

简约设计理念在餐饮包装设计中的视觉应用

俞雪飞扬

浙江理工大学艺术与设计学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2023年2月8日; 录用日期: 2023年3月6日; 发布日期: 2023年3月13日

摘要

在现代市场境况下, 包装设计面临着多元化的挑战, 商品是否容易被接受取决于包装意境的打造是否与消费者产生情感共鸣。在餐饮包装设计发展的历程中, 简约设计风格仍符合大众的生活价值, 设计由纯粹装饰化转向趣味功能化, 强调简单明了的图形与排版, 坚持可持续发展的绿色理念。通过简约的包装材料, 合理的包装结构, 主次分明的设计排版以及文字与色彩的搭配应用来创造个性化的意境, 以贴近大众所践行的绿色环保的简约生活。

关键词

包装设计, 简约设计理念, 意境, 餐饮, 视觉文化, 绿色发展

The Visual Application of Simple Design Concept in Catering Packaging Design

Xuefeiyang Yu

College of Art and Design, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Feb. 8th, 2023; accepted: Mar. 6th, 2023; published: Mar. 13th, 2023

Abstract

In the modern market situation, packaging design is faced with the challenge of diversification, whether the product is easy to accept depends on whether the packaging artistic conception has emotional resonance with consumers. In the course of the development of food and beverage packaging design, the simple design style is still in line with the life value of the public. The design changes from pure decoration to interesting function, emphasizing simple and clear graphics and typesetting, and adhering to the green concept of sustainable development through simple packaging materials, reasonable packaging structure, clear primary and secondary design layout and

文章引用: 俞雪飞扬. 简约设计理念在餐饮包装设计中的视觉应用[J]. 设计, 2023, 8(1): 35-40.

DOI: 10.12677/design.2023.81006

text and color collocation application to create personalized artistic conception, to close to the public practice of green environmental protection of the simple life.

Keywords

Packaging Design, Simple Design Concept, Artistic Conception, Catering, Visual Culture, Green Development

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 简约主义风格概述

1.1. 简约主义的定义

简约主义最初来源于 20 世纪初的西方现代主义，其核心思想是密斯所倡导的“少就是多”的设计哲学理念。这种新定义的艺术形式迎合了人们渴望在视觉效果中寻找净土的目的。为了将自己从繁琐和多余的装饰中脱离，简约主义和减少主义的边界逐渐模糊，减少主义强调“减少，减少，再减少”，但一味的减少又似乎和简约的理念背道而行。和单纯的减少不同的是，简约更加突出运用简单明确的设计语言将过度饱和的画面效果中和，合理精致地组合现有的设计要素，用简洁、含蓄的笔画描绘出人们所推崇的简洁大方，来缓和视觉被繁琐和多余所包裹的疲劳感。

1.2. 简约设计的内涵

简约设计是一种设计风格，它往往将设计元素中的色彩、线条、图形、原材料简化到最少。这些极简元素的结合，使得视觉体验富有层次，但往往被简化的信息会更难表达其设计内涵，可能会因为过于简单而表达的毫无意义，也可能很难准确无误的表达其意。这对设计师而言，想运用好简约设计风格并不是件简单的事。不仅要满足产品包装美感的同时，又要融入产品的内涵。将表层美感和深层内涵相结合，还得不失简约的调性。如何去平衡这个度以达到和谐，这也是简约风格的难点所在。

2. 简约设计在餐饮包装中的呈现

2.1. 由纯粹装饰化转为趣味功能化

餐饮包装要强调适度与美观，在避免外包装华而不实的前提下，用简单干净的设计巧妙强调作为包装本身的用途。反观复杂无用的包装设计，过度原材料的使用使得人们的视觉焦点聚集在包装的美化而不是包装的功能性。包装的功能无外乎要贴合产品，要根据所包装的产品制定大小合适的外包，并且运用符合餐饮的材质进行制作。在强调功能化的同时也不能完全不考虑美观。包装设计的发展历程中，拥有个性化艺术张力的品牌塑造是如今市场的需求，也容易赢得消费者的青睐。要想在琳琅满目的商品中拔得头筹，包装中的趣味功能性是拉近与消费者近距离沟通的渠道。趣味功能性在包装上被传递能够很好的缓解消费者对于千篇一律包装的逆反心理，并且通过独特的创意设计增强消费者在使用时的体验感。想要体现包装的功能性不止趣味感一种，还有许多不同的方式，不过简约与趣味的结合使得包装焕发出不一样的生机。在原本朴素冷静的包装中增添了主观情感，这使得整个品牌变得别具一格。由纯粹的装饰转为趣味功能的最大原因在于消费者对于产品品质的追求，不仅追求产品的本质，而且对包装也变得

