

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2015.04.010

# 做有价值的设计：论包装设计的社会责任感

张莉

(湖南工业大学 包装设计艺术学院, 湖南 株洲 412007)

**摘要:** 包装设计的商业性使得过度包装、技术洛可可式包装、相似化包装等诸多问题频频出现。面对这些问题, 包装设计师要肩负起应有的社会责任, 在包装设计时, 关注环境保护, 关注人的基本需求, 关注文化, 关注公共健康, 做有社会价值的设计。

**关键词:** 包装设计; 社会责任; 社会价值; 设计关怀

**中图分类号:** J524.2

**文献标志码:** A

**文章编号:** 1674-7100(2015)04-0052-05

## Making Your Design Valuable: Social Responsibility of Packaging Design

Zhang Li

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

**Abstract:** Commercial packaging design could lead to the occurrences of issues such as over packaging, Tech-Rococo packaging and similar packaging etc. Confronted with these problems, packaging designers should take up their social responsibility. It is suggested that environmental protection, basic human needs, culture and public health should be taken care of in order to make packaging designs with social value.

**Key words:** packaging design; social responsibility; social value; design showing care

## 0 引言

设计和社会经济发展的结合日益紧密, 包装作为商品的一部分, 它的主要功能是保护产品、传达产品信息、方便使用、方便运输和促进销售, 同时它也是产品特性、品牌理念、消费心理的综合反映, 它直接影响到消费者的购买欲望。包装设计作为最终实现产品商业价值的手段之一, 具有较强的商业属性。正是包装设计的这种商业属性, 不可避免地影响着设计师的设计理念和设计价值取向, 毋庸讳言, 商业设计是当今许多设计师生存的手段。正是因为这样, 一些设计师在商业利益面前丧失了应有

的社会责任感<sup>[1]</sup>, 因此出现了过度包装、技术洛可可式包装、相似化包装等诸多问题。面对这个现状, 如何做出真正有价值的包装设计, 并肩负起包装设计师应有的社会责任, 是每一个包装设计师应该考虑的问题。

## 1 关注环境保护

近几年来, 由于环境问题日益突出, 人们越来越地将目光聚焦在了环境保护上, 在包装设计领域里, 设计师们也十分重视这个问题, “绿色设计” “可持续设计” “生态设计” 等名词不断出现, 从包装材

收稿日期: 2015-06-20

作者简介: 张莉(1989-), 女, 河南焦作人, 湖南工业大学硕士生, 主要研究方向为视觉传达设计,

E-mail: 617607837@qq.com

料到包装结构,再到包装的循环利用,力图从各个方面来实现包装设计的环保性。

在材料的运用上,更多地提倡采用在自然界会很快腐烂、不会造成环境污染、也可以回收重新利用的纸作为包装材料,而且注重较少地对纸进行染色处理,以减少资源消耗以及对环境的污染。许多有社会责任感的设计师正在积极地开发原生态化的材料作为包装,如利用树叶、树皮、草、竹片等做为包装材料。如图1(图片来源:<http://cnci.tianhenet.com.cn/2012/1018/355646.shtml>)所示是来自泰国的一款柚子包装,这款



图1 泰国柚子包装

Fig. 1 The packaging of Thai grapefruit

这款包装所用的材料就是在泰国本土生长的一种水葫芦,设计师对其稍做加工后即可制成非常适合柚子的包装。这款柚子包装选材自然环保,加工简单,结实耐用,不仅富有天然的材质美,而且使用也很方便,还可以根据柚子大小的不同对包装进行调节<sup>[2]</sup>。

在结构设计方面,尽量减少胶水的应用,改变人们生活中认为理所应当的造型结构,通过巧妙构思,体现出包装的环保理念。日本平面设计大师原研哉在《设计中的设计》一书中介绍过一款卫生纸的设计(如图2所示,图片来源:<http://m.sohu.com/n/325183457/?v=3>),一般卷纸设计成圆形,而这款设计却将卷纸设计成了方形。这款方形卫生纸设计的作用在于在抽取卫生纸时会产生一定的阻力,并且发出“嗒哒-嗒哒”的声音,阻力可减少抽出纸的量,“嗒哒-嗒哒”的声音可提醒使用者要节约用纸。此外,方形卫生纸比圆形卫生纸更能节约储存空间,也更方便运输。



