

融入产品需求导向的包装设计项目教学实践研究

——以冰希黎“周末晨光”香水包装项目为例

董思维

(上海市西南工程学校, 上海 201199)

摘要: 依托区域化产教融合的资源平台, 本文就如何将产品需求导向项目教学在包装设计教学运用, 做了积极的探索与研究。以冰希黎公司“周末晨光”香水包装项目为例, 以企业产品(商品)需求为导向, 以香水包装项目为依托, 教学实践对接市场需求, 按照工作流程开展教学过程, 完成了学生作品即产品, 并将企业评价与市场反馈作为评价标准。具体从研究意义、项目背景、项目实施步骤、教学设计与创新、实施成效与反思五个方面展开论述。并对中职专业教学如何对接产业需求, 服务区域经济发展做了积极的思考。

关键词: 产教融合; 产品导向; 包装设计

一、研究意义

文化创意产业是闵行区域经济发展的重点产业与特色产业, 西南工程学校多年来立足闵行, 通过校企合作机制的不断转型升级, 服务区域文化创意产业经济发展, 产教深度融合, 为包装设计课程提供了大量的实践教学资源和平台。

众所周知, 产品包装能够快速传达产品的特性与品牌形象, 同时产品包装与产品销售有着密不可分的关系, 好的包装能大大提升品牌形象与市场认可度, 促使消费者做出购买决策。产品包装是地域文化传承与传播的重要载体, 包装设计的课程教学, 应符合本土的文化与经济发展需求。研究闵行区域文化背景下的包装设计课程项目教学, 既是现代产品包装设计人文与民族化发展的需要, 也与地域文化产业发展相适应。

传统的包装设计课, 教学模式相对单一, 缺乏真实项目的支撑, 产品与市场脱节, 无法获得有效的评价机制与教学反馈。长此以往使得课堂评价标准与行业前端脱节严重, 学生在中职阶段的创造热情和对学科兴趣度大打折扣。我校包装设计课程依托校企合作, 以企业真实项目为载体, 以具体产品的包装设计任务为引领, 教学过程对接企业工作流程, 对标包装设计师岗位要求, 通过做中学, 激发学生学习兴趣, 全面提高学生的专业能力与职业素养。同时作品即产品的教学模式, 项目成果能够直接服务于企业, 服务地方经济, 真正实现包装设计课程的产学研互融。对促进设计类课程教学改革具有重要的实际意义。

二、项目背景

近年来, 上海市西南工程学校工艺美术专业与国产品牌冰希黎香水公司的合作逐步展开并不断深入。冰希黎是首个国内调香师创立的嗅觉美学香氛品牌。品牌成立16年来, 一直以树立国人自己的香氛品牌为己任, 不断创新融合。这与包装设计遵循的产品包装设计理念不谋而合。

2020年6月, 校企双方围绕着冰希黎公司《周末晨光》香水包装设计开启了校企合作之旅。《周末晨光》香水包装设计项目与新锐艺术家Lena Macka合作, 她善于将人性关系通过简洁的艺术图形表达出来。这也是冰希黎品牌本次想要呈现给用户的产品理念——让香水可以成为沟通艺术的媒介。

中职工艺美术专业的学生群体, 他们已经具有一定的艺术鉴赏力, 能够理解艺术家的作品, 并具备图形处理与艺术创作的基本素养。借助企业市场调研与产品研究, 学生会对本次教学设计的产品属性和市场定位有了深层次的理解。由此, 学生作品更加与市场需求接轨, 逐步成为具备上市标准的产品。

本次教学任务的背景, 就是要为2021年七夕节的香水产品做包装。主题以艺术家抽象画作中内容为主要故事线, 激发对未知

事物的好奇, 同时刺激用户对新香的大胆尝试。主要设计要求包括产品包装方案如何符合客群的需求; 如何从图形设计、贴标设计、花盒设计等方面突出产品主题; 同时对标产品生产标准从尺寸、色彩、印刷要求等方面对任务提出明确的技术要求。

三、项目实施步骤

该项目周期为4个教学周共计32课时。项目实施中, 教学周期匹配设计周期, 教学流程对接工作流程。依据工作流程制定项目实施步骤。首先, 拟定翔实可行的项目实施计划。完成设计前的市场调研及资料收集分析。解析主要设计要求, 制定包装设计方

