

基于天然材料的包装设计策略

贺敏

(绥化学院, 绥化 152000)

摘要: **目的** 探究包装设计中的天然材料元素及其应用策略。**方法** 由当代社会所面临的自然资源危机谈起, 延伸至包装设计领域, 探讨其对天然材料的价值需求, 再结合天然材料的分类及包装的再生性, 探讨其在推动包装创新、迎合市场趋势和资源重复利用上的优势, 总结其在包装设计中的可行性和重要作用, 得出其在简约性、低成本和可再生方面的应用路径, 最后基于人的感官和天然材料对比的应用进行总结, 列举出经过市场检验的成功案例, 进一步论证方式方法的可行性。**结论** 包装设计工艺十分复杂, 同时对各个元素的要求也相对较高, 但天然材料依然有着极大的应用空间, 经过巧妙组合与创造的天然材料能够赋予包装新的风格与韵味, 给消费者带来全新的情感体验, 引领未来包装设计的潮流。

关键词: 天然; 包装; 简约

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)10-0255-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.10.044

Packaging Design Strategy Based on Natural Materials

HE Min

(Suihua University, Suihua 152000, China)

ABSTRACT: The paper aims to explore the natural material elements in packaging design and its application strategy. The paper discussed from natural resources crisis faced by contemporary society to the packaging design field, discussed the demands for value of natural materials; Coupled with classification of natural materials and packaging of totipotency, its advantages in the pushing packaging innovation and catering to the market trend were discussed. Its feasibility and important role in packaging design were summarized to obtain the simplicity, low cost and renewable applications path. Finally, it was summarized based on human senses and natural material contrast. Market tested successful cases were showed to further prove the feasibility of this approach. The packaging design process is very complex. It requires relatively high for each element. But the natural materials still have great application space. The natural materials that have been skillfully combined and created can endow the packaging with new style and charm, bring new emotional experience to consumers and lead the trend of future packaging design.

KEY WORDS: nature; packaging; contracted

城市化进程的加速在赋予人们更加丰富的生活的同时, 也造成了一些生存危机, 如温室效应、土地退化等自然资源危机以及生态环境危机。在这一背景下, 作为与人们生活息息相关的产品包装的设计形式与材料选择越来越受到了社会的关注^[1]。事实上, 包

装设计在最初阶段只是简单使用树叶、果壳、贝类等天然材料进行物品的包裹, 以便对其进行储存和保护。后来, 在发展过程中, 包装的材料逐渐拓展开来, 形式也变得多样, 以便适应不断进步与发展的社会需求。然而, 对形式的过度追求和对材料的越发苛刻,

收稿日期: 2019-01-04

基金项目: 黑龙江省教育厅基本科研业务费科研项目 (2017-KYYWF-0708); 黑龙江省属高校基本科研业务费基础研究项目 (KYYWF10236180130); 绥化学院寒地黑土经济与文化研究 (H201802003); 2018年度黑龙江省哲学社会科学研究规划项目 (18YSE641); 黑龙江省2018年大学生创新创业训练计划项目 (201810236052)

作者简介: 贺敏 (1983—), 女, 黑龙江人, 硕士, 绥化学院讲师, 主要研究方向为设计艺术学。

都让包装的性质与意义发生了变化,出现了许多不必要的过度包装,也造成了资源的浪费,给人们的生存环境带来了不良影响,在一定程度上加速了一些危机的恶化^[2]。为了将影响降到最低,给人们的生活环境带来改善,包装设计师逐渐认识到天然材料的优势,于是,在包装领域掀起了回归自然、推崇天然的设计风潮,在保持天然材料特点和品质的基础上,带来了一种视觉的愉悦感和触觉的舒适感,以满足人们的精神体验与情感诉求。

1 天然材料的分类及包装的再生性

真实感与和谐感是天然材料的原始特性,有着永恒的魅力。从细节分析,天然材料有着地域性强、纯度差别大、形状性能不一等特点,从类别上看,主要有自然金的天然金属材料,木、竹、草、皮、毛、角等天然有机材料,以及花岗岩、粘土、大理石等天然无机材料3大类。所谓天然材料包装就是将天然材料应用于产品包装的设计方式^[3],这样的产品包装借助材料资源分布广、就地取材、生态环保等特点,实现了包装形式的升级和材料的创新,给包装设计的再生创造了条件。

