

基于绿色理念下的快递包装设计思考

■ 文/兰州理工大学设计艺术学院 王娜

摘要: 随着电商经济的快速发展,快递服务已深入到人们的生活中,而低碳环保又逐步成为消费者日益追求的高品质生活方式之一。本研究对目前市面上的快递包装进行调研、总结,在掌握了快递包装各方面存在的弊端后,提出减少快递包装材料,由消费者选择是否对商品进行二次包装的形式,并根据商品属性进行分类,建立物流网及无人机的派送方式,并提高运输效率的思路,从而构建绿色环保、节约资源、减少污染、降低成本、增强消费者体验性的快递包装及运输模式。

关键词: 包装设计 快递包装 绿色环保

0. 引言

随着社会的快速发展,网络购物已经成为居民日常的生活和消费方式,随之而来的是快递业的迅速崛起。根据数据显示,我国在2017年的快递业务量超过400亿件,已连续四年居世界首位,预计到2020年将会有更大的突破。随着快递交易量的迅速增加,网络购物产生了大量的快递包装。作为商品在整个生产、销售过程中的重要承载物,包装起到了越来越重要的作用。根据研究表明,包装包括一次包装、二次包装和包装填充材料。^[1]一次包装一般是

指产品出厂时本身的包装,其与产品是直接接触,又称为内包装;二次包装则是在运输过程中为了保护产品而进行的包装,又称为外包装。除此之外,一般会在内包装和外包装间增加填充材料,进一步保护货物的运输安全。本研究主要探讨商品的二次包装及其派送方式问题。

1. 快递包装出现的问题

随着我国传统的店销模式向电商模式的快速转变,快递需求量也急剧增加,但快递的包装发展却造成了一系列问题:

1.1 环境严重污染

目前,常用的快递包装主要分为塑料袋、瓦楞纸、泡沫塑料、蜂窝纸板箱及填充物等材料。以塑料袋和纸板两种材料为例进行说明:

(1) 塑料袋。材料一般是聚乙烯,价格低廉,不能降解或者降解周期相对很长,根据当前研究表明,聚乙烯材料的塑料袋在土壤及海洋中降解都需要几十年甚至上百年的时间。这种材料对水体、土壤和大气环境均能产生很严重的污染。

(2) 纸板。纸板材料包装主要以瓦楞纸和蜂窝纸板箱为主。由于瓦楞纸质量轻、结构性能好,对包装物品具有良好的保护功能,而蜂窝纸板具备稳定的几何力学结构,有很好的隔音及保温性能,因此被广泛用于快递包装。然而,造纸工业已成为我国环境污染的主要行业之一^[2]。据统计,目前全国由造纸工业形成的污水排放,导致严重污染,其中化学耗氧量(COD_{cr})的排放量居于首位^[3]。由于这种化学物质易形成白色污染,已经被很多国家禁用。

1.2 资源大量浪费

随着快递包装需求量的迅速增长,大量的自然资源被消耗。在目前的快递物流中,商品及其包装都是一个由销售商到消费者的单向输出过程,无法逆向流动,导致包装循环利用率低。同时,不少收件者都曾遇到过“小商品、大包装”的情况,小到一对耳钉或者一瓶眼药水,卖家经常都会使用一个纸盒子进行包装,甚至有的会用高出商品体积很多倍的纸箱包装,并且会装有大量的填充材料。但大部分人收到商品后,都会将包装丢弃,在环境污染的同时导致了包装资源的极大浪费。

1.3 循环利用率低

在网上购物的过程中,商品及其包装由商家快递到消费者手中后,由于大部分商家不会

对其进行回收再利用,同时,由于材料本身的限制,现有快递包装多以纸质材料为主,这类材料在运输过程中易变形和造成破坏,这就形成了快递包装无法循环使用的问题。

1.4 个人信息泄露

目前,为了方便快递员运送货物,商家会将消费者的住址、姓名、电话等信息用标签的形式贴于,外包装上。然而,部分消费者缺乏保护自己隐私的意识,随意丢弃贴有个人信息的包装造成信息泄露。

