

文章编号:1671-1513(2012)03-0069-04

契合包装设计初探

张帆

(北京工商大学艺术与传媒学院,北京 100048)

摘要:从契合形态理论入手,依据绿色设计理念,探讨了节能环保趋势下包装设计的发展方向.提出契合设计的定义和契合设计在包装设计中的应用准则.按契合包装设计特征,分类对其表现方式与设计特点进行简要的论述,并用优秀的包装设计案例进行解析,来阐述契合概念下包装设计的新趋势.

关键词:包装设计;契合;绿色

中图分类号: TS206.2

文献标志码: A

当前,现代包装设计已经进入多元化的发展时代,商品包装设计需要全新的、与众不同的创意,商品包装设计师面临着前所未有的挑战.

未来的商品包装设计会越来越多地受到众多方面因素的影响.首先,国际化的产销经营模式,使得商品的包装更具通识性.其次,人们文化素质和审美水平的提高,促使优秀的商品包装在销售环节中得到更为广泛的认可.再次,商品质量信息的透明化,使人们逐渐加强了对商品安全的重视,具有安全性的包装逐渐受到人们的认可.与此同时,商品生产者为了使自己的商品在同质化的众多商品中脱颖而出,会对商品的包装提出更高的设计要求和设计标准.就包装的功能而言,商品包装从最初的保护商品的单一功能,逐步发展到展示商品、促进销售、提升审美、增添情趣等多种功能,显然未来的商品包装设计会不断有更多的诉求被提出.

1 契合形态包装的概念

1.1 包装形态设计

商品包装形态设计是在符合商品所需包装基本功能的前提下,合理选择材料利用各种加工工艺,根据确定的结构方式创造的立体形态.包装形态的构成是由造型、文字、图形、色彩、材质、工艺设计等诸多元素组成的立体形态,占有一定空间,构成有感情

的形象特征.形态是包装最直观的表现形式,其丰富的形体变化让人们在方便地使用商品的同时,更可获得美的感受以及艺术的熏陶.

1.2 契合形态的定义

包装设计中的契合形态是造型设计的重要形式美法则之一,它是一种契合思想的体现.形态的契合给人一种“和谐”的美,它力求内在的各个构成元素在动态的发展中得以平衡,同时又体现出思想的一致性.

从设计理论来说,契合是指把有联系的各部分通过规则进行有机的组合,使其达到一定的使用目的;或把整体分成各个组合部分,根据需要发挥其各自不同的功能与作用.契合设计原理是对设计元素的形态特征及其变化规律进行研究,深入探讨基于包装形态的造型设计方法.它以包装形态为对象进行设计,并利用不同形态造型传达设计思想及理念.包装设计中的契合,强调作为商品的包装是由不同部分所组成,虽然个体是相对独立的,但不失其完整性.然后再把不同的部分组织成一个整体,形成新的外观形象,发挥其新的组织功能,使其更加美观,更加实用.

2 契合形态的优势

包装设计中的契合形态应用不仅增加了包装本

身的功能与实用性,而且通过互动性体验的过程,增添了商品与消费者之间的联系,使包装和商品更具趣味性、亲和力,从而增加了消费者对商品的认可度,促进了商品的销售。

结合当前产业经济的绿色环保发展方向,包装设计中的契合造型原理可以更好地结合低碳设计理念,在环保材料的选择、降低材料的用量、多功能性的应用以及环保材料的循环利用等方面发挥积极的作用,以实现包装生命周期的整体低碳化,达到商品包装在设计创意、经济效益和环境保护上的统一^[1]。我们在分析包装设计中契合形态设计原理的同时也试探性地研究了未来包装发展的方向。

3 契合形态特征的应用方式

包装设计中的契合形态概括起来主要包括四种

应用方式。

3.1 实用性契合形态设计

包装的实用性契合应用,是指根据商品的运输、销售、使用等目的,运用契合的设计原理,最大限度地发挥包装的功能和作用。实用性的包装既要看起来美观,同时又要在使用功能上便利^[2]。前者是艺术的问题,后者是科学的问题。仅仅美观而使用时不方便,或是仅仅满足实用的需求,而忽视了人们对于心理上美的追求,这样的包装就不具备优秀包装的要求,在市场上就有可能失去良好的销售力。实用性契合从空间关系出发,巧妙构思、合理运用包装材料,根据商品本身的属性以及消费者的兴趣爱好,在包装设计上进行结构、大小、材质、色彩、质感等元素的合理搭配,以达到保护商品、促进销售、方便使用、提高审美的目的。实用性非常强的 Evangelo 葡萄酒包装设计(如图1)。



