

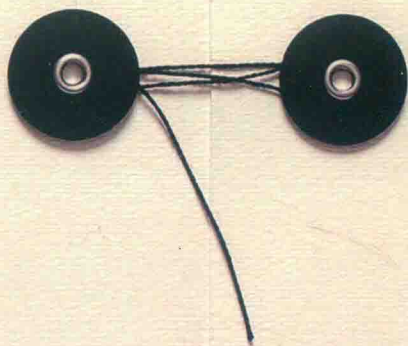
# MINIMALIST

## 极简包装

[美] 克里斯·黄 (Chris Huang) / 编

郭庚训 / 译

PACKAG  
ING



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社

images  
Publishing



MINIMALIST

极简包装

[美] 克里斯·黄 (Chris Huang) / 编  
郭庚训 / 译

PACKAG  
ING

广西师范大学出版社  
· 桂林 ·

images  
Publishing

## 图书在版编目(CIP)数据

极简包装 / (美) 克里斯·黄编; 郭庚训译. —桂林:  
广西师范大学出版社, 2019.6  
ISBN 978-7-5598-1699-3

I. ①极… II. ①克… ②郭… III. ①包装设计  
IV. ①TB482

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 058336 号

出品人: 刘广汉  
责任编辑: 肖莉  
助理编辑: 孙世阳  
版式设计: 马韵蕾

广西师范大学出版社出版发行

(广西桂林市五里店路 9 号 邮政编码: 541004)  
(网址: <http://www.bbtpress.com>)

出版人: 张艺兵  
全国新华书店经销

销售热线: 021-65200318 021-31260822-898

恒美印务(广州)有限公司印刷

(广州市南沙区环市大道南路 334 号 邮政编码: 511458)

开本: 710mm × 1 000mm 1/16

印张: 16.5 字数: 260 千字

2019 年 6 月第 1 版 2019 年 6 月第 1 次印刷

定价: 128.00 元

---

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与出版社发行部门联系调换。

**MINIMALIST**  
PACKAGING



## 极简至上!

1. 什么是极简主义?	002
2. 极简包装设计的倡导者: 苹果公司	003
3. 为什么极简包装设计会产生如此效果?	003
4. 如何设计极简包装?	009
5. 成功与失败案例分析	019
6. 极简包装的趋势	023
7. 结论与挑战	027

# C O N T E N T S

## 目录

### 案例赏析

约束	033
黑与白	071
单色	099
几何图形	137
透明	163
精致	183
醒目	225

索引	256
----	-----

## 极简至上!

1. 什么是极简主义?	002
2. 极简包装设计的倡导者: 苹果公司	003
3. 为什么极简包装设计会产生如此效果?	003
4. 如何设计极简包装?	009
5. 成功与失败案例分析	019
6. 极简包装的趋势	023
7. 结论与挑战	027

# C O N T E N T S

## 目录

### 案例赏析

约束	033
黑与白	071
单色	099
几何图形	137
透明	163
精致	183
醒目	225

索引	256
----	-----

克里斯·黄是芝加哥艺术学院的教授，擅长营销传播设计，服务过的客户包括麦当劳、凯悦酒店、凡士通、联邦快递、荷兰银行、哈里斯银行、雅培等。

## 1 什么是极简主义?

在第一次世界大战以后，极简主义成了最重要的、最具影响力的风格之一。随着大多数帝国的衰落，传统和复杂的艺术风格不再受到重视，整个社会的艺术风向也已经发生了改变<sup>[1]</sup>。新兴的当代艺术理论被不断引入，同时伴随着排版工艺的技术革新，以及平面设计中出现的新术语。极简主义风格是从包豪斯建筑学派所推崇的“形式服从功能”的概念延伸而来的，在视觉上受到几何学图形和抽象风格的启发。这种风格如今成了建筑师、音乐家、设计师和艺术家的最爱。

“少即是多。”这是最受欢迎、最具代表性的格言之一。这句格言来自德国公立包豪斯学校的原校长——德裔美国建筑师路德维希·密斯·范·德·罗（1886—1969），他清楚地阐明了简约主义和极简主义的基本理论。极简主义并不完全等同于简约主义，但简约却是极简主义的核心。在近50年的极简主义运动中，简约的概念已经被应用到不同的领域当中，现如今更是影响着所有与设计相关的行业，包括包装。

