

2020 年包装 行业趋势



Detpak

MAKING BRANDS SHINE SINCE 1948



2020 年有哪些包装选择？

德百自 1948 年就为餐饮服务和快速消费品行业设计创新包装方案，因而能够凭借深厚的行业经验和洞见，识别出 2020 年的一些全球包装趋势。

随着人们愈发重视包装造成的环境影响，以及回收利用意识的提高，“循环设计”和“循环经济”等术语不但是可持续发展管理人士关注的议程，还是消费者和品牌的选择考虑要素。

餐饮外卖服务的热度仍在持续上升，我们为此研究如何用包装，打造独特难忘的外卖体验。

我们探索了简洁的外观或简单的包装设计如何使精心斟酌的简洁信息，以更加有效的方式，吸引顾客的注意。我们还探索了智能包装带来的附加功能。

我们的主要包装趋势：

1. 为循环经济而设计
2. 支持循环思维的环保设计
3. 打造独特难忘的外卖体验
4. 极简设计元素
5. 智能包装

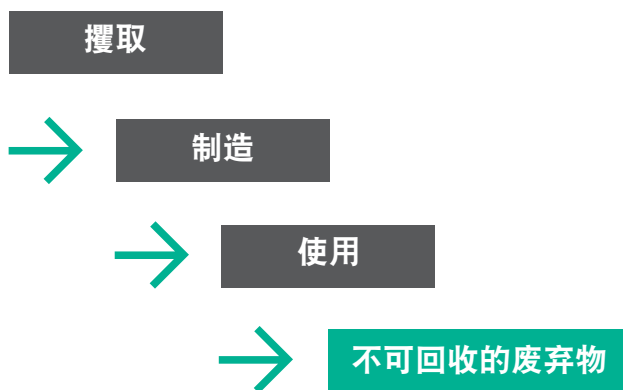
1. 为循环经济而设计

可持续包装依旧是餐饮外卖和快速消费品行业的热门话题。这一切要归因于新法规的压力，行业对包装处置意识的不断增长，以及人们对一次性塑料产生的环境影响的顾虑。

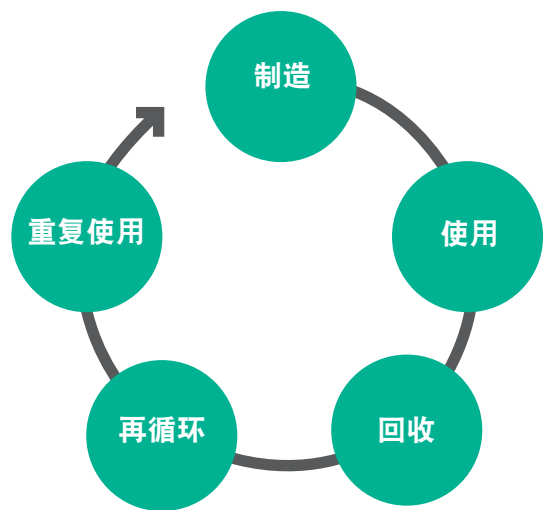
现在，人们愈发关注整个产品的生命周期。人们不但会问“这款产品是否可以回收”，而且还会问“该产品实际被回收的可能性有多少？”人们在商业模式、政策、物流和激励机制方面加大了投入，以此推动相关变革¹，确保产品可以得到回收利用。

在设计包装时就应该考虑到产品循环利用的潜力²。要从整体上考虑产品是否符合循环经济的要求，其中包括调查消费者在使用产品后如何处置包装，有哪些回收后勤设施，产品是否可以回收，以及市场是否存在对回收材料的需求。

线性经济：制造废品



循环经济：减少废品



1. 艾伦麦克阿瑟基金会，2019年'Regining Plastics'

2. 联合利华，2019年，“重新思考塑料包装——走向循环经济”(Rethinking plastic packaging - Towards a circular economy)。

到 2050 年，海洋中的塑料垃圾
将比鱼类更多



<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/news/new-plastics-economy-report-2-launch>

