

创新包装设计及知识产权保护策略的探究

零萍

浙江省杭州市市心北路, 浙江 杭州 311215

[摘要] 包装最初设计的初衷只是为了保护商品, 而随着社会经济环境的不断发展, 经济市场逐渐趋于复杂多样的模式, 而在日渐激烈的市场竞争当中, 商品也逐渐在各种各样的平台上进行竞争, 而这就对商品包装产业提出了较高的要求, 商品包装成为了商品本身竞争中的重要内容, 而为了促使包装行业能够拓宽思路, 在国家建设的可持续发展的道路上促进经济效益的增长企业就需要对包装设计进行积极创新。

[关键词] 创新包装设计; 知识产权; 保护

DOI: 10.33142/aem.v3i12.5142 中图分类号: D923.4 文献标识码: A

Research on Innovative Packaging Design and Intellectual Property Protection Strategy

LING Ping

Shixin North Road, Hangzhou, Zhejiang, 311215, China

Abstract: The original intention of the original packaging design is only to protect commodities. With the continuous development of the social and economic environment, the economic market gradually tends to complex and diverse models. In the increasingly fierce market competition, commodities also gradually compete on various platforms, which puts forward higher requirements for the commodity packaging industry, commodity packaging has become an important part of commodity competition. In order to promote the packaging industry to broaden ideas and promote the growth of economic benefits on the road of sustainable development of national construction, enterprises need to actively innovate packaging design.

Keywords: innovative packaging design; intellectual property right; protection

引言

市场当中商品的种类趋于多样化发展的同时促使产品的包装也逐渐产生了多种多样的形式, 在消费者面前呈现出独特的包装设计能够有效提升商品的经济效益, 但是在这种情况下, 多样化的包装设计不仅仅吸引了消费者, 同时也成为了其他企业创新模仿的对象, 这样的环境当中对于包装设计企业来讲面临着巨大的知识产权保护问题, 本文通过市场调查对于中国现阶段包装设计的现状以及知识产权保护等问题进行深入的研究。

1 我国包装设计现状

我国在步入到 20 世纪 70 年代后期, 包装产业产生了全新的局面, 包装设计也全面进入了发展正轨, 逐渐在我国各地出现了包装产业的装潢公司, 同时随之而来的是民间的包装装潢设计方面产生大量的交流经验, 中国对于包装业创建出了“包装联合会”以及“中国包装联合会装潢设计委员会”等机构, 这些机构对于包装业来讲, 具有强大的推动力, 能够促使包装事业在中国经济市场当中健康发展。在这种环境驱使之下, 越来越多的企业对于商品包装的重视程度逐渐加强, 企业的目光投入在商品包装上促进了包装产业的发展, 同时也对包装产业产生了较为不良的影响, 在缺乏全面创新精神的情况下促使包装设计人员只能模仿市场当中他人的包装设计, 从而一度导致我国的包装产业设计版权问题混乱不清。针对于这一现状, 因此为了有效解决这一问题, 促进包装设计产业能够在创新当中发展, 就需要在包装设计当中不断融入全新的理念与文化, 从而为现代化的包装设计贡献力量。

2 包装设计领域中的知识产权问题

在包装设计领域中主要涉及的知识产权体现为版权、外观设计专利权、商标权及反不正当竞争权。

首先, 版权方面, 由于包装设计的重要元素在于图形、色彩以及商品的品牌等多重元素进行共同组成, 会在商品的加工、印刷等过程中通过更加客观的形式保存下来, 在一定程度上具有高度的可复制性。包装设计工作中, 设计人员可以通过自己的劳动和创意, 以更加丰富的色彩和线条进一步展现商品的独特魅力和实质, 这也导致了包装设计有较强的独创性, 包装设计在一定程度上同样也属于绘画类的美术作品, 因此对于此类作品也有了美术作品的可版权性, 但是不能忽视的是一部分包装涉及要素并没有通过绘画来表达, 并应用了非图案化的要素, 因此此类包装设计可以被排除与版权保护的范畴之外。

其次,外观设计专利权中主要指的是商品的形状、图案以及其他要素共同作出的富有美感的新设计,也被称之为工业产品外观设计。我国《专利法》以及相关法律规定中进一步明确了外观设计的专利权,产品的外包装设计始终受到法律的保护,再加上当前人民群众在维权方面的意识不断增强,更加积极主动地运用外观设计专利权的相关知识内容,维护自己的合法权益。

第三,商标权主要指的是商品的独特标记,大多体现于商品表面或包装上,进一步展示此类商品与其他类型商品的差别。商标的组成要素多种多样,不仅有文字、图形,同样也有其他类型的符号元素等等,在我国不论是注册商标还是使用商标都会受到法律的保护,因此在新时代发展进程中,越来越多的企业或商品生产厂家将商标作为自己商品的独一性要素,不断提高知识产权保护的能力和综合水平。

最后,在反不正当竞争权中主要与其他类型的知识产权法律法规起到补充性的关系。在一定程度上说,不论是未注册商标还是商品本身的特有名称与商品标识为同一内涵和作用,因此可以进一步强化知识产权的保护,减少包装设计领域中的知识产权冲突。

