

国家示范性高等职业院校艺术设计专业精品教材
高职高专艺术设计类『十三五』规划教材

包装设计

BAOZHUANG SHEJI

主編 万越



国家示范性高等职业院校艺术设计专业精品教材
高职高专艺术设计类『十三五』规划教材

包装设计

BIAOZHUN SHEJI

主 编 万 越
参 编 王 星 孙卫祥 宋 玥



内 容 简 介

本书以项目任务式的结构介绍了包装设计的基础知识和实践操作,具体包括包装设计概述、包装设计的构成要素、包装设计的程序。本书既有基础知识,又有设计实训,能很好地指导读者掌握包装设计的技能。

图书在版编目(CIP)数据

包装设计 / 万越主编. — 武汉: 华中科技大学出版社, 2015.7

高职高专艺术学门类“十三五”规划教材

ISBN 978-7-5680-1073-3

I. ①包… II. ①万… III. ①包装设计—高等职业教育—教材 IV. ①TB482

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 170135 号

包装设计

万 越 主编

策划编辑: 彭中军

责任编辑: 沈婷婷

封面设计: 龙文装帧

责任校对: 曾 婷

责任监印: 张正林

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编: 430074 电话: (027) 81321913

录 排: 龙文装帧

印 刷: 湖北新华印务有限公司

开 本: 880 mm × 1230 mm 1/16

印 张: 5.5

字 数: 171 千字

版 次: 2015 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 35.00 元



华中出版

本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究



目录

BAOZHUANG SHEJI

MULU

项目一 包装设计概述	(1)
任务一 包装设计的基本理论	(2)
任务二 包装设计的表现原则	(4)
任务三 包装设计的分类	(8)
项目二 包装设计的构成要素	(17)
任务一 包装设计的内容信息	(18)
任务二 包装设计的视觉传达元素	(23)
任务三 包装设计表现手法	(60)
项目三 包装设计的程序	(71)
任务一 包装设计调研与分析	(72)
任务二 包装创意过程	(76)
任务三 包装设计执行过程	(80)
参考文献	(84)



项目一

包装设计概述

BAOZHUANG
SHEJI



任务一

包装设计的基本理论 <<

任务概述：本部分的主要内容是对包装设计的基本知识进行讲解，阐明包装设计的基本概念。

能力目标：掌握包装设计的基本概念。

知识目标：掌握包装设计的概念和包装的基础知识。

素质目标：使学生具备良好的自学能力、语言表达能力和设计分析能力。

一、包装设计

ONE

包装设计是一门集实用技术学、营销学、美学为一体的设计艺术科学。它不仅使产品具有安全又漂亮的外衣，而且具有强有力的营销作用。包装与人类文明同步发展，不同的历史时期，包装的功能和含义也不尽相同。但包装却永远离不开采用一定材料和容器，包裹、捆扎、容装、保护内装物及传达信息的基本功能。1983年，我国在“包装通用术语”国家标准中对包装的定义是：为在流通过程中保护产品，方便储运，促进销售，按一定的技术方法所采用的容器、材料和辅助物的总体名称；也指在采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术的操作活动。如图1-1所示，HEINZ的包装形象具有很强的识别力。自从1880年最初的包装标签使用以来，直到今天它一直保持了包装上的楔形图形标签和基本版面设计。它和商品本身一道，迅速成为HEINZ公司的形象，为世界各地的家庭所熟悉。当时的标签上还标注了广告宣传语“57个种类”，而实际上不只有57个品种。这只是恩里·海因兹脑海中自认为的种类数目而已。现在，HEINZ制品已有300种以上。它的长盛不衰，与其长期一贯的产品形象让消费者产生的认知度以及树立起的品牌形象是密不可分的。

二、包装设计的基本概念

TWO

从字面上讲，“包装”一词是并列结构，“包”即包裹，“装”即装饰，意思是把物品包裹、装饰起来。从设计的角度看，“包”是用一定的材料把东西裹起来，其根本目的是使东西不易受损、方便运输，这是实用科学的范畴，属于物质的概念；“装”指事物的修饰点缀，是指把包好的东西用不同的手法进行美化装饰，使外表更好看，这是美学范畴，属于文化概念。单纯讲“包装”，是将这两种概念合理、有效地融为一体。包装是指包装的造型和表面设计，在科学合理的基础上，加以装饰和美化，使包装的外形、图案、色彩、文字、商标品牌等各要素构成一个艺术整体，起到传递商品信息、表现商品特色、宣传商品、美化商品、促进销售和方便消费等作用。TOBLERONE是一个世界知名的巧克力品牌。它诞生在一个瑞士糕点制作世家，其独特的包装设计是非常有名的，如图1-2所示。作为一个成功的巧克力品牌，其所拥有的知识产权不仅是“TOBLERONE”商标，而且包括了其

