

普通高等教育艺术设计类专业「十二五」规划教材

包装设计

王娟 / 编著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

包装设计



中国美术学院美术考级教材
包装设计

普通高等教育艺术设计类专业「十二五」规划教材

包装设计

王娟 / 编著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内 容 提 要

本教材从经济、品牌、文化等多角度阐述了商品包装设计的基本理论和设计规律，系统讲述了包装的历史发展与现代功能，包装立体造型形式的拓展和平面视觉语言的表达，包装设计的创新理念与设计表现形式，包装设计的流程与策略，以及传统文化在包装设计中的传承与创新等多方面内容。书中运用大量最新市场优秀包装实例，结合作者的多项课题研究成果以及大量学生的原创作品，理论联系实际，注重与市场结合的实践性和教学的规律性，符合当代包装设计人才对专业知识结构的需求。

全书共六章，每章后附课题练习和课题参考，通过丰富灵活的课题训练，帮助学生分析产品属性、了解材质工艺、开发创意思维、挖掘地域文化、遵循科学规范的操作程序，以达到最佳的视觉表现和商业效果。

本教材可作为高等院校视觉传达设计、包装设计、平面设计、包装工程等专业的教材，也可供从事相关设计工作的人员参考。

图书在版编目（C I P）数据

包装设计 / 王娟编著. — 北京：中国水利水电出版社，2013.2
普通高等教育艺术设计类专业“十二五”规划教材
ISBN 978-7-5170-0418-9

I. ①包… II. ①王… 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(2013)第032033号

书 名	普通高等教育艺术设计类专业“十二五”规划教材 包装设计
作 者	王娟 编著
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn
经 售	电话: (010) 68367658 (发行部) 北京科水图书销售中心(零售) 电话: (010) 88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京时代澄宇科技有限公司
印 刷	北京嘉恒彩色印刷有限责任公司
规 格	210mm×285mm 16开本 11印张 275千字
版 次	2013年2月第1版 2013年2月第1次印刷
印 数	0001—3000册
定 价	42.00元

凡购买我社图书，如有缺页、倒页、脱页的，本社发行部负责调换

版权所有·侵权必究

前 言

在全球经济一体化和多样化消费方式的影响下，包装设计的内涵、功能及行业需求都发生了根本性的变革。现代包装超越了传统意义上单纯的保护和运输功能，承担着塑造品牌形象、沟通生产者与消费者、创造利润、传播文化、保护环境、促进人类社会可持续发展的重任，对我国制造业、食品和轻工业的发展及其产品的国际间流通具有重要的作用。

包装既是产品的营销工具，也是企业的窗口，甚至代表着国家形象，传递着更多、更高的文化信息。经济与文化上的优势使欧美、日本等发达地区和国家在世界经济产业链中处于高端市场，可以不断地通过输出高附加值的设计、研发产品和包装、输出品牌和文化来进入第三世界国家以获利。而中国过去长期处于世界经济产业链的低端市场，依靠产品加工和复制，为他人做嫁衣裳，致使民族企业处于低迷状态，很难实现民族品牌和文化的有效传播。目前，中国经济正在积极转型，中国要由制造大国转变为创造大国，必须重视科技创新和设计创新，树立“设计立国”思想，变成创新的民族。同时，这也对设计教育领域提出了新的、更高的要求。

现代包装设计成为一门融合包装技术、立体设计、平面设计、商业营销为一体的交叉性学科，包含了材料学、结构学、品牌学、市场营销学、消费心理学、人体工程学、美学、文化学等内容。这就要求新时代的包装设计人才具备国际视野、全球意识和专业化、复合化的知识结构，不断研究新时期不同消费群体的价值取向、科技进步以及传统文化对包装设计的影响，注重跨学科知识的积累，掌握相关电脑辅助设计知识，具备时代特征的审美水准。

