

PD Packaging Design

包装设计教与学丛书

包装设计基础

李航于静 编著 辽宁美术出版社

The Series of Teaching and
Learning Packaging Design
The Basis of Packaging Design

The Series of Teaching and Learning Packaging Design
The Basis of Packaging Design

包装设计教与学丛书

包装设计基础

李航于静 编著

辽宁美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

包装设计基础 / 李航, 于静编著. -- 沈阳: 辽宁美术出版社, 2014.5

(包装设计教与学丛书)

ISBN 978-7-5314-6213-2

I. ①包… II. ①李… ②于… III. ①包装设计-高等学校-教材 IV. ①TB482

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第090473号

出版者: 辽宁美术出版社

地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001

发 行 者: 辽宁美术出版社

印 刷 者: 沈阳市鑫四方印刷包装有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 8

字 数: 185千字

出版时间: 2014年5月第1版

印刷时间: 2014年5月第1次印刷

责任编辑: 申虹霓

封面设计: 范文南 彭伟哲

版式设计: 彭伟哲 薛冰焰 吴 焯 高 桐

技术编辑: 鲁 浪

责任校对: 李 昂

ISBN 978-7-5314-6213-2

定 价: 59.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227

目录 contents

序

第一章 包装设计的概述

007

- 第一节 包装的起源与发展 / 008
- 第二节 包装的功能与分类 / 015
- 第三节 包装设计的内涵与趋向 / 017

第二章 包装设计的流程

023

- 第一节 调研和分析 / 024
- 第二节 定位和构思 / 024
- 第三节 表现和形式 / 033
- 第四节 制作和规范 / 036

第三章 包装的平面设计

033

- 第一节 包装平面设计的原则 / 040
- 第二节 包装平面设计的要素 / 042
- 第三节 包装平面设计的构图 / 054

第四章 包装的结构设计

057

- 第一节 包装结构设计的原则 / 058
- 第二节 包装结构设计的容器 / 060
- 第三节 包装结构设计的方法 / 066

— 第五章 包装的造型设计

071

第一节 包装造型设计的原则 / 072

第二节 包装造型设计的构成 / 074

第三节 包装造型设计的手法 / 077

— 第六章 包装的材料与工艺

081

第一节 包装的材料 / 082

第二节 包装的工艺 / 087

— 第七章 包装设计的理念

091

第一节 系列化包装设计 / 092

第二节 绿色包装设计 / 099

第三节 分众包装设计 / 104

— 第八章 经典案例与学生作品

111

第一节 经典案例 / 112

第二节 学生作品 / 121

The Series of Teaching and Learning Packaging Design
The Basis of Packaging Design

包装设计教与学丛书

包装设计基础

李航于静 编著

辽宁美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

包装设计基础 / 李航, 于静编著. -- 沈阳: 辽宁美术出版社, 2014.5

(包装设计教与学丛书)

ISBN 978-7-5314-6213-2

I. ①包… II. ①李… ②于… III. ①包装设计-高等学校-教材 IV. ①TB482

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第090473号

出版者: 辽宁美术出版社

地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001

发 行 者: 辽宁美术出版社

印 刷 者: 沈阳市鑫四方印刷包装有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 8

字 数: 185千字

出版时间: 2014年5月第1版

印刷时间: 2014年5月第1次印刷

责任编辑: 申虹霓

封面设计: 范文南 彭伟哲

版式设计: 彭伟哲 薛冰焰 吴 焯 高 桐

技术编辑: 鲁 浪

责任校对: 李 昂

ISBN 978-7-5314-6213-2

定 价: 59.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227

学术审定委员会主任

清华大学美术学院副院长 何 洁

学术审定委员会副主任

清华大学美术学院副院长 郑曙阳

中央美术学院建筑学院院长 吕晶晶

鲁迅美术学院副院长 孙 明

广州美术学院副院长 赵 健

学术审定委员会委员

清华大学美术学院环境艺术系主任 苏 丹

中央美术学院建筑学院副院长 王 铁

鲁迅美术学院环境艺术系主任 马克辛

同济大学建筑学院教授 陈 易

天津美术学院艺术设计学院副院长 李炳训

清华大学美术学院工艺美术系主任 洪兴宇

鲁迅美术学院工业造型系主任 杜海滨

北京服装学院服装设计教研室主任 王 羿

北京联合大学广告学院艺术设计系副主任 刘 楠

联合编写院校委员(按姓氏笔画排列)

