

趣味性在食品包装中的应用研究

俞恺怡

上海工程技术大学艺术设计学院, 上海

收稿日期: 2023年9月28日; 录用日期: 2023年12月5日; 发布日期: 2023年12月13日

摘要

现如今随着科学技术的不断发展, 人们在各方面的生活水平有了跨越式的提升, 这无一不提示着我们社会已进入多元化的时代。生活中, 人们在购买食品时, 除了看中食品本身, 外在的包装设计也逐渐成为购买原因之一, 人们往往会选择独特的, 新颖的包装来彰显自己的品味和个性。许多食品公司到现在依然能屹立不倒, 除了凭借自身的产品本身过硬, 还靠他们在产品包装上不断地与时俱进, 更新迭代。现下食品种类繁多, 消费者在购物时往往会眼花缭乱, 不知道该怎么选择, 这个时候, 企业和设计师就面临着一个难题, 如何在满足包装基本功能的同时, 设计出又不失大众审美, 独特且有趣的食品包装, 使之在众多同类产品中脱颖而出, 带动消费者的购买欲望。本文旨在探究趣味性在食品包装中的应用原则, 通过研究国内外具有代表性的食品包装, 分析趣味性在其中的表现手法和结果导向, 最终得出趣味性在食品包装中不仅促进了消费者的购买欲望, 还满足其对生活审美意趣的向往。

关键词

食品包装, 趣味性, 趣味性元素, 消费心理

Researches on the Application of Fun in Food Packaging

Kaiyi Yu

School of Art and Design, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Sep. 28th, 2023; accepted: Dec. 5th, 2023; published: Dec. 13th, 2023

Abstract

Nowadays, with the continuous development of science and technology, people's living standards in all aspects have improved by leaps and bounds, which all prompts that our society has entered an era of diversification. In daily life, when people buy food, in addition to the food itself, the ex-

ternal packaging design has gradually become one of the reasons for purchasing. People often choose unique and novel packaging to show their taste and personality. Many food companies still exist today, not only because of the quality of their products, but also because they continue to keep pace with the times and update and iterate on product packaging. Nowadays, there are many types of food, and consumers are often dazzled when shopping and don't know what to choose. At this time, companies and designers are faced with a difficult problem: how to meet the basic functions of packaging while designing unique and popular packaging. And interesting food packaging makes it stand out among many similar products and drive consumers to buy. This article aims to explore the application principles of fun in food packaging. By studying representative food packaging at home and abroad, analyzing the expression methods and result orientation of fun, and finally concludes that fun in food packaging can not only promote the purchase desire of consumers, but also satisfy their yearning for the aesthetic taste of life.

Keywords

Food Packaging, Fun, Fun Elements, Consumer Psychology

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

针对食品包装而言,人们已经不满足于简单的食品内里保护和便于携带等功能,美观时尚,能引起情感共鸣等要求逐渐占领了大众购买的标准范畴。越来越多的老式品牌不断进行革新,将自己的包装设计得更加符合人们的审美要求,以求增加产品销量。如何设计出别出心裁又适用于日常生活的包装成为现如今许多设计师关注的焦点。这一现象恰好给了趣味性在食品包装中得以发展的机会。趣味性对于人们的生活来说是必不可少的,尤其现在的社会竞争压力大,现代人们面对枯燥乏味的工作之余,总想寻找有趣的事物平衡心情,调节压力。趣味性食品包装凭借其独特性,幽默性,创意性,吸引了越来越多消费者的喜爱。它以人为中心构建设计模式,满足了消费者的情感诉求和审美体验,提升了购买欲望,从而达到了促进产品销售的目的。