2 天然材料在现代包装设计中的重要作用

2.1 促进了包装设计的创新与变革

在包装设计中,坚持以节约材料为原则,力图在满足基本需求的基础上,减少不必要的材料浪费,这是可行的,也是必然的。为了实现这一目标,设计师开始从原材料的选择入手,将可降解、可食用、可重复使用的天然材料作为首选,同时十分注意辅助材料是否有害,最大限度地降低包装材料对生态环境的污染。有的包装更是采用了一种较好的无污染一次性食用包装材料,在美观的同时强调天然、环保,有效地推动了现代包装设计的创新^[4]。

2.2 符合现代包装设计的市场需要

随着社会的进步,人们的综合素质已经有了很大程度的提升,尤其是对生态环境的保护意识逐渐增强,开始重视绿色环保的包装。而相关调查也表明,越来越多的人在购买产品的过程中会查看包装的生态标准,由此催生了一批新一代的绿色消费者^[5]。鉴于这一现实,包装设计师在设计中充分考虑了消费者的心理情况和现实需求,对物品将会对环境产生的影响进行了思考,最大限度地使用了天然材料,降低了对生态环境的破坏,这已经成为一种必然,也符合市场的发展趋势。

2.3 顺应了资源保护的现实需求

一直以来,产品包装在被使用后便会遭到丢弃,尤其是一些食品包装更是成为了污染环境的垃圾。这

样的包装虽然给人们带来了短暂的方便,但是却造成了长期的资源浪费和环境污染^[6]。但天然材料不同,其大部分都可以被降解,能有效减少对环境的破坏,有生长速度快、分布范围广的突出特点,给当前的包装设计创造了大量的有益材料。

3 天然材料应用于现代包装设计的主要方法

3.1 简化设计,推广减法

由于包装材料的消耗占材料总量的比重较大,产生了大量的包装废弃物,给环境带来了极大的危害。事实上,在当前的社会生活中,并不需要过于繁杂、过度装饰的包装,因此在材料的选择上应以简洁为宗旨,简单利用一种古朴、自然、天然的包装材料,给人们带来一种亲切感和一份恬静与安逸,这便是天然材料最有魅力的地方。第一,在对天然材料的使用中,无论是纸质材料、有机材料、还是可回收材料等,都要将其无毒害的天然优势充分发挥出来,同时尽量减少用量,取其精华,展现材料自身的美,避免不必要的浪费。第二,在包装结构上,可采用镂空透明、组合插接、扣合对比等手法,将简约的理念贯穿其中,在保护产品的基础上,追求典雅简洁的审美表达,满足现代人崇尚自然、回归本色的审美追求。第三,要从设计形态上实现简约,以典雅简洁为中心,强调材料的肌理美。

3.2 降低成本,简单易得

在我们的生活中有很多常见的天然材料,只要善于观察就能发现。包装设计师要做的就是化平凡为神奇,充分利用天然的植物和动物的皮、纤维,抑或竹类、树枝类和草类等天然材料,直接作为包装的外在形态。另外,贝壳、麦秆、椰子壳等随手可得天然材料同样可以借助新的思维方式进行诠释,挖掘其中的天然美,在不增加成本的情况下,实现包装的成功^[7]。

3.3 回收再生,重复利用

一般天然材料是可以自动降解的,经过自然环境中分裂降解和还原,可以再次回到生态环境中,被重复利用。在包装设计中,设计师就要遵循这一特点,考虑包装使用的整个生命周期的环境可持续性,从提取、生产、运输、丢弃、填埋和焚烧等各个环节进行全面思考,进一步提高包装的“再生”价值^[8]。另外,设计师对天然材料的循环利用考虑的是一种态度,可以在无形中帮助消费者建立环保意识,这种形式在一定程度上也提升了包装的附加值。

4 天然材料在包装设计中的具体应用

4.1 基于感官体验的应用路径

包装发展到今天,材料的选择已经十分广泛,无

论自然元素还是人造包装材料,都在不同的层面发挥着效用。具体到天然材料而言,在应用方式上更多的是从人的感官体验出发,再结合视觉、触觉、嗅觉等方面进行设计应用,以获得理想的包装设计效果。

从视觉层面看,包装视觉表现的冲击力大小影响着商品销售的好坏。很多时候,人们选择商品,都是从注意开始的,因此视觉的强化十分重要。有了强大的视觉吸引力,天然材料的应用才能使人产生强烈的情感共鸣,这才是有价值的^[9]。比如“酒鬼”酒的瓶身包装就将天然材料应用其中,与整体造型巧妙融合,表达出了强烈的视觉冲击力。瓶身外形的设计似饱满且捆好的麻袋,表达出了强烈的民俗气息,而在酒瓶材料的选择上则选择了陶为原材料,再经过一些设计思维的创意表达,呈现出了令人震撼的视觉效果,表达了独特的文化内涵,最终在市场上成功突围。此外,强调天然材料特质的还有竹篓包装的酒和糕点等,借助有着浓浓民间文化特色的天然材料,给人一种亲切感,简单而有趣,美观而强大,既大大降低了包装成本,又保证了材料本身的纯净性,将材料本质真实地表达了出来。

