

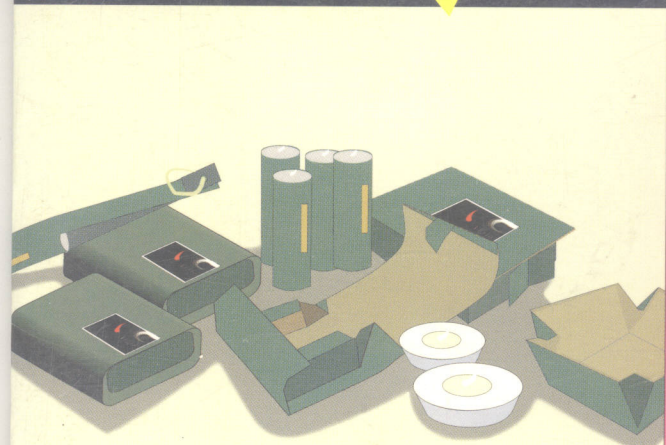
包装设计深入学习



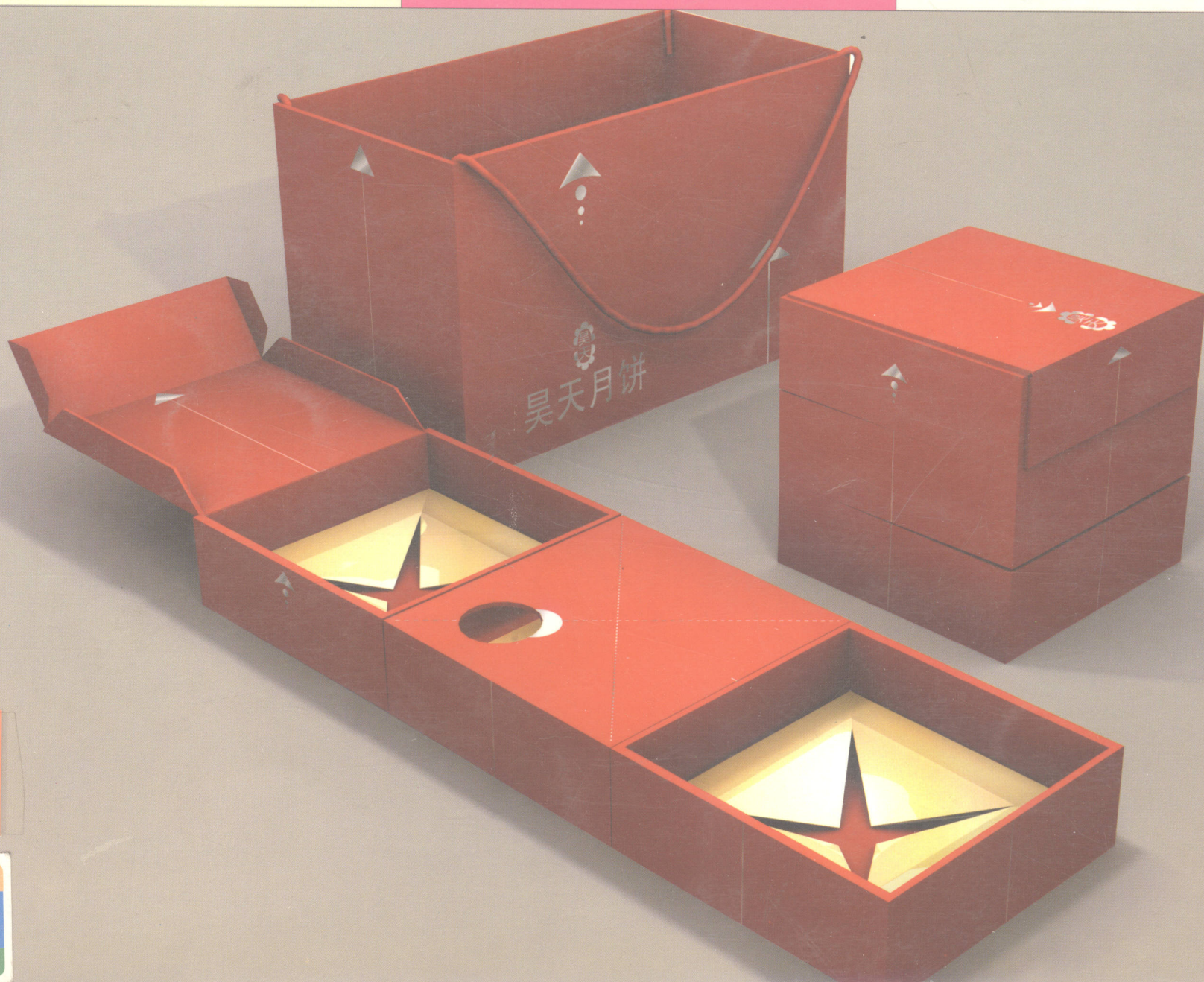
包装



范例



周晓风 著绘 上海书店出版社





周晓风

辽宁画报出版社副编审

1981年毕业于鲁迅美术学院，历任辽宁画报社编辑室主任、图书编辑室主任、摄影美术编辑室主任。鲁迅美术学院成人教育学院外聘专家，担任书籍装帧设计、招贴广告、包装设计、计算机平面设计等课程。

曾编辑、设计大型图片类画册，《谢觉哉》、《阎宝航》、《当代中医》、《黄河在咆哮》、《辽河油田》、《中国古今书画真伪图鉴》、《中国明间青花瓷》。

曾获国家图书评比设计类一等奖。

图书在版编目(CIP)数据

包装设计深入学习范例 / 周晓风绘. — 上海: 上海书店出版社, 2004.2

(学练画书系)

ISBN 7-80678-196-X

I. 包... II. 周... III. 包装-设计 IV. TB482

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003) 第 124944 号

包装设计深入学习范例

绘 著	周晓风
责任编辑	那泽民
整体设计	那泽民
技术编辑	吴 放
出版发行	世纪出版集团 上海书店出版社
地 址	200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc
制 版	上海精英彩色印务有限公司
印 刷	上海印刷七厂
开 本	787 × 1092mm 1/8
印 张	4
印 数	1-5000
版 次	2004 年 2 月第一版
印 次	2004 年 2 月第一次印刷
书 号	ISBN 7-80678-196-X/J.109
定 价	22.00 元

