

综述

孙东亮, 孙一凡, 李华, 等. 烟草包装设计的历史发展与展望[J]. 中国烟草学报, 2022, 28(6). SUN Dongliang, SUN Yifan, LI Hua, et al. Historical development and Prospect of tobacco packaging design[J]. Acta Tabacaria Sinica, 2022, 28(6). doi: 10.16472/j.chinatobacco.2021.T0193

烟草包装设计的历史发展与展望

孙东亮¹, 孙一凡^{2*}, 李华¹, 贾玉国³

1 山东中烟工业有限责任公司济南卷烟厂, 济南市高新区东区科航路 2006 号 250104;

2 德州学院美术学院, 山东省德州市德城区大学西路 566 号 253023;

3 山东中烟工业有限责任公司雪茄烟运营中心, 济南市高新区东区科航路 2006 号 250104

摘 要:【背景】烟草包装是品牌文化的重要载体, 受控烟履约、绿色环保等法律、政策的影响。【目的】展望未来中国烟草包装设计的发展方向。【方法】通过对烟草包装的历史发展、国际趋势和国产卷烟的商标设计分析, 概括了国产卷烟包装设计的既有特点, 探讨了中国烟草包装设计的未来发展之路。【结果】①国产卷烟的包装设计具有时代特点、民族特征和文化包容性, 支撑了中式卷烟品牌的群体崛起; ②中式卷烟品牌系列化是以品牌名称为纽带的系列化, 并没有完成品牌与规格间的文化协调; ③国际控烟履约、绿色发展将持续影响中国烟草包装的设计方向; ④国内控烟履约、绿色发展的政策、法律持续完善为国产烟草制品包装设计起到了重要的引领作用; ⑤烟草平装的市场技术壁垒作用将对我国卷烟走向世界产生重大影响; ⑥我国烟草包装的工业设计已达国际先进水平, 未来的设计重点将是装潢设计的系列化水平提升。【建议】坚持民族特色为主, 深化宏观策略研究, 强化包装技术开发, 提高商标国际“化境”能力, 防范新型烟草制品技术壁垒, 弘扬本土雪茄文化和提高追溯信息设计水平是未来中国烟草包装设计的重要方向。

关键词: 烟草制品; 包装; 设计; 趋势; 展望; 环保; 平装; 控烟

烟草制品的包装(以下简称“烟草包装”)一般分为盒、条、箱三种基本形式。其设计考虑了生产、流通、交易和使用等各个环节, 因而具有数量控制、产品防护、品质保持、信息追溯和品牌文化展示等作用^[1,2]。由于烟草制品的成瘾属性、健康属性和专营属性, 因此其包装设计除受商标法、环保法、知识产权法、广告法、产品质量法的影响外, 还受烟草专卖法、绿色发展、控烟履约等法律、政策的影响^[3-5]。中式卷烟日渐繁荣^[6]、新型烟草制品兴起^[7]、控烟履约形势收紧、绿色发展理念深入以及雪茄在国内的崛起^[8]引发了烟草包装设计理念的新要求、新趋势。因而通过梳理烟草包装的演变史, 从产品需要、履约要求、文化认同、法律许可等入手, 探讨国内外烟草包装设计的发展趋势, 展望中国烟草包装设计的未来之路, 显得

尤为必要。

1 烟草包装的历史演变

1.1 烟草包装的起源

早期烟草制品为手工制作, 自用或近距离易物交易, 无需固定包装。随着烟草流行、交通改善、贸易兴起, 烟草包装才顺势而生。最早的雪茄包装出现在 1805 年的古巴, 只有茄支的包装, 没有品牌。最早的烟草品牌是 19 世纪 60 年代芬兰生产的“小加农”牌^[9]。1881 年在奥匈帝国诞生了首枚商业性质的“尼尔”牌卷烟商标, 为 20 支铁听装。1889 年起, 美国“PINHEAD(品海)”牌卷烟在我国销售, 并于 1891 年由老晋隆洋行引进美国邦萨克卷烟机在国内生产。因此, “PINHEAD”是我国可考的第一张烟草商标^[10]。

基金项目: 国家烟草专卖局行业统编教材开发项目“卷烟生产过程工艺质量风险防控手册”(YCPXJC2019002); “雪茄生产过程工艺质量风险防控手册”(YCPXJC2019003)

作者简介: 孙东亮(1971—), 学士, 高级工程师, 主要从事卷烟工艺质量与材料技术研究, Tel: 0531-66776883, Email: sldsd@139.com

通讯作者: 孙一凡, Email: 458366342@qq.com

收稿日期: 2021-10-27; **网络出版日期:** 2022-06-24

如今,烟草包装设计从卷烟质量要求、加工技术条件、贮运使用便利、品牌文化展示、法律法规许可、道德宗教认同乃至产品的市场预期等角度入手而系统展开,包括结构型制、单元数量、材质选择、信息标注等包装工业设计和图案、色彩、色调等商标装潢设计两个主要设计方向。

1.2 烟草包装的工业设计演变

1.2.1 结构型制的演变

除金属、木质和塑料等异形包装外,烟草包装的主体形式为纸基的盒、条、箱。从消费者角度出发,主要分软盒软条、软盒硬条和硬盒硬条3种型制组合方式,鲜有软条硬盒形式。其中烟草的包装单元数量和排列形式,与卷烟包装的型制存在必然的、直接的关联。

(1) 包装单元数量的演变。最早进入国内的“PINHEAD”卷烟,先后有10支、20支盒装和50支听装三种形式的包装。虽然后来的卷烟出现了16支、25支盒装和200支听装等形式,但20支盒装最终成为主流,这可能与携带方便、日消费数量有关。

条装单元的数量一般为10盒,这可能与产品防护、支付便捷有关,而箱包装(俗称“件”)一般采用50条。近年来超高价位卷烟的箱装往往采用25条装,证明箱装的数量不但考虑了流通便利(贮存、搬运等),而且也考虑了厂商交割便利、销售周期的长短。此外,在中国烟草经济统计中经常使用虚拟的“箱”(俗称“大箱”)概念,其与包装实体并无直接关系,其起源尚未发现可考文献。

(2) 排列形式的演变。盒内烟支的排列、条内盒的排列、箱内条的排列均与包装机的原始设计有关。以常规卷烟20支盒装为例,其烟支排列多为7-6-7形式,少量硬盒包装采用7-7-6形式,而细支、中支卷烟的盒装通常为10-10形式,亦有硬盒卷烟采用(5-5)-(5-5)双铝包形式。中支、常规卷烟采用10-10、(5-5)-(5-5)排列时,因型制扁平而被称为“扁盒”。

早期的软条包装由手工完成,10盒竖放横排、两端封口。随着包装机的出现,条装改用5×2平排叠放,并延续至今。此外,扁盒卷烟则多用2×5平排叠放。采用5×2平排叠放的中支卷烟,其条装明显扁长,外观视觉不够协调。

箱装内条装排列考虑了条装型制、尺寸和防护能力,由装箱机生产商进行针对性设计。早期软条烟用手工装箱,10×5侧放堆叠,保护性一般。随着硬条

装的普及,现多采用(5×5)-(5×5)竖放堆叠,防护效果有所增强。

1.2.2 材料材质的演变

烟草材料主要是指纸基的商标纸、内衬纸、框架纸、封签纸、纸箱等,塑料基的透明纸、拉线,以及粘合剂、印刷油墨等。烟草包装的材料选择与技术进步密切相关^[11]。20世纪50年代,卷烟包装以软包装为主,商标纸材质多为土纸以及道林纸为主,内衬使用沥青防潮纸保持水分。60年代自动包装机出现后,真空镀铝内衬纸、玻璃纸、拉线开始应用,包装的防潮、保香功能得以加强。70年代自动包装机引入我国,胶版纸、聚氯乙烯薄膜(PVC)得到应用。直到1988年放开13种名优卷烟销售价格^[12]时,我国烟草包装仍以软包为主。