更加挑剔。华而不实的包装已经糊弄不过现在的消费群体，反而简约大气的设计变成了人们心中的白月光[1]。

2.2. 简单明了的图形与排版

从餐饮品牌的包装角度上分析，对产品特征起重要因素的便是包装上的图形编排。通常情况下，为了让消费者感觉购买此类商品后物有所值，往往会在包装上大量的填充图案，但就算是有规律的图形填充也会使得消费者产生视觉疲劳，再加上产品未能达到消费者预期，复购率将会明显低下。同时，在图形编排的过程中要考虑对消费者的人文关怀，简约视觉意境中的图形是对产品特点的高度凝练。无论是具象图形还是抽象图形，线状的还是体块的，只要图形整体体现出和谐稳定，便不会影响整体包装的韵味。平面设计中的画面构图便是将这些图形与文字有机结合，并且有秩序的进行排列。通过对各部分节奏的把握，将它们的虚实、疏密、动静对比融入到各个维度中，在画面相对平衡的状态下突出一个视觉焦点，那么整个视觉的张力效果就凸显了。排版的核心在于整合，不是为了单一体现设计要素。图形，颜色，字体，这三者贯穿包装的始终，若能运用它们强调设计韵味并将设计内涵简单明了的讲述给消费者，或者在这三者之间达成取舍，那这样的包装设计必将受到市场的欢迎。

2.3. 可持续发展的绿色理念

简约设计理念还应该展现绿色环保的思想，在保持简约的前提下，设计师要对所做的包装进行调整。首先就是材料的选择，材料的选择要贴合产品本身和包装的功能，不同的材料会展现出不一样的视觉体验，同时还要结合简约的设计调性和产品的内涵，使用绿色可持续发展的材料会更受到大众的青睐。从包装的商业性来说，为了迎合节日氛围，一些节日礼盒限定包装的推出会冲击可持续发展的概念。为了减少多余的非必要的重叠空间及包装材料，将多层设计结构调整调整为单层，借助大气的外表释放包装本身的功能，凭借简约大气的外观进一步提升产品的商业价值，从资源成本和包装制作两个方面进行简化，让设计传承绿色可持续理念。同时，许多饮品行业已经在包装上做出了巨大改变，将不易降解的塑料吸管换成了可降解的纸质吸管，更有者在杯盖上设计出可直接饮用的小口来减少吸管的使用率。显然，绿色发展的理念已经深入人心，简化融入设计的过程中，一些镂空包装的设计正在代替传统的全包设计，相对于传统包装而言，它不断践行绿色发展，也展现了简约设计风格的时尚感。简约设计的概念不只是一种设计风格的代名词，更多的是其环保的内涵。

3. 简约设计在餐饮包装中的应用策略

3.1. 化繁为简的包装材料

为了打造简约的视觉文化体验感，制作包装的材料和工艺是产品品味体现的重要因素。在不破坏产品包装韵味和气质的条件下，优先选择自然、轻巧的材料，从生产工序的源头出发，最大程度上获得消费者的认可。

从包装的层次来说，有给纸盒包装的纸张，打造容器的硬质工业材料以及外盒的综合性材料。为了提升产品的整体韵味，不同质感的材料彰显着属于它们各自独特的性格。平滑的、粗糙的、柔软的、丝滑的……这些材料不仅从视觉上拉近与消费者的关系而且从触觉的角度进行互动。同时，有些自带自然风韵的材料会提升产品的自然感。像牛皮纸这类纸张本身具有独特的触觉纹理，很大程度上会提升消费者对产品的好感度。当消费者打开纸质包装，随着翻折的莎莎声所翻涌出的清香，就仿佛置身于自然一般。再加上容器和外壳这类本身具有工业属性，产品的内在朴素更能引起消费者的兴趣。从工艺加工的角度来说，这些材料只是对原材料的裁剪与运用，不用特意进行二次加工，节省了制作成本，在众多工

