

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2013.01.017

包装容器造型舒适度设计的三个层次

柯胜海

(湖南工业大学 包装设计艺术学院, 湖南 株洲 412007)

摘要: 根据个体生理、心理、行为及文化程度的差异, 包装容器造型舒适度设计可分为三个层次, 即生理层次、行为层次和精神层次。生理层次主要体现在包装容器的比例、色彩、质感、尺寸、轻重、肌理、形制等指标中, 行为层次主要体现在包装开启装置设计和包装提携与持握的结构设计中, 精神层次则主要体现在容器造型与容器装潢设计两个方面。在进行包装容器造型舒适度设计时, 需首先考虑在一定程度上满足人的某种生理或行为习惯需求, 在此基础上, 充分考虑用户的生活方式与思维惯性等因素, 以使用户在使用包装容器的过程中获得高层次的精神享受。

关键词: 包装容器; 舒适度; 生理层次; 行为层次; 精神层次

中图分类号: J06

文献标志码: A

文章编号: 1674-7100(2013)01-0079-04

Three Levels of Packaging Container Modeling Design in Comfort

Ke Shenghai

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

Abstract: Based on differences in individual physiology, psychology, behavior and education, the packaging container modelling comfort design can be classified into three levels of physiological level, behavior level and spiritual level. Physiological level is mainly reflected in the packaging container proportion, color, texture, size, weight, skin texture, shape and so on with behavior level mainly reflected in packaging open device design and packaging up and hold design in structure. Spirit levels is mainly reflected in two aspects as the container modelling and container decoration design. In the container modelling comfort design, first of all, some physiological or behavioral habitual needs of people should be satisfied to a certain extent. On this basis, full consideration should be taken of user's way of life and thinking inertia factors in order to enable users to achieve a higher level of spiritual enjoyment in the process of using packaging containers.

Key words: packaging containers; comfort; physiological level; behavior level; spiritual level

0 引言

舒适度是视觉、听觉、触觉等外界因素刺激人的感觉系统, 使之产生愉悦的一种综合心理感受。对于舒适度的体验, 不同人群甚至同类人群在不同的

时空也存在着差异。舒适度较高的包装容器不仅能使人们的生活更便利, 更重要的是能最大限度地迁就人的行为方式, 体谅人的情感, 使人感到舒适愉快, 使用户与产品之间的关系更加和谐。这种“人与物”的和谐关系是包装容器舒适度设计的最终目

收稿日期: 2012-09-02

基金项目: 湖南省教育厅青年基金资助项目(12B033), 湖南省哲学社会科学基金资助项目(12YBA110)

作者简介: 柯胜海(1981-), 男, 浙江永嘉人, 湖南工业大学讲师, 硕士, 主要从事包装设计理论及应用方面的教学与研究,

E-mail: keshenghai@yahoo.com.cn

的,即如何让用户在购买和使用产品时,感受到包装容器所带来的不同程度的舒适感与愉悦感^[1-8]。这实质上也是用户的身体感官感受与接触物之间产生的一种定性或者定量的“愉悦程度”。

一般而言,在以用户为中心的包装容器造型舒适度设计中,可根据个体生理、心理、行为及文化程度的差异,将包装容器造型的舒适度设计分为三个层次,即生理层次、行为层次和精神层次。

1 生理层次

舒适度设计的生理层次主要是指用户与包装容器直接接触时,在视觉觉方面所体现出来的直接舒适程度,主要反映在包装容器的比例、色彩、质感、尺寸、轻重、肌理、形制等各项具有相对稳定性的指标中。

1.1 视觉角度带来的舒适感

从视觉角度来看,合理的比例、悦目的色彩、适当的质感等均能在一定程度上给用户带来生理的舒适感。

首先,能给人带来舒适感的视觉比例是人类在长期进化中,视觉系统依据优化选择原则,选取适应人类审美的最佳标准,而这也是舒适度评价的根本依据。如在设计中运用较广泛的“黄金比例”,其实是生物结构某种规律的反映,是自然界长期优化的结果,已适应了人的某种生理和功能需要。当包装容器造型在形态上体现诸多比例中美之典范的“黄金比例”时,人们的视线就会自然而然地停留并对其产生莫名的喜爱感^[9]。

