

儿童食品包装设计的安全性、趣味性与人性化

Safety, interest and humanity on package design of kids food

杨 萍

YANG Ping

(昭通学院, 云南 昭通 657000)

(Zhaotong University, Zhaotong, Yunnan 657000, China)

摘要: 安全性、趣味性以及人性化是儿童食品包装设计达成其满足市场和消费者需要目标必须注意的方面。然而,目前的儿童食品包装设计依然存在缺乏儿童视角、过度追逐利润忽视安全性、不能正确处理趣味性和安全性之间的关系等阻碍这些价值实现的问题,有必要通过强调用户体验、将安全性置于首位,以及在确保安全的基础上实现趣味性等途径,以保证儿童食品包装设计相应价值的实现。

关键词: 儿童食品; 包装设计; 安全性; 趣味性; 人性化

Abstract: Safety, interest and humanity is the main value of children's food packaging design. However, the children's food packaging design still exists many problems, such as lacking of children's angle of view, excessive pursuit of profits and ignore safety, can not correctly handle the relationship between the interest and the safety. it is necessary to take some valid measures, such as emphasizing the user experience, laying the safety in the first place, and the interesting ways on the basis of ensuring the safety, to ensure the realization of the corresponding value of children's food packaging design.

Keywords: children's food; food packaging design; safety; interest; humanity

长期以来,与儿童健康成长息息相关的儿童食品市场增长势头强劲,日益成为食品企业竞争的焦点。根据中国产业信息网^[1]提供的信息,2005 年到 2014 年,中国婴幼儿辅食市场平均增速达到 18%,2014 年市场规模达到了 851.1 亿元。为了尽可能吸引儿童消费者,儿童食品包装设计的趣味性价值得到了食品企业的高度重视。就目前而言,几乎所有的儿童食品生产企业都意识到并强调儿童食品包装的趣味性,然而,不少儿童食品生产厂家片面追求包装的新奇古怪,却忽视了儿童食品包装必须高度重视的安全性,由此导致儿童致死致残的事故并不鲜见^[2]。此外,还有部分商家不注意对儿童食品包装进行更加适合儿童的人性化设计,也为儿童的具

体消费行为带来了很大的不便。这些问题的存在不仅严重阻碍了儿童食品市场的进一步拓展,也对作为消费者的儿童自身的健康成长造成了很大的负面影响。

1 儿童食品包装设计需要注意的主要方面

对于儿童食品包装设计来说,要保证其能更好地满足市场和消费者的需求,就必须在以下几方面予以足够的注意。

1.1 安全性

安全性是食品包装与设计需要考虑的主要方面。2015 年《食品安全法》第三十三条第七款明确规定对直接入口的食品必须使用“无毒、清洁的包装材料”。由于儿童面对各种食品安全威胁的应对能力相对于成人来说几乎没有,没有考虑安全性的儿童食品包装设计,其发生食品安全事故的概率相较于成人食品要大得多,对相应儿童消费者造成的危害也比成人消费者要大得多。因此儿童对于有安全问题的食品几乎没有任何抵抗能力特定的脆弱性决定了没有将安全性价值纳入儿童食品包装设计的食品,几乎肯定会导致相应的食品安全事故发生,严重威胁儿童的生命健康安全^[3]。只有将儿童食品包装与展示的安全性作为儿童食品包装设计的基础价值,才能从根本上杜绝相应的食品安全事故的发生,保证儿童的正常健康成长。

1.2 趣味性

从外观上来讲,儿童食品相对于成人食品最大的特色之一,就是其富有趣味性的五彩缤纷的各种迎合儿童审美观和审美能力的包装设计。如很多食品的外在包装上绘有各种各样的儿童比较熟悉的卡通人物和明星人物形象、各种可爱的动植物形象、或者干脆是各种美味的食物形象,有时甚至直接将外包装设计成相应的卡通人物、明星人物、动植物乃至美味事物的外形,从而最大程度增加相应食物包装与展示对儿童消费者的亲和力和吸引力,促使其作出相应的购买或消费的决定。总体上讲,儿童食品包装设计的趣味性价值虽然不能从根本上决定消费者最终的购买行为,却能在充分迎合儿童消费者的审美情趣的基础上,使其对相应食品产生相

