

GAOZHI GAOZHUAN
YISHU SHEJIFEI
GUIHUA JIAOCAI

高职高专艺术设计类规划教材

包装设计制作

唐芸莉 主 编
代秀芳 房 丹 副主编

BAOZHUANG
SHEJI
YU
ZHIZUO



化学工业出版社

GAOZHI GAOZHUAN
YISHU SHEJIL
GUHUA JIAOCAI

高职高专艺术设计类规划教材

包装设计制作

唐芸莉 主 编
代秀芳 房 丹 副主编

BAOZHUANG
SHEJI
YU
ZHIZUO



化学工业出版社

· 北 京 ·

包装是产品不可分割的重要组成部分,它不仅仅承载着保护产品的重任,还是沟通产品与消费者的一个桥梁。包装设计所涉及的知识比较广泛,是传递品牌形象的重要手段。本书针对平面设计专业的需求和特点,将包装设计的理论与实践紧密结合,内容设定突出体现包装设计工作流程,包括概论、包装设计的准备、包装的造型设计、包装的平面视觉设计、包装的制作、包装的评价等六部分内容。通过大量的参考实例,生动形象地进行教学引导,培养和建立包装设计的基本意识和观念,思考练习题为读者课后的学习提供指导。

本书可作为平面设计专业及相关专业的教材使用,同时也可以作为包装设计业余爱好者的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

包装设计与制作/唐芸莉主编. —北京:化学工业出版社, 2010.7

高职高专艺术设计类规划教材

ISBN 978-7-122-08754-6

I.包… II.唐… III.包装-设计-高等学校:技术学院-教材 IV.J524.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第105276号

责任编辑:李彦玲

装帧设计:尹琳琳

责任校对:边涛

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印装:化学工业出版社印刷厂

787mm×1092mm 1/16 印张7½ 字数154千字 2010年8月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 29.80元

版权所有 违者必究

高职高专艺术设计类规划教材建设单位 (按汉语拼音排序)

北京电子科技职业学院

东北大学东软信息学院

河南财政税务高等专科学校

河南经贸职业学校

鹤壁职业技术学院

辽宁大学

辽宁省交通高等专科学校

漯河职业技术学院

山东英才学院

沈阳新华印刷厂

武汉工业职业技术学院

郑州电子职业技术学院

郑州轻工业学院轻工职业学院

北京联合大学

海口经济学院

河南工程学院

河南艺术职业学院

金华职业技术学院

辽宁经济职业技术学院

洛阳理工学院

濮阳职业技术学院

沈阳现代美术学校

四川烹饪高等专科学校

西安机电信息学院

郑州航空工业管理学院

序

时代的发展和变革无疑影响并深化着我们对于艺术设计的理解和认识，学习艺术设计必须从设计的本质和时代的特征等深层面去进行解读。设计是一种“有目的的创作行为”，是人的本质力量的显现；同时，艺术设计也是一种文化，体现了人文思想和人文情怀，闪烁着人类智慧的光芒；然而，设计也是一种对自我行为的标示和肯定，是一种把计划、规划、设想通过视觉的形式或物化的形态传达出来的创造性活动，在这个活动过程中我们建立起自己的生活方式。人类最基础、最重要的创造是造物，我们可以把任何造物活动的预想、计划和实施过程理解为设计，而在目前全球经济一体化的背景下，艺术设计作为一种文化产业无疑是推动社会经济发展的主要增长点之一。

随着艺术设计在中国的发展，设计作为一门独立的艺术学科已成为向社会生产和社会生活各领域全面渗透的开放性体系。艺术设计也是一门综合性极强的学科，它涉及社会、经济、历史、文化、科学、技术等诸多方面的因素，其审美标准也随着这诸多因素的变化而改变。实践证明：艺术设计贵在创新，艺术设计的成果实际上也是设计者自身综合素质的体现。虽然各个专业对设计者的知识结构要求不尽相同，但不论是平面的还是立体的设计，我们首先要面对的是一个对所设计对象的理解——即与设计对象相关的文化背景、地理环境、历史沿革、材料技术、风俗习惯的理解。基于此，艺术设计这个命题在当前具有很强的文化学意义。近几年来，艺术学科的建设，特别是艺术设计教育越来越引起人们的广泛关注与重视。各艺术教育院校都在积极推进教学改革和加强教材建设，这对我国的艺术设计学科建设必将产生重要影响。