3 包装设计的创新发展路径

具有充足的创新意识是在包装设计当中最为重要的力量,而包装的不断创新设计能够为商品的市场营销创造更加广阔的发展前景,商品包装的主要目的是为了商品更好的吸引消费者从而创造出的一种营销手段,创新包装设计应该能够为商品传达更加清晰的信息、表现商品的品质、利用独特的外表为商品获得更加丰富的经济效益,结合当地的市场经济环境精准定位消费人群,从而刺激消费人群的消费欲望,将丰富的文化底蕴充分践行在包装设计当中。

3.1 创新包装设计需要以文化底蕴为前提

现代化的包装设计是以文化为本位,将生活融入其中,现代化作为导向的设计学科,而包装设计文化正是为了满足人们对于生活当中行为方式的需求以及行为方式等事物创造的内在特征,基于此种内在特征所产生的心理观念,一般来讲,创新包装设计需要在各种不同的文化基础上,由复杂的文化元素构成设计主体,在这其中可以分为包装设计的组织制度层以及物质层和包装观念层^[1]。为了进一步实现包装设计的创新,可以以文化底蕴作为重要的前提,也可以积极应用当前我国飞速发展的文化体系和文化内容,并以此作为包装设计创新的重要来源之一。在包装设计领域中,文化既要体现民族性,也要体现时代性,将包装设计文化视作新型文化系统,全面展现民族文化的精髓和内涵,强化对民族特点的进一步传承和飞速发展。例如在某些地区进行特色农产品以及地域特色产品的包装和设计领域中,可以进一步强化地域特色,增加区域文化内容,除此之外也可以在我国传统民族文化中汲取传统主题的新型表现形式,通过新时代的审美观念赋予民族文化新的内涵。

3.2 创新包装设计需要以市场意识为前提

而市场经济就是在市场竞争中结合市场中消费者的主观需求进行发展的,而随着时代与社会的变化,消费者对于需求也逐渐衍生出了多种多样的方面,从外包装的形象图案设计、包装物的内部缓冲设计、包装的配材性能设计等服务需求。在这种环境当中,包装设计公司必须能够适应经济市场的变化,从而从单纯的满足消费者的基本需求欲望向消费者传达商品信息转变,能够在消费者的意识中寻找创新的素材。包装设计行业需要牢固的树立市场经营意识,从过去的生产型制造模式转变为服务型制造,结合时代发展的需求具备先进超前的观念,促使包装设计能够跟上时代发展的潮流与脚步,在人们的意识当中进行创新,积极创造市场从而成为市场的主宰,这种意识完全是基于人们主体的意识行为所产生的,是引导时尚所呈现的完美意识体现。

3.3 创新包装设计需要以全生命周期为发展理念

针对于我国的包装设计业的发展前景,我国在上个世纪80年代后期的发展过程中提出了绿色发展的理念,从而在促进包装设计行业发展的同时为我国的环境保护提供强大助力,随着纸包装产品全生命周期理念逐渐兴盛,在市场经济当中也能够应用全生命周期理念创新包装设计,作为有效解决环境问题与包装污染矛盾的有力武器,在包装设计行业产生了大量的崇尚自然以及保护环境为主题的绿色产品。全生命周期生态设计体系包括头绿色原材料设计、模块化设计、循环再生化设计、减量化设计、结构组合和可拆卸化设计、绿色制造工艺等。具体而言,运用产品生命周期评价方法,对现有产品进行绿色再设计、对新产品进行绿色创新设计、对服务模式进行绿色优化设计,通过产品绿色设计拉动绿色制造工艺技术一体化提升,陆续推进了胶黏剂的无毒无害开发、纸包装产品的减量化、轻量化、可回收利用,推进“以纸代木”“以纸代塑”工作。

如彩印改水印,降低里纸和面纸克重和等级,减低成本。原胶印方式油墨成本转为水印方式,成本节约83%,减少生产过程使用油墨附带的VOC排放。

包装的内部缓冲物如果采用珍珠棉等材料,模具造型体积庞大。从材料生命周期循环利用率角度考虑,推进适于

回收、白色污染低的材料使用，提高环境静化能力。



图1 包装展示图

通过合理设计包装，使包装既能适用于运输，又能适用于商品展示。

这种全生命周期理念是在人们对于日益严峻的环境问题逐渐重视的情况下为了解决环境恶化、资源匮乏以及能源危机，结合包装设计行业产生的一种全新理念。

4 包装设计的知识产权保护

现阶段我国的包装设计行业当中仍然存在着较为严重的侵权行为，在市场中不乏各种抄袭优秀设计作品的现象，遭受到各种不同程度的侵权仿冒，着对于知名设计企业具有较为恶劣的影响。面对在包装设计行业中如此严重的侵权仿冒行为，必须采取合法的手段以法律武器保护自身的知识产权。

