

环保包装探析——以洋酒市场为例

黄党华

(深圳市永春行贸易有限公司,广东 深圳 518000)

摘要:进入 21 世纪,不论时代如何快速更迭,经济如何飞速发展,“绿色,环保”一直都是不变的发展时代主题。全球的环保产业和意思都进入了快速发展的阶段,逐渐成了支撑产业经济效益良性增长的重要力量,并成了众多中国核新和调整产业结构的重要目标和关键;伴随着国民环保意思的逐步提升,国家对于环保观念重视程度的不断提高,愈来愈多的具有环保意识的消费者推动品牌对社会和环境更加负责,“环保包装”一词已经不再是一个流行词。面对国内酒包装资源浪费的现象,洋酒率先展开了环保包装的创新,通过对包装进行瓶盖、瓶身的简约设计和利用以及中西文化重组,让洋酒不仅兼顾了环保与质量,更是有利于树立良好的市场品牌榜样。以下,本文将通过洋酒市场对环保包装进行细致的分析和阐述。

关键词:环保包装;洋酒市场;意识

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2022.16.112

引言:社会生活的节奏愈来愈快,环境保护和绿色环保成了当今时代下的人们关注话题。人们的环保理念也在不断提升,在消费的理念上也随之发生了较大的变化,简约环保主义登上了时代的发展舞台,在全球掀起了流行之风。经过了 20 世纪节衣缩食的贫苦,也承受过财富积累之后的喧嚣,现阶段下的人们经历到平和安泰的时光阶段。在家有余粮的时代之下,理性消费,环保消费成为了他们的最新追求。21 世纪,我国将长时间进入“低碳经济”的过渡时期,“低碳”成了今年两会的最为重要的发展关键词,这是一种降低污染、降低能耗、降低排放的环保时期。这同样也是当今世界上非常流行的推行方式。党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视生态文明建设和生态环境保护的工作。万物皆生相生相克,站在低碳经济的角度去看洋酒市场,现如今,环保包装它已经被赋予了特别的含义。是民众在对环境进行保护工作中的一个尤为重要的特别成分,洋酒品牌为了可以进军更多的洋酒市场,许多企业都纷纷走上了环保包装的道路,通过立足于国策、立足于消费者,进而达到占据市场份额的目标。根据优秀工艺技术引导环保包装变成发展趋势,通过在发展的过程中降低产品包装成本,引领酒类产品包装绿色、生态、环保的发展方向,在降低包装成本的基础上更好提高产品品质,在新时代充分满足消费者对美酒的需求。

1 国内外发展趋势

国内:中国的酒文化一直以来都是中华文化饮食文化至关重要的建构部分之一。伴随着社会经济的发展日趋壮大,消费者对于酒的喜欢已经不再是酒的本身,更多的是中国酒文化带来的更深层次的意义。因此,酒包装越来越备受消费者的关注与重视,酒包装所凸显的文化内涵与价值在中国的酒文化中也日益重要。

为了加快推进绿色低碳发展,助力实现碳达峰碳中和目标,日前国家市场监督管理总局与国家标准化管委

员会,联合发布 GB 23350-2021《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》强制性国家标准(简称:商品包装新国标)。其中,对于酒类商品过度包装的情况也做出了明确要求。

为进一步减少塑料包装的污染,鼓励可降解塑料的发展,近年来,国家不断出台政策鼓励可降解塑料、环保塑料的发展。2021 年 7 月 7 日,国家发改委印发《十四五循环经济发展规划》,要求到 2025 年,再生资源循环利用能力进一步提升,再生资源对原生资源的替代比例进一步提高。未来,在塑料包装行业,环保绿色的可降解塑料的应用比例将会不断提高。

为了鼓励各大酒类企业通过产品创新来保持企业发展活力,同时为包装设计爱好者搭建展示才华的舞台,并向社会及消费者展示最前沿、最时尚的酒类包装设计理念,由中国酒业协会举办的“中国酒类产品包装设计创意大赛暨最美酒瓶设计大赛”自 2018 年至今已经进行了三届。随着新型生态包装材料的开发以及应用,低碳可降解回收的洋酒包装将成为市场的重要部分之一,中国的洋酒市场也将进入“生态包装”的时代。

