· 纸包装 ·

纸质包装设计对品牌塑造的影响研究

□ 胡继全

摘要:纸质包装设计很大程度上影响着产品销量,关系着产品的市场竞争力。本文以品牌塑造和纸质包装设计的重要性为基础,分析纸质包装设计对品牌塑造的影响,提出品牌塑造过程中的包装设计建议。

关键词:纸质包装;包装设计;品牌塑造

1 品牌塑造

1.1 强调品牌识别

品牌识别是塑造品牌的主要目的之一,其能够帮助消费者区别不同的品牌,主要是通过直观的视觉形象达到这一效果。比如肯德基门店显眼的“KFC”招牌、麦当劳门店前的“m”招牌和“麦当劳叔叔”,都以鲜艳的红黄色搭配抓住消费者眼球,并在消费者脑海中形成深刻的印象。

1.2 统一品牌形象

品牌形象直接关系着企业声誉与经营状况。影响品牌形象的因素有产品质量、广告宣传、环境系统和员工服务等,同一品牌形象能够帮助消费者更深入地了解品牌,并不断加深对品牌的信任,帮助企业积累更多忠实客户。

1.3 突出品牌个性

品牌个性是品牌区别于其他品牌的主要属性,突出的个性往往能让一个品牌快速凸现出来,抢先占领市场。没有一定个性的品牌很容易被同类企业取代,悄然无息地退出市场舞台。所以管理者要注重突出品牌个性,吸引消费者主动关注产品。

1.4 重视品牌蜕变

社会是不断发展的,人们的需求也是不断变化的,品牌的塑造不能一成不变,要善于吸收新时代先进文化和理念,时刻做好改变的准备。曾经风靡市场的诺基亚手机就是因为没有及时顺应时代发展潮流被无情抛弃。而现在大家熟知的知名品牌也都是经历不断变革而保留下来的,因此企业要重视品牌蜕变,以适应消费者的需求变化。

2 纸质包装设计及其重要性

正如古话所说“人靠衣装马靠鞍”,产品也需要包装来装饰,同样的产品,一个被精心包装,一个被简单包装,消费者可能倾向于购买前者。因此包装是消费者对产品第一印象的主要判定依据,它影响着产品甚至是企业在消费者心中的价值和地位。

从经济层面看,美观而实用的纸质包装能够增加产品销量,纸质包装设计是一门与经济关联紧密的学

问,因此企业在设计产品包装的时候,不能齐备投入,要以长远的目光来看待包装设计。

从文化层面看,纸质包装设计还承载着传承文化的价值作用。究其本质,包装是社会文化的综合产物,它受国家经济发展水平、科学技术水平和文化价值观的影响,同时它又是社会文化、审美价值的体现,因此包装设计的发展也是科技进步和创新的重要体现。

3 纸质包装设计对品牌塑造的影响

3.1 纸质包装设计影响品牌辨识度

纸质包装设计最显著的作用就是识别,消费者通过包装来识记产品功能、品牌,因此包装设计会影响人们对品牌的接受度。

3.1.1 纸质包装设计的色彩影响品牌识别度

研究证明,正常人对外界信息的获取百分之八十以上源于视觉,色彩又是人们视觉最容易捕捉的信息,最容易给人留下印象,因此纸质包装设计中的色彩直接关系着人们对产品品牌的第一印象。比如提到麦当劳,人们脑海中的色彩关键词就是黄色和红色,提到旺仔,也是第一时间想到红色的包装,这些都是人们脑海里的品牌印象,也正是因为极具代表性的颜色使得这些品牌产品在同类商品货架上异常突出。企业利用特定的包装色彩系统以及广告宣传不断刺激着消费者的感官系统,加深消费者对自身品牌产品的印象,增强品牌辨识度。不过要想满足现代大众的审美需求,光有一种色彩是不够的,设计师还要适当运用辅助色彩来丰富包装设计,使包装的视觉效果更加强烈。

3.1.2 纸质包装设计的造型影响品牌识别度

产品的纸质包装造型是产品个性化的一大体现,与众不同的造型很容易使产品在同类产品货架中脱颖而出。例如 monster 品牌的茶叶设计成圆锥形,与传统的长方体包装相差较大,给人们带来了新颖之感,于是很多消费者在众多茶叶产品中很快被这独特的造型所吸引,从而对其品牌形成独特印象。

3.1.3 纸质包装设计的图形纹样影响品牌识别度

图形纹样是产品纸质包装设计不可缺少的部分,作为一种直观的视觉语言,好的图形纹样不仅能够美化包装,还能传达并延伸品牌文化理念,帮助消费者认

识品牌。例如星巴克标志性的双尾美人鱼 Logo,体现着早期咖啡商人遨游四海寻找优质咖啡豆的文化起源。

3.2 纸质包装设计体现品牌文化内涵

品牌需要一定的文化作为根基,而包装设计又是品牌文化内涵的体现。在商品经济高度发展的今天,商场、超市里产品琳琅满目,商家要想快速吸引消费者注意并在短时间内向消费者展示一定的企业文化内涵就需要好好利用包装这一视觉语言。

