

“无印良品”式设计理念在餐具包装中的应用研究

吴萍,宋佳露,卢倩颖,陈明斌

(浙江科技学院 艺术设计学院,杭州 310023)

摘要: 通过市场调研、案例分析、经典赏析等方法提炼出无印良品的设计理念,即简单、绿色、质朴。结合这一设计理念,从“无印良品”的包装材料、设计风格、设计色彩等因素出发,总结出了一套材料适宜、成型方式合理的简约质朴的实用包装设计原则。最后以餐具包装为例,完成了一套无印良品式的餐具包装设计,以推广类似风格的包装设计模型。

关键词: 无印良品;设计理念;餐具包装;包装设计

中图分类号: TB482

文献标志码: A

文章编号: 1671-8798(2019)02-0110-06

Study on the application of “Muji” design concept to tableware packaging

WU Ping, SONG Jialu, LU Qianying, CHEN Mingbin

(School of Art and Design, Zhejiang University of Science and Technology, Hangzhou 310023, Zhejiang, China)

Abstract: Through market research, case analysis, classical appreciation and other methods, this study extracted the green, simple and unadorned design concept of “Muji” products. Combined with this design concept, it summed up a set of practical packaging design principles, which feature simplicity and plainness, suitable materials, and reasonable forming, given “Muji” packaging materials, design style, design color and other factors. Finally, taking tableware packaging as example, it completed a set of “Muji” style tableware packaging design, so as to promote the similar style of packaging design model.

Keywords: Muji; design concept; tableware packaging; packaging design

当今包装设计受后现代思想的影响,设计风格更加多样化,推崇特立独行的表现形式,摒弃了现代设计对美学的固有认识。后现代的包装设计过分追求奇特的结果,这是对包装设计原则的忽略和审美规则的全盘否定。其实去掉繁琐细节后的简单朴素,有时远比华丽的装饰更美^[1]。而中国包装也在发展过程中出现了许多问题,商品的价格随着包装成本的提高而提高,使得包装的价格远远超出了产品本身的价值。最有代表性的莫过于“虚假包装”“过度包装”“豪华包装”等,不仅浪费资源,产生的废弃包装盒对环

收稿日期: 2018-06-25

基金项目: 浙江省大学生科技创新活动计划(新苗人才计划)(2019R415023)

通信作者: 吴萍(1979—),女,重庆市人,讲师,硕士,主要从事包装设计研究。E-mail: 17331504@qq.com。

境也是一项沉重的负担,使包装设计走入误区。因此,我们呼吁对包装设计最初的功能和美观的追求,即简约和环保。本文研究的无印良品就是其中最具代表性的一个品牌。无印良品中“无印”在日文中是没有花纹的意思,其包装以“无中生有”为设计理念,即设计既源于平淡无奇的生活,又以极简主义的形式、自然质朴而适用的设计服务于生活。此外,无印良品包装设计的材料以素材为主^[2],注重纸、藤、竹、木等原始素材的功能与质感的运用,尤其重视纸的质感,常使用纸来包装商品和制作标签^[3],这些素材都可以回归自然而不引起污染,真正实现了包装在环保上的作用。因此,研究“无印良品”的包装及设计内涵,总结其设计特点和手法,可为现代包装提供一种设计参考,为绿色包装提供更多的可能性。

1 无印良品的产生背景

无印良品这个概念由设计师田中一光首次从日常生活中提炼而成,并在原研哉、小池一子等设计师的共同努力下得以完善,于1988年创造出来^[4]。企业家堤清二将无印良品作为西友集团产品的一部分,开辟了一个小专柜,首次推出了品牌“Muji”(无印)。当时的日本正经历着一场世界性的金融危机。人们在购买时也更多的是希望能买到物美价廉的商品。“无印”在日文中是没有花纹的意思,“良品”是指商品品质、质量上乘,“无印”更深层的含义为“无品牌”。“无印良品”展示了物超所值的企业追求,倡导着自然、简约、质朴的生活方式。