王卓



王丹



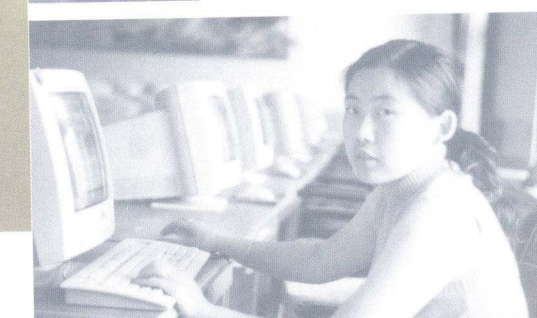
邢芳



马丹



张晓明



杨铭



姚兰

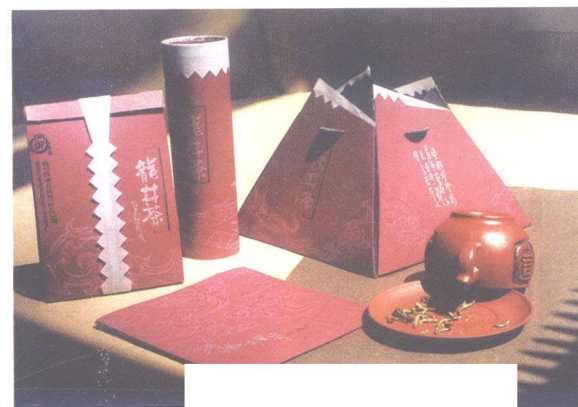
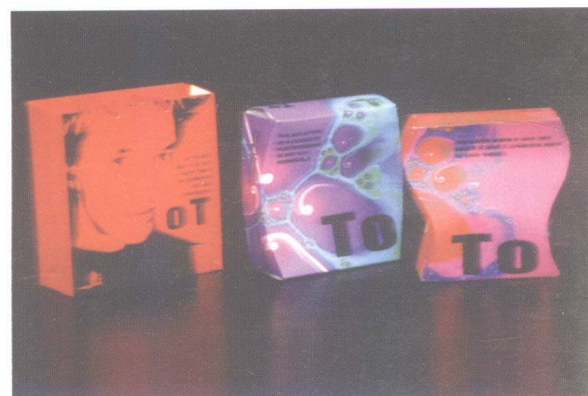
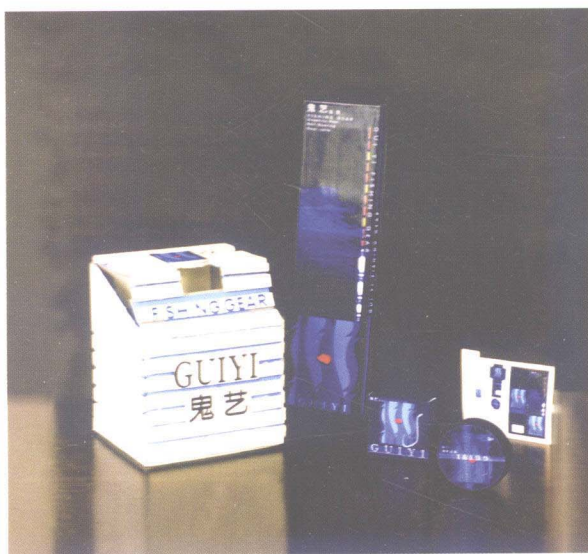
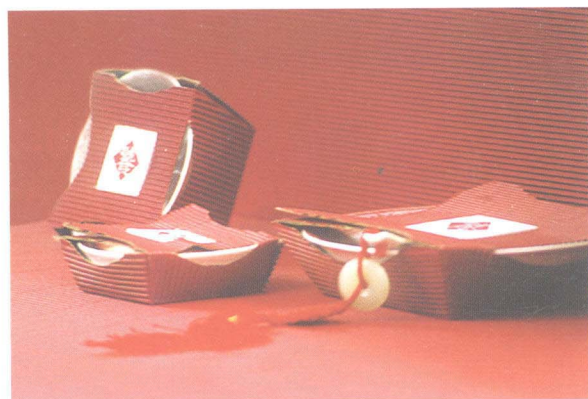
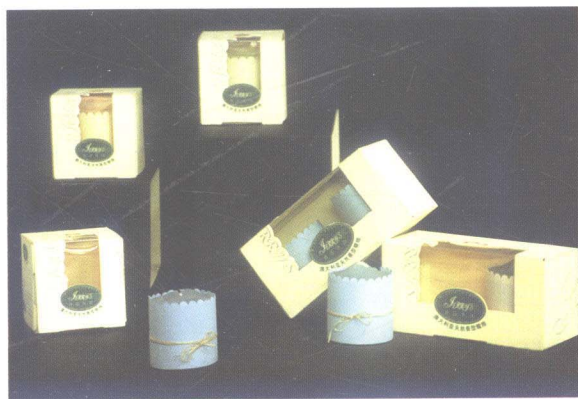
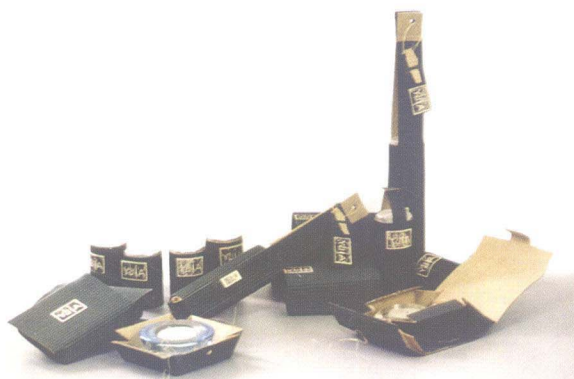


包装设计的过程和示范

包装设计是一门非常实用的设计课程，由于它集平面要素设计（标志、品名、标准色、图案、标准组合等）、立体造型设计（内外包装盒、瓶、罐等）、空间展示效果设计（销售包装）、系列化设计、展开平面稿标准作图、工艺设计（印刷及成型制作要求）、材料设计等为一体，所以创意、设计过程相对而言比较复杂，既有技术性很强的平面制图、包装结构、计算机效果图的绘制，又有设计审美的综合训练。