作者简介: 杨萍(1974—),女,昭通学院讲师,硕士。
E-mail: yangp88@126.com

收稿日期: 2016—06—05

应的直观印象,从而对其最终消费决定产生非常直接和具体的影响^[4]。正是因为儿童包装设计的趣味性价值对于吸引儿童消费者的不可或缺,几乎所有的儿童食品包装设计都会充分考虑到这一因素,从而使各种富有儿童情趣的包装与展示成为儿童食品市场最大的特色之一。

1.3 人性化

对于儿童食品消费者来说,其无论在拆开包装的力量、技巧、经验方面都无法同成人消费者相提并论,其对于食品的包装设计具有更高的人性化要求。比如儿童食品包装上的撕裂口如果不进行特别设计,消费者可能根本就无法打开包装获得食物,而必须借助于成人的力量,对其是否能实现相应的食品消费行为造成非常负面的影响^[5]。而且,有的儿童根本就不能理解食品包装上的撕裂口到底有什么用,因此有必要设计儿童能轻松理解,并很方便打开的撕裂口。同时,如果摆放食品的展台、展架、橱窗的设计样式、尺度与高度不符合儿童的人性化设计,那么也会大大影响儿童消费者的购买需求。因此,能否在儿童食品包装与展示上实现人性化价值,专门为儿童设计出能使其更方便、更容易理解的食品包装与展示,在很大程度上会影响相关食品被儿童消费者接受的程度,从而最终对相应儿童食品经营者的市场竞争力产生相应的影响。

2 儿童食品包装设计存在的问题

儿童食品包装设计要达到最大程度满足市场和消费者需求的目的,必须注意其安全性、趣味性性和人性化3个条件的实现,但在现实中,这些条件的满足却存在以下一系列问题。

2.1 儿童食品包装设计者儿童视角的缺乏

儿童食品包装设计存在的最重要的问题是很多儿童食品经营者仍然从成人的角度对其进行设计。首先,儿童视角的缺乏会大幅降低儿童食品包装设计本身具有良好趣味性的可能。很多儿童食品的包装上印刷的形象不是儿童喜闻乐见的卡通人物、明星人物或可爱的动植物和食物等,而是更符合成人审美的风景或格言之类,根本激不起儿童的兴趣。最终导致儿童对这些设计形象不知所云,遑论具有良好的趣味性。其次,由于儿童并不具备成人所具有的食品安全知识以及应付相应的食品安全事故的能力和经历,儿童视角的缺乏可能给儿童消费者带来致命的安全问题,使其安全性得不到有效的保障。典型的例子如近年来连续报道的儿童吞食果冻窒息甚至致死事件,在很大程度上就是因为设计者没有考虑到杯装果冻的大小刚好同儿童咽喉大小相近,从而容易导致其一次性吞咽时窒息的问题。如果相应设计者能有充分的儿童视角,就能比较容易发现这一食品安全问题的存在,从而避免相应安全事故的发生。最后,儿童视角的缺乏还会使其罔顾儿童自身所具有的知识能力,使儿童具体的消费过程产生诸多不便,甚至不得不借助成人的帮助才能完成相应的消费行为,儿童包装设计应有的人性化特征没有得到丝毫体现。如儿童一般食量较小,即使采用较成人更小的包装很多儿童都难以一次性吃完,具有人性化的设计应当

方便儿童在部分食用之后可以很好地重新保存以便下次继续食用,然而事实上,目前很多儿童食品包装都采用的一次性彻底破坏的方式开启,从而经常因为儿童无法一次性消费完毕而造成不必要的浪费。因此,缺乏儿童视角对儿童食品包装设计会对其价值带来全方位的损害,是其实现需要克服的最大问题^[6]。

