

品牌产品包装设计与创新性研究

巫家锐,高 涵,孙丹丹^{通讯作者}

(长春工程学院 建筑与设计学院,吉林 长春 130000)

摘要:在新形势下,我国市场经济体制不断深化改革,针对店铺包装而言,也需要充分做好设计优化工作,在品牌产品包装设计方面进一步有效创新,使其独具特色,呈现出自身的优势和竞争力,这样才能充分体现出应有的品牌价值,为自我经济效益的提升提供必要的支持。结合这样的情况,下文以店铺产品包装形象为例,重点分析品牌产品的包装设计和创新策略等相关内容。

关键词:店铺品牌产品;包装设计;创新策略

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.12.320

1 引言

针对店铺产品进行包装设计的过程中,要具备良好的创意,体现出包装设计的创新性,这样才能更有效的吸引顾客,通过自身的造型或者特殊材料等相关方面的有效应用,使品牌产品的包装设计水平得到显著提升,独具特色,让人耳目一新,这样才能充分体现出店铺产品的品牌效应,进而获得更大的市场份额,吸引更多客户进行购买和体验,适应现代社会消费者的客观需求,进而充分体现出产品的价值和作用,为店铺实现可持续发展奠定基础。具体来说,店铺产品的品牌包装设计创新策略主要体现在以下几个方面:

2 结合店铺产品的属性,在包装造型方面进行创新设计

要想充分确保品牌产品的包装设计,呈现出更加良好的效果,有创新的实际成效,要根据店铺产品的品牌属性、特性等等,在包装造型方面进度改进和创新,以包装造型设计为切入点,体现出相对应的创新成效。例如,针对店铺中的日用品和食品的包装造型而言,在实际设计过程中要充分体现出产品的不同属性,然后在造型方面要进一步结合相对应的产品材料来进行科学合理的设计,充分体现出材料的安全性和可靠性。在包装造型创新设计方面要充分遵循具体情况,在造型方面进行进行有效创新。如:法国依云矿泉水在瓶的造型包装设计方面,结合市场需求和创新需要而推出节日纪念版或者限量版的玻璃瓶装水,在瓶子的材料方面进行创新和改进,和设计界的大师进行强强合作,推出具有艺术气息和质感的玻璃瓶限量版的矿泉水,这样可以进一步提升该矿泉水的品牌价值,同时也受到更多消费者和设计师的喜爱和青睐,因此也占据更大的市场空间,使店铺的品牌产品有更加广泛的群众基础。

3 结合材料的可持续性,在包装材料方面进行有效创新

在可持续发展理念的推进之下,针对品牌产品进行包装设计的工作中,要从包装材料等方面进行不断的创新和改进,在材料设计工作中,要融入可持续发展理念和全新的设计原则,尽可能有效应用绿色环保材料,在更大程度上提升包装材料的利用率和可回收性,这样才能体现出应有的节能减排、绿色环保的创新设计效果,使可持续发展理念得到充分的体现。例如,针对店铺中月饼产品进行包装材料设计和应用的过程中,可以更充分的应用可降解的纸张进行相对应的包装设计,这样能够体现出包装材料的可降解性和可回收性,去除传统的过度包装或者包装材料存在危害性等相关方面的问题,这样能够进一步有效提升月饼的包装设计水平,体现出可持续发展效果,减少不必要的浪费。

4 有针对性的结合人和包装的情感,进一步有效实现人性化的创新设计

针对品牌产品进行包装设计的过程中,在创新设计环节需要充分体现以人为本的基本原则,这是永恒的宗旨,不管怎样进行创新,都需要体现出为人民服务、以人为本的相关理念。因此在具体的创新设计过程中,要充分体现出人和包装的内在情感和有机联系,以此为基准进行相对应的包装设计,这样才能体现出应有的设计成效。例如,在造型方面要符合人机工程学的相关原理,确保相对应的包装设计给人亲切

感和便利性。同时,在包装的图案、颜色等相关方面,也要进行科学合理的设计,使人和包装的情感进一步拉近,在设计的过程中可以通过卡通形象和鲜亮的色彩,有效增强消费者的好感和购买欲望,进而体现出应有的创新设计效果。例如,在针对面膜进行设计的过程中,可以有效利用《冰雪奇缘》中的女主人公的形象进行相对应的设计,以此形象为立足点进行创新设计,这样可以进一步有效拉近整体包装和人的距离,通过美好形象的确立,使消费者更容易接受和认可,有相对应的购买和消费的冲动和欲望,特别是女孩子无法抵抗这样的情感策略。

5 巧妙应用包装中的色彩进行创新设计

在包装的色彩方面进行创新的设计,对于产品的包装效果和营销质量的提升有着关键性的作用。包装的色彩首先反映到消费者大脑之中,是关键性的信息,比包装中的文字更加形象直观,更容易引起消费者的购买欲望。例如,针对还不识字的学龄前儿童而言,在挑选商品的时候,往往是通过包装色彩来传递信息的,儿童对于色彩有着特别高的敏感度,在包装设计过程中,可以有效通过高纯度的艳丽色彩迎合儿童的心理,进一步有效拉近商品和儿童心理的距离,这样可以进一步有效提升相对应的儿童产品包装设计效果。针对儿童食品进行包装设计的过程中,可以在色彩方面进行巧妙的设计,融入粉色、黄色、橙色、绿色等相关颜色,在具体的设计过程中有效融入,这样能够拉近儿童和用品的亲感和认可程度,通过色彩方面的巧妙应用,把握心理学的相关内容,进而体现出应有的包装设计效果。

6 结束语

通过上文的分析,可以充分明确,在当前的店铺品牌产品包装设计过程中,进一步有效结合消费者的心理需求和市场定位特点等,针对品牌产品进行包装设计,不断的创新和完善,对于产品的营销质量和价值的体现有着关键性的作用。因此,在实践的过程中要结合产品的属性和材料等等进行深入的分析,然后以此为基础,进一步有效创新设计,通过更让人耳目一新,更有效拉近消费者距离的包装设计吸引消费者的目光,确立自身的品牌形象,通过独具一格创新设计,体现出品牌的理念和特色,这样才能进一步有效提升品牌产品的价值和作用,在人与包装之间的情感方面进一步有效加强,通过创新设计手法,使品牌产品的综合效益充分呈现。

参考文献

- [1]王章旺,刘斯.从“情感需求”走向“包装文化”——谈趣味性包装设计[C].第二次全国包装教育与学科发展学术会议论文集,2019:61-64.
- [2]拉兹罗·鲁斯,乔治L威本佳.包装设计图形手册[M].沈阳:辽宁科学技术出版社,2013:154.
- [3]李晶.包装设计的突破与创新——论食品包装中的趣味性设计[J].中国包装工业,2013(2):15-16.
- [4]诸葛雨阳.趣味包装设计的分类与设计手法研究[J].美术教育研究,2016(4):42-43.

通讯作者:孙丹丹,视觉传达设计专业,副教授。