包装设计深入学习范例，是为艺术设计高考生、大专

院校学生及包装设计从业人士编绘的，本书将包装设计过程，包括选题立意、造型结构、平面要素、材料选择等设计要求并结合设计实例、设计效果（手工制作包装效果和计算机效果图）展示给大家，既有单包装设计，又有系列包装设计，直观、易懂，简化了平面稿标准作图部分，强调了效果设计。示范作品不论从技术要求还是从艺术效果方面都尽量贴近目前流通市场现状，既不落后也不十分超前，便于大家在实践中参考、学习，不断提高。



勇力啤酒

COURAGE BEER



设计制作

1、草图：首先在调研的基础上确定包装盒的立体造型、尺寸、结构。（包括瓶贴、瓶盖、盒锁、盒间隔……）的设想。然后将构思创意的初步设想转换成视觉形象，可用铅笔画各种小草图，尽量缩略细节，概括、快速地勾画、推敲。再画出大略的展开图，把设计好的平面要素合理安排在展开的平面图中。

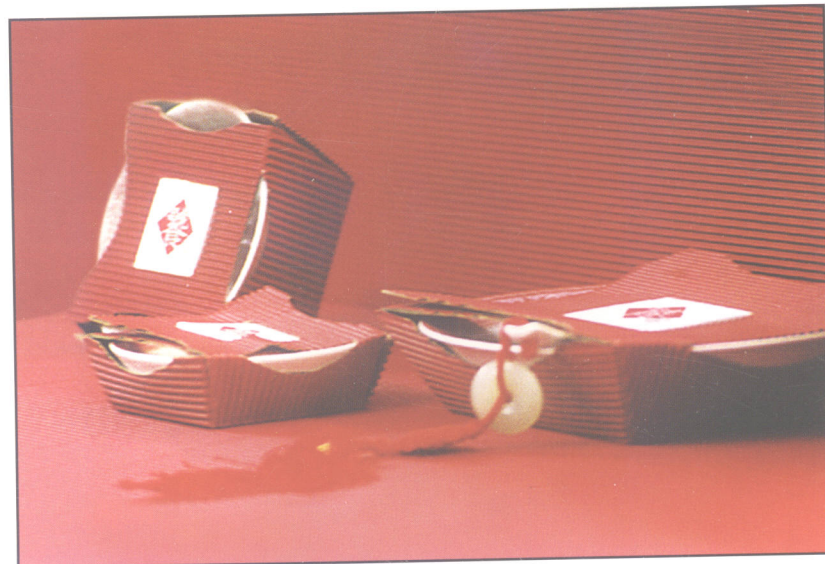
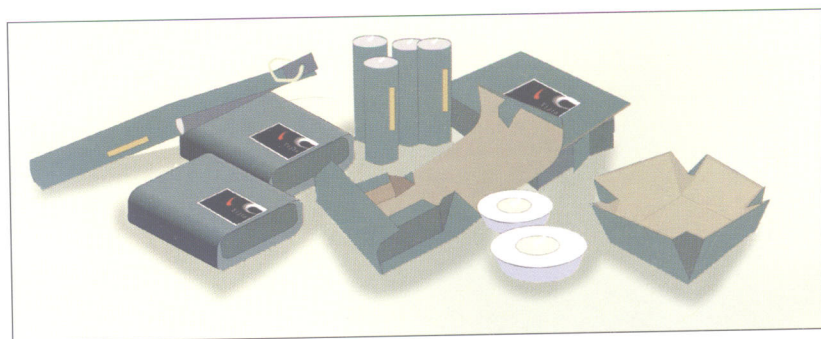
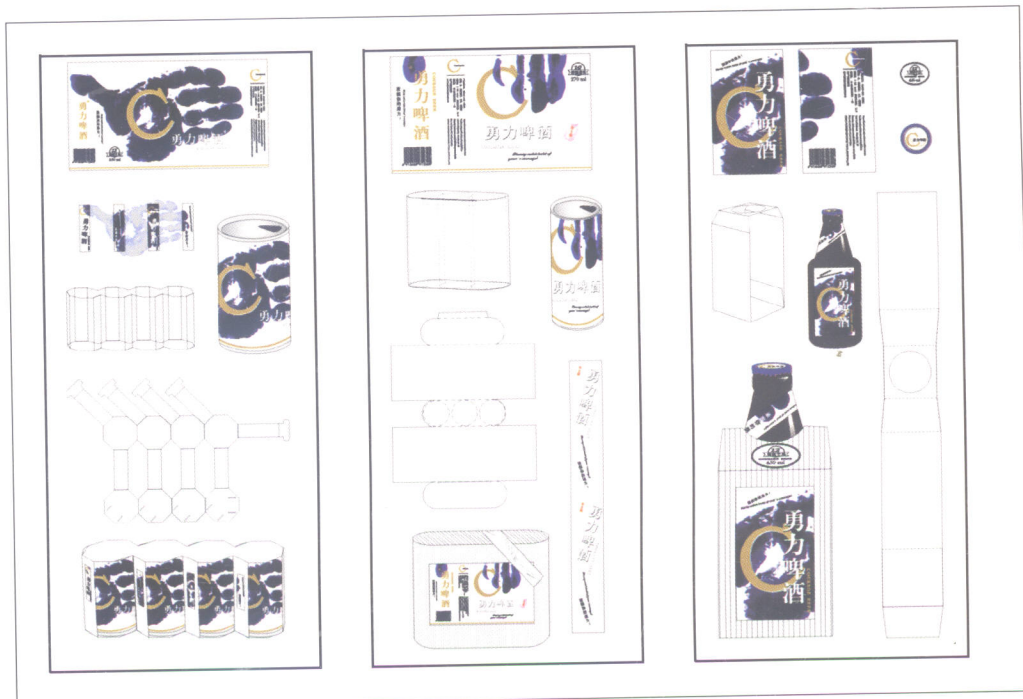
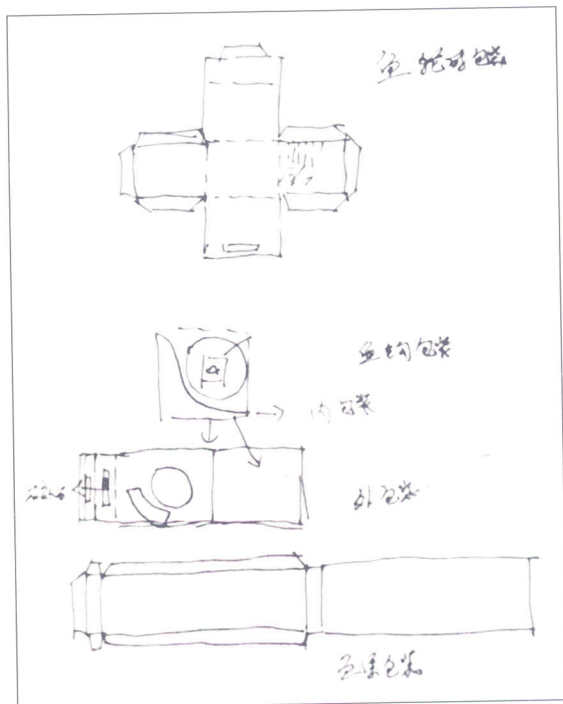
2、在草图的基础上，选择一组比较理想的设计，按设计尺寸实大，在任意计算机上完成平面线图、平面效果图、单项内外包装立体效果图、系列包装立体效果图设计稿。

