

包装设计

编著 李 勤 王 敏 程容洁

21

世纪高职高专艺术设计专业教材

ART & DESIGN TEXTBOOKS
IN 21ST CENTURY
FOR VOCATIONAL AND
TECHNICAL COLLEGES

丛书主编 徐勇民

湖北长江出版集团
湖北美术出版社

包装设计

中国美术学院美术考级教材

浙江美术学院美术考级教材
中国美术学院美术考级教材



包装设计

丛书主编 徐勇民

21

世纪高职高专艺术设计专业教材

ART & DESIGN TEXTBOOKS
IN 21ST CENTURY
FOR VOCATIONAL AND
TECHNICAL COLLEGES

编 著 李 勤 王 敏 程容洁
参 编 王左其 张 虎 肖 鹏
郑兰兰 周 鸿

湖北长江出版集团
湖北美术出版社

G

项目负责 张 浩
责任编辑
书籍设计 周 鸿
技术编辑 李国新

图书在版编目(CIP)数据

包装设计 / 李勤 王敏 程容洁 编著
—武汉:湖北美术出版社, 2006.7
(21 世纪高职高专艺术设计专业教材)
ISBN 7-5394-1860-5

I. 包...
II. ①李...②王...③程...
III. 包装—设计—高等学校: 技术学校—教材
IV. J524.2
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 076888 号

包装设计 ©李勤 王敏 程容洁 编著

出版发行: 湖北美术出版社
地 址: 武汉市雄楚大街268号
湖北出版文化城B座
电 话: (027) 87679520 87679521 87679522
传 真: (027) 87679523
邮政编码: 430070
H T T P: www.hbapress.com.cn
E - m a i l: fxg@hbapress.com.cn
制 版: 武汉金源设计工程有限公司
印 刷: 武汉三川印务有限公司
开 本: 889mm×1194mm 1/16
印 张: 6
印 数: 4000册
版 次: 2006年8月第1版
2006年8月第1次印刷
ISBN 7-5394-1860-5/J·1481
定 价: 32.00元

《21 世纪高职高专艺术设计专业教材》

丛书编委会

主 编：徐勇民

委 员：（按姓氏笔画排列）

方湘侠 王金鼎 王代萍 邓学丰 向极鼎 李三汉 关俊良
刘家寿 刘晓敏 李友恭 李志武 孙建军 刘镜奇 余 勇
汪京元 杜卓选 陈天荣 何雄飞 张 勇 张小纲 李 跃
陈 新 张立学 赵 罡 金 波 贾银镯 熊 风 罗星源
周利群 杨 勇 罗 潘 段林杰 姚 强 高 卿 高 爽
袁公任 程志庆 舒湘鄂 彭 亮 曾维华 戴 荭

参编院校

湖北教育学院	邵阳师范高等专科学校
武汉职业技术学院	荆门职业技术学院
长江职业技术学院	黄冈职业技术学院
湖北工业大学商贸学院	鄂州大学
武汉科技大学中南分校	湖北职业技术学院
武汉商贸职业技术学院	襄樊职业技术学院
仙桃职业技术学院	深圳职业技术学院
湖北艺术职业技术学院	广东轻工职业技术学院
武汉商业服务学院	广东外语艺术职业技术学院
湖北大学知行学院	番禺职业技术学院
武汉工交职业技术学院	顺德职业技术学院
湖北轻工职业技术学院	温州大学美术与艺术学院
湖北城市建设职业技术学院	北京电子科技职业学院
湖北广播电视大学传媒艺术学院	长沙民政职业技术学院
咸宁职业技术学院	景德镇陶瓷学院

前 言

近十年来,随着“中国制造”的各种品牌在全球的影响的来临,全国上千所高职高专的办学理念、办学特色和办学规模也随之与时俱进,呈现出蓬勃发展的态势。其中,艺术设计专业毕业生的市场适应性普遍加强,而且市场岗位的需求潜力也不断加大,就业形势看好,这已成为高等职业技术教育界的共识。在社会主义市场转型期的大背景下,明确高等职业技术教育的人才培养目标,不断探索办学特色,采用应用技术的最新成果提升教学质量,是高职高专艺术设计教育的当务之急。

