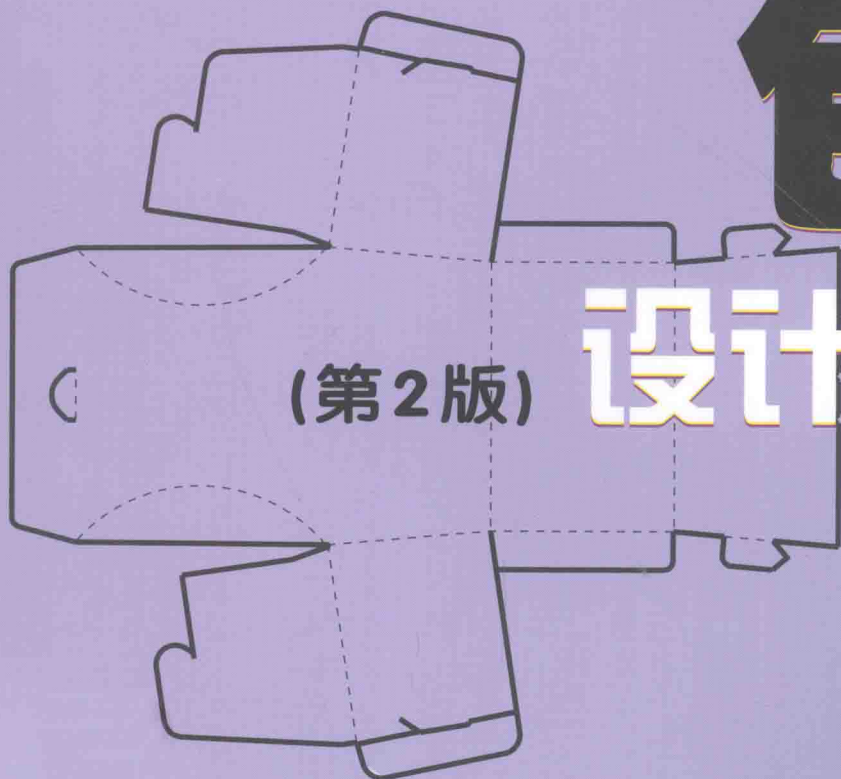




21世纪高职高专规划教材

艺术设计系列

产 品 包 装 设计 与 制 作



(第2版)

胡 娉 主 编



清华大学出版社
<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>



北京交通大学出版社
<http://press.bjtu.edu.cn>



21 世纪高职高专规划教材·艺术设计系列

产品包装设计与制作

(第 2 版)

胡 婷 主 编

周启凤 文 健 李天飞 副主编

清华大学出版社

北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本书是产品包装设计创意与制作表达的基础教程,共分5章:包装设计理论基础、包装设计及表现、包装设计制作实例和作品欣赏。第1章主要讲述包装历史、现状和包装设计流程;第2章讲述包装盒结构设计、瓶型包装设计和包装装潢设计;第3章讲述包装设计方法的探讨,剖析包装设计的具体设计方法与技巧;第4章主要以实际案例展开,从易到难讲述创作设计制作的全过程;第5章为包装设计欣赏。

本书读者对象主要是高职高专艺术设计师生、艺术设计从业人员,同时也是艺术设计爱好者的必备参考书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

产品包装设计与制作 / 胡娉主编. —2版. —北京:清华大学出版社;北京交通大学出版社, 2012. 12

(21世纪高职高专规划教材·艺术设计系列)

ISBN 978-7-5121-1251-3

I. ①产… II. ①胡… III. ①产品包装-包装设计-高等职业教育-教材

IV. ①TB482

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第267597号

责任编辑:吴嫦娥 特邀编辑:林夕莲

出版发行:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969

北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414

印刷者:北京朗翔印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印张:12.75 字数:286千字

版 次:2013年1月第2版 2013年1月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5121-1251-3/TB·31

印 数:1~4000册 定价:49.00元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。

投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

第2版前言

古人言“酒香不怕巷子深”，这句对品质的美言在今日是否依然？看看我们的生活，一个时尚而丰富的社会：琳琅满目的超市、分类齐备的专卖店、方便快捷的网络，这些使得商品充斥消费者的视觉，消费者在商品海洋中如何作出自己选择？这时产品自身可能难以完全胜任商品宣传工作，而包装无疑是首先的无声商品广告，因而包装产业随着商品的丰富而蓬勃发展。