其次,包装容器色彩对用户的视觉刺激也是舒适度评价的重要依据之一。从心理学角度而言,色彩本身并没有情感,但是人们时常将自己的情感投射到色彩之上,并产生丰富的联想,使之在不知不觉中左右人的情绪。在日常生活中,饮料包装瓶设计常运用淡蓝、绿等清淡的颜色,给人以轻快、凉爽、明朗之感;果汁、食品包装容器常运用红、橙、黄等鲜明的颜色,以吸引用户视线、传递兴奋、激发食欲。各种色彩与包装容器形成的产品意境,会给用户带来不同的视觉感受和生理刺激,以及丰富的生理联想和经验联想,从而使其产生某种特定的心理体验。

除此之外,包装容器的质感作用于视觉系统所带来的或软硬、或滑涩、或韧脆、或透明、或浑浊等多种心理感受,也影响着包装容器舒适度的评价指标。如光滑的塑料和精美的陶瓷釉面通常会给用

户带来细腻、光洁、湿润等心理感受和舒适愉快的感官快感。

1.2 触觉角度带来的舒适感

从触觉角度来看,包装容器的尺寸、肌理、形制等,均能给用户带来一定的舒适感^[10-11]。

首先,包装容器尺寸、轻重的设计,相对而言更能反映舒适度的生理层次。因为用户手掌大小、手指长度、握力大小等数据具有多样化,随之可能出现“不好拿、拿不动、拿不住”等现象,因此,在包装容器尺寸和轻重的设计中,应特别注意对不同年龄人群人体数据的测量,以期达到人体舒适度的最佳状态。

其次,肌理所表现出来的“手感”是包装容器舒适度中较为重要的体验。在包装容器的使用过程中,容器表面或纵横交错、或高低不平、或粗糙平滑等纹理的变化,能够有效增加持握时的摩擦力,同时其对皮肤的触觉感受形成刺激,能给用户带来包括温觉、压觉、痛觉等的复合触觉感受,不同的材料表面特性,会对用户产生舒适或厌恶等完全不同的触觉刺激。

再次,形制在生理层次的舒适度设计中能起到调和与转化的作用。形制在一定条件下可以改变尺寸与轻重所带来的一些限制,也可在不同程度上提升包装容器使用时的舒适程度。如表面光滑圆润的形制与表面锋利多棱的形制在持握过程中所表现出来的舒适度就可能完全不同。

上述诸因素在包装容器造型设计中较多地影响着用户生理的舒适度,但是它们之间又可以通过设计相互转化,并对舒适度进行调和。如包装容器的尺寸与轻重呈一定的正比例关系,同时又都受到容器形制的影响。包装容器的整体以及各个部位的尺寸比例,直接或间接影响着用户与包装接触时的舒适性。

2 行为层次

行为是人类适应环境变化而呈现出来的各种身体反应的组合,是受思想支配而表现出来的一系列身体外表活动。用户与包装容器交互的过程中所表现出来的诸如抓取、开启、使用等身体活动,将受到用户固有行为方式以及包装容器这一预设环境的影响。因此,要设计一个实用、美观、舒适的包装容器,还应特别注重考虑用户与包装容器交互时的行为关系。这实际上是基于容器造型结构设计与消费者行为习惯之间的一种和谐设计。大体而论,所

谓“行为层次”的容器造型舒适度是指包装容器设计中所体现出来的与某一特定时期、某一特定范围内的大众行为习惯相契合程度的系数。这个系数越高,说明容器设计的舒适度越高;反之,则舒适度越低。