白卡纸的应用与硬盒包装机的出现相关。20世纪80年代的改革开放催动国外烟草机械、烟草材料被快速引入国内市场,极大刺激了国产卷烟包装的进步,硬包装成为国产卷烟的主流包装发展方向。90年代开始,白卡纸、铜版纸在商标纸、框架纸、封签中大面积应用,压延铝箔纸、PVC普及。到90年代末期,我国烟草过度包装现象明显抬头。

进入21世纪,伴随着对国内烟草发展方向的思考,中式卷烟战略得以确立,中式卷烟品牌群开始崛起。在引领品牌的高端卷烟中,异型包装兴起,铝塑复合卡纸、转移铝纸、双向拉伸聚丙烯(BOPP)透明纸^[13]等新材料普及,磨砂、珠光、柔触等印刷工艺成熟应用,二维码、热敏、激光、紫外等防伪技术迅猛发展^[14]进一步推高了国产卷烟的高端、华贵、奢靡的程度,中国烟草包装的工业设计达到全新高度。

此外,包装粘合剂的使用与包装的加工方式、速度有直接关系。手工包装、低速自动包装时代,淀粉胶、糊精、热熔胶、羧甲基纤维素(CMC)等即可满足生产需要^[15]。20世纪90年代,我国逐步使用乙酸烯乙酯均聚乳液(白乳胶)、乙酸乙烯酯-乙烯共聚乳液(EVA)完成了对淀粉胶、糊精、热熔胶的替代,包装速度达到中速水平。

近十年来,随着超高速包装机的出现、硬化软盒商标等难粘材料的使用^[15],粘接力发展快的热熔胶被再度启用,经过技术改良的新型淀粉胶也因其良好卷烟品质适配性而重新成为包装用胶的重要选择,还有一些具有增香、阻燃功能的包装胶也被成功开发应用^[16]。

1.2.3 卷烟产品信息的标注设计

(1) 文字信息的标注。卷烟商标上标注的文字信息,主要是指在卷烟的包装上展现的规格、类型、品质、厂商(电话、网址)、数量、日期等产品信息和追溯信息。卷烟商标上的追溯性文字设计一般体现简明、清晰准确即可,文字的大小、字体、颜色应与商标整体风格相协调。

2003 年前,卷烟商标还可标注“醇香”“疗效”等品质风格信息,但随着法律的完善,这些信息已被禁止标注^[17]。因此,当今的卷烟商标设计更重视色彩的设计,并以颜色突出品牌品质风格,从而实现与价值定位、法律法规要求的协调^[18]。1964 年美国首先开始在卷烟上标注健康警示信息,并随之形成全球性连锁效应。1983 年第 5 届“吸烟与健康”国际会议建议所有烟草制品均应注明健康警示信息,并标注焦油、烟碱、一氧化碳含量。由于警示信息的标注争夺了品牌

文化的展现空间(特别是中支、细支卷烟),从而促进了商标设计与消费心理关系研究的深入^[19,20]。

(2) 图案类编码的标注。卷烟商标上的图案编码主要是条形码、二维码。如今条形码设计早已成熟,对品牌文化展现影响几可忽略。而二维码标注往往由生产商根据需要标注,其与商标的整体协调性在设计装潢时已通盘考虑。

1992 年我国开始在出口卷烟以及省以上优质卷烟上标注条形码,至 2003 年 6 月国家卷烟条码库条码已达 7888 个,其中经国家授权批准的 7140 个,其他可能仍在市场流通 748 个。此后随着行业企业重组、品牌整合,烟草产品条码数虽大幅减少,但至 2020 年全国仍准产 78 个卷烟品牌(含湖南中烟、福建中烟代工的“万宝路”)的 865 个规格(含 6 个“万宝路”子规格)和 12 个雪茄品牌的 140 个规格(表 1),全国在用烟草包装(含箱、条、盒)条码总数 3000 个左右。

表 1 2020 年国产烟草品牌持有情况(不含新型烟草制品)
Tab. 1 Ownership of domestic tobacco brands in 2020(excluding new tobacco products)

持有单位	品牌数	品牌名称	规格数
河北中烟	2	钻石、石家庄	35
上烟集团	9	中南海、中华、熊猫、牡丹、红双喜、恒大、大前门、凤凰、双喜	56
江苏中烟	3	一品梅、苏烟、南京	38
浙江中烟	3	雄狮、利群、大红鹰	29
安徽中烟	5	黄山、都宝、红三环、黄山松*、王冠*	41+43*
福建中烟	5	长寿、石狮、七匹狼、金桥、古田	42
江西中烟	2	庐山、金圣	36
山东中烟	3	哈德门、泰山△、将军*	32+24*
河南中烟	3	黄金叶、红旗渠、散花	40
湖北中烟	5	红金龙、黄鹤楼△、顺百利*、三峡*、茂大*	61+25*
湖南中烟	3	芙蓉王、相思鸟、白沙	40
广东中烟	4	双喜、椰树、红玫、羊城	43
广西中烟	2	真龙、甲天下	29
重庆中烟	3	天子、龙凤呈祥、宏声	39
四川中烟	6	天下秀、娇子、长城△、狮牌△、金钱豹*、工字*	40+48*
贵州中烟	3	遵义、贵烟、黄果树	30
云南中烟	11	云烟、玉溪、雪莲、呼伦贝尔、红塔山、威斯、红梅、红河、钓鱼台、茶花、红山茶	104
陕西中烟	2	延安、好猫	25
中烟实业	12	紫气东来、长白山、三沙、人民大会堂、龙烟、林海灵芝、兰州、哈尔滨、冬虫夏草、大青山、宝岛、双喜	99
合计	85		999

注: 1、“*”为雪茄品牌,“△”为雪茄、卷烟共用品牌,卷烟品牌无标记。2、不同企业“双喜”按 1 个品牌合计。

1.3 烟草商标的装潢设计演变

1.3.1 国际品牌商标的装潢设计

烟草商标极具美学特征,是美术、世俗与工业设计的完美结合。烟草商标的装潢设计是基于工业设计而对世俗观念进行的美学呈现性设计,包括对图案、文字、色彩、色调等元素的系统协调设计,在满足法律法规的前提下凸显品牌文化、品质风格、价值定位的核心特征,提高产品对消费者的吸引力,因而应充分展现品牌名称、品质、追溯信息、警示信息及其指标值(如焦油量等)。

早期的烟草商标的设计有浓郁的生产生活气息,如“CAMEL”“LUCKY STRIKE”等。随着美、英、欧等国家工业自动化发展,产能逐步释放,对商标的设计提出了更高的要求。“二战”期间(1939—1945年),随着盟军战场的不断转移,“CAMEL”等英、美烟草品牌逐步风靡全球,促进了其品牌的国际化。国际化对装潢设计提出了新的要求,避免政治、民族、宗教等可能产生明显禁忌的元素出现在商标上,因而由文字和简洁图案组合而成的商标更具有流行全球的优势,如“555”“Marlboro”“KENT”“Seven Stars”“ESSE”等。这些国际性品牌的共同特点是文字醒目、构图素洁,色调沉静。同时,美、英等西方国家对档级、价位的层级性要求不高,因而对卷烟包装的材质和装潢要求也不高。

此外,除按当地法律法规做必要的适应性调整外,国际化的烟草品牌的商标装潢设计并不会因销售市场的全球化而进行不同区域的差异性改造,因而其形象保持了长期稳定,利于品牌的国际辨识度提升。如“三五”“万宝路”“箭牌”只是根据中国文化特点进行的“化境”翻译^[21],其商标仍为“555”“Marlboro”“KENT”。这与我国外销卷烟商标名称多用当地字母标注,甚至刻意用字母替代汉字有明显不同。国际化品牌的装潢设计最终形成了以色彩为基础的、系列化的、平民化的设计风格,一般将蓝、绿与薄荷口味相关,棕、黄与烟草本香关联,且用色调深浅表征风味浓重程度。随着国际化品牌兴起和市场全球化,英、美等国烟草品牌设计理念引领了国际烟草装潢设计的潮流,因而研究以英、美为代表的国际化品牌的发展趋势具有国际代表性。

