

日本当代食品包装的简约主义及其风格特征

Research on minimalism and style characteristics of Japanese contemporary food packaging

林海燕

LIN Hai-yan

(长沙理工大学设计艺术学院, 湖南 长沙 410114)

(School of Art and Design, Changsha University of Science and Technology, Changsha, Hunan 410114, China)

摘要:日本当代食品包装兼具强烈的民族特色与现代“简约主义”风格,受到设计界和消费者的认可,值得借鉴学习。通过探讨日本食品包装中“简约”思想的成因与历史文脉,借助具体案例阐述日本当代食品包装的简约主义的风格特征,从而获得“简约之道”对中国食品包装设计的启示。

关键词:日本;食品包装;简约主义;自然美学;禅宗思想

Abstract: Japanese Contemporary food packaging is featured by strong national characteristics and modern minimalism, recognized by designers and consumers, which is worthy of reference and learning. Through probing into the origins and historical contexts of minimalism in Japanese food packaging and by virtue of specific cases, this paper is aimed at expounding the minimalism of contemporary Japanese food packaging and gaining some enlightenment about Chinese food packaging designs from the law of parsimony.

Keywords: Japan; food packaging; minimalism; natural aesthetics; zen buddhism thought

近年来相当多的商家甚至设计者把食品包装片面视为食品促销的一种重要途径,统计数据^[1]显示,“每年月饼包装花费就高达 25 亿元以上”。而“过度包装月饼的包装价值可超过其整个价值的 70%,奢华月饼包装能耗差不多是普通包装的 6 倍,是散装的 365 倍^[2]”。全球食品包装设计界显然已经认识到这个问题的严重性,开始呼吁减量包装、轻量化包装,推进食品包装行业向绿色、环保、可循环方向发展。中国食品包装及其设计如何实现包装的“绿色、环保、可循环利用”成为越来越多设计者研究的课题和追求的目标,这方面世界各先进国家都有着不同的成功经验和案例值得研究、借鉴。与中华文化一脉相承的邻国日本,无论是文化还是审美观都有着很多相似性,其食品包装设计的风格与手法在世界设计界的影响极大,值得挖掘并借鉴。日本当代食品包装具

有强烈的民族特色,又兼具蕴含现代人文精神的“简约主义”风格,将商业、文化、艺术恰当结合起来,在传统文化与现代文化、本土文化与世界文化中取得了和谐的共融,得到世界设计界认可,也受到国内外消费者青睐。众所周知,一个国家或民族的设计风格是离不开该国家或民族的传统文化底蕴和民族精神的,只有从文化根源上去深入掘取其哲学思想,才能真正体会到该国家与民族的设计思想。在此深入探究日本当代食品包装的“简约”之道,有助于改变中国当下食品包装中本土文化内涵缺失,过度装饰风盛行的现状,找到一些可资借鉴的办法。

1 东西方“简约主义”的风格与文化特征差异

“简约主义起源于 20 世纪初期的西方现代主义。欧洲现代主义建筑大师米斯·凡德罗的经典设计名言‘少则多’(less is more),被认为是代表着简约主义的核心思想。简约主义反对装饰化的设计风格,主张形式简单、极具功能性与理性化的设计理念。”^{[3]4}即“除去一切不必要的设计元素,而注重产品本身的功能”^{[3]5}。

鲁道夫·阿恩海姆曾论述:“一个物体用尽可能少的结构把复杂的材料组织成有秩序的整体,我们说这个物体是简化的。”^[4]这就是“简约主义”的美学宗旨。西方的简约主义思想相比东方少了许多隐喻的手法,更多以装饰与否为动机。“米斯·凡德罗‘少即是多’的设计内涵是把每一个细节都做到精简到无以复加的程度,‘少’不是空白而是精简,‘多’不是繁复而是完美。”^{[3]5}东方的简约主义则蕴含更多丰富的寓意,“简”可减至“空无”,然“空无”可代表“一无所有中蕴涵所有”^{[3]6}。

日本当代食品包装设计中的简约风格与西方的简约主义有所不同,其中蕴含着深厚的日本传统文化精神和禅宗美学思想,以“大道至简”的东方哲理更深刻地引导着当下人们对丰裕的社会模式的反思与对自然美学的回归。