国外:一个寻求成为世界上最可持续发展的酒的品牌是卡尔瓦多斯酒生产商阿瓦伦,它以回收玻璃瓶和废苹果浆标签的形式提供环保包装。包括帝亚吉欧、保乐力加和百加得在内的主要企业计划推出纸瓶装洋酒。2021 年 4 月,由 Frugalpac 公司为 Silent Pool Distillers 公司的 Green Man Woodland Gin 创造的第一个纸瓶装洋酒上市。这种瓶子比玻璃瓶轻五倍,使用的塑料比其他塑料产品少 77%,其碳足迹比玻璃或聚萘二甲酸乙二醇酯塑料瓶低六倍。纸板层由 94%的再生纸制成,而独立的包装袋也可以回收,使瓶子 100%可回收。保乐力加(Pernod Ricard)也加强了其可持续性游戏。除了计划中的绝对伏特加的纸瓶外,该公司还发布了 2021 年绝对版的瓶子,该瓶子由 60%的可回收玻璃制成——这是迄今为止该品

牌最可持续的设计。该公司还公布了 Beefeater London Dry 杜松子酒的可持续设计。“新的酒瓶使用 100%可回收的玻璃,现有的塑料瓶盖已被高级压花铝盖取代,标签也从 PVC 转为纸质,给人以精心制作的优雅感觉,” Beefeater 全球品牌总监 Murielle Dessenis 解释说。“这些减排措施使该品牌每年创造了 410 吨塑料的节约量(相当于 1700 万个标准塑料水瓶)。”意大利瓶盖制造商 Labrenta 披露了其 2030 年绿色协议计划,承诺使用更多的可持续材料并采取内部措施,以降低公司的环境影响。

2 酒类市场的现状

2.1 过度外表,忽略环保。现今的洋酒市场中,排除掉广告推销的正面战场之外,包装也成为另外一个没有争夺板块,酒品的包装设计与环保紧密挂钩。酒瓶包装已经不再是往昔浮夸的设计装饰,而是迎合现代流行的环保理念,对其去奢侈,增简约,凸显环保理念主题,这些举动增强了品牌的创新精神与企业的文化内涵,用环保包装紧抓消费者的第一视觉印象与货架对比出来的差异化效果。与国外相比,我国的酒瓶包装就显得繁杂许多,造型千奇百怪。但是包装的材质却是一直都已难降解、难二次利用的油沫塑料以及金银质地的卡纸进行包装,这无形是对于资源的浪费,以及带给环境更大的污染压力。

2.2 材料过度浪费,质量难保。在包装材质的抉择上,不同纸质类的容器依旧占据这主要的地位,最近几年木质、金属、塑料等材质在市场有所增加,出现了厂家过度过分依赖于包装的现象,包装不定性,一直处于更换频繁的局面,无形中造成了资源上的浪费,更给消费者留下浪费的品牌印象。整体来看:酒盒的包装造型与结构设计,粗制滥造的现象比较严重,包装材料对环境污染也十分严重。

2.3 塑料材料的错误使用。近几年,我国国内的知名白酒品牌。例如像“五粮液”等都改换成了塑料材质的外壳包装,塑料材料难降解,是没有办法进行二次循环利用的,这对于不论是资源还是环境都是一大浪费和危害。

3 洋酒市场的环保包装

长期以来,洋酒生产企业们越来越多地将设计关注到他们产品的外包装上,并为其纳入了新的含义特征,面对中国的市场,不仅吸纳了许多本土文化元素,更是确保设计对环境友好,将资源的浪费降到能力内的最低值域。他们的设计出发理念无疑是紧抓着两点:首先是凸显健康的理念;其次是凸显绿色生态、生态环境保护等。

3.1 瓶盖的环保化。Labrenta 的 T 型瓶盖被设计为可长期重复使用,并采用无胶水系统技术,避免使用人工胶水。此外,阀杆是用 sughera 制成的,这种材料可以重复利用软木生产中的废料,并将塑料聚合物的用量降到最低。

木塞式的瓶盖:单个天然软木塞的碳负排放量达 309 克,而使用更多软木制作的起泡酒瓶塞则更高达 562 克。这意味着软木塞在减少制造玻璃瓶的碳足迹方面发挥着重要作用。所以软木塞在碳负排放量的优秀表现,可以有助酒商对保护环境做出巨大贡献。是兼顾环保和可再生

