

PACKAGING

PACKAGING GRAPHIC DESIGN 包装图形设计



印刷工业出版社

PACKAGING GRAPHIC DESIGN 包装图形设计

刘春雷
汪兰川
编著



印刷工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

包装图形设计 / 刘春雷, 汪兰川编著. —北京: 印刷工业出版社, 2010.1
ISBN 978-7-80000-887-0

I. 包… II. ①刘…②汪… III. 包装-设计 IV. J524.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第011847号

包装图形设计

编 著: 刘春雷 汪兰川

责任编辑: 陈媛媛 孙 祺

责任校对: 郭 平

装帧设计: 肖晋兴

责任印制: 张利君

责任设计: 张 羽

出版发行: 印刷工业出版社 (北京市翠微路2号 邮编: 100036)

网 址: www.keyin.cn www.pprint.cn

网 店: [//shop36885379.taobao.com](http://shop36885379.taobao.com)

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京多彩印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

字 数: 180千字

印 张: 8.625

印 次: 2010年2月第1版 2010年2月第1次印刷

定 价: 52.00元

I S B N : 978-7-80000-887-0

◆ 如发现印装质量问题请与我社发行部联系 发行部电话: 010-88275707 88275602

图形设计是一种体现作品内涵观念与情感的视觉语言，包装设计中的图形作为文字的辅助功能，赋予了文字具体的形象。包装图形设计可以说是由“思维”通过心理活动并采用形式法则创造的可视图形，它是一个视觉信息载体，涉及人类衣、食、住、行的各个方面，表现题材非常丰富。包装图形创意是设计师针对具体商品形式及功能对包装画面视觉表现形式进行的构思与表现，用富有创意的视觉图形语言表现达到包装商品销售信息传播的目的，它是设计师对客观自然界的认识以及对生活体验的综合。

随着商品包装设计的高度发展，包装图形化视觉传播模式正迅速普及。《包装图形设计》探讨和解决了包装设计师在包装图形设计方面的问题，主要包括包装图形设计的内涵与意义，包装图形设计的功能和设计观念，包装图形设计的程序和方法，包装图形创意的种类和模式等。全书共分为“包装图形设计概述”、“视觉传达与包装图形设计”、“包装图形设计与创意表现”、“包装图形设计的创意思维与构想”四章内容，结合近百幅世界范围内优秀的包装图形设计案例，为包装设计师提供了切实的参考依据。

本书在编写过程中引用了许多优秀的包装设计案例，由于条件所限，有些无法将设计者的姓名列出，在此，向这些优秀包装设计的设计者以及商品生产厂家表示诚挚的歉意以及衷心的感谢。由于时间仓促，书中难免有疏漏，敬请广大读者提出宝贵意见和建议。

刘春雷

二〇〇九年十二月十二日于沈阳盛华苑

序

包装设计的历史与人类文明的发展有着密不可分的联系。技术、材料和生产的发展,以及不断演进的消费型社会所创造的各种条件都为包装开辟出一个全新的需求市场。包装设计的萌芽是从人们对自身的保护和衣食的需求开始的,早在公元前8000年,人们就已经开始利用各种天然材料,诸如植物的茎、叶、果实,动物的皮毛、骨,贝壳、黏土陶器和粗糙的玻璃器皿等来制作盛装物品的容器了。进入经济社会以后,产品的包装已成为各种商品进行市场营销最主要的载体。

包装设计是一门融各门学科为一体的商业艺术设计,其范畴包括包装造型、结构、图形、色彩、文字等视觉传达语言,同时也包括包装材料、包装容器、包装技术等包装要素,还涉及消费心理学、市场营销学、技术美学、现代储运学等方面的知识运用。现代包装艺术设计最终随着市场经济中的商品竞争成为企业形象、销售策略、广告设计等行销活动的中心。

随着包装工业的蓬勃发展,高附加值的商品包装是各国都在努力发展的朝阳产业之一,对包装设计人才的需求不断增长。包装设计教育如何顺应社会的发展、如何确立完善的设计教学体系、如何突出自己的办学特色、如何完善学科建设、如何提高教学质量等问题,成为全社会关注的焦点。尽管我国高等院校设置包装设计专业方向的高等院校不下