从触觉层面看,天然材料的肌理、厚度、冷暖等给了包装设计无限的遐想。那种不同材质所具备的独特的触觉审美,能够引发人们的深层体验,实现对视觉层面的体验的升华,引起更多的情感共鸣。人的皮肤在与物体接触时能够产生各种感觉反应,让人们在无形中被波动,形成更加深刻的认知。比如茧材料在包装设计中的应用^[10],茧壳作为天然材料,其本身所固有的颜色和纹理就是强大的视觉语言,将其应用于包装设计中,可以对现代包装材料创新设计进行最好的诠释,这一点突出表现在其独特的触觉体验上。陶瓷易碎品理想的包装材料就是蚕茧,其有着天然的缓冲结构,只需配合设计师简单的自然表达,便能呈现出独特的低调奢华之美,一旦被人的双手触摸,便能够给人一种自然的感受,自然而然地被其肌理所折服,有效地增加了陶瓷制品的产品附加值。

从嗅觉层面看,借助天然材料的不同香味来反映产品的性质,可以帮助产品包装最大化地吸引消费者的注意,从而引发消费者积极的情绪,使其产生愉悦的感觉,激发购买欲望^[11]。一款纳豆包装设计就将稻草作为天然的包装材料,实现了包装的创新和价值的升级。这是因为纳豆是由蒸过的黄豆与枯草芽孢杆菌纳豆的培养物后发酵而成,将其与稻草材料相互融合,能够给人一种嗅觉享受,在无形中产生一种自然的印象,仿佛进入了田园时空。湘西“老爹酒”将采用竹筴烟斗型陶器盛装,这种设计古色古香,伴着酒香味使人产生一种敦厚朴实的“老爹”情愫。

4.2 基于材质对比的应用路径

天然材料的肌理效果十分明显,它可以借助表面变化或者加工改造来营造更加美好的主体效果^[12]。比

如亚光的木材、光滑的竹材、粗矿的石材等,都可以在组织构造中经过对比融合形成丰富的光影层次,给人一种朴实、流动、强烈的审美感受,因此,从材质对比角度出发,探索天然材料在包装设计中的应用十分必要。一般而言,在包装设计中,设计师常常会选择两种或3种以上的天然材料进行对比变化,展现视觉张力,软与硬、粗与细、大与小、流动与静止,这些都是可以用来进行对比的包装方向,它们彼此间相互渗透、相互补充、相互对立,给了包装无与伦比的审美体验^[13]。比如一些茶叶的包装设计,会在材料对比上下足功夫,外包装使用木盒材质,内包装则选用陶瓷材料,这种跳跃性的对比给人一种活泼的思考感受,自然神秘又温情脉脉,周到的设计形式总是让人心领神会而又怦然心动,产生购买欲。

5 结语

设计是一种创造性思维与行为发生碰撞的实践过程,具体到包装设计中,在材料的选择上同样应该通过设计创新来促进包装的升级,实现更大意义上的价值效用。在具体的设计过程中,设计师要深入分析天然材料与包装诉求的契合之处,研究天然材料的各类应用和整合性设计方法,从简约、易得、可回收等角度出发,结合视觉、触觉、嗅觉等感官体验,以及天然材料的强烈对比,对包装设计思路进行整理与创新,让天然材料以一种全新的姿态和轻松的氛围重新回到人们的生活中,给人们带来更加真实、温暖的使用体验。

参考文献:

- [1] 彭建祥. 基于天然材料中包装设计方法归纳[J]. 艺海, 2014(2): 99—100.
PENG Jian-xiang. Induction Based on Packaging Design Method in Natural Materials[J]. Yihai, 2014(2): 99—100.
- [2] 沙俊竹. 天然材料包装的再生性研究[J]. 中国包装工业, 2015(17): 46.
SHA Jun-zhu. Research on Recyclability of Natural Material Packaging[J]. China Packaging Industry, 2015(17): 46.
- [3] 郑颖璐. 天然材料在包装设计中的美感体现[J]. 艺海, 2013(4): 82—84.
ZHENG Ying-lu. The Aesthetic Expression of Natural Materials in Packaging Design[J]. Yihai, 2013(4): 82—84.
- [4] 蒋珊珊, 上官嫚嫚. 绿色天然材料在现代包装设计上的运用[J]. 今日湖北月刊, 2011(12): 89.
JIANG Shan-na, SHANGGUAN Man-man. The Application of Green Natural Materials in Modern Packaging Design[J]. Hubei Monthly, 2011(12): 89.

