

DOI: 10.13652/j.spjx.1003.5788.2024.60113

过度包装治理政策下食品包装适度设计原则

孙 玲

(郑州美术学院, 河南 郑州 450000)

摘要:文章阐述了在过度包装治理大环境下,政策升级给食品包装设计提出了新的挑战也带来了新的机遇,通过分析适度包装且市场表现较佳的食品包装设计案例,指出可持续性设计、“零包装”设计、“诚实的”包装设计、无标签设计、传统包装设计等设计原则,是食品包装行业变挑战为机遇,实现绿色转型升级的有效路径。

关键词:过度包装;可持续性设计;适度包装;无标签设计

The principle of moderate design of food packaging under the policy of overpackaging governance

SUN Ling

(Zhengzhou Academy of Fine Arts, Zhengzhou, Henan 450000, China)

Abstract: The paper explains that, policy upgrades have brought new challenges and opportunities to food packaging design in the context of excessive packaging governance. By analyzing cases of food packaging design with moderate packaging and good market performance, it points out design principles such as sustainable design, "zero packaging" design, "honest" packaging design, unlabeled design, and traditional packaging design, It is an effective path for the food packaging industry to transform challenges into opportunities and achieve green transformation and upgrading.

Keywords: overpackaging; food packaging; moderate packaging; design principles

2022年9月8日,国务院办公厅印发《关于进一步加强商品过度包装治理的通知》(国办发[2022]29号)(以下简称《通知》),部署强化了商品过度包装全链条治理,明确了加强商品过度包装治理的时间表、路线图,并对生产、销售、交付、回收等各环节明晰了工作要求。特别明确到2025年,月饼、粽子、茶叶等重点商品过度包装违法行为要得到有效遏制,人民群众获得感和满意度显著提升^[1]。为进一步从源头减少资源消耗和包装废弃物产生,原定于2023年9月1日起实施的国家市场监管总局新修订发布的强制性国家标准《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》,在发布的征求意见稿中,将实施时间提前到了8月1日。由此可见,商品过度包装治理已经刻不容缓。任何行业的长久发展都需要在健康的状态下进行,过度包装带来的表面繁荣必定不会长久。过度包装治理对食品行业来说既是挑战也是机遇,食品包装行业必须积极响应过度包装治理要求,在包装材料和包装设计原则等方面作出改变,才能化危机为机遇,实现行业健康持续发展。

1 过度包装治理政策解读及必要性分析

1.1 政策解读

《通知》要求,包装领域要加强技术创新,包装企业要积极提供设计合理、用材节约、回收便利、经济适用的包装整体解决方案,要充分发挥在推广简约包装、倡导理性消费中的桥梁纽带作用,推动包装设计、商品生产等上下游各环节践行简约适度理念。要严格执行过度包装标准,建立包装合理使用机制,逐步建立包装设计评价标准体系,推进节约型生产和消费方式建设。过度包装治理的有效途径是推进适度设计,可以从以下方面发力。

① 因势利导,转型提升。就包装企业而言,应顺势而为,变挑战为机遇,实现企业转型提升,技术创新能力是企业实现转型提升的关键。

② 产品追溯,循环利用。对消费者而言,消费者对食品的新鲜程度、来源产地、功能性成分的关注依然是企业需要重视的因素,除此之外,环境保护是消费者对企业提出的新的要求,是食品企业必须关注到的一个方面。

③ 规范市场,创新发展。对整个包装

通信作者:孙玲(1987—),女,郑州美术学院讲师,硕士。E-mail:152926452@qq.com

收稿日期:2024-05-03 改回日期:2024-07-15

产业链而言,要履行社会责任,抵制过度包装。要严格执行强制性国家标准,优化产品包装设计,向市场供给更高质量、更加绿色低碳环保的包装,共同营造简约适度、绿色低碳、绿色发展的良好氛围,做抵制商品过度包装的先行者、实践者和倡导者^[2]。

1.2 必要性分析

包装的初始作用是实用性,随着社会的发展慢慢产生了过度包装现象。过度包装产生在商品经济和消费主义蓬勃发展,商家依靠包装材料和包装设计博取消费者眼球的社会背景下。原研哉说过,“设计,就是要看透事物的本质。”过度包装治理的本质是技术创新驱动和生活方式创新。笔者通过搜集和调研市场上的食品包装过度现象,进行过度包装治理与食品包装之间关系的问题点分析,以期获得目前食品过度包装问题点与设计重点,并构建食品包装设计改进的初步原则。现依据食品包装现状分析结果,结合食品适度包装优秀案例分析,构建食品包装适度设计原则,作为过度包装治理背景下的适度包装原则供食品包装设计参考。