本教材以最大限度地开发学生的创造力，坚持不懈地弘扬人文精神为目标，全面系统地探讨了包装的历史发展与现代功能，包装立体造型形式的拓展和平面视觉语言的表达，包装设计的创新理念与设计表现形式，包装设计的流程与策略，以及传统文化在包装设计中的传承与创新等多方面内容。全书运用大量最新市场优秀包装实例，结合作者的多项课题研究成果以及大量学生的原创作品，理论联系实际，力求符合当代包装设计人才培养对专业知识结构的需求。

本书的编撰出版，得到了广东工业大学艺术设计学院视觉传达设计系全体同事的大力支持，在此表示诚挚的感谢。该校艺术设计学院视传系 04 至 10 级的同学和广州科技贸易职业学院的阳丰老师提供了部分图例，作者的研究生肖明、黄红燕、张磊等进行了图片整理工作，在此谨向他们表示深深的谢意。最后，对本书中其他图例的作者表示衷心的感谢。

王娟

2012 年 11 月于广州



前言

第一章 认知与概论/1

一、发展概况	2
二、概念解析	8
三、功能解读	10
四、体系架构	12
课题练习一：思考及作品分析	14

第二章 造型与结构/15

一、包装材料的选择	16
二、包装容器造型设计	23
设计链接：学生包装容器造型设计作业集锦	35
三、纸盒包装结构设计	38
设计链接：学生纸盒包装结构设计作业集锦	46
课题练习二：包装容器造型设计	50
课题练习三：纸盒结构设计	50

第三章 平面与编排/51

一、包装的图形设计	52
二、包装的文字设计	58
三、包装的色彩	62
四、编排	69
课题练习四：平面视觉语言训练	71

第四章 理念与表现/73

一、包装设计理念	74
----------	----

二、包装设计表现	94
课题练习五：创意思维训练	105

第五章 流程与策略/107

一、包装设计流程	108
二、包装设计策略	114
三、包装设计创新	118
课题练习六：商品包装设计市场调研	122

第六章 文化与传承/123

一、包装设计的文化特征	124
二、包装设计的民族性与现代性	128
三、礼品包装设计	132
四、旅游纪念品包装设计	137
五、岭南传统文化元素在现代包装设计中的应用	142
课题练习七：系列包装设计	145
课题参考	145

附录：包装设计作品集锦/148

参考文献/169



Unit 1

第一章

认知与概论

包装与人们的生产、生活息息相关。伴随中国经济的快速发展和经济全球化的影响,在国内大型超市、商场里,我们不难看到风格各异、琳琅满目的各国包装产品。包装设计对我国制造业、食品和轻工业的发展及其产品的国际间流通有着重要的作用。

随着现代科技的发展,当今世界的包装业发展成为一个庞大的独立体系,囊括了各种专业部门和机构,形成了一门现代科技与艺术相结合的综合性学科。

在漫长的历史长河中,包装伴随着人类生产技术的进步而同步发展,要正确认识和理解包装设计,有必要首先了解包装的起源和历史发展。

一、发展概况

(一) 原始包装

人类自穴居时代,为了生存的需要,学会了利用兽皮、树叶、贝壳、竹筒、葫芦等包裹、储存其食物或物品。用藤蔓、植物茎条制成绳索用以捆扎或编织成篮子、筐篓等装物,这是包装的起源和雏形,是最原始的包装。原始包装的特点是所有的材料和载体均来源于自然,就地取材,物尽其用,主要功能是保护和容纳物品。如荷叶包肉、葫芦装酒、箬叶包粽、竹壳装茶等,不少包装形态流传至今仍然富有生命力,因其不可取代的天然特色而广泛应用于民间(图1-1、图1-2)。



