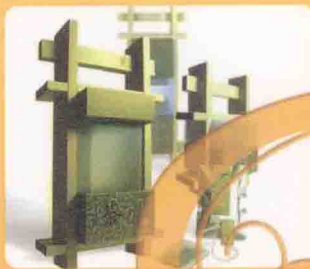




全国高等院校艺术设计规划教材

SHANGPIN
BAOZHANG SHEJI



商品包装设计

赠送
电子课件

刘宏芹 王秀华 刘宝成 编著

清华大学出版社



全国高等院校艺术设计规划教材

SHANGPIN
BAOZHUANG SHEJI



商品包装设计

刘宏芹 王秀华 刘宝成 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

随着社会经济的发展,艺术设计越来越受到人们的重视。艺术设计是为了满足人类的需要,通过脑力劳动和体力劳动的结合对设计方案进行有效实施,与日常生活紧密相连,最终达到为人类服务的目标。艺术设计是一门独立的艺术,又是一门综合的艺术,随着工业与科技的发展,艺术设计所涉及的因素日渐增多,如社会、文化、经济、科技、市场等。商品包装设计就是艺术设计的一个门类,是一个具有独立系统的门类。它是艺术与技术的结合,是能够反映社会文明、市场经济现状、消费者需求、科技发展水平、文化传统特征等各种特点的艺术门类。

全书分为8章,对商品包装设计进行全面分析,采用实例与理论相结合的方法,介绍了商品包装设计的发展历史、商品包装设计在当今社会的重要性、商品包装设计的设计原则及程序、商品包装设计的平面及立体因素、商品包装设计与消费者心理的关系等,还重点介绍了茶叶包装、土特产包装的有特色有价值的商品包装设计类型,多角度、多层次地构架出商品包装设计的立体性。

本书图文并茂,用国际最前沿的商品包装设计案例来解释包装设计的理论观点,是理论与实践的很好结合。并且通过对国际商品包装形势的探析,对我国商品包装设计的现状及存在的问题进行了相关分析和补充。本书内容翔实,所收录的图片都是国内外优秀的商品包装设计作品,适合高等院校的相关专业本科生、研究生,以及从事相关专业的读者学习参考。

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 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

商品包装设计/刘宏芹、王秀华、刘宝成编著. —北京:清华大学出版社, 2014.
全国高等院校艺术设计规划教材
ISBN 978-7-302-37445-9

I. ①商… II. ①刘…②王…③刘… III. ①商品包装—包装设计—高等学校—教材 IV. ①J524.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第170676号

责任编辑:汤涌涛 魏莹
封面设计:刘孝琼
责任校对:周剑云
责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>
地 址: 北京清华大学学研大厦A座 邮 编: 100084
社总机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544
投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn
质量反馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn
课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62791865

印 装 者: 北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 190mm×260mm 印 张: 14 字 数: 339千字

版 次: 2014年8月第1版 印 次: 2014年8月第1次印刷

印 数: 1~3000

定 价: 42.00元

产品编号: 054563-01

随着社会经济的发展及人们生活水平的提高,人们的审美态度发生着巨大的变化,就商品包装设计来说,包装对于消费者最初仅是简单的保护和包裹的功能,而今,商品包装设计不仅起到了基本的保护功能,而且还和人们的审美产生联系,成为能够体现个人审美和品位的艺术。

商品包装是伴随着商品的产生而出现的。在现代科技和商业的推动之下,商品包装经过上千年的发展和演变,已经走过了它的萌芽、成长和发展期,进入了当代社会的发展阶段,商品包装的概念也和原来不同社会背景下的商品包装有了本质的不同。如今,商品包装不仅是单纯的包裹、短距离的运输、简单的保质等功能,它已经变成了连接生产和消费的纽带,真正做到了商业与艺术相结合,成为传播产品的重要手段,在当今的商品界和社会生活中占有相当重要的位置。

