

基于全生命周期理念的鸡尾酒包装 扁平化设计流程

Flat design process of cocktail packaging
based on the whole life cycle concept

刘宗明 李春萍 陈伟

LIU Zong-ming LI Chun-ping CHEN Wei

(湖南工业大学包装设计艺术学院, 湖南 株洲 412007)

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

摘要:结合扁平化概念和全生命周期理念,提出了鸡尾酒包装的全生命周期,通过典型设计案例分析,对扁平化鸡尾酒包装的全生命周期进行了阐释,并构建了完整的鸡尾酒包装扁平化设计流程;并以自创鸡尾酒品牌设计为例,对该扁平化设计流程进行实验验证。结果表明,该扁平化设计流程有助于设计师对包装全生命周期的扁平化进行判断和设计。

关键词:包装设计;全生命周期;鸡尾酒;扁平化;社会责任;情感化

Abstract: Combined with the concept of flat and the concept of full life cycle, the whole life cycle of cocktail packaging was proposed. Through the analysis of typical design cases, the whole life cycle of flat cocktail packaging was explained, and a complete design process of flat cocktail packaging was constructed. Taking the design of self-created cocktail brand as an example, the flat design process was verified experimentally. The results show that the flat design process is helpful for designers to judge and design flat packaging in the whole life cycle.

Keywords: packaging design; the whole life cycle; the cocktail; flattening; social responsibility; emotion

据中国酒业协会数据^[1]显示,2020 年国内鸡尾酒销售金额或超百亿元。但消费者对鸡尾酒包装的喜好也逐渐从追求形式繁复多样、颜色绚丽多彩等向简化形式,突出功能等转变。因此,“简单而不简约”的扁平化设计风格成了鸡尾酒包装的一种新形式^[2]。中国现有包装扁平化设

计研究^[3-5]中,仅从创意设计阶段进行扁平化设计,解决方式相对单一、不够系统全面,鲜有涉及包装的全生命周期。

全生命周期理念是一个系统、并行、集成、可持续发展的概念,是从原材料到回收处理整个过程的思维^[6]。如著名设计师潘虎及其团队设计的雪花啤酒——雪花·匠心(2018 年 Pentawards 饮品类金奖),从全生命周期的角度对产品的扁平化进行设计,既受消费者欢迎,又满足社会环境效应。课题组拟对鸡尾酒包装的全生命周期进行扁平化分析,总结每一阶段需要遵循的基本原则和操作要点,提供一个可操作性的设计流程,使鸡尾酒包装在整个生命轴线上体现“包装—人—环境”三者以及各自内部的平衡与和谐,旨在为鸡尾酒包装的可持续发展提供可行性方案。

1 鸡尾酒包装的全生命周期

鸡尾酒与年轻人的日常生活息息相关,其包装扁平化特性也备受关注,但大部分关注的焦点集中在鸡尾酒作为商品,在购买使用过程中的体验属性,如鸡尾酒包装是否清晰美观,是否能快速把握产品属性和包装信息,是否便携等。可见,消费者对扁平化鸡尾酒包装的认识较为片面。对于设计师而言,扁平化鸡尾酒包装除了满足用户体验外,还应力求在整个包装全生命周期内表现足够的生态亲和力以及社会责任感^[7]。

传统包装的开发一般是由原料到废料的直线发展过程。整个过程中会产生大量的生态成本,如材料消耗、能源浪费、废物产生等。而鸡尾酒包装的全生命周期是对生态资源的合理利用,对消费者需求的深度挖掘,对包装问题的系统解决与创新,涵盖了包装从原材料、设计、生产、运输、消费、使用体验和回收等过程的用户需求、环境特性与资源属性^[8-10](图 1)。

基金项目:湖南省教育厅科学研究重点项目(编号:18A264);湖南省哲学社会科学基金项目(编号:17YBA135)