2.2 对利润的过度追逐导致对安全性的忽视

中国近年来出现的影响较大的食品安全事件,无论是三聚氰胺毒奶粉,还是地沟油、苏丹红、孔雀绿等,其出现的根本原因都是因为相关食品经营者对利润的过度追逐,从而导致对食品安全性的忽视。对于儿童食品的经营者来说,由于此种因素导致对安全性价值的忽视同样存在,表现在儿童食品包装设计方面,主要体现为以下几种情况。一是使用各种不符合食品卫生规格的廉价包装材料和印刷油墨,由于其中的重金属等有害物质的迁移给相应食品带来相应的二次污染^[7],严重威胁儿童消费者的生命健康安全。二是在包装上不印刷各种必需的安全标识和警示语,导致很多儿童由于得不到必要的安全提示而进行了相应的影响安全的误操作。事实上,印刷这些安全标识和警示语需要成本并不高,但有的厂家仅仅为了这些微小的成本节约而罔顾这些安全表示和警示语对儿童食品安全性价值实现的重要性。三是在包装设计上将其同成人食品包装混同,没考虑儿童的特性。究其原因是不愿意单独为儿童食品包装设计增加额外成本,从而不顾其可能对儿童消费者安全带来的损害,造成相应的安全性事故的发生。因此,对利润的过度追逐导致对儿童食品包装设计安全性的忽视,不仅会严重损害儿童消费者的生命健康,而且会使相应产品的形象遭到难以恢复的重创。由于儿童食品经营者天然存在的逐利性,对利润的过度追逐成为儿童食品包装设计存在的主要问题之一。

2.3 不能正确处理趣味性和安全性之间的关系

很多儿童食品经营者为了通过包装设计尽可能吸引儿童消费者,因此想方设法在其本身趣味性上下功夫。正是因为其在儿童食品包装设计的趣味性价值上的投入,才造就了儿童食品市场上琳琅满目,富有童趣的各种食品包装。不仅大大刺激了儿童食品的市场需求,而且在很大程度上满足了儿童相应的审美情趣。然而,很多儿童食品经营者在追求儿童食品包装设计本身趣味性的过程中,却出现了忽视其安全性的问题。比如某些食品经营者为了增加包装设计的趣味性,将很多不能食用的儿童玩具同食品混装。这种做法不仅可能对食品造成二次污染,而且即使在食品包装上有相应的安全提示,也可能导致某些儿童因为误食这些玩具而造成相应的食品安全事故,最终造成对相应包装设计趣味性价值的损害。还有一些儿童食品经营者,同样出于增强趣味性直接将儿童食品包装设计成各种尖锐的冷兵器形象,而忽视这种包装与展示在儿童具体消费时可能出现的安全问题。这些食品经营者为了吸引儿童消费者而忽视儿童食品包装的安全性,不能正确处理趣味性和安全性之间的关系,一旦导致食品安全事故发生,其趣味性价值即会因为失去安全性的依托而毫无实现的可能。

3 儿童食品包装设计趣味性价值实现的具体途径

针对儿童包装设计趣味性价值实现的相应问题，有必要通过相应的具体途径，在克服这些问题的基础上保证相应价值的顺利实现。

3.1 强调用户体验在儿童食品包装设计中的作用

要克服儿童食品经营者在包装设计过程中缺乏儿童视角，从而对其价值实现造成全面损害的问题，就必须强调用户体验在其中的作用，即通过充分考虑儿童消费者对相应包装展示产生的实际体验，决定其具体的包装设计。具体措施可以包括以下三部分：首先，重视儿童对相应食品包装的本能体验，即保证相应的儿童食品包装与展示在外观以及触感等方面，能第一时间吸引儿童的注意力，获得儿童的认同，增强其趣味性价值。其次，重视儿童的行为体验，即儿童在进行相应的消费行为时能产生愉悦的感受。如相关包装设计要方便儿童抓握、拿取、进食。通过重视儿童的行为体验，不仅可以为儿童对相应食品的消费提供必要的方便，体现包装设计的人性化特征，而且可以在很大程度上减少安全事故发生的可能，增加其安全性，从而使其对儿童产生足够的吸引力，保证其价值的充分实现。最后，将提升儿童的反思体验作为包装设计的重要发展方向。所谓反思体验，即儿童通过相应的食品消费之后，通过相应的反思能够获得额外的体验。如将儿童的饼干设计成积木的形状，在包装上将饼干可以拼成的图形及方法予以展示和说明，就能使儿童在对相应饼干进行消费时，通过包装上的提示进行反思，从而获得额外的收获。在人们日益关注儿童智力发育，并希望通过儿童食品消费获得额外价值的现代社会，对反思体验的强调可以进一步增强儿童食品包装设计的整体价值^[8]。因此，对于儿童食品包装设计来说，通过强调用户体验的作用，是实现其市场目标最重要的途径。

