

王亚非 主编 子 伺 编著
辽宁美术出版社



pack ing
包装设计基础 design

王亚非 主编 子 伺 编著
辽宁美术出版社



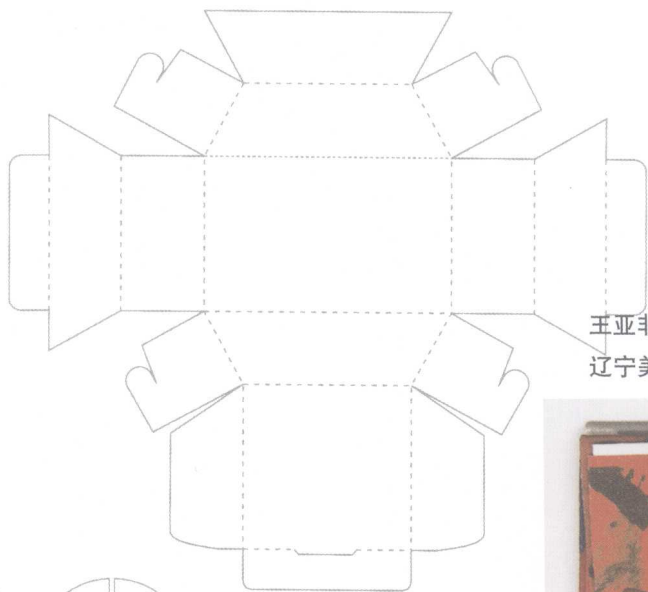
pack ing
包装设计基础 design

ISBN 978-7-5314-4218-9

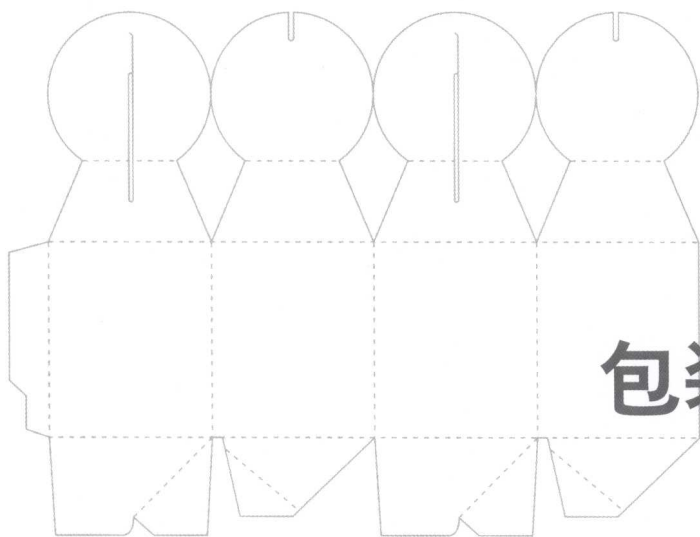


9 787531 442189 >

定价：48.00元



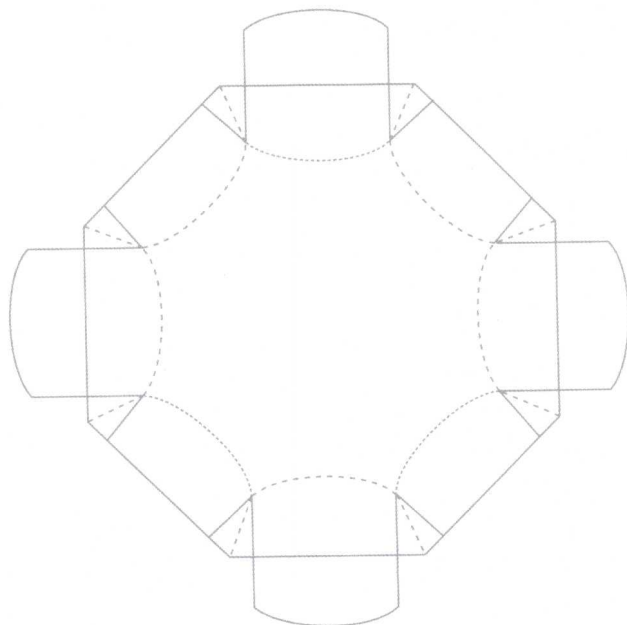
王亚非 主编 子 侗 编著
辽宁美术出版社



packing

包装设计基础

design



图书在版编目(CIP)数据

包装设计基础 /王亚非 主编 子侗 编著. —沈阳:辽宁美术出版社, 2008.12

ISBN 978-7-5314-4218-9

I.包… II.①王… ②子… III.包装—设计 IV.J524.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第189615号

出版者:辽宁美术出版社

地址:沈阳市和平区民族北街29号 邮编:110001

印刷者:沈阳市博益印刷有限公司

发行者:辽宁美术出版社

开本:889mm×1194mm 1/16

印张:8

出版时间:2009年1月第1版

印刷时间:2009年1月第1次印刷

责任编辑:光辉

封面设计:苍晓东

版式设计:霍楷

技术编辑:鲁浪 徐杰 霍磊

责任校对:张亚迪

ISBN 978-7-5314-4218-9

定价:48.00元

邮购部电话:024-83833008

E-mail:Lnmscbs@163.com

http://www.lnpgc.com.cn

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话:024-23835227

让包装回归本来面目 ——《包装设计基础》代前言

问：到底什么是好的包装设计？

答：世界包装组织将优秀包装设计的基本要素归纳为几个方面：

- a. 对内装物具有良好的保护功能；
- b. 方便开启，使用安全；
- c. 具有良好的销售外观效果和包装制作工艺；
