

礼品过度包装问题的可互动设计研究

卢佳*, 李锋

浙江理工大学艺术与设计学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2023年8月15日; 录用日期: 2023年9月9日; 发布日期: 2023年9月19日

摘要

过度包装在现代社会中已成为一个普遍存在的问题, 不仅影响资源的合理利用, 也对环境造成了不小的负担, 而礼品包装则是过度包装的“重灾区”。为了解决这一问题, 本研究旨在探讨可互动设计在解决礼品过度包装问题中的作用与实践。可互动设计作为一种新兴的设计趋势, 强调通过与消费者之间的互动, 传递信息、增加趣味性、提升体验和价值感。本文通过系统性的实例分析, 揭示了可互动设计在减少过度包装的同时提升礼品价值感方面的潜力和优势。

关键词

礼品包装, 过度包装, 可互动设计, 价值感提升, 环境可持续性

Research on Interactive Design for the Issue of Excessive Gift Packaging

Jia Lu*, Feng Li

School of Art and Design, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Aug. 15th, 2023; accepted: Sep. 9th, 2023; published: Sep. 19th, 2023

Abstract

Excessive packaging has become a prevalent issue in modern society, affecting not only the rational utilization of resources but also burdening the environment, with a particularly severe impact on gift packaging. To address this concern, this study aims to explore the role and practice of interactive design in resolving the issue of excessive gift packaging. Interactive design, as an emerging design trend, emphasizes the interaction between designers and consumers, enabling the transmission of information, enhancing amusement, elevating experiences, and fostering a sense of value. Through systematic case analyses, this paper reveals the potential and advantages of interactive

*第一作者。

文章引用: 卢佳, 李锋. 礼品过度包装问题的可互动设计研究[J]. 设计, 2023, 8(3): 1796-1802.

DOI: 10.12677/design.2023.83216

design in simultaneously reducing excessive packaging and augmenting the perceived value of gifts.

Keywords

Gift Packaging, Excessive Packaging, Interactive Design, Enhanced Sense of Value, Environmental Sustainability

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

过度包装问题在现代消费社会中引起了广泛的关注。传统上,过度包装常常被认为是一种通过外部奢华来提升产品或礼品价值感的策略。然而,这种策略往往忽视了实际价值,而且在环境可持续性方面产生了负面影响。为了解决这一问题,设计领域开始探索新的方法,以在不过度包装的前提下,传递更深层次的情感价值和个性化体验。

在这种背景下,可互动设计应运而生。作为一种创新的设计理念,可互动设计通过创造与消费者之间的互动体验,强调与产品、礼品之间的情感纽带,从而创造更有意义的价值[1]。特别是在礼品领域,可互动设计为解决过度包装问题提供了新的思路。通过引入游戏化元素、个性化定制、创意开箱方式以及艺术性包装,可互动设计既能够增强礼品的仪式感,又能够减少不必要的资源浪费。

本文将深入探讨可互动设计在礼品过度包装问题中的应用与作用,以期为解决过度包装问题提供一种可行的设计方法。通过这一研究,我们可以更好地理解在当今可持续发展背景下,如何通过创新的设计思维,实现礼品的价值升华和环境友好共存。

2. 可互动设计在解决礼品过度包装问题中的理论基础

2.1. 礼品过度包装的环境和社会问题

礼品过度包装问题不仅仅涉及资源的浪费,还对环境造成了一定的负面影响。过多的包装材料导致废弃物的增加,加剧了垃圾处理的难题。同时,过度包装也加大能源和原材料的消耗,进一步损害环境的可持续性。此外,过度包装也反映了消费主义文化倾向,与现代社会对于资源保护和可持续发展的要求背道而驰。归根到底,是过度包装在追求礼品价值感和仪式感的同时,带来不必要的资源浪费与环境压力。设计领域应关注如何在避免过度包装的前提下提升礼品的价值感。设计者应在保持环保意识的基础上,通过创意设计传达礼品的情感内涵,使礼品本身成为令人难忘的体验,进而消减过度包装的现象。

2.2. 可互动设计的概念、原理和作用

可互动设计强调与用户之间的互动体验,从而创造出更有趣、更个性化的产品和环境。其基本原理在于引导用户参与,通过设计元素的交互性来设计包装与礼品本身的互动,实现信息的传递、情感的共鸣以及体验的提升。在此过程中,可互动设计融会了心理学、感知认知等学科的理论,以及用户行为的深入洞察,以营造出更深入、更有意义的用户体验。在解决礼品过度包装问题方面,可互动设计能够将礼品与受赠者之间建立更深层次连接,弥补传统包装所缺乏的情感价值。