- [5] 吴雁. 浅谈包装中天然材料的运用[J]. 文艺生活旬刊, 2011(10): 193.
WU Yan. Discussion on the Application of Natural Materials in Packaging[J]. Journal of Literature and Art, 2011(10): 193.
- [6] 田梅. 浅析绿色包装设计中的生态美学[J]. 剑南文学: 经典阅读, 2013(9): 172.
TIAN Mei. Analysis of Ecological Aesthetics in Green Packaging Design[J]. Jiannan Literature: Classic Reading, 2013(9): 172.
- [7] 欧阳沐尧, 吴亚婷. 包装设计材料的绿色趋势[J]. 设计, 2017(17): 50—51.
OUYANG Mu-yao, WU Ya-ting. Green Trend of Packaging Design Materials[J]. Design, 2017(17): 50—51.
- [8] 闫莉. 在现代包装设计中应用绿色生态包装材料的作用研究[J]. 中国包装工业, 2015(11): 46—47.
YAN Li. Research on the Application of Green Ecological Packaging Materials in Modern Packaging Design[J]. China Packaging Industry, 2015(11): 46—47.
- [9] 郑富平. 寒地黑土农产品包装品牌化设计研究[J]. 艺海, 2012(4): 89—90.
ZHENG Fu-ping. The Application of Materials and the Expression of Beauty in Packaging Design[J]. Yihai, 2012(4): 89—90.
- [10] 陈沫. 蚕材料在包装设计中的创新应用[J]. 科技经济市场, 2013(6): 9—11.
CHEN Mo. Innovative Application of Silkworm Materials in Packaging Design[J]. Technology economic market, 2013(6): 9—11.
- [11] 江威. 环保材料在绿色包装设计中的应用[J]. 现代装饰(理论), 2014(3): 94.
JIANG Wei. Application of Environmental Protection Materials in Green Packaging Design[J]. Modern Decor (Theory), 2014(3): 94.
- [12] 韩玉龙. 浅析包装设计中结构与材料的运用[J]. 都市家教月刊, 2012(11): 211.
HAN Yu-long. Analysis of the Application of Structure and Materials in Packaging Design[J]. Metropolitan Education Monthly, 2012(11): 211.
- [13] 雷鸣. 天然材料营造空间的自然意境[J]. 科技创新导报, 2017(35): 139—140.
LEI Ming. The Natural Artistic Conception of Natural Materials Creating Space[J]. Science and Technology Innovation Review, 2017(35): 139—140.

(上接第 242 页)

- [8] ROMERO A. Accuracy of Body Mass Index in Diagnosing Obesity in the Adult General Population[J]. Obes, 2008, 32: 959—966.
- [9] 施凯. 足部运动受力分布与鞋楦优化分析研究[J]. 包装工程, 2009, 30(2): 148—150.
SHI Kai. Research on Pressure Distribution of Foot in Movement Condition and Shoe Tree Optimization[J]. Packaging Engineering, 2009, 30(2): 148—150.
- [10] 张明月. 基于人机工程学的油锯造型设计研究[J]. 装饰, 2015(3): 98—99.
ZHANG Ming-yue. Research on the Chain Saw Design Based on Ergonomics[J]. Zhuangshi, 2015(3): 98—99.
- [11] 杨先艺. 论产品设计的个性与差异性[J]. 装饰, 2007(1): 16—17.
YANG Xian-yi. Discussion of the Individuality and Diversity of Product[J]. Zhuangshi, 2007(1): 16—17.
- [12] NGUYEN U S. Factors Associated with Hallux Valgus in a Population Based Study of Older Women and Men: the MOBILIZE Boston Study[J]. Osteoarthritis & Cartilage, 2010, 18(1): 41—46.
- [13] 袁刚. 正常人足底压力分布及其影响因素分析[J]. 中华物理医学与康复杂志, 2004, 26(3): 156—159.
YUAN Gang. The Distribution of foot Pressure and Its Influence Factors in Chinese People[J]. Chinese Journal of Physical Medicine & Rehabilitation, 2004, 26(3): 156—159.
- [14] 张高峰. 足疗一号联合化瘀汤治疗糖尿病足临床研究[J]. 新中医, 2012(2): 45—46.
ZHANG Gao-feng. Observation on Effect of Foot number one to Treat Patients with Diabetic Foot Mortification[J]. Hubei Journal of Traditional Chinese Medicine, 2012(2): 45—46.