2004年，日本著名产品设计师深泽直人（Naoto Fukasawa）为品牌JUICEPEEL设计包装时，仅仅利用了有纹理的水果皮设计，便成功地说明了包装里的产品内容（<http://prw.kyodonews.jp/prwfile/prdata/0170/release/200502284530/index.html>）。这种绝妙而又简约的包装设计将产品信息以最直观的方式传递给消费者，无论他们懂不懂日语，都可以了解产品。

## 2 极简包装设计的 倡导者：苹果公司

十年来，苹果公司一直在《福布斯》全球最具价值品牌排行榜上位居榜首<sup>[2]</sup>，其成功的秘诀就在于原首席执行官史蒂夫·乔布斯（Steve Jobs）的远见卓识<sup>[3]</sup>。受弗兰克·劳埃德·赖特（Frank Lloyd Wright）的简约、现代住宅理念的启发，以及日本禅宗的极简美学的影响，乔布斯反复强调，苹果的信条就是简约。苹果公司的设计总监乔纳森·艾夫（Jonathan Ive）说道：“我所有的工作都是围绕着简约进行的。”<sup>[4]</sup>

不知从何时起，苹果公司的 iPhone 手机不再是一个消费者品牌，而变成了一个时尚标志<sup>[5]</sup>。此后，相关的设计行业纷纷效仿苹果公司，以简约的风格进行设计。为了与产品设计理念保持一致，并完整地讲述该品牌的故事，苹果公司又着重设计了产品包装，旨在使其与内部产品一样具有视觉吸引力。iPhone 手机包装的简洁性也成为该产品的一大亮点。

## 3 为什么极简包装设计 会产生如此效果？

极简主义理论已经存在了超过半个世纪之久，苹果公司在包装设计方面，也已经花费了十余年的时间来提高标准。在包装设计行业，极简主义趋势继续升温。那么，为什么包装要追求简单的设计呢？极简包装设计的好处又有哪些呢？

## 引人注目

当今社会，人们之间的联系日益紧密，各种信息铺天盖地向消费者席卷而来。根据统计网站 Statista 的数据显示，与 15 年前相比，美国超市的销售额增长了 92%<sup>[6]</sup>；在西欧，2011 年至 2013 年间，四大市场共推出了 1.2 万项创新发明，涵盖了 17 个产品类别<sup>[7]</sup>。今天的消费者有更多的品牌和产品可以选择，极简包装设计可以帮助消费者关注产品最重要的部分。没有多余的设计元素来分散消费者的关注点，使用极简包装的产品往往能够从竞争对手中脱颖而出。

## 大势所趋

研究表明，艺术通过改变观念、灌输价值观和在时间、空间上转化体验来影响社会。艺术也是社会变化的准确展现形式<sup>[8]</sup>，无论是从社会走向艺术，还是从艺术走向社会，它们都是密不可分的。当一种新的艺术形式及其理论诞生时，社会行为和所有的美术风格都会受到影响，这一点从互联网对消费者购物方式的影响就可以看出。

随着电子商务的出现，各个品牌之间的竞争日趋激烈，它们纷纷在网页上争夺顾客的注意力，这与商店货架上商品的竞争如

出一辙。电脑和手机使用用户的购买行为发生了改变。雅各布·尼尔森 (Jakob Nielsen) 的《视线轨迹跟踪研究》显示, 在网页上, 人们平均阅读的文本内容不足 20%, 只是浏览大概内容, 并不会逐字阅读<sup>[9]</sup>。所以, 设计简约的、内容少的网页比以往任何时候都有必要。同理, 包装也是一样的。

“2019 年, 极简主义包装将专注于干净和简单的设计, 让颜色和字体成为舞台中心, 这将会产生令人难以置信的深远影响, 而且势必会脱颖而出, 受到万众瞩目。”<sup>[10]</sup>

——马蒂克·卢普斯 (Martic Lupus)

“包装设计的趋势——极简主义: 少即是多! 虽然在包装上添加大量的文本或不同的字体可能会具有吸引力, 但这也可能变成混乱的设计。”<sup>[11]</sup>

——罗瑞达娜·帕普·迪内亚 (Loredana Papp-Dinea), 米哈伊·巴尔德纳 (Mihai Baldean)

