

论绿色包装设计智慧

邱志涛, 李桃桃

(湖南工业大学, 包装设计艺术学院, 湖南 株洲 412007)

摘要: 绿色包装设计可通过趣味性的设计, 引发消费者的情感共鸣; 设计新颖别致的包装结构, 减少包装生产能耗和污染, 提高使用过程的便利性和趣味性; 将循环包装信息有效传达给消费者, 宣传环保理念; 有效利用包装废弃物, 使消费者在重复利用包装的过程中得到人性化与趣味化的享受; 采用环保材料, 推行可重装包装等, 来挖掘其设计智慧。

关键词: 绿色包装; 包装结构; 循环包装; 包装废弃物; 包装材料

中图分类号: TB482

文献标志码: A

文章编号: 1674-7100(2010)03-0058-04

The Wisdom of the Green Packaging Design

Qiu Zhitao, Li Taotao

(School of Packaging Design & Art, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

Abstract: The green packaging design can trigger the emotional response of consumers by interesting designs. Novel packing design structure can reduce energy consumption and pollution in packaging production process while improve the convenience and interest. Circulation packaging information can be effectively communicated to consumers in order to promote environmental philosophy. Effective use of packaging waste can achieve humanization and enjoyments on the side of consumer in the process of packaging recycle. Use of environmental-friendly materials and promotion of cycling package can be implemented to tap the wisdom of its design.

Key words: green packaging; package structure; circulation packaging; packaging waste; packaging materials

随着环保主题的确定,“绿色”、“低碳”、“生态”、“可持续”、“循环经济”等名词成为社会中高频次使用的概念,包装设计也围绕着这些名词走向“绿色设计”的重要研究课题。随着包装的过度化、不当包装材料的运用以及包装物销毁等诸多问题的出现,包装已严重影响着人类生存环境,并导致了浮华浪费的社会风气。绿色包装提倡的“3R1D”原则、不造成环境破坏和对人体无毒无害等要求,虽然给设计师带来了更多的限制,但是这些要求和限制在绿色包装的实施过程中也给设计师提供了新的思维方式。挖掘包装设计中的趣味性、简约性、多元性,以及采用多种设计方式和新的设计模式,以解决包装中存在的环境问题,成

为设计师思考的焦点。

1 富有多重情感的设计智慧

现代商品市场,琳琅满目的包装充斥着人们的视线,大部分包装的作用从过去以承载保护物品为主转移到以彰显包装特色和品牌效应为主。许多商品的奢华包装已影响到消费者的利益,在商业诚信、与顾客的情感交流上出现了较多的误区。包装设计在满足其功能性的前提下要吸引消费者的注意,就要使产品与消费者之间产生互动,在充分考虑可持续包装设计的同时,通过巧妙设计带来情趣和引发共鸣,以满足消

收稿日期: 2010-04-02

作者简介: 邱志涛(1967-),男,湖南株洲人,湖南工业大学教授,主要从事家具与室内设计方面的研究及教学,

E-mail: chiuzt@sohu.com

费者的心理需求。正如日本著名设计师高桥正实所言：“当我在进行包装设计时，如果我设计的包装仅仅是一个装产品的盒子，而没有超越包装本身的功能性的话，我觉得我的作品就是废物。一个高质量的包装应该既能展现其功能性，又能对所有使用产品的人产生积极的影响。”^[1]

绿色包装能使人们认同商品的环保意识进而对商品产生好感，但是很多时候仅有这种好感是不够的，就像消费者不会仅为汽车的排放设计买单一样，我们也不能仅考虑单一的包装绿色问题，而忽视人们对商品的情感需求。绿色包装应巧妙地运用设计的智慧和力量，把环保理念与人们的使用趣味联系起来，以达到有效销售的目的。当然，包装设计首先要考虑的还应该是环保问题，情感因素是在环保基础上的更高设计要求。如图1中铁臂阿童木糖果盒即是通过糖盒变纸筒的设计来满足人们的趣味需求，同时其具有的循环利用价值也体现了包装的环保性。再如，市面上推出的一款盒装瓜子产品，其包装盒的设计就很巧妙，一半的空间装瓜子，一半的空间留待装瓜子壳，可当移动的、随身携带的小型垃圾桶。这样的巧妙盒式设计，不仅达到了包装盒运输、保管瓜子的功能，还提高了瓜子的商品价值，并解决了环保问题，包装设计的价值得到了很好的体现。

