

# 纸质包装设计

顾惠忠 编著

TB482.2

顾惠忠 编著

# 纸质包装设计

PAPER

PACKAGING

DESIGN

图书在版编目(CIP)数据

纸质包装设计 / 顾惠忠编著. —上海: 上海书店出版社,  
2008.9

ISBN 978-7-80678-911-7

I. 纸… II. 顾… III. 纸-包装容器-设计 IV. TB482.2  
中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第103974号

纸质包装设计

编 著 顾惠忠

责任编辑 包晨晖

技术编辑 吴 放

装帧设计 包晨晖

出 版 上海世纪出版股份有限公司上海书店出版社

发 行 上海世纪出版股份有限公司发行中心

印 刷 上海印刷十厂有限公司

开 本 889 × 1194 1/16

印 张 8

版 次 2008年9月第1版 2008年9月第1次印刷

印 数 1-4000

书 号 ISBN 978-7-80678-911-7/J.379

定 价 45.00元

# 序

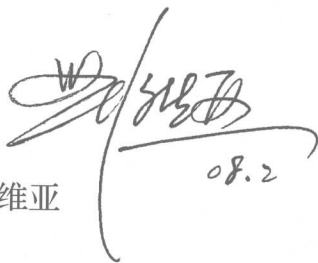
世界的包装，包装的世界。包装这个词已深入每一个人的心，不论国界，不分人种，它影响着人们的生活。当今处于倡导创意产业新时期，《纸质包装设计》的问世，将是对包装设计教育及产业的促进。

随着经济全球化的发展，包装工业已成为世界先进国家的主要产业，因此包装设计起着重要的角色。它是一个涉及面较广的多元化系统工程，从大类分为运输包装（物流包装）、销售包装（商业包装）。从形式、材料的区分，种类繁多。它将商品包装的定位、内涵文化艺术的理念、商品市场的营销、社会经济和科技发展紧密相连。它不仅是艺术与技术的结合，又是功能与美学的结合。让商品包装说故事，成为无声的销售员，商品信息的代言人，起着与消费者之间沟通的桥梁。此书作

者以他多年来的教育实践经验着重从纸质包装设计方面进行阐述。因为《纸质包装设计》是包装设计中的重要部分，内容丰富，涵盖面广，故具有代表性。

《纸质包装设计》从包装材料特点的选择及表现形式进行深入详细的论述，并将包装设计构成的要素加以逐层剖析。如包装结构、视觉信息（文字设计、图形设计）、编排和次序、设计色彩的配置、表面肌理的运用、新工艺和新材料的展现等方面。同时对包装设计的定位与程序，突破常规思维创造差异感的创意手法，并以大量的实例进行分析讲述。

《纸质包装设计》包含有丰富的内容，多样的设计方法，既可作为包装设计教学的范例，又值得广大包装设计师借鉴参考，并从中获得新的启迪。



08.2

刘维亚

突出贡献专家、高级设计师  
中国包装联合会设计委员会副主任  
上海市包装设计协会秘书长兼设计委员会主任  
上海市原创设计大师工作室刘维亚工作室顾问  
上海工程技术大学艺术设计学院兼职教授

# 目录

## 第一章 包装的演变与发展

- 2 一、包装的演变
- 7 二、包装的发展

## 第二章 包装设计概述

- 12 一、包装的定义
- 14 二、包装的形式
- 16 三、包装设计的定义
- 18 四、包装设计的内容

## 第三章 包装的功能和分类

- 22 一、包装的功能
- 24 二、包装的分类
- 26 三、包装设计的原则

## 第四章 纸质包装的形式与结构

- 29 一、纸张的规格和种类
- 32 二、纸质包装的形式
- 38 三、纸质包装的结构
- 56 四、纸质包装的加工工艺

## 第五章 纸质包装的视觉信息设计

- 60 一、文字设计
- 63 二、图形设计
- 66 三、色彩设计
- 70 四、编排设计
- 82 五、系列化设计
- 88 六、条形码的设计与印刷
- 89 七、版纹防伪设计与印刷

## 第六章 纸质包装设计

- 92 一、纸质包装的定位设计
- 94 二、纸质包装设计的流程

## 第七章 纸质包装的印刷工艺

- 98 一、凸版印刷工艺
- 98 二、凹版印刷工艺
- 99 三、丝网印刷工艺
- 99 四、平版印刷工艺
- 99 五、PS版制版工艺
- 100 六、印刷工艺流程