作者简介:刘宗明(1978—),男,湖南工业大学教授,博士。

E-mail: 109835841@qq.com

收稿日期:2021-01-08

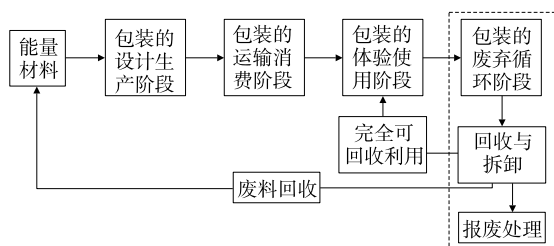


图 1 鸡尾酒包装的全生命周期

Figure 1 The full life cycle of cocktail packaging

2 扁平化鸡尾酒包装的全生命周期分析

2.1 设计生产阶段的扁平化:简洁、减量、标准

设计生产阶段的扁平化是指包装在初步设计中,对装潢、造型和生产加工环节进行扁平化设计。主要注重用户需求,根据马斯洛需求层次理论,从生理需求、安全需求、情感需求、体验需求和自我实现 5 个方面展开扁平化设计,需要解决包装如何使鸡尾酒属性快速判断、安全信息有效获取、情感准确契合、使用体验的人性化、绿色环保等问题(图 2)。因此,外观设计层面需要做到设计元素简洁、色彩明亮、版式布局清晰、安全信息明确;造型设计层面需要做到材料环保、减量,结构合适,对鸡尾酒进行组合包装,使包装化零为整,遵循组合包装间距的国家标准。图 3 是 UND UNION 设计公司设计的精酿啤酒系列包装(2020 年 iF 金质奖),该系列包装是“少即多”的典范,采用大胆的单色设计、简单的字体排印、雾面外观和压花设计,简洁而又丰富。图 4 是深圳市裕同包装科技有限公司设计的一款白酒包装(2019 年 iF 设计奖)。该包装的平面和外包装结构极大地突出了扁平化的特点。

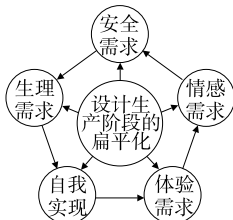


图 2 设计生产阶段的扁平化模式

Figure 2 Flat mode in the design and production stage



图 3 精酿啤酒包装

Figure 3 Craft beer packaging



图 4 “京酒”白酒包装

Figure 4 “Jingjiu” liquor packaging

平面将原本复杂而又色彩丰富的脸谱以简单的黑色、红色描绘,留白部分居多,一定程度上降低了印刷成本,也大大提升了品牌的视觉冲击力,容易引起消费者的情感共鸣;结构上采用组合包装不仅降低纸张的用量,还能促进销售。

2.2 运输消费阶段的扁平化:简化、快速、多功能

运输消费阶段的扁平化注重功能上的扁平化,简化和重组功能,去除多余的装饰和复杂的形式以及向消费者提供最直接的信息^[11]。结合人因学,实现人在运输过程和消费过程中的高效性、舒适度和幸福感^[12](图 5)。从以下三方面展开设计:① 物理层面。运用保护性能良好,又具备展示效果的材质,使包装的运输与消费功能相结合,在运输、展示到销售期间极大提高商品流通效率,有效减少包装材料的使用并降低成本。② 结构层面。应当注意外形的简化,这样能提高工作人员装箱、消费者拿取的舒适度;图 6 为惠州柏星龙包装有限公司的一款“和天佑德”青稞白酒包装(2019 年 iF 设计奖),其采用缓冲性能好的瓦楞纸材料进行运输包装,利用瓦楞纸易折性和易裁切性,达到包装的高颜值和从运输、展销到销售功能整合的目标。③ 情景层面。消费者在与展架上的鸡尾酒进行“沟通”时,更希望快速识别、获取信息,避免在选购中花费大量的时间寻找,提高消费者的幸福感。而消费者对颜色的反应要比复杂图形更快,在进行扁平化配色时,应尽可能使用丰富且高度饱和的颜色来吸引消费者的注意力;或通过仿生设计,凸显商品属性,传递最直观的信息^[13]。图 7 是“农夫望天”辣椒酱(2020 Pentawards 铂金奖),将辣椒的形状结合到容器上,直观地体现在瓶盖上,与同类产品区分开来,方便口味的选择,减轻消费者的认知障碍,大大缩短识别时间,实现了消费者在选购时的扁平化。