马振庆 王 雷 王 磊 王 妍 王志明 王英海
 王郁新 王宪玲 刘 丹 刘文华 刘文清 孙权富
 朱 方 朱建成 闫启文 吴学峰 吴越滨 张 博
 张 辉 张克非 张宏雁 张连生 张建设 李 伟
 李 梅 李月秋 李昀蹊 杨建生 杨俊峰 杨浩峰
 杨雪梅 汪义候 肖友民 邹少林 单德林 周 旭
 周永红 周伟国 金 凯 段 辉 洪 琪 贺万里
 唐 建 唐朝辉 徐景福 郭建南 顾韵芬 高贵平
 黄倍初 龚 刚 曾易平 曾祥远 焦 健 程亚明
 韩高路 雷 光 廖 刚 薛文凯

学术联合审定委员会委员(按姓氏笔画排列)

万国华 马功伟 支 林 文增著 毛小龙 王 雨
 王元建 王玉峰 王玉新 王同兴 王守平 王宝成
 王俊德 王群山 付颜平 宁 钢 田绍登 石自东
 任 戡 伊小雷 关 东 关 卓 刘 明 刘 俊
 刘 赦 刘文斌 刘立宇 刘宏伟 刘志宏 刘勇勤
 刘继荣 刘福臣 吕金龙 孙嘉英 庄桂森 曲 哲
 朱训德 闫英林 闭理书 齐伟民 何平静 何炳钦
 余海棠 吴继辉 吴雅君 吴耀华 宋小敏 张 力
 张 兴 张作斌 张建春 李 一 李 娇 李 禹
 李光安 李国庆 李裕杰 李超德 杨 帆 杨 君
 杨 杰 杨子勋 杨广生 杨天明 杨国平 杨球旺
 沈 雷 肖 艳 肖 勇 陈相道 陈 旭 陈 琦
 陈文国 陈文捷 陈民新 陈丽华 陈顺安 陈凌广
 周景雷 周雅铭 孟宪文 季嘉龙 宗明明 林 刚
 林 森 罗 坚 罗起联 范 扬 范迎春 邹海霞
 郑大弓 柳 玉 洪复旦 祝重华 胡元佳 赵 婷
 贺 祎 郜海金 钟建明 容 州 徐 雷 徐永斌
 桑任新 耿 聪 郭建国 崔笑声 戚 峰 梁立民
 阎学武 黄有柱 曾子杰 曾爱君 曾维华 曾景祥
 程显峰 舒湘汉 董传芳 董 赤 覃林毅 鲁恒心
 缪肖俊

序 >>

当我们把美术院校所进行的美术教育当做当代文化景观的一部分时，就不难发现，美术教育如果也能呈现或继续保持良性发展的话，则非要“约束”和“开放”并行不可。所谓约束，指的是从经典出发再造经典，而不是一味地兼收并蓄；开放，则意味着学习研究所必须具备的眼界和姿态。这看似矛盾的两面，其实一起推动着我们的美术教育向着良性和深入演化发展。这里，我们所说的美术教育其实有两个方面的含义：其一，技能的承袭和创造，这可以说是我国现有的教育体制和教学内容的主要部分；其二，则是建立在美学意义上对所谓艺术人生的把握和度量，在学习艺术的规律性技能的同时获得思维的解放，在思维解放的同时求得空前的创造力。由于众所周知的原因，我们的教育往往以前者为主，这并没有错，只是我们更需要做的一方面是将技能性课程进行系统化、当代化的转换；另一方面需要将艺术思维、设计理念等这些由“虚”而“实”体现艺术教育的精髓的东西，融入我们的日常教学和艺术体验之中。

在本套丛书实施以前，出于对美术教育和学生负责的考虑，我们做了一些调查，从中发现，那些内容简单、资料匮乏的图书与少量新颖但专业却难成系统的图书共同占据了学生的阅读视野。而且有意思的是，同一个教师在同一专业所上的同一门课中，所选用的教材也是五花八门、良莠不齐，由于教师的教学意图难以通过书面教材得以彻底贯彻，因而直接影响到教学质量。

