

# 极致匠心的日本包装对中国包装的启示

刘明凤

(重庆师范大学, 重庆 401331)

**摘要:** **目的** 分析日本包装极致匠心的成因和特点, 探索如何重拾中国包装设计的匠心精神。 **方法** 以日本极致匠心的包装设计为引言, 分析匠心精神为何能在日本持续传承以及日本包装的极致匠心精神的具体体现。 **结论** 中国包装设计的崛起需借鉴日本对专业人才的扶持与鼓励, 学习日本设计师借鉴传统, 注重细节, 追求以人为本、求实创新的匠心精神。

**关键词:** 日本包装; 包装设计; 匠心精神; 启示

**中图分类号:** TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)12-0204-04

## Inspiration of Ingenious Japanese Packaging to Chinese Packaging

LIU Ming-feng

(Chongqing Normal University, Chongqing 401331, China)

**ABSTRACT:** It aims to analyze the causes and characteristics of Japanese packaging extreme ingenuity to explore how to regain China packaging design originality spirit. Taking the packaging design of Japanese extreme ingenuity as the introduction, it analyzes the ingenious spirits why keeping inheritance in Japan and the concrete embodiment of Japanese packaging ingenuity. The rise of China packaging design should be based on the Japanese professional support and encouragement, learning from the traditional Japanese designer, attention to detail, people-oriented and innovation spirit of excellence of craftsmanship.

**KEY WORDS:** Japan packaging; packing design; the spirit of originality; enlightenment

提及日本包装设计,中国老百姓都会有一些集体印象,那就是极致匠心。这些极致匠心的日本包装透出的品质感深深的印在人们的脑海中,其中,最广为流传的便是前段时间刷爆微信朋友圈的日本脑洞设计的兰亭集序书法面条及食品包装。人们在惊叹这些带有灵魂和温度的极致包装设计的同时,也在感叹中国的包装设计何时能达到这种极致。日本包装设计不仅在艺术形式上达到极致,而且其丰富的内在也让包装本身变得富有灵性。无论从包装的外观,还是内在的丰富度都能感受到设计师从构思、选材和工艺上的那份精益求精的用心,而这份精益求精的用心正是李克强总理在 2016 年政府工作会中所提到的匠心精神。所谓匠心精神,重点在于“匠心”,它是指职人对工作执着、专注、对所做的事情和作品精雕细琢、精益求精、做到极致的态度;其精髓是认真、执着、专注、追求、求真、探索、思考、创新,是追求卓越完美的内心、追求一丝不苟、孜孜不倦

的耐心、追求专注走心、敬畏自然、天人合一的决心。正是这份极致的工匠用心,让日本的包装设计走在国际设计界的前沿。

## 1 日本极致的匠心精神形成的原因

### 1.1 地域环境影响

日本是一个四面临海的岛国,其境内多山,山地成脊状分布于日本的中央,山地和丘陵占总面积的 71% 之多。而且位于火山地震带上,火山活动非常频繁。从地理位置来看,频繁的火山爆发,很少的天然馈赠,匮乏的物质资源都让日本人民有极强的不安全感,导致日本人民做事极为谨慎和执着。一方面表现在惜物上。由于天然馈赠的物质较少,他们在生活中反对浪费。一旦想拥有有品质的物品就需要花更多的时间和精力来制作,以至形成精益求精的造物观。他们善于在尽可能小

收稿日期: 2017-02-20

作者简介: 刘明凤(1976—),女,重庆人,重庆师范大学讲师,主要研究方向为艺术设计。

的空间,用尽可能少的资源去做尽可能多的事情,崇尚小而精<sup>[1]</sup>。正如邵隆图在《从日本匠心之旅看什么是匠人精神》中谈到日本享誉世界的红色的九谷烧。日本设计师说由于当时日本没有高岭土,想要青花瓷器不行,因为做不出很白的青花瓷器,所以我们只能画,要花很多功夫,一笔一划,画的很丰满、很对称、满纹样来弥补不足。另一方面,日本人民对大自然既热爱又敬畏,知道大自然是不可逆转而强调顺应自然,努力在大自然与自身需求中找到一个最佳契合点。挖掘自然环境中美的法则,形成了对自然的膜拜和尊敬的简素、自然、孤高、静寂、脱俗、残缺的审美基调<sup>[2]</sup>。