1. 为循环经济而设计（续）

循环思维要求人们考虑到产品及相关系统如何促使一种材料得到多次利用和创造多种价值³。循环思维不同于线性经济采用的“攫取-制造-废弃”模式，它考虑到了包装产品对循环经济的贡献，并尽量最大化和持久地利用宝贵的资源。

“如果我们能够创建使用资源而不是耗尽资源的经济系统，那么我们就可以构建可持续的未来。”

艾伦麦克阿瑟基金会

什么是循环经济？

循环经济是一个通过持续使用资源来减少废弃物的系统。线性经济采用的攫取资源、制造产品、使用、然后废弃处置的方法，并不是一个可持续的模式。向循环经济转型可以尽量最大化和持久地利用资源。

3. Rethink. 2019 年。“循环经济=有弹性、有竞争力的和可持续的商业” (Circular economy = resilient, competitive and sustainable business)。

2. 支持循环思维的环保设计

我们的第一个趋势是为循环经济而设计，这趋势推动了可回收包装的需求增长，最大化地保留资源的利用价值。只要建立了成熟的回收系统，并且产品可以被回收利用，那么这些宝贵的材料就能够重获新生。这种观点也得到了国际公认的废物管理体系的认同⁴。

这个由联合国环境规划署确立的体系为减少和管理废弃物的行为设定了优先级⁵。这个体系的优先级从高到低依次是：预防、减少、循环利用、回收（堆肥）、处置。

2020 年将会有更多包装印制澳大利亚回收标签 (ARL) 或类似的计划，以帮助人们更好地了解如何回收产品包装。可堆肥产品目前还没有被纳入这个标签计划。

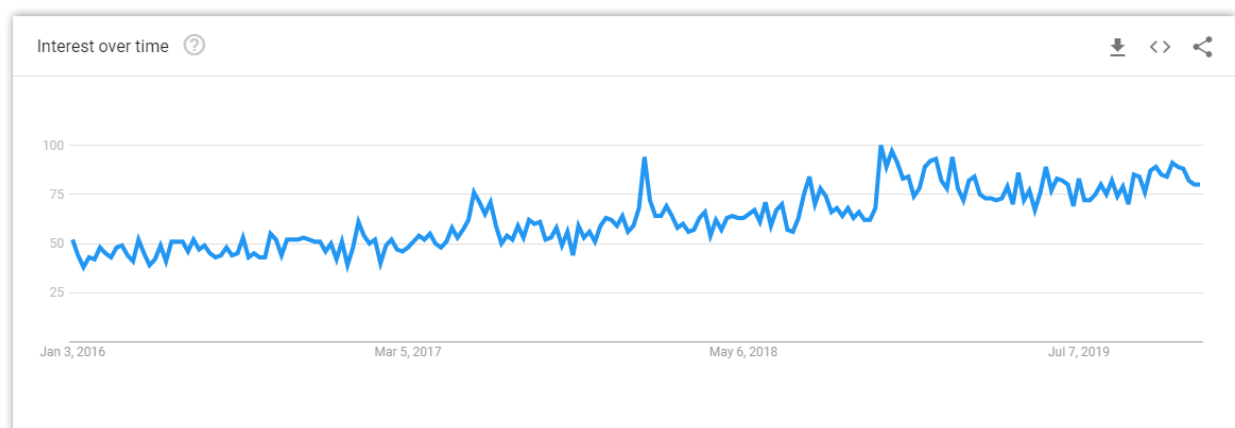
由于企业和消费者都在寻找真正可持续的包装解决方案，越来越多人意识到，具有误导性的包装处置声明会给市场消费者造成困惑。这种做法包括使用聚乳酸 (PLA) 或生物塑料作为包装材料替代品，并在产品环保声明中指出这些材料“不含塑料”或者“可以回收”。PLA 需要特定的商业堆肥条件才能进行降解，但由于其回收后勤设施有限，人们往往会将可堆肥的包装送到垃圾填埋场。

“人们对包装材料处置方法的关注，体现在人们愈发重视回收利用的价值，尤其是重视对一次性材料的堆肥处理。”

ANNA FALKINER
(德百市场营销与可持续发展主管)