资源很好的材料。

3.2 包装上的文化化。与中国的酒相比,外国就没有中国酒包装的复杂,传统的生硬包装已经很难满足消费者的需求。他们愈来愈追求文化性,追求在简约上点缀不一样的文化亮点。西班牙的荷塞食品企业在葡萄酒的外包装设计上使用区别于以往的设计风格,采用独具一格的漫画手法对其包装进行生动故事化,加其简约的纸质类包装材质,在上面使用漫画,用 10 个部分去呈现荷塞集团的董事长薛客卿在西班牙著名的葡萄酒学院留学到结婚再到将葡萄酒带入中国市场的全过程。这样,在消费者清晰了解了葡萄酒的历史和故事的基础上,还很巧妙地节省了资源,为环保出了一份力。简约时尚的包装让消费者看到了包装的活力,更最大程度上打动了消费者。

3.3 洋酒的中式转化。洋酒品牌中他作为以中国人的味蕾所定制的烈酒,在包装可谓是下足了心思,包装设计灵巧将中国的文化内涵所包容其中,将中国盛行的简约朴素元素与中国古约元素融合其内,用祥云缠绕来预示开放前进的光明之意,以及包容,接纳的时代精神。该产品具有三新(新工艺、新口感、新饮用)、两低(低糖分、低脂类)、一融合(一品中西)的特点,这带给了消费者不一样的视觉和嗅觉体验。另外,洋酒也有着使用木制盒子作为包装的品牌,木制盒子在使用之后还可以进行二次的回收投入使用,具有较强的观赏性以及实用性。

3.4 材料上的纸质化。伴随着大众消费者的环保意识大幅度增强,在酒类的市场上,威士忌、啤酒、红酒都加快投入了纸质瓶包装的设计与开发进程之中。以苏格兰的威士忌洋酒品牌为例,他们的口号是“零塑胶、纸瓶包装”,在 2021 年推出了全球“100%零塑胶”的威士忌,雾面化的纸质包裹着瓶身,凸显该酒的大气沉稳;纸瓶包装款,通过将永续式的木浆放进相应的模具中年提升温度而制成,在第二次的回收利用中可以达到最大的使用效能;另外由于纸瓶本身的重量要比其他材质的重量要轻,所以,在运送的过程中,无形地减少了碳的排放,间接地保护了环境。

3.5 包装的质量与环保的两者兼顾性。Artisan 葡萄酒公司出品的 PaintedTurtle 葡萄酒曾因其 PET 酒瓶荣获了两项可持续包装大奖。PET 酒瓶应用了比玻璃更轻、更可持续发展的容器,从而引领了洋酒包装的未来发展趋势。这个酒瓶 100%可回收,750 毫升的酒瓶仅重 54 克,瓶内涂有硅油阻隔层,不仅有效保护了酒的质量,而且在回收过程中也易于分离。

3.6 包装的灵活化。许多年以来,洋酒企业一直都在致力于对包装的环保创新和设计,市面上的洋酒外形包装多种多样,除去玻璃质地的酒瓶之外,罐装的酒瓶在近几年也逐渐出现,伴随着消费者对于可持续、绿色环保、便利产品的尤为青睐,罐装的葡萄酒显著增长,易拉罐用其轻量化可以实现完全回收利用的优点,共同与 PET 塑料和 keykeg 酒桶共同处于领先的地位。例如:英国初创公司

Nice 在 Sainsbury's 超市推出了一款罐装葡萄酒,这是一种便利、优质、包装环保的葡萄酒。Nice 采用 100%可回收利用的包装,这使它成为 Sainsbury's 不折不扣的选择,这一类别的葡萄酒在美国取得了惊人的表现。

4 洋酒走环保包装的优势

4.1 有利于洋酒品牌走可持续性的道路。在当今的世界上,“环保”已经成了一个重要发展趋势,企业的发展与环保并不是冲突,水火不容的矛盾体,而是相融共生的关系,环保包装是促进洋酒企业进行可持续发展的有效途径之一。所以众多国家以及企业都已经推出了环保的经营理念以及思想内涵,这是顺应时代发展趋势的重要战略,洋酒企业将包装环保化是响应了“环保”理念意识的号召,这是有利于企业各方面进行可持续发展的,并为洋酒企业源源不断地注入了新鲜的活力。在市场方面,发展空间会更大的广阔,中国最为世界上洋酒市场,拥有着很大的销售份额红利,而走环保包装理念路线,恰恰是进一步打开中国市场最有意义的一步,环保包装顺应了国际环保发展趋势的需要,在环保消费浪潮的推行之下,越来越多的消费者倾向于购买拥有着环保包装的洋酒,这在对外的产品贸易中也是更容易被市场所接纳的,同样的,这与中国的发展理念也是不谋而合的,在此情况的基础之下,洋酒企业至少在大方向的发展理念上是与之一致的,使得洋酒企业可以与环保中发展,实现双赢的目标,向更长远的目标前进。