商品包装设计是时代发展的缩影。在漫长的人类文明的岁月中,包装随着人类文明的发展而发展。人们对于包装的认识也是逐渐加强和深化。不同地区、不同民族、不同历史时期,人们对于包装的认识和要求都不尽相同。随着物质文明和精神文明的发展,甚至不同年龄和不同性别的人对包装的要求也不尽相同,这体现了社会的进步和人类文明程度的提高。包装的发展越来越受到人们的重视,不仅仅是包裹产品和盛放衣食,更重要的是传达商品的信息,甚至传达企业文化,成为商品最直接的广告。包装对于每个购买者来说也不会陌生。世界上任何一个民族、国家,每个人的生活都与商品紧密相连,同时也享受着商品包装艺术带来的审美享受。

第1章为历史回顾部分,纵向分析了商品包装设计发展的几个阶段,即:原始的萌芽阶段、古代发展阶段、现代发展阶段、当代发展阶段。通过历史的回顾便于读者从纵向上梳理商品包装设计发展历程,更容易理解当下商品包装设计的现状。

第2章是概述部分,介绍了商品包装设计的概念、分类及重要性,有助于读者加深对商品包装设计的理解。

第3章介绍了商品包装设计的原则、方法及程序。

第4章至第5章介绍了商品包装设计构成的平面及立体因素,这部分是本书的重点,全面分析了构成包装设计的因素,以及各个因素对于商品包装设计的重要性和设计方法。

第6章分析了商品包装设计与消费者心理的关系。因为商品包装设计最终是为消费者服务的,因此探讨与消费者心理的关系是非常必要的。在该部分中,还探析了针对不同消费者要进行不同的设计策略。

第7章则是对商品包装设计未来的展望。随着社会科技的不断进步,商品包装设计也出现了一些问题,如资源的浪费等,因此在未来的商品包装设计中,应该摒弃现今出现的问题,从绿色、可持续发展的角度进行商品包装设计。

第8章是案例分析的章节,对茶叶、特产及各种商品包装设计的特性进行了分析,使消费者能够对不同的产品进行不同的了解。

本书由刘宏芹、王秀华、刘宝成编著，王秀华负责全书的统稿工作，其中第2、4、5、8章由刘宏芹编写，第1、3、6、7章由刘宝成编写。

由于编者水平有限，书中难免有一些不足之处，欢迎同行和读者批评指正。

编 者

第1章 商品包装设计简史 1

1.1 原始包装的萌芽阶段.....2	
1.1.1 原始包装概述.....2	
1.1.2 商品包装设计的概念.....4	
1.1.3 原始包装的分类.....5	
1.2 古代包装阶段.....6	
1.2.1 古代包装概述.....6	
1.2.2 古代包装的特点.....9	
1.2.3 古代包装的分类.....10	
1.3 近代包装阶段.....15	
1.3.1 近代包装概述.....15	
1.3.2 近代包装的特点.....16	
1.4 现代包装阶段.....19	
1.4.1 现代包装概述.....19	
1.4.2 现代包装的特点.....21	
1.4.3 现代包装与近代包装的比较.....21	
本章小结.....22	
思考练习题.....22	
实训课堂.....22	

第2章 商品包装设计概述 23

2.1 什么是商品包装设计.....24	
2.1.1 商品包装设计的概念.....25	
2.1.2 商品包装设计为商品创造附加价值.....28	
2.2 商品包装设计的分类.....30	
2.2.1 按包装造型分类.....30	
2.2.2 按产品内容分类.....34	
2.2.3 按包装材料分类.....37	
2.2.4 按产品性质分类.....40	
2.2.5 按包装的形状分类.....41	
2.2.6 按包装技术分类.....43	
2.3 商品包装设计的重要性.....44	
2.3.1 商品包装的保护功能.....44	
2.3.2 商品包装的销售功能.....47	
2.3.3 商品包装的便利性.....47	
2.3.4 商品包装的精神功能.....50	
本章小结.....51	