图2 方形卫生纸设计

Fig. 2 The square design of toilet paper

在循环再利用方面,包装的循环再利用主要表

现为2种方式:一种是使包装多功能化,另一种是包装回收再利用。

包装多功能化已经有大量的成功案例,AQUI酒的包装(如图3所示,图片来源:<http://www.uuuu.cc/xinshang/pingmiansheji/baozhuangsheji/71786.html>)就是其中之一。该包装设计将酒的外包装设计成灯筒,同时在包装中赠送了相关的台灯配件。当酒被开启后,废弃的酒包装物与配套赠送的台灯零部件经过简单的组装后,就变成了一个简约时尚的灯饰。该包装的循环利用过程可操作性强,所组成的灯饰实用美观。



a) 内包装与外包装

b) 包装零部件

c) 灯饰零部件

d) 废弃包装组成的灯饰

图3 AQUI酒包装

Fig. 3 The packaging of AQUI wine

包装回收再利用则需要企业、消费者等各方面进行配合,相对来说实施的难度较大,但一经实现,其产生的经济效益与社会效益就不可估量,且包装回收再利用所代表的不仅仅是一种环保包装理念,而是一种实实在在的态度。香港的“区区肥皂(So...Soap)”包装就因为其环保健康的理念和简洁时尚的外观而备受消费者喜爱。“区区肥皂”选取百分之百的天然原料,产品本身强调有机、健康,而“区区肥皂”的包装瓶则是回收了“正豆”有机豆浆的包装瓶,“正豆”有机豆浆包装是其设计师与“区区肥皂”包装设计师合作设计的一个项目。“正豆”有机豆浆的包装瓶与区区肥皂的包装瓶外形相同,将“正豆”有机豆浆的包装瓶回收后,经过消毒、杀菌,重新投入使用,就变成了“区区肥皂”的包装瓶(如图4所示,图片来源:[http://mp.weixin.qq.com/s/?\\_biz=MjM5NzMyNzY3Mw=&mid=200350699&idx=4&sn=409b7ac1b55e9740130d9200d1330f4f](http://mp.weixin.qq.com/s/?_biz=MjM5NzMyNzY3Mw=&mid=200350699&idx=4&sn=409b7ac1b55e9740130d9200d1330f4f))。



a) “正豆”豆浆包装 b) “区区肥皂”包装

图4 循环利用的包装

Fig. 4 The packaging for recycling

## 2 关注人的基本需求

“最近大部分设计只满足了当前需求和欲望，而人类真正的需求常常被设计师所忽视。”<sup>[3]</sup>这是美国设计理论家维克多·帕帕奈克对当下设计的担忧。他认为，设计师应该对那些基本需求得不到满足的人们负道德责任。包装作为产品与消费者之间的最后隔层，常被设计得无比精美华丽，极尽讨好消费者之能事，而这样的设计也常忽视了人们的基本需求。如果关注到了人们的基本需求，那么优秀的设计必然会脱颖而出。比如国内有一款药品包装（如图5所示，图片来源：[http://finance.ifeng.com/a/20140609/12501621\\_0.shtml](http://finance.ifeng.com/a/20140609/12501621_0.shtml)）就考虑到了盲人消费群体的基本需求，在其外包装上添加了盲文，该包装设计只是在包装上留出一小块地方（图5所示的红色方框内）标注上盲文，不需要任何复杂的工艺和装饰，就能满足盲人群体的需求。这种添加了盲文的包装是应该被普及、推广的，尤其是在药品和食品的包装上。

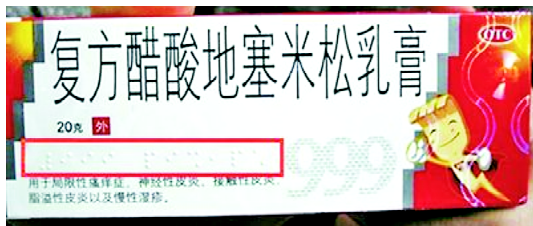


图5 印有盲文的药品包装

Fig. 5 The packaging of drug with braille

图6（图片来源：<http://www.packty.com/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=27&id=1609&page=2>）所示为一款易拉罐饮料的包装，这款包装叫“字母表易拉罐”，是德国红点奖的获奖作品。我们在日常生活中都遇到过这样的情况：朋友聚会，有几个人拿了同样的饮料，一番嬉笑打闹之后就分辨不出哪瓶饮料是谁的了。如果是瓶装饮料，每个人还可以把瓶子上的塑料纸撕成不同形状，以此来分辨，而

罐装饮料则不行。这款包装就是为了解决这个问题而设计的，在易拉罐有拉扣的那一面沿着边缘刻上字母表，消费者在打开易拉罐时拉环可以像闹钟一样旋转，指向其中一个字母，这个字母可以是名字的首字母，也可以是一个对你有意义的字母，这样就可以很容易地标记自己的饮料瓶了。



a) 易拉罐

b) 拉扣

图6 字母表易拉罐

Fig. 6 Alphabet-Cans

## 3 关注文化

设计是一种文化现象，从设计中可以透露出设计者的个性意识和文化观念。为了在眼花缭乱的现代包装设计中脱颖而出，设计师应以鲜明的个性和特色透出浓厚的本国民族文化气息，明确发展方向，努力做到以科技为支撑、以人文为基础，实现有个性、有特点的包装设计，以满足各种层次消费者的需求<sup>[4]</sup>。人的本性决定了其在物质享受方面的追求是从来不会满足的，而这时候精神上的追求则会给予其无限的抚慰。因此，设计师应努力满足消费者的精神追求。