包装的一个重要功能是方便流通与使用,所以包装容器设计不仅是单一的装潢设计,而更多的是一种行为习惯的物化设计。这些行为习惯在包装容器上的物化区域,主要体现在两个方面:一是包装开启装置设计,这是行为物化之后表现最为明显的区域;二是包装提携与持握的结构设计。

包装开启装置设计是包装容器开启这一行为的设计物化点,是影响包装容器行为层次舒适度设计的一个关键因素。因此,在包装容器开启设计过程中,要分析包装使用者开启容器的行为习惯,并分解用户在开启过程中的行为动作,根据分解动作的习惯性先后顺序,进行行为的物化结构设计,使容器的开启设计与用户行为习惯相和谐,从而使用户获得更加舒适的行为体验。

除此之外,包装容器中提携与持握的结构设计,也同样影响着用户行为层次的舒适度。从使用过程来看,包装设计涉及到人与包装容器之间的互动,如“拿”矿泉水瓶与“开”盖“喝”水,这个简单的过程中就包括用户与包装容器的“拿”“开”“喝”3次互动。如何使这些互动过程符合甚至优于用户的行为习惯,引导用户获得更高的舒适性体验,这些就是行为层次舒适度设计的关键内容。

综上所述,在进行包装容器造型结构设计时,对包装容器在用户体验中的每一个步骤,都必须进行模拟实验,测试出最符合用户习惯的行为方式,最终进行行为的“物态移植”。行为层次的设计既是精神层次设计的前提条件,也是物质层次的传达形式,起着承上启下的作用。

3 精神层次

精神层次是基于生理层次与行为层次之上,与人的主观素质相融合所反映出的最终状态。其既是容器造型结构设计的最高标准,也是包装容器舒适度设计的最高体现,一般通过容器造型与装潢所传达出来的意蕴,以及用户在使用过程中所传达出来的和谐行为来体现。

通常情况下,用户在获得生理层次与行为层次的满足后,会反映出一种与其生理机能和行为习惯相符的平衡点。一旦超出了这个平衡点,人体就会

对外界环境的变化产生抵抗,并且在不断碰撞与适应的过程中,产生一种精神振奋或疲惫不堪的心理感受,随即形成舒适与否的判断。舒适度的精神层次不仅应反映出个体所表达出来的精神状态,而且也要表达大众习惯下的一种精神导向。包装容器舒适度设计的精神层次更多地体现在容器造型与容器装潢两个方面。

造型设计作为体现包装容器舒适度的一个重要方面,既要适应社会的实用性,又要满足人类社会对美的需要,因而应具有独特的时代风貌,表达特定社会的文化精神,从而能激发用户的愉悦感以及对美的联想。现代包装容器造型设计喜欢运用仿生的手法,对自然形态进行提炼、抽象、夸张等艺术表现,营造出与自然物的形态与品质相协调的质朴纯真的视觉效应,既给用户带来自然亲和及原生态的气息,又蕴涵丰富的艺术精神与价值内涵,能很好地体现出包装容器造型的舒适度设计。

装潢设计是体现包装容器舒适度的另一个重要方面,其营造的产品意境能给用户带来一种强烈、直接、深刻的印象,进而使之产生有关艺术与生活的联想,从而获得一定程度的心理体验与精神享受。由于装潢设计涉及到民族文化、当代社会价值观、消费者生活形态、企业文化精神等方面的内容,且随着时代的变迁而呈现出发展性的特点,因此,容器的装潢设计所传达的文化内涵与定位人群的心理需求是否一致,对舒适度设计的提升具有至关重要的意义。如对包装装潢中色彩的舒适度设计:红色包装在中国容易得到消费者的认可,因为“中国红”是中国人的文化图腾和精神皈依,象征激情、热烈、喜庆、吉祥等;而同样颜色的包装在泰国却会使人产生恐惧、厌恶、晦气等不舒适之感,因为泰国人认为红色是不吉利的颜色,是灾难、晦气的象征,常用其来书写死人姓氏。