1.3.2 我国烟草商标的装潢设计

(1) 商标装潢设计的鲜活性和时代性。20世纪初,国内烟草的装潢设计受洋品牌影响较大^[22],甚或

带有殖民色彩,如英国惠尔斯公司的“PIRATE(海盗)”,其经过国内多年演绎而最终改为“老刀牌”。1903年中国第一个民族卷烟品牌“TOPAZ DRAGON(龙珠牌)”在北洋烟草公司诞生。此后,随着民族烟草工业的逐步兴起,仙女、双喜、美丽、红金龙、阔佬等具有鲜活民族气息的烟草商标兴起,并将人像、名胜等图案运用于烟标上。

新中国建立(1949年)后,随着抗美援朝胜利(1953年)和工商业社会主义改造的完成(1956年),民族自信得以重树,昂扬奋发的精神在烟草商标上得到充分体现,中华、光荣、大丰收、卫星、巨轮、五一、红旗渠等品牌不断涌现,到中国烟草总公司成立一年后的1983年,全国烟草品牌达3000多个。在这个阶段,烟草商标设计基本不会考虑层级观念的展现,而红旗、五角星、麦穗、齿轮、标志性工程、重大历史事件等大量运用到卷烟商标上^[22],装潢设计更加突出思想性,如具有殖民色彩的“老刀牌”被改名为“劳动牌”,并增加了“劳动创造世界”文字和工农劳动图案。

改革开放带来的思想解放和品牌意识觉醒影响了国产卷烟商标的设计思路,1986年底国产卷烟品牌被压缩到2114个。1990年前后,555、KENT、Marlboro、More等洋品牌频频叩击国门,且一度有泛滥之势,洋品牌文化得到国人推崇。如“Marlboro”中文名称“万宝路”就与当时激进的财富追求精神相契合,“Men always remember love because of romance only(男人总因浪漫铭记爱)”品牌诠释又与彼时的思想解放有较大关联,从而“Marlboro”在国内市场声望渐盛。这种洋品牌文化的“化境”能力,至今仍值得中国烟草在参与国际竞争中借鉴参考。此后,国产烟草商标设计吸纳外国商标的设计精髓,开始注重蓝、紫、绿甚至黑等色彩的应用,部分品牌商标构图趋于简洁,开始出现商标系列化萌芽。以“哈德门”“老刀”为代表的一些老品牌重出江湖,“老牌新做”成为潮流,并影响至今。由于新材料、新技术的加持,老牌号的用材、印刷工艺明显提升。

1994年前后面世的“特制黄山”和“极品云烟”引发了行业“九五”期间(1995—2000年)卷烟价位的提档升级热潮,品牌意识更加强烈,装潢设计更加高档,“精品”“极品”“特制”等稀缺性、诱惑性字眼开始在商标上使用。到2001年全国烟草牌号进一步整合到1183个。在这一时期,红、金、黄等迎合国人主

流心态的鲜活色彩仍是国产卷烟商标设计的首选^[23]；而由于民族自信、文化自信的增强，“老刀”等具有外来品牌背景的产品并未赢得市场认可。

随着国产卷烟的高档化，高端、华贵成为卷烟商标装潢设计的潮流。因而烟用包装材料材质不断升级，5支、10支等小包装有所抬头，侧开、推拉、下翻等盒开启形式被更多尝试，激光全息、烫金浮雕、温（光）变油墨、紫外显像、光刻定位印刷、纸张施加特殊纤维等工艺风行。到21世纪初期，我国烟草包装高技术、高材料、高防伪趋势明显，材料成本已占总成本的25%~35%，为国际通常成本的4倍，过度包装问题更加突出^[24]。

（2）中式卷烟装潢的包容性和阶段性。2003年，蕴含民族文化精髓、融合世界优秀文化精华的中式卷烟特征正式提出^[6]，为烟草包装设计理念指明新方向。同年，卷烟“百牌号目录”出台，2007年“两个十多个”战略提出。从此，“大品牌、大市场、大企业”成为中国烟草发展的核心目标，大量单规格牌号退市或并入主品牌，中式卷烟进入以品牌名称为纽带的规格系列化时代。其中仅在2004年，全国就有近700个卷烟品牌成为历史，全国品牌数量由1049个锐减为315个。

中华文化是世界上历史最悠久，也是最乐观、最进取、最诗意的文化。因此国产卷烟特善于将人物典故、神话传说、名山盛景、花草虫鸟等反映在包装的装潢上。同时结合字体变形、纹饰点缀、色彩调和等设计手段，中式卷烟装潢设计或写意水墨丹青，或写实生动形象，或虚实结合意境变幻，充分吸纳民族文化的精髓和世界文化的精华，形成丰富、包容的品质、文化和价值展现方法。因此，无论单规格品牌为主的20世纪下半叶，还是当今品牌系列化的21世纪，国产卷烟装潢设计始终与国际品牌在主流设计理念存在一定差异，且中式卷烟装潢中所蕴含价值感、层级感、时代感、鲜活感等民族文化特征得到消费者高度认同^[25]。

如今，国产烟草品牌已经压缩到85个，中式卷烟品牌群体崛起，国内市场份额达到99.7%，标志着中式卷烟品牌文化在抗击洋品牌文化冲击、假冒伪劣卷烟价格冲击的过程中牢牢把握了主动权。某种程度上，中式卷烟装潢设计中所蕴含的民族文化和吸纳包容特征，正是中式卷烟区别于英式、美式、日式卷烟的重要标志^[26]。

受品质、价值、文化、区域的差异性影响以及消

费惯性作用，中式卷烟的装潢设计并未完成子规格与主牌号的文化协调，且表现在名称、构图、色彩色调各个方面，其设计思想、文化传递、价值表达缺乏内在的、必然的、系统的关联，导致形象稳定性一般。特别是随着国内部分品牌的子规格的快速崛起，甚至有企业在子规格文化塑造上的力度远超主品牌。如“宽窄”“荷花”等系列规格的影响力已超越主品牌“娇子”“钻石”的影响力，则是我国品牌具有阶段性特征的具体表现。

2 烟草包装设计的国际趋势

21世纪的世界烟草形势有新变化。一是控烟履约形势日趋紧张，烟草发展迎来重大挑战；二是绿色发展理念深入社会方方面面，节能、环保、碳达峰等要求日益严格，烟草经济体系现代化要求更迫切；三是国际上新型烟草制品发展迅猛，雾化电子烟、无烟气产品和加热烟草等的消费增加趋势明显^[27]，对传统烟草的替代影响已经初显。

2.1 控烟履约影响烟草包装设计

2.1.1 烟草危害性警示信息的标注

《烟草控制框架公约》^[28]（以下简称“《框架公约》”）第11条“烟草包装和标签”明确卷烟商标的设计不得出现产生烟草制品危害相对较小的任何词语、描述、商标、图形或其他标志，包括“低焦油、淡味、超淡味和柔和”等词语，并明确提出商标应包含国家批准的、大而醒目的、宜超过可见部分50%（但不得少于30%）、轮换使用图案形式（或象形图）进行警示信息标注等具体的技术要求^[29]。

2020年已有182个缔约方加入《框架公约》，覆盖全球人口90%以上。85%的缔约方要求烟草包装上印制警示信息，且其中87%的缔约方采用警示信息轮换，122个缔约方警示信息包含了警图。此外缔约方中有75%要求警示面积占商标比例50%，有16%要求警示面积占比30%~50%；有49%在包装上标注了成分信息，有37%在包装上标注释放物信息^[30]。