无印良品是日本的一个独特品牌,受到了日本独特文化的滋养与孕育^[5]。一方面,日本是一个可以接受所有文化信息的国家。而日本文化就像一个熔炉,整体接受各种各样的文化,然后把它们组合再整合归零。日本由于人口众多,地域狭窄,资源有限,国民对环境的保护和对大自然的敬畏是十分明显的。由于日本资源匮乏,国民时刻都有一种危机感,大部分的时间都在思考测试、在变化。因为没有太多的优势,日本人总是很谦虚且不停地忙碌着。他们传统的审美意识中非常注重细节以及做事情的精神状态。商品回归自然,讲究简洁、素朴,是他们所珍视的,所以日本传统的东西如传统食物、传统服饰、传统包装、传统建筑等都保存得很好。但另一方面,由于日本军事的强化,特别是二次世界大战后,日本人很快吸收了一些西方的思想和技术,他们的电子产品、汽车工业得到了快速发展,甚至领先于世界。取其精华、去其糟粕,日本人在吸收先进思想的同时,传统文化的精髓也保存得很好。其中日本米酒、陶瓷、大米及其礼品包装在保有传统元素的基础上加以改进创新,享誉国内,走向世界。

在日本的传统文化中,有著名的三道,一是ワビ(含义是无,零,有限的)、二是サビ(含义是永恒的,统一的形式和功能)、三是儼しい(含义是严峻的品位),很好地诠释了日本传统设计的三个原则即单色的、直线的、单纯与简。“无印良品”正是在这种传统文化的熏陶下应运而生,它旗下的“鲑鱼罐头”和“碎香菇”将无浪费、利用最大化、极简主义发挥到了极致。

2 无印良品包装设计研究

2.1 设计材料

无印良品的包装设计摒弃了华丽材料的堆砌和媚俗的繁琐装饰,追求材料的自然美感。设计过程中,设计师注重使用环保材料,同时只对材质进行最低限度的加工,以保留材质本身的美感。设计师秉持着“素材”的设计理念,设计出能带来平实、放松、自然感受的商品,其包装设计以素材为主,注重棉、麻、木材、再生纸等原始素材的功能与质感。在选材上,旨在发挥材料本身的最优化包装的功能,同时又能把这种和谐的感受带给消费者。无印良品大多采用纸基材料来做包装和制作标签,在原材料选择上非常注重绿色、环保和消费者健康。

2.2 设计形态和设计方法

无印良品的创始人原研哉说:“我的设计概念是删除多余的东西,不需要多余的东西让设计变得复杂。”^[6]受这一理念的影响。无印良品在往后的设计中都保持了“无”即极简主义的风格,包装中简洁的形态,单纯自然的色彩都是这种风格的体现。目前无印良品的商品多采用统一、简单的打包方式出售,其包装也大多采用透明或半透明的包装盒型,让消费者选购商品时一目了然,起到了很好的交互效果。

设计形状上多采用直线、方形,或规则简单的几何形体。商品造型结构讨巧、比例精确、简单利落;装饰上大量留白,仅保留自己的商品便签及简单的线条辅助。

2.3 设计色彩

无印良品的包装色彩设计讲究单一化,除了红色的盒子上有品牌标识的白色字体外,其他每款包装常常使用一个单一的色调,多种颜色的对比很少使用,主要以白色、米色为主。除了紫红色的“Muji”框外,几乎看不到任何鲜艳的颜色,颜色的饱和度不高,偏灰浊色调,使人的视觉舒适和放松,表达柔和优雅的设计意境。无印良品的包装设计色彩纯正内敛,赋予其包装浓厚的生活色彩,以求与消费者达到心灵的互动和情感的共鸣。如日文中的渋い是“涩”的意思,是一种收敛、不张扬的色彩诠释,在设计中传达内敛、优雅的形象,达到一种浑然天成且难以言喻的洗练之美,似空洞的回声和禅的宁静。