据上海市场监管微信公众号的推送内容,在 2021 年的市场调查中发现,超过 64.3% 的消费者认为商品过度包装“没必要,应抵制”,33.9% 的消费者认为包装应该“简易,追求自然化”,有近 40% 的消费者表示“不愿意,不能理解同样品牌的两件商品,为包装更精美的那一件支付更高的费用”^[3]。可见消费者对于过度包装的反对态度非常明确,但商品过度包装依然难以根治,基于相关调研,分析原因主要有以下 3 点:① 消费量巨大,覆盖面广;② 链条长,涉及生产、流通、使用、废弃各个环节;③ 责任主体多元分散,链条的各个环节主体均牵涉其中。

最新的专业市场趋势研究报告中消费者对食品价值的重新定义也对过度包装治理的必要性作出了印证。2022 年 11 月 9 日,Innova 市场洞察发布 2023 年全球食品饮料十大趋势。其中最重要的为“重新定义价值”(redefining value),“重新定义价值”将引领未来几年的全球食品引领消费趋势^[4]。Innova 进行的全球消费者调研显示,过去几年,超过 1/2 的消费者认为成本和性价比变得更重要。企业必须关注到消费行为的变化,比如面对周边环境的不确定性,消费者更倾向于只付出必要的消费支出。食品消费方面,更倾向于选择能够尽可能地减少食物浪费的产品,具有可持续性能够回收、升级或再利用产品的产品,以及环保包装或更少包装的产品。食品消费行为与市场趋势的变化同样指向过度包装治理的必要性与可行性。总之,消费者会更多地考虑包装在垃圾回收时的便利性或包装的再开发利用性能,在这一点上,会与之盲目追求拆箱仪式感的消费方式有明显差异。

2 适度包装设计原则及案例分析

过度包装的对立面不是小包装更不是无包装,体量

只是其中一个方面,适度包装是一个多维度多面向的复合概念,包括可持续性包装设计、诚实的包装设计、原生态的包装设计、无标签包装设计、零包装设计以及传统食品包装方式等。适度包装是包装行业回应过度包装治理的首要原则,但适度包装设计的理念本身是抽象的和主观的,必须基于具体的包装设计实践去理解和建构。因此,食品包装适度设计原则的把握需要多重维度的案例视角。

2.1 可持续食品包装设计

可持续设计是一个系统概念。首先,要有意识地进行设计,将可持续设计元素矩阵化和可视化,为企业提供更多选择;其次,要更开放、更长远地看待可持续设计的结果,可持续设计结果要看长线,每一个矩阵元素的改变都会影响其结果,而结果不是短期可见的;最后,要有系统概念,包装设计只是系统的一个组成部分,设计师要积极与材料供应商、生产部门、市场部门以及政府部门开展沟通合作。设计师是可持续设计中多方合作的桥梁,会直接对销售和可持续发展产生影响。

可持续设计过程可以用 4R 来描述,即 R-use、R-cycle、R-duce、R-responsible。R-use 指的是人们所用之物,可以再度使用;R-cycle 意指让人们所使用的物品具有第二次生命周期;R-duce 指尽量做减法,只使用必需的材料;R-responsible 则代表来自供应链的产品需体现对人类和环境的关怀。

再回收包装是可持续包装设计的重要组成部分,因此,从行业角度,需要合作制定一个全国或全球的“再回收标准”,并将制定的相关标准以成本效益的方式推广至整个包装市场。适度包装的概念要深入到包装的各个环节,而不能只是局限在包装的最终呈现形式上。可持续发展专家 Marta Suslow 说:“尽管我以前对生物聚合物持怀疑态度,但我现在正在积极研究一种由 Shellworks 公司生产的产品 Shellmer,这是我迄今为止看到的最环保的生物基包装塑料材料,可用于制成薄膜并轻松溶解在热水中,在处理时可以作为肥料使用,因此它符合完美生物塑料的所有标准。”她还认为,分享知识、建立社群和建立合作伙伴关系,对于实现可重复使用的包装和设立统一的环保标准来说是至关重要的。以山里土设计的兔 rich 包装盒为例(图 1),包装主体由纸浆压制一体成型,材料可降解,对环境友好,食用完以后,还可以进行涂色等 DIY 二次创作,消费者体验较好。

2.2 “零包装”食品包装设计

“零包装”食品包装设计遵循的是“包装即产品”的设计理念,即包装成为产品本身的关键组成部分。零包装设计的具体实施内容包括两个方面:① 尽可能少地使用环境友好型原材料;② 包装能够鼓励消费者保留和重复使用,也就是包装本身就是主体内容物之外的另一种产品。“零”的概念既针对包装内部而言,也针对包装外部环境而



