

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2012.03.016

基于实现经济效益的销售包装设计

王晓庆, 周红惠

(湖南工业大学 包装设计艺术学院, 湖南 株洲 412007)

摘要: 好的销售包装设计, 不仅可保护产品, 利于产品运输, 而且还能促进销售, 并最终帮助企业实现经济效益。目前, 中国的销售包装设计存在过度包装现象与同质化现象, 包装材料选取失当以及生产流程设计不合理等问题。为了解决这些问题, 在销售包装结构设计中应当遵循以下原则: 体量关系合适, 包装材料环保, 生产流程合理, 设计多样化。

关键词: 经济效益; 销售包装设计; 体量关系; 包装材料; 生产流程; 设计多样化

中图分类号: TB482.2; F270.3

文献标志码: A

文章编号: 1674-7100(2012)03-0073-04

Structural Design of Sales Package on Account of Economic Benefit Realization

Wang Xiaoqing, Zhou Honghui

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

Abstract: Fine structural design of sales package will not only protect the products and benefit the transportation, but also can promote the sales and help the enterprise achieve economic benefits. At present, the structural design of sales package in China witnesses the phenomenon of over-packing and homogenization, together with the problems such as improperly selected packing material and unreasonable design in production process. In order to solve these problems, some principles could be followed in the structural design of sales package such as suitable relationship between form and volume, environmental-friendly packing material, rational production process and diversification in design.

Key words: economic benefits; structural design of sales package; relationship between form and volume; packing material; production process; diversification in design

0 引言

随着经济的发展与社会的进步, 市场对销售包装的需求日益增多, 随之而来的是对销售包装设计的需求也日渐增多。在市场竞争越来越激烈的情况下, 商品销售包装设计显得越来越重要。包装设计人员要以市场和消费者的需求为导向, 设计出既符合市场需求又满足其基本功能的包装结构。“商品包装具有很强的时代感, 包装设计只有与时俱

进, 才可能适应瞬息万变的市场。”^[1]一个好的销售包装设计, 不仅可以保护产品, 利于产品运输, 而且还能促进销售, 并最终帮助企业实现经济效益。目前, 在社会普遍存在销售包装设计不合理的情况下, 要解决销售包装设计欠缺与实现市场经济效益之间的矛盾, 就必须时刻遵循销售包装设计的经济性原则与方法, 使包装结构设计与企业经济效益相结合。因此, 本文拟论述销售包装设计与经济效益之间的关系, 并在分析销售包装设计

收稿日期: 2012-04-10

作者简介: 王晓庆(1986-), 女, 河北张家口人, 湖南工业大学硕士生, 主要研究方向为包装艺术设计,

E-mail: 272033476@qq.com

计现状的基础上,提出为了实现经济效益,在销售包装结构设计方面应当遵循的原则。

1 销售包装结构与经济效益的关系

经济效益就是企业通过商品和劳动的对外交换所取得的社会劳动节约,即企业以最少的劳动消耗获取最多的经营成果,这是衡量一切经济活动的最终的综合指标。简而言之,经济效益就是以最少的投资与最低的成本,获取最高的利润。从市场的角度来看,包装设计的目标是紧紧围绕实现经济效益这个目的而进行的。销售包装设计在企业实现经济效益的策略中占有重要的位置,而包装设计就是将各类不同的商品加以保护及美化,将商品的形象及优点尽量展示于消费市场,以吸引消费者关注,从而促进商品销售的行为^[2]。销售包装结构设计是通过产品包装实现企业经济效益过程中的一个重要环节,销售包装设计的好坏对经济效益的影响较大。包装结构由内包装结构和外包装结构两方面构成。内包装设计的作用在于保护商品,好的内包装结构能在商品的运输过程中起到保护作用;而外包装结构设计在于将商品信息更好地传达给消费者,以起到促进销售的作用。这两者结合在一起,能起到保护商品(使商品在运输过程中不至于损坏和报废)、宣传商品的作用,进而能够有效地促进商品销售,并最终达到帮助企业实现经济效益的目的。

目前,销售包装结构设计出现了一个新的趋势,那就是包装结构已经从平面开始逐步转变为三维立体空间的展示。自20世纪90年代开始至今,随着经济的快速发展,中国许多城市已经步入消费时代。社会物质的极大丰富刺激了消费者的需求欲望。而消费者购买力的增强不仅促进了社会生产力的发展,也使得产品包装设计发生了深层次的变化。这种变化表现在企业放弃了过去那种简单包装,甚至是裸包装的做法,在重视包装美观的同时,开始重视满足消费者的心理需求。这一变化带来的结果是企业最终实现了可观的经济效益。

图1所示(图片拍摄于湖南工业大学包装设计学院展厅)的是一款纸巾包装。通常,纸巾的包装为直角六面体,而这款包装在结构设计上采用非常规形态,纸盒并不规整,且装饰有各种可爱的动物卡通图像。在市场上普遍使用大众结构盒型的情况下,该卡通纸巾盒包装将趣味性融入到整体的设计构想中,是一种创新的包装结构设计,能够实现消费者