高职高专艺术设计专业的教育特色就是职业岗位教育,其培养的学生必须符合市场相关行业及职业岗位对应用型人才的能力要求。如何有针对性地开展教学、设置课程及组织编写具有高职高专特色的艺术设计专业教材,是职业艺术设计教育工作的中心内容。

在整个教学建设中,教师队伍建设、课程建设、教材建设只有真正适应职业岗位对学生的知识结构与应用能力的要求,才能培养出社会急需的应用型人才。高等职业技术教育以应用能力培养为核心,彻底改变过去以知识和概念灌输为主的理论教育模式,推行的是注重实际操作能力的教育模式,理论知识够用即可。具体而言,高等职业技术教育必须具有课题模块化教学、能力培养过程教学、职业岗位实训教学三大特点。

高职高专艺术设计教育突出实训教学,旨在培养企业一线的应用型设计人才,以能够独立解决企业实际问题、动手能力强为培养目标,强调将体现设计意图的工程图纸加工转化为产品的基本操作能力。在工作现场进行专业教学指导,在强调动手能力的同时,又注重开发学生的创造性思维能力,惟有如此,学生才能在今后的职业道路上具备可持续发展的前途。因此,配套的教材建设必须以实训教学为基础,充分展现出实训教育的全过程。

鉴于此,我们邀请了北京、上海、深圳、湖北、湖南、广东和浙江等省市在高职高专艺术设计教育方面有特色、有规模的院校,以优质的教学课程为依托,以有实践经验的优秀骨干教师为核心,经过两年多的讨论、编写、修改、编辑出版了《21世纪高职高专艺术设计专业教材》。该教材涵盖了艺术设计学科各专业课程,强调学生实际应用能力的双向培养,注重体现实际应用能力的培养过程,具有较强的针对性和实用性,其出版必将会对我国职业技术教育起到积极作用。

在教材出版之际,我们感谢湖北省教育厅和湖北美术学院徐勇民院长的大力支持!感谢各职院的专家教授的辛勤指导!感谢参加教材编写的一线教师孜孜不倦的劳作,使本教材实际体现了当代中国特色的艺术设计职业教育的发展水平。

本套教材在编写过程中难免存在一些问题,有不当之处,恳请广大师生与专家提出宝贵意见,以便我们再版时更正。

《21世纪高职高专艺术设计专业教材》编委会

目 录

第 1 章 包装设计概述	6
1.1 包装产生的背景及艺术特性	6
1.2 包装的概念及其扩展	8
1.3 包装的价值与功能	10
1.4 交互式包装改变传统产业形式	11
1.5 21世纪包装概念——回收循环再用	12
第 2 章 现代包装的分类、形式特点及民族风格	14
2.1 包装的分类	14
2.2 包装的形式特点	16
2.3 包装设计的传承与超越	25
2.4 民族化包装	26
第 3 章 现代市场竞争中的包装策略	30
3.1 市场竞争中如何实施商品的包装策略	30
3.2 包装促销与消费心理	34
3.3 包装设计与品牌价值	41
3.4 市场调查与定位决策	42
第 4 章 包装设计的视觉传达要素	43
4.1 色彩与包装设计	43
4.2 图案设计	53
4.3 文字与包装设计	56
第 5 章 包装的材料与结构	58
5.1 包装的材料及相应的形态	58
5.2 纸盒的容器形态及结构设计	70
第 6 章 包装的印刷工艺与制版的要求	74
6.1 印刷前须知	74
6.2 黑白、彩色及专色稿的制作及区别	77
6.3 印刷尺寸的合理应用	77
6.4 印刷用纸的合理选择	78
6.5 印刷工艺及其他	79
第 7 章 经典案例分析与实践	80
7.1 经典案例分析	80
7.2 优秀作品赏析	84
7.3 优秀学生作品分解图例	86
7.4 设计工作的展开	94
7.5 设计执行	95