2. 趣味性的概述

趣味是指能让人感受到开心,喜悦的心情,它通过一些艺术表现手法来吸引人们的目光,唤起共鸣,从而引发情感互动,使人产生惊喜或刺激的感觉,在观赏或者使用产品的同时获得难忘的体验。它可能是能够直接看到的元素,也可以是抽象的情感表现。趣味性是人与某事某物之间情绪的交流感受,它表现了人们对美好生活的向往和追求,是生活的原动力。趣味性即自由发挥,无拘无束,不被世俗的常态和死板的条条框框所束缚,它可以在颜色上大胆鲜明,也可以在造型上夸张奇特,它是创新的,不断更迭的,它是时尚和审美的结合,是人们想象力不断跳跃,冲破牢笼的表现。设计师应在原有基础上通过品牌特点,用新的创意构想和排版手法,使包装具有鲜明的特点和视觉冲击,表现消费趣味和文化趣味。趣味性的特点大多在于这三个方面,鲜明的个性特点、幽默的表达方式、绚烂的色彩搭配。趣味性设计不是平面的,它是全方位立体的,对于一个趣味性产品来说,它的每一个面都有自己的含义,这就需要设计者巧妙地运用各种图案元素,颜色搭配,将他们互相结合,以幽默有趣的手法来使包装丰盈,似乎看到这个包装,就看到了整个产品的设计理念[1]。

3. 趣味性在食品包装中的具体表现

趣味性可以贯穿整个包装设计,从外形到色彩,从里到外等等。人们针对不同的产品设计不同的包装,通过不同的包装设定,选择不同的趣味性设计手段[2]。可以是造型上的夸张有趣,也可以是颜色上的泼辣大胆,还可以是字体的选择设计。拥有趣味性元素的包装一定与它本身的产品有一定的关联和适宜度,人们往往会选择情感价值意味浓重的产品进行趣味设计。例如在设计食品包装时,常运用一定的卡通形象来表现趣味性的特点,无论是什么年龄段的消费人群,面对自己熟悉的卡通形象他们常常都会涌现出一种怀旧的情绪,儿童尤其,他们会把电视里的卡通形象带入生活,想在生活中也拥有真实的形象去触碰,从而产生一种互动。因此,卡通形象的设计可以是一种情感的延续,让孩子们在有趣又熟悉的环境中成长。

3.1. 互动性原则

趣味性在食品包装中可以体现在互动性方面。互动性在儿童类的食品包装设计中比较常见。设计师会通过改变一些产品的外观设计来达到与儿童进行交互的目的,儿童在拆开包装获取食物前会经过一系列的手动操作,按照指示才能打开。一些时候还会推出产品的小游戏,增加互动的丰富性。例如健达奇趣蛋,它在半个蛋壳的位置放置它的产品巧克力和饼干,在另外半个蛋壳里放玩具,孩子们需要打开蛋壳,拆开包装,看里面内附的玩具说明来进行游戏,而玩具每个时间段就会换一种,来保持新鲜感以刺激孩子们的购买欲望。

3.2. 满足消费者心理需求性原则

对于包装设计而言,越来越多的人已经不满足于包装的功能性诉求,开始偏向于既能够满足人们的生活需要,又极具个性,能够带给人内在审美享受的趣味性包装[3]。趣味性食品包装的魅力在于它可以让人进入灵活的趣味性体验中,符合当下追求的,情感价值满足的社会主义基调。消费者的消费心理具有多样性、时代性的特征。因为每位消费者自身经历,性格,年龄的不同,他们的需求心里也是不同的,因此,作为设计师,应该充分考虑到消费者的独特性,在满足包装基本功能的同时,设计出又不失大众审美又独特有趣的食品包装,使之在众多同类产品中脱颖而出,带动消费者的购买欲望。

4. 食品包装中的趣味性设计内容与形式

食品包装中趣味性体现有很多种方式,其中分为两大板块,具体就是设计内容与形态样式,根据这两个方面可以延伸出很多种设计,这一版块就来讨论食品包装中的趣味性设计在日常生活中的表现,特点如何,并对此展开分析和研究。