3.2 将安全性作为儿童包装设计的首要考虑因素

对于儿童食品经营者来说，安全性始终应当作为其在进行包装设计时考虑的首要因素，对利润的追逐应当建立在确保食品安全的基础之上，任何时候都不能通过牺牲安全性价值以取得更多的利润。为了确保儿童食品包装设计过程中的安全性，有必要采取以下具体措施。第一，对儿童食品包装制订较成人更为严格的国家标准并在所有经营者中强制推行，并在目前的基础上适当加重对此类违法者的惩罚力度，以法律的形式确保儿童食品包装与展示达到最低的食品安全标准^[9]。第二，对儿童食品从业人员进行食品包装与展示安全方面的专门培训和教育，使其认识到安全性的重要性以及违反食品安全相关的法律法规带来的严重后果。第三，相关行政监管部门应当对儿童食品包装与展示的安全性监管制定比成人更加严格的实施细则并严格执行。最后，相关媒体人员尤其是少儿类媒体应当高度关注儿童食品包装设计涉及到的安全问题。对相关案例积极报道和分析，并通过各种渠道向公众大力宣传儿童食品包装与展示计的安全知识，以达到提高儿童消费者及其监护人应对相应食品安全事

故的能力。

3.3 在保证安全的基础上实现儿童食品包装设计的趣味性

儿童食品包装设计的趣味性价值对于相应儿童食品的市场开拓具有非常关键的作用，一款设计新颖、趣味性很强的儿童食品包装与展示，往往能在很大程度上促进此食品在市场上的销售。然而，一旦出现了食品安全问题，其已经占有的市场必然丧失殆尽，相应的趣味性价值也就失去了存在的基础。因此，必须在保证安全的基础上实现儿童食品包装的趣味性，食品的安全性是实现其趣味性价值的基础和前提^[10]。为了保证儿童食品包装设计的趣味性和安全性之间的关系能得到正确处理，有必要采取以下措施。首先，经营者必须严格规定设计的安全性前提，任何趣味性设计都必须考虑其是否存在安全隐患。其次，结合相应案例向相关设计人员进行宣传和教育，使其明白包装设计安全性必须作为趣味性价值实现前提的必要性和重要性。最后，在注重用户体验的基础上，积极收集和听取用户关于安全性的相关意见，在保证儿童食品包装设计安全性的基础上尽量提高其趣味性价值。

4 结语

儿童食品包装设计是儿童食品生产加工的重要环节，对其安全性、趣味性和人性化进行充分的关注，是保证其满足市场和消费者需要的前提。然而，目前的儿童食品经营者，在食品包装设计趣味性价值上依然存在缺乏儿童视角、过度追逐利润忽视安全性、不能正确处理趣味性和安全性之间关系等问题，为其顺利实现造成了严重的障碍。因此，有必要采取针对性措施，充分发挥儿童食品包装设计趣味性价值提升相应食品市场竞争力的作用。

参考文献

[1] 智研咨询集团. 2015-2020 年中国婴幼儿辅食市场监测及投资前景研究报告 [EB/OL]. (2015-05-11) [2016-09-20]. <http://www.chyxx.com/research/201505/315622.html>.
[2] 鞠海涛. 儿童食品包装设计特点及发展趋势研究[D]. 北京：中国人民大学，2008：2-5.
[3] 张瑞卓. 儿童食品包装设计的安全性研究[D]. 石家庄：河北大学，2008：1-7.
[4] 李小茹. 论趣味心理要素在儿童食品包装设计中的应用[D]. 苏州：苏州大学，2012：3-6.
[5] 朱玲玉. 儿童食品包装设计的人性化特征[J]. 现代装饰：理论，2011(5)：45-46.
[6] 鲁玉芹，鲁坤. 浅谈儿童食品包装设计的发展趋势[J]. 商场现代化，2007(21)：144-144.
[7] 曾玉英. 食品物流存在的食品安全问题与对策[J]. 食品与机械，2015，31(3)：278-280.
[8] 刘晓晗，张小平. 基于用户体验的儿童食品包装的情感化设计研究[J]. 艺术科技，2016(2)：252-252.
[9] 张奕琦. 基于结构的儿童食品包装安全设计研究[D]. 株洲：湖南工业大学，2013：2-7.
[10] 李茜. 论儿童食品包装的趣味性[D]. 成都：四川大学，2005：3-9.