

【视觉传达设计】

老龄化社会环境下常态包装设计拓展性研究

何彤

(四川美术学院, 重庆 401331)

摘要: **目的** 对常态包装设计进行拓展性研究, 使得再设计后的包装既能适用于大众消费, 又能服务于老龄生活, 实现健康老龄化。**方法** 对老年大学、社区、养老院中的老年人开展问卷调查, 对老年人生活进行观察、记录。采用用户参与性设计和情景化描述分享, 根据老龄化人群的生理特征和心理特征, 在常态包装基础上进行适合老年人使用的包装开启方式优化、产品信息呈现以及视觉符号运用研究。**结论** 通过拓展性包装再设计, 证明优化后的设计不但方便老年人生活, 而且能够增强老年人独立生活能力。

关键词: 常态包装设计; 拓展性研究; 关爱老人; 生命质量; 老龄化社会环境

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)22-0035-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.22.007

Extended Research on Normal Packaging Design for Aging Social Environment

HE Tong

(Sichuan Fine Arts Institute, Chongqing 401331, China)

ABSTRACT: The work aims to carry out further research on the normal packaging design, so that the redesigned package can be suitable for the consumption by the public and serve the life of the elderly, thus achieve the healthy aging. The questionnaires with the elderly in the University of the Third Age (U3A), community and nursing house were conducted to observe and record the elderly's life. By adopting client-involved design and contextualized dialog method, accordingly to the physiological and psychological features of the elderly, the ways suitable for the elderly to open the package was optimized, and the product information presentation and visual symbol application were studied based on the normal packaging. Through the redesign of the extended package, it is proven that the optimized design can not only make old people's life easier, but also enhance their ability to live independently.

KEY WORDS: normal packaging design; extended research; care for the elderly; life quality; aging social environment

中国现在已成为老龄化人口最多、65 岁以上人口增长速度最快的国家, 老龄产品的年需求量逐年增加。提高老年人的生命质量, 实现健康老龄化, 为老年人设计安全、舒适的消费环境, 是设计师的一份责任。老化是生命过程的正常现象, 特殊的生命状态, 需要更细微的设计去抚慰逐渐缺失的能力。作为常态包装设计, 往往忽略了老龄群体的特殊性。

1 国内外老龄包装用品现状分析

1.1 国内外老龄化现状分析

2000 年开始, 全球 60 岁以上的老年人口占世界

总人口的比例约 10%, 全球迈入老龄社会。英国设计委员会通过由大乐透基金资助的“Transform Ageing”以设计为主导的方式来改善老龄化的处境, 它将老年人、朋友、家人和照顾者、社会企业家和公共部门领导人聚集在一起, 定义、发展和提供新的解决方案, 以更好地支持老龄社区的需求和愿望。美国“Leading-Age”协会致力于优化养老政策、推广最佳养老实践, 并开展各种相关研究以改善和丰富老年人的生活。世界上老龄化程度最严重的国家是日本, 日本社会对老人关怀从设计的角度考虑得最多的就是“方便”。从报纸的字号设计到洗衣粉的球状设计, 充分体现出关爱, 为老人的自立生活提供方便。《中国老龄产业发

收稿日期: 2018-08-05

基金项目: 重庆市教育委员会人文社会科学研究项目 (16SKGH120)

作者简介: 何彤 (1970—), 女, 重庆人, 四川美术学院副教授、硕士生导师, 主要从事视觉传达设计教学和研究。

展报告(2014)》显示:2013年,中国老年人口数量已经达到2.02亿,其中65岁以上老人已达10%^[1],成为世界上老年人口数最多的国家。欧美在老年药用包装设计上有着相应的规范,日本在老年用品设计和开发上注入自己的特点。目前中国的老年人用品包装还处于发展阶段,大量的文献主要是针对老年人药用包装、食品包装问题的研究,而基于常态包装设计中如何考虑对老龄人关怀的拓展性思考几乎没有。本文即对此做一全面的探寻研究。

1.2 老龄人群对常态包装设计的需求和理解

老年人经过岁月的洗礼、生活的积淀,往往对习以为常的物品、食品和药品都有自己独特的认知,使用时也不愿意用新的替换。市场上的大多数生活用的包装设计,如食用盐、酱油等,都是基于人的常态使用考虑,不会考虑到老年人群的特殊性。作为独立生活的老人,这些都是必需品。商业性终究超越不了“人的尊严”^[2],为人而设计,在价值驱动的服务设计时代,服务质量意味着客户预期与服务体验的质量对比^[3],如何从服务设计的理念出发,找寻一种既方便老年人使用,同时包装原有的特点和用法又不进行大的改变,不会给商家带来太多的产品设计改良费用,拓展性设计成为思考的方向。