业制造的商品中跳脱出来，找寻简约风格的本真。包装材料上，不仅要做到自然、轻巧，还得注意节奏的把握，分门别类地将材料贴合运用到各个部分，由个体再汇集到整体，实现包装美学的最大功效[2]。

3.2. 合理的包装结构

包装的结构取决于产品的体态外形，大多数的产品包装结构会随着产品的外形改变几何构成。简约设计中的结构体态不仅要遵循个性化审美而且要专注是否贴近实用性。研究表明，当我们拿起一个包装时，把手的弧度是否贴近人体美学，是我们对包装结构的第一印象，在视觉达成一致的同时还要满足触觉的体验。尽可能减少对商品外形模仿的设计变化，保持简单灵动的设计效果以符合人体的舒适度。同时，设计师还要巧妙的运用结构空间，运用简约装置的同时实现包装空间的高效利用。在包装饰品的选择中，也尽量避免多余的装饰，让整体的画面效果呈现出清爽感，舒适性。

比如以某款坚果包装为例，利用简易的半包设计结构，如图 1 所示，简单的网兜子材料附和着可爱的松鼠造型，在包装成本控制很好的基础上一旦亲近了消费者，利用网兜子所呈现的不规则造型联想到松鼠鼓鼓的腮帮，形体上巧妙地结合增添了产品的趣味性。利用纸质材料好撕开的特性，简便了消费者的获取方式，同时也符合坚果自然健康的食品理念。



Figure 1. Creative food nut packaging (Image source: Internet)

图 1. 创意食品坚果包装(图片来源: 互联网)

3.3. 主次分明的设计排版

版面设计排版是包装的设计基础，通过主次分明的排版内容更容易定位产品的特点，传达给消费者最重要最明确最可观的信息。通过对设计要素的编排和整合，从视觉引导转向视觉互动，着重产品的特性，提高了消费者的兴趣，增加购买欲望，是品牌营销与消费者互动最直接的设计形式。

一幅好的画面构成会直接影响产品的意境与韵味，排版组织的不仅是设计要素，更重要的是打造产品的独特气韵。在简约设计的理念下，为了追求简约而不断减少设计元素并不可取，而是要寻找符合产品的文字与图片进行有规律，有组织的排版。讲述好画面的情感调性，传达出品牌的企业文化才是排版的精髓所在。设计不是进行素材的杂糅，而是有取舍的组织画面效果，传达设计师所向往的理想意境，

满足消费者对产品的艺术性诉求。如何体现人文关怀和文化素养也是排版所操控的，通过疏密有致的图形分布和文字点缀打造产品的风格化[3]。

由俄罗斯设计机构 Commersart 为亨氏辣椒酱设计的包装如图 2 所示就很具有产品的风格化，三角形的外盒就像是警示的标志，鲜艳夺目的主体形状配合火热的颜色，新颖的排版风格一下就突出了产品的特点“辣到火热”。侧拉式的打开方式增加了包装的互动性，给消费者全新的打开体验。同时，这款包装还自带小分装，一个个灵动的小辣椒形象很容易赢得消费者的喜爱，并能更加方便的定量使用，而且三角形的主包装便于收纳起独立的小分装，设计的恰到好处。



Figure 2. Commersart's packaging for Heinz chili sauce (Image: Internet)
图 2. Commersart 为亨氏辣椒酱设计的包装(图片来源: 互联网)

3.4. 文字与色彩的应用

包装画面中的文字是视觉的基本单位，文字不仅传达的是产品的属性，同时也是装饰性的存在。字体分为印刷体和手写体，不同字体的选择会影响整个产品的韵味。如“汉仪颜楷简”这类字体本身就带有东方韵味，适合打造具有古典气韵的产品。而一些小众产品会选择设计独特的字体来体现产品的风格，当然过多的字体的应用会使得和简约风格相悖，应当选择两三种风格相似的字体即可。把握好字体的选择，拿捏住字体的大小和间距才能使得视觉画面展现出更完美的效果[4]。

