

视觉传达设计

儿童食品包装的无障碍设计研究

袁恩培, 祝蓬阳

(重庆大学 艺术学院, 重庆 401331)

摘要: 以无障碍设计理论为基础, 结合儿童的认知能力、生理发展和行为模式等特点, 对儿童食品包装进行无障碍设计研究, 分别从材料、造型、开启方式、教育趣味等角度对儿童食品的安全无障碍、使用无障碍、益智无障碍3个方面进行了理论阐述和实例分析, 力求设计出符合儿童实际需求的无障碍包装, 推动优秀的包装产业设计理念的广泛应用, 促进当代儿童食品包装的良性发展。

关键词: 无障碍设计; 儿童; 食品包装

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)06-0001-04

Research on Barrier-free Design of Children's Food Packaging

YUAN En-pei, ZHU Peng-yang

(College of Arts Chongqing University, Chongqing 401331, China)

Abstract: Based on the theory of barrier-free design, combined with the children's characteristics of cognitive ability, physical development and behavior patterns, it mainly discussed three aspects of safety barrier-free, using barrier-free, educational barrier-free of children's food packaging barrier-free design, which was respectively from the material, modeling, open mode, education interest and so on. And this research was just based on, combined with the excellent design concept, which will promote the excellent design concept to be widely used in packaging industry, and take children's food packaging a good development.

Key words: barrier-free design; children; food packaging

儿童食品包装的无障碍设计是基于对儿童认知能力、生理发展和行为模式等特性, 经过详细分析和研究, 提出儿童食品包装的障碍源头, 并将无障碍理念实施到包装设计中, 最大程度地消除儿童在独立接触包装时将会面对的障碍, 让儿童与食品包装的整个互动过程变得更加便利、安全、轻松。

1 无障碍设计与儿童食品包装

无障碍设计是由联合国于1974年提出的设计新主张。在理念提出之初, 面对的人群主要是不同程度的生理残缺者和正常活动能力的衰退者, 实施的领域也主要集中在建筑设施、交通、公共环境设备以及指示系统等方面, 它的实施多为一种政府的公益行为^[1]。随着社会的进步, 不少商业领域也引进了无

障碍设计的观念, 此时的无障碍设计主张以更加宏观的目标受众来推动无障碍设计理念深入到人类衣食住行的方方面面, 如产品设计、私人住宅设计、包装设计、网站设计等。设计师从无障碍设计理念出发, 作出了更多有益的尝试和大胆的创新, 让人们的生活更加舒适便利, 让社会更加和谐和人性化。目前, 人道主义关怀和用户的迫切需求成为推动无障碍设计的绝对动因。

儿童食品包装是食品包装的一个重要分支, 它的独立出现主要是建立在分众包装的分类基础上, 而分众是建立在性别、年龄、社会经济地位、可支配收入、职业和购物习惯等具有差异的基础上^[2]。儿童食品包装的差异是由儿童这个特殊群体的年龄特征、心理特征、生理机能和认知能力所决定的。设计师将无障碍理念引进儿童食品包装设计中, 就应把握儿童的特

收稿日期: 2012-10-19

作者简介: 袁恩培(1954—), 男, 重庆人, 重庆大学艺术学院教授, 主要从事艺术设计教学及理论研究。

点,有针对性地进行设计,在方案设计中避免诱发不安全、有障碍的因素,让儿童即使是在无成人监护的情况下,也能安全、自主、轻松地使用包装。

2 儿童食品包装中无障碍设计理念的实现

我国曾出现多起因包装材料不安全、包装结构不合理而导致的中毒、受伤事件,因此,近年来许多相关学者的研究重点都更关注于包装本身的安全因素。包装在使用过程中是一个“人”与“物”的关系,其中隐藏了很多不定因素。当儿童作为这个“人”的因素时,不定性还会大大增加,因此即使是在完全保证包装本身安全的情况下,仍有可能由于儿童的不当操作而出现危险或无法实现操作目的的情况。设计者要做的不光是关注包装本身的安全,还要在包装使用过程中通过巧妙的设计引导儿童正确操作。儿童食品包装的无障碍设计,并不是单纯地关注儿童的人身安全,对于儿童食品包装所传递的一切信息,是否会对儿童的心理发展造成障碍,也是这里所要讨论的问题。由此可以总结出儿童食品包装的无障碍设计主要有3个目的:安全无障碍、使用无障碍、益智无障碍。

2.1 安全无障碍

无障碍设计的法则都是围绕安全性而展开的,应该说安全是无障碍设计的根基。儿童食品的安全无障碍主要包括材料安全和造型安全2个方面。

儿童食品的材料安全首先要关注材料本身的安全性,一定要选用无毒无害、稳定性强的材料。其次是要考量材料在与食物和外部环境接触过程中的安全性,保证食品在到达消费者手中时仍是安全无害的。对于消费者可能会发生的不当操作,比如自主对食物进行加热或冷冻等外力的干扰下,包装材料仍然不会释放任何有毒有害物质。最后则是在材料的选用上要具备环保性,做到可降解、可回收、再利用。这是每一位包装设计师都应当遵守的职业准则,也是无障碍设计所倡导的理念。