当一个人雪鬓霜鬓之时,也许就只有通过这些念想打开那尘封的记忆^[4]。对于老年人来说,曾经的美好是他们记忆犹新、津津乐道的事。情感不只来源于感官直觉的激发,更是产生于对岁月的回顾和经历的记忆^[4],常听周边的老人提到重庆九园的包子、冠生园的月饼,说得都叫人舌下生津。想常吃这些美味,而困扰老年人的是买了食品后保质期和生产日期的寻找和识别。随着时间的推移,老年人视觉能力逐渐变弱,辨识能力和注意力逐渐降低,并且部分老年人对色彩变得不敏感,阅读容易产生怠感^[5]。认知科学对老年人的研究得出的结论,也为包装设计的改善提供了依据,同时也造福于老人。

日常生活中,药品往往成为空巢老人的“依托”物体,他们常会备一些药,以此来获得安全感^[6]。老年人的身体机能、心理要求明显区别于年轻人和儿童,对药品包装如何使用,以及认知和审美方面都有不一样的要求。国内老年人的药品包装大都“同质化”和“通用化”,现有一些药品包装,不论是泡罩包装还是多计量瓶装,在开启和计量控制上都难于满足老年人的需求。特别是空巢老人,在危急情况下取食急救药品,设计不当的包装,会成为他们致命的因素。

2 常态包装拓展性设计的新尝试

常态包装,本意就是通常和本来的状态下的包装,也是市场上运用最广泛的包装。考虑最多的是普通人认知和使用。常规性的包装设计,特别是低廉的

日用品包装设计,在设计开发上不会投入太多的费用,只要能满足正常人识别、使用就达到目的。更不会想到特殊的老年人群。本文从3个方面探索了从常态包装的问题、尽可能寻求满足老年人的生理需求、心里需求进行的再设计尝试。

2.1 包装基于老龄化环境下的视觉识别性拓展设计

人从外界获取的信息有80%是靠视觉获取的^[7]。老年人随着年龄的增长,视觉感官退化,视觉的认知障碍会逐渐增加,对包装的需求也有变化。大多数老人喜欢有图形、图示的包装,更偏爱直观、清晰、辨识度高字体。当包装文字信息过于繁多,排列得紧密又细小时,老年人在找寻相关的重要信息如生产日期、保质期、营养成分、注意事项时十分困难吃力,甚至有部分老年人反映自己购买食品及药品时如果不能找到生产日期和保质期,宁愿不购买该产品。从认知的角度看,图形和色彩能较快地形成视觉信息传递。某生活日用品包装的局部改良,见图1,



图1 严丽平的加加调味品包装再设计
Fig.1 YAN Li-ping's Gaga condiment packaging redesign

就是基于对老年人的视觉认知上进行的再设计。吊牌上的生产日期和保质期，字体规范、字号加大，便于老年人识别；附加在瓶身上的折纸，展开后可以印刷较大字号的字体，日用食品的重要信息就可以有效展示，同时又有装饰作用。吊牌与折纸用可回收纸质，也便于取下保存，不至于食用产品过程中损坏看不清。对于商家也不会产生大的包装制作费。

英国的扩展内容标签制作，见图 2，已经是成熟的工艺技术。平滑的剥离标签展开，同时仍粘附在包装上，又可重新密封。运用这种技术其实能很好解决老人识别的困境。不论是食品还是药品，都能通过展开达到有效信息传递。多层展开的纸张能根据老人的需求，增加图形、图示和大字号字体，最大限度满足老年人的需求。



图 2 英国的扩展内容标签
Fig.2 UK extended content labels

2.2 包装基于老龄化环境下的结构性拓展设计

艺术设计与日常生活的重点即为需求而设计^[8]。当下的食品和药品包装在结构上往往就有欠缺，特别是随年龄增长生理机能退化的老年人使用时更是困难。拉环瓶盖多用在牛奶瓶盖和调料瓶盖上，拉环很细又勒手，用力不当容易拉断，对于老人来说是一件费力的事，见图 3。英国的牛奶瓶，内封口设计，相对来说，就方便多了，见图 4。塑料盖里面的铝塑复合的封口，就塑料部位做了一半拉扯层，手刚好把握拉扯，很容易拉开。同时对牛奶密闭性也好。这样的