当然，文字信息的分类和颜色的搭配是打造包装韵律感的重要因素，包装上的文字信息分为多级。一级信息往往要最醒目，通常采用这个包装上最大的字号和最符合产品特点的字体，能够让消费者准确的定位这个产品的特性。在颜色的搭配上也要注意清爽和舒适，最常见的搭配方式为两种，一是在主文字上添加产品的主色调，二是在主文字呈黑色系的情况下采用产品主色系的图形作为背景衬托。为了晕染出产品简约大方的格调，颜色的使用两三种即可。其次，二级信息往往是商家、产地、商品属性这类标注，通常这类信息的整合往往呈现团块状的排列，此类文字信息应放在包装合适的位置，并且按照信息的逻辑顺序排列，在不失美感的同时，清晰的传达出产品的信息，方便消费者进行阅读。

4. 简约化包装设计的发展趋势

4.1. 回归“少即是多”的简约生活

简约包装设计是具功能性与审美性为一体的体现，人们偏爱简约，更加向往简单有序的生活。一个好的设计风格都因切合大众的内心诉求而受欢迎，都因获得大众的认可而生生不息。面对忙碌的都市生活，人们都想寻求一片净土，找到宁静的归宿。这份渴望就被寄托在产品包装中，在大众使用产品时能承载一些欢喜，回归大自然的天真烂漫。简约风格在餐饮行业的应用达到了理性与感性之间的融合，看似包装设计更加偏向工业属性，但包装所渲染的意境具有鲜明的情感美，符合了人们所向往的生活追求。

4.2. 践行“消除过度”的绿色环保理念

在现代餐饮包装行业发展的历程中，为了追求包装独特博取大众眼球，过度包装的现象成为时代诟病。相比复杂多元化的包装，人们更加青睐于呈现简约绿色环保的设计产品。在设计餐饮包装时，融入绿色可持续发展不仅增加了商品的艺术性和安全性而且拉近了与消费者之间的距离。绿色发展强调淡雅的颜色，简约的图形，富有自然韵味的调性能带给消费者更直观的体验感。践行绿色环保的理念不仅展现了产品的绿色艺术特点，而且丰富了产品的内涵，在众多商品中脱颖而出，加强了消费者的第一感觉。富有独特艺术性的包装能够给餐饮带来意想不到的附加值，激发起消费者的购买欲望。

4.3. 创造“自由组合”的艺术佳境

简约风格的个性没有边界，设计师可以通过自己想要打造的意境来自由组合设计元素。意境的打造可以是禅意的，可以是复古的，也可以是现代的。不像其他风格具有明确的条例，简约更注重感官上的体验，是艺术境界中韵味的赏析。这对众多设计师而言，有更多的机会去发挥个性，去进行主客观的情感碰撞。当然，每个人对情感的表现也不相同，通过食品包装这一媒介也可以给消费者展现对品牌内涵的不同见解，营造个性化的境艺，打造独特的品牌文化。当下的包装设计逐渐偏向于现代感、简约化，有许多小众个性化的品牌深受年轻们的喜欢，这些设计向着人情味和自然感出发，以新颖的搭配方式展现艺术面貌，力求与消费者产生情感上的共鸣。

参考文献

- [1] 栾晓娟. 畅销食品包装设计艺术特色——《畅销食品设计7步》评述[J]. 食品与机械, 2022, 38(11): 245-246.
- [2] 白玉洁. 简约设计理念在甜品包装设计中的应用与研究[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北科技大学, 2022. <https://doi.org/10.27107/d.cnki.ggbku.2022.000129>
- [3] 陈诗茵. 现代简约包装设计中的视觉文化意境传达研究[D]: [硕士学位论文]. 深圳: 深圳大学, 2018.
- [4] 胡卫国. 传统美学思想在现代包装设计中的意义和应用[J]. 中国包装, 2022, 42(10): 33-36.