

# 青花瓷餐具组合包装设计

陈 曲 , 李 杨

(天津科技大学包装与印刷学院, 天津 300222)

**摘 要:** 市售青花瓷餐具大多采用个体包装, 既不便携带, 又浪费材料。针对这个问题, 选用 E 型瓦楞纸板作为主要材料, 根据餐具件数的不同设计了抽屉式、帽盖式、插锁式 3 种青花瓷餐具组合包装方案, 可以满足消费者的不同消费需求。由于青花瓷餐具价位较高且易碎, 故缓冲隔板分别选用正反撇结构、间壁结构、凹槽结构, 以保证包装盒的牢固。此外, 在包装装潢设计上, 以装饰性极强的青花瓷图案加以表现, 同时选用国画画风, 强化了中国元素, 具有显著的中国古典风格。

**关键词:** 青花瓷; 餐具包装; 中国元素

中图分类号: TB482

文献标志码: A

文章编号: 1674-7100(2011)04-0083-05

## Assembly Packaging Design of Blue and White Porcelain Tableware

Chen Qu, Li Yang

(College of Packaging and Printing Engineering, Tianjin University of Science and Technology, Tianjin 300222, China)

**Abstract:** Mostly the blue and white porcelain tableware is packaged individually, leading to the issues of inconvenience and material waste. To solve this problem, a kind of corrugated board named E type is chosen as the main material, three kinds of assembly blue and white porcelain tableware are designed such as drawer type, cap type and lock type to cater for different needs of consumers. Due to the high price and fragility of blue and white porcelain, buffer partition is selected as structures of pros and cons of honk, barrier wall, indentation and so on to strengthen the package box. In addition, on the packaging design, the decorative patterns of blue and white porcelain and selection of Chinese painting style can enhance the Chinese elements with a significant classical style.

**Key words:** blue and white porcelain; tableware packaging; Chinese elements

## 0 引言

中国青花瓷文化底蕴深厚, 加之色泽清新, 纹饰优美, 因此青花瓷餐具受到消费者的追捧。然而, 目前市售的青花瓷餐具包装存在较大问题, 那就是大多数为个体包装, 较少将成套餐具组合包装。虽然个体包装对产品有较好的保护作用, 但对于成套餐具来说, 采用个体包装不便携带, 且浪费材料, 易

造成过度包装。同时, 随着生活水平和审美水平的提高, 消费者在注重商品实用性的同时, 更注重商品的美观性。因此, 设计出能够表现青花瓷雅致清爽的特点, 并能将餐具中碗、碟、筷子和汤匙有机组合在一起的内外包装, 对于青花瓷这种高档餐具来说, 是非常必要的。

基于此, 笔者提出了 3 种青花瓷餐具组合包装方

收稿日期: 2011-06-10

作者简介: 陈 曲 (1987-), 女, 辽宁锦州人, 天津科技大学硕士生, 主要研究方向为包装材料与包装技术,

E-mail: chenqu870903@163.com

通信作者: 李 杨 (1987-), 男, 安徽淮北人, 天津科技大学硕士生, 主要研究方向为包装材料与包装技术,

E-mail: 609305074@qq.com

案,意在创造出节省空间、方便携带、形式美观的礼品包装。在设计中,笔者对缓冲隔板采用了多种形式的设计,打破了传统缓冲隔板的单一形式;并根据被包装物青花瓷营造的意境,在餐具的外包装设计立意方面,创造出虚无缥缈的江南烟雨场景。青花瓷不仅明快清新、雅致大方,具有较强的装饰性,而且具有深厚的中华文化底蕴。因此,在本设计中笔者尽量把对于产品的理解通过设计表达出来,希望能用产品的包装触动消费者的心灵<sup>[1]</sup>。

## 1 材料选择

本设计主要选用E型(即微型)瓦楞纸作为餐具的包装材料,以代替市场上流行的泡沫包装材料。因为,纸板原料来源广泛,价格较低;瓦楞纸板有一定的刚度和强度,又有良好的弹性和韧性,对内装物有良好的保护作用,并适于机械化操作;瓦楞纸板具有优良的印刷适应性,印刷字迹和图案清晰、美观、牢固;作为废弃物,其处理方法简单,不会对环境产生污染<sup>[2]</sup>。