设计不仅对老人容易开启，对其他年龄层的人也是方便，是有效的通用设计。



图 3 塑料拉环盖
Fig.3 Plastic pull ring cover



图 4 英国牛奶塑料盖及封口设计
Fig.4 British milk plastic cover and sealing design

为需求而设计，在药品瓶盖方面做了细微的改变，对于老年使用者会产生更好的体验，见图 5。易于识别的色彩在计量上更直观，在紧急需求时提高辨识度。透明的可叠合的塑料管为老人的随身携带提供方便。对于生产厂家来说，仅仅对瓶盖作设计，不会有太多的费用增加。

2.3 包装基于老龄化环境下的慰藉性拓展设计

社会的发展，空巢老人每年呈现上升的趋势，独居与老两口独自生活的老人，与其他老人群体比，情感上更加需要交流、被惦记、被照顾、被关爱。老人喜欢安定、喜欢怀旧，常常对事物的认知形成固定模式，接受新生事物能力差，但他们又期盼被认同，强调自尊的同时又渴望依赖。独居的老人，除了需要处理生活琐事和面对病痛之外，还要承受中国传统的“无子女环绕膝下”孤寂。由此，心理慰藉需求表现强烈。与老人相关的食品、药品、日用品设计，心理慰藉功能成为重要的设计诉求。

意大利面条包装的开口设计，很具有启发性，这样的限量设计为感知功能和肌肉功能退化的老年能提供好的食品量控制，见图 6。在中国成本相对较高的品牌面条，如果在开口处作这样相应的调整，会为老人带来新的体验。

随着年龄的增长，老年人机体对于药物的吸收和排泄能力都在下降，药物所产生的副作用也相应加强。因此，老年人的用药剂量需要根据身体的吸收能力及药效，及时调整和严格控制^[9]。一周量药盒设计中，一周集约装和一天分量装都巧妙地通过字母提示，让使用者清楚服用时间和用量。同时携带也方便。

在项目研究过程中，对容器包装拓展性思考，对原包装的底部增加放大镜的方式，假牙清洁片包装再设计，让老年人购买产品后，感受到关怀，见图 8 和图 9。

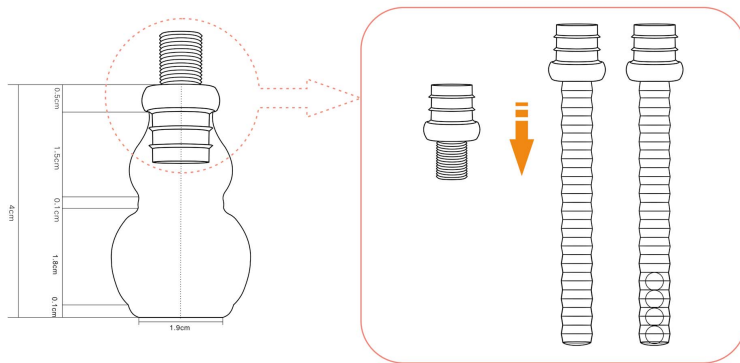
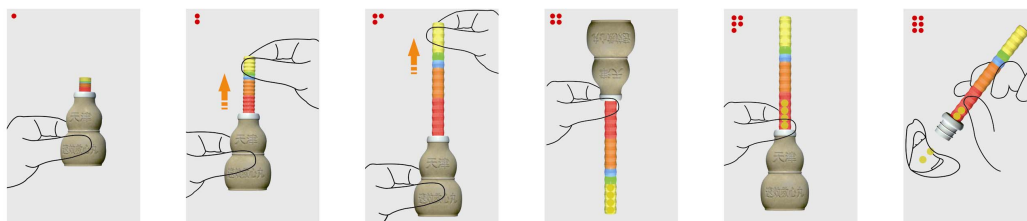
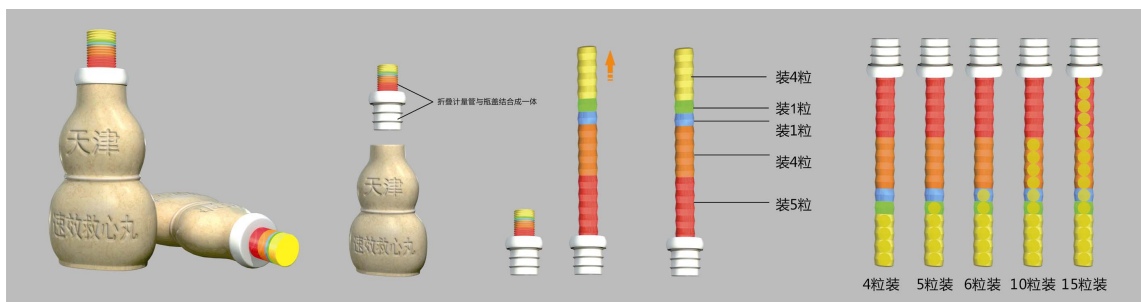