2.3. 可互动包装设计的优势与意义

可互动包装设计以其引人入胜的趣味性和及时反馈机制, 成功为礼品注入了更为深远的情感内涵与用户体验。通过创造性的设计, 可互动包装不仅能够吸引消费者的注意, 还能够引导消费者与礼品进行更深入的互动。这种互动性使得礼品本身的价值感得以提升, 同时也为消费者提供了参与满足感。其特质在于增强了受赠者的投入感和享乐体验, 从而显著提升了礼品本身的吸引力。可互动包装的独特性质也为受赠者构建了一种独特而与众不同的礼品亲历体验, 激发了用户的积极参与, 进而促进了受赠者与赠礼人的互动。

可互动设计在解决过度包装问题方面具有积极的环境保护意义。传统的过度包装常常导致资源浪费、环境污染以及能源消耗的增加, 而可互动设计的引入可以在多个方面对环境保护产生积极影响。首先, 可互动设计能够减少包装材料的使用量。通过精心设计的交互机制, 礼品包装可以更紧凑地容纳礼品本身, 从而减少不必要的包装材料, 降低资源的消耗。其次, 可互动设计的创新性可以带来可持续的包装解决方案。例如, 设计师可以探索使用可重复利用、可降解材料, 以及更环保的生产工艺, 从而减少对环境的影响。此外, 可互动设计还可以强调礼品的内在价值, 而非仅仅依赖外在的包装。这种设计思路有助于人们更加重视礼品本身的意义和实用性, 减少对外部包装的过分依赖, 从而减少浪费[2]。通过增加用户对礼品的参与感和情感共鸣, 可互动设计能够提高礼品的使用寿命。当用户感到与礼品有更深层的情感联系时, 他们可能更倾向于保留、重复使用礼品, 而不是将其随意丢弃, 从而减少环境的负担。

3. 可互动设计在解决礼品过度包装问题中的应用

3.1. 游戏化包装设计: 增加趣味性和参与感, 获得礼品新鲜感

游戏化的包装设计在一定程度上可以增加礼品的参与感与互动性[3]。这种设计方法借鉴了游戏的概念, 通过创造性的互动体验, 激发了受赠者的好奇心和兴趣。当受赠者打开礼品时, 他们不仅仅是在简单地接受一份物品, 更像是参与到一个有趣的游戏中。这种情感体验可以让受赠者更加珍惜礼品, 并且在情感上将礼品与愉快的体验联系在一起。



Figure 1. “Pull it hand pulled noodles” packaging

图 1. “拉一拉手工拉面”拉面包装^①

如图 1, “拉一拉手工拉面”面条包装的设计灵感源自于拉面大师将面团拉伸成多股面条的方式。

其形态借鉴了手风琴这种乐器, 将面条的压缩和拉伸过程与手风琴的伸缩机制相媲美, 激发消费者对于手工制作面条过程的想象。弹簧式机制的设计同时巧妙地反映了手工面条的耐嚼质地, 使人联想到面条的弹性与口感。打开包装袋的瞬间, 使用者化身拉面大师, 亲身体验抻面乐趣。这种设计巧妙地将消费者融入了手工面条制作的全过程, 不仅让人们感受到了制作食物的乐趣, 还在味觉上带来了愉悦的享受。游戏化的包装设计创造一种参与感。当受赠者参与到互动过程中, 他们会感到自己与礼品之间产生了一种特殊的连接。这种参与感可以让受赠者更加投入, 从而加深对礼品的认同感和情感联结。最重要的是, 这种设计方法通过创造性的体验, 为礼品赋予了更多的情感价值。受赠者在拆礼物的瞬间不仅感受到了惊喜, 还能够体验到乐趣和愉悦。这种愉悦的体验可以影响受赠者对于礼品的整体印象, 使礼品在他们心中变得更加特别。

3.2. 创意开箱方式: 打破传统包装模式, 增加拆礼物的仪式感

创意开箱方式的确能够通过设计创造更深层次的情感共鸣, 从而在受赠者心中留下更加难忘的印象。这种设计方法可以引发心理学上的惊喜情感, 使拆礼物的瞬间变得更具意义, 同时将礼品和情感联系在一起[4], 进一步增强了礼品的价值感。如果过度包装强调的是层次感, 而创意开箱方式强调的是情感共鸣和个性化体验。在实际设计中, 可以创造出更加丰富多样的礼品体验, 让受赠者在拆礼物的过程中不仅感受到仪式感, 还可以在情感上与礼品产生更深层次的连接。



Figure 2. “SnapDragon” goldfish herb essence packaging

图 2. SnapDragon 金鱼草面部精华包装[®]