学生的审美和艺术观还没有成熟，再加上缺少统一的专业教材引导，上述情况就很难避免。正是在这个背景下，我们在坚持遵循中国传统基础教育与内涵和训练好扎实绘画（当然也包括设计摄影）基本功的同时，向国外先进国家学习借鉴科学的并且灵活的教学方法、教学理念以及对专业学科深入而精微的研究态度，辽宁美术出版社会同全国各院校组织专家学者和富有教学经验的精英教师联合编撰出版了《21世纪中国普通高等院校美术·艺术设计专业规划教材》。教材是无度当中的“度”，也是各位专家长年艺术实践和教学经验所凝聚而成的“闪光点”，从这个“点”出发，相信受益者可以到达他们想要抵达的地方。规范性、专业性、前瞻性的教材能起到指路的作用，能使使用者不浪费精力，直取所需要的艺术核心。从这个意义上说，这套教材在国内还是具有填补空白的意义。

目录 contents

序

— 第一章 包装设计的概述

007

- 第一节 包装的起源与发展 / 008
- 第二节 包装的功能与分类 / 015
- 第三节 包装设计的内涵与趋向 / 017

— 第二章 包装设计的流程

023

- 第一节 调研和分析 / 024
- 第二节 定位和构思 / 024
- 第三节 表现和形式 / 033
- 第四节 制作和规范 / 036

— 第三章 包装的平面设计

033

- 第一节 包装平面设计的原则 / 040
- 第二节 包装平面设计的要素 / 042
- 第三节 包装平面设计的构图 / 054

— 第四章 包装的结构设计

057

- 第一节 包装结构设计的原则 / 058
- 第二节 包装结构设计的容器 / 060
- 第三节 包装结构设计的方法 / 066

— 第五章 包装的造型设计

071

第一节 包装造型设计的原则 / 072

第二节 包装造型设计的构成 / 074

第三节 包装造型设计的手法 / 077

— 第六章 包装的材料与工艺

081

第一节 包装的材料 / 082

第二节 包装的工艺 / 087

— 第七章 包装设计的理念

091

第一节 系列化包装设计 / 092

第二节 绿色包装设计 / 099

第三节 分众包装设计 / 104

— 第八章 经典案例与学生作品

111

第一节 经典案例 / 112

第二节 学生作品 / 121

包装设计的概述

第一章



— 本章重点 >>

了解包装的起源、发展、功能和分类；了解包装设计的发展的人性化、适度化和个性化趋势；理解包装系统、包装工程和包装设计关系；掌握包装设计的定义、内容和内涵。

— 学习目标 >>

包装设计的定义和内容；包装设计的系统化；包装设计的发展趋势。

— 建议学时 >>

12学时。

第一章 包装设计的概述

包装是伴随着商品的交换而出现和发展的，是为了商品在流通中更好的存储、运输和销售而做的技术和艺术上的准备工作。随着商品经济的发展，包装的内涵已经从最初的保护商品、方便运输拓展到了推销商品、塑造品牌乃至树立企业形象的范畴。现代包装不仅仅代表了一个承载商品的容器，更代表的是一种引导消费的手段，一种生活方式，一种文化价值的取向。相应的，包装设计的重心也从物质功能设计向审美的精神功能设计转移，

即由侧重保护功能向销售功能转变；由侧重销售功能向提升企业品牌功能转变；由侧重企业品牌提升功能向企业、消费者精神功能融合和转变。这些转变和发展趋势，带动了包装装潢、结构、造型的更新乃至设计观念的更新。

本章通过介绍包装的起源、发展、功能和分类，并对包装设计的内涵和发展趋势进行分析，从而引申出现代包装设计的内容。

第一节 包装的起源与发展

包装的最早雏形来源于人类为储备剩余的生活物资而生产的容器，这些容器直接取材于各种天然材料，例如葫芦、椰壳、贝壳改造的中空器皿；藤、草、树皮编织的筐篓；黏土烧成的陶器等。严格意义上讲，这些容器还不能称之为包装，它们仅仅实现了保护性的功能，只是包装的最原始形态，但这些容器对后期真正包装的产生起到促进的作用（图1-1）。

当人类社会出现商品交换以后，面向商品流通的包装出现了。我国产品包装有历史记载的最早年代是战国时期，在《韩非子·外储》篇上记载了“买椟还珠”的故事，其中的“椟”就是一种装饰华丽的包装。在唐代的长安、宋代的汴梁、元代的大都、明代的南京、清代的北京，诸如此类商贾云集的都市，都存在着大量的形态各异、丰富多彩的包装，这些可以在传世的《清明上河图》、《货郎图》、《皇都积胜图》等风俗画卷中得到证实（图1-2）。18世纪中叶，在欧洲，对高档货物的包装也已成规模，1860年，美国人爱默生在《生活指南》一书中对此进行了描述。