总之,无论是包装容器的造型设计还是其装潢设计,都在不知不觉中影响着人们的视觉感受和心理情绪,与用户的精神需求相吻合是容器精神层次舒适度设计的最终归宿。

4 结语

包装容器造型的舒适度设计是从一定程度上满足人的某种生理需求或某种使用功能的造物活动,其始终围绕着人的承载度展开,在设计时应充分考虑人们的生活方式、思维惯性、社会环境等因素,从而使用户在使用包装容器的使用过程中获得高层次的精

神享受。

鉴于用户个体因素的迥异,包装容器与人交互的适应性主要表现在上述生理、习惯、精神三个方面,这种适应性是衡量包装容器造型设计优秀与否的一个重要指标。因此,如何恰到好处地做到包装容器设计与舒适度的“不谋而合”,将成为现代包装容器设计发展的一种趋势。

参考文献:

- [1] 阎勇舟,郁新颜.产品包装的舒适性研究[J].包装工程, 2005, 26(1): 99-101.
Yan Yongzhou, Yu Xinyan. Research of Product Package Based on the Body's Comfort Properties[J]. Packaging Engineering, 2005, 26(1): 99-101.
- [2] 胡名芙.论现代包装个性化设计的倾向及其原因[J].包装学报, 2010, 2(1): 72-75.
Hu Mingfu. Discussion on Trends and Causes of Modern Packaging Individual Design[J]. Packaging Journal, 2010, 2(1): 72-75.
- [3] 诸葛凯.设计艺术学十讲[M].济南:山东美术出版社, 2009: 146-148.
Zhu Gekai. Ten Stresses of Design Arts[M]. Jinan: Shandong Fine Arts Publishing House, 2009: 146-148.
- [4] 郁新颜,阎勇舟.食品包装舒适性的影响因素分析[J].包装世界, 2006(6): 30-33.
Yu Xinyan, Yan Yongzhou. Analysis of Factors Affecting the Comfort of Food Package[J]. Packaging World, 2006 (6): 30-33.
- [5] 朱和平.现代包装设计理论及应用研究[M].北京:人民出版社, 2008: 286-287.
- Zhu Heping. Theory and Application of Modern Packaging Design[M]. Beijing: People's Publishing House, 2008: 286-287.
- [6] 赵江洪,谭浩.人机工程学[M].北京:高等教育出版社, 2006: 22-28.
Zhao Jianghong, Tan Hao. Ergonomics[M]. Beijing: Advanced Education Publishing House, 2006: 22-28.
- [7] 罗秋明,孙慧,周跃军.商品包装与消费者心理的互动关系[J].包装学报, 2012, 4(1): 71-74.
Luo Qiuming, Sun Hui, Zhou Yuejun. Commutative Pattern between Commodity Packaging and Customer Mentality[J]. Packaging Journal, 2012, 4(1): 71-74.
- [8] 凌小红.商品包装设计中人机工程学原理的应用[J].美术大观, 2010(3): 124.
Ling Xiaohong. The Application of Human Engineering to Products Packaging Design[J]. Art Panorama, 2010 (3): 124.
- [9] 吴霞.艺术设计中的黄金分割视觉结构分析[J].包装学报, 2012, 4(1): 92-96.
Wu Xia. Research on Visual Structure of Golden Section in Art Design[J]. Packaging Journal, 2012, 4(1): 92-96.
- [10] 潘文娟.触觉设计在产品包装设计中的研究和应用[D].南京:南京理工大学, 2011.
Pan Wenjuan. Research and Application of the Tactile Design in Product Packaging Design[D]. Nanjing: Nanjing University of Science and Technology, 2011.
- [11] 李祥峰.论包装设计中的触觉表现[J].饰, 2008(1): 10-12.
Li Xiangfeng. The Tactile Performance of Packaging Design [J]. Decoration, 2008(1): 10-12.

(责任编辑:徐海燕)