平面线图：用来打印成型，研究包装盒尺寸、结构设计合理与否及功能、造型、展示方面的问题

平面效果图：用来研究平面要素安排得当与否及展示方面的问题。

立体效果图：提供单项、组成、系列作品的初步设计效果，以便从整体上调整设计结构。

3、包装样品：将平面设计稿印刷打样或喷绘后，剪裁成型，加内瓶袋及瓶袋标签等，做成实际样品。为客户提供直观的包装样品。可以将样品拍摄照片附在设计稿上。



设计者 鲁迅美术学院 王卓

年轻一代的啤酒、有个性的啤酒、时尚的啤酒、有文化的啤酒。

设计特点

① 采用手形握住啤酒的不同方式作为辅助图形，一下拉近了消费者与产品之间的距离配以“紧握你的勇气”广告语，仿佛手中啤酒喝下去就变成了勇气和信心。

② 用色、构图简洁、醒目,与其他品牌的啤酒截然区分开,同时与勇力的精神内涵也比较匹配。

③ 设计了男士罐装、女士罐装和瓶装三套包装,种类不单一,比较丰富,也有价格消费梯次。男士罐装采用半透联体包装,四罐一列、六列一箱,包装做工简单,无须粘贴、装订、贴膜等额外工序;展示性强,又可拆分且不影响主体。特意设计的女士罐装啤酒,采用小罐体、低度数、清甜口感,为饮用的女消费者不胜酒力作了充分的关照。外包装体现了简洁、高雅的女性美。瓶装啤酒外包有瓦楞



纸板，装箱时不需隔垫、摆放时不怕相碰，起了很好的保护作用，展示起来又很精致美观。

④ 外包装采用白色瓦楞纸板,外贴纸标签,大大节省了包装费用和印刷费用,同时又很富特色,手感又很好,给人想紧握的欲望。

标志



标志反白

勇力啤酒

中文标志字



标准色



辅助色



勇力啤酒



勇力啤酒
COURAGE BEER



COURAGE



勇力啤酒

标志与标志字的几种组合方式

紧握你的勇力！
Firmly catch hold of your's courage!