图 1-1 以粽叶为材料的传统食品包装



图 1-2 传统竹篮

竹篾制品是我国古老包装之一,环保且坚固耐用,是我国传承千年的绿色包装

(二) 传统包装

传统包装是在人类技术能力进步之后的产物。陶瓷、青铜器、漆器等作为包装的主要

容器被大量使用。此外,金银器、石器、玉器、琉璃等材料,都曾被作为容器的形式应用,丝绸、棉麻等织物,竹、木、藤、草等天然材料在包装中的运用也随处可见,但通过技术加工,显得更加精美(图1-3)。

造纸术和印刷术的发明,使传统包装得以降低成本、大量生产,并增强装潢效果。传统包装由它的原始功能——保护和容纳物品,提高到了美化商品、宣传商品的功能。

我国陶器起源很早,在新石器时代晚期,由于陶窑、陶轮和封窑技术的发明应用,陶器的设计达到了很高的水平,人们选用淘洗过的黏土,风干后用含铁或锰的矿物颜料绘制纹样装饰,烧制成精美的彩陶,可以制作各种各样的器皿,用来盛水和储藏、搬运食物等(图1-4)。

因陶器不够坚固耐用,后来在我国东汉时期出现了瓷器。时至今日,陶瓷仍然是我国重要的工艺品、日用品,并常被用于具有民族风格的包装容器(图1-5、图1-6)。



图 1-3 传统包装：清代三屉提篮



图 1-4 马家窑文化半山类型彩陶

马家窑文化半山类型彩陶中的长颈小口双耳罐,腹部膨大,形体接近圆球形,器物的容量较大,两侧的系耳也考虑到了穿绳提携的方便和耐用,以实用为标准



图 1-5 陶罐制品

防潮和封闭性能极好的陶罐制品是我国酒类和食品类包装的最佳材料,成本低廉,经过各种矿物颜料的绘制,形成了独具一格的包装风格



图 1-6 青花缠枝花卉纹执壶(明永乐)

青花纹样的绘制,使得整个器皿高贵典雅。独特的壶口设计,体现了我国古代劳动人民高超的造瓷技艺

青铜器起于夏,在商周达到鼎盛,由于酿酒业的发达,被大量地运用于各种酒器、食器、水器等包装容器。

战国秦汉时期,天然漆开始作为某些木容器和编织容器的防腐涂料。如战国时期的彩绘漆鸳鸯化妆品盒,造型生动,头部可以转动,具有包装容器的基本性能。到唐宋以后,漆的生产与使用更为广泛,技术与工艺也更加复杂,漆器常被用作化妆品盒、食品盒等(图1-7)。

东汉时期,蔡伦改进过去造纸工艺,利用树皮、碎麻布、旧渔网等廉价原料精制出优质纸张,开启了用纸材包装物品的先驱,如用纸绢、纸绉制成的包装盒来包装书、画、笔、墨、砚等,逐渐替代了以往成本高昂的绢、锦等包装材料。唐朝时开始出现了具有防油、防潮功能的蜡纸,主要用于包装中药、食物等。

北宋毕昇发明了活字印刷术,为商业包装的装潢表现提供了有效手段。



图 1-7 黑漆描金“御制玉杯记”包装盒(清 乾隆)



图 1-8 北宋刘家针铺包装纸

我国现存最早的商业包装设计资料是北宋时期山东济南刘家针铺的包装纸,该包装纸四寸见方,铜版印刷,上面字号、插图、广告语一应俱全,插图标志图形鲜明,文字简洁易记,具有浓厚的商业色彩,兼具包装纸、招贴、传单等功能(图1-8)。

由于战争和丝绸之路贸易的原因,中国的印刷技术传到了欧洲。受其影响,1450年前后,德国人古登堡开始使用铅活字印刷宗教书籍,虽然比我国毕昇发明的泥活字晚了400多年,但因其提出了一套完整而且高效率的印刷程序,并采用机械方式印刷而适合大量生产,很快在欧洲各国传播并广泛得到应用,促进了欧洲资本主义经济的发展。