综上所述，化学工业出版社审时度势推出艺术设计专业平面类职业教育规划教材，无疑是对于艺术设计职业教育的一种推动，并将对艺术设计学科的建设和发展带来新的气息。出版社对此项系列教材的开发和各个环节都进行了认真充分的准备，各位编委及作者都是国内各相关院校教学一线的骨干；全套教材特色显著，首先是

高等职业教育的特色定位准确，突出了高职教育的特点；其次是内容精炼并有机的结合了各位作者自身的优势；图文并茂而不失严谨，可读性强容易理解，加强了对教材的设计、装帧、印刷等环节的质量要求，做到了形式与内容并重，体现出高等职业教育艺术设计类教材的新面貌。

可以预见本系列教材的实用性和适用性将会使教材具有很好的推广价值，对于广大专业人士和艺术设计爱好者来说也具有借鉴和指导意义。我们期待着这套教材能为我国高等职业教育的发展和改革提供参考，也希望这部教材能够在艺术设计教育界同仁们的教学中不断得到修正、丰富和完善。

是为序。

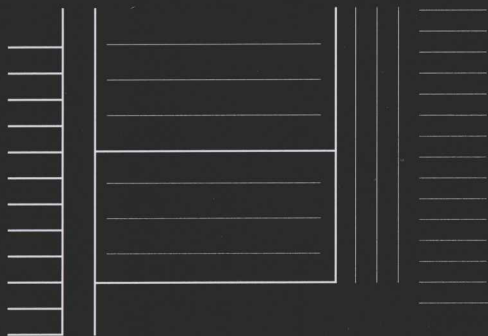
孙建君

2009年5月于北京

目录

	第一章 包装设计概论	019	二、市场调研
001	第一节 何谓包装	020	三、创意草案的形成与设计可行性研究
003	第二节 包装的分类	020	四、设计定稿、出样
003	一、按流通中的功能进行分类	020	五、交付生产、流通检验
003	二、按商品种类进行分类	020	小结
004	三、按材料进行分类	020	思考练习题
004	四、按形态进行分类		
004	五、按设计风格进行分类		
007	第三节 包装构成要素		第二章 包装设计的准备
007	一、包装的造型设计	021	第一节 市场调研
007	二、包装的平面视觉设计	021	一、项目分析
009	三、包装的材料与工艺	022	二、调研渠道
011	第四节 包装的发展脉络	022	第二节 包装设计定位与构思
011	一、原始时期：无为而为的天然材料包装	023	一、设计定位
012	二、古代时期：实用与装饰完美结合的容器	027	二、设计构思
012	三、近代时期：包装产业的形成	029	小结
013	四、现代时期：日新月异的现代包装	029	思考练习题
015	第五节 优秀包装设计的特征		
015	一、民族性特征		
016	二、艺术性特征		
017	三、功能性特征		
018	四、生态性特征		
019	第六节 包装设计流程		
019	一、项目分析		
			第三章 包装的造型设计
		030	第一节 包装材料的选择
		030	一、常用包装材料
		038	二、包装材料的选择原则
		038	第二节 包装容器造型设计
		038	一、包装容器与空间的关系
		039	二、包装容器与形体的变化
		039	三、包装容器造型设计的原则

第一章 包装设计概论



学习目标：通过本章学习，理解包装的概念，了解包装的分类、发展脉络和构成要素，从而对包装有初步的认识；认识并理解优秀包装的特征。

包装对于我们并不陌生，在超市或商场购买任意一件商品，所购买的并非仅仅是商品本身，同时还有商品的“服装”——包装。在现代社会中，包装已经成为我们生活中不可或缺的一部分，那琳琅满目的包装，造型各异，五彩缤纷，正如时装一样点缀着我们的生活。

第一节 何谓包装

“包装”这一概念从严格意义上讲是由“包”和“装”组合起来的合成词。其中，“包”是从技术和实用角度提出来的，是指用一定的材料把东西裹起来，使东西不易受损，方便运输，属于物质的概念；“装”即“装饰”，指事物的修饰点缀，把包裹好的东西用不同的手法进行美化装饰，使外表看上去更美观，这是美学范畴，属于文化的概念，如图1-1～图1-3所示。