## 1.2 政府的扶持

从明治维新以来,日本就一直在推崇“匠人文化”和“匠人精神”,不仅是日本社会开始走向繁荣的强力支柱,而且也是一份日本的设计发展史。1955年,日本建立了“人间国宝”认定制度,政府经过严格筛选后将大师级的艺人,工匠遴选确认后由国家保护起来,并投入雄厚的资金,以防传统工艺的流失。正是这份对待传统工艺人的态度和这种润物细无声的倡导,激发着每一个日本民众对传统工艺工作的认同感、自豪感和责任感,使对本职工作精益求精的态度认知成为全社会的共识。日本政府为支持“人间国宝”磨砺和传承技艺,每年还会在各大美术馆、展览馆开设他们的作品展。正是这种对职人的鼓励,日本的员工对认定的工作尽心尽责,能做到干一行爱一行,并能磨砺自己的技术,保持自信,不因金钱和时间的制约而妥协自己的意志,只做自己认可的工作。一旦承接下工作就将利益置之度外,使尽浑身解数力求圆满完成<sup>[3]</sup>,这种对匠心精神的支持与认可使日本的包装设计师们对工作的热情和专注达到了极致。

## 1.3 禅宗思想的影响

日本的禅宗思想其实是通过修行来让行为和思想成就自我、超越自我,以求达到自我的主体与自然界的客体和谐统一,实现菩提本无树,明镜亦非台,本来无一物,何处染尘埃<sup>[4]</sup>,追求空无豁达的精神超脱与专注安宁的境界,因此,我们所看到的日本包装的审美一定是带着禅意境界的清雅、温润、朴素,雅致和精进,它所呈现的空灵、清淡、恬静、和谐的禅宗意境使得作品不将就。正是这种禅宗思想的导入,形成了独具匠心的设计风格。

## 2 极致的匠心精神在日本包装设计上的具体体现

### 2.1 追求产品包装的完美细节

日本包装设计师在设计作品时有着近乎偏执的

追求,无论是在包装选材上还是形式上,都是一丝不苟,他们了解包装的制作工艺和每种包装材料特性,知晓美的形式标准与法则以及客户需求,能够根据商品的受众与属性特点进行创意构思,形成独特的设计风格,就像《考工记》里描述的那样:审曲面势,以飭五材,以辨民器<sup>[5]</sup>,即使是在最细微的位置,都要仔细推敲考究,以求达到最完美的境界。正如我们看到的日本食品包装,无论是盛装蛋糕的盒子,还是便当的包装,每一条绳子,每一个造型,都会经过无数的实验来精心设计与调整。例如日本著名的包装设计师佐藤大的 Nendo 工作室在为 shiawase Banana 做包装设计时,为了突出其品质, Nendo 摒弃了传统包装用的盒子、包装纸,而采用近似香蕉的一条双层贴纸作为贴合香蕉的包装。贴纸分两层,第一层是与香蕉皮无异的黄色贴纸,上面的果皮斑点与真实果皮无异,猛一看很难辨别其真伪,当撕下这层贴纸后,第二层则出现了产品信息,背景色也跟香蕉果肉完全一致, shiawase Banana 贴合包装见图 1,同时还设计了一款绿色纸袋,袋子拆掉拎绳就能直接取出香蕉,而将袋子摊开就发现这纸袋居然是一片完整的“香蕉叶”,这片叶子背面还印有详细的产品描述,这种细节设计一方面让消费者能自然地了解这款产品背后的故事,又有一种令人感动的亲近感, shiawase Banana 纸袋包装见图 2。



图 1 shiawase Banana 贴合包装  
Fig.1 shiawase Banana joint packaging



图 2 shiawase Banana 纸袋包装  
Fig.2 shiawase Banana paper bags

### 2.2 以人为本,注重用户体验

日本包装特别注重用户体验,设计师会利用一种工程技术的理念与思想来探究“人”的感官与“物”互动之间产生的不同<sup>[6]</sup>。体悟人与物的触感体验和心理

情感以及价值及其关系。在包装设计领域,设计师通过、专注、探索、思考、创新、精益求精;追求卓越完美的意志推己及人的体验将人们对“物”的感性意向定量的输出,并与产品属性与功能相结合,设计出符合使用者所期望的包装产品。比如,在做化妆品包装时,设计师会设想每一个生活场景并体贴还原每一个生活细节,如设计师在设计佳丽宝酵素包装见图3时,考虑到现代社会是个说走就走的旅行年代,为了让包装既易拆又便携,便设计出小巧便于携带,采用可以用手指轻易拿住,且不容易压扁的六边形的独立包装,并在一组对边设计了两处开口,方便从多角度轻易打开,同时,六边形包装也不像圆形包装容易四处滚动,这种以人为本,注重用户体验的包装将匠心精神发挥到了极致。