如图7所示为台湾的“掌生谷粒”包装。“掌生谷粒”不仅是一个包装，也是一个品牌，还是一种饮食文化。“掌生谷粒”强调自己贩卖的不仅仅是大米，而且还是“台湾的生活风格”，因此在包装材料方面，其选用牛皮纸、花布、草绳，并搭配棉纸等比较环保的材料。“掌生谷粒”的经营者和包装设计师认为，台湾的白米是台湾天然的优越气候及土壤条件和农民辛勤劳作“偶然”相遇的结果，当这“偶然”的结果被送到工厂经过工业处理后，那迷人的差异化消失了，取而代之的是精加工后的一致化。于是，“掌生谷粒”在包装上选用不能让食物持久保存的牛皮纸和花布，让新米透过不防潮、不防水的牛皮纸继续呼吸。在包装装潢方面，“掌生谷粒”不是采用标准化的印刷字体，而是采用笨拙的书法字体，以此强调所包装的大米本身的纯天然特色。“掌生谷粒”的包装设计所表达出来的信息是：我来自我的土地，我也许无常、也许不完美、也许有遗憾，然

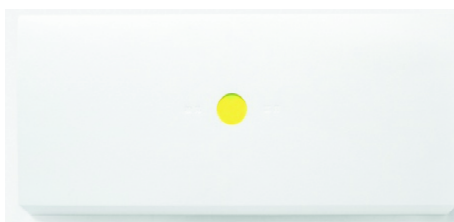
而我是真实的农业作品；在我的眼中，农作物的价值不只是饱足口腹的粮食，它是天、地、人感情交流后的大地创作<sup>[5]</sup>。



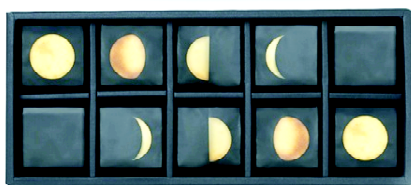
图7 “掌生谷粒”包装

Fig. 7 The packaging of “Green-in-Hand”

图8（图片来源：<http://www.sj33.cn/article/bzpz/201305/34352.html>）所示为同样来自台湾的“Citrus Moon”月饼包装，该包装将中华民族所具有的东方典雅气质用现代的设计手法表现了出来。当人们打开包装时，随着外包装盒的滑动，盒里的月饼会呈现出不同阶段的月相；当人们拿出月饼时，会发现每个月饼下面绘有与之相对应的月相，并标注有“眉月、下弦、上弦”等对应的月相名称，所有月饼合起来就是一个月运周期。这样的月饼包装简洁、典雅，将中国的月文化内嵌其中，与其他月饼包装形成了鲜明对比。



a) 外包装盒



b) 内包装盒

图8 “Citrus Moon”月饼包装

Fig. 8 The packaging of “Citrus Moon” cakes

#### 4 关注公共健康

公共健康一直是近几年来一个持续热门的话题，人们时常关注“如何吃得健康”“如何用得健康”“如何玩得健康”等话题，一些设计师在进行设计时也开始考虑这些话题。比如Dumbbell运动饮料包装（如图9所示，图片来源：<http://zhan.renren.com/>

shenqisouluo?from=template&checked=true），设计师将运动饮料的包装瓶设计成哑铃的形状，既可做运动装备又可做运动器材，即使饮料喝完也可装水继续锻炼，同时这样的外形有别于其他同类产品的包装，自然受消费者青睐。



a) 运动饮料

b) 运动器材

图9 Dumbbell运动饮料包装

Fig. 9 The packaging of sports drinks

还有一类比较特殊的商品包装，即一些国外的香烟包装，它被披上了丑陋可怕的外衣，图10（图片来源：<http://www.21food.cn/html/news/21/1124639.htm>）所示的烟盒印有因吸烟导致失明的眼睛，或因父母吸烟导致病倒的儿童的照片，或因吸烟导致腐烂的牙齿和嘴唇，其目的就是关爱公共健康。