2.4 设计文化

日本文化的根在中国,日本文化的魂是禅学^[7],因此无印良品的设计深受禅宗文化的影响,其设计理念从“朴素”“空寂”“返璞归真”三方面出发,赋予作品质朴、淡雅、简约的风格,呼应了其品牌“无印”的含义。

3 无印良品式包装设计在餐具上的应用

3.1 材料选择

餐具包装材料如今发生了很大的变化。稻草、麻绳、木头、竹子等都被用来捆绑和固定餐具^[8],19世纪中期瓦楞纸板的出现使得餐具等易碎品包装有了新材料的尝试。瓦楞纸板作为环保材料在包装上得到了广泛应用,故本研究包装采用瓦楞纸板进行设计。

3.2 结构造型的定位

餐具包装结构存在一种比较合理的成型方式即卡隼结构^[9]。卡隼结构是一种凹凸接插的结构,原理源自中国古代木质建筑、家具常用的卯榫结构,这种结构不需要胶粘就能很好地固定物品。

3.3 包装设计应用实践

3.3.1 碗盘的包装设计

碗盘的包装结构主要运用了三角形稳定性原理,采用了最简单的三角结构。设计中强调无粘贴,易开启,方便顾客提拿。对其进行优化,由三角结构变成了两边被包围的方形,刚好卡在提手下方起固定作用,既方便顾客的提拿,又为碗增加了一层保护,避免挤压对餐具的损坏,设计见图1。这款包装同样也适用于盘碟。

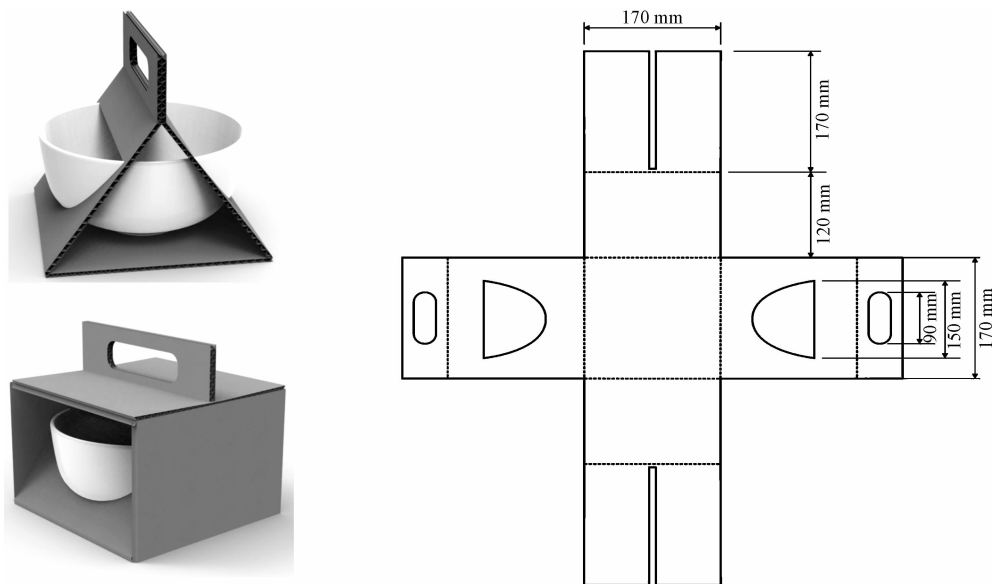


图1 碗的包装设计

Fig. 1 Packaging design of bowl

3.3.2 勺筷的包装设计

勺子筷子的包装运用了穿插结构,整个外包装将勺筷牢牢地卡在结构中,安全稳定的同时也便于勺子筷子可视化,且整个包装是一纸成型,节省了包装材料,也遵循了设计的初衷。四周全覆盖的形式很好地保护了商品,避免其在运输的过程中受到损坏,设计见图2、图3。