宣传标语



辅助图形



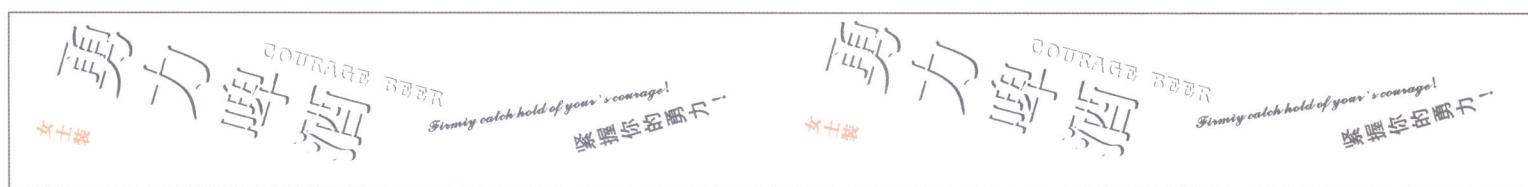
辅助图形的应用变化

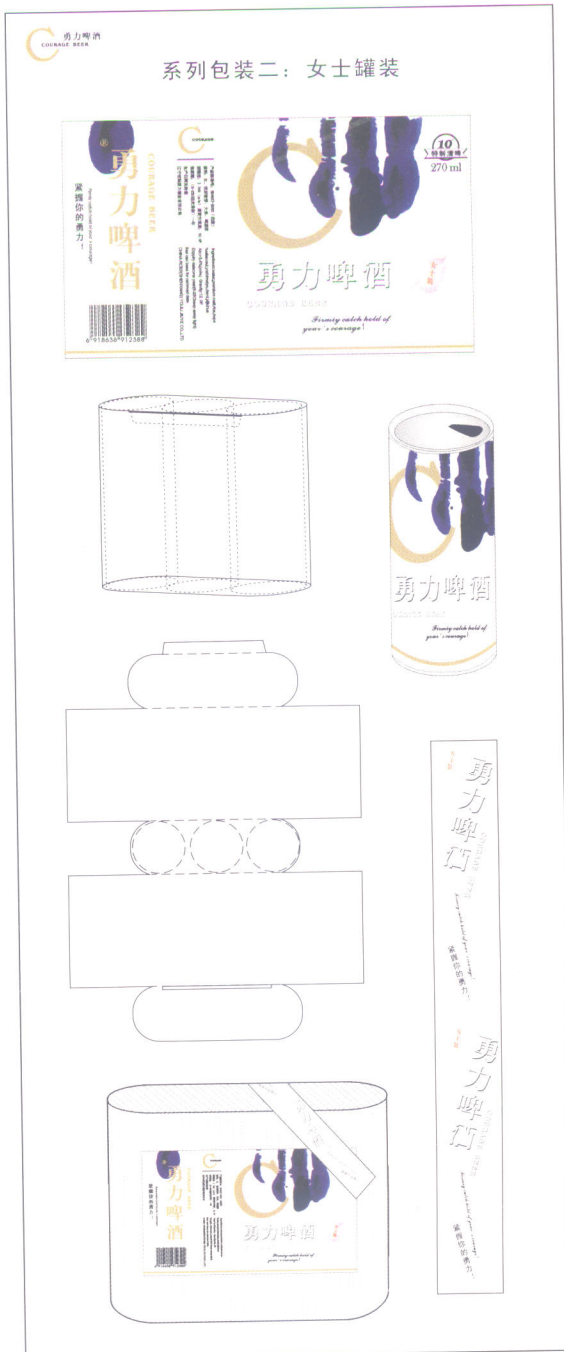


标准字体：宋体、黑体。： ‘； []、： “ ” ……

英文标准字体: AvantGarde Bk Bt: abcdefgminobgyu

CommercialScript BT: *Firmly catch hold of your courage!*







中草药系列包装

设计者 鲁迅美术学院 王丹



设计定位

随着社会的发展,企业经营规模不断日益壮大,在市场经济体制下和中国加入WTO,医院也面临着巨大的挑战,要使企业迅速发展,医院的特色中药及中药部就要导入CI。

设计特点

中草药名称解析:企业经营规模大,中医所用的药物,其中以植物为主,固名为“中草”。堂是药店的牌,中草堂隶属于中药部,经营范围不仅是来院就医者,还要对外销售。

色彩解析:设计方案中的整体颜色是与自然相结合的,体现中草药在我国民族文化特色。

图形解析:从中医的特性来看,表现手法采用抽象兼具象的方式,元素以线、面的形式,并且肌理效果也运用其中,能够简练醒目而且具有形式感。

造型和结构解析:在了解中药特性的基础上,考虑材料和结构的关系,能够充分体现系列式包装。

包装(一)解析:针对中成药的特性,考虑材料和结构的关系,能够体现系列包装,商标统一放在正面的左侧上方,与品名有所区别:品名与图形互相交错,图形似一片中草叶,也似汤剂中淋漓出的一滴药,另外一条瓦楞纸作为贯穿包装平面要素中线的构成,同时也作为平面纹理的变化,瓦楞纸不仅给包装带来装饰,也起到人性化的作用,触摸感极好,药盒也不宜脱落。

包装(二)解析:针对中成药系列组合套装的特性,考虑材料和结构的关系,充分体现丸剂的特点,针对药材共分里外两部分,里盒采用瓦楞纸做底盒,外盖盒为铜版纸,封口部分用弧形切口,透入标贴。

包装(三)解析:针对中草药系列组合套装的特性,考虑材料和结构的关系,充分体现草药的特性。针对药材采用开放式开盒,底纹纸作为盒的包装,盒内贴有衬纸的产品说明,封口部分采用腰封。

基本要素

标志

中草药® 中草药®

标准色



C:28 M:37
Y:69 K:0

辅助色

C:9 M:9
Y:15 K:0

C:50 M:60
Y:80 K:65

C:43 M:81
Y:75 K:60

标准字

中草药

黑体

辅助自

紫参

汉鼎康康

甘草

汉鼎中变

罗汉果

汉鼎繁中变

七汇宝

汉鼎行书

加味生脉

汉鼎简数碑

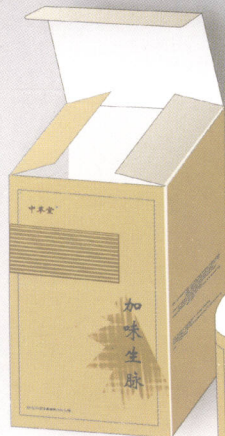
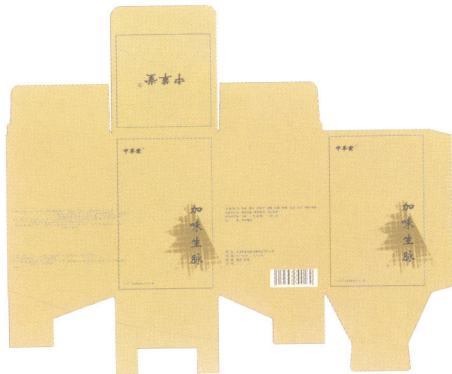
象征图案:

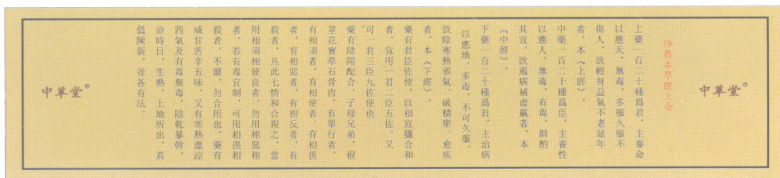
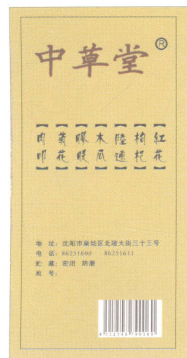
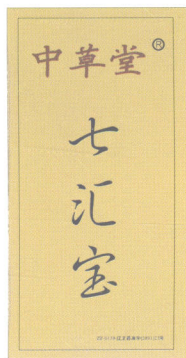
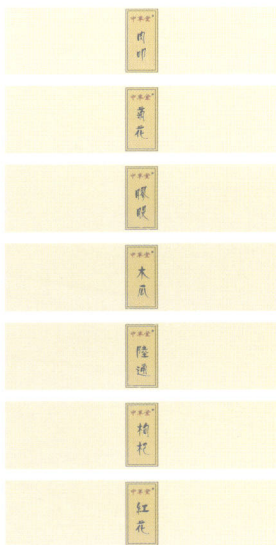
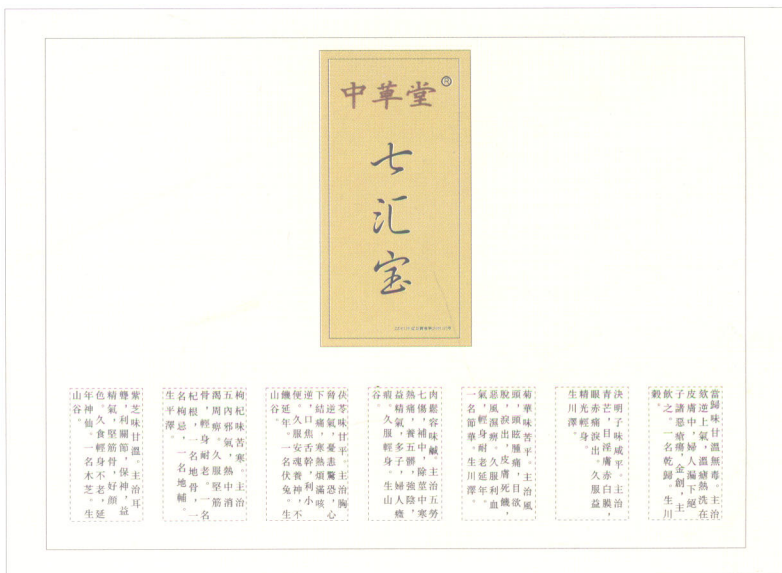
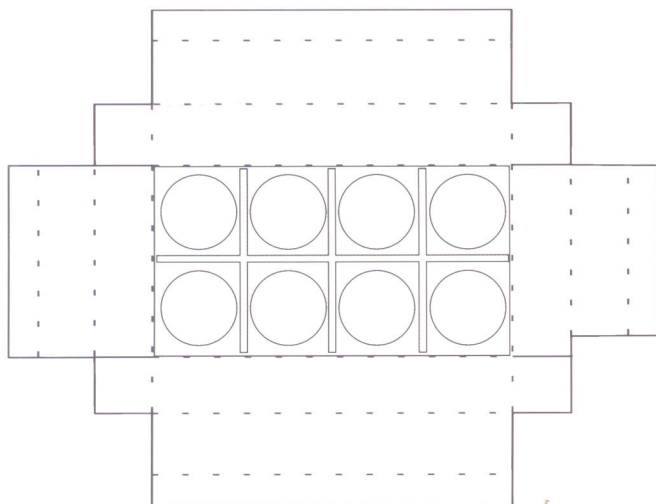
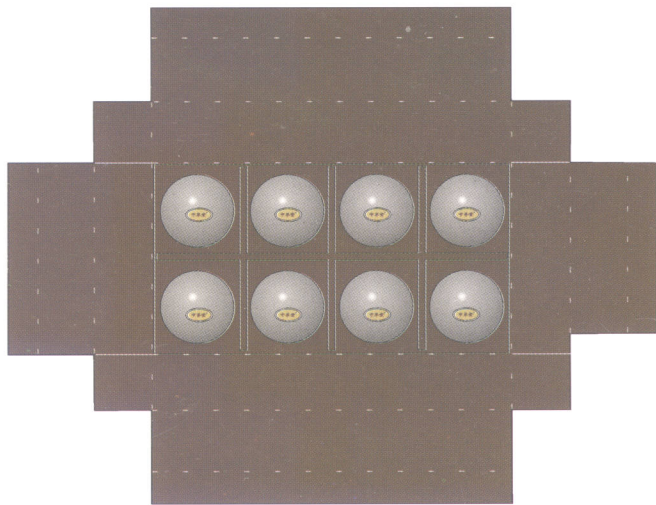
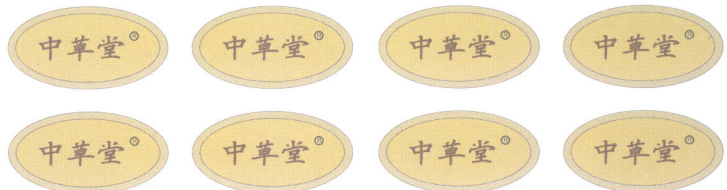
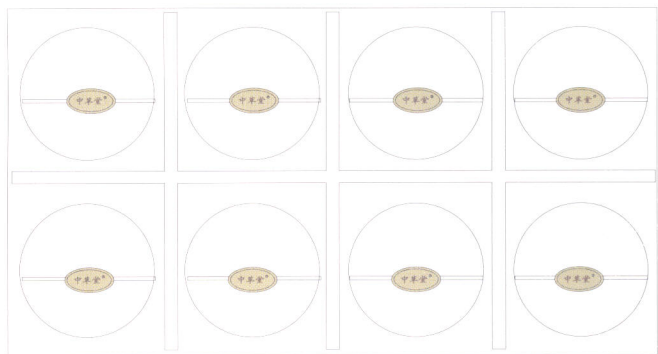
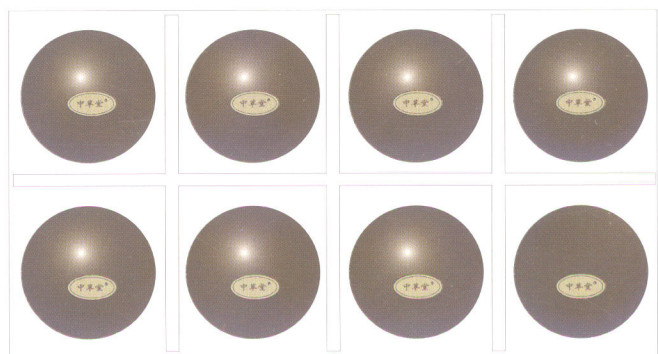
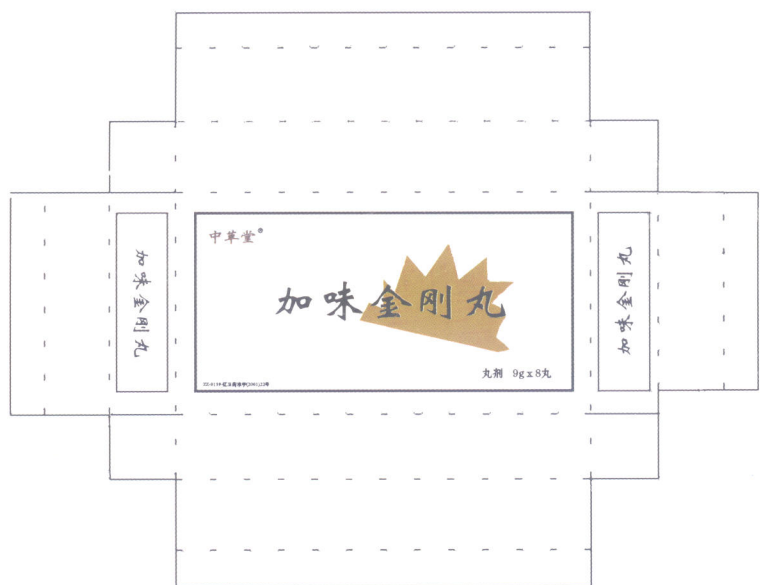