作者简介:林海燕(1974—),女,长沙理工大学讲师。

E-mail:425355081@qq.com

收稿日期:2016-06-26

2 日本食品包装中“简约”思想的成因与历史文脉

2.1 自然环境催生的“节俭”行为习惯

日本食品包装中“简约”观念的起源首先要归因于日本特殊自然环境所催生的“节俭”行为习惯。日本位于亚洲东部,是西太平洋中的一个岛国,自然环境恶劣且资源贫瘠。其领土主要由四个大岛及周边一些较小的岛屿构成,虽然只占有世界陆地面积的 1/400,但活火山数量几乎占了全球总量的 1/10,日本列岛还位处环太平洋火山地震带,海啸、地震等自然灾害非常频繁。在古代,日本民族面对国土资源匮乏又缺少外来物资供给的困境,养成了崇尚“节俭”,不浪费任何资源的习惯,并发展成民族为生存而信守的共同行为准则。日本神道教崇尚“万物有灵”是对自然的膜拜^[5],亦是日本先民珍爱自然之物,在神灵的约束下对“节俭”行为的守约。古时先民常以结绳、树叶包裹食物,“结绳之处有神灵”^[6],这在日本食品包装中一直信奉至今,足见“自然朴素”、“惜物节俭”从古至今都备受日本民族文化所推崇。

2.2 日本禅宗思想阐释的“极简主义”美学

镰仓时代,禅宗由中国传入日本,在幕府的支持下取得了绝对的宗教统治地位。禅宗教义“不立文字,直指人心”^[7],指出人生是一种体验历练的过程,需要用身心去体会、参悟。从美学意义上来说这不仅仅是对文字的扬弃,更是人们对一切外在表现形式都表现出谨慎及思辨的态度,因而力求用最简单的形式来表达出最丰富的思想。禅宗美学“排斥一切装饰,以事物原生状态的朴素、自然为美”^{[8]36}。“摒弃对表象的执着,彻见本来面目”^[9],这就是艺术与设计中的极简主义。禅宗“极简主义”美学影响下的日本传统食品包装,尚用天然材料,以直观的朴实展示食品的本风味。传统中稻草、麻绳、竹、芦苇和纸等都可以通过简单的折、系、扎、结、裹等成为最佳的食品包装。还有風呂敷,也称“东方的包袱皮”,是织物做的小方巾,包裹“伴手礼”是最绿色环保的包装,拆洗了还可以再次使用,一直深受日本民众喜爱。在禅宗思想的影响下,“简”有如日本文化中的“道”,践行在日常生活的方方面面,由“简”生发出许多朴素材料的妙用,虽然无粉饰雕琢却充满了前人的智慧。

2.3 石门心学的“经济合理主义”伦理观

如果说是历史和自然因素造就了日本人的“节俭”意识,那江户时代的町人哲学家石田梅岩则是有意识地将这种传统观念加之于商人阶层,这为未来日本设计的发展奠定了重要的思想基础。作为“町人之哲学”的经济伦理,由石田梅岩创立的石门心学追求一种合理使用又无浪费的消费观,提出:“俭约……要分与限相适应,既不是过也不是不及”^[10]。即追求“俭约”应以合理为限度,并非无止境的。现代设计与商业和经济是相互依存、不可分割的。商品的两端是买方与卖方,在商品物质逐渐丰裕的时代,石门心学关于“俭约”的经济合理主义观念具有一定的社会普遍性,使得作为买方的各阶层与作为卖方的商人在意识形态上形成高度一致性,因此日本设计品的“简约”风在本国范围内是很容易获得认可的。石门心学的观念具有承前启后的作用,在总结前人先