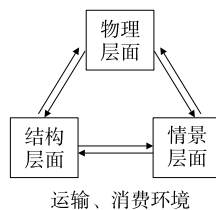


图 5 运输消费阶段的扁平化模式

Figure 5 Flat mode of transportation consumption stage



图 12 “PERFECCIONISTA”葡萄酒包装

Figure 12 “PERFECCIONISTA” wine packaging



图 13 陶瓷包装

Figure 13 Ceramic packaging

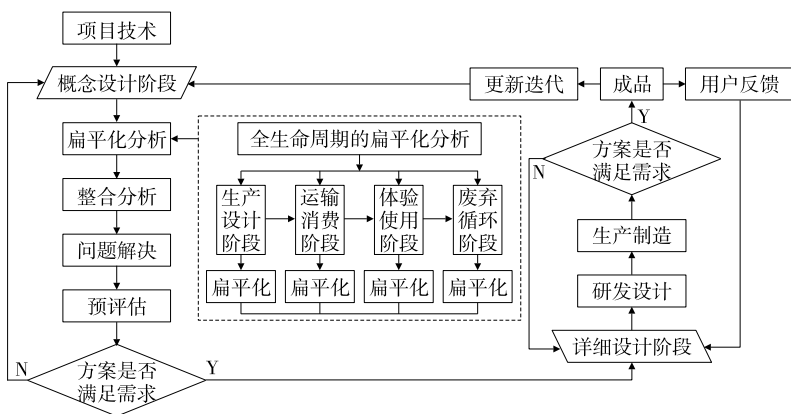


图 14 扁平化鸡尾酒包装的设计流程

Figure 14 The design process of flat cocktail packaging

4 扁平化设计实例

根据扁平化包装的全生命周期,以自创品牌“CLOYE”鸡尾酒包装设计为例,探讨扁平化的设计和应用。项目描述阶段,将用户定位为年轻群体,分析年轻群体的生理、心理和行为后,总结出年轻群体追求时尚、个性、自由的特点,设计出“CLOYE”标志,源于“Casual living doing as you like”,意味随心所欲的生活着。根据年轻群体的消费特点,再对“CLOYE”鸡尾酒包装进行全生命周期的扁平化分析,将提取出的扁平化设计方式进行整合,解决限制条件,最终得到“CLOYE”鸡尾酒包装扁平化设计的创新解决方案。

4.1 设计生产阶段的扁平化创新设计

鸡尾酒包装设计要求设计师根据马斯洛需求层次理论,能初步对装潢、造型、工艺等问题进行解决。此款鸡

尾酒包装瓶贴只采用黑白两种对比强烈的颜色,品牌标志放大到极致,轻装饰、重传达,大大减少了识别时间(图 15);外包装采用组合包装结构,促进消费(图 16)。

3 鸡尾酒包装的扁平化设计流程

鸡尾酒包装扁平化设计流程(图 14)主要包括项目描述、概念设计阶段、详细设计阶段、方案生成、方案评估和用户反馈等。首先,需要对整个项目进行了解,通过概念设计阶段的扁平化分析、问题解决,选出较为合理的设计方案,进行方案评估,帮助设计师判断方案是否可行,若可行,则同意生产;若不可行,返回扁平化分析模块重新分析。其次,进行详细设计评价,详细设计评价主要包括研发设计、生产制造、完善,最终生成方案。最后,用户的意见反馈也要进行重新分析,促进鸡尾酒包装设计的进一步完善和迭代^[17]。