案。完成包装设计, 并依据多方评价进行包装设计作品的优化。重点引导学生围绕“周末晨光”的产品主题, 深入探究产品包装设计需求, 领会香水包装的设计重点与设计思路, 并且将艺术作品通过创意设计融入包装作品, 体现产品品牌特点与企业文化特点。项目实施过程中依据项目任务书要求, 按照工作流程将项目拆分为三个具体任务(图1), 分别是图形提取、贴标设计和花盒设计, 三个任务由浅入深, 上一个为下一个的前置条件, 紧紧围绕着“周末晨光”主题展开, 对接产品包装设计阶段的不同需求, 逐步深入完成该产品的包装设计任务。



图1: 周末晨光香水包装设计的三个任务流程

首先, 图形提取任务是在艺术家Lena Macka插画作品的基础上进行再创作。学生要把这些个性化解读的图形从原来的图形中提取元素, 并按照每款香水不同的香味特点, 进行图形元素的重构。这对于学生图形的造型能力, 以及“用图形讲故事”的能力是一种大胆尝试。此任务中, 主要考虑基于产品本身的节日特性与面对的主要客户群体, 图形元素需要能突出“周末晨光”的主题, 同时针对25-35岁女性客户群重点考虑图形元素传达的形式美与节日浪漫气息。

在贴标设计任务阶段需要紧紧围绕“周末晨光”香水产品的主题, 将设计好的图形结合此款香水产品瓶贴的尺寸以及瓶贴的文字信息进行图文版式设计。设计中主要涉及瓶贴文字和图形的

排版,以及贴标设计的技术规范等问题。产品技术规范,历来是学校包装设计教学中的弱项。企业设计师的全程参与把控起到了关键性的作用。对标产品生产标准从尺寸、色彩、印刷要求等方面对任务提出明确的技术要求。冰希黎的创意总监还给了很多有关“实样”规范上的点评,包括了每次完稿需要用C4D+Y进行复查、删除不必要的辅助色块、文字交稿必须栅格化以免跳字等问题,作为产品化的贴标经过缩放打印并呈现在立体的产品包装上。

花盆设计任务是此款香水产品的外包装设计,平面展开图是此项任务中的难点环节。它涉及到的内容信息多,规范要求更为严苛复杂,实样的容错率更小。花盆展开面上的图形设计,需要围绕产品主题,与香水瓶标上的内容保持基本一致,并且在每个连续面上既有呼应又有些许区分。此环节产品的规范制式要求严格。如展开图的出血线设置、尺寸的标高、包装纸张材质折叠纹理等均需严格按照产品实际生产制作的工艺要求。

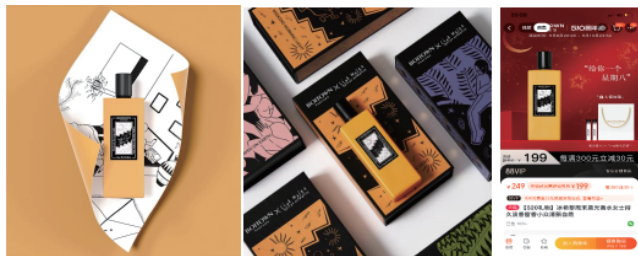
四、教学设计与创新

首先,在教学组织方面,真实项目引领的课堂教学课时需要与产品推进的周期相匹配,才能符合企业产品设计与生产的运行周期。教师和企业导师一起针对产品设计的周期,拟定项目合作计划,并严格按照计划实施项目。企业导师也可以将市场前沿遇到的问题和实施要求带到了课堂,丰富了原有课程的深度和厚度。这种双师教学模式贯穿项目全流程:第一周,深入探究,组织学生参观,对企业背景以及产品特性进行深入研究,并对该产品的竞品进行市场调研。课后,学生分组进行讨论并撰写分析报告与设计思路。第二周,产品主题分析研讨,全体学生进行包装的视觉化呈现,并根据产品主题完成图形提取创作任务,组织学生自评与互评。第三周,深入了解产品设计需求,学生分组进行贴标设计和花盆设计,企业导师依据产品生产标准予以评价,教师参与过程性评价。第四周,对标产品生产要求组织学生进行包装小样的制作,并以小组为单位作方案汇报,企业导师与教师共同参与评价,并提出优化建议。