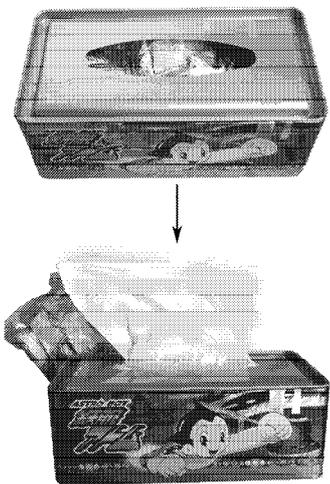


图1 铁臂阿童木糖果盒设计
Fig. 1 Astro boy candy design

再来看一例矿泉水的包装。水本身是透明的，而现在的水包装大都把商标等图案列为主体，反而覆盖了水本身的特性。ALKAQUA 矿泉水瓶包装设计的智慧就体现在保持水本色的同时，运用水透视放大的效果，把细长标签条放大，并展现水的详细信息，见图2。这种设计让消费者在信息寻求中得到了快乐，同时也提升了品牌特色，宣传了洁净的环保理念。

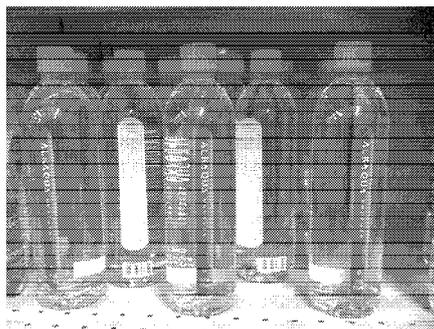


图2 ALKAQUA 矿泉水瓶包装设计
Fig. 2 The packaging design of ALKAQUA mineral water bottle

商家想通过各种手段来拓展品牌，以达到促销目的。设计师既要满足商家的愿望，又要巧妙地把环保理念通过创意表达出来，同时还要使包装设计充满趣味、具有人性化，这样才能使产品具有更独特、更优秀的表现力，以吸引消费者的目光，最终提升产品的附加值，改变产品与包装的价值比重，实现商家的促销目的^[2]。

2 富有巧妙结构的包装智慧

结构巧妙的绿色包装是企业减少成本、扩大销售、提升企业形象最有效的手段之一，对减少包装生产能耗和污染有着积极的意义。同时，包装结构的人性化、合理性、趣味性，能够引发消费者的情感共鸣，激发其消费欲望。造型新颖别致是包装最好的识别符号，而结构造型是视觉的中心要素，有时一些小的结构变化能够起到较大的作用，并带来不可估量的经济价值。在绿色包装设计中，结构变化所体现出的使用便利、材料节约、重复使用和趣味性等特征，将包装提到了更高的价值标准上^[3]。

如图3 SPOONLIDZ 冰淇淋的包装设计，冰淇淋筒盖撕下后对折成一个小勺子，既解决了勺子的卫生与环保问题，也节约了勺子的制造材料，还通过简单的撕、折、舀、食等动作增添了食用过程中的趣味性。



图3 SPOONLIDZ 冰淇淋包装设计
Fig. 3 The packaging design of SPOONLIDZ ice cream

图4为日本建筑家坂茂重新设计的方形卫生纸,将中间的纸芯由原来的圆形变为方形。一方面方形卷筒纸可节约储运空间,减少成本,从而降低销售价格,使消费者受益;另一方面当抽取方形卫生纸时,会因为阻力而发出“咯嗒、咯嗒”的声音,这种声音可提醒使用者节约用纸,同时因为阻力而造成抽取不便,也可在客观上减少卫生纸的使用。

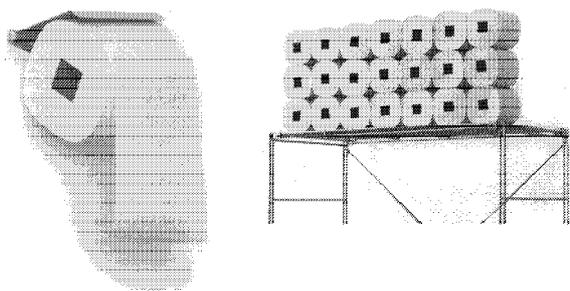


图4 方形卫生纸

Fig. 4 Square toilet paper

再如图5GINA自行车的包装设计,在外包装的前部采用“倒角式”可拆装设计,使之在运输过程中能露出一个车轮,方便搬运人员和自行车使用者推行。而且此包装在不同的需求下可改变结构方式以组合成各种展示,从而达到包装利用的最大化。

