

基于交互体验的食品包装设计研究

曹馨予

山东理工大学美术学院 山东淄博

【摘要】 国民经济日益增长，食品包装作为国民经济最具朝气、增长速度最快的产业之一，现代食品包装设计由满足消费者物质需求转向兼顾精神价值和社会文化价值的体现。文章重点阐述了经济发展背景下，交互体验式食品包装设计的特征，提出了交互体验式设计在食品包装设计中的应用方法，应用原则以及应用价值。交互体验式食品包装设计，以期为食品包装设计提供比较多元、亲和及科学的设计依据，满足大众的需求。

【关键词】 交互体验；食品包装；设计

Research on Food Packaging Design Based on Interactive Experience

Xinyu Cao

Academy of Fine Arts, Shandong University of Technology, Zibo, Shandong

【Abstract】 The national economy is growing day by day. Food packaging is one of the most dynamic and fastest growing industries in the national economy. Modern food packaging design has changed from meeting the material needs of consumers to reflecting both spiritual and social and cultural values. In view of this research, based on the background of the times, the current situation of interactive experience food packaging design is effectively sorted out, and the characteristics of interactive experience food packaging design under the background of economic development are emphasized. Application methods, application principles and application values in food packaging design. Interactive experiential food packaging design should be studied from the aspects of consumers' emotional needs, interactive experience and entertainment, etc., combined with multi-disciplinary research, I believe that through the attention and efforts of the new design team including designers, consumers and manufacturers, so that the interactive experience food packaging design develops in the direction of "fun, environmental protection, pleasant, beautiful, and easy to recycle", which is conducive to meeting the emotional needs of consumers. Therefore, in the process of design, research is carried out from the perspective of interactive experience design, so as to provide a more diverse, friendly and scientific design basis for food packaging design. Through in-depth analysis of the application rules of interactive experience design in food packaging design, the advantages of interactive experience design and its influence in food packaging design are further revealed, and a systematic theoretical reference is made for interactive experience food packaging design.

【Keywords】 Interactive experience; Food packaging; Design

近年来，我国社会经济增长迅速，在经济不断发展和消费不断升级的时代背景下，人们开始追求温饱以外的精神价值。精美的产品包装受到了各界的特别关注。产品的包装结构、包装材料以及包装产品的外观方面在一定程度上影响着消费者的购物

行为，在给产品进行包装设计时，不仅需要考虑到包装的基本功能，还需要利用包装来体现产品的品牌、企业的形象和设计理念。交互体验式设计是一种以消费者为中心的设计理念，交互体验式设计也更具有人性化和实用性^[1]。在消费体验升级的背景下，

产品的交互体验包装设计逐渐受到社会各界的高度重视,是适应时代发展的重要举措。我们把交互设计的理念应用于包装设计,可以将交互式包装设计定义为:设计便于人们在日常生活,工作中使用的包装,易于人们与所包装产品进行直接或者间接的信息交流的过程。

1 交互体验概述

互体验是指网站呈现给用户时在操作上强调易用和可用性。比如的用户注册、按钮设置、错误提示、在线搜索、在线问答、意见反馈等。根据交互信息的流向,人类的自然交互方式可以分为两大类:感觉通道交互,负责接受信息,主要有视觉、听觉、触觉、力觉、动觉、嗅觉、味觉等;效应通道交互,负责输出信息,主要有手、足、头及身体、语言、声音、眼神、表情等^[2]。普适计算环境中,人机交互要突破计算机传统交互空间的限制,延展到整个物理空间,其基本特征是人通过对物理空间客观实体的操作向信息空间中的虚拟对象发出服务要求,而返回内容则显示在客观实体的表面或者任一种方便显示、阅读或理解的表面,这种交互模式对人的日常生活会产生很大影响,所以要尽量以符合人自然习惯的方式进行。

2 食品包装设计的现状

人们物质生活水平伴随社会经济的发展日益提升,国内食品包装业迈上了新的台阶,成为国民经济快速增长的一大重要组成部分。食品包装设计是包装设计领域的一大分支,作为一项综合性学科涉及艺术学、消费心理学等多学科的交融与渗透。它具有两大基本功能,即保护食品的功能和美化宣传食品的功能。食品包装设计的基本任务是科学地实现对产品包装的结构造型设计和装潢设计,这有利于更好地保护食品。根据马斯洛的“需要层次论”,在精神,艺术技术与媒体空前发展的时代背景下,食品的包装设计影响着消费者对商品的选购,他们渴望食品包装能够在传递商品信息的同时使自身获得更多的情感体验。食品包装设计把具有创意的形态结构、特殊材质、图文、版式、色彩等及其它辅助设计元素与食品信息相结合,进而使食品更适于市场营销的创造性工作,同时以其独特形式向消费者传达出商品的特色个性或功能价值,以更好地达到产品营销中的各项指标。

设计师在设计图形时,融入了情感,并站在消费者的立场上去思考,将一个个巧妙的设计带给消费者,不仅有良好的视觉效果,而且更能体现包装的互动性和应用性。

动物面具饼干的外部包装大部分是动物的头像,其实这是一个环形的面具,在享用完饼干之后,消费者可以沿着外包装将动物的脸部撕下来做成一个动物面具,非常适合儿童。该包装运用可爱的卡通形象与消费者进行互动,包装用途多样化,一种包装有两种不同的用处,不断革新包装方法和包装内容,才能更好地与消费者产生良性互动^[3]。