第1章

包装设计概述

学习目的

包装产生的背景及艺术特性；包装的价值与功能；绿色包装设计的具体要求与现实意义。

学习提示

了解包装产生的历史背景以及发展过程，有助于包装设计者捕捉设计元素，表达不同的设计需求。掌握和理解包装的价值和功能后，能更好地配合企业对产品做好经济实用的包装。理解绿色包装设计的概念，为包装设计者在设计上提出了进一步的要求，赋予包装设计者保护环境的使命。

1.1 包装产生的背景及艺术特性

包装是人类生存条件中不可缺少的一种对食品和生活、生产用品的储存和保护方式。人类最初是使用树叶、果壳、贝类等天然材料来包裹物品，随着物质和精神需求的进一步发展，人类创造出了人造包裹容器。据考古材料证明，“北京猿人”（距今五百万年前）是世界上最早使用火和石器的人类，“山顶洞人”（距今一万七千多年前）已经学会人工取火并保存火种。火的运用使人类在满足基本生存条件之余，创造了陶器、冶金之类的装饰和储备用具。早在新石器时代，我们的祖先就已创造了最古老的包装容器——陶器，如现已发现的距今八千多年前的裴李岗文化陶器，除各种生活用具外也有各种储备器，这种器具除了具有包装功能外同时还具有观赏功能。它的出现改变了原始人类不稳定的生活习性，为定居生活创造了必备条件。

我国古代包装多取材于大自然的天然材料，如木、藤、竹、草等，经手工加工而成，或采用金



图 1-1-1



图 1-1-2 真田 彬(日)



图 1-1-3 (株) シンセイ



图 1-1-4 下野泰广(日)



图 1-1-5



图 1-1-6



图 1-1-7



图 1-1-8

属器、陶器、漆器、染织物等工艺性更高的人造包装，如现已挖掘出来的史前陶器，夏商周时期的各种青铜器，春秋战国时期的漆器、织染品。今天我们在对传统产品进行包装设计时仍然借鉴我们的祖先创造出来的包装手段。(图 1-1-1~图 1-1-4)

随着经济的不断飞跃发展，人们的审美意识和对商品包装的要求也越来越高，促使我国的包装装潢出现了日新月异的变化，国内设立了专门的包装设计学校和专业，包装设计发生了大的飞跃。到了 21 世纪，我国包装设计和技术水平已超过历史上任何一个时期。中国包装设计事业走上了一条健康发展的道路，并且前景看好。(图 1-1-5~图 1-1-8)



图 1-2-1



图 1-2-2

1.2 包装的概念及其扩展

1.2.1 包装的定义

包装从字面上可理解为包裹、包扎、安装、填放及装饰、装潢之意。“包”字在创字之始的象形文字意寓为胎儿置于母腹之中，形象地道出了包装的含义。在自然现象中，核桃壳为核桃仁的包装，橘子皮为橘肉的包装等等，其道理亦然。包装无时不在，无处不存，这是从狭义直观的角度来表述的概念。从发展的更广阔的角度看，包装设计的概念涵盖材料、器形、印刷、视觉传达等多要素，且包装设计是立体的和多元的，是多学科融会贯通的一门综合学科。如化妆品的包装设计应由瓶形、瓶面的装潢，材质、肌理、色调设计，外包装的纸盒造型及盒面装潢乃至于字体设计、摄影等多种元素构成。

商品包装设计的功效是为了保护商品、美化商品、宣传商品，也是一种提高产品商业价值的技术和艺术手段。(图 1-2-1~图 1-2-4)

1.2.2 包装的设计特性

包装设计与绘画、雕塑等纯艺

术创作不同，不能随心所欲地表达自己的主观意象。包装设计必须考虑厂商的要求，考虑消费对象的欣赏特征，且要考虑使用材质的性能和局限、生产和印刷的工艺条件、经济成本等诸多的因素。包装设计还受商品的功能约束。实际上包装设计就是利用技术与艺术相结合的特殊的手段，利用材料与印刷的特殊性，合理能动地应用有利因素，排除不利因素，扬长避短，综合思考，发挥自己的主观能动性，因材施教创造出不同于绘画的更令人赏心悦目的作品来。