## 第八章 绿色包装设计

- 106 一、绿色包装设计的概念与主题
- 110 二、“环保”在绿色包装设计中的体现
- 116 三、“健康”在绿色包装设计中的体现
- 117 四、总结

## 后记



包装是现代产品在市场流通中的重要组成部分，产品经过包装才能进入市场，才能成为商品到达消费者手中。在商品的生产、贮藏、流通、销售和消费的过程中，包装是实现产品商业价值和使用价值的主要手段之一。产品的包装设计是现代科技与艺术的统一、形式与功能的统一、科学与经济文化的统一。包装在人们的生活中不仅是物质的需要，更是精神生活不可缺少的一部分。

# 第一章

## 包装的演变与发展

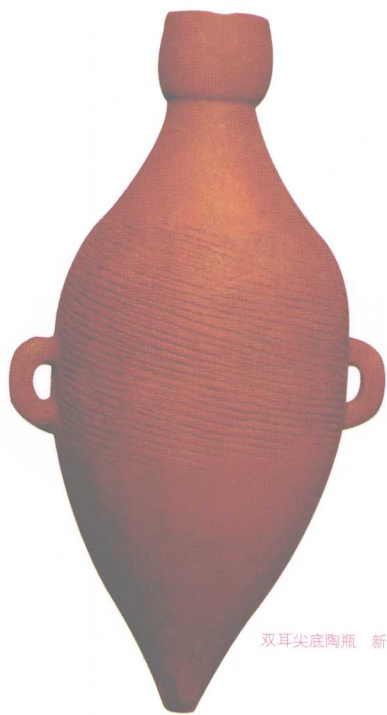
### 一、包装的演变

包装是伴随着社会文明的不断进步、变化而发展起来的。人类最初由蒙昧时代进入野蛮时代，由采集狩猎到学会经营畜牧业和农业，在这一过程中，人们利用现存的植物叶子、果壳、贝壳等作为储存食物、携带食物与用水的容器。原始时期的包装功能主要在于满足对食物保护、贮藏与移动的基本需求。随着生产技术的进步和生产能力的发展，生产的物品储存有余以备不足，储存有余以供部落间交换，于是产生了原始状态的商品和包装形式。

新石器时代人们为了满足物质生活的需求出现了制陶业，当时的制陶主要是作为贮藏和运送物品的包装容器，部分陶器则是出于原始宗教祭祀的需要而制作的，其造型及装饰完全与原始人的生活方式、思维特点和审美习惯吻合，具有极大的原始性。在我国民间，曾经大量利用天然植物的茎、叶等作为包装材料，并以手工制作的方式加工各类容器用于包装，如用竹叶、芦叶包裹粽子、蜜饯，用贝壳盛护肤

油脂，用椰子壳装糖果等为人们所常见，用葫芦装酒、装药，用竹子编织的篓筐更是使用广泛。运用这些天然材料做包装，因有微细孔与外界空气相通，细菌不容易繁殖，因而不容易造成食物腐败。其他的如用水作密封剂来腌制酸菜，用泥巴、棉纸作密封材料来贮藏食物等。

在我国古代包装容器中大量运用了彩陶、漆器、青铜器。在奴隶社会，青铜器制作工艺已相当发达，且装饰繁杂，以此作为酒容器是很常见的事。



双耳尖底陶瓶 新石器时代



几何纹陶罐 新石器时代



船形彩陶壶 新石器时代中期



漩涡纹彩陶瓮



青铜壶 西周中期

在汉代，盛行用竹筒、竹箱盛装食物、丝帛、中药、香料、衣物等各种生活用品，并开始烧制瓷器，广泛用来封藏粮食和食品。唐代商品的包装已广泛地使用了纸，用来包装零食、茶叶及中草药物等。这时雕版印刷也普遍地应用在字书、历书、佛经和商业贸易等方面。在包装纸上印上一些文字和图形之类的符号是很自然的。我国现存较早的商品包装资料大约在北宋时期(公元960-1127年)，是山东济南的刘家功夫针铺的商标铜版，是集商标标



双层九子漆奁

志(白兔)、商号名称、广告语于一体，兼作仿单和包装纸所用。这类包装已有明显的促销功能。据周密《武林旧事》记载，南宋(公元1127-1279年)都城临安的日用杂货店、茶坊、酒店，经销的小食品、糕点和酒，都有各式各样的包装。宋代城市经济空前繁荣，宋瓷胎骨坚细、造型优美、釉色鲜明，在制瓷史上占有重要地位。宋代已有了专门的包装纸，使包装印刷品更为普遍。明代包装装潢十分讲究，并有了专门论述装潢的著作。清代的商品包装既有经济耐用的普通材质，又有富丽堂皇的珍贵材料；既讲究装饰效果，保持喜庆吉祥的传统风格，又注重包装的技巧与功能。清代的高档手工艺品的包装，造型装饰已呈现日益繁琐的趋势，出现复古化倾向，工艺水平也达到了登峰造极的地步。