从 2016 年至今，谷歌上关于“回收”和“如何进行回收”的搜索数量增幅超过 50%。以下图表来自谷歌趋势 (Google Trends)，它显示了在澳大利亚的“回收”搜索上升趋势——这可以证明该字段已成为互联网的热搜话题。



4. 澳大利亚包装契约组织。2018 年。“可生物降解和可堆肥的包装” (Biodegradable and Compostable Packaging)
5. 联合国环境规划署。2013 年。《国家废物管理战略指南》(Guidelines for National Waste Management Strategies)



3. 打造独特难忘的餐饮外卖体验

便捷性继续推动着餐饮外卖配送的普及，预计到 2023 年，全球餐饮外卖的年增长率将达到 9.9%⁶。

2019 年，中国的线上外卖收益全球第一，美国和加拿大分别位居第二和第三位。其中，餐厅对消费者的外卖服务占据了最大市场份额，几乎是目前全球的平台到消费者配送服务收益的两倍⁶。促成这一趋势的部分驱动因素包括，餐厅能更好地把控送餐体验，以及配送过程中的品牌代表性。

对餐饮外卖而言，提高消费者体验至关重要。优秀的外卖包装或使顾客感到与堂食体验一样物超所值，或使品牌在众多竞争对手的外卖服务中脱颖而出。

设计独特、触感非凡或者在打开时能够看到惊喜的包装，有助于创造令人难忘的配送体验、提高重购率，从而巩固消费者对品牌的印象⁷。

包装是餐厅与消费者之间的一个重要的接触点。配送物流目前多由第三方 App 处理，所以这个接触点就成了餐厅与消费者直接对话的关键。

6. Statista. 2019 年，“在线送餐统计” (Online Food Delivery Statistics)

7. Bagdasarian, P. 2019 年，“食品配送包装趋势” (Food Delivery Packaging Trends). 《现代餐饮管理》 (Modern Restaurant Management)

在竞争激烈和充满变数的时代，独特的包装理念是传播品牌、鼓励客户再次订购的一大助力。

尽管电子商务包装领域在过去多年一直在倡导独特的“开箱”体验，但对于食品配送行业来说，它仍然是一个相对较新颖的概念。

除了一些令人关注的挑战之外，食品配送包装还需要考虑到食品卖相、运输安全、保温、防人为破坏等因素。

在第三方食品配送 App 的激烈竞争形势下，您的食品必须能够在配送途中保持良好的品质，才能够避免消费者产生失望的心理⁸。

在配送过程中保持食品的温度

消费者对于送餐服务的主要抱怨之一就是食物到手时已经不热了。选择正确的包装可以兼顾保温和（油炸或酥脆食品的）通风需求，以免食物在配送过程中因蒸气而变得湿软或失去理想口感。

“设计食品配送包装始终需要兼顾保温与通风这两个需求。我们发现客户日益重视配送包装对食物卖相的影响，以及这类包装是否含有防止人为破坏的元素。我们将继续在食品配送领域推进创新，增加更多新包装功能以改进整体的客户体验。”

TOM HILDER，德百产品设计师



8. Hirschberg C, Rajko, A, Schumacher, T, Wrulich, M, 2016. “持续变化的食品配送市场” (The changing market for food delivery). 麦肯锡咨询公司