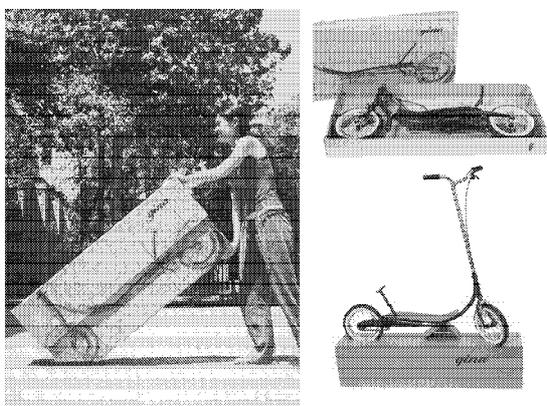


图5 GINA自行车的包装设计

Fig. 5 The packaging design of GINA bicycle

通过对包装结构与功能的联系,分析产品整体或部分的结构特点,在设计时进行充分地利用与发挥,创造出符合人的心理且耐人寻味的包装产品。包装设计通过这些独特的构思,赋予包装鲜明的结构个性。

3 循环包装信息的传达智慧

随着时代的发展,包装设计中的环保理念被提到战略地位,在进行包装设计时注重具有生态学意义的绿色效能理念,成为包装设计时考虑的焦点。

绿色效能包装是将包装纳入到生态系统的循环过程中,使其材料能以生态系统接受的方式取之于自然,而后回归于自然,从而获得再利用或可再生的机会^[4]。对绿色包装的全方位思考和应用已成为商家的社会责任,许多商家已制定了包装材料再生计划,建构了包装循环体系,并标识了相应的环保信息。一些商家利用环保图形信息进行创意设计,设计出独具特色的包装,赢得了顾客的欢迎和信赖。如日本“无印良品”豆奶饮料包装,周到、详细地列出了回收信息、环保措施。其饮料的材料、各类环保标识、回收创意、简单合理的饮用设计等,都充分体现了包装整体的环保性,给消费者带来洁净、安全的心理感受。但也有一些商家环保意识不强,对材料的可回收利用考虑不够,其产品也没有环保标识或环保标识不规范。

4 包装废弃物的再利用智慧

所使用的资源如果能被有效利用,将有助于减少资源索取,减少污染物的排放。但是,再生利用毕竟只是一种事后加工处理,在大多数情况下处理包装废弃物仍需追加投入一定的资源,同时还会出现一些新的污染物。包装废弃物的再利用设计,也应充分了解消费者的心理需求,从消费者的现实需要出发,利用包装的功能和美感,使消费者在重复利用包装的过程中得到人性化与趣味化的享受^[4]。如图6利用废弃的喜力啤酒瓶作为建筑物的材料,以废弃的啤酒瓶为材料还可制作储物架、建筑隔墙等。喜力啤酒在设计酒瓶时考虑了瓶嘴和瓶尾的凹凸对接,并将酒瓶设计成方形,给酒瓶的回收利用提供了有利条件。酒瓶的回收利用设计,也促进了消费者购买喜力啤酒的消费欲望,从而提高了喜力啤酒的市场销售。

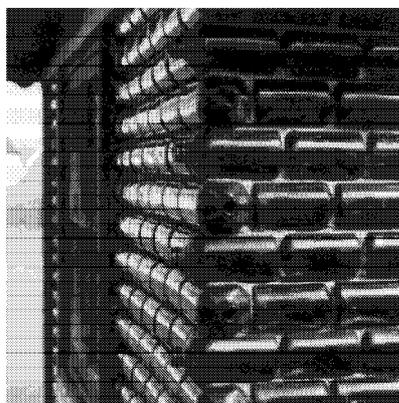


图6 利用喜力啤酒瓶完成的建筑物

Fig. 6 Building made of Heineken beer bottles

另外, 利用秸秆、葵花籽壳、花生壳等农作物废弃物, 加工制作成各类漂亮的板材, 作为家具产品、建筑物的装饰材料。这些原料可在不加漆饰下使用, 无污染, 比木材、竹材等环保材料更环保^[5]。

5 包装材料的创新智慧

如果相同产品都使用不同包装, 在产品使用后就会造成大量的包装浪费, 可重装包装正是针对这一问题应运而生的。可重装包装在家用清洁产品包装中已广泛应用, 但在个人卫生用品或高档商品市场, 消费者还是青睐一次性包装的产品。叶夫罗氏公司推出柔性包装的护肤用品及护发用品。这种柔性包装比一次性包装瓶使用的材料大大减少, 质地柔软可变, 重量更轻, 运输成本也大大降低, 并可多次重装, 受到消费者的喜爱。