“SnapDragon”在英文中译为“金鱼草”, 其花瓣可在外力作用下实现有序的张合运动。作为金鱼草面部精华礼品的包装盒, 如图 2, 其开启和关闭与金鱼草本身高度相似。这款独特的包装设计不仅易于开启和关闭, 亦能满足日常收纳需求。实质上, 这一概念精妙地将包装设计与野生生物的固有行为融合。在互动前, 使用者眼中的仅为普通的牛皮纸盒, 而互动后方能发现其与礼品本体的交相呼应, 花朵机制的阐释通过巧妙构思, 充分发挥了材料内在的柔韧性。使得包装的设计让受赠者在打开礼品盒时感受到了一种意外和新奇, 这种情感反应会使礼品更加令人难忘。通过设计与野生生物的行为相类似的可互动机制, 将礼品的开启和关闭变成一种仪式, 创造了一种与普通包装不同的体验。这种体验不仅让人们在打开礼品时感受到惊喜, 还在情感上将礼品与这种特殊的互动联系在一起。触发性的惊喜情绪可以

在一定程度上增加礼品的价值感, 正如此包装设计可以引发受赠者的情感共鸣和礼品本身的互动体验, 使礼品成为更具有个性和情感连接的物品。这种情绪的触发可能会让人们更加珍惜礼品, 将其视为独特和特别的, 进而提升了礼品的实际价值。

3.3. 个性化定制: 满足消费者的个性需求, 增加礼品独特感

个性化定制的包装设计能够增加受赠者的“被尊重感”。这种设计方法让受赠者感受到礼品的独特性和专属性, 通过将包装与受赠者的个性、情感和特定场合相结合, 个性化定制的包装设计创造了一种赠礼者和受赠者的深度的情感连接, 让受赠者在收到礼物时感受到相比其他礼品更为深刻的被关怀感和重视感[5]。这种独特性和专属性能够有效地增加礼品的感知价值, 让礼品在受赠者心中变得更加特别和有意义。



Figure 3. A gift bag packaging designed by Prompt Design in Thailand

图 3. 泰国 Prompt Design 设计的一款礼品袋包装®

例如泰国手提购物袋旨在通过设计实现情感传递, 如图 3, 其创新之处在于采用双层不同色调的纸张。设计师在外层纸张上布置了半开式的小方块, 消费者只需将小方块的一角翻转, 即可通过两层纸张的颜色差异展现不同的字母或形态(如笑脸、心形、哭泣等)。因此, 这款独特的礼品袋在互动中通过个性化定制成为一种能够表达情感的媒介。例如, 在情人节, 一个男士希望为爱人购买巧克力, 他只需翻转小方块, 呈现一个大心脏的形状, 或是将女友的姓名首字母翻折在包装上, 将爱意传递给女友。这样的设计能够给接收者留下深刻且独特的印象, 引发强烈的情感共鸣。这一情感触发机制可以提升礼品袋中内容物的实际价值, 使其成为一个能够塑造情感连接的有力工具。

3.4. 艺术性包装: 让包装本身成为礼品的一部分, 增加礼品品质价值感

艺术性包装设计通过将包装本身设计得美观、独特和有创意, 使其成为礼品的一部分, 而不仅仅是简单的外部包装。这种设计方法可以激发受赠者的审美情感[6], 创造一种与普通包装不同的视觉体验。这种体

验让受赠者在拆开礼物的瞬间不仅感受到礼品本身的价值, 还会因为包装的美感而感受到更高层次的愉悦。



Figure 4. Carp sushi packaging——so fresh, even the fish scales remain

图 4. 鲫鱼寿司包装——新鲜得连鱼鳞都还在^④

日本设计师南政宏为滋贺县传统点心鲫鱼寿司进行的包装设计, 如图 4。提手处处理成鱼尾的模样, 中间部分既像渔网, 又像鱼鳞, 网格中可见装在其中的鲫鱼寿司。将包装设计得像鱼尾和渔网, 与礼品本身的鲫鱼寿司产生了视觉关联。这种设计不仅让受赠者感受到礼品的独特性, 还让他们在视觉上产生了对礼品的愉悦联想。这种情感触发机制可以在受赠者心中提升礼品的情感价值, 使其更加难以忘怀。这种创意的包装设计能够显著提升这个寿司——也就是礼物本体的价值感。

