

艺术设计专业基础教程
The Basic Courses of Art Design

包装设计

PACKAGE DESIGN



任骥 主编
祝锡琨 杨滢君 副主编
刘晖 编著
辽宁美术出版社

DESIGN

C14055646

TB482

44

艺术设计专业基础教程

The Basic Courses of Art Design

包装设计

Morphological Constitutes·Plane

任 骥 主 编

祝锡琨 杨滢君 副主编

刘 晖 编著



北航

C1741323

TB 482

44

辽宁美术出版社

艺术设计专业基础教程编委会

主 编: 任 骥

副主编: 祝锡琨 杨滢君

委 员 (按姓氏笔画): 王朝阳 王东玮 王明妍 石春爽 石献琮 白 璐 刘 晖
刘利剑 成硕磊 李睿煊 李 波 李 禹 肖福科 杨翠霞
周长连 高铁汉 曹福存

专家委员会: 何 洁 曾 辉

总策划: 童迎强 苍晓东

图书在版编目 (C I P) 数据

包装设计 / 刘晖编著. -- 沈阳: 辽宁美术出版社,
2014.4

(艺术设计专业基础教程)

ISBN 978-7-5314-5980-4

I. ①包… II. ①刘… III. ①包装设计 IV. ①TB482

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第062025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: 880mm×1230mm 1/32

印 张: 5

字 数: 100千字

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: 苍晓东 光 辉 童迎强 郝 刚

封面设计: 范文南 洪小冬 苍晓东

版式设计: 苍晓东 童迎强

技术编辑: 鲁 浪

责任校对: 李 昂

ISBN 978-7-5314-5980-4

定 价: 32.00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

第一章 包装设计概述 7

第一节 包装设计的渊源及发展 8

第二节 包装设计定义与分类 21

第三节 包装设计与市场营销 23

第二章 包装设计材料与结构造型 31

第一节 包装材料与包装结构的选择 32

第二节 纸包装材料与结构功能的设计应用 33

第三节 容器包装材料与结构应用 57

第四节 软包装设计 66

第三章 包装设计的视觉元素传达 69

第一节 文字传达 70

第二节 色彩传达 80

第三节 图像传达 94

第四节 包装视觉设计基本原理与版式原则 101

第四章 现代包装设计策略与定位 105

第一节 市场营销中的包装策略 106

第二节 包装设计的定位 116

第五章 包装设计流程与印刷工艺 123

第一节 包装设计策划与流程 124

第二节 设计创意与设计操作 127

第三节 印刷工艺 135

第六章 绿色包装设计 139

第一节 绿色包装设计理念 140

第二节 国外绿色包装设计发展 143

第七章 多元化的设计时代 149

第一节 后现代包装设计概念 150

第二节 概念包装设计 157

参考书目

C14055646

TB482

44

艺术设计专业基础教程

The Basic Courses of Art Design

包装设计

Morphological Constitutes Plane

任 骥 主 编

祝锡琨 杨滢君 副主编

刘 晖 编著



北航

C1741323

TB 482

44

辽宁美术出版社

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

艺术设计专业基础教程编委会

主 编：任 骥

副主编：祝锡琨 杨滢君

委 员（按姓氏笔画）：王朝阳 王东玮 王明妍 石春爽 石献琮 白 璐 刘 晖
刘利剑 成硕磊 李睿煊 李 波 李 禹 肖福科 杨翠霞
周长连 高铁汉 曹福存

专家委员会：何 洁 曾 辉

总策划：童迎强 苍晓东

图书在版编目（CIP）数据

包装设计 / 刘晖编著. -- 沈阳：辽宁美术出版社，
2014.4

（艺术设计专业基础教程）

ISBN 978-7-5314-5980-4

I. ①包… II. ①刘… III. ①包装设计 IV. ①TB482

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第062025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：880mm×1230mm 1/32

印 张：5

字 数：100千字

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：苍晓东 光 辉 童迎强 郝 刚

封面设计：范文南 洪小冬 苍晓东

版式设计：苍晓东 童迎强

技术编辑：鲁 浪

责任校对：李 昂

ISBN 978-7-5314-5980-4

定 价：32.00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

总序

艺术设计教育通过学科基础、专业基础的课程学习来获得艺术设计人才的基本素质和基本技能。这是从事高等艺术设计教育工作者所应共同持有的一条经验和共识。如果以大树来比喻的话，学科基础是根和本，专业基础是枝和干，专业课程是叶子，它们的总和结成了艺术设计之果。于是，根壮、干粗、叶茂、花艳、硕果累累！