1.5 消费者体验差

一方面,由于快递包装的材质质量较差,在运输过程中容易挤压导致变形或者破坏,同时在转运中,也容易使包装变得不干净,对快递员运输及消费者携带产生不便。另一方面,为了防止商品发生损坏,胶带的层层包裹也给快递员的封装及消费者的拆装带来极大不便,不能形成良好的使用体验。

2. 快递包装设计理念和思路

鉴于目前存在的问题,本研究提出以下快递包装设计过程中应遵循的理念及思路:

2.1 注重包装的环保性

从包装设计的根本出发,对需要快递包装的商品进行属性分类。在一次包装的基础上,考虑减少材料用量,进行轻量化和简约化的包装。在达到对商品保护的前提下,甚至不需要二次包装,从而达到节约资源、保护环境的目的。

2.2 注重包装的可持续性

设计包装时要充分考虑包装材料的可持续性,从转换现有包装的模式上延长其使用寿命,从而达到快递包装的循环使用,减少特定材料的消耗,大大降低对整体资源的浪费。

2.3 注重包装的体验性

如今,部分快递包装设计忽略了消费者本

身的消费体验性^[4]。在包装设计过程中,要充分考虑到消费者的主观感受,站在消费者的立场上,使其时刻感受到快递包装的体验感和人性化。在互联网高速发展的时代,快递包装的视觉元素效果、商品和企业形象等在网购平台上已经得到了充分的展现,根据研究表明,商家、物流企业及消费者对包装的首要要求是达到商品保护的目,在实现这种保护性的基础上,消费者作为主体,在满足需求的前提下,由消费者自主选择是否对商品进行有偿二次包装设计,使其充分发挥主体地位,达到增强体验性的目的。

2.4 配送过程的改良创新

在互联网高度发达的今天,可以尝试在配送过程中使用GPS定位形成物流网,将快递信息放入物流网中,推行严谨化、规范化、信息化的物流体系,实现物流信息的共享,为消费者提供全程监控和管理。另一方面结合远程无人机派送,将规范化分类后的网购商品采用从发货城市到收货城市之间无人机派送的方式,到达统一收货目的地之后再由专业快递员进行最后一段的指定派送,从而达到降低派送成本,提高了派送效率的目的。

3. 快递结构改良意义

3.1 从公众角度

新的包装形式和派送方式能引起客户的新

奇感,保持消费者的新鲜感和期待度是商品购买和运输过程中需要考虑的重要因素。

3.2 从快递行业角度

对于快递行业来说,减轻了工作人员负担,减少了人工作业,提升了工作效率,提高了创新度,以保证快递业收益的稳步增长。

3.3 从国家角度

新的快递模式出现,相关部门的支持是极其重要的。在实施过程中,要遵循相关法律法规,才能更有效地为环境、为民众、为社会服务。

4. 结论

环境污染日益严重,减少污染和资源浪费迫在眉睫。由于快递业快速发展而造成的包装垃圾更是亟待解决的问题。本研究从环保性、可持续性、消费者体验性及运输效率等方面对快递包装现有问题进行了总结和思考,对包装进行了进一步的考虑设计,提出新的发展思路。所谓快递包装的绿色化,即是将消费者本身放在主体地位,在购买、运输及派送的整个过程中,考虑消费者健康需求及减少环境污染,形成高效统一的管理体系,达到快递包装的绿色化与可持续化发展的新模式。在后续的研究中将进行具体的方案设计,让快递给消费者带来的不仅仅是一份便捷,更多的是一份享受。

参考文献

- [1]陈毅非,邹芳芳.我国快递包装存在的问题及解决举措[J].物流技术,2017,36(9):37-40.
- [2]张晓彬 编译.化学(加工制造类)[M].北京:电子工业出版社,2009.07.
- [3]赵春雨.浅议造纸工业废水的综合治理[J].建筑工程技术与设计,2013(9):201-202.
- [4]肖洒,郭春宏.功能需求与用户体验下的快递包装设计研究[J].包装工程,2017,38(20):263-268.