图片来源: <https://mp.weixin.qq.com/s/IJ6QWloo8riwK-FISsdn9nA>

图1 兔rich包装盒

Figure 1 Godawan Indian handmade single malt whisky

言,使包装对自然和环境的损害为零,是零包装设计中“零”概念的中心点^[5]。现代主义设计代表人物阿道夫·卢斯的“装饰即罪恶”或许可以成为零包装设计的注脚。

零包装设计更着重于包装材料、结构等的具体处理方式,IRÜBI estudio creativo设计的Almatura种子瓶签由生态包装和种子两部分构成(图2),包装材料由可供植物生长的环保材料制作,包装只要接受到水分和阳光,种子就能生根发芽。种子瓶签葡萄酒包装设计是零包装设计的典型案例。



图片来源: https://mp.weixin.qq.com/s/eHKj_l9K4hlUmpVPn73ZEw

图2 IRÜBI estudio creativo设计的Almatura种子瓶签
Figure 2 Almatura seed bottle label designed by IRÜBI studio creativo

2.3 诚实的食品包装设计

诚实的食品包装设计类似于一个从“仪式演出”到“诚实表达”的过程,设计师要找到包装设计的创作核心,满足于“这样就够了”“够了就好”的认知,而不是过于用力的设计。重要的是寻找如何通过包装设计回归到产品本质,并以此来探讨产品与消费者之间的联结关系和情感互动,将大量的产品信息融入到产品与消费者沟通的桥梁——产品包装中。在虚实相间的网络消费中,如何挖掘包装除了形式表现主义的内涵,并且使之能够被消费者接受,面对这些问题,“诚实”是未来包装设计发展的主要面向之一。

正如著名包装设计师王炳南所言,“设计师在进行包

装设计时要眼光放长远,多思考如何通过包装设计形成与消费者或使用者的互动,就不会将设计局限在一个标签、一个图案上。包装设计过程中,个人风格不重要,普遍化情感的展现更加重要,因此不要根据个人化的选择将看似当下流行的风格简单套用到自己的设计中,包装多为商业服务,包装设计是一个理性思维和逻辑的过程。”王炳南以梅竞放的原生态包装设计理念为例说明(图3),其开创性要大于试验性,亦未必具有可普及性,其设计理念是一切返璞归真回归本原,即回归到产品是主角的诚实设计的年代。



图片来源: <https://mp.weixin.qq.com/s/zxkgjUxyLQCC4Xws-lXp7mA>

图3 梅竞放原生态包装设计

Figure 3 Original ecological packaging design of Mei Jingfang

梅竞放丝瓜络鸡蛋包装设计和木片蔬菜干包装设计用最原始最天然的材料来呈现鸡蛋和蔬菜干食材的真实、新鲜和质朴,用最诚实的态度对待消费者。消费者可以直观地看到并感受到食材的特性,同时也减少了选择产品的时间,消费者既能够感受到商家的真诚也能够感受到产品的货真价实。

佐藤卓梅酒包装设计(图4)使用可降解的模塑纸浆作为包材,包装设计成最大程度贴合酒瓶本身的几何形状,这样既能够让消费者看到最真实的产品,同时也能最大限度地减少包装。诚实的包装设计是一种主观感受,但这种主观感受来自于具体的简化包装方法。诚实的包装设计作为一种相对简单的可持续发展方法,对品牌来说也很有成本效益,随着过度包装和浪费行为被越来越多的消费者反感,这一趋势有望长期持续。

2.4 无标签食品包装设计

食品标签是食品提高包装品牌体验和提升食品品牌价值的关键性驱动因素,食品消费品销量巨大,标签的影响日益增大,但是标签设计却是适度包装设计中最容易被忽略的环节。UPM Raflatac可持续发展总监 Robert Taylor说过,“一个标签对整个包装的影响比标签本身的影响更大”。可持续标签设计的趋势之一是无标签设计,



图片来源: <https://www.tsdo.jp/>

图 4 佐藤卓梅酒包装设计

Figure 4 Plum wine packaging design of Taku Satoh

无标签设计指的是包装载体上不再出现标签,以往标签上所附着的品牌 logo 和产品信息一并不再出现,同时,包装需要采用可回收材料。目前,在食品饮料行业,无标签设计已经成为业内的流行风潮之一,比如用激光打印技术、数字化电子标签、数字水印或人工智能试点等方式来代替传统的张贴式标签。当品牌使用二维码链接到数字信息,而不是使用空间和多余的材料在包装上展示产品细节时,人们会注意到智能包装的概念与无标签设计这一趋势的相结合。