(三) 现代包装

1. 国外现代包装的发展

现代包装与设计,是工业化社会和市场经济发展的产物,社会经济的变革、技术的进步和零售业的发展推动了现代包装设计的发展。

18世纪60年代西方爆发的工业革命,使手工业生产方式开始逐渐被机械化的生产方式所替代。特别是19世纪60年代打开了电力时代的大门,迎来了第二次工业技术革命,真正进入了现代机械化大批量生产的道路。随着生产技术快速发展,产品成本大幅降低,产品质量得到提高,运输的问题解决以后,人们开始关注产品外观以及包装的美感与方便使用等问题。此时,着色印刷、瓦楞纸、模压折叠纸盒包装、金属软管包装、高性能合成材料等各种新技术、新材料开始逐渐登上包装设计的历史舞台。

1796年,逊菲尔德发明了石版印刷术,实现了着色印刷。1799年法国人制造了世界上第一台造纸机,将中国的人工造纸术转化为机械化生产技术,推动了纸业包装的发展。

1856年英国人发明了瓦楞纸,1890年英国发明第一台瓦楞纸板制造机,及至1894年美国首度将瓦楞纸板制成瓦楞纸箱,并应用在运输包装上,带来包装新的革命。

19世纪50年代,彩色印刷术得以推广,低价位的印刷业使包装产品的成本较低,大大推动了包装事业的发展速度。廉价彩印的到来,使简陋的铁皮盒子、有标签的瓶子和简单的纸盒变成了绚丽多彩的精美包装。

19世纪80年代,品牌产品开始出现,许多当今世界知名的品牌首次出现,厂家为包装贴上了商标,贴上自己的名字,为其产品选择了品名,至此,商品包装已具有许多现代包装的特征(图1-9)。

进入20世纪,美国在1902年建立了世界上第一个包装研究所。美国杜邦公司于1924年研发推出玻璃纸,将之与包装纸盒装饰搭配使用,用以提高商品档次。之后,使用机器生产的各种软式包装材料快速成长(图1-10)。



图 1-9 1900年英国肥皂包装

19世纪末20世纪初,欧洲大陆和美国开始的新艺术运动对包装设计与风格影响很大。此时期的商品包装力求从自然、东方艺术当中吸收营养,特别是植物纹样和动物纹样,较少运用直线,主张以有机的曲线为形式中心

20 世纪 40 年代二战期间,大量军火和军需物资长途转运的需要推动了运输包装设计与标准化生产,在美国出现了第一个运输包装标准。美国军方还研发出各种高性能合成材料,例如发泡 PU 缓冲材料。1946 年美国研制出第一台电子计算机,核能和计算机的发明应用启动了第三次技术革命,将社会推向信息时代。科学技术为产业革命开辟了道路,导致大规模生产的机械化、自动化、标准化与生活现代化,商品竞争日益激烈,因而将工业产品设计与商品包装设计引入竞争机制(图 1-11)。



图 1-10 20 世纪 30 年代早期英国洗发水包装

20 世纪 20 ~ 30 年代在法、美和英等国开展的装饰主义运动是对新艺术自然风格、复古工业化风格而采取的设计上的折中主义立场。这一时期的产品包装材料和设计的形式明显受到同时发生发展的欧洲现代主义运动的影响,包装平面设计变得更为大胆,以强烈鲜艳的色彩搭配和抽象的几何形为主,革除了早期包装过分装饰的风格



图 1-11 20 世纪 50 年代德国润肤水包装

20 世纪 40 ~ 50 年代的包装设计呈现现代主义风格。现代主义的核心是功能主义和理性主义,此时期的商品包装形式简单、反装饰性、强调功能。二战后,现代主义向全世界辐射蔓延迅速演化为共同的国际主义风格,在 20 世纪 50 ~ 70 年代风行一时

20 世纪 50 年代后期,随着电视广告的出现和自选式购物的兴起,使产品和包装的发展进入了一个全新的平台。自选式服务商店首先出现在美国,很快发展为规模宏大的超级市场并在全球拓展普及,将包装功能由原来的保护商品、方便储运、美化商品一跃而转向依靠包装推销商品的至高阶段,使包装上升为引导消费的“无声销售员”。包装成为市场竞争不可缺少的手段和工具(图 1-12)。