长久以来，尤其是在物质产品极其匮乏的年代，在我国对于包装的认识中对“包”的强调压过了对“装”的追求。即便是到了1983年，在对“包装”的概念进行界定时，还只是注重前者，认为包装只不过是“为在流通过程中保护产品，方便储运、促进销售，在采用容器、材料及辅助物的过程中施加一定的技术方法的操作活动。”但是，随着我国社会经济的发展、商品经济的逐渐繁荣，以及人们消费能

力和文化素质的日渐提高,这种单纯从技术角度对“包装”进行界定的做法已经越来越不合时宜了。“包装”这一概念中的“装”,在当前得到越来越为突出的强调。

就包装本身而言,“装”恰恰是以“包”作为基础的。进入消费时代后,随着生活水平的提高,以及道德观念的多元化,人们逐渐改变了保守的传统消费观念,开始从单纯的物质消费,转向了文化和审美消费。随着“包装”向“包装文化”的转变,从美学角度对“包装”进行界定显得更为必要了。包装设计是一种深刻的生产性活动,是文化和美的创造,是将技术活动与艺术活动相结合的一种创造性行为,如图1-4、图1-5所示。



图1-1 食品包装/HCH公司



图1-2 各种购物袋/珍妮弗·穆勒



图1-3 食品包装/河道设计



图1-4 佐料包装/久保田



图1-5 礼品包装/兰伯特设计公司

第二节 包装的分类

包装的分类方法很多,尤其进入消费时代后,消费者在进行消费时,不仅注重产品本身,更加注重产品包装的审美文化。而嗅觉灵敏的产品提供者自然不会忽视这一广泛存在的消费要求,开始借用大量的技术手段,集中大批高素质人才从事产品包装的美化设计,必然导致包装形式和种类的多样性和复杂性。为了对现代包装有一个更加明确的认识,对包装进行如下分类。

一、按流通中的功能进行分类

1. 大包装

大包装又叫工业包装、运输包装。其主要功能就是方便运输,并在运输过程中保护商品不被损坏,通常以多件产品的集合包装或大件产品的包装为主(如图1-6)。

2. 中包装

中包装又叫销售包装。主要功能就是方便展示和促进销售,当然保护产品也是必不可少的,是以促进销售为主要目的包装形式(如图1-7)。

3. 小包装

小包装又叫个包装,是直接接触商品的包装。通常与商品同时装配出厂,形成对商品最直接的保护(如图1-8)。

二、按商品种类进行分类

商品包装可以按商品种类的不同进行分类,通常可以分为:食品包装、医药包装、轻工日用品包装、纺织服装类包装、家用电器包装、机电产品包装等,如图1-9~图1-12所示。



图1-6 米包装/迫田司



图1-7 酒包装/牛岛志津子



图1-8 咸菜包装/上田博司



图 1-9 食品包装/杨振锁



图 1-10 酒包装/新保欣也



图 1-11 化妆品礼盒包装/崔建颖



图 1-12 日用品包装/前田和纪

三、按材料进行分类

可用于包装的材料很多，每种包装材料都有各自的特点和设计要求，按照包装材料的种类进行分类，直观明了。通常可以分为纸制品包装、塑料制品包装、金属制品包装、木制品包装、陶瓷制品包装、玻璃制品包装、复合材料包装等，如图 1-13 ~ 图 1-19 所示。