中英鸦片战争之后，中国社会开始由封建社会沦为半殖民地半封建的社会。大量外国商品涌入我国，不少外资企业在我国开设工厂，就地利用资源制造和推销



山东济南的刘家功夫针铺商标铜版

产品。伴随着外资的入侵，对我国的社会经济起了很大的分解作用，也破坏了我国自给自足、手工业式的自然经济基础，但却促进了民族经济的发展。这一时期我国的民族工商业逐步兴起，生产的商品在国内市场上开始与外资竞争，其竞争手段就是在商标、包装装潢上大做文章，标新立异，其结果是使包装设计较快地发展了起来。

在建国初的五六十年代，产品的生产实行的是“统购包销”，包装设计的主要功能是确保产品在贮藏运输中的安全，产品包装相对落后。到了六七十年代，“文革”开始，当时的产品包装“一片红”。80年代，开始重视出口商品的包装要求。在经历了半个世纪之后，中国包装设计的概念进入寻常百姓的心中，到了90年代初，商品附加价值的概念引入设计界后，产品包装业才真正开始发展起来。

与我国相比，西方在18世纪工业革命后，由于生产技术迅速发展，产品成本大幅度降低，包装问题已经成为商品储存和运输的重心。第二次世界大战期间，各种新的包装材料和包装技术不断开发成功，促进了包装业的变迁。二战后，各企业规模不断扩大，商品的生产向多元化发展，包装的基本功能开始发生转化，即具有了促进销售的功能，一切产品都讲求包装的

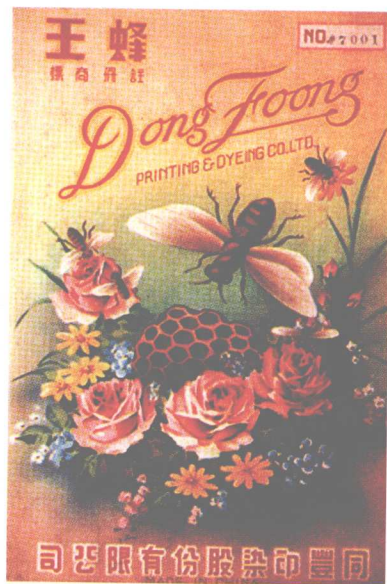


我国民族工业最早使用的灯泡包装纸

效果，包装成为促进商品销售的现代媒体。1795年法国酿造家尼古拉·阿培尔使用加热灭菌法贮藏食品，为罐头工业奠定了基础。19世纪初的英国，人们开始用马口铁制作罐子盛装食品并加以密封，罐头产品诞生了。

1850年纸盒包装在美国出现。纸盒包装的优点是使用方便、快捷，成型前可以

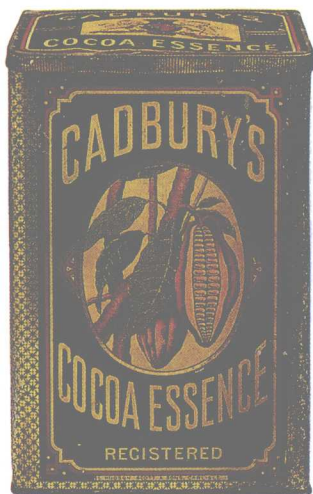
平放、节约空间，并且成本低，在当时的产品包装业中扮演重要的角色。1856年英国发明瓦楞纸，用其制作的纸板箱也因重量轻、印刷方便以及其预制的压平结构节省空间而被广泛使用。19世纪中期，彩色印刷已逐步得到推广，在随后的30年里，它极大地推动了包装设计的发展。19世纪末，随着商业的不断发展，生产厂家把越来越多的产品推向市场，使市场变得丰富多彩，并在消费群中逐渐建立起商品品牌的印象，品牌产品开始出现，厂家为产品包装贴上了商标，并将质量保证和其他产品说明附加在上面。至此，产品的包装已经具有许多现代包装的特征。