图1 Evangelo 葡萄酒的包装设计

Fig. 1 Evangelo wine packaging design

整组包装运用契合的设计方式,以实用性为主要目的进行的包装设计。整套 Evangelo 葡萄酒包装采用实木复合压制工艺,按单瓶装、双瓶装、三瓶装三种包装形式为一组。每种包装都附带有半弧状的拎手,既可以用来提拎商品,又可以悬挂商品的吊牌,还可以将 Evangelo 葡萄酒直接摆放在上面做展示用,并且可以通过简单的摆放起到良好的展示作用,使用的时候可以组合在一起,直立或者堆砌摆放。由于包装材料选择的是实木材质,所以具有很高的强度,可以有效地保护 Evangelo 葡萄酒,而且实木本身的天然纹理可以起到良好的装饰作用,采用激光蚀刻技术在壳体上雕刻的标志与包装融为一体,突出了 Evangelo 葡萄酒的高雅品质。

3.2 趣味性契合

随着社会的飞速发展、生活节奏的逐渐加快,身心负荷重压的人们渴望获得心灵的解压,向往一种休闲回归的心态,在潜意识里渴望与商品发生对话,产生通融的诉求。在节能环保绿色设计的思潮下,

商品包装不单纯只用来保护和展示商品形象,更多的是增加情趣并与消费者产生情感的共融的作用。因此,商品以及商品的包装在保证物质功能的同时,逐渐肩负起精神享受的作用。一件充满情趣化的商品包装,能缓解高新技术商品带给人们的冷漠感与紧张感,充满情趣化的商品包装会让人体会到放松、简单、变化的乐趣。包装设计中趣味性契合的应用是在为商品提供安全保护功能的同时,增添了包装的趣味性和感染力,还满足了现代消费者高层次的精神追求,为现代包装设计的个性化发展开辟了新的途径。如何设计出既能符合包装基本功能又能满足现代消费心理的包装,成为现代包装设计师值得关注的新焦点。

这组包装为设计师 Sarai Robledo 所设计的系列化包装(如图2)。按照包装设计的契合应用原理,整套包装共有7件,按一周7天为套系。整体设计简单流畅,趣味性地采用1~7的阿拉伯数字作为单独包装的基本造型,每个单独包装均用不同的纯色

做主色调,包装的侧面均用相应的阿拉伯数字标出它所代表的星期.它们各自为单独的个体,组合起来又形成色彩鲜明、格调统一的系列化包装,呈现

出一种节奏感与韵律美,为人们紧张的工作和生活增添了情趣.



图2 Sarai Robledo 所设计的系列化包装

Fig. 2 Sarai Robledo packaging design

3.3 功能性契合设计

包装的功能性契合应用强调的是包装本身多功能性,每个包装组件都有独自的性能与用途,当它们组合起来可以增加商品的使用功能.因此,包装本身在分割状态下与组合状态下的使用方式是不同的,给人最直观的感受就是一物多用,在设计思想上讲求包装与商品的共通性.多功能包装所具有的优势,体现在一方面提升了商品的使用价值,另一方面也节约了成本,减少了材料和能源的消耗,体现了低碳环保的绿色设计理念.

现代包装设计中,除了在造型与功能方面注重创新外,这种契合还融入了卓越的材料性能、科学的人机结构、精良的加工工艺等新的设计内容,给商品注入了超值的品质.因此,新材料、新结构、新工艺等新技术,构成了包装设计中功能性契合的主体.此外,包装设计中所具有的审美造型与人文内涵,更使得通过这种方式设计的商品变成一种精神、文化的象征,两者的珠联璧合让商品更具生命力与吸引力.

西班牙设计师 Mika Kañive 所设计的多功能酒包装(如图3).



图3 多功能酒包装

Fig. 3 Multi-function wine packaging

包装采用概念化的设计方式,包装材料选用高强度的复合材料,材料本身具有抗挤压、耐高温等特点,并且表面采用金属拉丝工艺,具有良好的装饰效果.包装应用功能性契合的设计原理,在消费者取出酒之后,可将包装通过简单的分解组合,组合成一盏应用蜡烛提供光源的概念化时尚灯具.设计师 Mika Kañive 所设计的多功能酒包装,既可以有效地保护其内的商品,还可以起到在享受该商品时增添情趣、营造浪漫气氛的作用,使人们在品酒的同时获得烛光下的悠然之感.包装的功能性契合原理强调了包装的多功能性,赋予了商品包装新的生命.