“产品包装设计”是设计艺术专业的主干课程之一。包装设计是一门集艺术与科学及社会的综合性学科，作为包装设计行业的主要从业人员——包装设计师，都应该把包装设计实践结合理论全面展开学习。包装设计方法和包装效果图的制作是包装设计从业人员必须掌握的专业语言和工具。本书的特色就是通过大量的包装设计案例，由浅入深地指导练习者进行科学有效的训练，提高包装设计制作能力，达到理想的设计效果。

本书经过编者多年的教学和工作经验总结编撰而成。第1章包装设计理论基础，包括包装历史发展、定义、功能、分类等内容，供初学者熟悉了解包装设计进程；第2章包装设计及其表现，包括包装盒结构设计、瓶型包装设计、包装装潢设计，讲解具体各类包装设计方法；第3章包装设计方法之探讨，包括包装设计符号、品牌、色彩、不同点、个性、幽默与恰当、材料。以优秀包装设计作品为范例，剖析包装设计的具体设计与技巧。第4章包装设计制作实例，包括材质表现、单个产品包装设计制作、系列产品包装设计制作等，以实际案例方式，从易到难讲解具体产品的包装设计制作的步骤，并配有详细的步骤图，非常方便随堂练习。第5章包装设计欣赏，精选了七十余件国内外优秀包装设计作品，以供学生参考使用。

本书理论讲解细致，实用性强，注重学生设计能力开发与实际动手能力的培养，训练方法科学有效。大量的包装设计案例也增强了本书的使用价值，是一本包装设计专业不可或缺的重要参考书籍。本书还可作为设计人员的岗位培训教材及包装设计行业爱好者的自学用书。

编者

2012年12月

目 录

第1章 包装设计理论基础	(1)
1.1 包装设计概述	(1)
1.2 包装设计程序	(22)
第2章 包装设计及表现	(31)
2.1 包装盒结构设计	(31)
2.2 瓶型包装设计	(48)
2.3 包装装潢设计	(65)
第3章 包装设计方法之探讨	(95)
3.1 符号	(95)
3.2 品牌运作	(97)
3.3 色彩	(99)
3.4 不同点	(101)
3.5 个性	(103)
3.6 幽默与恰当	(106)
3.7 材料	(109)
第4章 包装设计制作实例	(110)
4.1 材质表现	(110)
4.2 单个产品包装设计制作	(135)
4.3 系列产品包装设计制作	(166)
第5章 包装设计欣赏	(177)
参考文献	(199)

1.1 包装设计概述

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，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。从更广阔的角度看，包装设计的概念涵盖材料、器型、印刷、视觉传达设计等多要素，包装设计是立体的多元化的，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型、瓶面的装潢、材质、肌理、色调设计，外包装的纸盒造型由字体设计、摄影等多种元素构成。

商品包装设计的作用是为了保护商品、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。

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，也使得现代包装深植人们的日常生活中。在众多的商品中，包装本身就是一种传达商品信息的载体，无言地回应顾客的所有询问。人们从不同的视觉来观察、认识包装，从原本对产品实用性的强调，转而注重营销的技巧。换言之，就是“时尚引导商品”。对包装设计的需求着眼在消费者的心理、品位、感觉和使用方便、易于保存等方面的需求，使商品适应于各种消费层次，满足消费者的各种需求。在浩瀚的商海中，企业为使产品增强竞争力，想方设法在包装上下工夫，以保持一种鹤立鸡群、独占鳌头的态势。因此，包装设计也就成为市场销售竞争中重要的一环。

在工业高度发达的今天，包装设计应做到物有所值，档次定位明确，否则必然招到消费者的反感和抵触。因此，包装设计师一方面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要考虑环境保护的问题，包装设计应朝绿色化奋力迈进。

1.1.1 包装的起源与发展

1. 包装的萌芽

包装是人类生存条件中不可缺少的一种对生活、生产用品的储存和保护方式。人类最初

是使用树叶、果壳等天然材料来包裹物品。随着物质和精神需求的进步与发展,人类创造出了人造包裹容器。据考古材料证明,“北京猿人”距今五十万年前是世界上最早使用火和石器的人,到了“山顶洞人”人类已经学会人工取火并保存火种,这说明人类支配自然的能力大大提高。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马家窑文化的陶器,除各种生活用具外还有各种储藏器,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。

