部的产品与型号。包装风格逐渐趋于统一,既缩短了包装的生产周期,也大大节约了综合生产成本,产品的品质格调也得到了较大提升。一年来的市场反馈证明,这对产品品牌的形成、研发管理、市场定位和销售推广等多个方面均起到了很大的推动作用。



图 4 包装效果的前后对比

Fig.4 The packaging effect comparison between original design and now design

4 结语

通过物联产品包装设计的策略与实践可以得出,在订制化时代,对那些种类丰富且有着不同市场定位的产品品牌而言,其包装方案的优化设计至少可以从如下几个方面进行思考。

1) 整体的宏观规划是解决订制化时代产品包装问题的重要前提,不论产品的门类 and 数量多么复杂,只要从全局出发,基于包装功能的基本需要,正确认识和掌握形式美的基本规律,充分运用造型、文字、色彩、图形、材料等要素来开创新的包装形式^[10],完全可以形成系统个性化的产品家族,进而打造出订制化时代的产品品牌。

2) 相对统一的基础容器结合个性化的“面贴”设计,是解决小批量订制化时代产品包装问题的有效途径之一,它能够有效兼顾包装生产成本控制和凸显产品个性的双重要求。

3) 在生态及可持续发展问题面前,产品包装设

计的公益意识必须引起足够重视,因为它会极大影响产品品牌在公众中的基本形象,当然优化产品的包装设计还必须从生产技术与工艺等更多方面做出积极探索。

4) 从社会资源综合利用的角度看,如果能够对不同厂商、不同品牌的同类产品包装进行容器的标准化与模数化设计,并最终形成行业规范,将会极大的节约社会资源,也会提升整个社会生产的效率。

参考文献:

- [1] 李晓丹. 论节约型包装设计[J]. 美苑, 2013(4): 94—96
LI Xiao-dan. On Economical Packaging Design[J]. Meiyuan, 2013(4): 94—96
- [2] 刘好, 顾晓菁, 臧之筠. 包装设计效果的模糊评价研究[J]. 装饰, 2014(8): 133—134.
LIU Yu, GU Xiao-jing, ZANG Zhi-yun. The Study of Fuzzy Evaluation of Packaging Design Effect[J]. Zhuangshi, 2014(8): 133—134.

- [3] 龚雅敏. 中国传统文化对现代包装设计的影响[J]. 艺术百家, 2013(8): 163—164.
GONG Ya-min. Impact of Traditional Chinese Culture on Modern Packaging Design[J]. Hundred Schools in Art, 2013(8): 163—164.
- [4] 倪娜. 论当代消费心理与符号化包装设计的双向互动[J]. 装饰, 2014(8): 135—136.
NI Na. The Analysis of Interaction Between the Modern Consumer Psychology and Symbolic Packaging Design[J]. Zhuangshi, 2014(8): 135—136.
- [5] 马蕾. 综合情境下包装设计之基本维度构建[J]. 装饰, 2015(9): 84—85.
MA Lei. The Fundamental Dimension of an Integrated Contextual Response to Packaging Design[J]. Zhuangshi, 2015(9): 84—85.
- [6] 涂阳军. 基于联觉的食品包装设计方法[J]. 装饰, 2013(8): 116—117.
TU Yang-jun. Food Packaging Design Approaches Based on Synesthesia[J]. Zhuangshi, 2013(8): 116—117.
- [7] 钟周. 纸张审美形态与包装视觉信息设计研究[J]. 艺术百家, 2013(8): 106—108.
ZHONG Zhou. Paper Aesthetics and Visual Information Design of Packaging[J]. Hundred Schools in Art, 2013(8): 106—108.
- [8] 宋冬慧. 包装结构多功能化的创新研究与制作[J]. 艺术百家, 2013(7): 177—179.
SONG Dong-hui. Innovative Study and Making of Multiple: Functionalization of Packaging Structure[J]. Hundred Schools in Art, 2013(7): 177—179.
- [9] 罗力. 绿色设计视域下的电子商务时代网购包装设计[J]. 生态经济, 2015(10): 185—188.
LUO Li. Online Shopping Packaging Design in Electronic Commerce Times from the Perspective of Green Design[J]. Ecological Economy, 2015(10): 185—188.
- [10] 朱和平. 智能化包装设计的方法研究——以老年人智能药品包装为例[J]. 装饰, 2013(5): 96—97.
ZHU He-ping. Research of the Intelligent Packaging Design—take the Elderly Intelligent Drug Packaging as an Example[J]. Zhuangshi, 2013(5): 96—97.