其次,教学方式上,理论教学以教师为主,是学生掌握课程所传达的基本方法和领会设计意图的主要途径。具体的包装设计项目实践是相关理论指导下的设计行为。结合案例讲授使学生对商品包装的设计定位设计方案造型结构视觉设计印刷工艺有一定的了解和认知丰富学生的理论知识结构,为包装设计项目实践打好基础。教师的教学方式适当的从以讲授为主,变为“主题化”的引领和“场景化”的描述为主,有利于让学生快速建立认同并投入课堂内容。实践教学以企业导师为主,跟踪指导市场调研的方法与资料分析整理,确保设计方案制定的合理化与可行性实施,包括包装成品制作与展示阶段,企业导师会将学生作品制作打印出来,让学生们直观感受“成品”的呈现情况。还会以不同的印刷工艺、产品档次和成本问题等开展实践研究,包括衔接平面包装开合的卡口、搭扣或磁吸,或是瓶身烤漆、镀层对色彩的细微变化。企业导师将市场前沿遇到的问题和实施要求带到了课堂,丰富了原有课程的深度和厚度。

最后,在教学评价上,作品即产品的评价标准贯穿项目始终。无论是学生评价、教师评价还是企业评价都始终从产品设计的角度出发,对标企业产品包装设计标准,分别从主观和客观两个方面进行评价。主观评价针对本次设计要求分别从产品包装方案是否符合客群需求;包装设计是否突出产品主题;产品包装上的文字信息是否准确突出,易于阅读;包装设计的视觉风格是否凸显“色彩及趣味”是否把水果元素提炼升华同时融入现代时尚元素等。客观评价则同时对标企业产品生产标准从尺寸、色彩、印刷要求等方面技术要求进行评价。同时融入世赛项目平面设计技术项目

中对包装设计模块的评分标准。项目进行过程中会发现教师与企业导师的评价侧重点有所不同。相较于教师的过程性评价,企业导师从产品商业化的角度给予评价,更加注重产品设计的最终结果。教师与企业导师的双向评价反馈,使得设计课原本模糊的评价标准变得具体清晰,学生则通过对自己设计作品的“模拟路演”,从图纸到样品的自评自测,不断打磨设计内容,最终达到企业设计要求。市场才是检验产品的最终标准,学生设计完成的此款包装产品最终获得市场的高度认可,这也是对本次项目教学成效的最好评价。



(图2:最终产品展示与线上销售)

五、实施成效与反思

此次项目的实施过程十分顺利,最终,以《周末晨光》为主题 的瓶标设计(图2),直接被企业采纳,课堂中爆发出旺盛的生命力以及学生们的奇思妙想也为企业所珍视。当学生们手里拿着自己设计的香水成果时,他们脸上洋溢着对自己专业的自信和满足,这已经远超出了课堂本身所承载的技术传授和美学理解等范畴。通过本次包装设计项目实践,让学生掌握包装设计图形创作的方法,了解了包装设计步骤,掌握包装设计平面展开图的规范,明确包装设计如何与印刷技术对接等。最后,学生的方案被企业采纳并投入生产,产品广受市场欢迎,这是远超校企双方预期的。

综上所述,以冰希黎香水包装设计为例的真实项目教学在包装设计课程中的实践研究,凸显了真实项目引领设计教学的重要性,作品即产品的项目教学理念,让学习变得有趣,引入企业与市场评价标准的评价系统也更加完善。项目产品的最终落地与良好的市场反馈表明教学成效显著。很遗憾展开盒设计未能被企业采用,说明课堂教学与企业需求还存在一定的差距。

本次项目教学案例只是个包装设计课堂的教学缩影,企业项目的可持续性才是项目教学得以实施的根本保证。项目实施过程中,我们发现在工艺美术类课程中,教材与行业脱节的现象较为严重,项目推进过程中会出现教学内容与产品需求契合不紧密等诸多问题,都从侧面映射出产学脱节的实质问题。可见职业教育只有依托产教融合,共建数字化智能化产教融合资源库,才是职业学校课堂教学的项目源泉。以服务区域产业经济发展为目标,校企一体不断优化人才培养方案,共同探索职业教育改革新路径,产教融合能做实可持续,职业教育才能真正培养出符合产业需求的高素质职业人才。

参考文献:

- [1] 李晨,《职业能力导向的智慧课堂教学实践与思考——以图形图像处理课程为例》,《现代职业教育》,2020(15):28-29.
- [2] 张静,韦伟,石丽雯.面向产品设计专业的毕业设计(论文)教学模式改革与协同创新[J].大众文艺:学术版,2019(1):1.

作者简介:董思维(1986—),女,汉族,上海人,上海市西南工程学校讲师,主要研究方向为工艺美术、视觉传达设计。