- d. 平面设计要美观大方，清晰表述内装商品的相关信息；
- e. 节约包装材料、降低成本；
- f. 在绿色包装、可持续设计和环境保护方面要符合国际标准。

问：什么是包装的本来面目？

答：一个好的包装是简洁大方的，是应该更加注重研究包装材料和结构以及是否是绿色设计，是否是可持续使用的，并非只重视形式和高档；在西方，包装设计不仅仅是设计的结果，还反映对市场的常年研究，融合了营销理念，并从形式、功能、材料和技术上把误差和消耗降到最低程度，而且设计角度是更加环保、节能，更具前瞻性的；更多关注的焦点是包装与客户之间的连贯性和相互融合。然而在中国，我们所面临的情况和他们的考虑是完全不同的。过度的包装材料使用耗费了大量的资源和能源，毫无意义地增加了制作、运输、储存的物资、能源和人力成本，对节能减排极为不利。不仅造成片面追求豪华外观，而且有时采用的包装材料也并不符合健康环保的要求，甚至背离了保护商品的初衷。崇尚自然的简朴和单纯是当今时尚潮流的主要特征之一，在真正的设计高手那里，少可以意味着多；在某种意义上，简洁就是美。

总体而言，包装的本来面目应该是简约和方便、环保和健康的。

问：如何通过设计来实现创造更美好世界的意愿？

答：设计中的人性关怀，设计中社会责任的体现以及对可持续设计的深刻解读即是答案。当你真正地面对责任、义务，真正地了解了包装，了解了包装的结构，了解了包装的材料，了解了包装的市场，了解了包装的设计规律，了解了打破设计规律的方法……就真正地贴近了包装，实现了通过设计创造更美好世界的意愿。

在本书成形的过程中一次次看到子侗的混乱，变异，一次次的建立又一次次的打破，一次次的借鉴又一次次的推翻。在反反复复不断翻新中，我看到了子侗的成长，也希望借由这本至今她仍不满意的《包装设计基础》来为大家提个醒儿：再看设计，再看包装，再看包装设计教育！

Packing design

包装设计基础

目录



第一章 包装设计概述 / 008

一、包装的定义 / 009

二、包装的分类 / 010

1. 按商业经营习惯分类 / 010
2. 按流通领域中的环节分类 / 011
3. 按包装形状和材料分类 / 012
4. 按防护技术方法分类 / 012
5. 以包装货物种类分类 / 012
6. 以安全为目的分类 / 012

