

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2016.04.013

快递包装的便利性设计思考

王 嫵 舒

(沈阳理工大学 艺术设计学院, 辽宁 沈阳 110159)

摘 要: 随着电子商务的迅速崛起, 现有快递包装中存在的分拣不易、收件人信息难处理、包装不便提拿、开启方式复杂等问题显得极为突出。针对这些问题, 提出通过视觉形态辅助快递分拣、创新快递包装结构、使用新材料与新工艺为快递包装封口等措施优化快递包装设计, 使快递包装具有更强的便利性, 为消费者创造良好的购物体验。

关键词: 快递包装; 便利性; 优化设计

中图分类号: TB482

文献标志码: A

文章编号: 1674-7100(2016)04-0067-04

Considerations on Convenient Design of Express Packaging

WANG Yanshu

(Art and Design College, Shenyang Ligong University, Shenyang 110159, China)

Abstract: With the rapid development of electronic commerce, the current problems in express packaging are increasingly outstanding such as difficulties in sorting and processing customer information, inconvenience to carry and complication in opening. In order to make express packaging more convenient and create good consumer shopping experience, some feasible suggestions were provided such as helping express sorting with the method of visual communication, innovating express packaging design in structure, and sealing for express packaging with new materials and processes to improve the convenience in express packaging.

Key words: express packaging ; convenience; optimum design

随着人们生活节奏的加快以及电商购物平台的不断完善, 越来越多的消费者加入了网购大军的行列^[1]。快递成为了许多人日常生活中的“必需品”。而目前, 快递的包装形态却千篇一律, 基本以袋装和纸盒装两种为主, 材料样式匮乏且实用性较差, 成为了电子商务领域的“鸡肋”。

1 现有快递包装存在的问题

1.1 快递包装不易分拣

消费者常常遇到这种情况, “双十一”购物节高

兴地淘到了心仪的商品, 好不容易接到电话或短信通知取件, 可到了取件点一看, 不禁傻眼, 成堆的快件堆积如山, 要费许多时间才能找到自己的快件。许多大型写字间或高校的快递取送点都存在着这种快件太多、不易分拣的问题。其原因主要是由于大多数快递包装的外部形态十分相似, 且包裹单上的收件人信息字迹较小, 识别起来比较困难。尤其当大量快递包裹叠放在一起时, 需要一件一件逐一筛查收件人姓名, 这必然会增加查找快递件的时间成本, 给消费者造成不便^[2]。

收稿日期: 2016-05-28

作者简介: 王嫵舒 (1989-), 女, 辽宁沈阳人, 沈阳理工大学教师, 主要从事商品包装及其结构研究,

E-mail: yanshu.w@foxmail.com

1.2 收件人信息不易处理

每个快递包装盒(袋)的外部都贴着快递单,其印刷着收件人的个人信息,如姓名、地址、手机号码等,这是为了方便快递员派送快递而设计的。但如果处理不当,就会有不法分子利用用户丢弃的快递包装袋上的信息进行诈骗^[3]。因此,很多资深网购者会在丢弃快递包装前将自己的个人信息撕下来或者用笔划掉。但人们的手边并不总是刚好有剪刀和记号笔之类的工具,所以很多消费者常常会徒手撕或者是随手找一些利器划掉快递单上的个人信息。然而,这些做法比较麻烦,还可能会弄脏或者刮坏一些爱美的女性消费者的指甲,一定程度上会影响消费者对网络购物的整体印象,并留下不愉快的消费体验。

1.3 快递包装不便提拿

一个好的商品包装应该从各个方面满足消费者的需求,应当方便携带和运输等。而目前市面上大部分的快递包装,无论是袋式的还是盒式的都没有提手设计,且大部分快递包装袋的材料都使用聚氯乙烯或者聚乙烯,这些材料大多是由化工材料或者旧塑料再生而成的,存在着一定的卫生隐患^[4]。快递纸盒包装也大多属于二次利用,加之其在运送和分拣过程中环境相对简陋,难免会出现包裹掉在地上或者在运输车辆中落灰、蹭脏等情况,因此,快递包装的卫生状况堪忧。消费者取件后,如果抱着它可能会担心蹭脏衣服,拎着又没有提手,不方便拿取。于是,将包裹取回办公室或家里的这一段路程着实为难了许多爱干净的消费者。他们可能会提前准备一个塑料袋或者是纸巾,首先对快递包裹进行简单的卫生处理后再将其携带回家。有了这样“不便”的购买体验,尽管可能包裹内的商品一样干净精美,可消费者的心理却总会觉得差了那么点“档次”。于是,肮脏的快递包装袋也成为了许多消费者拒绝网购的理由之一。

1.4 快递包装的开启方式复杂

消费者在取回快递后就要拆开包装,目前市面上两种主要形式的快递包装(袋装和纸盒装)大多需要借助工具打开,如剪刀、刀片等利器。这无疑增加了消费者开启快递包装的难度与危险系数,还可能出现剪坏包装内商品的情况,给消费者带来了较大的风险。