4.1. 食品包装中的趣味性造型外观

目前商场里有各式各样,琳琅满目的食品包装,同一种类产品的不同造型对于消费者的购买欲望产生了不同的影响。设计食品包装的时候,在符合包装的实用性的基础上,为了增加购买欲望,就可以给消费者提供强烈的视觉效果和故事性感受,使他们在感受过程中轻松愉快地进行消费。这是趣味性包装给予人们的一种审美价值满足,对促进现代食品包装的发展起着积极的作用[4]。包装的造型外观与这款产品的特点,储存方式等等有关。每款食品都有属于自己的包装分类,市面上大多数食品的包装是雷同的,如果这时候出现了一款包装在造型方面独树一帜,那它绝对在被人看到的第一眼就赢得了销售优势。FROOT LOOPS 是一款国外的燕麦谷物圈,设计师直接把谷物圈的造型设计成包装造型,从外观上人们一目了然,简洁易懂。同时,在中间进行透明开窗式设计,让消费者很直观的看到里面的内部产品,而

这一设计又同样符合谷物圈中间空心透明的造型特点。顶部设计的一处倾倒的开口正好满足了商品的实用性特点，在实用与美观方面都设计得十分完美，可谓一举两得。

4.2. 趣味性色彩搭配在食品包装中的运用

色彩是食品包装中尤为重要的一块设计，在看到一食品包装时，最先看到的就是这个产品的色彩搭配，人的大脑会直接因为色彩而产生联想，在认可一个产品的时候，人们会直接去寻找那个独特专属的颜色从而进行购买，一个好的色彩搭配可以诠释整个产品的设计理念，它代表了整个包装的灵魂，它赋予了产品包装生命的灵动性[5]，不同类型的产品运用的颜色不同，但它们都有一个共同点，即符合这款产品特征。例如，市面上常见的奶糖系列，我们能够发现他们都不会缺少一个元素色，牛奶白，因为这代表了奶糖的颜色，能够让人在看到这款产品时第一下反应过来，这是款奶糖，或者这里面添加了牛奶成分。

如果一个人能只用少数颜色就能表达出一款包装理念的话，他就成功地掌握了包装设计的颜色搭配精髓。图1一款板状薄荷糖的配色非常吸引人，它的外壳颜色选用的是和糖的颜色一样的薄荷绿，包装颜色就两种，深蓝和薄荷绿，都是冷色系，正好和薄荷糖这个产品相呼应，给人一种清爽冰凉的感觉。薄荷绿这一颜色的选用十分新颖，带有一点荧光的感觉，针对普通市场上的颜色配色来说，带有一点荧光色的颜色会显得十分跳脱，惹人注意，它符合现代年轻人的喜好，荧光象征着年轻与时尚，它即满足了当代消费者的审美理念，同时又针对这一产品的受众群体进行了颜色的搭配和选择，使这个产品得以出挑，受大众喜爱。



Figure 1. Peppermint candy
图1. 板状薄荷糖^①

4.3. 食品包装中的趣味字体设计

字体是所有包装中不可缺少的一个重要环节，它不仅能够有效传递包装信息，还告诉消费者这个品牌的整体形象，它既是信息的载体，也是设计的主题，一个好的设计师能有效的将品牌的内涵和特征包含在字体当中，使其具有更好的艺术气息和设计美感。图形化文字是将文字与图形相结合，通过视觉来表达品牌形象。就如平常在看图形时，看个大概，就能立即反应过来这是什么产品，不仅提高了文字的感染力，还使消费者在看到文字之后能展开丰富的联想，这一种文字造型在食品包装中运用的较多。例如国外的“FROO.IT”瓶装果汁包装，设计师将英文字母R的最后一笔延长成一根弧线，如一个大大的微笑一般，中间再添加两个字母O，而两个字母O又如圆形的大眼睛，所以整个文字的造型就像一个笑脸一样，正对着消费者，以笑脸形象吸引人眼球，使人过目不忘，塑造品牌形象的同时，表达出了这款果汁产品的理念，健康生活，才能微笑面对每一天，使消费者在购买时拥有愉悦的心情，在看到这款果汁时拥有追求健康生活的欲望。由此可见，字体设计在包装设计中起着引导性的作用，它根据包装的特点