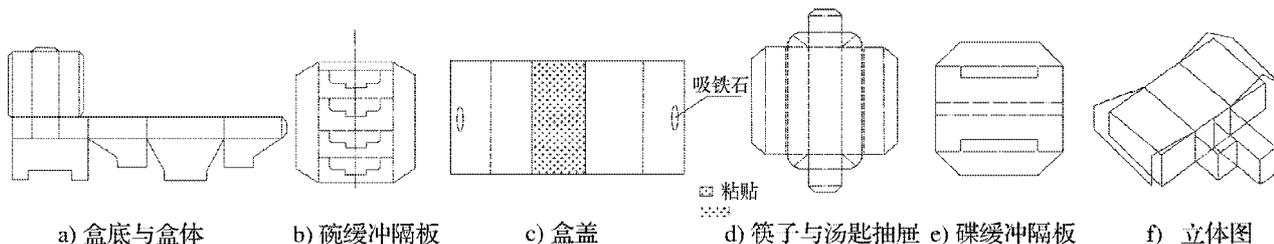


图1 抽屜式集合包装

Fig. 1 Assembly package of drawer type

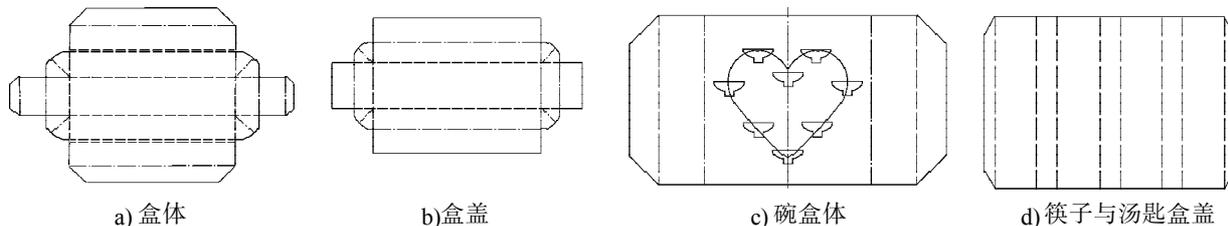
3) 包装盒呈两端开启式,内装物可一目了然;结构造型比较简单,适合自动化生产。

## 2.2 方案二:帽盖式集合包装

包装物与数量:8个碗,4个碟,2双筷子,4支汤匙。

方案特点与说明:

1) 选用帽盖式折叠结构。此种结构由盒体(如图2a)所示)、盒盖(如图2b)所示)、碗的盒体(如图2c)所示)、筷子与汤匙的盒体(如图2g)所示)及盒盖(如图2d)所示)、缓冲隔板组成(如图2e)



## 2 结构设计方案

### 2.1 方案一:抽屜式集合包装

包装物与数量:4个碗,2个碟,2双筷子,2支汤匙。

方案特点与说明:

1) 包装盒由4个部分组成:盒底与盒体(如图1a)所示)、缓冲隔板(如图1b),图1e)所示)、盒盖(如图1c)所示)以及筷子与汤匙抽屉(如图1d)所示)。筷子与汤匙分别装入2个抽屉中,碗和碟装入2个横槽中,两者均分别用间壁隔板(如图1b),图1e)所示)隔开。因为间壁隔板有较好的缓冲作用,可以减少运输过程中外界对餐具的碰撞及餐具之间的碰撞,以保护内容物。盘子的缓冲隔板选用正反撒结构,不仅起到了缓冲作用,且省工省料。