作为真正的商品包装的出现,现已很难考证。《韩非子·外储说左上》中讲述的春秋战国时期“买椟还珠”的故事,本是讲述买者取舍不当的故事,其中也反映出当时已出现了商品包装,并且包装设计精美以至于使买者对包装盒爱不释手而舍去商品。

我国古代的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,或采用金属、陶器、漆器、织染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。今天我们在对产品进行包装设计时仍然借鉴着这些我们的祖先创造出来的包装手段。

纸包装的出现大约于唐代。唐代在三百年左右的历史中,经历“贞观之治”和“开元之治”两个高度发展阶段,政治、经济、文化都得到很大的发展,出现了封建社会经济空前繁荣的景象。当时商品包装已普遍使用纸包装,如茶叶、食品等包装。到了北宋时期工商贸易得以进一步发展,造纸和印刷技术也大大提高,它们带动了包装装潢的兴旺发达。商品包装设计已采用铜板印刷,现陈列于中国国家博物馆所藏的北宋“济南刘家功夫针铺”的四寸见方雕刻铜版,上有白兔商标及“上等钢条”、“功夫细”等广告文句,是目前世界最早的包装。尽管如此,我国清代乃至民国以前的纸包装整体水平还是很低,在商品贸易中的作用也较轻,包装也不能形成独立的体系。

由于贸易和战争等原因,中国古代的造纸术与印刷术逐渐传播到世界各地,为商品包装的发展和提高提供了十分有利的条件。造纸术于8世纪传入阿拉伯国家,12世纪传入欧洲。活字印刷术于13世纪传入朝鲜,14世纪朝鲜开始采用金属活字。1440—1443年,德国人古登堡对活字印刷进行了全面的改革,创造了铅合金的活字印刷术,被视为现代印刷技术的创始人。

埃及是最早制造玻璃的国家,在公元前16世纪至前15世纪,在古埃及和两河流域都出现了玻璃器皿。公元前4世纪埃及又发明了玻璃铸模工艺、车花、镌刻和镀金工艺。公元前1世纪叙利亚人创造了吹制工艺,使得玻璃器皿造型更是丰富多样。以后相继出现了模具吹制法,更是方便了批量生产玻璃器皿。罗马人发展了玻璃熔制技术,创造了“浮雕玻璃工艺”,罗马帝国成为了当时玻璃制造业的中心。到了公元3世纪,玻璃瓶已广泛使用于罗马人家庭中。我国玻璃容器的吹制技术是汉代从罗马传入;到了明代,我国已能大量生产玻璃器皿并销往东南亚各地。如图1-1~图1-13所示。



图 1-1 粽子



图 1-2 自然界的包装之橘子



图 1-3 自然界的包装之花生



图 1-4 自然界的包装之蜂窝



图 1-5 竹编篓



图 1-6 彩陶碗



图 1-7 陶鼎



图 1-8 战国时期彩绘木雕鸭形漆豆



图 1-9 青铜食器



图 1-10 湖南酒鬼酒包装（瓷器）



图 1-11 天然材料包装



图 1-12 济南刘家功夫针铺铜版



图 1-13 济南刘家功夫针铺印刷品

2. 现代包装的发展与形成

18 世纪 60 年代,从英国开始的工业革命很快传遍整个欧洲乃至世界,对人类社会的发展产生了深远的影响。工业革命使手工业生产方式开始逐渐被机械化的生产方式所替代,生产技术迅速提高,大量的产品充斥市场,市场交易不断扩大,商业的流通手段得到很大的发展,包装成为商品流通中一个不可缺少的环节。现代工业和市场经济的发展推动着包装业的迅速发展,为了增强商品的竞争力,包装必须形成产业化才能配合商品流通的需要。

17 世纪以前,世界各地的造纸都是通过工业的方式完成的。到了 18 世纪,制作纸浆的方法进一步提高,造纸技术得到了很大发展。1803 年,英国人富德林那兄弟从法国人手中买到专利,经过不断改进,制造出世界上第一台制纸机。到了 19 世纪 60 年代,速度最快的制纸机已经达到每台机器生产纸张 1 000 吨。