技术创新驱动与生活方式可持续对于适度包装的持续性设计同样重要,过度包装治理的最终目标是让消费者养成可持续发展生活方式。包装设计的环保性维度体现的是品牌的社会责任感,同时,有社会责任感的消费者也会更倾向于绿色包装设计的产物^[6]。

2018 年 Asahi 好喝的天然水 label-less bottle 网络发售,2019 年 Asahi 又新推出了无标签商品,2020 年 Asahi 掉 mini 标签贴纸,实现了真正的无标签化包装设计(图 5)。2021 年,“朝日十六茶”率先应用了一种能够在塑料容器上设计印刷的技术,这种技术无需使用任何标签,可以直接在塑料容器瓶上印刷产品相关信息。除技术层面外,无标签包装设计面临的最大问题是,如何使产品在售卖时被关注到?如何将品牌形象价值迅速而明晰地传递出来?

近年来,国内食品饮料品牌也相继推出无标签包装设计产品,2022 年金典牛奶推出了“无印刷、无油墨”环保系列产品,瓶身完全去除油墨印刷,将必要的产品名称与生产日期等信息采用激光技术打印,直接减少材料和能源的使用,以纯白色包装助力环保。同时,产品还使用了“植物基梦幻盖”,部分原料来自于甘蔗,在保持外观与功能的同时,可减碳、减少对化石资源的依赖。在产品外箱包装上,采用金典首款回收牛奶盒的制作工艺。使用更加环保的纸提手,减少了塑料的使用,每 10 万个外箱约减少 260 kg 塑料。东鹏特饮经典瓶装也推出了无标签环保版。该包装瓶身使用 100% 可回收的 PET 材料,且采用



图片来源: <https://mp.weixin.qq.com/s/4bBpqdkMrDlxLd0xwsR3JA>

图 5 无标签饮料包装设计作品

Figure 5 Untagged beverage packaging design works

了数字化的电子标签。消费者通过扫描瓶盖上的二维码,产品的原料、功效、规格、生产日期、批次、厂家等信息一目了然,还能获得东鹏饮料颁发的“低碳奋斗者”光荣称号,品牌和消费者直接对话,互动性更强^[7]。

2.5 传统食品包装设计造物精神的延续与创新

传统食品的包装在适度包装设计中的优势,主要在于有限的原生态包装材料的使用和地方文化的传播。传统包装中“节制惜物、顺应自然”的造物精神,也是适度包装设计的重要原则。传统的东西加上想象力就可以涌现出很多创造性作品,传统包装如果能够做到与地域文化有机融合,则能起到事半功倍的效果,既能达到适度包装的效果,也能起到传播地域文化的目的。除此之外,传统包装所体现的“天人合一”哲学思想也是指导现代包装设计的重要理念,是保护环境、敬畏大自然的行动体现^[8],也是中国传统造物精神的延续与创新。

基于地域文化的传统包装设计要避免符号与元素的堆砌,也要避免为了凸显礼品意义而过度包装。地方文化是一个国家和地区的历史文化形态积淀,包括物质文化元素和非物质文化元素,地域文化融入产品包装设计是文化创意产业的一种典型范式,有助于从地方文化内涵和元素出发,借助设计造型语言,使产品体现出地方文化和观念。目前大部分地域文化食品包装设计缺乏对地域文化特质的深度研究,仅停留在浅表的元素应用阶段,不能准确表达地域文化的内涵,更不能最大程度上通过地域文化包装促进产品销售。

三只松鼠“壹笼粽”纸罐底部和盖部采用仿竹编的设计(图 6),两侧的提绳在满足礼品属性的前提下,可以省去额外的手提袋,降低整套包装成本的同时,又不失其礼品属性和功能。桶装粽子礼盒不仅解决了内部陈列问题,同时也让容积率变得更好,避免过度包装。纸罐沉稳坚固,运输抗压能力出色,线下门店的陈列效果也非常好。

深圳航空文化餐盒包装设计(图 7),以传统文化中的食盒器具和国家级非物质文化遗产苏绣为灵感来源,与

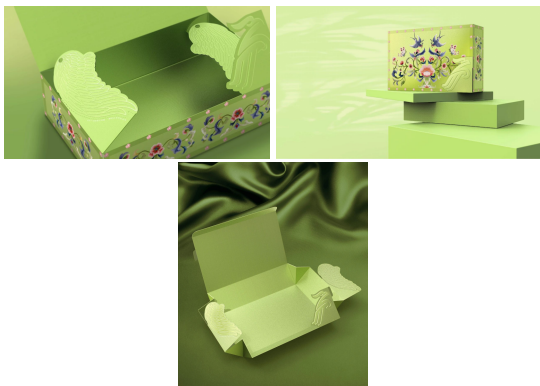


图片来源: <https://mp.weixin.qq.com/s/-zSc4uY2Tjvfaf4fERlwNQ>

图6 三只松鼠“壹笼粽”包装设计

Figure 6 Packaging design of three squirrels 'one cage zongzi'