四、按形态进行分类

按形态可以分为包装箱、包装盒、包装袋和包装瓶（桶、杯、罐、坛）等，如图 1-20 ~ 图 1-23 所示。

五、按设计风格进行分类

包装设计风格多种多样，按照常用风格可



图 1-13 纸包装/琼·碧肖

以分为：浪漫风格包装、卡通风格包装、简约风格包装、民族风格包装、时尚风格包装等，如图 1-24 ~ 图 1-27 所示。



图 1-14 塑料包装/市川纯一



图 1-15 金属包装/陈幼坚

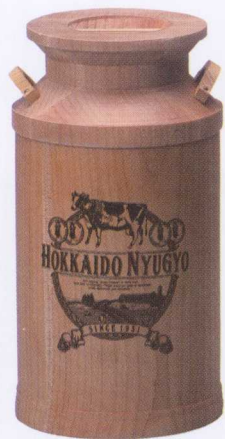


图 1-16 木包装/清水直明



图 1-17 瓷器包装/陈幼坚



图 1-18 玻璃包装/和田井义南



图 1-19 织物包装/乔伊·凯瑟·布赖斯



图 1-20 包装箱/松尾茂



图 1-21 包装盒/龚丽莉



图 1-22 包装袋/劳拉·库尔曼



图 1-23 包装瓶/佐藤卓



图 1-24 卡通风格包装/刘元



图 1-25 浪漫风格包装/乔文静



图 1-26 民族风格包装/杨振锁



图 1-27 时尚风格包装/米莉

第三节 包装构成要素

包装设计是一门综合性很强的学科，包括包装结构设计、平面形象视觉设计、材料及印刷工艺等方方面面，是艺术和技术相结合的创造性行为，涉及诸多学科门类，如力学、光学、机械学、计算机科学和艺术学等。

造型设计成为设计师考虑的重要模块。在新技术、新材料不断发展的今天，更需要设计师充分发挥想象力，融合现代审美意识，使现代包装的美丽造型得以充分的发挥，如图 1-28 ~ 图 1-31 所示。

一、包装的造型设计

包装的造型设计非常重要，尤其在追求时尚的今天，美丽的造型成为包装审美的重要部分，任何产品都要追求一个完美的造型设计，

二、包装的平面视觉设计

所谓包装设计的平面视觉设计，指的是采用印刷工艺或其他加工工艺手段附着于包装立体结构上的平面设计和装饰。同所有的平面设



图 1-28 红酒包装/Novo 设计公司



图 1-29 酒包装/鹿目尚志

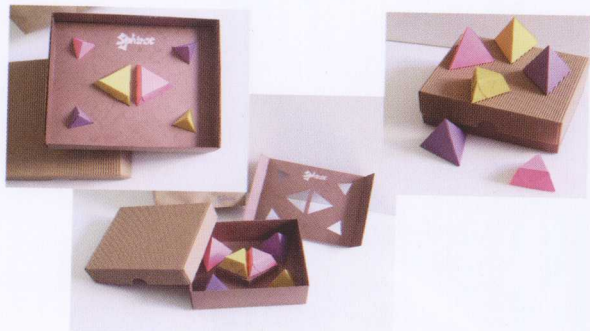


图 1-30 工艺品包装/李文娟



图 1-31 酒包装/三石博

计一样，包装的平面视觉设计也有三大要素：色彩、文字和图形。

1. 包装色彩设计

对产品进行包装的最终目的就是促进产品的销售，而产品包装最终要面对的对象是消费者，因此消费者成为评价包装设计优劣的裁判。在商品包装设计元素中，色彩冲击力最强。色彩具有影响人们心理，唤起人们思想感情的作用，色彩的冷暖对比、色相对比、明度对比、彩度对比等传递着各种不同的情感，展示着不同的品质风格和装饰魅力。色彩除了在大众传播上大大加强了视觉感受的魅力外，也为商品与消费者之间建立了更加紧密的沟通桥梁。作为设计者，从产品本身和消费者的角度考虑产品包装设计的应用色彩，是明智的做法。

色彩很微妙，它本身的独特表现力可产生出一种刺激人们大脑对某种形式存在的物体的共鸣，随着消费者的文化层次和审美水平的不断提高，对包装设计的色彩也由感性转向了理性，对包装色彩也提出了更高的要求，这必然会促进包装设计水平的不断提高，如图 1-32、图 1-33 所示。

2. 包装文字设计

在包装设计的元素方面，文字的设计非常重要，包装设计中可以没有图形，但几乎不会没有文字。文字在产品包装中起到传达产品信息，准确反映产品内容的作用。因此在设计过程中往往把企业文化赋予字体设计中，使字体看起来更加新颖、美观、大方，既能传达产品的信息又能起到装饰的作用，如图 1-34、图 1-35 所示。