尾酒包装瓶贴只采用黑白两种对比强烈的颜色,品牌标志放大到极致,轻装饰、重传达,大大减少了识别时间(图 15);外包装采用组合包装结构,促进消费(图 16)。

4.2 运输消费阶段的扁平化创新设计

鸡尾酒包装设计要求设计师从人因学的角度出发,将运输包装与销售包装的功能相结合,并缩短消费者在



图 15 瓶贴展示(作者自创)

Figure 15 Bottle sticker display (author's creation)



图 16 三视图(作者自创)

Figure 16 Three views (author's creation)

购买过程中对商品信息的捕捉。此款鸡尾酒的外包装材料运用了缓冲性能良好的瓦楞纸,经过试验,选择UV型的B型单楞双面瓦楞纸,降低鸡尾酒在运输过程中的破损概率;镂空的设计以及通过二维码获取信息,有利于信息的传递,减少外包装的信息印刷,使品牌更具有记忆性(图17)。

4.3 使用体验阶段的扁平化创新设计

鸡尾酒包装需要设计师注重情感化设计,设计符合更加易用、容易引起共鸣、可持续发展的包装。此款鸡尾酒包装结构设计提手,具有便携的特性,提高了用户提携过程的舒适度,并且外包装具有储物的功能(图17)。

4.4 废弃循环阶段的扁平化创新设计

鸡尾酒包装最终都会面临废弃的问题,设计师应该遵循绿色包装的原则,尽可能选择环保材料,以及对材料进行合理利用,促进回收。此款鸡尾酒外包装采用的是环保的瓦楞纸材料,由多片纸板穿插成型,有利于减少裁切边料、结构无需任何黏合剂便可成型,便于回收再处理(图18和图19)。



图 17 整体效果图(作者自创)

Figure 17 Overall rendering (author's creation)

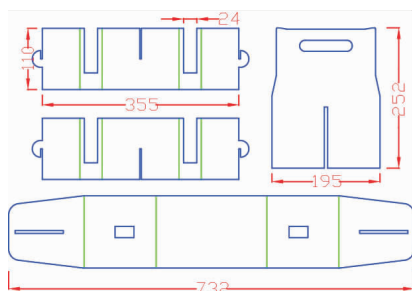


图 18 平面展开图(作者自创)

Figure 18 Plane unfolded view (author's creation)



图 19 结构成型步骤(作者自创)

Figure 19 Structural forming steps (author's creation)

4.5 包装整合创新

对CLOYE鸡尾酒包装从全生命周期出发,进行扁平化设计的考量和设计,多次迭代进一步完善CLOYE鸡尾酒包装,设计出更具有竞争力的鸡尾酒包装。

5 结论

运用全生命周期理论,对鸡尾酒包装扁平化设计进行探讨,将鸡尾酒包装扁平化设计的全生命周期进行阶段划分,理清各阶段特点、关联性,构建了扁平化鸡尾酒包装设计流程,创造性地构思出可行的解决方案。以自创鸡尾酒品牌包装设计为例,验证了以扁平化方法为指导的鸡尾酒包装设计,能够对包装、人、环境三者带来更大的优势。在经历不断完善和发展后,研究成果能为其他类型包装创新设计实践提供借鉴与参考。