进文化的基础上,将“俭约”的经济合理主义观念上升到了具有普遍伦理性的道德层面,成为日后日本现代设计形态的理论基础。

2.4 从几何形的信仰到简约主义设计

日本人自古就很擅长对事物进行简洁抽象的概括,这也源于神道教的信仰。日本古神道教信奉日照大神,尽管神话中的日照大神时常被人形化,但都始终保持太阳最基本的几何圆形,并被奉为最纯粹的原始符号,从而形成了日本民族对于几何形式的信仰,这从我们熟悉的菊纹旗和日章旗便可见一斑。由此,天皇确立了几何装饰基调,院政时代到镰仓时代的家纹也都采用的几何元素。传统的“物哀”与“万物有道”思想更加促进了这种抽象意识,生命短暂、世事无常,留住美好事物的办法就是抽象、凝固,因而观日本的绘画、装饰艺术乃至传统食品包装上的风俗图案,都经常可看到简约的植物、动物和四季风景图形^{[8]36}。二战以后,“西方推崇包豪斯风格的设计大师们将简约的几何形式定义成现代美学新风尚”^[11],日本一些著名的设计师也纷纷学习,加之自古以来“训练有素”的抽象能力,其清新禅意的风格便与西方设计殊途同归地走向了“简约主义”的国际舞台。

3 日本当代食品包装简约主义风格的表现

3.1 形之简约:凝练

日本当代食品包装设计将深刻的思想内涵赋予于表象特征之上,以极少的元素传递丰盈的语义,这与西方简单、功能性的美学思想有形式上的相似,其背后凝练的日本传统文化精神,却是与西方的“简约”大相径庭的。

日本文字深受汉字书法的影响,设计师将对书法的领悟运用在包装字体上,简洁地传递信息的同时,也丰富地表达出产品带给人的情感体验。图 1 是原研哉采用书法字体设计的中央葡萄酒包装,气韵生动的书法造型并不止于名字的传递,舒展流淌的笔画还凝练着对葡萄酒天然、洒脱的品牌个性的塑造。图 2 的石积牌橘子汁包装是 2015JPGD 日本包装设计大赛获奖作品,整体标贴上仅仅采用具有朴拙的字体风格的“石”字,这种朴拙的味道亦象征着不同于洒脱的另一种品牌个性,给人以质朴而真诚的品牌体验。不同的字体塑造,寥寥几笔却都个性十足,充满生命意味让人回味无穷。

日本食品包装中的图形设计则尚用自然元素,以最简洁的造型表现花果、草木、自然生命,概括不仅是简化,更是凝练塑造生命特征。如图 3“大和屋守口渍惣本家”的酱菜包装是 2015JPGD 日本包装设计大赛获奖作品,依然只出现简洁的酱菜原材料,新鲜与活力的品牌形象却跃然包装之上。图 4 是深泽直人设计的水果饮料包装,设计元素简化到无以复加,然包装的视觉和触感却已升华为鲜果的一部分,对自然与生命的表现亦是令人惊叹。不论是简约的字体还是概括的图形都不止于清晰地传递品牌信息,其寓意深远的价值观更影响着当下的消费人群从奢华繁复的视觉审美中解脱出来,走向返璞归真的精神生活。

3.2 色之简约:尚白

日本文化中有着尚白的传统,日本设计师原研哉说:“白是从混沌的世界里分离出来的,它象征着生命最原始的形

式”^[12]，白色被定义为神圣、高洁，是美的至高境界。叶渭渠教授在《日本文化史》中解读这“尚白”的传统说，“这种色彩观应该与原初对神的信仰是分不开的，神道教认为凡是带色彩的的都是不洁净的，唯有白色是一种神仪的象征，并将白色作为人与神联系的色。”^[13]日本人爱白色也因为白色像雪，皑皑白雪极美却也极易消融，让人油然升起一种生命无常的

哀感，非常契合日本人的物哀思想。日本当代食品包装特别能体现这种“尚白”的情节，2015 年日本 JPDA 包装设计大赛软饮料类金奖作品“宝塚牛奶”（图 5），那浓郁的白色似乎能让人感受到氤氲的生命，被评为“比牛奶还洁净的包装”。日本清酒制造商 Tomitashuzo 出品的清酒（图 6），穿着和服和洁白蕾丝的曼妙背影，回眸一笑，竟然是清酒一瓶，洁净中透着高贵的浪漫，该作品获得了 2015 年 JPDA 酒精饮料类铜奖，红点 2014 年包装设计奖。还有设计师荒木志华为日本百年糕点品牌“然花抄院”设计的伴手礼包装（图 7），用洁净的白色和纸包裹食品以表达送礼人真诚的心意，横扫近年来日本包装设计各项大奖。这种“尚白”的简约思想里既有日本传统美学对生命的膜拜，又秉承着当代人追求纯净生活，体悟生命纯真的期许。