商品包装设计具有明确的目标，它最终都须面对消费者。设计的目标不是产品本身而是人，包装设计必须体现消费对象的爱好，并引导消费者提高审美意识，具有实用性和艺术性双重特性。在科技发展日新月异的今天，设计永远都应走在产品的前面，走在消费者前面，具有超前意识和启迪性，这是现代包装设计的要点。

当今世界经济的迅猛发展，极大地改变了人们的生活方式和消费观念，也使得现代包装深刻影响人们的日常生活。人们从不同的视点来观察认识包装，从原本对产品实用



图 1-2-3



图 1-2-4



图 1-2-5



图 1-2-6

性的强调,转而注重营销技巧。换言之,就是“时尚引导商品”。对包装设计的需求,着眼于消费者的心理、品位、感觉和使用方便、易于保存等方面的要求,使商品适销于各种消费层次,满足消费者的各种需求。(图1-2-5~图1-2-8)

在工业化高度发达的今天,包装设计应做到物有所值,档次定位明确,否则必然遭到消费者的反感和抵触,因而包装设计应具备良好的职业道德水准和全方位的设计素质。另一方面,包装设计还应思考环境保护的问题,朝绿色化奋力迈进。绿色包装一般应具有五个方面的内涵:一是实行包装减量化(Reduce);二是包装应易于重复利用(Reuse);或易于回收再生(Recycle);三是包装废弃物可以降解腐化(Degradable);四是包装材料对人体和生物应无毒无害。五是包装制品从原材料采集、材料加工、制造产品、产品使用、废弃物回收再生,直到其最终处理全过程均不应对人体及环境造成公害。



1.3 包装的价值与功能

1.3.1 包装功能

包装的功能又称为包装机能,即包装对于被包装物的作用与效应。商品包装对于商品具有多种功能。

包装最基本的功能就是保护商品,使商品不受损害。每一件商品,从生产出来,到最后被消费者购买并消费以前,需要经过多次的装卸、运输、仓储、陈列、销售等环节。如果在储运过程受到冲击、挤压、震动、碰撞、潮湿、光线、气体、细菌虫害侵蛀等,都会对商品的安全构成威胁,使商品受到损害。因此,要注重包装的结构、材料等诸多方面的因素,把包装的保护性放在首位来考虑。(图1-3-1、图1-3-2)

1.3.2 销售功能

包装是增加商品价值的重要手段。现代包装设计具有有效的商业性销售宣传功能,力求最好的推销效果。许多企业为了争夺消费市场,使自己的产品在市场上占有一定的份额,在利用各种媒体宣传其产品的同时,赋予包装一种促销功

能。通过包装设计,把消费者对商品在生理和心理上的需求,以视觉形象化的形式表现在包装上,吸引消费者对商品的注意,唤起消费者对商品的兴趣,从而促使消费者的购买行为,起到“无声推销员”的作用。



图 1-3-1 野村耕平(日)