国际上警示标识的标注规则在不断演变，警示信息面积、警语（警图）条数增加，且出现警示性质扩大化、片面化和绝对化现象。2011年8月雷诺等4家美国烟草商状告美国联邦政府，诉讼其当年发布的9个警示图案“未能传递事实”^[31]，并最终胜诉。由此，美国烟草包装警图法案的实施已被推迟4次，最新计划是将在2023年4月9日实施。

2.1.2 防止非法贸易相关的设计

《框架公约》第 15 条“烟草制品非法贸易”^[28]明确了烟草制品每盒和单位包装有标志以协助确定烟草的来源(即追溯要求),从而影响了烟草包装的设计,烟草包装的防伪设计、追溯设计被提上重要日程^[32,33]。

早期烟草商标可通过拉线、烟膜、镭射商标以及税票等形式防伪,通过印刷或钢印实现追溯。随着材料技术和印刷技术的发展,特种油墨、特种商标纸等为包装防伪提供更多可能^[33],同时也抬升了包装成本。2019 年 5 月起欧盟要求烟草制品每个销售包装单元必须标识独一无二的防篡改安全信息(二维码或矩阵条码)。

2.1.3 防止分支或小包装销售的相关设计

《框架公约》第 16 条“向未成年人销售或由未成年人销售”^[28]明确了“努力禁止分支或小包装销售卷烟”。因此,10 支以下盒包装以及有利于分支销售的听装、5 盒以下条装不再是商标设计的方向,以降低青少年购买卷烟的机会。2020 年,缔约方中已禁止分支销售的占 66%、禁止小包装销售的占 78%^[30]。

2.2 绿色发展影响烟草包装设计

新型制、新材料、新技术推动产品质量、结构提升的同时,也导致过度包装、材料降解和环境污染等问题。有报道^[34],包装材料的碳排放量由多到少依次为商标纸、透明纸、内衬纸、框架纸,且其排放量仅次于烟叶、丝束加工,合计占总排放量的 10%以上。

欧盟的烟草包装的绿色环保要求具有较强的代表性。欧盟建立了《限制某些有害物质在电子电器设备中的使用》《化学品注册、评估、授权和限制》《化学品分类、标签和包装》为主的化学品安全标准体系,限制了重金属、塑化剂等粘合剂、染料、油墨中的添加。同时通过大面积留白、水性油墨、柔印等方法,降低烟草包装的印刷细节精度要求,减小印刷强度、降低装饰效果,以适应环保要求。1994 年欧盟提出包装材料要在设计、生产之初遵循最小使用量、可重复利用和资源可回收等原则^[35]。

烟草包装的环保设计方面,欧盟通过统一 27 种备选结构型制^[36],减少了烟草包装的型制复杂化引起的碳排放增加;倡导非金属、易降解、无毒的环保型材料,如铜版纸、白卡纸、真空镀铝纸、无铝涂布纸、低厚度聚丙烯薄膜、无涂膜或涂蜡瓦楞纸板等。因此,其产品的个性化往往通过盒角、折痕、框架的异型设计来实现^[37]。

近年来欧盟包装的标准框架体系趋于完善。2018 年对包装(特别是铝、塑料)的回收及计算提出更严格要求^[38]。此外,日本也通过税收、立法来促进循环经济,减少废物,实现可回收、可重复使用,明确要求包装空隙不超过 20%,成本不超过售价的 15%^[39]。

2.3 平装化影响烟草包装设计

2.3.1 平装化的兴起

绿色发展理念和《框架公约》促进了烟草平装的兴起。平装化的基础设计包括形状、尺寸、信息标注、条形码标注、税票位置、文字大小和位置等^[40],而其核心设计包括材料材质、开启方式,商标内容和色彩等,还包括对粘合剂和油墨的成分限制^[41]。

澳大利亚于 2011 年 12 月率先通过《烟草包装平装法则 2011》。从 2015 年起,英国、法国、匈牙利、挪威、爱尔兰、土耳其、斯洛文尼亚、比利时、乌拉圭、加拿大、新加坡、泰国、以色列、新西兰等国纷纷实施烟草平装。到 2020 年有 17 个国家通过平装法案^[30]。

2.3.2 平装化压缩烟草包装设计空间

烟草包装平装化要求禁止装潢、插页、透明、气味和声音、售后可变的(如变色油墨)等传播技术元素的使用^[40]。加拿大要求烟草包装统一采用褐色背景,泰国烟草包装要求统一使用棕色包装,而比利时除明确烟草包装须为绿棕色外,还取消了烟草品牌标识^[42]。因此,烟草平装化减少了品牌的个性特征,因而对烟草包装的装潢设计形成巨大挑战。

烟草平装化能显著削减包装材料成本、降低加工难度,但也会大大挤压烟草品质、价值、文化等信息的展现空间,显著降低烟草品牌的传播力,极大增加假冒仿制风险。因此,国际上对烟草平装一直存有争议,国际商标协会(INTA)、国际烟草种植者协会(ITGA)等组织就其合法性问题纷纷向 WHO 提出质疑^[43]。

2.3.3 烟草平装化的本质

烟草包装平装化可以有效压缩烟草市场容量,对新产品和弱势产品有显著挤出效应,因而其本质也是一种市场技术壁垒。烟草业发达的国家、优势品牌可以利用烟草平装法来防范新兴烟草企业、品牌的市场竞争,而烟草业不发达的国家则可利用烟草平装化来防止本土烟草市场被过度开发而造成国家资金的外流。

显然,烟草平装已超越包装工业设计的边界而向装潢设计延伸,具有控烟扩大化、片面化和绝对化倾

向。国际上,一些烟草商通过新颖的包装设计来减少平装化冲击,如采用23或24支装个性单元、暗示口味清新和口味转换的爆珠提示语(如Click、Switch、Refresh、Activate Freshness和Press-Activate-Fresh等)等,并实现了爆珠卷烟的市场份额提升^[44]。

2.4 新型烟草制品的包装设计

新型烟草制品是传统烟草的替代品,包括雾化电子烟、无烟气产品和加热烟草产品(HTPs)三大类别^[45]。新型烟草制品具有型制新颖、不燃烧、低危害、便携易用的特点。2019年三季度IQOS用户达1200万,在日、韩、欧等市场占有率分别为17.0%、6.2%和2.5%^[46]。因此其对传统烟草带来冲击、推动烟草消费升级^[47]的同时,也应看到其满足消费者生理需求的局限性和未来发展的不确定性。

除新材料、新技术的加持外,新型烟草制品包装并未完全脱离传统烟草的设计风格,同样采用不同色彩的搭配来体现其特有的品质特色^[48]。同时,新型烟草制品包装也在传承中有所创新,如“Marlboro”烟弹商标的色彩过渡使用的“>”形设计就是对其卷烟商标“八”形色彩转换的传承性创新。

3 我国烟草包装设计的发展态势

3.1 总体态势

烟草包装的发展历程证明,烟草包装设计一受社会整体环境的影响,包括价值追求、健康认识、经济发展、消费观念等;二受法律法规演进的制约,包括产品质量标准、产品质量法、广告法、环保法、控烟履约等;三受行业发展和技术进步的推动,包括产品升级换代、加工技术进步、材料技术发展、印刷工艺改进等。

21世纪第2个十年以来,我国进入高质量发展的新轨道。深入落实绿色发展观、发展循环经济、实现可持续发展成为国家经济体系建设的新要求、新目标。同时,中国烟草经济体系的日益健全和中式卷烟的品牌群体崛起,为中国烟草实施“走出去”战略注入了更多的内生动力^[49],同时也提出了更高要求。

3.2 控烟履约工作有序进行

3.2.1 积极推进警示信息标注

我国是控烟履约力度最大的成员之一。1990年中国烟草就在烟草商标上标注警句并在1991年以专卖法形式予以确认。2006年1月《框架公约》在我国正式生效后,2007、2011、2015年我国持续规范、完善