4.2 有利于洋酒的品牌文化与时俱进。品牌文化对于该企业来说是至关重要的,这可以说是企业的精神发展内核,更是象征一个企业文化的生命力。针对企业的品牌文化要想走得长远,那么品牌的文化是不可以一成不变的,也应该有兼收并蓄的收纳过程。包装是企业进行宣传品牌的重要媒介之一,洋酒企业通过将“环保”理念融入到品牌文化的举措,将时代先进的思想内涵注入企业的管理理念之中,社会的责任感就将成为企业管理发展最为重要的一环和考虑因素之一,环保成为他们发展和创新的共识之处,逐渐,企业品牌的内在内容也将会被丰富化,例如包装环保、建议要理性饮酒等等。另外,当赋予洋酒包装的基本功能之外的另外一种功能之后,在此被使用的同时,企业产品的品牌形象也就随着得到了再次意向性宣传的效果,这对于提升洋酒企业也有着重要的意义。这些理念与社会发展的理念相呼应,有着大意识的关注行为,让洋酒品牌文化在环保中与时代同步发展,永远都处在一个前进的局面之中。

4.3 有利于推动企业的改革创新。改革创新是一个企业的核心竞争力,是一个企业生存和推进发展的灵魂,企业要想紧跟时代发展的步伐,就必须要进行改革创新,那么,洋酒企业推行环保包装这一重要的举措就是落实环保理念的重要战略步骤,落实环保绿色的文化理念在企业的发展中是可以形成很有效的企业竞争力,优化企业的内部格局和思想意识,为企业的进一步发展进行适应

性的升级。

4.4 有利于环境的治理。地球环境作为我们人类赖以生存的家園,为我们提供了优越的生存环境和前提。但是由于人类在发展过程中对环境造成了许多的破坏,环境问题成了世界各国的滞待解决问题。对酒瓶进行环保包装,在一定的程度上,环保式的包装以其合理化的创新技巧增强了包装的使用性能提升了包装的多次使用次数,这是有利于资源的节约;另外在对包装进行复用设计,让包装在原本功能丧失的阶段,在对其进行二次的加工,并赋予它其他的有效性功能,得到最大的利用化。

4.5 有利于市场的良性化运转。市场的定位是可以创造差异化的,有利于塑造企业特有的形象,市场是连接消费者和生产者有效的中介,是了解消费者需求,增强企业竞争力的重要支柱。当今的洋酒市场当中,在五种具有生命力的营销方式,环保营销是符合社会的发展要求的,是有助于推动市场向着良性化进行运转的,在洋酒企业进行环保产品营销的过程中,洋酒市场也会受到相应的影响,受其波动而进行相对应的转变,逐渐地引领市场朝着健康环保的方向转航,顺应可持续发展战略要求,从而促进经济和生态健康协调发展,实现洋酒企业的利益、消费者的利益、社会的利益以及生态环境方面的利益归为统一。

结束语

21 世纪,“环保”是亘古不变的时代发展主题,它贯穿在各行各业当中,在大众消费者环保意识的逐渐加强下,洋酒市场也不例外,“环保”一词近几年也成了业内的共识,洋酒的企业都在不留余力地对酒瓶的包装进行环保包装,通过许多巧妙化的设计,也是小有成就,这对于环境的保护、资源的节省等方面都做出了巨大的贡献。时代在不断发展,技术在不断的进步,洋酒市场的环保包装仍旧还有很长的路要继续,还需要企业们的不断创新,为消费者提供良好的产品的基础之下可以兼顾环保,从而实现双赢。

参考文献

- [1] 杨开吉编译. 纸浆模塑的可持续性将推动包装市场在 2024 年前强劲增长[J]. 造纸信息, 2021(4):65-65.
- [2] None. 诚宇包装项目计划投资 20 亿元, 布局全球环保包装市场[J]. 包装前沿, 2020(1):1.
- [3] 金爱晖. 绿色环保材料在包装设计中的运用——评《环保包装设计》[J]. 环境工程, 2021, 39(5):1.
- [4] 彭丽丽. 从生态环境角度浅析绿色环保包装材料的应用[J]. 皮革制作与环保科技, 2021, 2(6):2.
- [5] 范军红, 沈晓芸. 软包行业环保工艺, 智能制造高峰论坛实录[J]. 包装前沿, 2021(3):8.

作者简介:黄党华(1973.07-),女,汉,籍贯:广东梅州,深圳市永春行贸易有限公司,大专,研究方向:大型洋酒贸易。