进行创意改变，只要抓住特点进行设计，就能体现出包装设计理念，可以说包装字体的设计是产品包装浓缩的概括精华，其所占比重很大，不可忽视。

4.4. 趣味互动设计在食品包装中的表现

现代人们对包装的设计已经不满足于视觉上的享受，设计师设计包装应该考虑怎样建立与消费者的互动，让消费者能够亲自感受与体验，同时在使用这个产品的时候能够感受到设计者的创意与对生活的热爱。食品包装的互动设计是一个非常灵活的部分，它要能够抓住商品的特点，又要懂得消费者的心理，还要选择适当的互动设计为这个产品有效的加分，提供额外的附加价值[6]。许多商品不会有互动的设计，但是在食品包装中却比较常见。如图2的MIOMIO代餐粉包装，这款包装有两点体现了包装的互动性，一是上面的翻盖。消费者要想打开这个包装的话，必须要打开上面的盖子，把它翻开后会发现下面有一张微笑的人脸，上面的盖子则是一个面具，给人一种重新组合的惊喜。二是在包装的背面有一双手，消费者可以把它剪下来，插入盒子两旁的孔中，这样就有一种卡通人物张开手臂拥抱欢乐的感觉，让消费者在原本平面的包装设计中感受到了不一样的3D效果。设计师在这款包装的视觉外观上营造了多样的，丰富的装饰性表现，增加了产品的情感价值和艺术感染力。



Figure 2. MIOMIO meal replacement powder with funny packaging
图2. MIOMIO代餐粉的趣味包装^②

5. 结论

现代人们的消费观念已从功能价值的满足转变成了情感体验的满足。趣味性包装设计符合社会潮流趋势，它让设计为人服务，充分体现以人为本的设计理念，这是包装设计的大势所趋。顺应时代的发展潮流，不断地随着社会和消费者心理的变化，改变包装设计的风格，以此来实现商品的价值。食品消费在日常消费中所占比重巨大，这代表着食品包装市场具有巨大的发展潜力。趣味性元素的添加不仅可以在使用食品包装的过程中提高消费者的兴趣，还可以刺激消费者的购买欲望，提升产品的销量。从本质上讲，趣味性食品包装设计是食品品牌想要对消费者传递的，情感内容的表现。趣味性的包装可以实现消费者与产品之间的互动，建立消费者与产品之间的沟通，使消费者在心理上感受到愉悦和满足。在食品包装中，设计师应该充分将不同的元素整合起来，把握文字、造型、颜色等元素之间的相互关联，以趣味的表达方式给消费者带来更直观的感受体验，使消费者的购买行为是愉悦的，享受的。与此同时，设计师也应该坚持使用绿色包装材料，只有遵循人性化的环保安全设计原则，才能使人们在消费的同时感受美，感受健康的生活。

注 释

①图 1 来源:

<https://c.m.163.com/news/a/DVC276OD0518H4C5.html?sps=newsapp&spsnuid=&spsdevId=2A12EEFF-18E5-45AC-9532-A96498B6E94C&spsvid=&spsshare=default&spsts=1696823612137&spstoken=NYkINVV%2FTUfAUuNFVTC%2FiWFGvkVSEJKU%2BJZW7QIvfuEM9x8kmKYHo3mnrMiJ1vr7>: 网易新闻糖果包装截图

②图 2 来源:

https://zhuanlan.zhihu.com/p/74964981?utm_psn=1694685863685165056: 知乎趣味代餐粉包装设计

参考文献

- [1] 王韵. 现代消费心理下趣味性包装设计的功能与设计手法[J]. 中国包装工业, 2015(14): 124.
- [2] 张宁. 蒙古族特色食品趣味包装设计策略研究[J]. 文化产业, 2020(19): 30-32.
- [3] 李伟斌. 趣味包装设计的表现形式与创新[J]. 鞋类工艺与设计, 2021(10): 32-34.
- [4] 罗帆船. 基于消费心理学的盲盒消费影响因素研究[J]. 江苏商论, 2022(7): 34-36+51.
- [5] 倪鹏飞, 刘江汶, 杜文璞. 消费心理学影响下的啤酒包装设计[J]. 大众文艺, 2020(14): 112-113.
- [6] 董彬. 从现代消费心理学谈无人超市产品包装设计原则[J]. 美术文献, 2018(8): 100-101.