2 快递包装便利化的几种设计思路

2.1 通过视觉形态辅助快递分拣

为了使消费者更快速地找到自己的包裹,一些

快递员可能会根据取件电话号码中末尾数字或者收件人的姓氏等分类方式对快递进行分堆摆放,方便其快速找到包裹。同样,可以通过诸如利用包装袋的色彩或图形等将包裹进行区分等视觉传达的方法帮助加快包裹的分拣^[5-6]。消费者或商家在发货前留言或者在商品信息中标明其商品包装使用的色彩或图形,当消费者去取件时,可根据留言所述的色彩或图形过滤掉大部分快件信息,将目标范围逐步缩小;然后再根据包裹单上的个人信息进行核对取件。这样就可大大缩短消费者的取件时间。当然,商家也可以让消费者在购买时留言,根据他们的喜好自行选择包装袋的色彩。这样一来不仅通过色彩和图形提高了快递的取件效率,也能满足不同消费者的个性化需求,增加消费者对商家的认同感及好感度。

2.2 创新快递包装的结构

创新快递包装的结构形态可解决快递包装中个人信息不便清除的问题。如图1(图片来源:图1~4为作者电脑合成图)所示,将快递单背胶的中间部分省去,只在其四周涂胶(避开个人信息位置),并在快递单中用户个人信息的部分上下位置分别加上打孔线,消费者可以像撕邮票一样,无需其他辅助工具,沿打孔线将个人信息完整地撕下。或如图2所示,在快递单与包装袋之间加上撕裂条,消费者可以沿撕裂条将个人信息消除,让快递单上的信息不再具有可读性。这样,对消费者来说,既可以避免用户信息的泄露,又可以避免暴力拆卸包装袋时的尴尬;对企业来说,可以通过细节赢得消费者的好感。

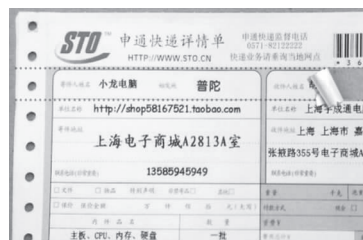


图1 打孔设计

Fig. 1 Punching lines on express waybill



图2 撕裂条设计

Fig. 2 Tearing lines under the express waybill

解决快递包装不卫生和不便携带的问题可从改善包装结构入手。如图3所示,在盒体包装的两侧加上U型的扣手孔设计。消费者拿到快递后可沿撕裂线将U型扣手位置向内推入,形成一个镂空的扣手孔^[7],然后撕掉包装盒上的(黄色)静电贴膜(或不干胶),露出干净的盒体(图中右侧纸箱为拆掉覆盖

物后的纸箱)。这样可以保证包装盒在搬运过程中与消费者接触的部分相对洁净,方便较大体积快递包裹的提拿和运输。或如图4所示,对快递单进行改良设计,首先将快递单四周背胶,并在其最下层位置叠放一个塑料袋,再将塑料袋底部与快递单背面黏在一起,当消费者撕开快递单后,可将袋子从快递单与包装袋之间的空隙中抽出(类似抽纸的取出方式),并反套在包装盒外,这样消费者即可用干净的袋子将快递提回家。这两种快递包装结构改良设计在满足消费者需求的同时,也能体现商家对消费者的用心与关怀。

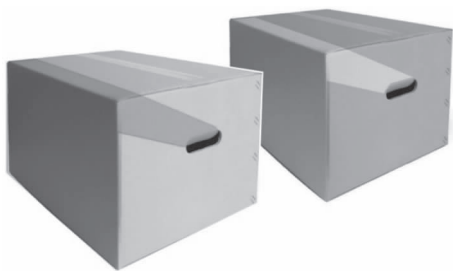


图3 U型扣手孔设计

Fig. 3 Design of U type handle



图4 可抽取式包装袋设计

Fig. 4 Package design with drawing style

一个优秀的包装设计应该尽量简化用户的操作流程,避免消费者出现误操作行为。美国加州大学的两位学生就通过结构设计很好地解决了纸盒类包装开启方式复杂的问题,他们设计的纸盒包装能快速成型,也能快速开启,如图5^[7]所示。该纸箱使用瓦楞纸材料,封口自带双面胶,组装非常快,在2~3 s内就能够将之组装成型。箱子的底部有巧妙设计的机关,因而拆开更快,只需用力一按,整个箱子就能散开^[7]。该款包装设计不仅用料节省,且无需其他工具协助就能完成打包和开启步骤,特别适合用于快递包装,因而得到了许多快

递商的肯定。



a) 快速成型



b) 快速开启

图5 快速成型与开启的快递包装

Fig. 5 Express packaging of rapid molding and unpacking

2.3 使用新材料与新工艺为快递包装封口

快递包装的便利化还可选择一些新材料与新工艺为快递包装封口,以简化其开启方式。如使用类似现有市场上大米与面粉产品的包装封口方式,用粗棉线等材料为袋式包装封口。在生活中,人们可能遇到过衣服的锁边开线漏出线头的情况,在扯掉线头时,有时会不小心将整条缝纫线都扯开。这是由于服装在制作时运用了钩针型针法对布料进行锁边处理。如果使用这种针法缝制衣服则需要在封口末端打倒针锁死线头,否则就会出现一拉线头,整个锁边都开线的情况^[8]。在袋式快递包装的设计中,设计师就可以利用钩针型锁边的方式为快递包装封口。用粗棉线或细麻绳等对包装袋进行锁边,并将线头留在包装末端系以活扣。这样,消费者打开快递时只需解开绳扣并轻轻一拉,就可以快速地将包装封口打开。