材料的选择体现出设计的环保意识。如一款使用环保材料铝材设计的化妆品包装, 其铝质包装材料 85 % 属于饮料罐回收利用, 和使用原始铝材相比, 该设计节约近 97 % 的水、电, 生产过程中排放的污染也减少 95 %。同时, 化妆盒中的镜子和磁铁都 100 % 不含铅, 不会造成任何毒害性污染; 粉饼盒通过磁力安全地吸附在化妆盒表面上, 用完后更换也非常方便。整个化妆盒可以完全回收利用, 而且不再消耗资源, 凸显出极强的创新品质。

在商品包装设计中, “没有包装的包装是最好的包装”, 与中国画论中“最妙之法为无法”不谋而合^[6]。这并非当下的“无包装”设计, 也不是简单地回到包装的原始状态, 而是追求产品与包装的完美统一, 包装无痕迹, 感觉不到有包装的存在, 包装与物已经合二为一。如图 7 保护性气囊的包装设计, 利用空气作为商品护垫, 内外两层都采用压膜塑料, 能很好地防止包装被刺破或撕裂, 延长了商品在货架上的寿命。这种包装又分为非抗静电表层包装和抗静电表层包装 2 类, 后者用于包装对静电较为敏感的电子产品。抗静电包装的内外两面都有双层压膜塑料, 密封后的包装产品可耐受约 5.8 km 的空运高度 (多数飞机最高飞行高度为 2.5 km)。和其他同类包装相比, 这种可以重复使用的气囊包装节约了 30 % 的用料, 35 % 的运输成本, 90 % 的存放空间, 99 % 的废物输出, 99 % 的垃圾填埋费用。经测试, 利用该气囊包装商品受损率为 0。

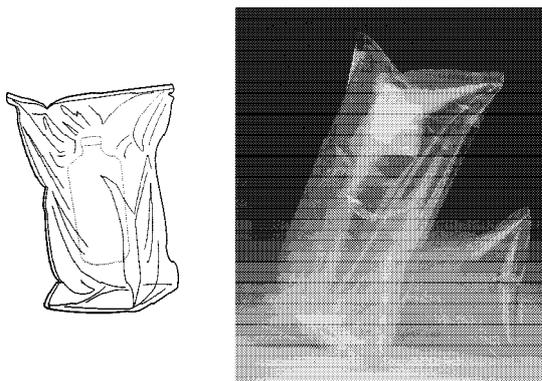


图 7 保护性气囊的包装设计

Fig. 7 The packaging design of protective gasbag

参考文献:

- [1] 王晓岚. 艺术·商业·设计——高桥正实和她的作品[J]. 包装与设计, 2007, 1(2): 28.
Wang Xiaolan. Arts · Business · Design —— Takahashi and Her Works Are Indeed[J]. Packaging & Design, 2007, 1 (2): 28.
- [2] 罗哲辉, 杨 静. 超越包装的设计——日本包装设计新世纪解读[J]. 装饰, 2008, 51(7): 136-137.
Luo Zhehui, Yang Jing. Surpassing the Design for Packaging —— Understanding the New Era of Japanese Packaging Design[J]. Arts & Design, 2008, 51 (7) : 136-137.
- [3] 祝小林, 王坤茜, 徐人平. 趣味包装设计策略[J]. 印刷世界, 2007, 5(7): 1-3.
Zhu Xiaolin, Wang Kunqian, Xu Renping. Interesting Packaging Design Strategy[J]. Printing World, 2007, 5 (7) : 1-3.
- [4] 杨仁敏. 包装设计[M]. 重庆: 西南师范大学出版社, 1996.
Yang Renmin. Package Design[M]. Chongqing: Southwest China Normal University Press, 1996.
- [5] 戴宏民. 绿色包装[M]. 北京: 化学工业出版社, 2002.
Dai Hongmin. Green Package[M]. Beijing: Chemical Industry Press, 2002.
- [6] 席 淘. 包装设计的绿色革命[M]. 上海: 上海科学技术文献出版社, 2002: 12.
Xi Tao. Packaging Design of the Green Revolution[M]. Shanghai: Shanghai Science and Technology Literature Press, 2002: 12.

(责任编辑: 徐海燕)