3.4 互动性契合设计

包装的互动性契合应用是指商品的包装从设计的思想上要体现出包装与商品互为一体的理念.在设计上要体现出包装结构的独创性,使消费者可以通过简单的组合、分拆、再组合等手段达到一定的功能、装饰及使用的要求.包装结构都是以特定的形态存在的,结构设计的过程也可以看作是形态创造的过程^[3].消费者通过体验互动的过程可以增加商品使用的愉悦感,使包装和商品更具趣味性 with 亲和力,从而增加了对商品的认可度,促进了商品的销售.

互动性契合方式的应用首先要考虑到人性化设计的内容,综合分析消费者的心理因素,了解消费群体的购买意愿和购买动机。商品包装设计能够获得成功,前提是要吸引消费者,再者商品包装要富有一

定的情感联想,次之成功的商品包装还应当与消费者产生情感交流与互动过程,使之过目不忘。

美国设计师 Undoboy 所设计的卡通包装(如图4)。

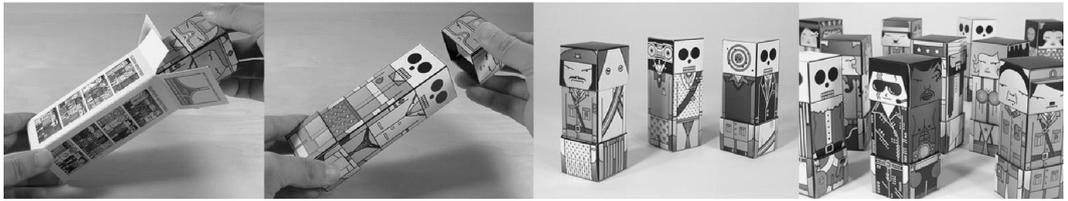


图4 Undoboy 所设计的卡通包装

Fig.4 Undoboy cartoon packaging design

考虑到这是一个儿童商品的包装,所以设计师 Undoboy 最大化地增加了包装所具有的趣味性。设计师 Undoboy 应用包装的契合原理,将包装分为上、中、下三个部分,对应着人的头、躯干、下肢。每个部分都具有不同图案的四个面。三部分各个面的图案之间可以任意组合,形成不同的人物图案,形成如警察、坏人、护士、圣诞老人、独裁者等人物形象。消费者拿到商品的同时,一定会被包装上充满情趣的人物图案所吸引,从而与包装本身产生互动,加强了消费者与商品之间的联系。按照这种组合形式,设计师把它设计成系列化的商品包装,丰富了人物内容、增添了人物关系,从而促进了商品的销售。

装时,不仅仅要考虑包装的基本功能,还要有很多和产品相关的人性化考虑。契合是塑造商品包装形态的重要手段,也是设计包装结构的方法和原则^[5]。正确分析其不同类型的设计定位与文化内涵,做到针对不同的商品采用不同的包装设计方式,有方向、有目的地打造商品包装形态,对商品本身的设计也会起到巨大的帮助作用。

4 结 语

商品包装不仅起着保护产品使用价值的作用,而且对建立强化品牌定位,即在消费者心目中建立一个独特的、不同于竞争对手的产品差异点,起着非常重要的作用^[4]。同时要求设计师在为商品设计包

参考文献:

- [1] 杨光, 鄂玉萍. 低碳时代的包装设计[J]. 包装工程, 2011(4):81-83.
- [2] 马云. 基于科学与艺术互动的包装设计研究[J]. 包装工程, 2005(3):209-210.
- [3] 周家乐. 包装结构设计新思维[J]. 包装工程, 2008(8):233-239.
- [4] 刘霞. 论包装与品牌定位[J]. 包装工程, 2005(5):232-244.
- [5] 付黎明. 设计美学法则研究[M]. 长春:吉林大学出版社, 2006:1-236.

An Tentative Inquiry on Combinational Package Design

ZHANG Fan

(School of Arts and Communication, Beijing Technology and Business University, Beijing 100048, China)

Abstract: Based on the theory of combinational form and the concept of green design, the new directions of package design was discussed with the purpose of saving energy and protecting environment. The definition of package design and the applying rules of combination in package design were put forward. Finally, the ways of representation and design were expounded according to the attributes and classifications of combinational package design, and the new tendencies of package design were pointed out within the concept of combination.

Key words: package design; combination; green

(责任编辑:王 宽)