在纸盒式的快递包装中,也可以使用撕裂口、半切线以及撕裂打孔线等方式辅助其快速开启。如图6(图片来源: http://image.socomisrc=360pic_normal&q=%E5%8C%85%E8%A3%85%E7%AE%B1%E5%9B%BE%E7%89%87)所示,消费者无需其他辅助工具,沿撕裂线就可以轻松打开包装。且这些形式的封口只能打开一次,不能重复黏合,能够避免快递包装在运输过程中被偷偷打开又封上的情况,具备防盗功能的同时,为消费者减少了操作步骤,使用更便捷。



图6 撕裂口式快递包装

Fig. 6 Express packaging with tearing line

3 结语

快递包装是商品包装的一种特殊形式,属于二次包装。如果说产品本身的质量和包装代表了其产品品牌的文化和价值,那么快递包装代表了消费者对该网售商家的第一印象,也就是网店店铺或是网络电商品牌的第一印象^[9-10]。消费者常常会从细节中看出商家的诚意与用心,并爱屋及乌地喜欢一个品牌。所以,快递包装的便利性和外观会直接影响消费者对其店铺的好感度。而目前市场上的大部分快递公司的包装形式基本相同,且使用上存在着诸多不便,可以说,我国快递包装的设计还处于起步阶段,这与我国快速发展的电子商务形成了较大的矛盾。所以,包装设计师有必要根据现有快递包装存在的问题,展开有针对性的研究,从消费者的角度出发,通过细节设计改良快递包装,为商家提供更人性化的销售平台,为消费者创造更方便的购物条件,并获得愉快的购物体验。

参考文献:

- [1] 陈骏宇. 消费者网络结伴购物行为研究与设计[D]. 长沙: 湖南大学, 2012.
CHEN Junyu. The Design Research on the Online Partner Shopping Behavior[D]. Changsha: Hunan University, 2012.
- [2] 孙惠茹, 柯胜海. 网购产品包装的可回收性设计研究[J]. 包装学报, 2016, 8(3): 44-48.
SUN Huiru, KE Shenghai. Research on Recyclable Design in Online Shopping Packaging[J]. Packaging Journal, 2016, 8(3): 44-48.
- [3] 陈绵绵, 张增年. 一种基于二维码的改进快递单据[J]. 浙江万里学院学报, 2015, 28(1): 89-91.
CHEN Mianmian, ZHANG Zengnian. Improved Delivery of Documents Based on Two-Dimensional Code[J]. Journal of Zhejiang Wanli University, 2015, 28(1): 89-91.
- [4] 张宏波. 关于现代快递专用包装材料的分析研究[J]. 中国包装工业, 2015(13): 46-47.
ZHANG Hongbo. On the Influence of Consuming Mentality on Modern Packaging Design[J]. China Packaging Industry, 2015(13): 46-47.
- [5] 高原. 色彩设计为快递提速[D]. 济南: 山东工艺美术学院, 2014.
GAO Yuan. Color Design for Express Faster[D]. Jinan: Shandong University of Art & Design, 2014.
- [6] 张允峰, 王婧, 彭国勋. 人机工程与物流运输包装设计[J]. 中国包装工业, 2009(4): 38-40.
ZHANG Yunfeng, WANG Jing, PENG Guoxun. The Man-Machine Engineering and Logistics Transport Packaging Design[J]. China Packaging Industry, 2009(4): 38-40.
- [7] 陈莹燕. 可持续发展理念下快递包装的创新设计[J]. 包装工程, 2014, 35(24): 10-12, 26.
CHEN Yingyan. Innovation Design on Express Packaging in the Concept of Sustainable Development[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(24): 10-12, 26.
- [8] 李建华. 《包装机械术语》国家标准简介[J]. 包装与食品机械, 1986(1): 32-37.
LI Jianhua. The Packaging Machinery Term of National Standard Profile[J]. Packaging and Food Machinery, 1986(1): 32-37.
- [9] 朱兆丽, 胡丽华. 中国服装网购市场的现状与发展[J]. 企业导报, 2009(11): 115-116.
ZHU Zhaoli, HU Lihua. The Present Situation and the Development of Chinese Clothing Online Shopping Market [J]. Guide to Business, 2009(11): 115-116.
- [10] 张佳宁, 刘芳. 快递包装低碳化的设计思考[J]. 包装工程, 2014, 35(4): 82-85.
ZHANG Jianing, LIU Fang. Design Thinking of Express Packaging with Low Carbon[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(4): 82-85.

(责任编辑: 蔡燕飞)