很久以来，艺术设计学科基础教育在我国高等艺术设计教育中得不到应有的重视，这是高等艺术设计教育领域在方法论意义上的缺失。为从根本上探寻当代高等艺术设计教育能够确实培养出与当代经济、文化发展相适应的高端艺术设计人才，努力建立适合我国国情的艺术设计学科基础和艺术设计专业基础，这是历史赋予教育工作者的一种职责。

大连工业大学艺术设计学院基于以上的认识，经过几年的教学实践与理论研究，于2008年出版了《艺术设计学科基础教程》，在此基础上，又定于今年8月开始陆续编著出版《艺术设计专业基础教程》。该系列教材不仅把学科基础知识延伸到了专业基础之中，使丰富的专业基础有了可依循的规范，并将有利于继续深入学习艺术类各专业知识。

绪论

优秀的包装设计是创造成功品牌的关键。现代生活中,包装设计已经与人们的日常生活紧密联系在一起,是经济发展不可缺少的一部分。

包装设计是一项系统工程,是艺术与科学技术的有机结合。本书作为视觉传达设计专业课程的教材,在内容编写时注重包装设计课程的基础知识点和技能点的学习,在理论知识与设计实践方面进行了较好的结合,在原有专业知识结构基础上进行了扩充。从现代市场营销战略下的包装设计的视点出发,在包装结构、视觉语言、策略定位、制作流程、未来发展几个方面进行了阐述,希望能够起到抛砖引玉的作用。

本书以现代包装设计的视点,结合国际包装设计发展的新趋势,通过国内外各种类型的包装设计作品,从艺术性和商业性角度解读分析作品,为各门类的包装设计提供了丰富的范例。相信对大专院校的学生和专业设计人员会有一定的帮助,使设计师能够更好地掌握包装设计的基本原理,对于提高设计方法会有一定的指导意义。

目录

第一章 包装设计概述 7

第一节 包装设计的渊源及发展 8

第二节 包装设计定义与分类 21

第三节 包装设计与市场营销 23

第二章 包装设计材料与结构造型 31

第一节 包装材料与包装结构的选择 32

第二节 纸包装材料与结构功能的设计应用 33

第三节 容器包装材料与结构应用 57

第四节 软包装设计 66

第三章 包装设计的视觉元素传达 69

第一节 文字传达 70

第二节 色彩传达 80

第三节 图像传达 94

第四节 包装视觉设计基本原理与版式原则 101

第四章 现代包装设计策略与定位 105

第一节 市场营销中的包装策略 106

第二节 包装设计的定位 116

第五章 包装设计流程与印刷工艺 123

第一节 包装设计策划与流程 124

第二节 设计创意与设计操作 127

第三节 印刷工艺 135

第六章 绿色包装设计 139

第一节 绿色包装设计理念 140

第二节 国外绿色包装设计发展 143

第七章 多元化的设计时代 149

第一节 后现代包装设计概念 150

第二节 概念包装设计 157

参考书目



GlobeLink

GlobeLink

GlobeLink

GlobeLink

GlobeLink

Shows and clips at every side bath ring.
The audience shares the actor's consciousness.
They play on a mixed platform a
"a crowd of nobility, so very w
many princes, but nothing as large
and superb as possible."
"a crowd of nobility, so very w
many princes, but nothing as large
and superb as possible."
"a crowd of nobility, so very w
many princes, but nothing as large
and superb as possible."

1997

An actor's

第一章 绪论

一、包装设计的定义

包装是指为了保护商品、方便运输、促进销售而采用的一种技术。包装设计的定义是指根据商品的特点、用途、运输、销售等要求，对商品进行包装的创意设计。包装设计是包装的重要组成部分，它决定了包装的外观、结构、材料、工艺等。包装设计的好坏直接影响到商品的保护、运输、销售和品牌形象。

包装设计是一门综合性很强的学科，它涉及到设计学、工程学、材料学、工艺学、市场营销学等多个领域。包装设计的过程是一个从市场调研到最终成品的全过程。首先，设计师需要了解商品的特点、用途、运输、销售等要求。然后，设计师需要进行创意设计，包括包装的外观、结构、材料、工艺等。最后，设计师需要将设计方案付诸实施，进行包装的生产。包装设计的好坏直接影响到商品的保护、运输、销售和品牌形象。因此，包装设计是一个非常重要的环节。

二、包装设计的分类

包装设计可以根据不同的标准进行分类。按照包装的功能，可以分为保护性包装、销售性包装、运输性包装等。按照包装的材料，可以分为纸质包装、塑料包装、金属包装、玻璃包装等。按照包装的结构，可以分为单件包装、多件包装、集合包装等。按照包装的工艺，可以分为手工包装、机械包装、自动化包装等。