儿童食品的包装造型是另一个容易诱发不安全因素的环节。儿童的生理防御能力还比较脆弱,容易受到伤害,包装的棱角或零部件都是安全隐患;加之儿童的行为习惯、思维意识还不够成熟,在作出判断的时候随意性较大、求奇心偏重,会对他们没见过的

物体产生强烈的探知欲望^[9],可能会在包装的使用过程中误食包装零部件或包装中的添加剂,因此,在包装造型的设计上就要防范于未然。在研究了儿童食品包装的特性之后,可以大致总结出这样一条设计口诀:不分离、无尖角、要趣味。不分离是指包装尽量做到零部件与包装主体的连接。比如翻盖式的瓶口设计,瓶盖与瓶口之间是连接的,见图1。无尖角的意思



图1 翻盖式的瓶口设计

Fig.1 The clamshell bottle design

是避免小于等于 90° 角的运用,过尖的棱角容易刺伤儿童,应更多地采用圆弧造型,既符合安全的考虑,也符合儿童食品包装的造型审美特征。要趣味则是在设计这些安全措施环节时融入趣味性,而不是生硬地将安全规则运用在包装设计上,应让儿童乐于接受和使用无障碍的包装设计。当然,对于设计口诀要灵活运用,在具体实践中要举一反三。

2.2 使用无障碍

无障碍设计的法则中除了安全,还有一个至关重要的特征——便捷。如果安全是无障碍设计的根基,那么便捷就是它的灵魂。对儿童食品包装的使用无障碍来讲,舒适便捷尤为重要。这里主要针对包装的开启方式进行展开研究。

包装最基本的功能就是保护商品,但过分追求对商品的保护而让包装的开启、闭合变得麻烦、费力,这显然也不是一个成功包装所诉求的内容。目前市面上包装的开启方式有很多种,应该根据所装食物的属性选择包装材料和开启方式。笔者将目前运用较多的包装开启方式作了一个优劣分析,判断是否适用于儿童食品包装,并对这些包装开启方式提出了改良措施,见表1。

方便开启与方便闭合的无障碍设计,让儿童在使用食品包装时更加轻松自如。从表1中可以看出,适

表1 食品包装开启方式比较
Tab.1 Comparison of opening food packaging

开启方式	优点	缺点	是否适用	改良措施
撕裂式	便于开启	开启力度儿童不易掌握,食物容易倒出	适用,需改良	运用虚线、压痕等方式设计好开启路径,限制开口大小
拉链式	重复利用性强,便于开启	在运输、销售过程中有被开启的可能性	适用,需改良	将拉链式与撕裂式结合运用
提按式	重复利用性强,便于开启	在运输、销售过程中有被开启的可能性	适用,需改良	将首次破坏性开启方式与提按式相结合
掀拉式	密封性好,便于开启	儿童力度不够,可能导致无法独立开启;会有包装零部件与包装主体完全脱离的情况	较为适用,需改良	运用压痕线设计好开启路径,减轻开启力度,保留掀拉部分与包装主体部分的连接
卷开式	密封性好	需借助工具,开启力度大	不适用	多用于罐头包装,已淘汰
拉片式	便于开启,密封性好	开启力度较大,会有包装零部件与包装主体完全脱离的情况	较为适用,需改良	改用留片式拉环
冠帽式	便于开启,重复利用性强,密封性好	会有包装零部件与包装主体完全脱离的情况	较为适用,需改良	将盖帽与包装主体作连接式处理

用于儿童食品包装的无障碍开启方式都是从儿童生理状况、安全角度出发,让儿童无需借助工具,凭自身力量就可以完成开启、闭合的动作。在国外,专门针对儿童食用特点的食品包装已经得到相当的重视,例如世界首款防倒出儿童食品包装的发明,见图2。这



图2 世界首款防倒出儿童食品包装
Fig.2 The first anti-pouring children's food packaging

款包装的封口处有1个十字封膜,孩子们可以伸手穿过薄膜取东西吃,在不拿东西时,开口即使朝下内装物也不会倒出来,解决了儿童食用时容易倾倒食物的问题,具有相当的实用价值。

2.3 益智无障碍

当代儿童产品包装的特点在于基本功能和附加功能的完美结合^[4]。一般的包装在消费者打开它的那一刻,其使命就已经基本完成了,但由于儿童食品包

装受众的特殊性,所以导致了儿童食品包装还拥有一个非常重要的附加功能——益智。益智功能是基于儿童食品包装基本功能之上,它不仅可以增加商品的竞争力,还可以提升品牌形象,建立良好的口碑。益智无障碍正是要让儿童与儿童食品包装之间形成一种互动关系,既能跨越儿童食品包装的一般功能,实现多功能性,又能在第一时间吸引到消费者,因为具有友好交互的食品包装设计总是能迅速地与消费者构建起感情联系^[5]。