对包装的关注。果然,该包装一进入市场,就显得新颖独特,吸引了消费者眼球,从而使消费者提高了购买欲望。销售的激增给企业带来了可观的经济效益。



图1 非常规形态纸巾包装

Fig. 1 Unconventional form of tissue paper packaging

2 销售包装结构设计的现状

“所谓包装结构设计是从包装的保护性、方便性、复用性等基本功能和生产实际条件出发,科学地对包装内、外结构进行优化设计,因此,更加侧重技术性、物理性的使用效益。”^[3]首先,一个优良的销售包装设计,应当以有效地保护商品为首要功能;其次,应考虑使用、携带、陈列、装运等方面的便利性;再次,应能够美化和宣传商品,并能显示商品功能,起到促进销售的作用;最后,要尽量考虑能重复利用或回收利用,以显示企业对环境保护的重视,并向消费者传达企业应当承担的社会责任。

目前,国内的销售包装设计存在以下问题:一是过度包装现象严重。例如在市场上,绝大多数月饼包装属于过度包装,内装物较小,外包装较大,很明显为体量关系不合适。这与提倡低碳、环保的大环境极不协调。二是同质化现象严重。包装结构应当适应包装内容物的特点,如作为食品的包装,其结构设计要求简单一些,便于开启与存放;有的物品需要长期保存和经常使用,就要考虑包装的坚固性与密封件的易封存与易开启性。同质化的包装设计不能突出商品品牌个性,是企业忽视品牌形象塑造的表现。三是包装材料选取失当。销售包装设计在材料的选取上应当重视安全性与环保性。环境问题是当今社会的热点问题,提倡使用环保材料,节约资源,注重绿色包装,是包装结构中值得重视的问题。近年发生的许多食品安全事件都

与包装材料不安全、不环保有关。四是生产流程设计不合理。

包装结构设计的不完善必定不利于包装企业的发展,也必将使消费者对企业的诚信度产生疑惑,从而影响产品的销售。当然,最终影响的是企业的经济效益。为了解决目前销售包装结构中存在的问题,保证包装企业获得较高的经济效益,必须坚持一定的设计原则。

3 销售包装结构设计的原则

3.1 体量关系合适

俗话说“量体裁衣”,指的是在为人设计服装之前要测量其身体的各个部位的尺寸,以保证做成的衣服穿着的舒适性,这体现了对生命个体的尊重和关怀。“包装结构也如此,重点要将产品作为有生命的个体来看待,要关注其在包装中的存在状态和感受”^[4]。包装结构设计师应当注意包装产品与包装结构之间的体量比例关系。包装过大而产品过小,就会显得空洞,包装不能起到保护商品的作用;包装过小而产品过大,商品不能有效放置于包装中,使得包装破损,同样不能保护好商品。应当合理利用空间,尽最大的努力减少资源的浪费,以最低的成本设计出最好的销售包装结构。

另外,“减量化”也是体量关系合适原则的体现。如北京奥瑞金新美制罐有限公司在这方面为包装企业做出了表率。该公司投入了大量的经费进行技术改造。在制作金属罐包装的过程中,非常注重节约与环保,在保证金属罐强度的前提下,尽量把金属罐做得薄一些,以减少对金属材料的使用^[5]。

3.2 包装材料环保

在销售包装结构设计中要充分考虑到包装材料的环保性能,“基于人类对于环保的渴望,包装设计必须进行环保包装设计,只有绿色环保的包装设计才能满足人们对环境保护的迫切要求”^[6],“符合环保节能的包装设计可以给人带来全新的审美愉悦,同时可以进一步提升商品的价值”^[7]。因此,通过销售包装结构设计功能体现经济效益,在提高经济效益的同时又要保证不浪费资源,低碳环保、节约材料,展示出完美的包装设计,体现出销售包装结构设计的意义。

3.3 生产流程合理

包装设计师在销售包装结构设计时要考虑到商品的生产线流程问题,正如有的研究者所言:“好的作品还必须考虑到产品的装配问题及包装结构生产流程的操作问题等。”^[8]如果该商品的销售包装生产

过程很复杂,很可能造成生产线上的工人操作复杂,甚至于不能操作而增加企业的生产成本。因此,在销售包装结构设计中,除了要考虑实用、美观以外,还要考虑生产流程,尽量节约制作时间,提高生产效率,从而使销售包装结构设计能够帮助企业进一步提高经济效益。

3.4 设计多样化

产品销售包装结构设计的多样性,能增强产品包装的趣味性,并最终起到促进销售的作用。有时候,商品的包装结构设计稍有变化,就会给人以新颖之感,甚至可给人带来美感。消费者大都有求新、求异的心理,希望自己所拥有的东西能与众不同。那么,在市场竞争日益加剧的今天,商品销售包装设计就应当满足消费者的心理需求,设计出风格多样的包装结构,以便赢得消费者的青睐,并使企业在竞争中立于不败之地。