4. 极简设计元素

我们预计 2020 年将出现更多简约的包装画稿，这类设计仅通过最重要的产品信息来吸引消费者⁹。

传统包装产品包括联系方式、电话号码或公司地址等信息，但社交媒体的兴起和数字信息的便捷访问渠道让更简约的设计成了传达品牌信息的主角。

我们可以通过在产品标签设计中植入二维码来整合这些信息。这些数字化的可扫描设计元素能够提供更多与产品有关的详细信息，并且不会造成杂乱无章的视觉效果。

极简主义设计有助于突出关键的信息，确保用简单的图形、文字或图案传达重要的信息¹⁰。



极简主义设计可能会借助产品包装触发与消费者的情感互动。

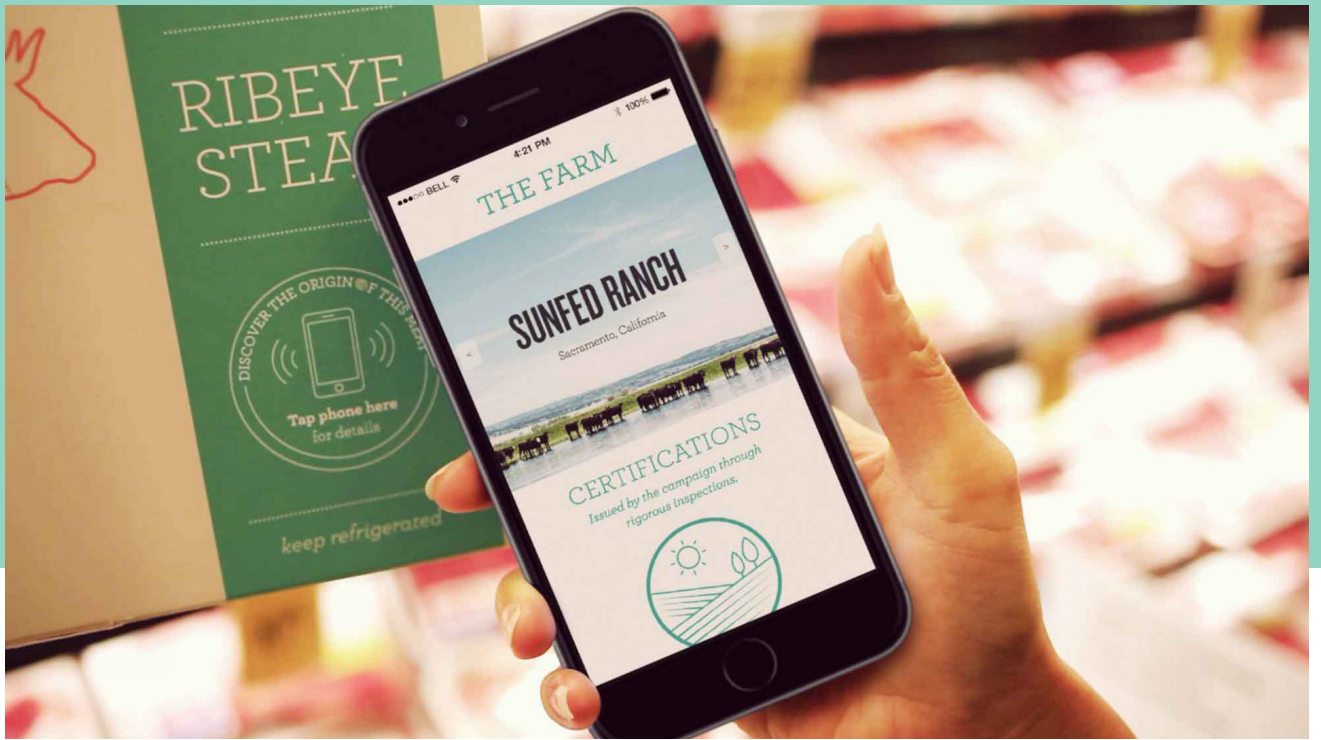
这就叫作感觉移情，即消费者对包装产生积极的情感反应之后，就更有可能回购该产品¹¹。

发挥感觉移情的优势，意味着产品包装需要考虑颜色、形状、故事、开启包装的便捷性和设计等元素，并且要考虑这些元素会在潜意识中向消费者传达什么信息¹²。

9. Bagdasarian, P. 2019 年。 “食品配送包装趋势” (Food Delivery Packaging Trends)。《现代餐饮管理》(Modern Restaurant Management)

10. Lupus, M. 2019 年。 “2019 年最激动人心的九大包装趋势” (Nine inspiring packaging design trends for 2019)

11. Johns, R. 2019 年。 “感觉移情：为何创造积极的品牌体验不可局限于一维视角” (Sensation Transference: Why creating a positive brand experience isn't one dimensional)。Unincorporated