“极简包装设计并不是一种新的趋势, 但随着时间的推移, 它的势头会越来越猛。2019 年, 它将继续广受欢迎。”<sup>[12]</sup>

——大卫·罗贝热 (David Roberge)

“在相当长的时间里, 保持事物的简约性已蔚然成风, 买家的反馈也显示出这一点不会改变, 至少现在是这样的。”<sup>[13]</sup>

——Inkbot 设计

“2018 年是极简主义和功能性最突出的一年。我们预计同样的事情会在 2019 年发生。”<sup>[14]</sup>

——Source Nutraceutical 公司

“极简包装确实已经存在了一段时间了。但是, 它的地位不会很快被取代。”<sup>[15]</sup>

——Cad Crowd 公司

极简包装是大势所趋，许多专业包装设计博客对包装设计趋势的预测都是简单、干净、简约，例如：

## 极致高雅

18 世纪时，在巴洛克风格和洛可可风格的影响下，高端时尚被定义为极度的精致、高雅。而如今，高雅的定义已经完全从巴洛克风格的复杂性转变为极简主义的简约性。简约性不仅能突出产品的核心，而且能够巧妙地体现出产品质量，并将品牌推向更高级、更高端的位置。

达·芬奇曾说：“简约就是极致的高雅。”后来，史蒂夫·乔布斯也强调过这个观点。芝加哥大学经济学家曾发表的一份报告中提到，“在拥有 iPhone 手机的受访者中，有 69.1% 的人来自高收入家庭。”

苹果公司产品的精致、干净、优雅的黑白包装象征着奢华！为了强调高级珠宝的美丽，广告商经常使用简单的黑白图片作为对比的背景。一些奢侈品牌的包装甚至只展示他们的品牌标识，没有任何文字及其他的東西。

## 可持续发展战略

受到“减少不必要材料的使用”和“简化、再利用、循环利用

“3Rs”理念的影响，环保理念将包装设计推到了极简主义的金字塔顶端。在3Rs的层次结构中，“简化”排在首位，防止浪费是最佳方案。减少材料的使用可以降低成本，符合极简主义中“少即是多”的理念。

根据2017年Luminer的消费者调查统计，56%的购物者更倾向于选择使用环保或者可持续包装的产品<sup>[16]</sup>。根据Brand Packaging发布的“包装的力量：2018年行业状态”报告，57%的包装专家认为可持续性和可回收性是最主流的包装趋势。这些专业人士还提倡减少使用含有双酚基丙烷、泡沫聚苯乙烯和塑胶的材料<sup>[17]</sup>。

极简包装设计强调使用可回收的、可生物降解的材料，优化材料使用，这样不仅可以使品牌从竞争对手中脱颖而出，还可以吸引具有环保意识的消费群体。另外，这样也可以树立起一个伟大的品牌形象。

## 成本效益

通过过度的包装给购物者留下深刻印象的策略已经过时了。花哨的材料、多余的印刷和生产工序以及不必要的层层包装，最终都只会沦为被填埋的垃圾。除了一些起到保护作用的基本材料，其他的都是必要的吗？一个小物件使用大盒子包装不

仅浪费空间和材料，还影响从仓库到零售的整个配送过程。

现如今，消费者意识到他们要为所得到的东西买单。由于劳动力的减少和运输成本的降低，使用较少的材料可以降低日常管理费用。根据美国国家公共电台（NPR）和马里斯特舆论研究所在 2018 年进行的一项调查显示，近七成（69%）的美国人表示他们会在网上购买商品<sup>[18]</sup>。如此一来，物品越大、越重，运输成本就越高。减少包装层，缩小包装尺寸，并选用轻质材料，有助于降低运输成本，这对竞争激烈的电子商务企业来说是一个巨大的优势。这再一次证明了越少就越好，简约包装会带来成本效益。

## 无声的推销员

产品包装是一位无声的推销员，它能够快速、轻松地帮助消费者做出购买决定。当产品放在同类品旁边时，包装能够直观地表现出产品的优势，并让潜在消费者获得有别于其他产品的信息。

简洁与吸引眼球的展示有助于产品销售，适当的包装设计也是一样。2017 年 8 月，Luminer 针对美国 400 名平均年龄为 46 岁的男性和女性进行的调查显示，33% 的消费者会因为不喜