图 1-1-1

图 1-1-2

图 1-1-3

图 1-1-4

图 1-1-5

图 1-1-6

图 1-1-7

图 1-1-8

图 1-1-9

图 1-1-10

图 1-1-11

图 1-1-12

图 1-1-13

图 1-1-14

图 1-1-15

图 1-1-16

图 1-1-17

图 1-1-18

图 1-1-19

图 1-1-20

图 1-1-21

图 1-1-22

图 1-1-23

图 1-1-24

图 1-1-25

图 1-1-26

图 1-1-27

图 1-1-28

图 1-1-29

图 1-1-30

第一章

包装设计概述

第一节 包装设计的渊源及发展

一、包装的世界

包装的基础是保护性,如果缺少了保护性这一基础,就不能构成包装了。在我们生活的身边,每天都会接触到因为需求的目的而要被保护起来的物品。综观自然界,整个世界无处不存在结构,正是由这些无数巧妙的结构而凝聚了我们生活的世界。

远古的人类在偶然的的机会和生活经验中就累计了包装的经验,而早期的包装机能又满足了生活的基本需求。人类逐渐从自然界发现一些适合的包装材料,如利用植物的藤和纤维编织成筐、绳子等(图1-3)。大自然衍生出来的许多包装,在包装概念的构造、形状的设计上给了我们许多的启发。如为孕育新生命而拥有特别保护功能的鸡蛋;为使果实或种子都能以坚实的状态保存下来,而具备多层坚韧纤维质保护外衣的水果或蔬菜。这些大自然的生物组织构造,都可为我们带来了设计灵感(图1-1、图1-2)。

产业革命之后,精美的包装设计,在产销过程中扮演着重要的角色。现代包装设计的基本功能是基于保护内容物、说明及广告、便于运输、计量、合理放置、装饰美化的基础之上了。为扩

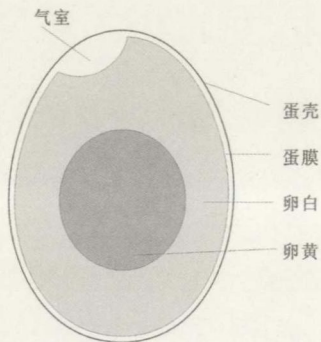


图1-1

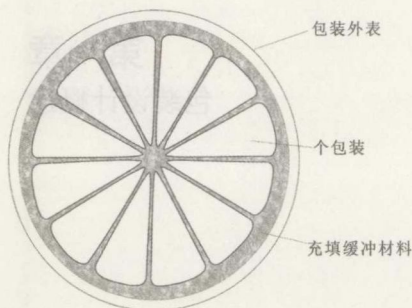


图1-2



图1-3



图1-4

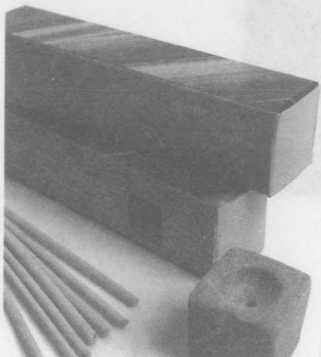


图1-5



图1-6

展销售能力，生产商竭尽全力地提升品牌、商品名称的品质形象，确立商标等视觉上的特征。现代包装已经深深植于人们的生活中，包装本身就是一种传播媒体，无言地回答着顾客的所有疑问。现代经由广告媒体所塑造的商品形象，有效地结合了商品包装设计，不

仅增加商品的可信度，同时也加深消费者对商品的印象。包装的趋势也反映出了群众的集体意识，或多或少，包装设计也反映了孕育它本身的那个时代背景（图1-4至图1-6）。

二、包装设计的渊源

对包装设计认识是随着商品交换的出现、商品经济的发展和市场竞争的加剧，商品包装才开始被认识。早在中世纪，中国、罗马和中东地区开始的货物流通，货物在人类频繁的游历世界各地中，被输送到更远的地方。随着需求的不断，大量盛装货物的容器出现。中国早在8000年前就开始有了陶器。在现在看来，盛装的容器不能被算作真正意义的包装，但在当时已经具有包装的功能。继陶器之后，我国的早期容器从青铜器、漆器、瓷器等，追求美感的容器成为历史留给我们的宝贵财富。

陶器在我国起源很早，1962年考古学家在江西发现了距今8000多年的陶器。早在中国的远古时期的彩陶容器，在我们现代人看来已经是不能超越的艺术品。彩陶的装饰纹样从植物、动物、山水、人物到抽象几何图形。造型富于韵律，线条流畅，色彩艳丽，装饰感极强，充分反映了古代人类对造型和形式美感的追求和探索（图1-7至图1-11）。