独特的三角形包装盒。这个形状设计的灵感来自瑞士雪山山顶三角形的形状。TOBLERONE 的产品包装从 1908 年开始直到现在，在结构和设计上一直没有什么大的改变，只是随着新产品的增加，对产品包装的底色略加调整以示区别。因此，它的包装设计成功之处在于给消费者以强烈、持久的印象，从而使得新产品的广告宣传费用也大大降低。它完全可以借助其品牌自身的魅力来赢得市场。



图 1-1 HEINZ 包装示例



图 1-2 TOBLERONE 包装示例

任务二

包装设计的表现原则

任务概述：本部分的主要内容是对包装设计的表现原则进行讲解。

能力目标：使学生在设计的过程中，掌握包装设计的表现原则。

知识目标：使学生掌握包装设计的表现原则的概念，掌握包装设计的表现原则。

素质目标：使学生具备良好的自学能力、语言表达能力和设计分析能力。

一、从属性原则

ONE

包装以保护物品的安全流通、方便消费和促进销售为目的。因而，首先必须根据具体商品的不同性质、形态、流通意图与消费要求，确定特定物品包装的功能和目标定位，进而依据既定商品包装的功能、目的或要求进行包装的策划设计。这是食品包装设计的关键，故包装设计具有从属于内装物品特性和消费对象需求的鲜明特点。依据从属性原则表现的包装设计如图 1-3 所示。



图 1-3 依据从属性原则表现的包装设计

二、商品性原则

TWO

包装是商品的重要组成部分，最终以特定商品的面貌进入流通市场与消费环节。所以在进行商品包装设计前必须进行深入细致的产品与市场调研，使商品包装尽可能地强化与表现商品的特色，塑造特定商品真实、美好的形象，迅速、准确地传达商品信息，为吸引顾客、引导消费、树立商品与企业形象服务。依据商品性原则表现的包装设计如图 1-4 所示。



图 1-4 依据商品性原则表现的包装设计

三、综合性原则

THREE

包装设计相关知识也经常提到商品的包装设计要求全方位地解决保护商品、方便生产加工与储运、便于回收处理、美化商品、传达商品信息、提高商品附加值、能动地吸引消费等多方面的问题。如图 1-5 所示, 商品包装设计集包装的工艺与材料选择、包装的造型和结构、视觉传达、包装附加物设计、现代科技成果的应用于一身, 具有典型的综合性特点。



图 1-5 依据综合性原则表现的包装设计

四、时代性原则

FOUR

商品包装与当代人们的生活方式、消费观念、审美要求密不可分。它要求包装设计师必须具有敏锐的观察力, 善于捕捉市场与科技前沿信息, 分析、把握包装与市场的发展趋势, 顺应时代潮流, 更新观念, 及时用新材料、新技术、新方法, 更新、改造、开发出适合当代人消费要求与引导市场潮流的新包装。如图 1-6 所示, 商品的包装以蓝色色调为主, 还有镂空, 可以让消费者看见里面的实物, 在设计上, 将品牌名称放在包装的中间, 右上方还有两片小小的树叶点缀, 同时在镂空的左右分别有一个异形的三角形, 再加上蓝色图案的点缀, 远远看着就好像是人的两只手合在一起, 体现了以人为本的理念。



图 1-6 依据时代性原则表现的包装设计

五、国际性原则

FIVE

现代商品与市场的发展趋势是自由开放的，不受地域和国界的限制。包装作为商品的重要构成部分和市场竞争的工具，与各类商品同时进入国内与国际市场。因此，包装设计和生产必须与国际市场接轨，符合国际标准与环境保护要求，树立国际化包装设计的观念。依据国际性原则表现的包装设计如图 1-7 所示。



图 1-7 依据国际性原则表现的包装设计

六、广告性原则

SIX

商品包装是塑造商品与企业形象的重要组成部分，是企业营销中最经济有效的广告宣传与竞争工具。商品包装越来越多地引起商品生产企业的重视。因此，现代商品包装设计力求借助群体的智慧进行策划与设计研究，发挥设计师的智慧和想象力，才能适应设计竞争的时代要求，充分利用包装的广告传播力，为企业扩大市场服务。依据广告性原则表现的包装设计如图 1-8 所示，日本 SHIZEN 室内园艺工具和种子包装设计的灵感来自日本室内园艺系统园林的原理风格，表达“创造微型理想化的风景”的理念。包装上的标志和图形元素都来自日本传统园林。



图 1-8 依据广告性原则表现的包装设计

包装作为“无声的推销员”，是商品和消费者之间的“桥梁”。包装设计从视觉表现角度分析，有视觉元素简洁、个性突出、科学性与审美性相结合的特点。在包装设计上使用的图形和文字等信息必须准确，视觉元素要清晰简洁，使消费者在最短的时间内获得最多的商品信息，迅速抓住商品的主要特征，这符合时代的审美特征和消费心理需求。