国外包装业的快速发展是从 19 世纪开始的。当时由于纸盒的需求量迅速上升,在美国的包装制造者最早开始尝试将纸板经过剪切和折叠做成一个完整的盒子,这种方法既方便、快捷,又可以在成型前折叠平放而减少占用空间。纸盒包装在包装业的发展中扮演了重要角色。

1855 年英国人希利和艾伦发明了瓦楞纸并获得专利。瓦楞纸重量轻,成本低廉,成型简便,具有良好的保护性,它的出现使纸质包装的应用领域迅速扩大。

罐装食品最早出现在法国。18 世纪末,拿破仑的军队在远征的过程中,携带的食品经常发生变质现象,为了解决这个问题,拿破仑出重金悬赏能够长期保存食物的人。1810 年,巴黎厨师尼古拉斯·阿珀特发明了一种通过热加工保存事物的方法,他用这种方法制造出了世界上最原始的玻璃瓶罐头,罐头里面的食物在室温下可以保存两个月以上。尼古拉斯·阿珀特成为现代罐头包装生产的奠基人,尽管他并不能解释清楚保存食物不会变质的原因。直到 1862 年,法国人路易斯·巴斯德阐释了食品腐败变质的原因是由于细菌作用的理论,为罐装储存食物找到了科学依据,他提出的高温杀菌消毒法对罐头食品工业的发展产生了重要作用。1811 年,英国人彼得发明了马口铁,在以后的几十年,罐装食品得到迅速普及,美

国在 1837 年以后开始采用金属罐储藏食品。1868 年,彩色印铁技术开始出现,艳丽的色彩可以直接印在铁皮上,盒子的造型也多种多样,金属罐生产迅速发展。1870 年,英国建立了最早的金属罐生产工厂。

1814 年,哈密尔顿发明了一种尖口瓶保存食品,但这种瓶子必须平放。直到 1872 年英国人发明了一种带螺口的瓶塞,这种方法装置简单,使用方便,一直延续至今。

1841 年美国肖像画家佩洛罗德用挤压法制造金属软管包装,高露洁牙膏当时便采用此法并很快成为知名品牌。1910 年英美等国开始生产铝箔,许多膏类、胶质类商品均采用铝制软管材料包装。

1907 年,比利时籍的美国化学家列奥·贝伊克兰德博士发明了一块真正的合成塑料,他把它称为酚醛塑料。20 年后,美国杜邦公司完成了透明塑料的研制,塑料就被广泛应用于包装业,逐渐取代了纸、木等传统包装材料。20 世纪中叶,出现了具有可塑性的塑料材料。可塑材料为包装造型设计师提供了广阔天地,各式各样的瓶形及其可以挤压的特性给消费者带来了极大的愉悦感和满足感。工业革命使包装从手工业的生产过渡到机械化的大工业生产,商品的急剧增加推动了市场行销方式的改变,包装从以往“保护商品”为特点的初级阶段,逐渐进入到“方便储运、促进销售”为特点的高级阶段。如图 1-14~图 1-21 所示。



图 1-14 18 世纪的单色印刷标贴



图 1-15 18 世纪的自由填写各种规格的包装盒



图 1-16 日本早期牙膏包装



图 1-17 英国 19 世纪 90 年代中期肥皂包装

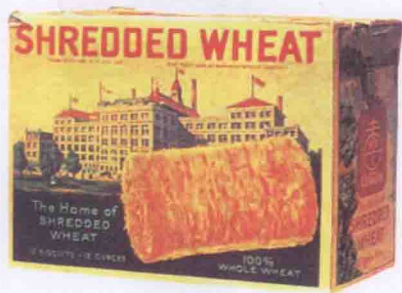


图 1-18 美国 1923 年的麦片包装



图 1-19 19 世纪末的瓶贴



图 1-20 第二次世界大战后的简易罐装



新旧可口可乐包装

图 1-21 饮料包装

3. 当代中国、欧美、日本包装设计特征比较

1) 当代中国包装设计特征概述

在过去 30 年间,中国包装设计的技术水平超过了任何一个时期。中国包装逐步走上了一条健康发展的道路,并在多元的国际设计潮流中体现出自身的文化特色。如图 1-22 ~ 图 1-34 所示。