包装结构设计的创新传递着产品的精神内涵,能获得消费者的认同,甚至可收获消费者对商品的忠诚。正如法国著名符号学家皮埃尔·杰罗所说的,在很多情况下,人们并不是购买具体的物品,而是在寻求潮流、青春和成功的象征^[9]。例如,有一款名为“slice of summer(分享夏日)”的纸巾包装,其设计者利用夸张的手法,打破了以往长方体造型的纸巾盒结构,采用了简洁的三角形,并添加了诱人的西瓜、柠檬、柑橘等水果切片图案(如图2所示,图片来源于<http://tieba.baidu.com/f?kz=1076363149>)^[10],从而成功地设计了一套趣味性纸巾包装。这款来自美国金佰利设计公司的“分享夏日”纸巾产品获得了2009 Pentaward最好包装设计钻石奖^[11],而该款纸巾在销售过程中也得到了广大消费者的喜爱。



图2 趣味性纸巾包装

Fig. 2 Interesting paper towel packaging

4 结语

产品包装设计不是简单的文字、图形、色彩的堆砌,而是产品与销售包装结构设计及经济效益和谐一致的完美展示。优良的销售包装结构设计可让包

装更好地为商品服务,能展示商品最美的一面,从而吸引消费者的眼球,起到沟通商家、消费者以及设计师的桥梁作用。当代包装设计师要深刻理解销售包装结构设计经济效益的关系以及目前市场的现状,使自己的销售包装设计能够体现环保性、多样性、趣味性,并为企业赢得经济效益,最终推动中国经济的发展。

参考文献:

- [1] 尹青,胡雨霞.基于包装设计谈包装功能的实现[J].现代企业教育,2009(10):177-178.
Yin Qing, Hu Yuxia. Based on the Packaging Design on Packaging Functions to Achieve[J]. Modern Enterprise Education, 2009(10): 177-178.
- [2] 周红惠.包装造型与结构设计[M].长沙:湖南人民出版社,2010:8.
Zhou Honghui. Packaging Style and Structure Design[M]. Changsha: Hunan People's Publishing House, 2010: 8.
- [3] 过山,谭曼玲.现代包装设计[M].长沙:湖南人民出版社,2007:76.
Guo Shan, Tan Manling. Modern Packaging Design[M]. Changsha: Hunan People's Publishing House, 2007: 76.
- [4] 张振波.论包装结构设计的舒适性[J].文化月刊,2009(10):122.
Zhang Zhenbo. On the Packaging Structure Designed for Comfort[J]. Cultural Monthly, 2009(10): 122.
- [5] 周云杰.中国金属包装存在的问题及其出路[J].包装学报,2010,2(3):6-8.
Zhou Yunjie. The Current Issues and Measurements of China's Metal Packaging[J]. Packaging Journal, 2010, 2(3): 6-8.
- [6] 张军.绿色包装结构设计在绿色包装设计中的作用[J].艺术与设计,2009(8):92-93.
Zhang Jun. Green Packing Structural Design in Green Packing Design Function[J]. Art and Design, 2009(8): 92-93.
- [7] 沙矿伟.基于包装结构形态的审美价值探讨[J].天津职业大学学报,2008,(4):44-45.
Sha Kuangwei. The Study of Aesthetic Value Based on the Form of Packaging Structure[J]. Journal of Tianjin Vocational Institute, 2008(4): 44-45.
- [8] 梅林玉.缓冲包装设计浅析[J].中国包装,2007(6):56-58.
Mei Linyu. Design Analysis of Cushion Packaging Structure[J]. China Packaging, 2007(6): 56-58.
- [9] 彭梅.试谈包装设计中的理性因素和感性因素[J].艺术界,2009(3):148-149.
Peng Mei. Try to Talk about the Packaging Structural Design of Rational Factors and Emotional Factors[J]. Arts Community, 2009(3): 148-149.
- [10] [佚名].2009年Pentawards国际包装设计奖钻石奖作品[EB/OL].[2012-04-09].<http://tieba.baidu.com/f?kz=1076363149>.
[Anon]. 2009 Pentawards International Package Design Awards Diamond Awards for Work [EB/OL]. [2012-04-09]. <http://tieba.baidu.com/f?kz=1076363149>.
- [11] [佚名].2009 Pentawards包装设计钻石铂金奖出炉[EB/OL].[2012-04-09].<http://c.chinavisual.com/2009/10/10/c61502/index.shtml>.
[Anon]. 2009 Pentawards Packaging Design Diamond Platinum Gold Medal Baked[EB/OL]. [2012-04-09]. <http://c.chinavisual.com/2009/10/10/c61502/index.shtml>.

(责任编辑:蔡燕飞)