青铜器在我国商代就开始有了。社



图1-7



图1-8

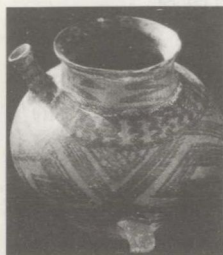


图1-9



图1-10



图1-11

会的等级制度，也使生活的各种器物开始分化，考古学家在陪葬品的考古研究中就有了发现研究。青铜器主要是满足王公贵族们的奢华生活，普通的劳动人民是无法享用的。青铜器的造型丰富，从容器上分有烹饪器、食器、酒器、

水器等。烹饪器主要有鼎、鬲；酒器主要有铜爵、角、觚、觶，还有壶、尊等盛酒器以及盃等；水器有鉴和盘等（图1-12至图1-18）。

瓷器始于东汉，是中国最具代表性的工艺品，也是中国传统文化的

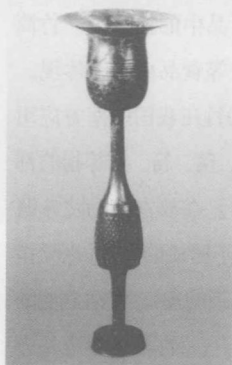


图1-12



图1-13 公元前1600年 铜爵

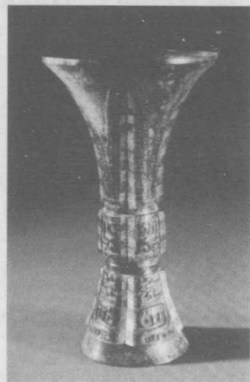


图1-14 铜天觚 商晚期图



图1-15



图1-16



图1-17



图1-18

象征。从瓷器的造型和图案的演变历史中，可以领略中国文化的历史发展史。作为一种容器，在中国历史发展中，应用广泛，历史悠久。直至今日瓷器作为民族传统文化的体现，在酒包装、中药包装上常见（图1-19、图1-20）。

天然材料在包装设计中的应用，体现了人类在长期生产生活中的智慧。木、藤、草、叶、竹等，都作为

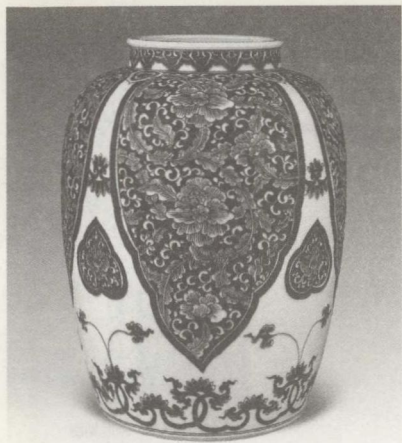


图1-19



图1-20



图1-21

包装材料在人类生活中得到巧妙应用。尤其在我国南方食品中的粽叶饭、竹筒饭、荷叶饭、粽子等食品中得以体现。(图1-21、图1-22)竹在我国的南方应用较为广泛,篓、篮、筐、筲、笈等指的都是各式的竹编容器。在故宫博物院珍藏着箴细如丝(箴:竹子劈成的薄片,也泛指苇子或高粱秆上劈下的皮),光洁润亮的“竹丝编胎高竹篮”、“竹丝编漆边长方匣”木制的箱等。另外木制的箱、匣也是广为应用的包装容器。另外藤、柳条、麻、皮革等天然材料,在我国南北不同的地域也常被用作包装材料。

三、包装设计行业的发展

包装设计的历史与人类社会经济、文化的各个方面发展有着密切联系。科学技术、材料、生产的发展及人类社会向消费型经济社会的发展,为包装设计不断开辟新的市场需求。包装设计成为一种通过视觉方式展示产品内容的工具。

包装设计行业的第一次革命,可以



图1-22



图1-23 安迪·沃霍尔 丝网印刷的梦露



图1-26



图1-24 波普艺术手提袋



图1-25

追溯到18世纪产业革命以后，由于批量化生产技术的发展，产品成本降低，形成了大消费市场形态。市场扩张，产品大量流通，对当时产生了重大变革。

1930年代全球经济不景气，消费意愿降低，商家为了促进商品销售，包装问题引起重视，商家开始研究包装设计，目的是借助产品包装和广告媒体，加强产品的销售市场，进而加强包装功能，提升产品的附加值。20世纪40—50年代，第二次世界大战期间，新包装材料和包装技术不断开发。美国的军用品为方便全世界运输的需求，其包装科技的开发成为当时世界先导，促进了战后的经济繁荣。

在商品推广、销售、流通、收藏、鉴别等商业行为的过程中，商业艺术成为大众社会生活的一种方式，排版印刷、平面设计、包装设计和广告宣传被归为商业艺术，成为20世纪后半叶人类文化全貌中不可分割的一部分。随着波普艺术运动对纯美术和商业艺术的重新界定，上述商业艺术形式也面临