2) 欧美包装设计特征概述

欧美包装示例如图 1-35 ~ 图 1-40 所示。

- ① 务实: 理性突出第一信息(可口可乐),严谨的规范性做出各种提示说明。
- ② 品牌意识: CIS(企业识别系统)的导入,企业形象整体策划。
- ③ 高新科技: 材料更新,更注重生态循环。
- ④ 程式风格: 大度,严谨,视觉尺度大。



图 1-22 书法装饰风格的汾酒包装



图 1-23 东海堂加菲猫冰烧月饼



图 1-24 传统喜庆色彩综合现代
简约装饰的广式月饼



图 1-25 五粮醇酒



图 1-26 湘窖
简约现代的木材包装造型，
配合书法装饰，相得益彰



图 1-27 乌龙茶
亚光素雅的纸张，配合手工意味浓郁的
烫烙的字迹，很有质朴高雅的品质



图 1-28 香港靳埭强设计的腊肠包装
粗布、麻绳材质很有乡土风味



图 1-29 香港靳埭强设计的中国元素、
简洁风格的酒店筷子包装



图 1-30 香港靳埭强设计的维维的谷物饮品的包装
图案与字体融为一体，直观生动

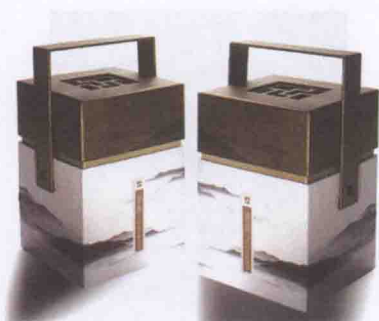


图 1-31 台湾云雾茶包装
有水墨画、窗花的中国元素，
简洁的构成形式，有中西合璧之意



图 1-32 台湾茶叶包装
有构成意味的中式元素的组合，
配合天然材质，使产品透露出人文关怀



图 1-33 台湾食品包装
应用食品造型拼合成插画，直观而风趣



图 1-34 台湾包装
应用了水彩风格的装饰配合精致的文字编排，
感觉整体优雅而精致



图 1-35 美国 Coke 健怡包装
醒目的标识，配合风趣的插画，突出强烈的品牌意识



图 1-36 牛奶与玉米片包装
应用了特征明确的图案表达，直观达意



图 1-37 欧洲的鸡蛋包装
注重生态循环的包装材料



图 1-38 欧洲 Q 水果包装设计
直观的图案，使产品特征一目了然

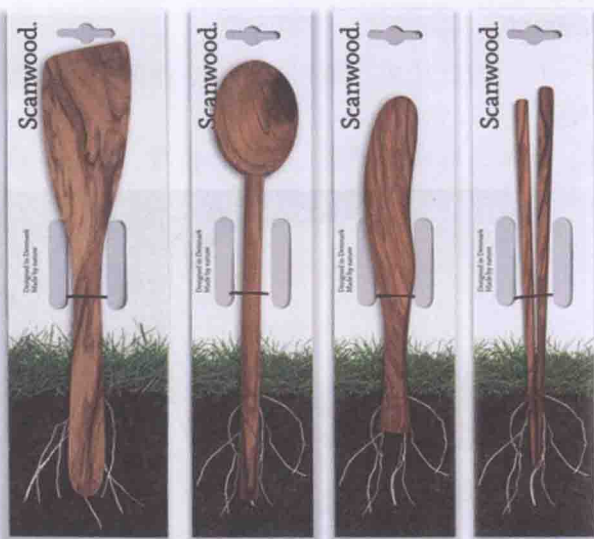


图 1-39 欧洲 Scanwood 餐具包装设计
简洁包装形式配合幽默的图案，环保而生动



图 1-40 欧洲 Heresod T 恤
T 恤上的图案配合冰淇淋、牛肉、面包、蔬菜的包装，很有新意

3) 日本包装设计特征概述

如图 1-41 ~ 图 1-45 所示。

- ① 传统与欧化熔于一炉：西式构成、排列、组合、空间，日式改样、材质。
- ② 手写字体运用广泛。
- ③ 注重理念与整体：重礼，尊卑，等级，秩序，自尊，交往，社会，哲学，伦理。



图 1-41 日本包装设计 1 重礼（巧克力包装）



图 1-42 日本包装设计 2

日本包装重礼，包装通常精致工整