500余家，其课程大多不成系统，不能形成完善的包装设计知识结构，尽管国内外有关包装设计的书籍层出不穷，但多是针对某一具体问题的探讨。印刷工业出版社认识到此问题将对我国包装设计的发展产生负面的影响，通过多方调研，确定了本丛书的选题范围。本系列书包括《包装材料与结构设计》《包装品牌塑造与促销设计》《包装色彩设计》《包装图形设计》《包装文字设计与构图》等，系列书籍从多层次阐述了包装设计新形态发展因素、包装材料发展到新产品技术需求的因素、消费形态发展新因素、流通发展新因素、市场营销发展新因素等。深入阐述了包装设计，包括包装与市场，包装设计程序与操作、包装的造型与结构设计、平面视觉设计、印刷与工艺、文化特征等。丛书贴近包装设计教育实践，涉及了包装功能与市场流通、包装的历史沿革与发展、包装与平面视觉与立体形态要素的设计原理与方法、包装设计的流程与制作工艺、包装设计文化特征等诸多方面的内容，并配了大量经典图例，内容丰富而实用，符合当前包装设计事业对专业人才知识结构的需求。

这是一套面向院校与企事业单位人员从事包装设计专业研究的丛书，参与编写的作者均是全国高等院校包装设计专业方向教学的中坚与骨干，他们不仅具有丰富的教学经验，严谨的治学态度，更重要的是具有强烈的使命感和责任心。本丛书将包装设计的全过程清晰地呈现在读者面前。无论您是设计师、品牌经理还是包装制造商，您都将会和包装设计过程的其他参与人员一样，从本书图文并茂的全面介绍中获益良多。

张 杰

二〇〇九年七月于京城望京花园



01

包装图形设计概述 1

- 01 图形的定义与包装图形设计的意义 4
- 02 包装图形设计表现的方法与特点 14
- 03 包装图形对商品信息传播的意义 27



02

视觉传达与包装图形设计 31

- 01 现代视觉传达设计的概念与意义 33
- 02 视觉传达在包装设计中的功能与作用 45
- 03 包装图形设计的视觉风格特征 56
- 04 包装图形设计的主体视觉形象与表现特征 61

03

包装图形设计与创意表现 71

- 01 包装图形分类 73
- 02 包装基础图形设计 79
- 03 包装图形语汇创意表现 94



04

包装图形设计的创意思维与构想 107

- 01 包装图形创意与构想方法 109
- 02 包装图形创意的思维模式 119

01

PACKAGING GRAPHIC DESIGN OVERVIEW

包装图形设计概述

包装图形创意是设计师针对具体商品形式及功能对包装画面视觉表现形式进行的构思与表现, 用富有创意的视觉图形语言表现达到包装商品销售信息传播的目的, 它是设计师对客观自然界的认识以及对生活体验的综合。在学习和理解包装图形设计内涵时, 尤其要理解和体会包装图形设计观念动态的特性, 把握所设计商品对象的个性特征, 在创作表现过程中紧贴时代发展脉搏, 使包装图形设计与时俱进, 达到促进包装商品销售的根本目的, 如图1-1所示。

图1-1 优秀的包装图形设计是无声的商品促销员
“Fully-loaded-tea”品牌茶包装设计





一、图形的定义

图形一词的英文为“Graphic”，源于拉丁文“Graphicus”与希腊文“Graphickos”。图形的词义，一般解释为“适合于绘写”的由绘、写、刻、印等手段形成的图像记号。广义上的图形是说明性的图画形象，有别于词语、语言、文字的视觉形象，是可以通过各种手段进行大量复制的传播信息的视觉形式。一般认为，图形是使用最为普遍的视觉表现样式，但也是概念与含义很难界定的样式。广义概念的图形，包括了视觉传达设计中所有关于“图”的类型与样式的总称，包括了摄影、图案、字体、影像、符号、绘画、插图、地图、表格、卡通、制图表达手法等。例如，在“Friskies-Treats”品牌宠物食品包装设计中，采取生动活泼的猫咪图像作为包装主体的图形，十分清楚地传达了包装的商品属性，生动而准确，如图1-2所示。

狭义上的图形是指图形设计应具有可解读性。美国图形大师菲利普·B·梅格斯(Philip B-Meggs)曾说：“如果图形设计不具有象征的词语的含义，则就不再是视觉传播，而成为美术了。”包装设计中的图形，其概念既可以从视觉文化的宽泛的景观去认识，也可以从形式语言的构成特质去解读，如图1-3所示。

在汉语词源中，图形的概念有多条线索。如宋代《宋书·礼志四》中有：“自汉兴以来，小善小德，而图形立庙者多矣。”这里的“图形”是画出形象的意思；作为几何学中的一个概念，则是几何图形的简称，它是“按照数学原则在二维表面用艺术或科学的方式描写的物体。”