三、包装的作用和要求 / 013

1. 对内装物具有良好的保护功能 / 013
2. 方便功能 / 014
3. 平面设计要美观大方, 清晰表述内装物的信息 / 015
4. 美化商品、吸引顾客, 有利于促销 / 015
5. 具有良好的销售外观效果和包装制作工艺 / 015
6. 在节约材料、降低成本和环境保护方面要符合国际标准 / 015

四、目前中国包装行业的现状以及包装设计的未来 / 016

1. 目前中国包装行业的现状 / 016
2. 设计伦理观 / 017
3. 绿色设计 / 022
4. 概念设计 / 023

第二章 包装设计的平面构成元素 / 024

一、品牌符号的放置 / 025

二、文字的放置 / 027

1. 标题文字 / 商品名称位置的绝对优势 / 027

2. 广告语的简洁易懂 / 028

3. 说明文字信息的明确性, 周全性 / 028

三、图像的选择 / 029

1. 产品的实物照片 (绘画和摄影手法) / 029
2. 图形创意 / 031
3. 抽象的图形 / 033
4. 随意的涂鸦 / 034
5. 特定的品牌形象 / 035

四、色彩的奥妙 / 036

1. 色卡 / 036
2. 包装设计中的色调问题 / 036
3. 包装设计中色彩倾向 / 037
4. 色彩醒目的包装设计 / 040
5. 色彩协调统一的包装设计 / 041
6. 满足受众色彩接受度的包装设计 / 041
7. 适合展示的色彩, 能满足宣传效果的包装色彩设计 / 042
8. 满足受众情感心理的包装色彩设计 / 042
9. 各种颜色不仅代表各种不同的色彩, 也代表着不同的含义 / 043
10. 色彩及其联感 / 044

五、构图的质量 / 046

1. 主次分明, 视觉层次明确 / 046
2. 突出主体, 形式服从内容 / 046
3. 独特个性, 形象鲜明 / 047
4. 视觉的和谐与对比 / 048
5. 构图的一般规律 / 049
6. 数比关系 / 051
7. 系列化包装的构图 / 052
8. 跨面设计 / 053



六、肌理与特殊触感 / 053

第三章 包装设计的设计方法 / 054

一、市场调研与设计定位 / 055

1. 市场调研 / 056
2. 设计定位 / 056

二、设计思维的导入 / 058

1. 实践的重要 / 058
2. 思维简析 / 059
3. 发散思维 / 059
4. 思维的五个过程：分析、综合、比较、抽象、概括 / 060

三、包装设计不同切入点的解析 / 061

1. 低成本的、经济的设计 / 061
2. 高附加价值的设计 / 062
3. 不同材料的设计 / 062
4. 系列包装设计 / 062
5. 不同展示方式的设计 / 062
6. 不同的容器设计 / 063
7. 简单即丰富的问题 / 063

第四章 包装设计的因素 / 064

一、成形工艺 / 065

1. 封口 / 065
2. 铸模切割（模切） / 066
3. 浸蘸浇铸法 / 069
4. 注塑 / 069
5. 热力塑形 / 070



6. 粘接 / 071

7. 粘接延续 / 072

8. 浮雕图案（压凸） / 073

二、容器造型设计 / 074

1. 造型制图 / 076
2. 制膜方法 / 076
3. 效果图的制作 / 076

三、印品后序加工 / 077

四、包装盒的结构设计 / 078

五、材料列表 / 098

1. 说在材料之前的话 / 098
2. 包装的材料 / 099

六、印刷方法 / 119

1. 凸版印刷 / 119
2. 平版印刷 / 119
3. 凹版印刷 / 119
4. 蚀刻（金属蚀刻） / 119
5. 丝绸印刷 / 119
6. 胶印印刷 / 119

