

# 试论包装对产品销售的影响

陈军

(哈电集团哈尔滨电站阀门有限公司,黑龙江 哈尔滨 150000)

**摘要:**包装既是品牌呈现的一个端口,也是企业与消费者直接沟通的一个接触点。尤其是随着社会经济的发展以及人们生活水平的提高,产品也变得更加多样化。随着市场的改变,产品的包装也在一定程度上反映了品牌文化与产品的形象,使得人们能够更加直观的了解产品。并且产品包装的好坏将直接影响人们的消费欲望以及对产品的评价。本文将从包装的相关定义出发,解析包装对于产品销售的影响。

**关键词:**包装;产品销售;影响

**[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2020.33.128**

## 1 前言

包装对于产品的销售而言有着极其重要的作用,包装设计的优劣,将直接影响到消费者对产品品质的判断,一般上,消费者都是通过包装上面的介绍进行了解,并决定是否购买,所以包装设计必须要全方位考虑,从而设计出最合理、最科学的包装。

## 2 包装的概述

### 2.1 包装的定义

包装是一种十分常见的物品,实际上就是通过一些特殊材质,经过设计之后对商品进行再次包裹。一是对商品进行保护,防止商品在运输、销售的过程成被破坏,从而影响商品的销售以及价值,二是通过丰富的设计,可使商品外观更加好看,可吸引消费者的目光。包装分为不同层次,一种就是单纯的简单的包裹在商品外边,并不涉及到美观程度以及与商品的匹配程度,它的主要作用就是方便商品的运输,因为很多商品要从产地运输到全国各地,要经过遥远的路程,如果外部包装不够结实的话,会造成商品破损、泄露等问题;二是间接的包装,它的作用是保护商品的第一层包装的,比如说牛奶外部的包装袋等,因此,需要针对于商品的属性选择合适的包装。

### 2.2 包装对于产品的作用

包装可提升产品的价值,提升产品销售数量。包装对于产品有保护以及吸引消费者的作用。包装的设计需要将图形、文字介绍、造型、品牌文化等信息进行合理的结合,并且还要考虑到商品的特性,再加上生产该商品的企业的文化建设等,既需要体现出商品的价值与高质量,还需要为企业树立一个更好的口碑。并且需要考虑的一个问题就是,包装上面对于产品的介绍必须真实可靠,防止对消费者造成误导,这样会导致消费者对品牌存在不信任,影响企业的长期发展。

## 3 包装设计对消费者的影响

### 3.1 设计风格对消费者的影响

通过上文的介绍,我们对产品包装的概念有了大致的了解,那么包装设计对消费者的影响主要体现在哪些方面呢?首先就是设计风格对消费者的影响,这也是一个非常重要的影响因素。我们知道,不同年龄段的消费者的审美风格有很大差异,并且不同商品的侧重点不同,因此产品的设计风格也应该根据实际情况进行相应的调整。比如说稍微上年纪的人更加看重商品的实用性,习惯古典的设计风格,而年轻人则追求富有科技性的设计风格,所以可以通过设计不同风格的包装吸引不同年龄阶段的消费者。并且针对于食品类物品,可以设计出符合实际的包装,而针对于现代化商品,可以借鉴西方的设计风格,通过大胆、怪异的设计风格吸引消费者。设计风格千万不能保持一种风格不变化,而是根据消费者的购买心理进行适当调整。

### 3.2 文字设计对消费者的影响

设计风格之外,包装上面的文字设计也尤为重要。因为在没有导购的情况下,人们都是通过阅读产品包装上的问题说明了解商品属性以及思考商品是否值得自己购买。并且文字能够很好的传达产品信息以及感情表达。并且,消费者针对于不同的文字表达形式会产生不同的反应,如果文字过于繁琐复杂,可能会导致消费者产生反感心理,在

看到此类商品的时候,第一反应就是逃避,这是不利于商品的销售的。还有就是很多上了年纪的消费者文化水平有限,识字能力也有限,再加上年纪大了,实力会有所降低,所以文字过小也会对其购买欲望造成阻碍。一般情况下,商品的文字设计可以采取多种形式,比如说以图片作为主体,将文字以注解的方式标注在图片旁边,可以使得消费者更加直观的了解商品的形状以及使用性能。而对于年轻的消费者,新颖的文字形式以及设计风格可能会更加具有吸引力。

### 3.3 图形设计对消费者的影响

了包装设计上的图片,实际上起到的作用就是帮助消费者更快更好地了解产品。但是需要遵循的一个原则就是图片需要与商品的实际情况相符合,不能存在夸张或虚构的地方。容易引起消费者投诉的地方就是购买商品的性质与图片严重不符合,严重的侵犯了消费者的权益。并且使用图形设计的一个好处就是,与文字相比,图片对于消费者的吸引力更大,消费者不用花费大量时间精力去阅读商品上面的文字说明,而是通过观察就可以直接得知商品的基本性能,所以说图形设计对于商品销售而言有着众多好处。但是图形设计也并不容易,而是需要考虑到包装的大小以及图形的排版形式,如何能够突出产品特点而有不会影响到产品的销售是图形设计需要重点考虑的问题,因此,在图形设计的时候必须将图片进行合理组合,使消费者产生强烈的视觉冲击。

### 3.4 色彩设计对消费者的影响

人们对于色彩的敏感程度是很高的,因此色彩设计也会影响到商品的销售情况。我们都知道,在购物的时候,人们总会在第一时间注意到那些色彩斑斓的商品,而商品颜色偏重,比如说黑色、灰色等暗色调,则不会引起人们的注意。因此,合理利用色彩设计将会对商品销售产生意想不到的效果。但是这并不意味着,任何的暖色系都会增加商品的销售数量。在日常购物中,我们可以注意到,一般上饮料等饮品的包装都是绿色或者蓝色的,主要原因在于饮品主要是用来消暑解渴的,而蓝绿色会让人们联想到水,从而感受到清爽的气息。而糖果的颜色则是红色以及黄色等暖色系,会让人心情变得很好,增加人们的购买欲望,所以,针对于不同商品,必须要合理选择色彩,通过成功的包装打开商品销路。

## 4 结束语

总而言之,包装对于商品销售而言是一项深奥的学问,需要综合考虑。经济水平的提升以及人们生活水平的提高使得人们的消费水平和之前相比也有很大提升。并且人们购买商品时,除了追求质量之外,也更加看重商品包装的美感。精美的包装更容易吸引人们的眼光并且激发其强烈的购买力。并且,包装设计除了需要考虑包装材料之外,图片以及色彩设计也很重要。所以人们在设计包装的时候需要综合考虑,从而提升商品的销售数量。

## 参考文献

- [1]黄志刚,朱慧,俱浪.包装对产品销售的影响研究[J].北京工商大学学报(社会科学版),2006,21(3):59.
- [2]赵雅丽.论包装设计对产品销售的重要性[J].大众文艺,2017(10):83.