图1-2 “Friskies-Treats”品牌宠物食品包装设计

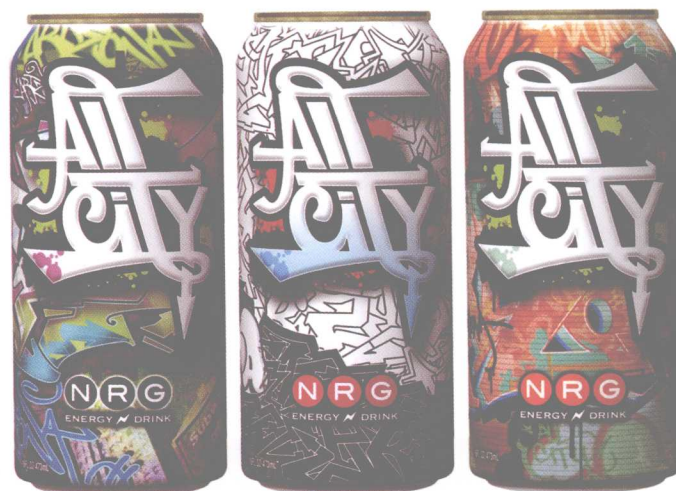


图1-3 包装图形视觉文化的丰富性
“AriZona-AllCity”能量饮料包装设计

计算机技术普及后,又出现了计算机图形(Computer Graphic)简称“CG”。作为图形的一个特殊分支,它用计算机制作图形,是用计算机表示、建立、存储、处理某个对象的模型,并根据模型产生该对象图形输出的有关理论、方法与技术。包括几何造型艺术,图形的存储、检索与交换,动画技术,人机交互及接口技术,图形标准与图形软件的研究与开发。计算机图形是在大众文化和全球计算机技术高速发展与普及条件下,人们日常生活状态中视觉积累很重要的层面。随着网络、游戏、美国大片的广泛传播,还出现了许多计算机特效的电影场面,3D虚拟现实的虚幻空间游戏,轻松的Flash动画等。今天,现代计算机图形技术已经广泛应用到包装图形设计领域,几乎现在任何一件包装设计都必须由计算机标准化设计制作完成,这是现代包装标准化生产的客观需要。计算机图形在包装图形设计中的意义已经更多地演变为一种图形风格和视觉文化的价值取向,深受青年一代消费人群的喜爱和认可,如图1-4所示。



图1-4 计算机图形风格的包装图形设计
“可口可乐”包装设计



图1-5 “NESTEA” 雀巢冰爽茶包装设计

包装设计中的图形设计作为文字的辅助功能，赋予了文字具体的形象。包装图形设计是一种体现内涵观念与情感的视觉语言，图形的表现力较强，表现形式多样，可采用照片、绘画等形式增加消费者对产品的兴趣，以视觉形象加深消费者对产品的认识和记忆。包装图形设计可以说是由“思维”通过心理活动并采用形式法则创造的可视图形。包装是图形的一个载体，它涉及人类衣、食、住、行的各个方面，表现题材非常丰富。

二、包装图形设计的意义

“图”是与文字及语言相对的一种特殊的视觉语言，目的都在于传达信息。在包装设计中，使用各种各样的“图”传达信息具有直观性的特点。在表达某种概念的时候，文字或者语言的描绘需要经历从抽象到具象的转换过程，而“图”则是具象的直接传递，它简化了我们解读符号的过程，使信息的获得更加轻松、迅速，同时也避免了意义传达过程中可能产生的干扰和偏差，能够更加准确地传递符号信息。因此，使用图形视觉语言基本上可以达到“一目了然”、“所见即所得”的效果。图形具有具象、自然、生动、真实的特点，任何有正常生理、心理功能的人，即使语言、文字不通，也能大体上理解、领悟图的意义，而不需要中介转译，包装图形作为视觉交流特定的媒介的独特价值已成共识。包装图形设计的意义主要体现在以下几方面。

1. 视觉感染力

包装图形视觉感染力通过对对象模拟或写实来表征产品，也就是说，该媒介与指示对象之间在形象上的关联性。例如许多饮料包装，多采取商品写实的摄影图片，可以增添产品某种情趣和真实感，如图1-5所示。



图1-6 “康师傅”方便碗面包装设计

2. 视觉指示性

包装图形视觉指示性的意义在于视觉媒介与指示对象之间具有一种因果的或形象的直接联系，如“康师傅”方便碗面包装、“不二家”奶糖包装设计等，使企业标志、标准字体、色彩和象征图形构成产品的包装形象，消费者在看到这些带有指示性的图形时自然与品牌相联系，具有很大品牌促销作用。消费者在认同包装图形的同时，也加深了对企业的认识，如图1-6、图1-7所示。



图1-7 “不二家”奶糖包装设计