5. 智能包装

除了传达产品信息之外，智能包装技术还具有其他广泛的功能，包括测量产品的 pH 值、温度和发酵程度，以保持食品的新鲜度、品质和味道¹³。

由于智能包装能够展示食品的以上信息，所以能大大帮助消费者了解其食物是否妥善安全储存，或帮助区分产品食用的优先级，因而不会错过食品的最佳赏味期。¹⁴。

“智能包装技术带来不断发展的功能，将在实时确认食品状况的能力上，提供显著的优势。”这项技术不但能够对消费者的健康产生影响，还具有减少食物浪费等其他方面的重大优势。”

ANDREW GOOD, 设计和创新经理

12. Roberge, D. 2017 年. “如何利用产品包装触发情感体验” (How to trigger emotional engagement with your product packaging). 《工业包装》 (Industrial Packaging)

13. Das, R. 2019 年. “你不可不知的 2020 年九大食品包装趋势” (Nine food packaging trends you need to be aware of in 2020)

14. Kuswandi, B. 2017 年. “食品包装的新鲜度感应器” (Freshness sensors for food packaging). Research Gate



德百简介

德百隶属于德盟集团，从 1948 年至今致力于创新餐饮服务和快速消费品市场的包装解决方案。

时至今日，德盟集团已经是世界规模最大的纸袋和纸盒产品制造商之一，全球员工超过 3000 人，在七个国家拥有全资制造工厂，在全球设有 21 个销售办事处。

创业精神就是我们的核心理念，我们竭诚为餐饮市场提供创新包装解决方案，例如：RecycleMe™ 系列、精确系列热饮杯。

我们以出众的品质、服务、价值和客户的承诺，成就出色品牌。

参考文献

1. Ellen MacArthur Foundation, 2019 'Regisning Plastics,' <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/Redesigning-plastics-lesson.pdf>>
2. Unilever, 2019, 'Rethinking plastic packaging - Towards a circular economy', <<https://www.unilever.com/sustainable-living/reducing-environmental-impact/waste-and-packaging/rethinking-plastic-packaging/>>
3. Rethink, 2019, 'Circular economy = resilient, competitive and sustainable business,' <<https://www.rethinkglobal.info/>>
4. Australian Packaging Covenant Organisation, 2018, 'Biodegradable and Compostable Packaging,' <<https://www.packagingcovenant.org.au/documents/item/2175>>
5. United National Environmental Programme, 2013, 'Guidelines for National Waste Management Strategies,' <http://cwm.unitar.org/national-profiles/publications/cw/wm/UNEP_UNITAR_NWMS_English.pdf>
6. Statista, 2019, 'Online Food Delivery Statistics', <<https://www.statista.com/outlook/374/100/online-fooddelivery/worldwide>>
7. Bagdasarian, P, 2019, 'Food Delivery Packaging Trends', Modern Restaurant Management, <<https://www.modernrestaurantmanagement.com/six-food-delivery-packaging-trends/>>
8. Hirschberg C, Rajko, A, Schumacher, T, Wrulich, M, 2016, 'The changing market for food delivery', McKinsey and Company, <<https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/ourinsights/the-changing-market-for-food-delivery>>
9. Bagdasarian, P, 2019, 'Food Delivery Packaging Trends', Modern Restaurant Management, <<https://www.modernrestaurantmanagement.com/six-food-delivery-packaging-trends/>>
10. Lupus, M, 2019, 'Nine inspiring packaging design trends for 2019', <<https://99designs.com.au/blog/trends/packaging-design-trends-2019/#minimalism>>
11. Johns, R, 2019, 'Sensation Transference: Why creating a positive brand experience isn't one dimensional,' Unincorporated, <<https://blog.unincorporated.pro/sensation-transference>>
12. Roberge, D, 2017, 'How to trigger emotional engagement with your product packaging', Industrial Packaging, <<https://www.industrialpackaging.com/blog/how-to-trigger-emotional-engagement-with-yourproduct-packaging>>
13. Das, R, 2019, 'Nine food packaging trends you need to be aware of in 2020', <<https://bizongo.com/blog/food-packaging-trends/>>
14. Kuswandi, B, 2017, 'Freshness sensors for food packaging', Research Gate, <https://www.researchgate.net/publication/325338736_Freshness_Sensors_for_Food_Packaging>