20 世纪 70 年代初,条形码首先应用于美国,它加快产品在超市中的收款速度,也有助于零售商对存货保持有效控制。自 80 年代开始,包装设计则更加注重企业形象的表现,为企业产品服务(图 1-13)。



图 1-12 1955 年美国香烟包装

自选时代的到来,使包装设计重点落在迅速识别这一特征上,其设计特征表现为重清晰、少繁琐,构图简单明快、高度功能化、非人情化。已经确立起来的品牌必须着重强调大家熟悉的着色、主题和中心字体,使商品更加醒目

2. 国内现代包装的发展

我国近代产品的包装,是从 1840 年鸦片



图 1-13 1970 年法国调味品包装

纤维与调味料相结合，醒目的品牌名称，使商品更引人瞩目。20 世纪 70 年代，世界资本主义国家的经济得到快速的发展，建立在新材料、新技术基础上的产品更新换代迅速加快。这不仅给现代主义设计的某些理念提出了挑战，而且也使得设计师在进行设计方案的确定过程中，需要更多地注意设计最后物态化的手段与方式

战争以后慢慢发展起来的。19 世纪末 20 世纪初的包装设计相应受到了新艺术运动的影响，如 1879 年广东巧明火柴厂生产的太和舞龙牌火柴的包装、1902 年南洋兄弟烟草公司生产的白鹤牌香烟的包装等。

20 世纪 30 年代，在我国上海市场出现了一批至今仍有生命力的名牌商品，如雅霜、双妹牌花露水、回力球鞋等，这一时期我国的包装装潢图案题材大都是表示吉祥如意的龙、凤、虎、松鹤、鸳鸯、牡丹、和合二仙、五子登科、福禄寿禧及外来的其他内容，如“摩登女郎”形象。为了唤起民众的爱国意识，在火柴盒和布匹等商品上出现了钟牌、爱国牌、醒狮牌等的文字和图案。

1949 年新中国成立后，20 世纪 50 ~ 60 年代我国包装工业主要以恢复生产为主，从 80 年代开始才在包装设计、生产、科研、教学等方面有了较快的发展。邓小平同志在 1975 年《关于发展工业的几点意见》中谈到了“出口商品的包装问题，要好好研究一下”，从此正式拉开了我国现代包装设计的帷幕。1980 年和 1981 年先后成立了中国包装技术协会和中国包装总公司。1982 年 10 月在北京农展馆举办了全国第一届包装装潢评比会。1987 年我国第一次有两项产品包装荣获世界包装设计最高奖——“世界之星”（图 1-14）。



图 1-14 中国特级“安酒”包装设计（设计：马熊）

此包装以贵州民间艺术——安顺地戏脸谱为容器造型，陶瓷为材料，可以平放、竖立、展挂，半圆形木盒形似古代竹筒，其内衬选用当地蜡染布这一民间工艺，以纹样和文字兼作产品的说明，具有强烈的地方民族风格，荣获 1988 年世界之星奖

现代包装的发展使人们认识到：包装不但可保护商品、美化商品，还可促销商品、创造商品附加价值。只有应用新型材料和技术，设计具有吸引力的商品包装，方能迎合市场

需求。然而,经济的高速发展,使现代包装走向了或奢侈或便捷的道路,大量包装废弃物加重了浪费,加大了环境污染,引发了人们强烈的反思。

(四) 后现代包装

1972年联合国发表的《人类环境宣言》拉开了世界绿色革命的帷幕。1975年,德国率先推出产品包装的绿色回收标志。此后,“绿色包装”得到了世界各国的高度重视。

20世纪90年代,在环保浪潮的影响下,“自然”、“原始”、“健康”的观念深入人心。在这种理念下,“轻量化”、“小体积”的理想实用包装,不仅仅局限于能够容纳、保护、促销及成本合理化的需求,而且开始倡导“绿色包装”这一消费市场的新观念,使产品与包装材料向着“无污染”、“可持续”的方向发展(图1-15、图1-16)。