家长在儿童食品包装的附加功能上更注重教育功能,而孩子更偏爱娱乐功能。益智无障碍则是要扫除儿童食品包装中教育与娱乐之间的障碍。比如一款儿童食品包装在所装食品被食用完之后,可以沿设计好的虚线将包装盒拆分为一个与此款食品相关的智力拼图,儿童在玩耍过程中父母也可以加入,这不仅锻炼了儿童的逻辑思维 and 动手能力,还增加了亲子间的互动。世界之星包装设计大赛获奖作品《翻动我·吃掉我·玩耍我》,见图3。这是一款巧克力豆的包装,由9个相连的盒子组成,可以任意地重新组合、排列,呈现出不一样的图案和形状,具有游戏与益智的双重功能。从另一个角度说这种设计思路有效地拓展、延长了包装的循环周期,使能源、材料和资金的投入得到产出最大化^[6]。

在对儿童食品包装的益智内容的设计上要进行



图3 包装作品《翻动我·吃掉我·玩耍我》
Fig.3 Packaging awards "Roll me, Eat me, Play me"

严格把控,传播正面信息和知识,严禁暴力、淫秽或者其他任何会危害儿童身心发展的讯息出现在儿童食品包装上,让儿童的心理发展同样无障碍。有的商家为盈利,在国家对儿童食品包装条规制定得不完善的地方,大打擦边球。如2012年8月17日在腾讯大渝网上披露了云南猫哆哩公司在产品包装上出现的一些比较有争议的广告语,见图4。猫哆哩的广



图4 猫哆哩食品包装的广告语
Fig.4 Maoduoli food packaging of advertising language

告语表述多为一种逗趣的方式,是一种成人式的幽默,比如“再不啃老就老了”、“你喜欢妈妈还是爸爸”、“你们是要离婚吗”等。从成人的角度看这些广告语,会把它作为一种比较黑色幽默、新潮的包装创意形式来对待,但是由于这是一款普通的休闲食品,销售地点也就在一般的超市,所以不可避免地会有各个年龄层的儿童将会接触到这些比较有歧义的包装广告语。儿童的社会阅历、文化知识都处于积累的阶段,思维方式比较直接,很难领会到广告语的真实意思,可能会误导他们的思想,或者对他们在某些问题的看法上造成困惑。猫哆哩的这种包装创意模式是赢得了大家的注目,但是从某种程度上说,这样的食品包

装对儿童的心理发展是有一定负面影响的。这种带有调侃性质的创意设计本身并没有什么错,在国外也非常多见,只不过在运用领域和受众的选择上需要更加谨慎。

3 结语

受众需求的多元化,导致包装设计要不断地引进新的设计理念进行完善和提升。无障碍包装设计是未来包装设计的新趋势,国内外很多包装设计师已经加入到这个行列中,为无障碍包装设计作出了更多有意义、有创意的尝试。作为包装设计的重要分支,儿童食品包装的无障碍设计理应有更多的突破。这里从儿童的认知能力、生理发展状况和行为模式等特性上,较为全面地对儿童食品包装的无障碍设计进行了研究,既关注了儿童生理安全的无障碍,也关注了儿童心理发展的无障碍。

参考文献:

- [1] 黄群.无障碍·通用设计[M].北京:机械工业出版社,2009.
HUANG Qun.Universal Design: Barrier-free[M].Beijing: China Machine Press,2009.
- [2] 汉普希尔,斯蒂芬森.分众包装设计[M].杨茂林,译.北京:中国青年出版社,2008.
HAMPSHIRE M, STEPHENSON K.Demographics Packaging Design[M].YANG Mao-lin, Translate.Beijing: China Youth Press,2008.
- [3] 孟庆红.从儿童的消费心理分析儿童用品包装设计的要点[J].包装工程,2009,30(4):165.
MENG Qing-hong.Analysis of the Essential of Children's Article Packaging Design Based on Children's Consumption Psychology[J].Packaging Engineering,2009,30(4):165.
- [4] 张佳宁,谭一.儿童产品包装设计的附加功能之探讨[J].包装工程,2012,33(8):81.
ZHANG Jia-ning, TAN Yi.Discussion on Added Function of Packaging Design for Children Products[J].Packaging Engineering,2012,33(8):81.
- [5] 单晓彤.论现代食品包装设计的精神诉求[J].装饰,2012(2):141.
SHAN Xiao-tong.To Demonstrate the Spiritual Keynote of Modern Package Design[J].Zhuangshi,2012(2):141.
- [6] 陈烈胜.当代包装附加价值中设计取向[J].装饰,2003(11):63.
CHEN Lie-sheng.The Design Direction of the Affixed Value in Contemporary Packaging[J].Zhuangshi,2003(11):63.