图3 佳丽宝酵素包装  
Fig.3 Jialibao enzyme packaging

### 2.3 善于吸收和传承

日本设计师泉真曾说:日本设计的第一特征是传统设计和现代设计的结合<sup>[7]</sup>,日本的包装设计深深根植于日本千百年来的设计传统。自20世纪50年代开始西方现代主义审美思潮的进入,日本的设计师们开始接受但并没有全盘吸收现代主义思想而与传统决裂,而是融合新材料、新工艺、找到传统审美和现代审美相融的设计模式,形成一条具日本特色的“和风格”的设计之路。其包装设计突出人性化、多元化、和个性化的特征,注重细节,讲究传统审美哲学,表现出一派宁静和谐的“禅”味。例如这款和果子庭院包装见图4,日本设计师 Tomonori Saito, Shohei Sawada 与和果子师傅共同设计的这款和果子点心,将自然形态的石头与树叶状的和果子放置在铺满细砂糖的盒子里,食用者可用附赠的木耙在砂糖中划出纹路,营造出

一个宁静而充满禅意的和果子庭院。正是如这般将禅宗的智慧反映禅宗谦虚品格的内涵结合现代简约美学的包装让日本的设计在国际崭露头角。他们本



图4 和果子庭院包装  
Fig.4 Heguozi courtyard packaging

## 3 匠心极致的日本包装对中国包装的启示

### 3.1 以彼为鉴, 寻知匠心精神缺失的缘由

纵观中国的包装设计,虽然近年来有了些许提高,但是相比匠心极致的日本包装设计又显不足,究其原因在于“匠心精神”的缺失。其原因在于:(1)改革开放前30年,国家大力追求经济效益,更多追求的是短平快带来的即时利益,从而忽略了包装的品质灵魂。对于包装设计中新的材料,新的事物还没真正的了解,就进行囫圇吞枣式地消化,导致中国的包装设计整体显得不足;(2)当今商业社会强调效率,求新,求变使设计师们一味的讲求创意,缺乏普遍深耕的动力,设计师人人标榜创意,但对传统基本不学习,更是藐视继承,这种毫无根基创意使得设计毫无生气,总是追逐流行,无特色,甚至东施效颦、留下诟病<sup>[9]</sup>;(3)中国传统文化对“匠”字的理解的偏差,在中国,一旦对人称谓带有“匠”字,就带有强烈的下里巴人色彩,如木匠、篾匠等,对其理解不乏抵牾之色,设计师一旦被说匠气,则是对其最大的侮辱,认为其平庸板滞,缺乏独到之处,这使得传统的带职人温度的手工艺包装难以被年轻人接受,更难以传承,年轻人很难静下心来去了解产品包装的用户群、使用习惯以及材料、性能和形式。正是这种缺失的匠心精神使得整个包装设计业很难在国际舞台上崭露头角。

### 3.2 参照日本包装成因, 重拾匠心精神

匠心精神离不开时代发展这样的大背景,重拾匠心精神需从两个方面来着手,其一,营造尊崇匠心精神的社会氛围和经济环境,参照日本的政府扶持的因素,执行一定的制度使得具有匠心精神的行为让设计师能够获得利益,也收获尊重。利用制度作为设计