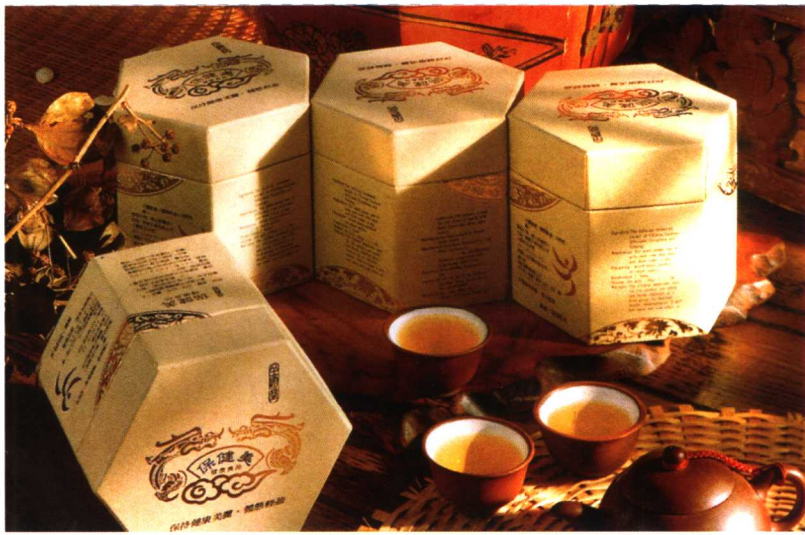


图 1-3-2



图 1-4-1

1.4 交互式包装改变传统产业形式

当今社会,消费品加工企业面临的一大挑战不仅是开发新产品以吸引消费者的注意力,更重要的是保持消费者的忠诚度,这一切都依赖于恰当地应用产品的外包装。

近年来在包装领域出现了一个新的概念——交互式包装,这一概念使包装印刷已经超出了只是改善图像效果这一范畴,而成为产品的一部分,甚至就是产品本身。

1.4.1 功能包装

功能包装是为解决与内容物相关的包装问题的一种科学方法。例如,在水果汁包装盒上加一个特殊的盖子,并做热封口处理便可延长果汁保质期和保持口感。

另一个功能包装的例子是在包装盒上附加上某种配件以便将产品内的气味和气体排除,这样的包装附件同样可以延长产品的存放期限,保持产品新鲜的口味。(图 1-4-1~图 1-4-3)



图 1-4-2



图 1-4-3

1.4.2 感觉包装

感觉包装可以让消费者对包装产品有一种直觉上的感受,如触觉、视觉或嗅觉。前面提到功能性包装主要是用来保护包装内部的东西不损失任何价值,而这里提到的感觉包装主要是建立一个外部的总体感觉,如纹理结构、视觉效果。

比如说,有的感觉包装提取内部产品的气味以吸引客人,如烤面包、烤肉、巧克力或水果气味,提取出的气味被融合在胶粘剂或涂料中,使整个包装都充满了诱人的味道。通过这样的方法可以在产品和消费者之间建立起一个联系。

1.4.3 智能包装

智能包装主要应用于检测包装结构或材料的偏差领域。例如,检测包装纸板材料的密度,确定生产出的纸盒是否有足够的挺度来满足产品的需要,比如确保果汁或牛奶不至于渗漏出来。如果在各种智能包装上再应用新的设计,就可以得到更高层次的交互式包装产品。

1.5 21 世纪包装概念——回收循环再用

包装是不可或缺的。包装保证了分配效率,亦延长了食物产品的储存寿命。英国生命周期分析专家尼尔却柏克指出,有了包装,货品在辗转消费者的路途中的耗损减少了90%。

1.5.1 防止包装浪费

只要看看今日德国超级市场的货架,我们会发现花俏的包装再没有市场,而有利于环保的实际包装才是大势所趋。这全赖1991年所通过的《减少包装材料对环境影响的包装条例》,该条例在1998年夏季被再次修订。条例规定工业界及商业界要回收及循环再用已用的包装。为了免除这个责任,包装品生产商、零售商和货品包装商将责任转交给Dual System公司。该公司为工业界安排已用包装用品的回收、分类和循环再用。

1.5.2 减少用料,降低成本

要符合严格的环保要求就得要付费。支持Dual System服务的财政来源就是公司使用绿点标记所支付的牌照费。牌照费是以包装用料、重量和

数量计算。公司使用最实际的包装,就可减省牌照开支。因此,现在各公司都少用包装物料、改变包装物料成分和使用符合环保之道的物料。

过半数的被访公司都可以提供实在的包装实际化的成功例子,由将袋子和盒子改小,至省去不用瓦楞盒作第二层包装,到将罐子和玻璃器皿的重量减轻。随着1991年推出绿点标记后,德国国民平均消耗的包装用料由94.7公斤降至1998年的82公斤,即下降了13.4个百分点。

1.5.3 循环再用技术可降低成本

Dual System牌照是使用者和消费者均可以负担的循环再运用作。减少成本是Dual System的座右铭。现代科技使愈来愈多可循环再用的废料可以用更低廉的成本循环再用。