参考文献

- [1] 杨孟涵. 预调鸡尾酒标准出台,为白酒预留空间[N]. 华夏商报, 2018-07-17(C24).
- [2] 陶卫丽. 从 Pentawards 奖看扁平化视觉元素在包装设计中的应用[J]. 食品与机械, 2018, 34(4): 132-135.
- [3] 刘宗明, 赵月浩, 刘文金. 基于用户需求的食品包装扁平化设计[J]. 食品与机械, 2017, 33(3): 99-102.
- [4] 杨梅, 李航. 格式塔心理学知觉原理在扁平化设计中的应用[J]. 包装工程, 2019, 40(8): 72-75.
- [5] 黄薇, 杨琴, 乔歆新. 扁平化设计的可用性问题研究[J]. 包装工程, 2018, 39(2): 137-142.
- [6] 袁莉, 杨随先, 韩志甲. 基于全生命周期设计思想的工业设计方法[J]. 包装工程, 2005(3): 184-186, 191.
- [7] 刘昕. 新时期品牌形象推广面临的问题及对策[J]. 湖南包装, 2021, 36(1): 100-102.
- [8] 张立祥, 汪利萍, 闫磊磊. 基于包装全生命周期的绿色制造技术体系[J]. 食品与机械, 2019, 35(7): 147-151.
- [9] 刘宗明, 赵月浩. 基于产品全生命周期理念的食品包装低碳设计[J]. 食品与机械, 2018, 34(4): 128-131.
- [10] 赵璐. 基于供应链周期战略管理的绿色食品包装体系构建[J]. 食品与机械, 2020, 36(12): 115-118, 126.
- [11] 刘宗明. 家具扁平化设计理论及应用研究[D]. 长沙: 中南林业科技大学, 2018: 13-16.
- [12] 于瑞峰. 基于人因学的工作地设施布局的优化设计研究[D]. 北京: 清华大学, 2004: 30.

(下转第 234 页)

对烹调及饮食的详细叙述也充分说明了中国古代文学中对食物角色的定位,赋予了美食拟人化的性情。该书在饮食文化中是一本不可多得的佳作。中国古代文学中的饮食文化存在道德理想的特殊含义,酒是了解美食文学、中国道德之间关系的切入点,在《从保守到浪漫:先秦至晋散文中的酒》一文中,作者以宏观角度出发,深入探析酒这一意象的演变。作者描述了先秦到魏晋时期散文写作中对酒的探知,让读者能够认识到酒在饮食文化中的独特位置。在先秦散文中,提到酒的散文大多是与社交宴饮、贵族祭祀礼仪等相联系,同时也对过度饮酒有明确的道德评判。而在汉代,饮酒是文人阶层的创建活动,酒在诗歌中常会扮演重要角色,被视为精神自由的同义词。《3 世纪文学中的“醉”德》阐述了魏晋时期饮食文化的文本再现,并以微观角度探究儒家道德对酒的不同处理。道家与儒家对于酒的理解有一定的立场冲突,而 3 世纪文学家在写作中希望能够解决其中的冲突。比如刘伶、阮籍、曹操等代表人物都以不同程度理解、解决对酒的极端阐释。细致考察他们的作品,作者剖析了文学家酒醉时所作作品的哲学、社会、政治效应。

《臧否饕餮:中国古代文学中的饮食书写》一书内涵深厚,论述系统,富有启发性,内容丰富,通俗易懂,对于推动中国古代饮食文化发展与研究具有重要意义。其中,第 4 节是《以酒作诗:陶潜、李白和苏轼的饮酒》,作者认为,酒具有能够应对政治创伤的作用,并可以作为医治心灵创伤的麻醉药。在汉代末期,由于政治清洗,导致文人缺乏对生命前景的展望,而酒则成为了他们应对不稳定性的自我麻醉手段。在魏晋时期,文人也通常存在命运无常、生命短暂的焦虑感,酒也成为麻痹知觉与精神的一种方式。酒的力量能够达到道家立场的境界,并成为道家生命价值体系的载体。陶潜认为酒是自我与自然的载体,通过酒能够实现自我依靠、自我发现的功能,并可以体现田园生活的质朴精神。李白认为,通过酒的作用可以摆脱心灵桎梏与文化束缚,从而实现心灵自由的目的。同时打破了无限世界与心灵的界限,获得宇宙秩序