境内卷烟的包装标识。2012年起,我国开始禁止“专供”“纪念”“订制”“极品”等字样在商标上使用。

我国的《境内卷烟包装标识的规定》要求,每年应轮流或同时使用两组不同警句标识,警句区域面积、色差均高于《框架公约》规定的低限标准。2019年6月发布的《健康中国行动(2019—2030)》指出,要进一步加强卷烟包装标识管理,完善烟草危害警示内容和形式,提高健康危害警示效果,提高公众对烟草危害健康的认知程度。

3.2.2 不断完善追溯与防伪技术

5G技术与物联网技术的应用为我国烟草制品的追溯、防伪提供了强大支撑^[50]。以包装技术升级和物联云平台为依托^[51,52],国内烟草生产、销售企业也将二维码、射频识别(RFID)等技术^[53]应用于烟草包装的设计、生产环节,在数据生成、传输、贮存、利用等方面做了大量工作,支撑了包装追溯信息的防伪、跟踪、智联等交汇性能的升级,搭建了流通追踪、动销监视、专卖管控、消产研互动的便捷通道,为烟草专卖新常态、销售新业态、消费新形态的构建提供了可靠途径,提高了烟草市场的净化程度。

3.3 绿色发展理念全面导入

3.3.1 烟草绿色包装理念不断深入

2008年国家出台相关政策之前,中国烟草行业就已经导入绿色包装理念。2007年,空隙率超15%、商标纸成本高于售价8%的包装被国家烟草专卖局明令禁止,异型包装、礼品装、非纸基包装等过度包装也得到有效遏制,打击了烟草包装奢靡化倾向。此外,中国烟草通过多次开展的“天价烟”、过度包装等专项治理活动,相继出台了材料环保安全性、烟箱循环使用方面的大量指导意见,积极推进烟草包装的绿色设计理念的全面落实。

绿色包装已成为中国烟草包装设计的核心理念。2018年烟草行业提出全面加强生态环境保护、坚决打好污染防治攻坚战行动方案,要求按照资源节约、环境友好的理念开展烟草包装设计,倡导使用无毒无害、安全卫生、易降解的材料,从源头实施绿色环保控制。2021年10月中国烟草印发“十四五”(2021—2025年)绿色低碳循环发展工作方案,进一步推动烟用包装物循环利用、环保包装材料使用、商业企业减少塑料裹膜用量等措施的落地实施。

3.3.2 烟草平装的工业设计推进顺利

随着绿色包装在我国的推进,烟草平装化得到有

效落实。中国烟草行业积极推进绿色环保新技术、新材料的开发和应用,高松厚度白卡纸、生物降解商标纸膜、凹印水性油墨技术、无铝涂布内衬材料、低厚度透明纸和降解透明纸等系列技术的得到有效推广,包装材料的克重有所降低,转移膜、铝等不易降解材料的使用比例大幅降低,带动了包装物的 VOCs 排放量的降低,烟草包装平装化水平极大提高。对主市场仍在国内、尚无国际绝对领先优势的中国烟草品牌来说,烟草平装会大大压缩中式卷烟品牌文化的民族特色展现,这显然是对国产烟草制品装潢设计的一种新挑战。

3.4 新型烟草制品和雪茄的包装设计

3.4.1 新型烟草制品的包装

新型烟草制品的包装设计与型制、结构有高度关联性。在成熟的知识产权环境下,新型烟草制品的商标权、专利权往往从诞生前就得到严格保护,壁垒严密性远高于传统烟草^[54,55],包括 IQOS 在内的新型烟草制品在市场上往往存在诉讼风险^[56]。因此,注重专有技术的开发并在新型烟草制品包装(包括烟弹、烟具包装及随行说明书等技术文件)上进行有效呈现,不但利于规避技术风险,形成完整的技术壁垒体系,提高市场话语权,而且也有助于吸引消费者关注,促进国产新型烟草制品新形象的形成。

中国烟草高度重视新型烟草制品的专有技术开发,早在 2014 年就启动了新型烟草制品重大专项,实现了三类新型烟草制品的全覆盖^[48]。2020 年 12 月,我国的李斌博士及其联合研究团队发布了一种去氧加热技术(Oxygen-free Heating Technology)^[57],从回归燃烧三要素出发实现了烟草介质低氧环境及密闭环境下的烟气提取,形成一种全新的新型烟草制品的特定品类,即自然烟气卷烟(Natural Smoke Cigarettes, NSCs)^[58],为其未来的包装设计提供了良好的技术素材。

2017 年 5 月起,国家烟草专卖局明确加热不燃烧烟草产品属于烟草制品,其中 IQOS、GLO、PLOOM、REVO 等 4 类产品为卷烟。2021 年 11 月,中国政府首次将电子烟纳入烟草专卖法实施条例进行监管,要求对其参照卷烟管理。为此,中国烟草行业以国家标准的形式对电子烟的包装提出了明确的监管要求,包括但不限于对雾化物成分、烟碱量、有害物质限制要求、警句等的标注要求^[59]。

3.4.2 雪茄的包装

雪茄在我国也有悠久历史,近年来发展迅猛^[60]。除卷烟型雪茄外,由于全叶卷、半叶卷、机制雪茄的尺寸、价值、品质存在较大差异,因此其包装的型制结构与卷烟往往存在较大的差异,其装潢设计也有明显不同。但同卷烟一样,雪茄卷烟的包装设计也应体现品质、文化、价值特征。除四川中烟的“醇甜香”^[61]外,当前国内尚无其他雪茄品类体系建立,导致部分国产雪茄在商标设计过程中,支撑装潢设计的品质、价值等要素概念不够清晰,存在使用国外品牌、人物、历史、纹饰来烘托雪茄品质、价值的现象,所以国产雪茄商标装潢设计的民族特征深刻性有待加强。

4 我国烟草包装设计的未来展望

与 20 世纪相比,中式卷烟的崛起为中国烟草“走出去”奠定了坚实的品牌基础、财力保障、智力资源以及先进的技术根基,国内烟草包装的工业设计总体达到国际领先水准,但在烟草品牌文化的稳定性、品牌形象的国际化等方面仍存在较大提升空间。因此,我国烟草包装设计应贯彻“国家利益至上、消费者利益至上”总要求,正视民族特征保持与国际潮流融合问题,在传承基础上不断吸纳国际先进理念,进一步聚焦商标装潢设计的系列化创新,持续开展国际市场准入、文化背景协调、技术趋势跟踪、壁垒技术体系研究,做好七个方面工作:

一是坚持国内市场的价值认同、文化认同仍是国产烟草商标设计的核心方向。商标装潢设计要传承民族文化特征基础上,更加注重国际化的思想、文化等要素符号的持续注入,提高品牌文化内涵的稳定性,提升品牌规格的系列化水平。

二是开展绿色包装、烟草平装对我国烟草经济体系建设影响研究。积极研判国外法律、标准走向对我国烟草经济体系的影响,探索包装设计与循环经济、市场准入的关系研究,形成针对策略,提升对“走出去”战略的支撑力。

三要积极开发适应绿色包装、烟草平装的相关技术手段和策略。从无毒害、低用量、少金属、易加工、低排放、可降解、可回收和可循环利用等方面入手,进一步促进烟草包装工业设计水准提升,推动绿色发展理念落地生根。

四是发挥汉字象形会意的优势^[62],探索外销卷烟商标设计的系统策略。开展中外卷烟商标共性和辨识性研究,提高品牌翻译化境能力^[63-64],实现“民族范”

与“国际范”的有效融合,用好的品牌故事提高中国烟草文化的国际穿透力。

五是加强新型烟草制品的知识产权保护、技术壁垒体系等策略研究。要从装潢美学、工业设计入手,布局商标权、专利权,建立新型烟草技术壁垒体系,为其包装注入优质设计素材,实现品质、价值、文化和特色技术的融合展现。

六是加强高档手工雪茄的商标设计与品类特征的文化关联性研究。注重国产雪茄商标设计的民族属性、价值属性、历史属性的有效展现,抵消境外雪茄品牌文化对国内市场的侵蚀影响,促进国产雪茄产业、品类持续健康发展。

七是开展数字化设计和印刷工艺的融合研究,提高商标信息承载能力。从商标设计、加工的源头提高商标追溯信息的数字化设计应用水平,实现烟草包装的防伪追溯功能的升级,降低走私风险,提升对烟草制品全生命周期的监控力。

参考文献

- [1] 教材编写组. 雪茄生产过程工艺质量风险防控手册[M]. 郑州: 河南科学技术出版社, 2020.
Textbook group. Manual of process quality risk prevention and control in cigar production[M]. Zhengzhou: Henan Science and Technology Press, 2020.
- [2] 教材编写组. 卷烟生产过程工艺质量风险防控手册[M]. 郑州: 河南科学技术出版社, 2020.
Textbook group. Manual of process quality risk prevention and control in cigarettes production[M]. Zhengzhou: Henan Science and Technology Press, 2020.
- [3] 王玲玲, 张艳国. “绿色发展”内涵探微[J]. 社会主义研究, 2012(5): 143-146.
WANG Lingling, ZHANG Yanguo. Exploration of the Connotation of Green Development [J]. Socialism Studies, 2012(5): 143-146.
- [4] 胡群, 王黎, 李万珣, 等. 烟草制品包装和标签履约情况综述及对我国卷烟包装影响的思考[J]. 中国烟草学报, 2012, 18(2): 96-100.
HU Qun, WANG Li, LI Wanxun, et al. An overview of worldwide tobacco product packaging and labeling with regard to FCTC implementation and implication on cigarette packaging in China [J]. Acta Tabacaria Sinica, 2012, 18(2): 96-100.
- [5] 熊赳. 《烟草控制框架公约》背景下烟草包装的功能演化[J]. 湖南农业大学学报(社会科学版), 2007, 8(6): 76-79.
XIONG Jiu. The functional evolution of tobacco packaging in the background of FCTC[J]. Journal of Hunan Agricultural University (Social Sciences), 2007, 8(6): 76-79.
- [6] 王彦亭. 依靠科技进步 促进中式卷烟发展[J]. 中国烟草学报, 2005, 11(1): 8-12.
WANG Yanting. Depending on the progress of science and technology, promoting the development of Chinese-style cigarettes[J]. Acta Tabacaria Sinica, 2005, 11(1): 8-12.
- [7] 李翔, 严大为, 赵阁, 等. 新型烟草制品风险评估框架要求研究进展及建议[J]. 烟草科技, 2021, 54(5): 100-112.
LI Xiang, YAN Dawei, ZHAO Ge, et al. Research progress on risk assessment framework for novel tobacco products and recommendation for China[J]. Tobacco Science & Technology, 2021, 54(5): 100-112.
- [8] 闫新甫, 王以慧, 雷金山, 等. 国产雪茄分类探讨及其实际应用分析[J]. 中国烟草学报, 2021, 27(5): 100-109.
YAN Xinfu, WANG Yihui, LEI Jinshan, et al. Classification of domestic cigars and its practical application[J]. Acta Tabacaria Sinica, 2021, 27(5): 100-109.
- [9] 吴起发. 烟标情缘[J]. 上海采风, 2008(2): 55.
WU Qifa. Love of tobacco trademark[J]. Shanghai Collection, 2008 (2): 55.
- [10] 祝慈寿. 中国近代工业史[M]. 重庆: 重庆出版社, 1989.
ZHU Cishou. Modern industrial history of China[M]. Chongqing: Chongqing Press, 1989.
- [11] 唐拥军. 卷烟包装: 社会文化的结晶——我国卷烟包装历程简析[J]. 中国包装工业, 2004(9): 32-33.
TANG Yongjun. The packaging of cigarette is the reflection of society culture: Analysis on the process of cigarette packaging in China[J]. China Packaging Industry, 2004(9): 32-33.
- [12] 王现军. 烟叶专卖品的市场化改革及政策调整取向[D]. 北京: 中国农业科学院, 2007.
WANG Xianjun. Market oriented reform and policy adjustment orientation of tobacco monopoly products [D]. Beijing: Chinese Academy of Agricultural Sciences, 2007.
- [13] 林勇, 周进华, 李世忠, 等. 三层共挤 BOPP 收缩薄膜的应用[J]. 烟草科技, 2002(5): 11-13.
LIN Yong, ZHOU Jinhua, LI Shizhong, et al. Application of trilayer co-extruded BOPP shrinking film [J]. Tobacco Science & Technology, 2002 (5): 11-13.
- [14] 陈帅, 方细玲, 潘茹茹. 新型图文防伪技术在卷烟包装中的应用[J]. 包装工程, 2018, 39(11): 171-175.
CHEN Shuai, FANG Xiling, PAN Ruru. Application of new graphic anti-counterfeiting technology in cigarette packaging. Packaging Engineering, 2018, 39(11): 171-175.
- [15] 曹贵昌, 刘文富, 董彦林, 等. 卷烟胶的发展概况[J]. 轻工科技, 2019, 35(1): 18-19.
CAO Guichang, LIU Wenfu, DONG Yanlin, et al. Overview of cigarette-glue development[J]. Light industry science and technology, 2019, 35 (1): 18-19.
- [16] 胡少东, 李国政, 杨帆, 等. 国内烟用水基胶改性研制进展[J]. 烟草科技, 2020, 53 (8): 105-112.
HU Shaodong, LI Guozheng, YANG Fan, et al. Advances in modification of water-based adhesives for cigarette manufacturing in China[J]. Tobacco Science & Technology, 2020, 53(8): 105-112.
- [17] Agaku IT, Omaduvie UT, Filippidis FT, et al. Cigarette design and marketing features are associated with increased smoking susceptibility and perception of reduced harm among smokers in 27 EU countries[J]. Tobacco Control, 2015, 24(e4): e233-e240.
- [18] 雷鸣, 庞少杰. 食品包装色彩设计的原则[J]. 包装工程, 2012, 33(4): 9-11.
LEI Ming, PANG ShaoJie. Principles of color design for food

- packaging[J]. Packaging Engineering, 2012,33 (4): 9-11.
- [19] 王鑫,董晨曦,王姝华. 卷烟包装色彩心理偏好调查研究[J]. 包装世界, 2017(1): 28-30.
WANG Xin, DONG Chenxi, WANG Shuhua. Investigation on psychological preference of cigarette packaging color[J]. Packaging world, 2017 (1): 28-30.
- [20] 孟剑飞. 民国时期烟标设计的视觉文化研究[D]. 无锡: 江南大学, 2016.
MENG Jianfei. Research on visual culture of cigarette label design on Period of the Republic of China[D]. Wuxi: Jiangnan University, 2016.
- [21] 章振群. 论文学翻译“化境”说[J]. 抚州师专学报, 1995(03): 48-53.
ZHANG Zhenqun. Analysis of “Sublimation” on literary translation[J]. Journal of Fuzhou Teachers College, 1995(03): 48-53.
- [22] 刘蓓蓓. 民国烟标的图形设计研究[J]. 包装工程, 2010, 31(14): 70-73.
LIU Beibei. Research on Draphic Design of Cigarette Trademark in the Republic of China[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(14): 70-73.
- [23] 何建平, 甘芳. 色彩在黄鹤楼卷烟包装设计中的差异性应用[J]. 包装工程, 2013, 34(8): 21-23+44.
HE Jianping, GAN Fang. Application of colors in the design of Huanghelou cigarette package to distinguish brand character[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(8): 21-23+44.
- [24] 李志勇, 王斌. 实行对标管理抑制烟草行业过度包装[J]. 科技信息, 2011(10): 456.
LI Zhiyong, WANG Bin. Implement benchmarking management to curb excessive packaging in Chinese tobacco industry[J]. Science and technology information, 2011 (10): 456.
- [25] 张小乐, 陈辰. 广大消费群体对卷烟工业民族品牌的高度认同没有改变[N]. 东方烟草报, 2016-05-12(001).
ZHANG Xiaole, CHEN Chen. No change about of high recognition of national brands and cigarette industry by the majority of consumer groups[N]. East tobacco news, 2016-05-12 (001)
- [26] 科技司. 实施创新驱动战略 谋划创新发展篇章 实现“十三五”烟草科技工作新跨越[R]. 北京: 国家烟草专卖局. 2016.
Department of Sci. & Tec. Implement innovation-driven strategy, and Plan innovative development chapters, and Realize a new leap forward on the work of tobacco science and technology during the 13th Five-Year Plan[R]. Beijing: State Tobacco Monopoly Bureau. 2016.
- [27] 李磊, 周宁波, 屈湘辉. 新型烟草制品市场发展及法律监管[J]. 中国烟草学报, 2018, 24(2):100-110.
LI Lei, ZHOU Ningbo, QU Xianghui. Market development and regulation of novel tobacco products [J]. Acta Tabacaria Sinica, 2018, 24(2): 100-110.
- [28] 世界卫生组织. 世界卫生组织《烟草控制框架公约》[EB/OL]. 中国人大网, (2005-8-28) [2021-10-20]. http://www.npc.gov.cn/wxzl/gongbao/2005-10/20/content_5343968.htm.
World Health Organization. WHO framework convention on tobacco control [EB/OL]. National People's Congress of PRC. (2005-8-28)[2021-10-20]. http://www.npc.gov.cn/wxzl/gongbao/2005-10/20/content_5343968.htm.
- [29] 武西娇. 《烟草控制框架公约》履约机制研究[D]. 长沙: 湖南师范大学, 2020.
WU Xi Jiao. Research on the implementation mechanism of the Framework Convention on tobacco control[D]. Changsha:Hunan Normal University, 2020.
- [30] 郑一争, 鲁菲, 林铮铃, 等. 2020 年世界控烟履约进展报告[N]. 东方烟草报, 2021-6-24(003).
ZHENG Yizheng, LU Fei, LIN Zhengling, et al. 2020 progress of tobacco control compliance in the world[N]. East Tobacco News, 2021-6-24(003).
- [31] 张乐. 美 4 烟草公司起诉联邦政府[N/OL]. 新京报,(2011-08-18) [2021-10-26]. <https://www.bjnews.com.cn/detail/155144078414638.html>.
ZHANG Le. Four tobacco companies sued the federal government in America [N/OL]. The Beijing News,(2011-08-18)[2021-10-26]. <https://www.bjnews.com.cn/detail/155144078414638.html>.
- [32] 赵文侠, 张保国. 浅析《烟草控制框架公约》对我国卷烟商标的影响[J]. 中国烟草学报, 2006, 12(1): 38-40.
ZHAO Wenxia, ZHANG Bao Guo. Analysis of the influence of the Framework Convention on tobacco control on China's cigarette brands[J]. Acta Tabacaria Sinica, 2006, 12 (1): 38-40.
- [33] 郭彦峰. 香烟类商品的组合防伪包装[J]. 包装工程, 2002, 23(1): 34-37.
GUO Yanfeng. Combinatorial counterfeit package of cigarette[J]. Packaging Engineering, 2002, 23(1): 34-37.
- [34] 李斌, 魏可承, 易锦满, 等. 基于生命周期评价的卷烟碳足迹分析[J]. 烟草科技, 2017, 50(6):68-72.
LI Bin, WEI Kecheng, YI Jinman, et al. Analysis of carbon footprint of cigarette based on life cycle assessment[J]. Tobacco Science & Technology, 2017, 50(6): 68-72.
- [35] 李连杰. 欧盟实施包装废弃物回收法令的现状[J]. 中国包装, 1995(03):35.
LI Lianjie. The law of packaging recycling in EC [J]. China packaging, 1995 (03): 35.
- [36] 史昶昶. 国际烟草包装的发展[J]. 中国包装工业, 2006(11): 26-27.
SHI Changbao. Development of international tobacco packaging[J]. China Packaging Industry, 2006(11): 26-27.
- [37] 王理珉, 魏杰, 胡群. 卷烟主要包装材料环保性能概述[J]. 包装工程, 2004, 25(6): 168-170.
WANG Limin, WEI Jie, HU Qun. Summary on environmental protection performance of cigarette packaging materials[J]. Packaging Engineering, 2004, 25(6): 168-170.
- [38] 董夫银, 卢体康, 李和平, 等. 欧盟新修订的包装和包装废弃物指令解读[J]. 绿色包装, 2019, 37(1):61-65.
DONG Fuyin, LU Tikang, LI Heping, et al. Deep understanding the newly amended European directive on packaging and packaging waste[J]. Green Packaging, 2019, 37(1): 61-65.
- [39] The container and packaging recycling law. Ministry of Economy, Trade and Industry, Japan [EB/OL]. [2021-09-29]. https://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/english/pamphlets/pdf/the_containers_e.pdf.
- [40] 管昕. WTO 协议框架下烟草平装法律的合规性分析[D]. 北京: 中国政法大学, 2020.

- GUAN Xin. Compliance analysis of tobacco paperbound law under the framework of WTO[D]. Beijing: China University of Political Science and Law, 2020.
- [41] World Health Organization. Tobacco Plain Packaging Global Status Update (烟草无装饰包装全球状况更新) [R/OL]. 豆丁网, (2020-3-19)[2021-10-21]. <https://www.docin.com/p-2329834007.html>.
- World Health Organization. 全球烟草平装进展(Tobacco plain packaging: global status update)[R/OL]. Docin, (2020-3-19)[2021-10-21]. <https://www.docin.com/p-2329834007.html>.
- [42] 扈磊. 比利时卷烟素面包装法案将于明年正式实施[N]. 东方烟草报, 2019-06-21(003).
- HU Lei. Plain packaging law will be put into effect next year in Belgium [N]. East Tobacco News, 2019-06-21(003).
- [43] 王金凤. 烟草平装制度的合法性分析[D]. 上海: 华东政法大学, 2015.
- WANG Jinfeng. Analysis of legality of tobacco Plain packaging system [D]. Shanghai: East China University of Political Science and Law, 2015.
- [44] 洪广峰, 邱纪青, 李国政, 等. 国外爆珠卷烟研究进展[J]. 中国烟草学报, 2019, 25(4): 124-134.
- HONG Guangfeng, QIU Jiqing, LI Guozheng, et al. Recent advances in capsule filter cigarettes overseas [J]. Acta Tabacaria Sinica, 2019, 25(4): 124-134.
- [45] Cooperation Centre for Scientific Research Relative to Tobacco. Heated tobacco products (HTP) task force: CORESTA update[R/OL]. (2019-10-07)[2021-10-25]. https://www.coresta.org/sites/default/files/groups/2019_Report_TF-HTP_0.pdf.
- [46] PMI investor information October 2019[EB/OL]. [2021-10-22]. <https://philipmorrisinternational.gcs-web.com/static-files/b03960c6-279f-4993-aeca-9f4eb7fb2cd8>.
- [47] 李磊, 周宁波, 屈湘辉. 新型烟草制品市场发展及法律监管[J]. 中国烟草学报, 2018, 24(2): 100-110.
- LI Lei, ZHOU Ningbo, QU Xianghui. Market development and regulation of novel tobacco products [J]. Acta Tabacaria Sinica, 2018, 24(2): 100-110.
- [48] 洪群业, 郑路, 郑新章, 等. 新型烟草制品中国商标统计分析[J]. 中国烟草学报, 2016, 22(6): 104-113.
- HONG Qunye, ZHENG Lu, ZHENG Xinzhang, et al. Current status of next generation tobacco product trademark registration in China[J]. Acta Tabacaria Sinica, 2016, 22(6): 104-113.
- [49] 马超. 中国烟草“走出去”的实践和几点建议[J]. 中国烟草学报, 2006, 12(6): 3-7.
- MA Chao. The practice and suggestions of “Going-out” of China tobacco industry[J]. Acta Tabacaria Sinica, 2006, 12 (6): 3-7.
- [50] 王涛. 5G+AI 赋能烟草营销[N/OL]. 烟草市场, (2020-07-06)[2021-10-22]. <http://www.etmoc.com/market/Looklist?Id=41640>.
- WANG Tao, 5G+AI enabled tobacco marketing [N/OL] Tobacco market, (2020-07-06) [2021-10-22] <http://www.etmoc.com/market/Looklist?Id=41640>.
- [51] 邹瞰, 侯杰华. 大型企业信息基础资源云平台建设探索——以湖南烟草商业系统为例[J]. 中国烟草学报, 2015, 21(S1): 53-56.
- ZOU Tun, HOU Jiehua. Research into the construction of cloud platform for information resources in large enterprises: taking tobacco commercial system in Hunan as an example [J]. Acta Tabacaria Sinica, 2015, 21 (S1): 53-56.
- [52] 邵飞. 烟草物联网大数据平台架构研究与应用探讨[J]. 数字通信世界, 2021(07): 161-162+130.
- SHAO Fei. Research and application of big data platform architecture for tobacco Internet of things[J]. Digital communication World, 2021 (7): 161-162+130.
- [53] 谭仲夏. 射频识别技术及其在烟草上的应用[J]. 中国制造业信息化, 2006, 35(9): 73-76.
- TAN Zhongxia. RFID Technology and Its Application in Tobacco [J]. Manufacturing Information Engineering of China, 2006, 35(9): 73-76.
- [54] 唐顺良, 汤建国, 杨柳, 等. 国内企业开发加热不燃烧卷烟产品的主要专利障碍及应对思路[J]. 中国烟草学报, 2019, 25(4): 10-19.
- TANG Shunliang, TANG Jianguo, YANG Liu, et al. Major patent obstacles in developing heat-not-burn cigarette products in domestic enterprises and relevant considerations [J]. Acta Tabacaria Sinica, 2019, 25(4): 10-19.
- [55] 刘亚丽, 洪群业, 郑路, 等. 无烟气烟草制品技术发展现状及趋势研究[J]. 中国烟草学报, 2015, 21(3): 134-139.
- LIU Yali, HONG Qunye, ZHENG Lu, et al. Technological development of smokeless tobacco products status quo and trend[J]. Acta Tabacaria Sinica, 2015, 21(3): 134-139.
- [56] 蒸汽新消费. IQOS 的新专利侵权诉讼[N/OL]. 搜狐网, (2020-12-03) [2021-10-28]. https://www.sohu.com/na/436038310_120679143.
- New consumption of steam, IQOS's new patent infringement lawsuit[OL]. Sohu, (2020-12-03) [2021-10-28]. https://www.sohu.com/na/436038310_120679143.
- [57] 郑州烟草研究院. 自然烟气产品(Natural Smoke Cigarette)的创新与未来——烟草工艺“冬至学术论坛”在郑州召开[J]. 中国烟草学报, 2021, 26(6): 2.
- Zhengzhou Tobacco Research Institute. Innovation and future of the natural smoke cigarettes (自然烟气卷烟): Tobacco technology winter solstice academic conference is held in Zhengzhou [J]. Acta Tabacaria Sinica, 2021, 26(6): 2.
- [58] 李斌, 汤建国, 张珂, 等. 自然烟气产品(Natural Smoke Cigarette)的创新与未来[C]//新烟(第1期). 上海: 上海新型烟草研究院, 2021.
- LI Bin, TANG Jianguo, ZHANG Ke, et al. Innovation and future of the natural smoke cigarettes (自然烟气卷烟) [C] / / New Tobacco(v.1). Shanghai: Shanghai new tobacco product research institute, 2021.
- [59] 王文华. 国家局依法加强电子烟等新型烟草制品监管[N]. 东方烟草报, 2021-12-03(001).
- WANG Wenhua. The State Tobacco Monopoly Bureau strengthened the supervision of new tobacco products such as electronic cigarettes according to law. [N]. East Tobacco News, 2021-12-03 (001).
- [60] 韦祖松. 析释“中式雪茄”的特点和发展现状[J]. 广东经济, 2020(11): 82-89.
- WEI Zusong. Analysis of the characteristics and development status of Chinese cigars [J]. Guangdong economy, 2020(11): 82-89.
- [61] 彭传新. 坚持创新驱动 提高自立自强能力[N]. 东方烟草报, 2021-11-01(001).
- PENG Chuanxin. Adhere to innovation driven and improve the

- ability of self-reliance and self-improvement [N]. East Tobacco News, 2021-11-1(001).
- [62] 朱小利, 汪苑. 黄鹤楼卷烟包装中汉字图形化的形式美法则[J]. 设计, 2017(24). 144-145.
- ZHU Xiaoli, WANG Yuan. The Formal Beauty Rules of Chinese Characters in Cigarette packing in Yellow Crane Tower [J]. Sheji, 2017(24). 144-145.
- [63] 白辉. 多元互补论视角下的商标翻译研究[D]. 西安: 西北大学, 2011.
- BAI Hui. A study on trademark translation form the prospective plural complementarism [D]. Xian: Northwest University, 2011.
- [64] 丁园园. 翻译标准多元互补论视角下 2015 世界 500 强品牌名称的汉译策略[D]. 成都: 西华大学, 2015.
- DING Yuanyuan. The Chinese translation strategy of brand names of 2015' global 500 on plural complementarism of translation standard [D]. Chengdu: Xihua University, 2015.

Historical development and Prospect of tobacco packaging design

SUN Dongliang¹, SUN Yifan^{2*}, LI Hua¹, JIA Yuguo³

1 Jinan Cigarette factory of China Tobacco Shandong Industrial Co., Ltd., Jinan 250104, China;

2 Academy of Fine Arts of Dezhou University, Dezhou 253023, Shandong, China;

3 Cigar operation center of China Tobacco Shandong Industrial Co., Ltd., Jinan 250104, China

Abstract: [Background] Tobacco packaging is an important carrier of brand culture, and is influenced by national laws and policies included of Tobacco Control Performance and Green Environmental Protection. [Objective] Looking forward to the future development direction of packaging design for China's tobacco. [Methods] It summarize the existing characteristics of packaging design of domestic cigarette and discuss the future development of packaging design of Chinese tobacco by the analysis of the historical development of tobacco packaging, international trends and the trademark design of domestic cigarettes. [Results] 1) The packaging design of domestic cigarettes has the characteristics of the times, national characteristics and cultural tolerance, and support the rise sharply of brand groups of Chinese cigarette; 2) It is only a serialization linked by brand name on Chinese cigarette, but is not completed the cultural coordination between brand and specification; 3) It will continue to profoundly effect on the design direction of Chinese tobacco packaging because of international Tobacco Control and Green Development; 4) It is an important leading role in packaging design of tobacco products with continuing to improve the policies and laws of Tobacco Control and Green Development for China; 5) The market technology barriers of tobacco plain packaging have a major impact to Chinese tobacco on going to world; 6) For Chinese tobacco, it is reached the international advanced level on industrial design of packaging, and the improvement of serialization level will be the main direction on decoration design of packaging in the future. [Suggest] In the future, the important design direction of tobacco packaging not only includes adhering to national characteristics, deepening macro strategy research, strengthening packaging technology development and improving the international "Sublimation" ability of trademarks, but also includes preventing technical barriers of new tobacco products, promoting local cigar culture and improving the design level of traceability information.

Keywords: tobacco products; packaging; design; trends; prospect; environment protection; plain-packaging; tobacco control

*Corresponding author. Email: sdlsd@139.com