任务三

包装设计的分类 <<

任务概述：本部分的主要内容是对包装设计的分类进行讲解。

能力目标：使学生在做包装设计的过程中，掌握包装设计基本分类，了解其基本概念。

知识目标：使学生掌握包装的不同分类。

素质目标：使学生具备良好的自学能力、语言表达能力和设计分析能力。

现在的包装越来越多，让人眼花缭乱，而市场上的商品种类繁多、形态各异、其功能和作用、外观和内容也各有千秋。各种不同的商品根据本身不同的要求，需要有各种不同的包装。内容决定形式，包装也不例外。在日常生活中，人们从不同的角度去看待包装，于是产生了不同的包装分类。

一、按包装形态分类

ONE

按形态分类，包装可以分为：包装箱、包装桶、包装瓶、包装罐、包装杯、包装盆、包装袋、包装篮等。包装袋和包装瓶如图 1-9 所示。



图 1-9 包装袋和包装瓶

二、按商品内容分类

TWO

按商品内容分类，包装可以分为：日用品包装、食品包装、烟酒包装、化妆品包装、医药包装、工艺品包装、化学品包装、五金家电包装、纺织品包装、儿童玩具包装、土特产包装等。

食品包装如图 1-10 所示。



图 1-10 食品包装

三、按包装材料分类

THREE

不同的商品，考虑它的运输过程与展示效果等的不同，需要使用不同的材料制作包装。按制作材料分类，包装可以分为：纸包装、金属包装、纸箱包装、玻璃包装、木包装、陶瓷包装、塑料包装、布包装、草席包装、纸塑复合材料包装等。金属包装如图 1-11 所示。



图 1-11 金属包装

四、按包装技术分类

FOUR

按技术分类,包装可以分为:真空包装、充气包装、冷冻包装、收缩包装、贴体包装、组合包装等。组合包装如图 1-12 所示。



图 1-12 组合包装

五、按包装用途分类

FIVE

1. 销售包装

销售包装又称商业包装,可分为内销包装、外销包装、礼品包装、经济包装等。销售包装是直接面向消费者的,因此,在设计时,要有一个准确的定位(关于包装设计的定位,在后面有详细介绍),力求简洁大方、方便实用,而又能体现商品性。

2. 储运包装

储运包装又称工业包装,也就是以商品的储存或运输为目的的包装。它主要在厂家与分销商、卖场之间流通,便于产品的搬运与计数。在设计时,外形并不是重点,只要注明产品的数量,发货和到货的时间、地点等。储运包装如图 1-13 所示。



图 1-13 储运包装

六、按包装体量分类

SIX

1. 小包装

小包装也称个体包装或内包装。它是与产品最亲密接触的包装，是产品走向市场的第一道保护层。小包装一般都陈列在商场或超市的货架上，最终连产品一起卖给消费者。因此在设计时，更要体现商品特性，以吸引消费者。小包装的应用，如图 1-14 所示。



图 1-14 小包装的应用

2. 中包装

中包装主要是为了增强对商品的保护，或者便于计数而对商品进行组装或套装的包装。比如一箱啤酒可以是 6 瓶，一捆啤酒可以是 10 瓶；一条香烟可以是 10 包等。常见的 6 瓶啤酒包装设计如图 1-15 所示。

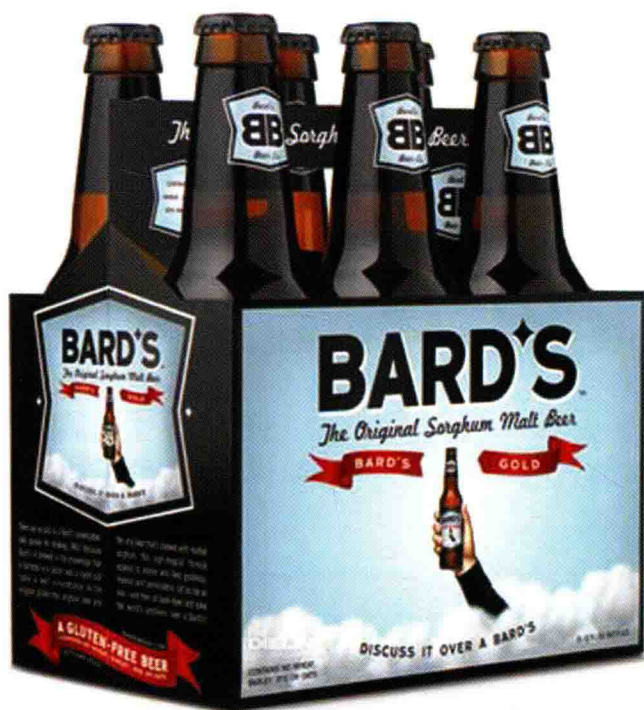


图 1-15 常见的 6 瓶啤酒包装设计

3. 大包装

大包装也称外包装、运输包等。它的主要作用是增加商品在运输中的安全，同时便于装卸与计数。相对于小包装的设计来说，大包装的设计简单多了。

大包装的应用，如图 1-16 所示。



图 1-16 大包装的应用