思考练习题.....52	
实训课堂.....52	

第3章 商品包装设计的原则、方法及程序 53

3.1 商品包装设计的原则.....54	
3.1.1 安全原则.....56	
3.1.2 便利原则.....59	
3.1.3 醒目原则.....60	
3.1.4 理解原则.....64	
3.1.5 利销原则.....65	
3.1.6 整体原则.....67	
3.1.7 创新原则.....69	
3.1.8 德性原则.....71	
3.1.9 法制原则.....73	
3.2 商品包装设计的方法.....74	
3.2.1 表现重点.....74	
3.2.2 表现角度.....76	
3.2.3 表现手法.....77	
3.3 商品包装设计的程序.....79	
3.3.1 市场调研.....79	
3.3.2 创意策划.....80	
3.3.3 设计表现.....81	
3.3.4 评估作品.....82	
3.3.5 实施.....83	
本章小结.....83	
思考练习题.....84	
实训课堂.....84	

第4章 商品包装设计构成的平面因素 85

4.1 文字因素.....86	
4.1.1 商品包装设计中的文字.....88	
4.1.2 商品包装设计中文字的类别.....91	
4.1.3 商品包装设计中文字的功能.....94	
4.2 图形因素.....97	
4.2.1 商品包装中图形的分类.....98	
4.2.2 商品包装中图形的应用原则.....104	

4.2.3 传统图形在现代包装中的体现	106
4.3 色彩因素	108
4.3.1 商品包装中色彩的功能	109
4.3.2 商品包装中的色彩设计原则	112
4.3.3 包装色彩的设计要点	113
本章小结	116
思考练习题	116
实训课堂	116

第5章 商品包装设计的立体因素 117

5.1 容器包装概述	118
5.1.1 容器包装的概念	118
5.1.2 包装容器的种类	120
5.1.3 包装容器的作用	121
5.2 纸包装造型设计	126
5.2.1 纸包装容器概述	127
5.2.2 纸包装容器设计概述	127
5.2.3 纸盒结构的设计	128
5.2.4 纸质包装容器设计的原则	135
5.3 现代包装容器的要求	137
5.3.1 商品的实用性	139
5.3.2 设计障碍	139
5.3.3 与环境因素相吻合	140
5.3.4 符合人体工学和仿生学	140
5.3.5 包装设计上操作使用的暗示 或提醒	141
5.3.6 造型符合设计潮流	141
5.3.7 实现产品高附加值	142
5.3.8 传统文化的体现	144
本章小结	145
思考练习题	145
实训课堂	145

第6章 商品包装设计与消费者心理 ... 147

6.1 商品包装与消费者心理	148
6.1.1 消费者心理概述	149
6.1.2 消费者对商品包装的认知过程	151
6.1.3 消费者选择商品的心理	153

6.2 商品包装的心理功能与心理策略	158
6.2.1 商品包装的心理功能	159
6.2.2 商品包装的心理策略	161
6.3 个性化消费心理与特殊群体的心理研究	163
6.3.1 个性化消费心理	163
6.3.2 商品包装设计与儿童心理认知	166
6.3.3 商品包装设计与女性消费者的 消费心理	171
本章小结	173
思考练习题	174
实训课堂	174

第7章 我国商品包装设计的的发展趋势 ... 175

7.1 商品包装设计的绿色环保趋势	176
7.1.1 绿色环保的包装设计概述	177
7.1.2 包装设计的绿色设计理念	181
7.1.3 包装结构“绿色化”的重要性	184
7.1.4 绿色包装结构设计的造型设计	186
7.1.5 绿色包装结构设计的创作思路	188
7.2 商品包装设计的人文趋势	190
7.2.1 现代商品包装设计对文化内涵的 注重	191
7.2.2 “以人为本”的商品包装设计 趋势	192
7.3 系列化包装设计是商品包装设计的趋势	195
7.3.1 系列化包装产生的必然性	195
7.3.2 系列化包装设计的方法	197
本章小结	200
思考练习题	200
实训课堂	200