王蜂牌布匹包装纸



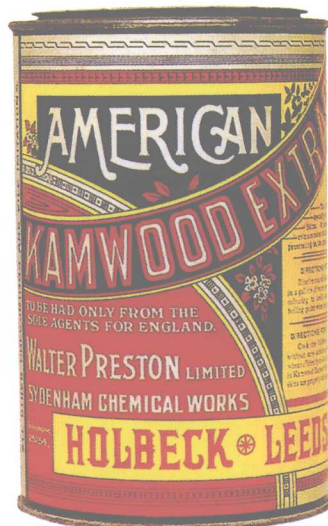
火箭牌美奇电珠



可可粉包装



薄荷油包装



调味品包装



肥皂包装



食品包装



香粉包装



白酒包装



巧克力包装



茶叶包装



儿童用品包装



护肤品包装



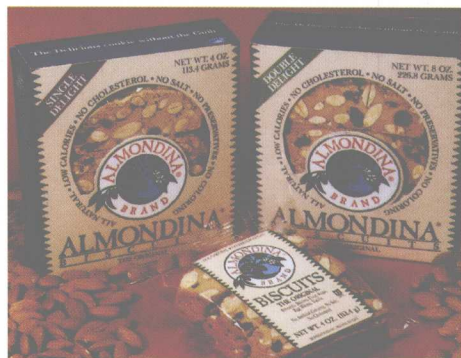
## 二、包装的发展

进入20世纪后,产品的包装发生了全新的变化。首先在包装材料领域,几种重要的新型材料在包装行业问世,1910年内黑尔发明了铝箔,开始主要用于糖果包装,60年代铝箔开始在制药业发挥作用,用于药片的逐个包装。1912年瑞士化学家布兰登伯格发明的玻璃纸,起初也用于包装糖果,后来又用于包装各种盒子。与此同时,塑料工艺也有了重大突破。1907年比利时籍的美国化学家发明了第一块真正的合成塑料,称作酚醛塑料。其次在包装形式和包装技术领域的进步,开启式的包装形式——拉锁的发明,被看作是20世纪人类最具实用的发明之一。在产品喷洒方法上的进步,如爽身粉的喷雾口,也是对包装技术永无止境追求的结晶。这些都给包装设计带来了新的革命。1940年以后,铝和薄膜复合材料用于冷冻食品包装;1950年聚乙烯层压技术在美国开发成功;1962年静电印刷材料终于进入实用化。印刷技术为顺应包装技术的发展而求新求



变,使品牌形象在容器上显现出来,这对于原本普通的商品来说产生了极为深远的影响。在包装上运用印刷技术意味着能更加鲜明地识别产品以及更详细地展示产品的信息。

随着彩色印刷技术的发展,设计师们能够更得心应手地为产品的销售设计宣传形象,而这种形象能有效地体现产品的特征和所需传达的信息。在商品的流通过程中,包装设计已不仅仅针对产品的美化功能,而是从产品的功能、特征、营销和广告策略等方面进行全方位设计,包装向消费者传递着正确的产品信息并为促进销售扮演着重要的角色。



随着科学技术的进步和流通领域的发展,现代包装业发生了很大的变化。促进现代包装业发生变化有以下几个基本因素:

**1. 现代产品的发展:**随着经济的发展,人们生活水平的提高,新产品层出不穷,如何保护、存储这些新产品,如何让新产品安全地进入流通领域,又如何能让产品在市场上取得商业上的成功,这一系列与产品相关的主要因素在很大程度上促进了现代包装产业的发展。

**2. 消费的发展:**随着消费品层次的不断提高,人们的消费需求也越来越趋于多元化、越来越趋于个性化。

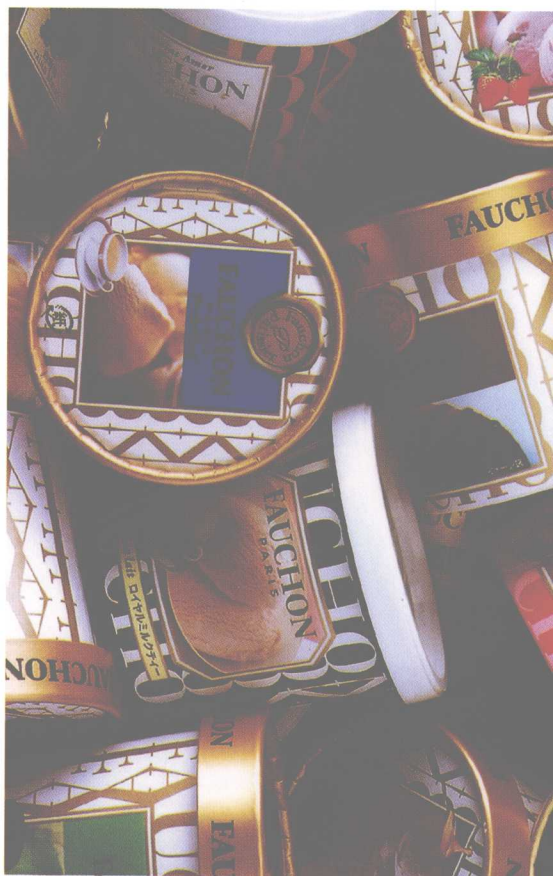
**3. 销售的发展:**现代的销售环境、销售形式以及销售的理念都发生了巨大的变化。超市、大卖场、百货商场良好的销售形象和销售环境,对包装设计提出了更高的要