图 1-15 鸡蛋包装,使用新型环保纸材,轻便,缓冲功能佳



图 1-16 Birra and Gusti 手提袋包装(设计: Studio Boca)
此包装是无纺布袋制作而成,可以循环使用。结合了绿色设计的思维、简单的版式,为产品宣传了一种绿色的、无污染的形象

此外,品牌扮演的角色越来越重要了。20世纪60年代,品牌大多就是制造商的名字。从20世纪90年代到进入21世纪,包装设计对品牌塑造的作用越来越明显,以至产品包装变成了品牌的载体。

21世纪是高科技的信息时代,以网络资讯和科技创新为资源辐射到社会的各个层面。人们的思维方式、价值取向和消费方式呈多元化发展。消费多样化所引起的市场的变化,是当今消费市场的重要特点,主要体现在:从传统消费观主要考虑“物”到现代消费观主要考虑“人”的转变;从重视生活水平的提高向重视生活质量的提高转变;从满足需求向创造需求、开拓市场转变。人们由传统生活方式转向追求高科技,追求更便利、更快捷、更环保的生活方式。总的来说,消费需求由物质向精神转移,求新求异的设计样式的竞争日益增强。

因此,当代包装设计走向高科技、可持续、人性化、简约、动态的设计趋势,呈现多元的设计风格。其宗旨是要拉近消费者与产品、产品与自然的距离,从整个社会发展的宏观角度考虑设计的定位,在多元化的设计脉络中彼此协调,促进经济与生态的协调发展,创造一个良好的生存和发展空间,使世界更加美好(图1-17、图1-18)。

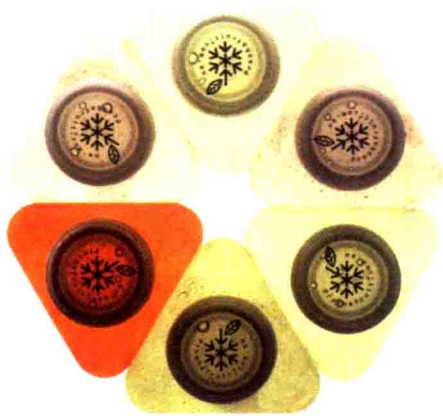


图 1-17 “Preshafruit” 果汁包装设计（设计：澳大利亚 Pidgeon 设计机构）

此果汁包装瓶打破常规的长方体和圆柱体的瓶型设计，单个包装瓶是一个三棱柱，6 个组合在一起形成一个六棱柱，便于堆码、展示，节省空间，同时富有美感，透明材料显示出果汁的诱人色泽和口感



图 1-18 头发护理产品包装（设计：Able Design Planning）

为时尚男女设计的头发护理产品系列包装，采用新型材料，可爱、新潮

二、概念解析

（一）包装的定义

从有包装这个名词开始，人们只简单地认为包装就是保护商品在运输过程中不被损坏的工具。现代包装出现以后，已自成体系，美国、英国、日本、加拿大等发达国家的专业机构都对包装有明确的定义。

美国——包装是使用适当的材料、容器，配合适当的技术，使产品安全到达目的地，并以最佳的成本，为便于商品的输送、流通、储存与销售而实施的准备工作。

英国——为货物的运输和销售所做的艺术、科学和技术上的准备工作。

日本——包装使用适当的材料、容器等技术，为便于物品的输送与保管，并维护物品之价值，保持物品原有的状态的形式。

加拿大——将产品由供者送到顾客或消费者，而能保持产品于完好状态的工具。

在中国，现行国家标准《包装术语 第 1 部分：基础》（GB/T 4122.1—2008）中，对包装的定义是：为在流通过程中保护产品，方便储运，促进销售，按一定技术方法而采用