第8章 各类商品的包装设计应用 201

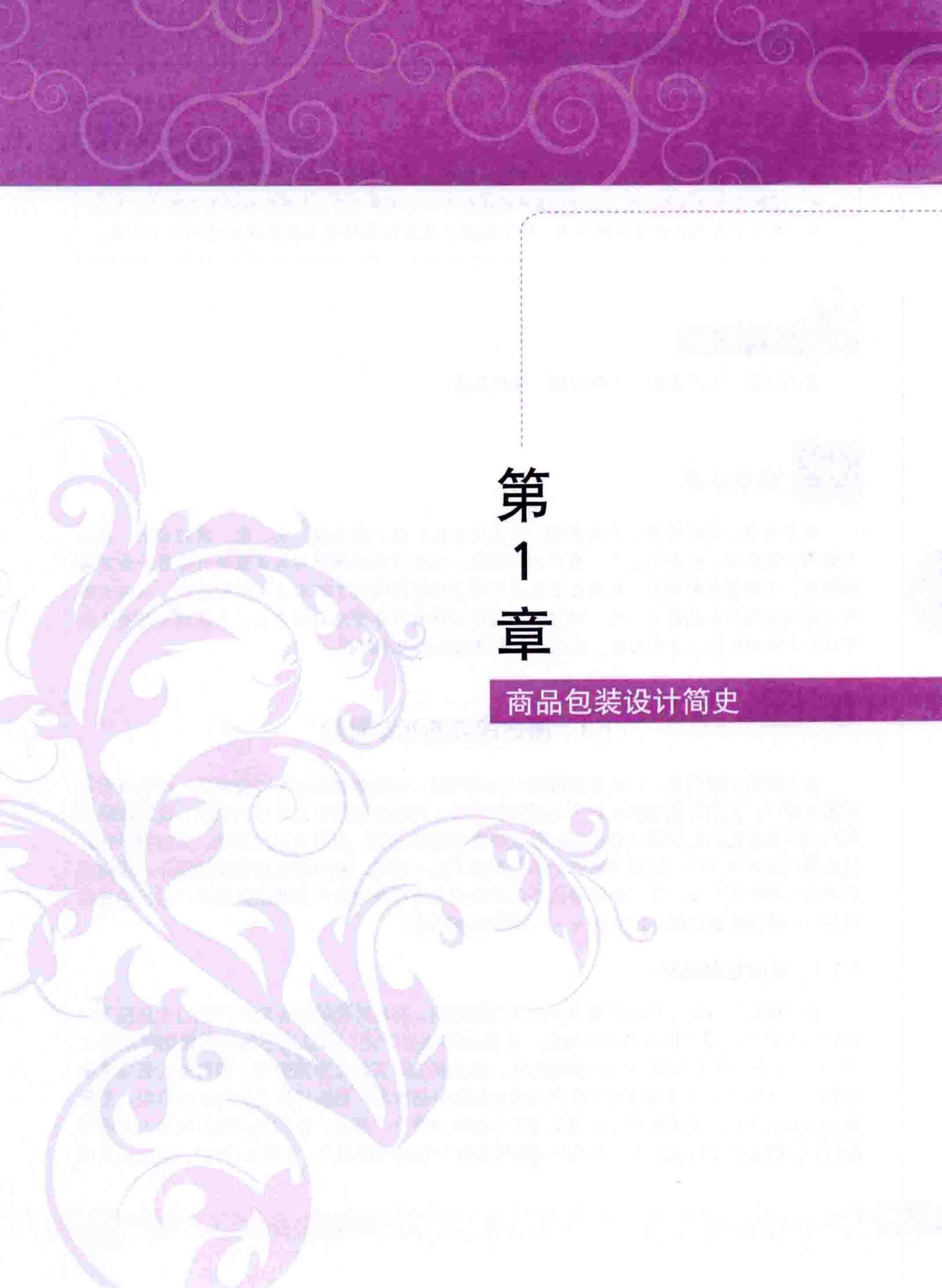
8.1 茶的包装设计	202
8.1.1 中国茶文化的发展	203
8.1.2 茶的包装设计定位	204
8.1.3 现代茶叶包装的视觉因素之文字	205
8.1.4 现代茶叶包装的视觉因素之图形	206
8.1.5 现代茶叶包装的视觉因素之色彩	207