2) 盒底选用锁底式结构(如图1f)所示)。这种盒底能承受一定的重量,在大中型纸盒中得到广泛使用。餐具的集合包装需要较大的承受力,锁底式结构可以满足此需要。

~f)所示)。这种纸盒开启方便,内装物空间较大,可以容装较多容器。且该式纸盒较牢固,能承受较重的包装,对餐具类较重的物品有较好的保护作用。

2) 8个碗的组合为心形(如图2a)所示),形式美观,样式新颖,能够引发消费者喜爱之情。

3) 4支汤匙放入图2e)所示的大孔中,2双筷子放入小孔中,呈腾空状态,方便取出。

4) 碟的缓冲隔板设计成半包裹式(如图2f)所示),将盘子立式放入,对盘子两侧起到保护与缓冲作用。

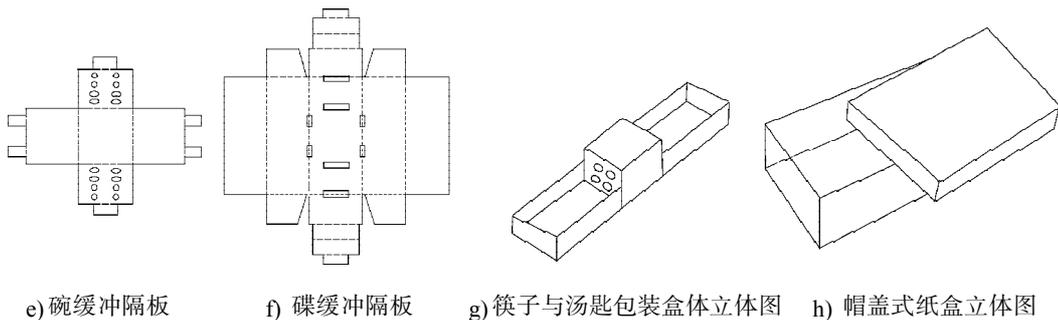


图2 帽盖式集合包装

Fig. 2 Assembly package of cap type

### 2.3 方案三：插锁式集合包装

包装物与数量：6个碗，2个碟，3双筷子，2支汤匙。

方案特点与说明：

1) 选用自锁底式结构。该结构包括盒体（如图

3a)所示)、碗和碟衬垫（如图3b)所示)、筷子衬垫（如图3c)所示)、筷子缓冲隔板（如图3d)所示)组成。这种结构在盒底成型后仍然可以折叠成平板状运输，比较适合自动化生产和包装。

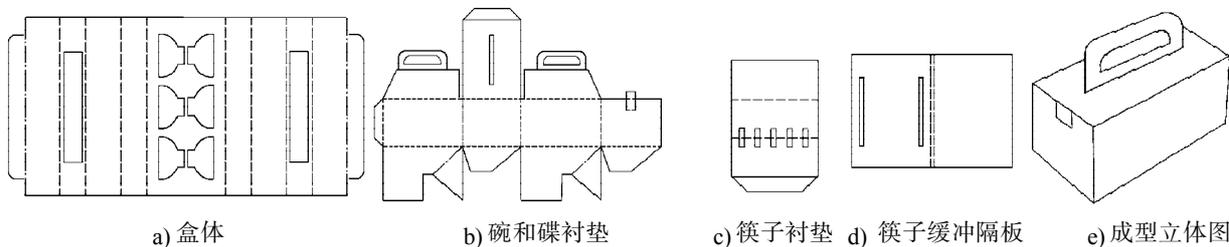


图3 插锁式集合包装

Fig. 3 Assembly package of lock type

2) 筷子的隔板采用正反撇结构，可以使物品摆放更牢固。

3) 该盒的物品为从上至下取出，上面摆放筷子，下面摆放碗和碟，包装物紧凑而有层次。

4) 6个碗分别放入隔板中，由襟片隔开，起到一定的缓冲与保护作用。盘子立式悬挂置于开槽中，节省空间的同时起到很好的缓冲作用。

以上3个方案都是在折叠纸盒这种基本形式基础上进行的结构变化，分别采用了抽屉设计、帽盖式设计、提手设计、插锁设计等，告别了以往结构上的重复单一。缓冲隔板的设计也采用了多种形式，如正反撇结构、间壁结构、凹槽结构等，不仅起到了缓冲作用，而且外表美观，易于展示。

## 3 包装装潢设计

商品包装装潢设计是传递商品信息、宣传商品、促进商品销售的一种手段，因此，包装的风格、品味与时代感对消费者所产生的心理影响就成为包装装潢设计师必须重视的问题。消费者在购买商品前后有着复杂的心理活动，一般来说，消费者具有求实、求美、求新、求名、仿效等心理。只有在商品包装设计上满足消费者的心理需求，才能在销售中引起消费者注意或者使消费者产生兴趣，产生购买

欲望，才可能发生最后的行为——购买<sup>[3]</sup>。所以，商品包装装潢设计在整个商品销售过程中能起到较大的作用。

### 3.1 色彩和图形设计

色彩是属于感官的，图形是属于结构的。人对于图形的认知更为理性，对色彩的认知更为感性。色彩能够左右人的情感，支配人的行为。适宜的包装色彩不仅能提高商品的外观价值，给消费者以美感和享受，还可直接引起其购买欲。因此，色彩是直接决定商品销售量的重要因素之一<sup>[4]</sup>。图形能够较为直接地表达设计者的意图，使人根据图形产生各种遐想。因此图形创意是平面设计的灵魂，是造型艺术中独特的表达方式。