3.3 材之简约：朴素

日本食品包装自古便擅用朴素的原生态材料，到当代更得到了继承与发扬。“在日本的传统信仰中，神灵可以附着在一切无生命之物上。而‘包装’的意义在于：用被神附着的自然之物来包装以体现物的价值。”^[14]而禅宗倡导自然的事物本身就是美的，它不需要任何矫揉造作的修饰。所以用最朴素的自然之物来创造简约的原初之美，构成了日本食品包装艺术的特色。设计师在包装材料上大量使用诸如麦秆、芦



图 1 中央葡萄酒包装
Figure 1 Package of central wine



图 2 石积牌橘子汁包装
Figure 2 Package of Shiji Brand Orange Juice

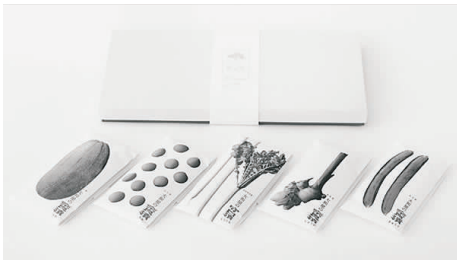


图 3 “大和屋守口漬惣本家”酱菜包装
Figure 3 Package of Japanese pickles



图 4 深泽直人设计的水果饮料包装
Figure 4 Package of fruit beverages designed by Naoto Fukasawa



图 5 宝塚牛奶包装
Figure 5 Package of Takarazuka Milk



图 6 Tomitashuzo 出品的清酒
Figure 6 Sake made by Tomitashuzo

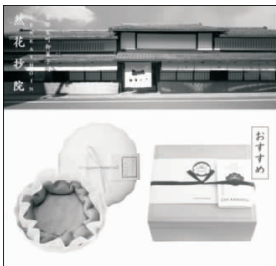


图 7 “然花抄院”伴手礼包装
Figure 7 Package of gifts from Zen Kashoin

苇、藤条、竹木等原生态材料,以体现食品的自然风味。如水户出产的天狗纳豆,采用天然稻草来做包装,自然纹理返璞归真的美感,增添了食品的生命趣味(图8)。对原始材料使用的热情和自然回归的追求,并没有给日本食品包装带来粗糙和低劣的感觉,反而萌生了物尽其用、精益求精的造物观。图9是用薄木皮加工制作的下仁田纳豆包装,手工的美感宛如虔诚的艺术品。当朴素与精益求精相协成一种生活品味的象征时,“简约”便成为这个时代所追逐的价值取向了。



图8 采用稻草包装的天狗牌纳豆
Figure 8 Tengu Brand Natto packed by straw



图9 采用薄木皮包装的下仁田牌纳豆
Figure 9 Nita Brand Natto packed by veneer

3.4 韵之简约:空寂

空寂是简约的极限,也是日本民族审美的最高境界,它融合了禅宗的“空无”思想与日本神道教的自然崇拜,它提倡以“心眼”取代肉眼对美的感知,立足于无而超越无,从“无”中发现最大的“有”,在空漠中创造超然物外的艺术力量,即“超以象外,得其圆中”^[15]。反映在设计中即是装饰简化到看似“无一物”的极致,空白的画面能在有形的元素中被感知,并随着人们艺术想象力的转变、演化不断扩大,常常意味着知觉对象中补充了一件本该存在的东西,所以“空无”变成生命体验的存在方式,生命之精神的流动空间,很似中国“大象无形,大音希声”的老庄哲学,只是多了一分将“空无”推向极致的寂寥、枯淡之美。

图10为原研哉为石川县加贺温泉乡的“BENIYA MUKAYU”旅馆所做的设计,“无何有(MUKAYU)”来源于庄子语,意指“无为”,实则表达放空的时间和空间提供给人真正的享受。在此,空寂是一种更广阔的视野,远离尘嚣、放下执着才能体会生活原本的快乐。设计师佐藤卓(Taku Satoh)为生产寿司及调味品的Mizkan集团210周年纪念设计的米醋包装(图11),除开盒面的品牌名,每一个元素都洁净