4. 礼品可互动设计的未来发展

4.1. 可互动设计的潜在机遇和挑战

随着科技的不断进步和人们对于独特体验的追求, 可互动设计在礼品领域迎来了广阔的机遇。通过游戏化的互动体验、个性化的定制选项以及艺术性的包装设计, 礼品可以更深入地融入受赠者的生活, 创造更多情感共鸣。这种互动不仅可以增加礼品的感知价值, 还能够拓展品牌与受赠者之间的情感纽带, 为企业带来更大的品牌忠诚度和口碑影响。

然而, 可互动设计也可能面临一些挑战。技术的应用和维护成本、设计的创新性、消费者的技术素养等都需要考虑。此外, 如何保持互动体验的新鲜感和吸引力也是一个挑战。设计师和企业需要不断地探索新的互动方式, 以确保受赠者在长期使用中仍能够保持兴趣。

4.2. 礼品行业的可持续发展路径

礼品行业正逐渐向着可持续发展的方向迈进, 而可互动设计为此提供了新的契机。通过减少过度包装、优化材料选择、提倡可循环设计等, 可互动设计可以在减少资源浪费和环境污染方面发挥积极作用[7]。设计师可以探索使用可持续材料, 设计易于拆卸和回收的包装, 从而将礼品的可互动性与环保理念有机融合。

此外, 可互动设计还能够推动礼品行业的创新和竞争力。随着市场对于独特体验和个性化需求的不断增加, 具有创意和可互动性的礼品设计将成为企业脱颖而出的关键。通过不断追求创新, 礼品行业可以不断挖掘新的市场机会, 同时满足消费者对于个性化、情感共鸣和环保的期待。

5. 结论

可互动礼品包装设计通过趣味性和即时反馈的特点, 能够引发受赠者的积极情感和行为, 进而为礼

品赋予更高的价值感。即时反馈可以激发人们的成就感和满足感,从而增加他们继续参与和投入的动力。在可互动的包装设计中,这种即时反馈可以来自于与包装的互动过程。从而产生的这种成就感不仅让礼品的拆解变得有趣,在心理上产生满足感,让受赠者对礼品有更积极的认同。可互动设计是一种创新且有效的方式,可以解决礼品过度包装问题。可互动包装设计不仅能够提升礼品的价值感和吸引力,同时也有助于减少资源浪费和环境负担。在未来,我们应鼓励礼品包装行业更多地应用可互动设计,促进可持续发展,满足消费者对个性化和意义的需求。

致 谢

我要衷心感谢我的导师,对于我的论文,他的悉心指导和宝贵建议无疑是我取得进展的关键。他不仅在学术方面给予了我深入的指导,还在论文的撰写和修改过程中提供了许多宝贵的意见和建议,使得我的论文更加严谨和完整。他的专业知识和耐心的解惑让我受益匪浅。

同时,我也要感谢期刊的工作人员们。他们辛勤的工作和认真的态度,为我的论文发表提供了坚实的支持。他们的努力确保了学术交流的顺利进行,让我有机会与更广泛的学术界分享我的研究成果。

最后,我要感谢所有在我学术道路上支持和鼓励过我的人。他们的帮助和支持是我不断进步的动力,我深感荣幸能够在这样的学术氛围中成长和学习。

注 释

- ①图 1 来源: 网页引用, <https://www.foodtalks.cn/news/19619>
- ②图 2 来源: 网页引用, <https://www.billerud.com/pida/gallery/germany/snapdragon>
- ③图 3 来源: 网页引用, <https://packagingoftheworld.com/2010/07/kokoa-hut.html>
- ④图 4 来源: 网页引用,

https://shop.ayukimura.co.jp/view/item/000000000083?category_page_id=funazushi

参考文献

- [1] 夏薇, 詹云, 钟周. 情感交互式理念下融入当地文化的衡阳鱼粉系列包装设计[J/OL]. 包装工程: 1-19. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/50.1094.TB.20230529.1436.007.html>, 2023-09-14.
- [2] 王玉明. 基于情感体验的交互式包装设计应用解析[J]. 食品与机械, 2022, 38(2): 118-122.
- [3] 郭彦彤, 王佳. 游戏化思维在包装设计中的可实施性研究[J]. 设计, 2019, 32(8): 112-114.
- [4] 范寅寅. 惊讶情绪在产品情感化设计中的应用研究[J]. 包装工程, 2022, 43(14): 302-310.
- [5] 燕向晖. 数字化个性定制包装应用浅析[J]. 数字印刷, 2016(5): 49-51.
- [6] 王蓓. 工艺美术设计在纸品包装设计中的应用[J]. 中国造纸, 2023, 42(4): 147.
- [7] 胡洁琼. 循环经济促进法减量化视角下礼品包装的治理问题研究[J]. 中国包装, 2022, 42(7): 17-21.