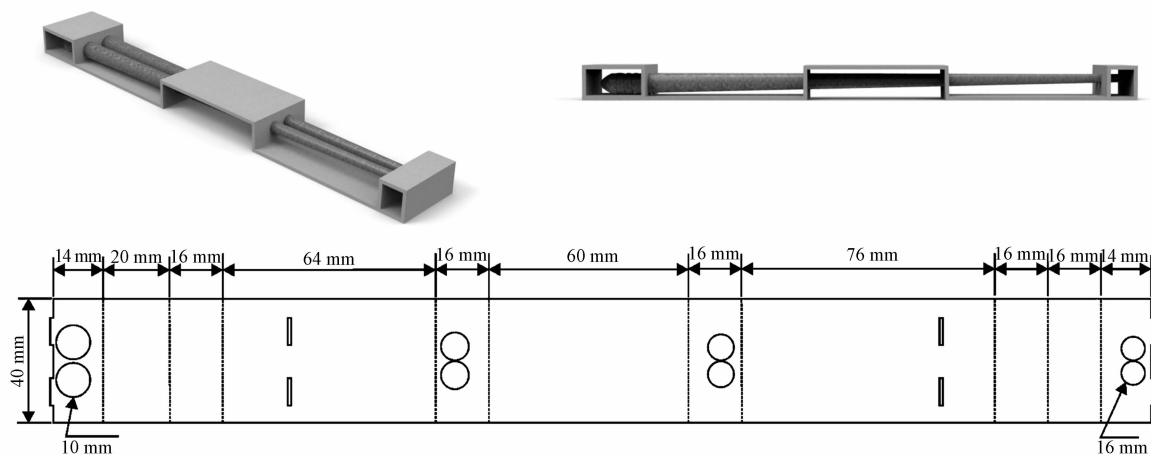


图2 筷子的包装设计

Fig. 2 Packaging design of chopsticks

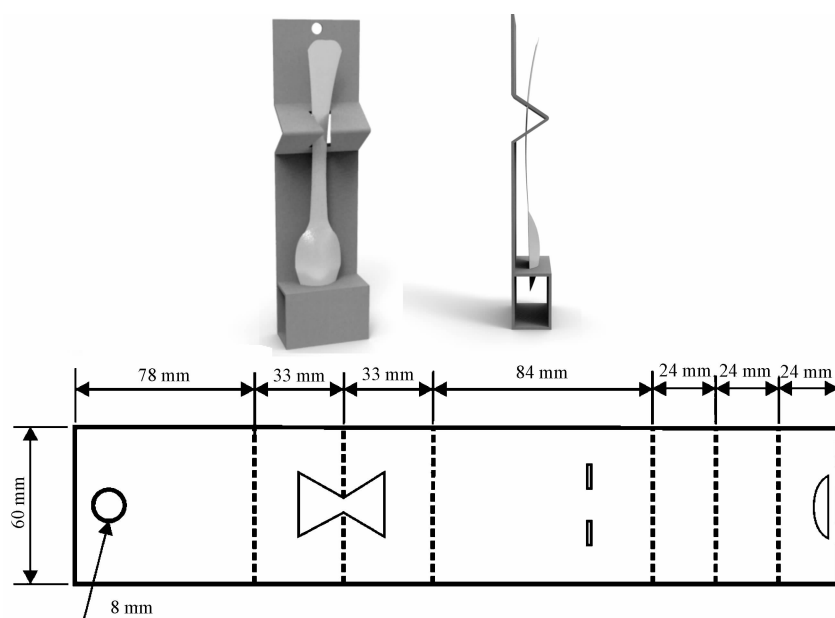


图3 勺子的包装设计

Fig. 3 Packaging design of spoon

3.3.3 组合餐具的包装设计

组合餐具的包装结构设计中,碗盘采用卡隼方式,筷子和勺子采用穿插方式,将空间完全利用,分别为2只碗、3只盘子、2双筷子、2把勺子,设计见图4、图5。

3.3.4 餐具包装装潢的改良设计

此次包装装潢在原无印良品 logo 的基础上进行了二次设计,将原有 logo 与包装内容物相结合,设计出无印良品之“碗系列”“盘系列”“筷子系列”“勺子系列”的创新装潢设计,既柔和了包装,也显得简约大方,符合无印良品的设计理念。色彩上,主要采用咖啡色,比瓦楞纸板还深一层次的颜色,既贴合包装材料,不显突兀,也能够很好地融合无印的紫红标志,设计见图6。