图5 刘芳伶的药瓶盖再设计
Fig.5 Liu Fang-ling's Redesign of medical cover



图6 塔玛拉设计工作室的意大利面食包装
图6 Pasta packaging by Tamara Design Studio



图7 集约装维生素药片储存盒
图7 Intensively contained vitamin tablet storage box

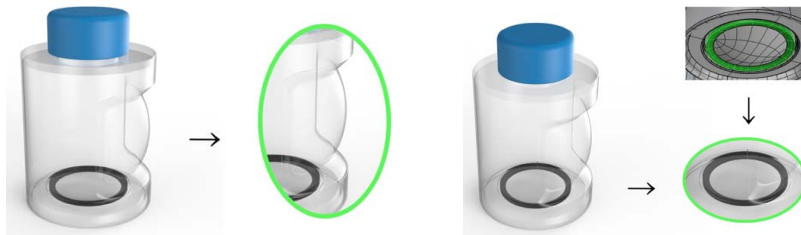


图 8 袁诗然的容器包装再设计
Fig.8 YUAN Shi-rang's Container packaging redesign



图 9 张素筠的假牙清洁片再设计
Fig.9 ZHANG Su-jun's Denture cleaning pill

3 结语

人口老龄化和老年人的需求，是全球面临的问题。本项目从解决老年人对包装视觉识别、功能使用和慰藉性设计进行探索性实践，为老人带去真切的关心。这些尝试提出了在常态包装基础上，为需求而再设计的可能性，以微小的改变，带给老年使用者更好的体验。

参考文献：

- [1] 金勇. “医养结合”：让我们有备而老[N]. 中国妇女报, 2015-05-11(B4).
JING Yong. Medical and Health Combined Let Us Be Prepared and Old[N]. Chinese Women's Newspaper, 2015-05-11(B4).
- [2] 何怀宏. 伦理学是什么?[M]. 北京: 北京大学出版社, 2002.
HE Huai-hong. What is Ethics?[M]. Beijing: Peking University Press, 2002.
- [3] 王国胜. 服务设计的文化维度[J]. 包装工程, 2017, 38(4): 7—10
WANG Guo-sheng. Service Design in a Cultural Dimension[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(4): 7—10
- [4] 王玉珊, 李世国. 情感记忆中交互设计中的价值与应
用[J]. 包装工程, 2011, 32(2): 56—59
WANG Yu-shan, LI Shi-guo. The Value and Using of Emotional Memory in the Interactive Design[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(2): 56—59
- [5] 舒余安. 基于老年人居家养老的产品设计研究[J]. 包装工程, 2013, 34(6): 37—40.
SHU Yu-an. Based on the Old: Age Home Product Design Research[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(6): 37—40.
- [6] 徐平. 空巢老人药品设计研究[J]. 包装工程, 2011, 32(22): 58—60.
XU Ping. Research on the Medicine Packaging Design of the Empty-nest Old[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(22): 58—60.
- [7] 陈柏寒. 包装设计中交互式体验的构建[J]. 包装工程, 2016, 37(2): 29—33
CHEN Bai-han. Construction of Interactive Experience in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(2): 29—33.
- [8] 谭晖. 基于启发需求的设计[J]. 包装工程, 2017, 38(16): 21—25.
TAN Hui. Designed for Inspirational Demand[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(16): 21—25.
- [9] 孔斐, 王春鹏. 德国老年人药物管理系统设计研究[J]. 包装工程, 2017, 38(22): 37—42.
KONG Fei, WANG Chun-peng. German Geriatric Drug Management System Design[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(22): 37—42.