第五章 包装设计的相关学科 / 122

一、人体工程学 / 123

二、消费心理学 / 123

三、市场营销学 / 124

四、技术美学 / 125

五、现代储运学 / 126

六、信息传播学 / 126

Packing design

第一章 包装设计概述

包装的定义

包装的分类

包装的作用和要求

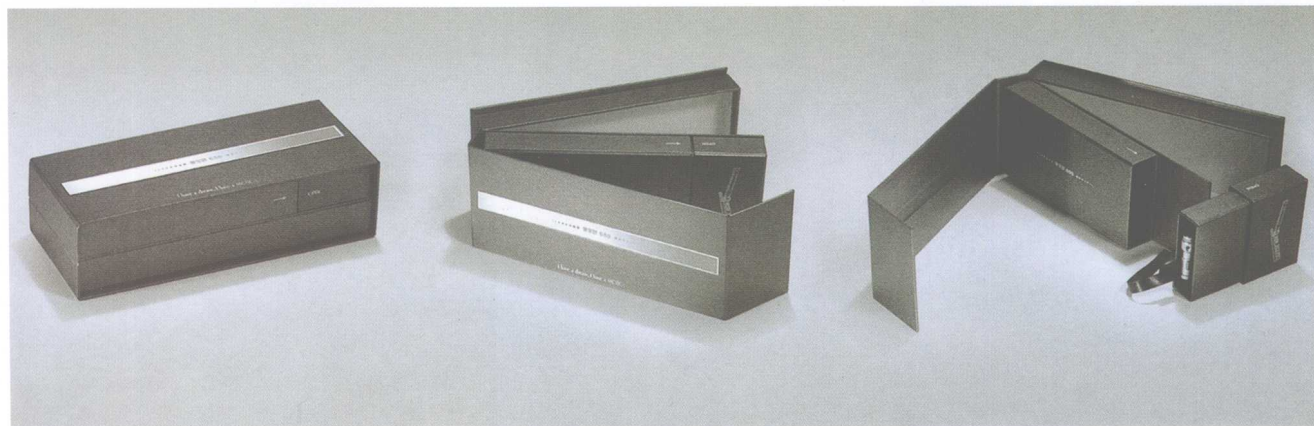
目前中国包装行业的现状以及包装设计的未来

第一章 包装设计概述

包装很“好玩”，它不讲话，静静地躺在货架上，默默地在那个地方等人们去接近它……

一、包装的定义

作为消费品大行其道的今天，大概没有人会不知道什么是包装吧！然而包装的定义到底又是什么呢？各个国家对包装的定义略有不同，例如美国认为：包装是为产品的运输和销售所作的准备行为。英国认为：包装是为货物的运输和销售所作的艺术、科学和技术上的准备工作。加拿大认为：包装是将产品由供应者送达顾客或消费者手中而能保持产品完好状态的工具。而我国对包装的定义为：在流通过程中保护产品、方便储运、促进销售的辅助物等的总称。



二、包装的分类

商品包装种类繁多，常见的商品包装的分类如下。

1. 按商业经营习惯分类

A. 内销包装

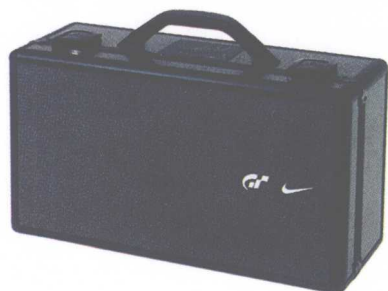
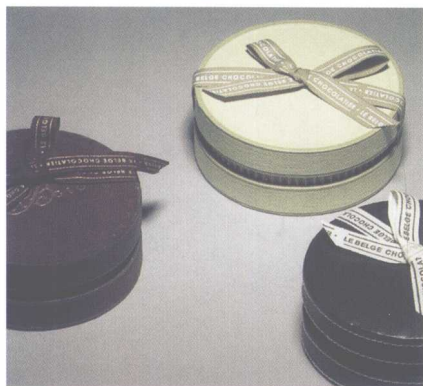
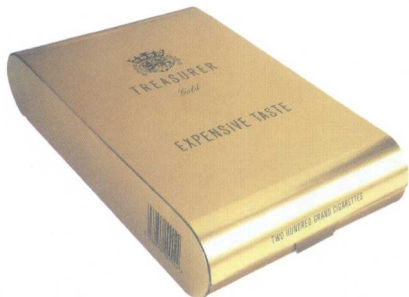
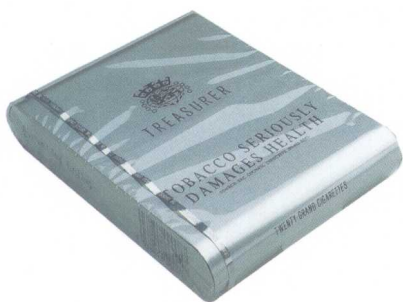
是为适应在国内销售的商品所采用的包装，具有简单、经济、实用的特点。