的容器、材料及辅助物等的总体名称。也指为了达到上述目的而采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等的操作活动。

综上所述,现代包装设计就是为保护商品、便利储运和促进销售为目的,将艺术和技术相结合,采用适当的材料、容器、结构和视觉传达技巧对产品进行科学处理的工作。

由此定义我们可以看出,包装设计的内容包括了三维的立体设计和二维的平面设计。其设计范畴包括:包装材料设计、包装容器造型设计、包装结构设计、包装图形设计、包装色彩设计、包装文字设计、编排构成设计以及广告宣传等方面的整体设计。

(二) 包装的分类

商品包装作为一门边缘学科,自它产生之日起就具有了多门类构成的综合性质,随着时间的推移,各种新工艺、新材料、新观念、新产品及新市场的不断加入,它的综合性质愈加明显,其构成成分更趋复杂多元,多元性是现代包装的分类原则之一。

(1) 依据包装形态,可分为个包装(或称个装)、中包装(或称内装)、大包装(或称外装)。

(2) 依据包装材料,可分为纸盒包装、塑料包装、金属包装、木质包装、玻璃包装、陶瓷包装、复合包装等。

(3) 依据包装工艺技术,可分为防水包装、防潮包装、缓冲包装、真空吸塑包装、喷雾气压式包装、充气包装等。

(4) 依据包装内容,可分为食品包装、烟酒包装、饮料包装、药品包装、纺织品包装、文化用品包装、化妆品包装、五金用具包装、电子产品包装、玩具包装等。

(5) 依据包装用途,可分为专用包装、通用包装、特殊用品包装等。

(6) 依据商品销售对象,可分为内销包装、外销包装、经济包装、礼品包装等。

(7) 依据包装处理方法,可分为一次性包装、可回收包装等。

(8) 从包装的本体上分为两大类,即工业包装和商业包装。工业包装,是以保护商品安全流通、方便储运为目的,也称运输包装,俗称大包装、外包装。商业包装,是以销售为目的,与产品形成一个整体,着重销售的易卖性,所以也称销售包装,俗称小包装、内包装,是包装设计的核心和重点



图 1-19 迷你木质香料盒(设计: Helena Baita Bueno)



图 1-20 特级初榨橄榄油包装(设计: Olio Clarici)

三、功能解读

从包装出现以来,包装的功能逐渐由单一向多元化过渡。在今天,现代包装对商品以及生产商、销售商和消费者所起的作用显而易见。现代包装具有自然功能和社会功能,自然功能包括保护和便利功能;社会功能包括促销功能和象征功能。

(一) 自然功能

包装对于商品的自然功能主要是保护商品和便利运输,这是包装最基本也是最重要的功能。它能使商品在生产出来之后能够免受流通过程中由于各种外来原因而对商品造成的损害,使产品完好、安全地到达消费者的手中。

1. 保护功能

时至今日,各式各样复杂的产品与日俱增,但最基本的保护却是少不了的。因此,保护功能是包装最基本的功能,应包括防冲击、防震动、耐压,以及根据包装内容的不同需要防湿、防高温或低温、防挥发或渗漏、防污染、防微生物、防光照、防气体甚至防盗窃等(图 1-21)。

2. 便利功能

包装的便利功能包括:便于运输和装饰,便于保管与储存,便于携带与使用,便于回收与废弃处理等(图 1-22)。

便利储藏主要体现在标识的识别性、规格的统一性和尺寸的合理性、密封性等;便利销售体现在包装形式方便购买、方便携带,如堆叠、悬挂、陈列的方式给销售带来便利(图 1-23);便利处理是绿色包装首要考虑的问题,包装的重复使用性、废弃后的可回收再利用性等。



图 1-21 酒包装设计

淡雅的色调、简约的平面设计,现代感十足