## 4 如何设计极简包装？

欢包装标签而拒买该产品。标签的设计影响着消费者的购买决定。一个设计巧妙的、简约的包装就如同一个销售人员，向购物者挥舞着双手喊道：“挑我吧！”包装的功能不应该仅仅是为了保护产品，也应该有助于产品销售。

极简包装设计很容易吸引消费者的注意力，从而达到促进销售的目的。除了耗费材料较少、更加环保之外，简约设计也能够节约成本，这是大势所趋。如今，为了使包装更新颖、具有竞争力，各个品牌都在重新设计包装，简约风格也被广泛应用。

---

如何设计一款极简包装呢？请记住以下原则：

忽略不必要的东西，把注意力集中在真正重要的事情上。

确定什么是重要的，什么是不必要的，这是第一步，也是最关键的过程。“少”不是真的减少，“简约”也并不是真的简单。战略性地创造每一个设计元素和词语，以服务于同一个根本目的，最终呈现出干净且直接的视觉效果。

以下是每个视觉类别的极简设计原则：

## 较少的元素

必不可少的内容都有哪些呢？不同的行业有不同的要求和标准。以食品为例，为了保护公众健康和安全，不同国家的食品标签要求也各不相同。通常包含以下信息：

**产品名称**——表明产品身份，必须出现在标签的正面。

**净重或体积**——提供容器或包装中的产品数量，必须用重量、度量或数字计数来表示。

**日期标记**——标签上必须注明“制造日期或包装日期”和“最佳食用日期”或“保质期”的信息。

**成分列表**——按照比例由高到低的递减顺序列出成分。标签必须列出所有美国食品及药物管理局认证的颜色添加剂的名称。

**营养成分信息**——帮助消费者快速了解食物信息，包括食用分量、卡路里、营养素和每日营养摄入量的百分比。

**警告或声明**——如果由于某些产品（如药物和化学产品）的使用安全性而需要一份公告声明，那么标签上应该有所体现。警告和声明要放在标签的突出位置，并且比其他语句更为明显。

**制造商信息**——责任声明。制造商、分销商或进口商的企业名称和地址。

**原产地 / 原产国**——美国农业部强制要求标签上显示原产地 / 原产国。所有的进口产品必须标明产品的加工地、生产地和种植地，并要求办理报关手续。

**存储方法说明**——如果产品需要特定的存储方法来保存，那么有必要在标签上列出这些说明（如“请置于阴凉干燥处”或“打开后请放入冰箱内保存”）。

**批数或批号**——批数或批号应当清楚地印在标签上。它可以跟踪产品的完整制造过程，包括组成部分、成分、劳工和设备记录。当需要产品召回时，这是一个非常重要的信息。

其他国家对各行业的包装标签的要求可能有所不同。除了上述要求以外，还有一些其他信息，虽然没有强制要求，却是不可丢失的，例如：

**品牌标识**——品牌名称会影响消费者的购买决策。在尼尔森公司的“全球新兴产品的创新调查”报告中发现，超过三分之二（68%）的发展中国家受访者表示，他们更喜欢购买熟悉的品牌的新产品<sup>[19]</sup>。根据 Luminer 公司于 2017 年的一项调查显示，56% 的购

物者表示，一个认识或熟悉的品牌标识会吸引他们的注意力<sup>[29]</sup>。这就是为什么将品牌名称置于顶端的原因。

**认证图标**——美国农业部有机认证、公平贸易认证、犹太食品认证、非转基因认证、美国食品药品监督管理局认证等。产品获得认证是很重要的，这表明该产品的适用性和安全性已通过性能测试和质量保证测试。持有经授权的第三方担保是一种口碑营销。

**条形码**——条形码可能并不是法律要求的，但它通常是库存控制分配所要求体现的。条形码是零售产品唯一的识别符号，有助于跟踪产品的销售。

还有一些可能促进营销的信息。为了平衡设计布局，设计师也许会用这些信息来填补空白，但也可能会删掉，以坚持简约的设计原则。

**广告标语**——一条成功吸引目标受众注意力的标语，会影响客户的最终购买决定。例如：新鲜的、无糖的、非反式脂肪、100%纯自然、100%纯正奶酪、比新鲜水果更好等，这类标语可以帮助产品脱颖而出，但也可能不会引起任何注意。消费者不再相信虚假广告，诚实、透明的产品信息才是他们真正需要的。

**卡路里信息**——卡路里信息通常出现在营养标签上。然而，为了