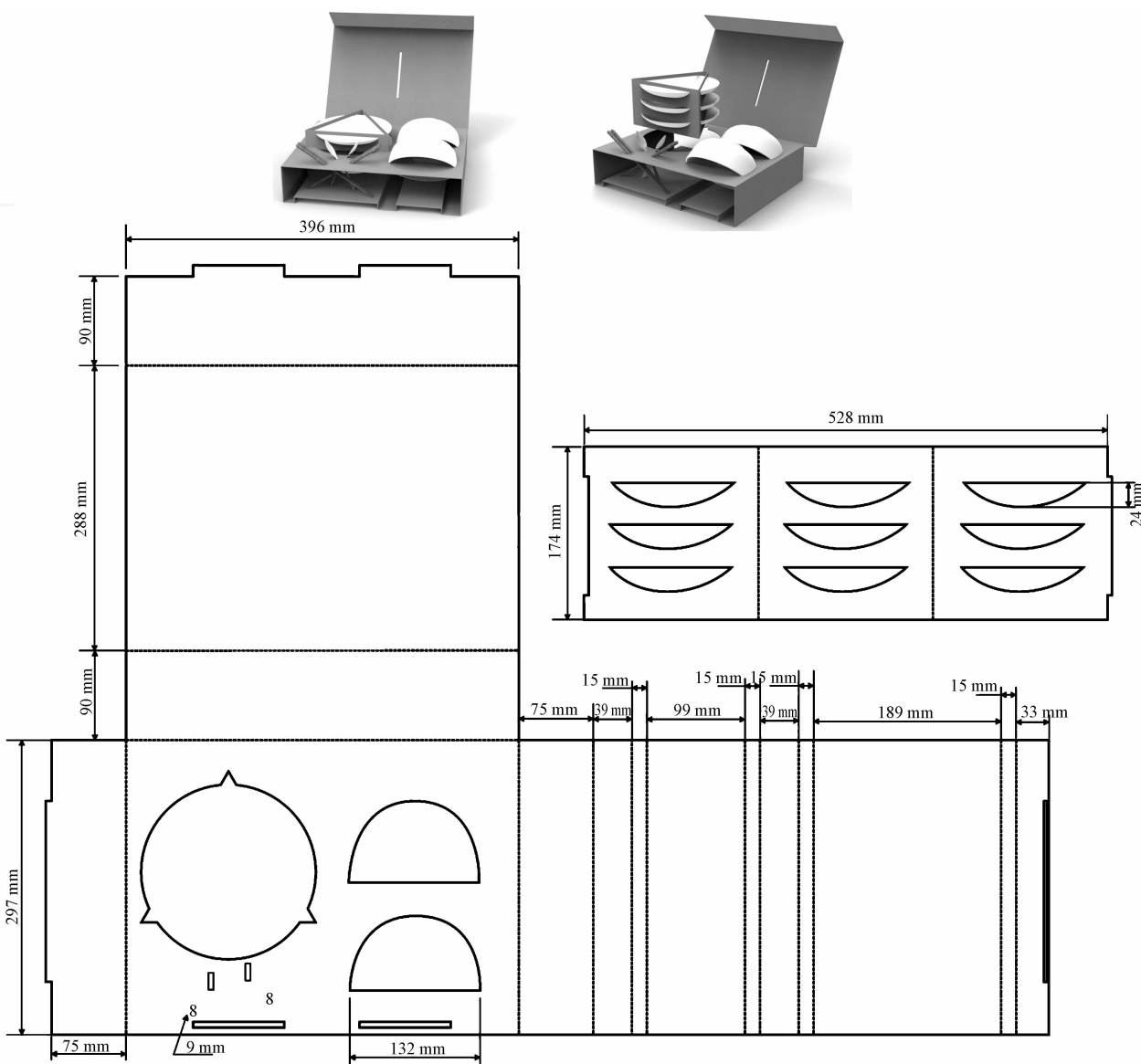


图 4 组合内包装结构

Fig. 4 Composite inner packaging structure

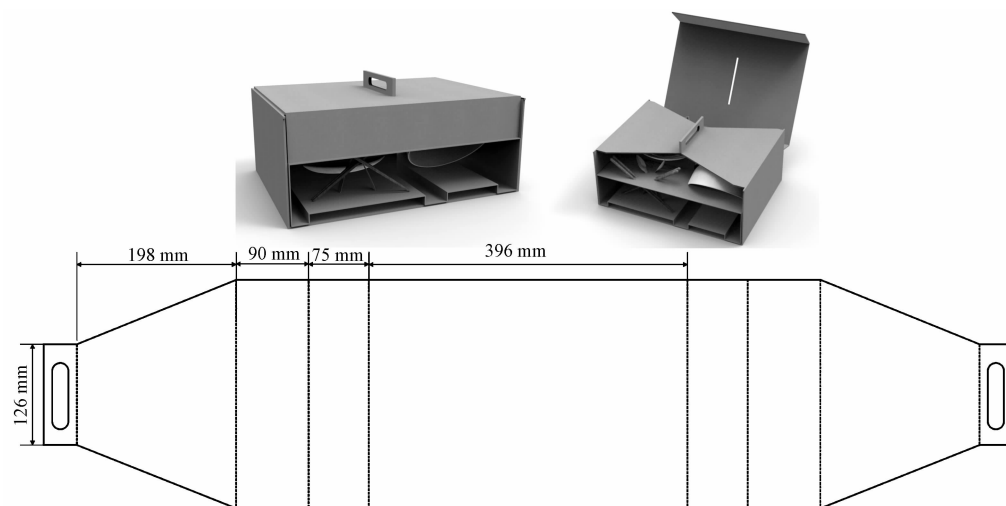


图 5 组合外包装结构尺寸

Fig. 5 Dimension of composite outer packaging structure



图6 餐具包装装潢

Fig. 6 Tableware packaging and decoration

4 结 语

随着社会的进步,包装越来越被人们所重视,对包装的要求也越来越高。包装多元化的发展使风靡全球的无印良品成为了包装行业中体现生活、返归自然的指向标。它的包装不但以其独特的设计闻名于世,而且给人一种全新的生活理念。其包装从大自然中提取原材料,倡导简单、绿色、质朴的生活方式,切合人们返璞归真的生活需求,带给人们一股简约绿色之风,同时给人们的生活产生了深远的影响。文中对无印良品设计理念的挖掘与提炼,旨在总结出一套材料适宜、成型方式合理的简约质朴的实用包装设计原则,以推广类似风格的包装设计模型。

参考文献:

- [1] 戴丹丹. 绿色设计理念在包装设计中的渗透[D]. 南昌:南昌大学,2006.
- [2] 王友良. 论“简约包装”的伦理生态价值[J]. 求索,2004(10):156.
- [3] 吴晓璐,张杰. 日本的无印良品对中国包装设计的启发[J]. 包装工程,2007,28(12):268.
- [4] 渡边米英. 无印良品的改革[M]. 刘树良,张钰,译. 重庆:重庆大学出版社,2014.
- [5] 朱湘莲. 无印良品:简单的 Life Style Store[J]. 东方企业文化,2008(4):50.
- [6] 尹章伟. 包装色彩设计[M]. 北京:化学工业出版社,2013.
- [7] 韩学红. 浅析品牌设计中的禅宗思想的应用:以“无印良品”为例[J]. 艺术科技,2015(8):179.
- [8] ZHANG Q, JIANG X L, HE W Q. A research into the tendency of green package design[C]// Proceedings of the 2011 International Conference on Computing, Information and Control. Wuhan: ICCIC, 2011:220.
- [9] BURTON-JONES A, HUBONA G. The mediation of external variables in the technology acceptance model[J]. Information and Management, 2006,43(6):706.