苏绣非遗传承人深度合作,在视觉传达上实现中华优秀传统文化创造性转化与创新性发展的同时,也对材料和结构的环保理念作了深入的探索。餐盒利用折纸结构的自然穿插,形成无胶水的立体构造,图案印刷油墨采用环保油墨。材料上环保的同时,还利用特殊的可撕型结构设计形成了互动体验和二次利用的目的。比如折边的大鹏翅膀可以撕下做书签,正面的苏绣图案部分也可以剪下作为装饰画使用。此设计是传统文化食品包装设计和现代环保设计理念结合的食品包装适度设计的典型案例,匠心独具,简约而不简单。



图片来源: https://mp.weixin.qq.com/s/flaWFZm_7WubV5vjs3kyQQ

图7 深圳航空文化餐盒包装设计

Figure 7 Packaging design of Shenzhen aviation cultural dining box

3 结语

过度包装问题不是孤立的,其背后是许多亟需关注和解决的社会问题,标准先行、政策干预、公众行动,唯如此,才能使过度包装治理有章可循,落到实处。过度包装治理背景下的适度设计对企业、设计师以及消费者都提出了新的挑战,也带来了新的机遇。适度包装的核心要义是平衡,要在最小限度造成浪费、最低限度破坏环境和最大程度发挥包装功能并保持足够美感之间寻找一个平衡点。用政策法规规范过度包装和包材过剩是治标,最终还是要企业自醒,生产者、消费者、决策者三方努力,提

高环保意识,培养消费者与环境之间的关系意识,才能够真正实现以人类永续生活为目标的适度包装设计。

参考文献

- [1] 张崇和. 治理过度包装 让商品回归本色[N]. 消费日报, 2022-09-14(A01).
ZHANG C H. Control over packaging and let the goods return to their original colors[N]. Consumption Daily, 2022-09-14 (A01).
- [2] 王利. 治理商品过度包装 扎实推进包装行业绿色发展: 解读《关于进一步加强商品过度包装治理的通知》[J]. 中国包装, 2022, 42(10): 5.
WANG L. Harnessing overpackaging of goods and solidly promoting green development of the packaging industry: interpretation of the notice on further strengthening the governance of overpackaging of goods[J]. China Packaging, 2022, 42(10): 5.
- [3] 梁艳. “轻装”上市, 让产品回归本质[J]. 标准生活, 2022(5): 12-17.
LIANG Y. The launch of 'lightweight' brings the product back to its essence[J]. Standard Living, 2022(5): 12-17.
- [4] FBIF. Innova 发布 2023 全球食品饮料十大趋势[EB/OL]. (2022-11-10) [2024-06-26]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1749069494745893694&wfr=spider&for=pc>.
FBIF. Innova releases top 10 global food and beverage trends for 2023[EB/OL]. (2022-11-10) [2024-06-26]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1749069494745893694&wfr=spider&for=pc>.
- [5] 范瑞瑞. 可持续发展理念下的“零包装”设计研究: 以“荷叶茶”包装为例[D]. 武汉: 武汉纺织大学, 2021: 4-8.
FAN R R. Research on "zero packaging" design under the concept of sustainable development-taking the packaging of "lotus leaf tea" as an example[D]. Wuhan: Wuhan Textile University, 2021: 4-8.
- [6] 张璐. 消费升级背景下快消食品包装设计维度研究[J]. 食品与机械, 2022, 38(8): 122-126.
ZHANG L. Study on packaging design dimensions of fast-moving consumer foods under the background of consumption upgrading[J]. Food & Machinery, 2022, 38(8): 122-126.
- [7] 无标签包装刮起节能新风潮[J]. 绿色包装, 2022(6): 10.
Green packaging unlabeled packaging has sparked a new trend of energy conservation[J]. Green Packaging, 2022(6): 10.
- [8] 路玲娟. 传承、创新、转化: 中国式多元可持续包装设计策略研究[J]. 湖南包装, 2023, 38(2): 166-170.
LU L J. Inheritance, innovation and transformation: Chinese sustainable packaging design strategy research[J]. Hunan Packaging, 2023, 38(2): 166-170.