尽管此时的包装形式多样，但这些包装大多围绕着存储和运输等问题展开，包装美化外表、促进销售的功能并未充分体现，一直到19世纪后半

叶，厂家包装的出现和普及，才真正出现现代意义上的商业包装。在厂家包装中，纸盒替代了杂货商的包装纸和纸绳，在英国，大规模的纸盒生产已经出现，19世纪50年代末，罗宾逊公司就已经可以生产300多种不同种类的盒子。带螺口瓶塞的玻璃瓶和铁皮盒子也被大量生产和使用。与此同时，随着彩色印刷的广泛推广，更促进了包装的发展，尤其是烈性酒、香烟、调味剂、化妆品和药品的包装设计，许多世界驰名的品牌都出现在这一时期。总体而言，19世纪的设计是遵从维多利亚时期（the Victoria Era）的典型风格。除了药品包装以外，大多商品的包装视觉设计是豪华瑰丽、色彩斑斓和技法烦琐的，非常具有装饰性。这种视觉设计上的烦



图1-1 半坡陶器



图1-2



图1-3

琐装饰是与当时长期和平发展导致的社会繁荣密不可分的，很显然，这种强大的视觉冲击力是诱发购物欲的前提，这一点为日后包装视觉传达设计的发展提供了借鉴(图1-3~1-6)。

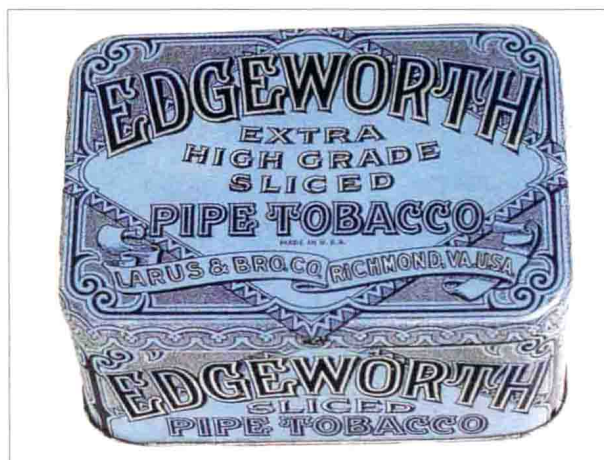


图1-5



图1-4

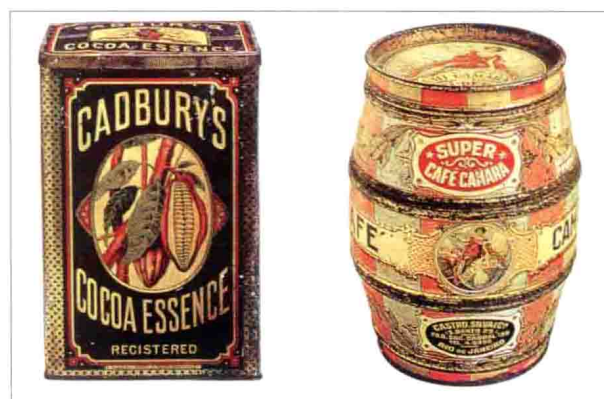


图1-6

19世纪末到20世纪前半叶，英国出现了商标法来保障商品的可信性，厂家的品牌意识增强，包装贴上了商标，附上了质量保证和产品说明，用包装来说服顾客，吸引顾客购买。在技术领域，包装机械问世，机械代替了手工，极大提高了效率；可以卷折的金属软管被广泛应用到装载绘画颜料和牙膏上；真空铁皮和铝制容器的开发取得突破；出现了开启包装的新方法——拉锁；新型包装材料铝箔、玻璃纸和蜡纸盒也在相继问世。品牌意识的出现以及包装材料的创新发展，对包装风格的要求是：包装需要一个鲜亮夺目、令人兴奋的形象，要给予顾客一种亲切、整洁、新鲜的感觉。这个时代包装设计一扫烦琐矫饰的维多利亚时期风格，装饰上推崇自然主义，特别是花卉纹样、卷草纹样和动物纹样的大量使用。这一时期包装设计较少运用直线，主要以有机曲线为中心，色彩艳丽、明快。当然，这种包装的设计风格也是和当时欧美的形式主义运动——新艺术运动（Art Nouveau）有着很大关联（图1-7~1-12）。尤其到了20世纪20年代以后，更清晰、更洁净的艺术加工风格（Art Deco）出现，强烈的配以鲜明色彩的几何图形的使用，大大革除了早期包装设计过于讲究和过分装饰的风格（图1-13~1-21）。