B. 出口包装

是为了适应商品在国外的销售，针对商品的国际长途运输所采用的包装。在保护性、装饰性、竞争性、适应性上要求更高。

C. 特殊包装

是为工艺品、礼品、美术品、文物、精密贵重仪器、军需品等所采用的包装，一般成本较高。





2. 按流通领域中的环节分类

A. 小包装

是直接接触商品，与商品同时装配出厂，构成商品组成部分的包装。商品的小包装上多有图案或文字标识，具有保护商品、方便销售、指导消费的作用。

B. 中包装

是商品的内层包装，统称为商品销售包装。它具有防止商品受外力挤压、撞击而发生损坏或受外界环境影响而发生受潮、发霉、腐蚀等变质变化的作用。是直接接触商品并随商品进入零售网点和消费者或用户直接见面的包装，主要以满足销售需要为目的，起着保护、美化、宣传商品，促进销售和方便使用等作用。

成功的销售包装应具备的条件：

- 能保护商品，延长货物寿命；
- 能方便消费者使用；有独特的个性和吸引力；
- 符合销售国的法令；成本经济合理；
- 减少或不造成环境污染。

C. 外包装

是商品最外部的包装，又称运输包装。运输包装一般不直接接触商品，而是由许多小包装集装而成，通常不随同商品出售给消费者。商品的外包装上都有明显的标记。外包装具有保护商品在流通中安全的作用。

运输包装应具有以下基本要求：

- 具有足够的强度、刚度与稳定性；
- 具有防水、防潮、防虫、防腐、防盗等防护能力；
- 包装材料选用符合经济、安全的要求；
- 包装重量、尺寸、标志、形式应符合国际与国家标准，便于搬运与装卸；
- 能减轻工人劳动强度，使操作安全便利。
- 符合环保要求。

运输包装器具设计应遵循的基本原则：

- 标准化、系列化原则；
- 集装化、大型化原则；
- 多元化、专业化原则；
- 科学化原则；
- 生态化原则等。



3. 按包装形状和材料分类

以包装材料为分类标志，商品包装可分为纸类、塑料类、玻璃类、金属类、木材类、复合材料类、陶瓷类、纺织品类、其他材料类等包装。

以包装容器形状分类：可分为箱、桶、袋、包、筐、捆、坛、罐、缸、瓶等。

4. 按防护技术方法分类

以包装技法为分类标志，商品包装可分为贴体、透明、托盘、开窗、收缩、提袋、易开、喷雾、蒸煮、真空、充气、防潮、防锈、防霉、防虫、无菌、防震、遮光、礼品、集合包装等。