4.1 包装设计知识产权保护途径

4.1.1 为包装设计构建保护服务平台

包装行业的相关协会需要为包装设计行业建立完善的保护服务平台，从而利用这一平台为行业内全部的知识产权进行注册保护，对于行业的知识产权现状进行全面的了解，从而结合实际情况对知识产权采取一定的保护措施，对于保护情况进行统计，形成较为完善的数据分析库，能够及时针对于行业中知识产权的变动掌握实际情况，从而实现保护知识数据以及各种信息的目的，便于包装设计企业随时查询相关信息。能够为企业构建更加专业便捷的服务环境，同时为包装设计行业内部设计制定与产业相关的政策、行业规范、行业管理以及行业向政府进行汇报等工作提供强有力且真实的数据依据^[2]。

4.1.2 构建包装设计行业知识产权管理体系

在包装设计行业当中为知识产权保护工作建立完善的管理体系，从而对于行业中的无形资产进行全面的整合，运用知识产权中商标、专利和版权的保护特点，制定出适合行业发展的知识产权保护策略，促进行业内部能够进行自我优化调节，将行业内部的知识产权作为重要的保护内容，促使行业协会建立完善管理机制，进一步促使企业能够联合保护知识产权，避免国内的各大企业之间自行进行消耗，从内部化解侵权问题。

4.1.3 全面促使包装协会能够发挥作用

中国包装联合会作为我国国务院准许成立的第一批行业协会，对于包装行业的发展有着非常重要的意义，能够切实推动包装产业的发展进步，而为了保护包装行业的知识产权，行业协会必须全面发挥自身的职能，发挥集群优势，调动行业当中全体成员一同协助知识产权的保护工作，促使大多数企业在单一力量难以解决问题的情况下有效保护知识产权，从而推动包装产业逐渐从国内发展开拓到国外市场，提升企业的整体竞争力，参与国际市场竞争，有效提升自身的经济效益。

4.2 包装设计知识产权保护方法

在1992年的《东京大会报告》当中，知识产权被国际工业产权协会划分为两大类，一种是基于创作性成果的权利，另一种是具有识别性成果的权利，这其中又包括商标权、厂商名称权以及驰名商标所独有的名称、包装以及装潢的专用权。包装设计中的知识产权保护工作实际上就是对于商品的外包装的设计与外观等专利的权益保护和商标专用权保护。

4.2.1 外包装专利保护

商品包装的专利人向社会公开自己的发明设计从而获得专利权，其目的在于在其他等领域将专利权作为一种可交易的事物从而获得更大的经济利益。而经济利益最终是否能够实现取决于专利权如何利用，包装设计企业作为创新设计的专利人拥有专利权，就能够通过企业的生产经营等活动在过程中使用、制造、销售或许诺销售等方式实现专利产品的使用，也就是对于专利权的使用，在我国针对于专利权的法律法规当中提出了相关的规定，专利法中的外观设计

所指的是产品的实际形状或者图案色彩等结合形成的外观样式,所创造出的具有美感的能够适用于商品应用的新设计。

4.2.2 包装商标专用权保护

商标权指的是注册商标的所有人的一种支配权利。而商标则是在企业的生产经营活动中对于自身的商品加以认证的一种标记,能够凸显出企业所制造的商品的质量与信誉,对商品的销售量与经济效益具有直接影响,并且关系到企业在市场当中的形象地位。商标设计具有非常独特的保护法,能够为企业所生产的商品起到一定的宣传作用,对于实际的销售行为具有非常重要的意义^[3]。并且商标中也可能会蕴含着一定的商业价值,这样的商标具有独立的专用权,是知识产权中的所属成员,企业能够对自身创新设计出的独特商标进行注册登记,在日常生活当中常见的饮料类以及酒类等商品皆具有注册商标的特性。

4.3 包装设计论文管理

学术论文也是知识产权的一部分,其作为技术研发当中的重要知识成果,以文本文献的方式记录下来,对论文的实际作者而言具有相对独立的保护属性,在其中总结了作者的实际经验以及各种问题的解决方案,因此,专业论文的出版与发表也代表着新技术的新设计的公开发布,对于包装设计行业来讲具有非常重要的价值与意义,需要与包装设计行业当中其他的知识产权享有同等的保护权益。

5 结束语

在我国加入到世界贸易组织之后,社会主义市场经济不断发展完善的环境中,中国的商品市场想在激烈的市场竞争中占有一席之地并且向国际市场进军就必须建立在创新设计的基础上,尤其是针对于商品包装的创新设计。

[参考文献]

- [1]张艳峰.创新包装设计及其知识产权保护研究[J].中国包装工业,2019(12):25-26.
[2]韩虞梅,王渝珠,韩锦平等.包装设计的权利保护——纪念2011年“世界版权日”和“世界知识产权日”[J].包装世界,2018(3):4-6.
[3]杨宇琳,黄慧.包装设计的创新及其知识产权保护[J].科技创业月刊,2018(5):14-15.
作者简介:零萍(1985-)女,广西人,汉族,研究生学历,工程师,研究生方向材料科学与工程。