图10 原研哉为“无何有”旅馆设计的品牌LOGO及矿泉水包装
Figure 10 Logo of Beniya Mukayu Hotel and package of mineral water designed by Kenya Hara



图11 佐藤卓为 Mizkan 集团 210 周年纪念设计的米醋包装
Figure 11 Package of rice vinegar designed by Taku SATOH for 210 anniversaries of Mizkan Group

得几近空无,然瓶子的造型很优雅,用完可做花瓶,寂静、空无的背后蕴含着生活无限的纯真、美好。在此,空寂是当代人逃离喧嚣的心灵栖息地,是参禅悟道、畅游思想的超然空间。

4 “简约”之于中国当代食品包装设计的启示

探讨了日本当代食品包装简约主义风格的“前世今生”,以这样的完整视角来看待“简约”,便有了一个相对整体的语境逻辑了。设计从根源上来说,应当是人类为了寻求与自然之间更协调的生活方式而进行的一种创造性劳动,然而市场经济过度繁荣的今天,设计变成了一种无止境追求经济效益的商品促销手段,越来越多的食品包装加入了“形式化设计”的行列,过度包装、过度消费带来人心的浮躁,造成人类对地球资源的无限度采掘。

在喧嚣的设计大潮中,崇尚简约主义风格的日本当代食品包装宛如一弯清泉,赢得消费大众的喜爱。究其原因,是因为它根植于传统文化土壤,兼具着当代社会的伦理价值观,始终坚守着设计的初心。“简约”风格背后日本神道教“人与自然共生”的朴素思想,禅宗美学“摒除外在装饰,返璞归真”的宗教哲理,无不指向当代社会重建人与自然的和谐共生,人心重归心灵安顿、“诗意栖居”的理想。与其说日本当代食品包装找到了现代与传统、民族与世界相契合的一条路,不如说“简约”本身就是日本民族文化延伸至今的支脉。

回望中国当代食品包装迷失的现状,我们似乎已经有所开悟。在商业规律大行其道的今天,设计师须保持一颗“简朴”的心,不迎合,不浮躁,让设计引导消费大众,共同感悟、回归生活的本质。在面对传统文化与多元设计文化的碰撞时,时尚风格的模仿与中国符号的嫁接都无异于拼图游戏。

(下转第98页)

逃离千家峒,临别前将其民族图腾牛角锯为12截,每姓瑶族保存一截,他日相聚之时将12截牛角拼合吹响,以告慰祖先。标志设计以12截切开的牛角为视觉符号做弧形发射状设计,造型简洁优美,色彩为橙黄色,呼应包装的绿色主色调,图示出瑶族独有的民族文化特色;左下角四句古民谚诠释了传统食品雪姜的特色。整个传统食品包装制作精良,成本合理,图形、文字、色彩都不过二三,设计简洁明了,主题突出,视觉形象朴素大方,雅俗共赏,很好的彰显出江永传统民族食品的风味特色和独特的地域文化,令人过目不忘。

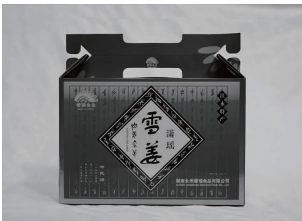


图3 江永雪姜礼盒包装设计

Figure 3 The gift packaging design of Jiangyong's Fermented ginger

4 结论

传统食品包装设计是一个庞大的系统工程,要充分体现包装设计对传统食品的功能效应,不仅需要局部微观的细节设计还需要系统宏观的统筹考虑,在设计过程必须充分贯穿绿色包装、简约主义的理念,而且要落实食品包装传承并弘扬传统文化的载体功能。传统食品包装设计的全过程,需要设计者要有全局观念,站在更高的角度去思考、提炼,而不是单纯设计一个好看的包装作品。要“以人为本”,从生态环境的角度,从可持续发展的角度,从传统历史文化遗产的角度,走进传统食品,走进传统文化,以精益求精的“工匠精神”把传统食品包装做到极致。

(上接第94页)

只有植根于中国文化的5000年古树,才能从备受滋养的基因中生发出我们自己独具特色的枝叶形态。这千年的古树宛如天地间的智者,深谙“物竞天择”的自然规律,会引导我们如何坚守设计本源,不偏移“设计服务于人类美好生活与美丽心灵”的生长法则。

参考文献

[1] 李郑冬. 食品过度包装的现状调查与改进措施[J]. 中国包装工业, 2015(2): 91.