求。

**4. 流通的发展:**现代交通工具的发展以及随着我国加入WTO,人们更深切地感受到贸易的全球化,全球经济的发展促进了商品的流通。

**5. 材料的发展:**包装产业化发展,为包装提供了丰富的制作材料,拓宽了设计思路和包装形式。

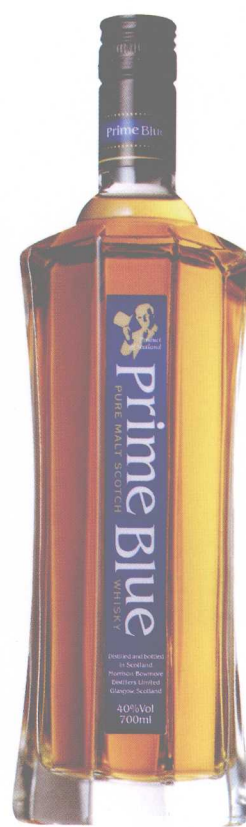
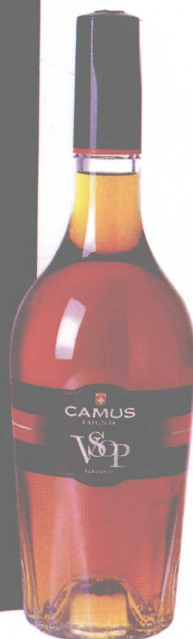
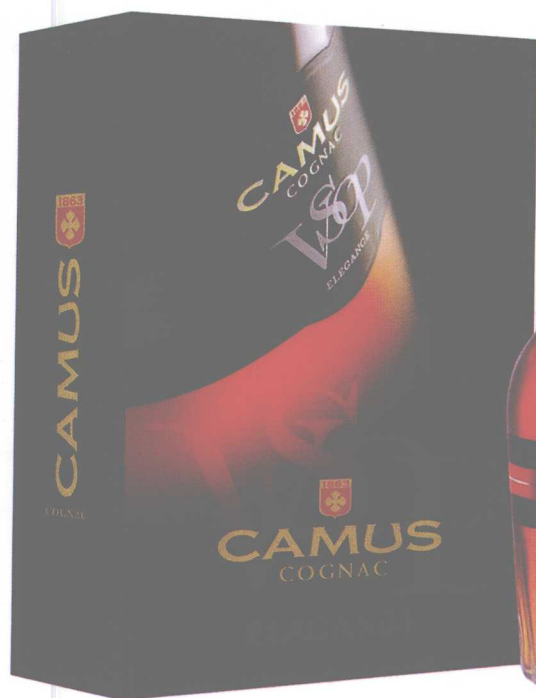
**6. 工艺的发展:**全数字化的工艺流程、快速的交货周期、简洁自动的操作环节、产品质量的大幅提高、管理成本的降低等,均赋予了数字化包装印刷更多的增值空间。







饮料及食品包装



酒类包装



## 第二章

# 包装设计概述

### 一、包装的定义

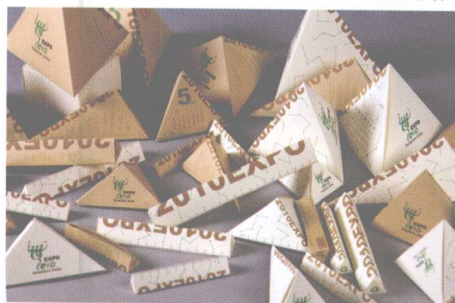
首先,关于包装的概念。由于国情不同,对包装定义的解释会有所侧重,并且随着时间的推移,对包装的概念也有所修正。

美国对于包装的定义是:包装是使用适当的材料、容器并施与技术,使产品安全地达到目的地——在产品输送过程的每一阶段,无论遭遇到怎样的外来影响都能保护其内容物,而不影响产品的价值。

日本工业标准规格的所谓包装,是指在运输和保管物品时,为了保护其价值及

原有状态,使用适当的材料、容器和包装技术包裹起来的状态。

关于我国的包装定义,由国家标准局批准发布的《包装通用术语》作了如下解释:“为在流通过程中保护产品、方便储运、促进销售,按一定技术方法而采用的容器、材料及辅助物等的总体名称。也指为了达到上述目的而采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等的操作活动。”



礼品类包装



鞋类包装