师为人的行为准则与伦理观念。好的制度使人产生动力、生产好的作品。没有制度保障而要求人具有精益求精的匠心精神是很难实施。其二，日本极致匠心的包装设计时刻提醒我们的设计师们应该像黑豹乐队在《别来纠缠我》里唱到的那样：把你自已该做的工作，做得比别人出色<sup>[10]</sup>。包装设计应是既能满足使用者个性化的心理需求又让使用者感到新奇而有趣的特色包装设计。重拾匠心精神是中国包装发展的必经之路。如何重拾，在于借鉴日本的匠心精神在设计中的具体体现。以人为本、尊重人、关爱人。如前面讲的佳丽宝 suisai 酵素洗颜粉的独立包装样，在包装设计中强化以人为本注重使用者的心理感受和视觉与触觉体验，这是设计师的职业道德。在进行产品包装设计前，应对产品的用户群做详细的调查，对现有包装做详尽的考察，找到用户的使用习惯，及用户对包装使用的反馈意见，发现问题再行解决。注重包装材料的细节。细节是作品的微表情，可以体现情感的输出。匠心精神就是需要设计师把控细节，在细节上打动人，同时要把心、感情传递到作品中。现如今，产品包装的情感传递如果只是在图式或大的形式上做细枝末节的变化已经无法满足人们不断提升的消费体验了，更多的是需要利用现代化的包装技术结合对新型材料的材质，触感等细节的把控来全面提升。如2016年里约奥运会期间，可口可乐在天猫超级品牌日上线的一款AR互动小游戏，扫描身边的可口可乐上瓶身Logo，就可出现AR游戏，让常见的Logo赋予了可口可乐更多一层的意义<sup>[11]</sup>。摒弃毫无根基的创新，结合传统文化将巧妙的设计构思与现代科技完美结合。学习日本挖掘传统文化将现代理念与技术的融合的手法，寻找一条属于中国特色的包装设计之路。

#### 4 结语

日本匠心极致的包装设计的成因让我们清醒地认识到中国包装设计的崛起需要设计师匠心精神的回归。要将带着温度、饱含情感的产品包装做到极致必须要让设计师能静下心来虔诚的学习、积累、传承、提升并在专注于手上工作的同时学会思考人性、社会与文化的关系，这就是现代社会需要的匠心精神。

#### 参考文献：

[1] 陈振旺. 日本现代设计的形式美溯源[D]. 南京: 南

京艺术学院学报, 2006.

CHEN Zhen-wang. The Form Beauty of Modern Design in Japan[D]. Nanjing: Journal of Nanjing Arts Institute, 2006.

[2] 曾权清. 日本包装设计的时代魅力[J]. 包装工程, 2011, 32(10): 74—77.

ZENG Quan-qing. The Era Charm of Packaging Design in Japan[J]. Packaging Engineering, 2011, 32 (10): 74—77.

[3] 酷饭网. 人间国宝[EB/OL]. (2010-02-10) [2016-05-13]. <http://qoofan.com/read/1GgoXAYPG9.html>. Cool Rice Net. Human Treasure[EB/OL]. (2010-02-10) [2016-05-13]. <http://Qoofan.Com/Read/1ggoxaypg9.html>.

[4] 田华, 罗兵. 个性述求下的包装设计及其审美意识[J]. 包装工程, 2015, 36(20): 121—125.

TIAN Hua, LUO Bing. Packaging Design and Aesthetic Consciousness Under the Personality of [J]. Packaging Engineering, 2015, 36 (20): 121—125.

[5] 戴吾三. 考工记图说[M]. 济南: 山东画报出版社, 2003.

DAI Wu-San. Kaogongji Said[M]. Jinan: Shandong Pictorial Press, 2003.

[6] 王喜艳. 基于匠人精神的个性化产品包装设计[J]. 包装工程, 2016, 37(22): 30—33.

WANG Xi-yan. Packaging Design Personalized Products Based on the Artisan Spirit of [J]. Packaging Engineering, 2016, 37 (22): 30—33.

[7] 陈振旺. 日本现代设计的形式美溯源[D]. 南京: 南京艺术学院学报, 2006.

CHEN Zhen-wang. The Form Beauty of Modern Design in Japan[D]. Nanjing: Journal of Nanjing Arts Institute, 2006.

[8] 李超德. 中国设计呼唤匠人精神[J]. 美术观察, 2013(2): 27.

LI Chao-de. Chinese Design Calls for Artisan Spirit[J]. Art Observation, 2013 (2): 27.

[9] 高铁. “创意”也许是个包袱——设计力量也源自极致经典[J]. 装饰, 2013(4): 72—73.

GAO Tie. "Creative" May be a Burden: Design Power from the Classic[J]. Zhuangshi, 2013(4): 72—73.

[10] 王宏飞. 现代设计需要匠人精神[J]. 装饰, 2014(6): 56—57.

WANG Hong-fei. The Design Needs of Modern Decoration Artisan Spirit[J]. Zhuangshi, 2014(6): 56—57.

[11] 李青青. 外卖包装的设计浅析[J]. 设计, 2017, 30(1): 110—111.

LI Qing-qing. Analysis of the Design of Take Away Packaging[J]. Design, 2017, 30(1): 110—111.