图10 恐怖的香烟包装

Fig. 10 The scary packaging of cigarettes

为了降低公民的吸烟率，2012年12月1日澳大利亚正式实施有关香烟包装法案，其中规定：“所有包装不得带有醒目的商标或者吸引人的颜色，而是统一使用橄榄绿色包装盒，并在其正面印上规定的图像，这些图像包括不健全的人体部位、腐烂的肢体或是因受父母吸烟而病倒的儿童照片。”<sup>[6]</sup>它可以说是世界上第一个严格限制香烟包装的法律，也是全球范围内首个统一香烟包装的法律。自这项法案实施以来，这些丑陋的、极具视觉刺激性的包装图案，大大地降低了香烟对烟民的吸引力，因此它也受到了烟草制造商们的强烈反对。当商业利益与社会责任产生冲突时，这样的包装设计更关注于如何用设

计改善社会问题,将社会利益放在商业利益之前,这是一个不小的进步。

## 5 结语

一直以来,设计已将它的商业价值发挥到了一定程度,但设计还有许多的社会价值有待发掘。尤其是在包装设计方面,当保护产品的基本功能得以实现后,它的另一个最大的功能就是吸引人们的眼球,以增加其商业价值,而它的社会价值则常常被设计师们忽略,甚至是回避。但是,商业价值和社会价值本不是相互对立的,甚至当包装中表达出其社会价值时反而会增加其商业价值。设计取之于社会,也要用之于社会。包装设计不仅仅是实现商业价值的手段,它亦是设计师向社会提出己见甚至回馈社会的工具。德裔哲学家汉斯·约纳斯说过:“人类不仅仅对自己负责,对周围的人负责,还要对子孙万代负责,还要对自然负责,对其他生物负责,对地球负责。”<sup>[7]</sup>因此,设计师的设计不应该仅仅是为了消费和更多的消费,更要体现出一种负责任的态度,并以此来平衡包装设计商业价值和社会价值的关系。在未来,希望在创造商业价值之余,“社会责任”可以被当成设计的一个定义永远记录在辞典中和设计师的心里,每一个设计师都能在每一个作品中尝试通过对人类和自然有益的方式来完成自己的设计,做有社会价值的设计<sup>[8]</sup>。

### 参考文献:

- [1] 陈 君. 设计价值观和设计社会责任: 消费时代的设计伦理教育浅论[J]. 新美术, 2010(5): 104-105.  
Chen Jun. Design Values and Design Social Responsibility: Design Ethics Education in the Consumer Era[J]. New Arts, 2010(5): 104-105.
- [2] 李双蓉, 邱志涛. “荷塘月色”生态农业品牌及其农产品包装设计[J]. 包装学报, 2014, 6(4): 69-73.  
Li Shuangrong, Qiu Zhitao. “Lotus Pond” Ecological Agriculture and Product Packaging Design[J]. Packaging Journal, 2014, 6(4): 69-73.
- [3] 维克多·帕帕奈克. 为真实的世界设计[M]. 周 博, 译. 北京: 中信出版社, 2013: 67.  
Victor Papanek. Design for the Real World[M]. Zhou Bo, Translated. Beijing: China CITIC Press, 2013: 67.
- [4] 陈达强. 倡导人性化的包装设计[J]. 中国包装, 2007(4): 48-49.  
Chen Daqiang. Advocacy Humane Packaging Design[J]. China Packaging, 2007(4): 48-49.
- [5] [佚名]. 我们希望的时代, 开场了[EB/OL]. [2015-05-05]. [https://www.greeninhand.com/brand\\_story.php](https://www.greeninhand.com/brand_story.php).  
[Anon]. The Beginning of Our Era[EB/OL]. [2015-05-05]. [https://www.greeninhand.com/brand\\_story.php](https://www.greeninhand.com/brand_story.php).
- [6] [佚名]. 全球首个香烟统一包装法律生效 印警示图减吸引力[EB/OL]. [2015-05-05]. [http://news.xinhuanet.com/photo/2012-12/03/c\\_124036844.htm](http://news.xinhuanet.com/photo/2012-12/03/c_124036844.htm).  
[Anon]. The World's First Unified Cigarette Packaging Law Took Effect: Printed Warning Image to Reduce Attraction[EB/OL]. [2015-05-05]. [http://news.xinhuanet.com/photo/2012-12/03/c\\_124036844.htm](http://news.xinhuanet.com/photo/2012-12/03/c_124036844.htm).
- [7] 汉斯·约纳斯. 责任原理: 技术文明时代的伦理学探索[M]. 方秋明, 译. 香港: 世纪出版有限公司, 2013: 134.  
Hans Jonas. The Imperative of Responsibility in Search of an Ethics for the Technological Age[M]. Fang Qiuming, Translated. Hong Kong: Century Publishing Co. Ltd, 2013: 134.
- [8] 王绍强. 青年设计师手册: 你的设计为什么没有价值[M]. 北京: 电子工业出版社, 2013: 9.  
Wang Shaoqiang. Young Designer's Handbook: Why There Is No Value in Your Design[M]. Beijing: Publishing House of Electronics Industry, 2013: 9.

(责任编辑: 蔡燕飞)