要想在快速更新的商品经济中不被淘汰,就需要将深层的文化内涵融于产品包装中去。比如对于生产女性护肤产品的商家来说,如果坚持使用无刺激的原料,致力于女性皮肤健康管理,就可以在纸质包装上多使用绿色、白色元素,突出草本植物精华的特点;如果是坚持满足不同年龄阶段女性的护肤需求,就可以选用多种装饰来引起不同年龄消费者的心理共鸣,进而刺激其进行消费。

4 品牌塑造过程中的包装设计分析

4.1 纸质包装设计的原则

要想提高纸质包装设计的质量,首先需要坚持两个基本原则,即视觉统一原则和风格统一原则。

视觉效果是评价纸质包装设计好坏的重要标准,为了加强产品品牌的塑造,企业必须建立品牌视觉形象,让消费者一看到品牌标志就联想到自己的产品。这就要求设计师在纸质包装设计中加入视觉统一的标志,例如现在消费者一看到“勾”的图形,就会想到耐克,一看见三叶草图案,就会想到阿迪达斯。无论是耐克还是阿迪达斯,所有产品纸质包装袋上都印有相应的品牌标志,久而久之,人们一看见标志就会自动关联到相应的产品。也因为这样,这些品牌变得越来越为人所知,其品牌名气也越来越大。因此,视觉统一会加深消费者对品牌的印象,帮助企业扩大知名度。

所谓风格统一就是对于同一系列的产品采用统一的包装风格,例如乐事薯片有不同口味,但在设计包装的时候,整体风格也是一致的,主要差别是不同口味对应的图案有所不同,例如番茄味薯片,包装上就有番茄,黄瓜味薯片,包装上就有黄瓜,但“乐事”字样、配料表位置等都是是一样的。

4.2 纸质包装设计策略分析

4.2.1 使纸质包装设计更醒目

虽然网购产业发展迅猛,规模也越来越大,但消费者也仍会选择门店购买方式,这个时候如果没有导购员,产品的包装设计就是产品自身的招牌。尤其是在大型商场中,消费者可选择的商品实在太多,并且消费者是不会把每个商品都仔细看一遍的,这种情况下要想快速吸引消费者注意,就需要产品足够醒目。因此产品的纸质包装设计需要一定程度的醒目,在引起消费者

关注的同时刺激消费者的消费需求。

4.2.2 使纸质包装设计个性化

随着人们物质生活条件的改善,消费水平的提高,人们对产品的个性化需求越来越突出,越是个性小众的包装设计越能引起消费者的兴趣,这就要求设计师在设计产品包装时加入更多个性化元素。当然个性化并不是意味着异类,企业需要对市场进行调研,了解消费者需求、竞争产品状况等信息,对得到的数据进行仔细分析,以此来改进纸质包装设计方案,舍弃过于平淡的元素,融入新的设计理念,提高纸质包装设计的创意性。

4.2.3 重视消费者情感需求

很多企业、设计者会在设计产品纸质包装时忽视消费者情感需求这一重要参考指标。能否满足消费者的情感需求会直接影响产品销量。消费者的情感需求主要来源于消费者的民族情感和消费者的自身经历。民族情感带有很强的民族特色,例如涉及到中国春节的产品大多使用红色作为主色调,红色意味着红红火火,喜气洋洋,符合人们希望过个热闹年的情感需求;消费者的自身经历也会影响其对产品的选择,就好比有人喜欢瓷杯,有人喜欢玻璃杯,纸质包装设计也需要通过多样化的设计来满足不同消费者的需求。

5 结语

时代在不断变化,人们对纸质包装设计的要求也不断提高。产品纸质包装设计作为影响人们对产品、对企业的第一印象,以及影响产品销量和企业利润的重要因素,需要设计师认真对待。设计师要看到消费者和时代的新需求,不断对产品包装进行创新,从而为产品注入新的活力,提升产品品牌形象,实现品牌的长久发展,进而不断增强企业的竞争力。

基金项目:江西省教育厅科技重点项目“基于 AI 的商品包装设计的创新研究”(项目批准号:GJJ191007)

参考文献

- [1] 张圣亮.市场营销原理与实务[M].合肥:中国科学技术大学出版社,2003.
- [2] 吴德明.品牌塑造对包装设计的新要求[J].武汉工业学院学报,2005(02):96.
- [3] 卢明德,陈出云,高宇燕.品牌个性在包装设计中的体现[J].包装工程,2007(05):147.
- [4] 王海霞.包装设计对品牌塑造的影响[J].品牌研究,2020(12):45.
- [5] 张结宜,徐向明.塑造和提升品牌形象的产品包装设计[J].艺海,2018(9):98.

(作者单位:南昌理工学院人文教育学院)