应用组合:

加味金刚丸

加味生脉







设计定位

本系列葡萄酒是有40年酿酒历史的比利时庄园酿酒公司与中国通化葡萄酒业集团合作推出的一个新系列。由于采用了传统的酿酒工艺与先进的提纯技术,使这个系列的酒有着鲜艳的色泽、醇香的口感。本系列的命名为:“kisslove”;中文译为:“爱吻”。释意一:这种酒对饮酒人的吸引就如同爱人的香吻,饮之不醉、百饮不厌,一种欲望的诱惑和沉湎于其中的快慰,是它能给你的。释意二:“饮”是粗犷的饮酒方式,适于喝白酒、啤酒之类;“吻”是高雅的饮酒方式,是“品”、是“玩味”,这也正是红酒的魅力体现。

设计特点

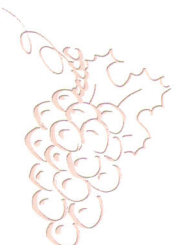
整个系列包装统一在一种金色调中,与黑色、银灰、白的和谐搭配下,营造了一种高贵的色调,更加突出了酒本身诱人的色泽,不同的口感,不同的色泽,不同的色调搭配又各有特色。

设计虽然采用了酒类设计比较常用的金色基调,但并没有过多的花纹与修饰,反而配用了大面积的黑白色块,使包装不失高贵的同时又具有了独特的艺术味道。设计柔和的人体曲线与花体英文的曲线的曲度设计的非常适度,曲一分则太媚,直一分则太钢,这也充分表现了



这一系列葡萄酒高贵而又矜持、放纵而又不迷乱的人性化定位。为了方便大批量的生产投放,本系列包装的设计着重于视觉方面的图形和色彩,对于包装的结构并没有大的改动;材质采用的是330克加密白卡,虽然很薄但强度很大,便于印刷均匀的大面积底色。印刷采用专色印刷,颜色纯度和质感都很好。本包装的连贯摆放、单独摆放都具有很强的视觉识别性。

基本要素



辅助图形



辅助图形黑白

标志字 **Kisslove**

标准色 C:20 M:45 Y:35 K:100 辅助色 K:25 M:20 Y:60 K:20 C:60 M:69 Y:93 K:17

宣传标语 **珍藏的诱惑!**

英文标准字 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789

中文标准字 珍藏的诱惑(隶书)、比利时原酿(宋体)



辅助图形



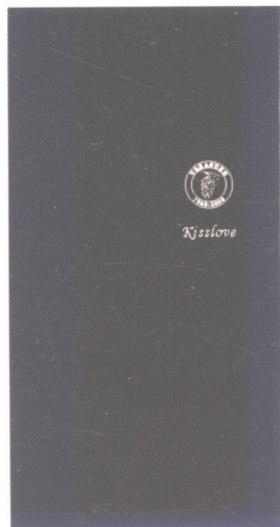
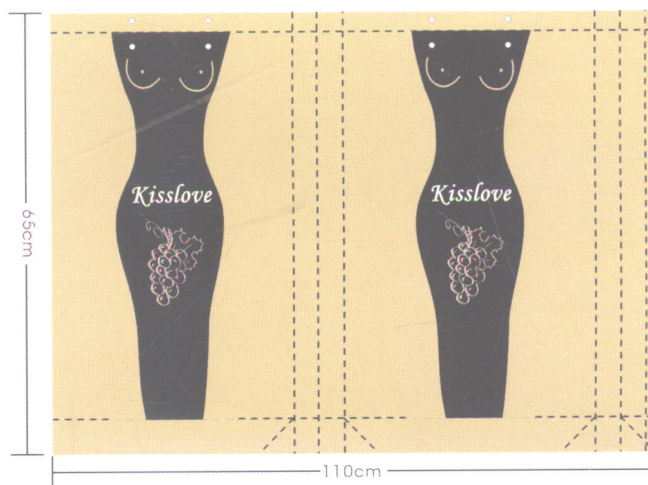
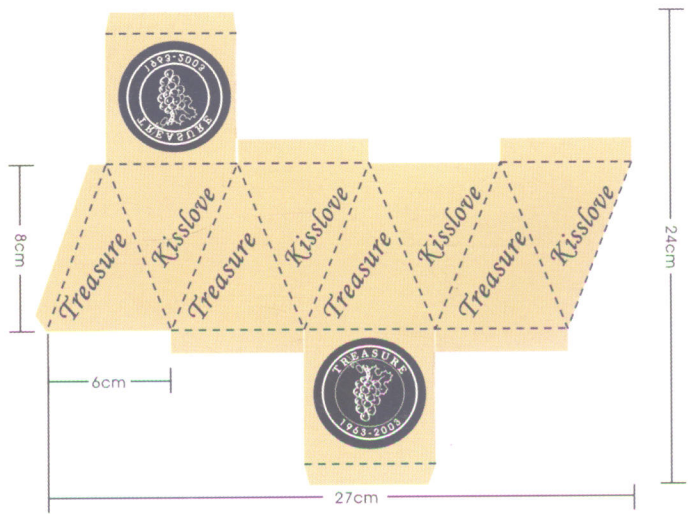
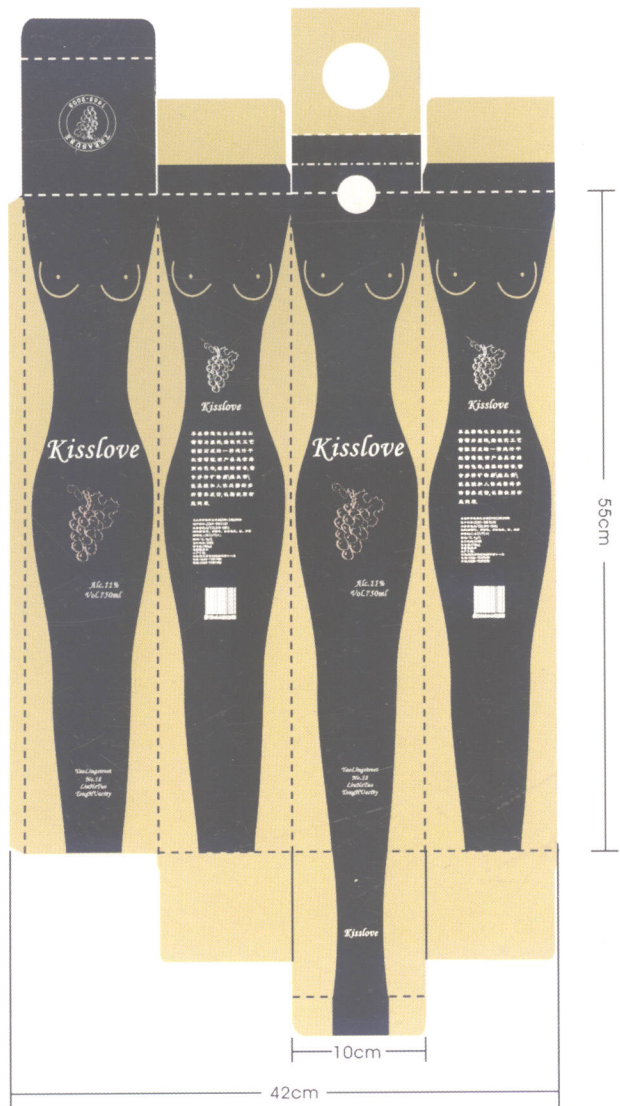
Kisslove