上述3种青花瓷餐具包装设计方案的底色均采用与青花瓷近似的颜色，以蓝色色调为主，运用调和色搭配；装潢均采用青花瓷花纹图案作辅助，用国画勾勒的青花瓷作主要装潢面，尽量使包装盒与内装物融为一体，从而达到理想的效果。

### 3.2 文字设计

文字是人类传递信息时使用最为普遍的工具，也是平面设计的三大要素之一，理所当然，它是包装设计中不可缺少的一部分。如果某商品包装上没有文字，那么在商品流通的过程中就失去了商

品重要信息，包装设计的目的就很难达到了。可以说文字的信息传递功能是与生俱来的，文字本身就是最好的形象传媒<sup>[5]</sup>。

因此，对本青花瓷餐具文字设计涉及2个方面：一是将商品命名为“青颜”，取自周杰伦演唱的《青花瓷》歌词“雨过天青云破处，这般颜色做将来。”“青颜”不仅指青花瓷的颜色，亦指包装盒的颜色。二是设计了功能性说明文字，主要陈述了餐具的数量、产地、制造商，以及注意事项等，文字简洁明了。

### 3.3 商标设计

商标是指生产者、经营者为使自己的商品或服务与他人的商品或服务相区别，而使用在商品及其包装上或服务标记上的由文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合，以及上述要素所组合构成的

一种可视性标志<sup>[6]</sup>。

图4为此餐具的商标设计，从商标中可以直观地看到餐具的代表物碟子与汤匙，而中心的“青颜”二字在碟子水墨青色中淡出，朦胧中透露着婉约。该商标集图形、文字和色彩于一体，商品的名称与特点尽显其中。

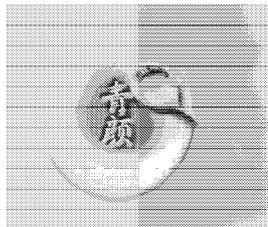
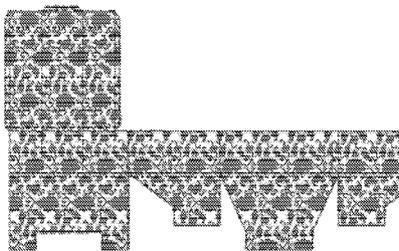


图4 餐具商标  
Fig.4 Tableware brand

### 3.4 包装装潢效果图

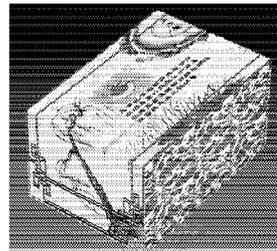
本设计的3种包装装潢效果图均以蓝色基调为主，配以简约图形，旨在突出产品的商标及青花瓷的特点，详见图5~7。



a) 箱体平面图

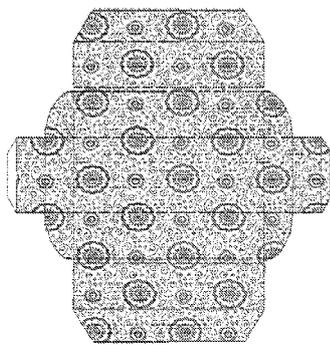


b) 盒盖平面图

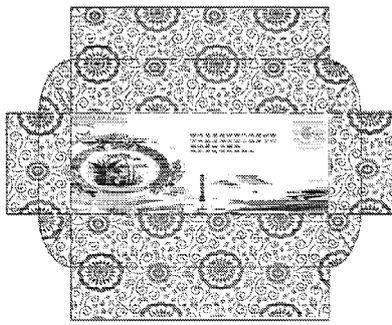


c) 立体图

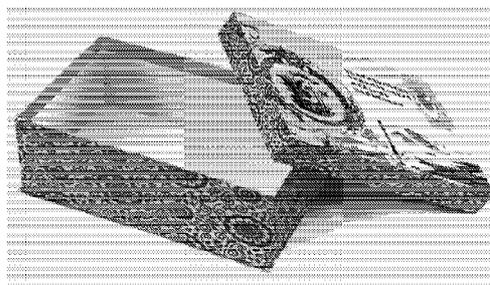
图5 方案一装潢效果图  
Fig.5 The decorated picture of the first plan