20世纪30—40年代，欧洲经历了世界大战，由于战争的影响，产品的过度包装被摒弃，包装设计往往被限定为一个符号，颜色单调，包装又回到了其最根本的使用功能。

20世纪50年代战争结束，商品经济到了一个飞速发展的时期，新包装材料诸如聚乙烯薄膜、塑料瓶、不干

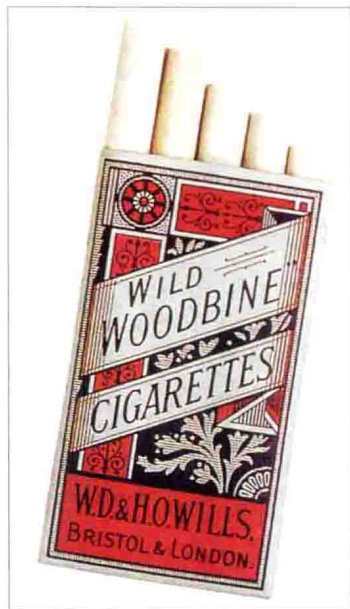


图1-7

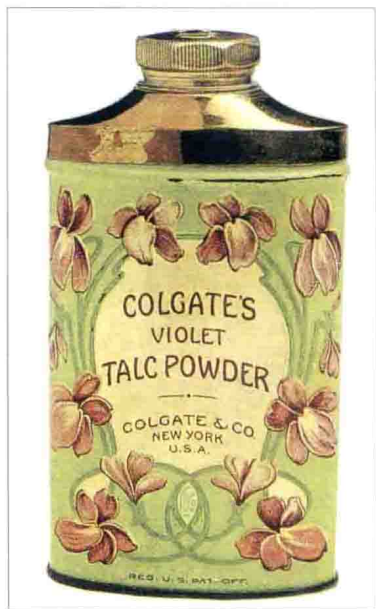


图1-10



图1-8

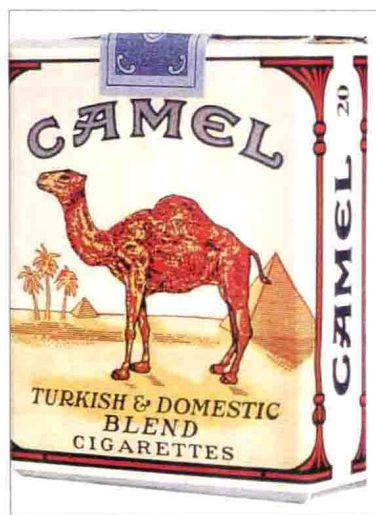


图1-11



图1-9

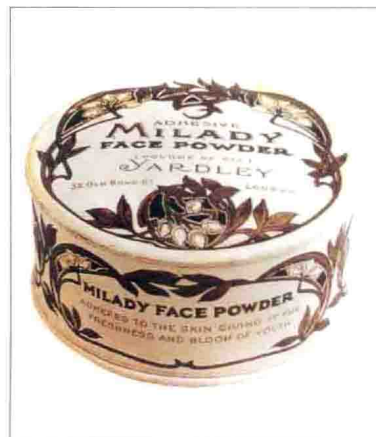


图1-12



图1-13



图1-14



图1-15



图1-16



图1-17



图1-18

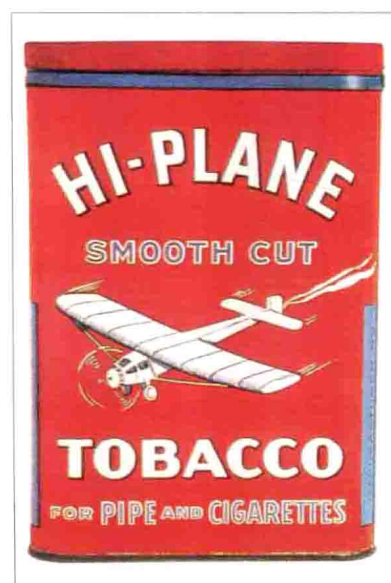


图1-19

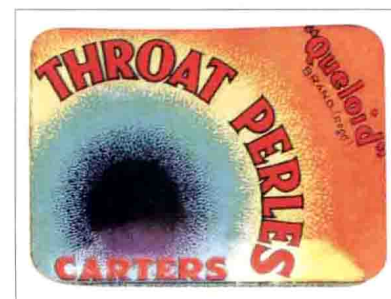


图1-20



图1-21