[2] 桑振. 类月饼食品的“负污染”包装设计研究[J]. 食品与机械, 2012, 28(5): 174.

[3] 张思瑶. “大道至简”——浅谈简约主义风格及其影响下的减法设计[D]. 辽宁: 辽宁师范大学, 2011.

[4] 阿恩海姆. 艺术与视知觉[M]. 滕守尧, 译. 四川: 四川人民出版社, 1998: 72.

[5] 色音. 日本神道教的历史与现状[J]. 世界宗教文化, 2014(6): 47.

参考文献

[1] 中国食品工业协会. 食品工业“十二五”期间行业发展状况[EB/OL]. (2015-03-31)[2016-06-01]. http://www.cfsn.cn/2015-03/31/content_259142.htm.

[2] 钱宇阳. 食品工业加速向健康转型[N/OL]. 京华时报, (2016-05-24)[2016-06-01]. http://epaper.jinghua.cn/html/2016-05/24/content_305703.htm.

[3] 吴晓波. 一包方便面背后的中国改革[EB/OL]. (2016-05-24)[2016-06-01]. <http://www.1caixin.com.cn/viewpoint/3440043.html>.

[4] 黄国伟, 孟湛, 李亮. 绿色设计理念在食品包装中的应用思考[J]. 商贸工业, 2008(7): 362-363.

[5] 夏东生. 传统特色食品的包装设计与文化内涵[J]. 包装工程, 2003(2): 84-86.

[6] 臧蕊, 富苏苏. 食品包装材料要向生态化发展[J]. 医学动物防制, 2007, 23(2): 88-90.

[7] 刘北辰. 食品绿色包装材料的发展趋势[J]. 塑料包装, 2015, 25(6): 12-15.

[8] 杨伟民. 食品包装印刷油墨的安全性[J]. 食品安全导刊, 2010(5): 56-57.

[9] 孙宝国. 我国传统食品工业化需“工匠精神”[EB/OL]. (2016-09-08)[2016-09-09]. http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/201609/08/t20160908_15739404.shtml.

[10] 戴宏民, 戴佩华. 绿色包装技术: 食品工业在国民经济中的地位及发展前景研究[J]. 中国包装, 2009, 29(2): 12-16.

[11] 孙超. 食品包装设计中的返朴归真——“纯朴”元素的价值与应用[J]. 食品与机械, 2012, 28(9): 152-154.

[12] 戴宏民, 戴佩华. 绿色包装材料的研发进展和我国的发展对策[J]. 包装工程, 2004, 25(5): 5-6.

[13] 宋行, 乐昭君. 自然包装材料的优越性[J]. 美术大观, 2006(8): 100-101.

[14] 陈希荣. UV固化油墨的机理及其影响因素[J]. 中国包装工业, 2007(1): 51-52.

[6] 李彦. 结绳文化的宗教阐释[J]. 黑河学院学报, 2014(160): 119.

[7] 温为才. 禅宗美学对设计的启示[D]. 北京: 北京理工大学, 2014: 14.

[8] 隋欣. 禅宗美学影响下的日本当代食品包装设计研究[D]. 南京: 南京理工大学, 2014.

[9] 陈立忠. 浅析枯山水艺术与极简主义园林设计[J]. 山东林业科技, 2009(1): 112.

[10] 王青. 日本近世思想概论[M]. 北京: 世界知识出版社, 2006: 76.

[11] 张先生. 日本的平面设计水平为什么这么高? -设计师-知乎[EB/OL]. (2014-05-09)[2016-05-15]. <http://www.zhihu.com/question/20165643#answer-24069362>.

[12] 张森. 探究原研哉的设计理念[D]. 北京: 北京交通大学, 2014: 24.

[13] 叶渭渠. 日本文化史[M]. 广西: 广西师范大学出版社, 2003: 33.

[14] 苏静. 知日·设计力[M]. 北京: 中信出版集团, 2016: 119.

[15] 方建国. 超以象外得其环中——艺术动画“空”背景的美学探讨[D]. 杭州: 中国美术学院, 2008: 5.