与自我的统一感。酒可以让人找到心灵归属,超越现实的桎梏。《以酒作诗:陶潜、李白和苏轼的饮酒》一文阐述了苏轼、李白、陶潜在诗作中对酒的描写,酒是中国文学传统中古老的诗歌主题,相关的诗歌在陶潜诗中达到了顶峰高峰,并探究了文人与酒各方面的关联。李白的诗歌具有卓越超凡的品质,诗歌着重于描写普通群众的饮酒,并将酒作为社会批判手段。酒的象征用法大多会有局限,主要用于表现失落、悲伤等负面情绪。

《臧否饕餮:中国古代文学中的饮食书写》一书第 5 节《社会史与文学史的互动:唐宋诗歌中的茶》中,作者提出,在宋代,饮茶成为师生交往与世俗生活情趣的载体,同时,也成为人们的嗜好与消遣。作者对各个时代中国文学中食物饮食文化进行了全面的考察,书中的论述也体现了社会、文化及个人层面的意义。作者通过不同背景与不同时代的作品探究饮食主题,并展现了一些主题所具有的深厚意蕴。《社会史与文学史的互动:唐宋诗歌中的茶》一文着重观察了中国饮食文学所占据的社会与历史地位,作者非常关注茶在中国诗歌中的重要性,并希望通过茶文化更加深刻地认知唐宋转型期中的政治、文化、经济演变,了解唐宋诗人对茶道不同处理方式,以文字表达社会对茶的品鉴与休闲态度的转变,体现了唐宋诗人喜欢将饮食作为诗歌主题的习惯,并让人们充分重视到饮食主题与社会环境之间的微妙联系。《红楼梦中的饮食》充分剖析了红楼梦中饮食的重要性,作者剖析了曹雪芹《红楼梦》中的饮食文学,作者所运用的修辞手法划定了纯洁与污浊的边界,探讨了怎样表现食物与伦理之间价值的紧密联系。

综上,《臧否饕餮:中国古代文学中的饮食书写》一书所阐述的中国文学饮食主题贯穿于文本微观层面与历史宏观层面,再现文本内容,阐述了实物呈现的文本类型、作者的关怀和用意以及采用饮食、文学主题的语境,这一课题具有趣味性,值得深入研究,能够加强人们对中国传统文化中饮食文学与社会意义的认知。

(作者:马陟,男,南阳医学高等专科学校讲师)

(上接第 133 页)

- [13] 穆虹. 创意手绘在包装设计中的情感化表现与实践[J]. 湖南包装, 2021, 36(1): 37-39.
- [14] 武建林. 情感化设计在食品包装中的运用[J]. 包装工程, 2020, 41(2): 284-286, 290.
- [15] 向迪雅, 吴志军. 基于情感化理念的食品包装设计研究[J].

湖南包装, 2020, 35(3): 85-88.

- [16] 杨希楠. 包装造型设计中的情感设计表达研究[J]. 湖南包装, 2018, 33(3): 70-72.
- [17] 王瑞昌, 陈志华, 明新国. 船舶动力系统全生命周期绿色设计的评价方法[J]. 上海交通大学学报, 2020, 54(3): 256-264.

(上接第 159 页)

- [19] 张保才, 许斌, 李勇, 等. 镍基催化剂上乙醇水蒸气重整反应的研究[J]. 燃料化学学报, 2006, 34(4): 456-460.
- [20] 隗义琛, 蔡伟杰, 谭凤芝, 等. Ce 改性 Ni/KIT-6 催化剂上乙醇干气重整反应[J]. 化学工业与工程, 2020, 37(6):

10-17.

- [21] 魏文柯, 隗义琛, 赵子娇, 等. Ni/KIT-6 催化剂上乙醇自热干气重整反应研究[J]. 广州化工, 2018, 46(5): 85-87.
- [22] 曹东. 铜基催化剂上乙醇干气重整制合成气反应研究[D]. 大连: 大连工业大学, 2018: 5-45.