胶、易拉罐被大量使用；电视、电冰箱、洗衣机各种家用电器也开始介入人们的生活。大工业生产带来的物质丰富，使得消费社会形成，也使得设计成为人们日常生活的一个组成部分。此时，国际主义设计（the International Typographic Style）成为欧美的主要设计风格，国际主义设计具有形式简单、反装饰性、强调功能性、系统性和理性化特点。包装视觉设计采用国际主义设计的一个很重要的原因是：自选商场的大规模出现，自选时代的到来。由于是顾客自己识别商品，所以，包装视觉设计的重点转变为在同质化商品中快速识别。货架上的竞争要求设计必须强调品牌的颜色、主题和中心文字，必须使商品更加醒目，能够脱颖而出而且容易记忆。国际主义设计构图简单明快、高度功能化、精确传达的特点恰好符合自选时代包装简洁、醒目的要求（图1-22~1-32）。

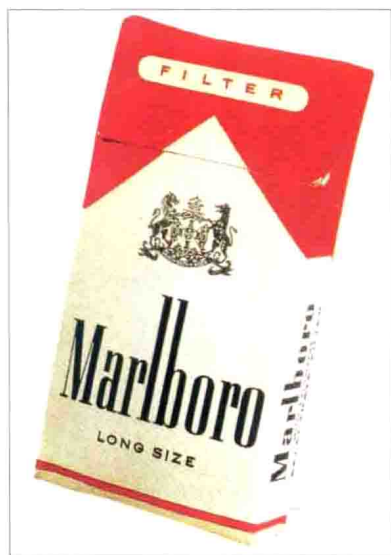


图1-22

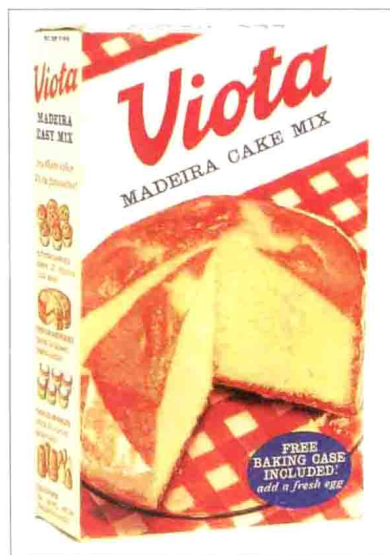


图1-26

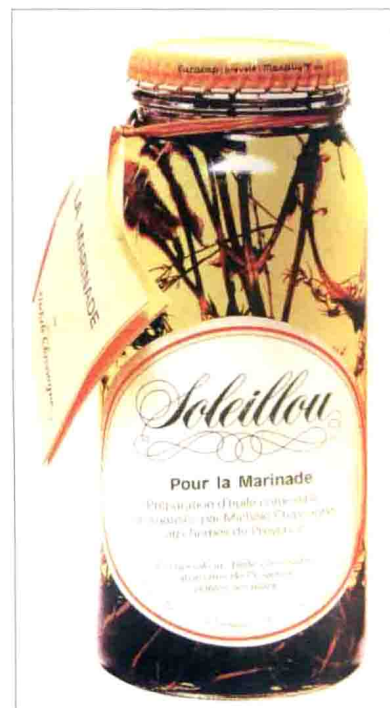


图1-29



图1-23



图1-27



图1-30



图1-24

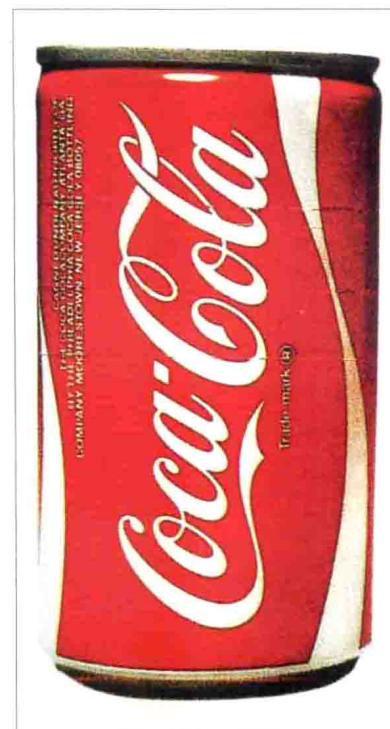


图1-28



图1-31



图1-25