5. 以包装货物种类分类

可分为食品、医药、轻工产品、针棉织品、家用电器、机电产品和果菜类包装等。

6. 以安全为目的分类

可分为一般货物包装和危险货物包装等。



三、包装的作用和要求

世界包装组织将优秀包装设计的基本要素定为以下几点，简单的话语却恰恰体现了包装的真正作用所在。

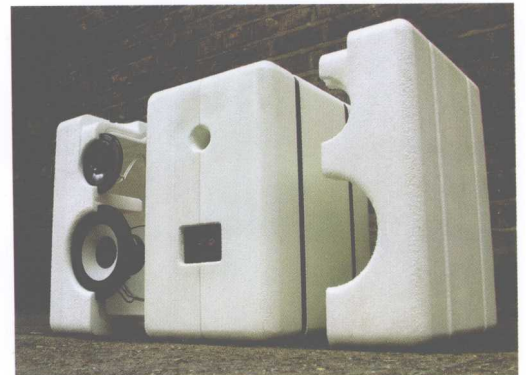
1. 对内装物具有良好的保护功能

包装的基本功能就是保护产品，使其不会损坏、变形、变质或失去应有的用途以及保护被包装的商品，防止风险和损坏，诸如渗漏、浪费、偷盗、损耗、散落、掺杂、收缩和变色等。这都是包装最重要的作用。产品从生产出来到使用之前这

段时间，保护措施是很重要的，包装如不能保护好里面的物品，这种包装则是失败的包装。

对于液体的保护就需要更多的注意了，目前对于液体的包装可供选择的材料很多，形式也较多样。瓶盖不仅要有密封保洁的作用，还要配合品牌的特质精心设计，瓶盖和封口的设计也是保护商品的手段之一。

食品的保护就更为重要了，不但要完全符合卫生条件，此外，还要具保鲜功能以及能直观地看到商品也是较为重要的。





2. 方便功能

方便开启使用安全。

包装设计构造要简单——方便生产者、顾客、消费者以及应用包装的每个人。

要配合当前的生产科技——方便大量生产，降低成本。

要易于存放——方便存贮和展示。

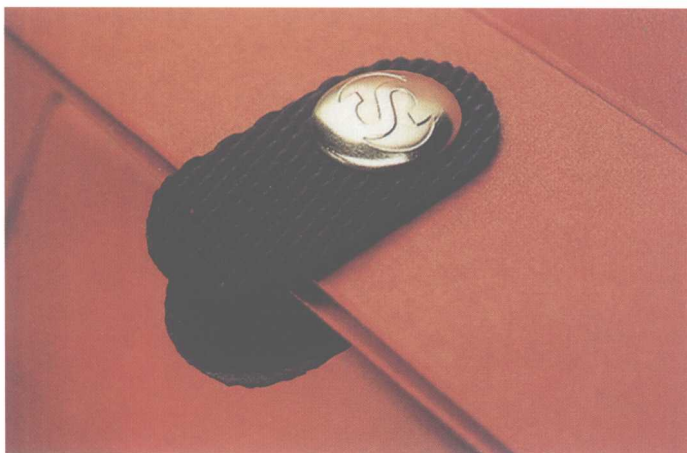
要易于包装货物——方便包装工人和售货员。

要坚固轻便——方便运输和携带。

要配合产品的应用——方便顾客。

包装设计要符合产品的特质设计——方便不同的产品特性。





Discovery of Miquel Barceló Photograph

3. 平面设计要美观大方，清晰表述内装物的信息

包装必须具备有效的传达功能，图文、说明、视觉元素、了解品牌、商店或企业等。同时吸引消费者，诱发购买欲，产生推销和广告的作用。

提供方便以及便于辨别：包装上必须注明产品型号、数量、品牌以及制造厂家或零售商名称，以便给流通环节贮、运、调、销带来方便，如装卸、盘点、码垛、发货、收货、转运、销售计数等。