1.5.4 塑料回收创新发展

尖端科技已经应用到塑料回收循环再用上。塑料包装可再分为瓶子、大型塑料膜、盘子、EPS和混杂塑料。由混杂塑料处理成的塑料块可再经循环处理还原为原料。一经处理的塑废料,即可成为所有原料循环技术处理的通用再生原料。

1.5.5 未来的包装

对明日的产品包装而言,这意味着环保问题继续主宰着包装发展。随着零售商和消费者的要求愈来愈高,包装设计师更要具备创意和创新之道。人们要求“智慧型”包装,既要符合环保的要求,同时亦要设计有吸引力,有助于产品推销,亦能让货品有更长的寿命和更便于运输。

这就有需要为包装订下可提供实际包装功能、最低成本和最高环境保护的目标。关键在于有利环保的生产方针。要达到这个目的,包装应选用有利于环境,可循环再用的材料所制造。此外,包装要便于弃置和回收循环再用,体积和重量就应减至最低限度。包装应以能再用为原则,要是难以办到,就应该循环再做,只有这样包装物料才可以回归到生产圈上,从而减少对环境的影响。

课后练习与思考

1. 包装产生的历史背景与现在的包装设计有什么深刻的联系,以及对现代包装的影响?
2. 如何合理地利用包装来展示商品的价值?
3. 绿色包装设计的实质是什么?我们作为包装设计人员应该如何去做?

第2章

现代包装的分类、形式特点及民族风格

学习目的

认识和掌握包装设计的基本功能和分类,包装设计的各种形式及特点,以及民族化包装的设计方法、历史和文化意义。

学习提示

了解从不同角度对包装的分类,有助于在对内容物进行包装设计时,选择合理的包装,以适合内容物的特性。掌握和理解包装的形式特点,包装形式的正确选择可以提升产品形象和确立品牌特征。传统元素在包装设计中的运用,是对传统元素的理解和升华。

2.1 包装的分类

包装的分类方法很多,通常人们习惯把包装分为两大类:即运输包装和销售包装。由于所选取角度的不同,现代包装有多种专业的分类方法:如按内容物分类、机能分类、材料分类、技术分类等。

2.1.1 以包装的内容物分类

- ◆ 食品包装:糖果、饮料、罐头、烟、酒等;
- ◆ 农牧水产品的包装:蔬菜、水果、粮、油、肉类、禽类、蛋类、水产品等;
- ◆ 百货包装:日用品、服装、鞋帽、化妆品、钟表、文具、工艺品、玩具等;
- ◆ 其他:药品包装、化工产品包装、电子产品包装、机械仪包装等。

2.1.2 以包装材料分类

- ◆ 硬性包装:瓦楞纸箱、玻璃瓶、金属罐、塑料盒(箱)等;
- ◆ 软性包装:编织袋、纸袋、塑料薄膜袋、铝箔袋等。

2.1.3 以包装功能分类

按包装在商品流通过程中所起的不同作用,一般分为工业包装和商业包装两大类。

◆ 工业包装:又称运输包装或称为外包装。从包装的程序看,还可称为第三次包装。运输包装是以运输储存为主要目的包装,其主要作用是保护商品、方便储运和节省费用。分为单件包装和集合包装。

◆ 商业包装:又称销售包装、小包装或个装。成组的小包装称为中包装,或称为内包装(如10包香烟即一条)。从包装的程序来看,个装可以称为第一次包装,内包装可以称为第二次包装。销售包装是以销售为主要目的,与内装物一起到达消费者手中的包装。主要作用是保护商品、方便使用、促进销售。

2.1.4 以产品的经营习惯分类

包装可分为内销商品包装、外销商品包装即出口商品包装和特殊商品包装(军需品、美术用品等)。

2.1.5 以包装技术分类

随着包装技术的不断改进和成熟,包装材料和技术的种类也是越来越多。常见的包装技术有以下几种:

- ◆ 防震技术包装
- ◆ 收缩包装
- ◆ 真空包装
- ◆ 泡罩包装
- ◆ 喷雾包装

(图2-1-1~图2-1-3)



图2-1-1 喷雾包装的应用(汽车清洁剂)



图2-1-2 真空包装在食品中的应用



图2-1-3 收缩包装的应用