a) 抽屉盒盖

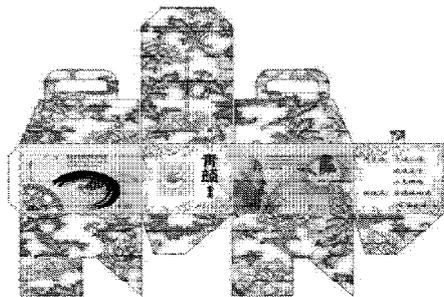


b) 抽屉盒底

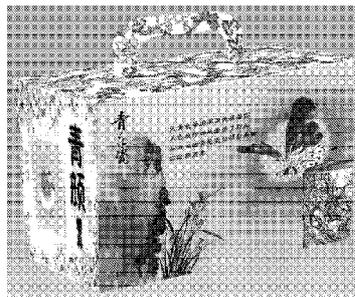


c) 立体图

图6 方案二装潢效果图  
Fig.6 The decorated picture of the second plan



a) 平面图



b) 立体图

图7 方案三装潢效果图  
Fig.7 The decorated picture of the third plan

## 4 结语

以上3种青花瓷餐具包装方案是根据餐具件数的不同而设计的,可以满足消费者的不同消费需求。抽屉式包装盒结构简单,但内容量较大,抽屉起到了一定的缓冲作用,其底部选用承重力较大的牢固的锁底式结构,适合较多件数餐具的包装。帽盖式集合包装盒与抽屉式集合包装盒相比较,具有方便开启的特点,且开启后内装物全部展示在消费者面前,方便消费者选择。该设计中,碗的缓冲隔板设计成心形,造型新颖,改变了传统的正形状。插锁式包装盒内装物可自上而下取出,富有空间感。其底选用自锁底式,适合自动化生产,顶部附加了提手结构,使整体结构更具人性化。

餐具包装设计重要的就是通过缓冲设计以确保餐具在运输过程中的安全。因此,笔者着重对缓冲衬垫做了设计。缓冲隔板分别选用正反撇结构,间壁结构,凹槽结构,保证了包装盒的牢固。此外,在包装装潢设计上,以装饰性极强的青花瓷图案加以表现,同时选用国画画风,强化了中国元素,具有显著的中国古典风格,以达到与高档的青花瓷餐具相协调的装潢效果。

本设计也存在着一些不足之处,比如有的盒型结构过于复杂,不适合自动化生产。同时,这些结构方案还需要在实际生产中验证其可行性。

### 参考文献:

[1] 胡志军. 绿色缓冲包装材料的现状及研究进展[J]. 浙江科

技学院学报, 2009, 21(4): 327-331.

Hu Zhijun. Research Progress and Status Quo of Green Cushion Packaging Materials[J]. Journal of Zhejiang University of Science and Technology, 2009, 21(4): 327-331.

[2] 骆光林, 方长青. 包装与消费心理[M]. 北京: 印刷工业出版社, 2005: 35-45.

Luo Guanglin, Fang Changqing. Packaging and Consumer Psychology [M]. Beijing: Graphic Communications Press, 2005: 35-45.

[3] 胡 嫔. 产品包装设计与制作[M]. 北京: 清华大学出版社/北京交通大学出版社, 2006: 66-67.

Hu Ping. Product Packaging Design and Production[M]. Beijing: Tsinghua University Press/Beijing Jiaotong University Press, 2006: 66-67.

[4] 裴学胜. 商品包装的造型与色彩设计[J]. 包装工程, 2004, 25(5): 198-200.

Pei Xuesheng. The Model and Color Design of the Commodity Package[J]. Packaging Engineering, 2004, 25(5): 198-200.

[5] 尹章伟. 商品包装的文字设计[J]. 株洲工学院学报, 2004, 18(5): 106-108.

Yin Zhangwei. Character Design of Merchandise Packing [J]. Journal of Zhuzhou Institute of Technology, 2004, 18(5): 106-108.

[6] 尹章伟, 金海燕. 包装色彩设计[M]. 北京: 化学工业出版社, 2005: 40-50.

Yin Zhangwei, Jin Haiyan. The Color Design of Package [M]. Beijing: Chemical Industry Press, 2005: 40-50.

(责任编辑: 蔡燕飞)