4. 美化商品、吸引顾客，有利于促销

这不仅实现了商品价值和使用价值，并且也是增加商品价值的一种手段和方法。

包装要配合产品的买卖形式设计，例如：鞋盒的盒外信息会为售货员提供很大的帮助。

5. 具有良好的销售外观效果和包装制作工艺

6. 在节约材料、降低成本和环境保护方面要符合国际标准

巧妙的包装是降低运输对环境影响的最有效的方法：既降低排放，又降低运输成本。例如：宜家的重要特色就是利用平板式包装降低装载空间达到环保和节能的效果。

四、目前中国包装行业的现状以及包装设计的未来

1. 目前中国包装行业的现状

一个印刷着各种花好月圆的夜色、美味的月饼或团圆象征的精美厚纸提袋里，装着一个或方或圆的大纸盒或金属盒，打开盒子，里面衬着颜色吉祥的织物或箔片，在织物或箔片上安放着重量不超过500克的月饼。这样的经历对许多人都不陌生。不光是月饼，不少食品、保健品乃至其他日用消费品包装太过繁杂的问题始终存在。体积虚泡过大、用料过度过量、装饰豪华多余的过度包装，已成为当今社会一大公害，带来严重的环境、经济和社会问题。这些耗费不菲的包装基本上都很快变为生活垃圾的一部分。在不少小区，被戏称为“美丽垃圾”的各种包装废弃物产出量已经占到生活垃圾总量的20%以上。

在中国，包装市场成了世界各国包装文化和包装产品的大杂烩。在大型超市里，风格各异的包装产品琳琅满目、应有尽有，几乎包含了包装的全部类型。然而在高校的课堂里更多的是重视包装的“外表”，重视造型上的形式感的突破，一个个漂亮的包装背后却真正正正的失去了对包装设计本质的研究，那就是如何节省成本，如何环保，如何在结构上合理保护商品不受伤害，如何把品牌价值延续下去……这些绝不是仅仅提高成本的“样子货”能实现的。大多高校的包装设计教育已经进入了误区，可以说大部分设计学生毕业后都无法真正地投入到包装设计的第一线工作，还要经过大量的时间和实践以及摔跟头以后才能成为真正的包装设计师。

近年来，中国包装行业已经开始产业化。中国本土企业在包装上都进行了相当多的投入，他们认真地对待自己的品牌形象和销售信息，总体而言，中高端产品的包装水平已经达到了国际标准。但是，仍有大量的包装作品却差强人意，仍然与国际包装的标准有差距，仍有大量垃圾作品存在。企业是决定



者，有责任，但设计师的责任更大，你是引导者、辅助者、设计实现者，如果你不真正地了解包装，了解包装的结构，了解材料，了解市场，了解设计规律，了解打破设计规律的方法……就无法去真正地贴近包装。

一个好的包装是简洁、大方的，是应该更加注重研究包装材料和结构方面的新领域的，并非只重视形式感。而且设计角度是更加环保、节能，更具前瞻性的。在西方，包装设计不仅仅是设计的结果，还反映对市场的常年研究，融合了营销理念，并从形式、功能、材料和技术上把误差和消耗降到最低程度，更多关注的焦点是包装与客户之间的连贯性和相互融合。

适度的包装应该至少有三个功能：首先是保护商品，产品离开生产线而成为商品进行销售，从时间上往往要经过几个月，甚至更长时间。从运输和藏储方面讲，要保证商品的良好状态到达消费者手中，保证它外观完整、品质不变，比如月饼不能碰坏，茶叶要保证不沾染异味。其次是传达信息，要传达商品外观本身说明不了的信息，单看成品月饼，消费者不能知道月饼的馅料是什么，因此生产厂家、品牌、生产日期、制作原料添加成分等对消费者来说非常重要的信息也需要包装来传达。第三是吸引购买和消费的视觉艺术性。

目前国际潮流的时尚是崇尚自然。在发达国家古朴、单纯、带有显著原生态特征的再生纸制品作为包装材料大行其道。一些新兴市场经济国家在十几年前也出现过消费品过度包装的情形，随着经济的发展、消费理性的日益成熟，公众对包装的审美取向也发生了重大的变化，包装潮流也转向崇尚自然，提倡生态、环保。在我国，即使在近几年中秋月饼过度包装比较严重的情况下，北京、上海这样的时尚都市月饼市场的包装相对要简洁一些、自然一些。随着经济的不断发展、各种规章制度的不断完善，市场理性也会逐渐成熟起来。具有充分包装功能的消费品会更多地以自然、简洁、清纯的时尚面貌带给人们更多的生活享受。

让我们从以下几个方面探讨一下包装设计的未来，同时这也是作为当代的包装设计师们应该深刻思考的问题。