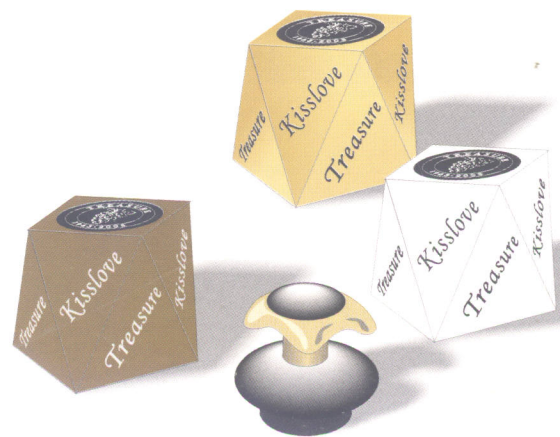


Kisslove

标志与文字的组合







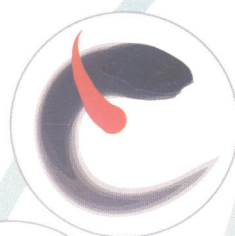
设计定位

采用的纸张为草绿色瓦楞纸怀旧的风格令该产品与其他竞争产品迥然不同。环保纸包装的好处是它的成本低廉，售价也不贵，最重要的是，你把它丢弃后，它还可以循环再生，相对地球的生态环境破坏较小。也为运输提供方便。

基本要求



标志与标准字组合反黑



标志

Yijia

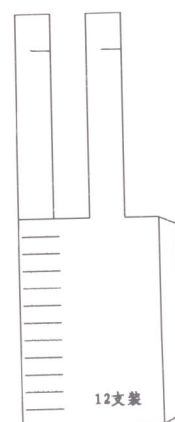
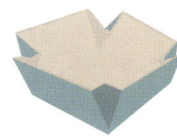
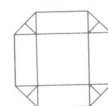
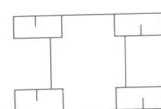
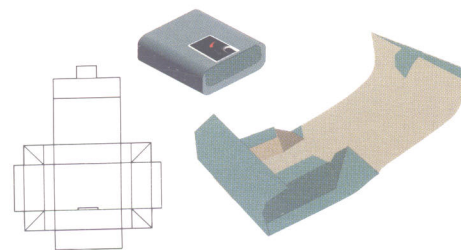
标志字



标志与标准字组合



标准色
C:60 M:0
Y:40 K:40



12支装





杭州御龙牌龙井茶系列包装
设计者 鲁迅美术学院 张晓明

设计特点

本次设计通过两个层次，三种包装形式形成系列包装满足不同层次消费者。
经济装：采用比较普通的两种形式（待装、筒装）

礼品装

打破了茶叶包装的传统形式，外盒为棱锥体，顶部镂空，可以看到厂家附送的茶杯，露出的龙型杯把与外包装图案的龙纹形成呼应。包装内部还附带CD一张（闲情听茶），宣扬中国的饮茶文化。

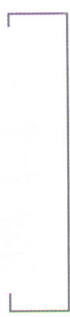
设计定位

设计面向东北市场，中轻年消费者。
经济装：40克（60-80元）60克（90-120元）礼品装：100克（200-300元）

基本要素



标志



标准字



杭州西湖龙坞茶叶总公司

HANGZHOU XIHU LONGWU CHAYE ZONGGONGSHI

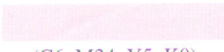
标志与标准字组合

标准色



(C46 M94 Y43 K3)

辅助色

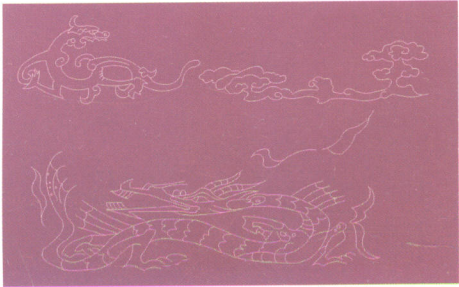


(C6 M24 Y5 K0)



(C0 M0 Y0 K100)

银色



辅助图形

标准字

杭州西湖龙坞茶叶总公司

(幼圆)

HONG ZHONG XIHU LONGWU

1234567890

(Arial)