薯片盒身体分成了四部分可扭动的小分层,消费者可以扭转筒壁上的人物进行身体、头部的自由搭配。桶盖也被分成四部分,装有四种味道的调料,消费者可以自行选择喜欢的味道,随意组合与分层,考虑到消费者可能会有吃不完的情况,这种设计还增添了存储功能。该包装的整体颜色十分有趣,并且对消费者的口味、心情进行十分周全的考虑,人性化体现十足。好的设计是双向的互动,设计师设计产品,消费者跟包装进行良性互动就是最好的反馈。

保龄球饮料包装,消费者在喝完饮料之后,留下的保龄球样式的瓶身仍然可以重复利用,不失为一款简单的家庭娱乐保龄球。该包装非常特别,给消费者耳目一新的感觉,用户在与产品的交互中,不但获得了新鲜感,而且可以动手使用产品,增添了娱乐感。该包装材料采用木制形式,不会轻易对保龄球外观造成损伤,提高了使用次数,是一款集有趣、娱乐、互动、可持续性于一体的互动性食品设计。

互动性的食品包装以人为本,不是只考虑包装的外表是否美观,更重要的是包装是否能对消费者产生人文关怀,保障消费者的利益。好的互动性食品包装要以人为中心,带给消费者娱乐性和趣味性,使消费者获得良好的情感互动体验;好的互动性食品包装还要考虑包装的实用性,其是否利于保存、携带,使用是否方便,使其自身价值得到充分发挥;好的互动性食品包装同时还要考虑材料的降解性、可持^[4]。

3 基于交互体验的食品包装设计意义

3.1 有利于消费者与产品沟通

设计让世界变得美好的同时也改变了我们的生活方式,传统的产品与用户之间的交流采用单向的传播方式,设计师设计,消费者被动接受使用。现如今消费者渴望采用更多的参与方式与产品进行紧密交流,通过有效的相互作用来反馈信息,作为现代设计师有更多的义务来满足消费者参与的需求。现代的食品包装上的信息沟通模式已演变成需与求的互动过程,包装设计理念与设计方式的更新不断,正潜移默化的影响着人们的思维方式,从单向传播到双向沟通,从实体到虚体,这已成为交互体验式食品包装重要特征。

3.2 有利于消费者购买欲上涨

现如今,消费观念的巨大改变,消费者消费能力有了很大提高,每个消费者都有自己独立的消费意识,不再盲目消费。人们文化水平、价值观念发生改变的同时,在物质和精神方面的消费需求更具有多样性和多变性。分析消费者消费心理,掌握消费者的消费需求,更有效的激发消费者的购买欲已成为当今食品包装设计中不可避免的考虑要素。交互体验式食品包装设计除保护商品、美化商品、传达信息外,设计中结合心理学的范畴,更透彻的了解消费者的消费心理,注重研究新的设计形式的表达。分析消费者的消费心理,分析包装的设计语言以及消费者之间的信息交流方式。随着消费方式的不断改善,交互体验式食品包装设计要更好的实现多种价值并且要突出商品的信息。

结语:目前消费者对于交互体验式食品包装设计认识不够,尚且处于好奇阶段。设计上没能对消费者体验创建出良好情境,使消费者对交互体验式食品包装的互动体验有限,销售市场缺乏对交互体验式食品包装的推广和传播。具有人文关怀的交互体验式食品包装设计是食品营销市场竞争中强有力的武器,深深地吸引着消费者,能够更好的满足于消费者的情感需求。因此,在当前的交互式食品包装设计的过程中,需要不断分析消费者的情感需求、人文关怀等因素,针对性从互动体验娱乐方面进行研究,不断对多学科进行探索,且在设计的过程中这种设计需要有效依托时代的发展背景,不断设计出具有多元化特征的视觉形象,这就需要有效研究

交互体验的食品包装设计策略,针对性时代背景和视觉形象针对性分析,相信通过设计团队的精心设计后,能够满足消费者的消费体验之外,还能有效促进食品包装设计的高效发展,这这种设计必然迎来发展的新篇章。

参考文献

- [1] 刘国庆. 商品包装设计中文字交互式理念研究[D]. 山东大学, 2019.
- [2] 战鹤. 交互式包装时代的可乐包装设计[J]. 艺术工作, 2019(01):100-101.
- [3] 孙欣. 食品包装可交互性设计研究[D]. 云南师范大学, 2018.
- [4] 黄思珏. 休闲食品包装的交互设计研究[D]. 吉林大学, 2018.
- [5] 金凤. 基于消费者心理学的交互式包装设计研究[D]. 西南交通大学, 2018.
- [6] 张晶, 干静, 景春晖. 交互设计产品的吸引力特征研究[J]. 设计, 2017(13):18-19.
- [7] 舒蕾. 食品包装的交互设计分析与研究[J]. 艺术品鉴, 2020(09):69-70.
- [8] 罗小燕, 郝一畅. 基于交互理念的食品包装设计探究[J]. 包装工程, 2019, 40(16):67-71.

收稿日期: 2022年7月10日

出刊日期: 2022年8月15日

引用本文: 曹馨予, 基于交互体验的食品包装设计研究[J]. 科学发展研究, 2022, 2(3): 29-31

DOI: 10.12208/j.sdr.20220069

检索信息: RCCSE 权威核心学术期刊数据库、中国知网(CNKI Scholar)、万方数据(WANFANG DATA)、Google Scholar 等数据库收录期刊

版权声明: ©2022 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS