

巴 黎 市 场 见 闻

叶 世 雄

为了了解法国及欧洲市场包装发展动态,1984年11月间,作者随中国包装进出口公司赴法包装考察小组在巴黎、勒哈佛、奥尔良等城市参加了世界包装会议,参观了第26届世界包装展览会,对巴黎的几家大型超级市场作了走马观花式的市场考察,现将若干粗略的印象简介如下,以供参考。

(一)化妆品包装

巴黎人以有化妆品为荣,其售价也特别高昂,不论是在超级市场还是在百货商店,化妆品始终是居于最耀眼、最突出的地位。

1.基本上都是成套的系列化设计,男用的,女用的泾渭分明。

2.高档香水几乎全用晶莹剔透或磨砂的或三套色组成的玻璃容器,制作精细,设计造型别具匠心。瓶面纹样,线条流畅,有的模仿宽衣袖(蝙蝠袖)所形成的绉褶作为纹样,有的仿照沙漠中的沙浪纹样作为图案。有一组化妆品,在深兰色的底色中,有上下对称的二个简炼的埃菲尔铁塔图案,中间用一圈银线隔开,银线代表铁塔附近的塞纳河,一看即知是巴黎的化妆品,富于地方特色。

3.化妆品与时装设计格调色彩相统一。巴黎青年妇女时装今年流行黑色。黑上衣、黑短裙、黑大衣,化妆品包装的色彩也以黑色为主色,豆绿色的仅见数套,粉红色的似乎未曾见到。

4.出现了以珠光薄膜裹包的颗粒的一次性使用量的化妆品(比鱼肝油胶丸略大)。薄膜有三、四种颜色,代表不同品种,外用PVC片热成型透明盒分色盛装,是一种新的包装形式。

5.药效性化妆品放在药店出售,包装色彩淡雅,多以药草、花卉作图案,显示其原料来自天然植物。

(二)食品与饮料包装

1.罐头标贴基本上是成套的系列化设计,以实物彩色摄影作画面。

2.香槟、白兰地、威士忌、葡萄酒均用玻璃瓶。含碳酸气饮料用聚酯瓶或罐装。果汁、矿泉水等用PVC瓶较多。

3.粗长的棍子面包(大众化食物)以皱纹透气薄膜裹包,切片面包用PP薄膜双色印刷包装。

4.鸡蛋用EPS热成型摇盖盒或PVC透明热成型摇盖盒包装,有半打装和一打装两种容量。

5.有一种长统靴式样的糖果礼品包装,玻璃质,有柄,是模仿圣诞老人雪夜给儿童送礼

物上门时所着的长统靴，十分含蓄。

6. 鲜肉用共挤薄膜充气包装，放置在2℃的冷藏柜里。

7. 出现了蒸米饭(冲拔铝罐)与红烧鸡翅(高频焊接缸)组成的主副食配套罐头，两罐上下堆叠，中间夹一小袋汤料，用标贴纸连成一体。

(三) 纺织品包装

1. 超级市场出售的服装，均挂在圆圈式(有转轮可移动)衣架上，一无包装，出售时发给印有本超级市场标记的可拎式塑料袋。

2. 衬衫与国内折叠式包装相同，外用玻璃纸封裹。

3. 长统连裤袜用白版纸彩印盒包装，盒上留一小圆孔，可供识别颜色。

4. 手套、羊毛袜用腰封和挂钩。

5. 成卷、成绞的缝纫线用彩印白版纸作底板，可挂式泡罩包装。

(四) 玩具包装

与国内玩具包装相仿，以实物彩色摄影白版纸盒包装。玩偶用塑料袋结扎成可挂式，多挂在小汽车后座。

(五) 鲜花包装

1. 鲜切花用PET薄膜裹扎成卷。也有将鲜花梗插入盛有清水的花插内，然后以PET薄膜封裹。

2. 盆栽花用气调包装。在花盆上面复罩一层薄膜，三面是透明的PP薄膜，背面是不透明的微孔PP薄膜，包装内形成一个小气候，植物可以通过微孔进行呼吸，能保鲜数星期之久。

(六) 家用杂品包装

针、纽扣、发夹、梳子、牙刷、刀具、锁、胶木开关等大量采用可挂式泡罩包装，成串挂在金属结构的立柱式货架上。

(七) 药品包装

与国内药品包装基本相仿，色彩淡雅。但很少看到用电化铝的，与国内药品(特别是滋补药)大量使用电化铝有明显的区别。

(八) 两个未得到答案的问题

1. 条码的应用情况。根据国外资料介绍，欧洲商品通用符号(即条码)的使用，西德、法国的普及程度为70~80%，经在巴黎市场实地观察，虽然食品、化妆品、药品、日用品的包装上确实印有条码，但营业员仍在每件包装上用号码机打印售价，收银员根据包装上标价用收银机制作货单收银，没有看到一家超级市场使用电子扫描系统收银的现象。实际上，巴黎市场上商品条码的印制似乎已成为多余之物。这与以往国外资料介绍有很大的出入，是否是巴黎的特殊情况，还是由于所见有限，难以得出结论。

2. 中国商品在巴黎市场上的状况。每当踏进超级市场或百货商店，很自然去寻觅中国商品，但令人失望，几乎是踏破铁鞋无觅处，仅在一家广东籍侨商开设的荣华园内见到了国产的乌龙茶、茉莉花茶、英德红茶、清水马蹄罐头等若干商品。在另一家超级市场，见到一些纸盒装的烟花炮竹，但仔细一看，包装上是日文说明，是否系日本改装转口来此，不得而知。由此联想，如果某些商品习惯在销售国改装，我出口包装似可适当简化，以能保护商品，分清品种规格为主要功能，以便降低包装成本。

为期两周的巴黎之行，虽然考察难以深入，但对巴黎市场陈列的富于个性、各具特色、工艺精致、用料多样的另售包装，留下深刻的印象。

（上接第40页）

只言片语，甚至当外商为了达到某种目的而编造一些假情报来欺骗我们时，仍会信以为真，使国家蒙受损失。由于信息的闭塞而使我们上当受骗的事是不乏先例的。

八十年代的今天，世界已进入信息时代。我们外贸事业要大发展，仅靠日常函电和与外商一般洽谈所获的情报是远远不够的，而且其中还有一定的虚假性。为此，抓紧抓好信息工作，已成当务之急，各方面都必须予以高度重视，并尽快采取切实措施，改变信息工作的落后状况，以适应外贸发展的需要。