Contents

目 录

8.2 地方特色商品的包装设计.....209	8.3.2 酒水的包装设计应用211
8.2.1 地域性材料及文化元素的选择209	8.3.3 文教用品及视听用品的包装设计213
8.2.2 地方特产的地域造型特点 及地域性的色彩210	本章小结.....215
8.3 其他商品的包装设计应用.....211	思考练习题215
8.3.1 礼盒的包装设计应用211	实训课堂.....215

参考文献.....216



第1章

商品包装设计简史

学习要点及目标

- 要求掌握商品包装设计的发展过程,理解各阶段商品包装艺术的特点。
- 了解每个阶段商品包装设计与其他阶段的不同,理解各阶段发展历程的转变及密切关系。
- 学习中要把握好本章的难点,即了解近代包装设计与现代包装设计的不同与联系。



核心概念

原始包装 古代包装 近代包装 现代包装



本章导读

以史为鉴,方能明智,不失偏颇。什么是包装?包,意为捆、扎;装,意为容纳。在人类文明的进程中,社会的变革、生产力的提高、生活方式的进步都与包装设计有着千丝万缕的联系。了解包装的演变、商品包装设计的演变能够清晰地了解人类文明的进程,从而更加有效地指导现如今的设计工作,对当今的设计工作有着非常现实的意义。包装的发展史大致可以分为原始包装、古代包装、近代包装和现代包装四个阶段。

1.1 原始包装的萌芽阶段

在人类文明进程中,包装是随着生产力的发展、科技的创新而发展起来的。在包装设计发展过程中,人们对包装的认识也是逐渐深化的。包装从原始社会简单的保护、包裹阶段发展到商品出现之后的封建社会中利用包装来进行商品交易,进而考虑到运输、交通等条件,再发展到近现代之后,商品包装开始不再局限于某一材料、某一容器等简单的设计,而是成为商品流通中的重要一环。欲了解商品包装的历史进程并对今天的商品包装设计进行很好的指导,必须从商品包装设计的源头——原始包装开始。

1.1.1 原始包装概述

在原始社会时期,商品包装设计处于萌芽时期。石器时代的祖先们生产能力十分低下,在原始人群中,通过猿人的体质变化,不仅能够直立行走,而且还会制造和使用简陋的工具。但是,因为他们的生活环境极度险恶,自己制造的工具又非常简陋,因而他们必须采用群居的生活方式,这样的原始人群是人类社会的最初阶段,也是早期人类的社会组织,是最基本的社会单位。原始包装就在这个最基本的社会单位中形成。他们靠这些简陋的工具维持生活,这些工具主要包括木、石器以及动物的骨和角制成的器具,如图1-1所示。这些器具成

为原始社会用来盛放食物和饮水的器具。这些器具就成了最原始的包装案例。按照今天的概念,这些器具并不是最标准的“商品包装”,因为它们并没有商品流通的职能,只是作为一个家族中互相传递食物和水的工具。但是,此时已经出现了包装的萌芽,故这一阶段是商品包装设计最原始的萌芽阶段。

随着生产力和生活水平的进一步提高,祖先们将简单的工具发展到大自然恩赐的各种东西,比如植物中的竹、竹筒、葫芦、树皮、荷叶、芭蕉叶;动物中的皮、鸵鸟蛋壳、海螺壳等天然材料。在这些天然材料中,葫芦、竹筒等被用作液体容器,竹、草等被用来编织成筐。利用自然物来做包装的习俗一直沿用至今,比如我国现在都有用粽叶包粽子的习俗,用竹筒做粽子、用荷叶包装食品、用蛤蜊包装润肤油等,深受老百姓的喜爱。

在山东省大汶口新石器时代遗址上,曾出土过四件骨针管,它们是用来包装缝纫用的骨针的容器。它们分别使用兽骨和鸡胫骨支撑,有6~10厘米的大小,和原始社会所有有包装功能的工具一样,虽然它们还不是商品,但是这种能够使用骨做贮存保管容器的技能足以体现我们祖先的聪明才智,可谓“巧夺天工”。

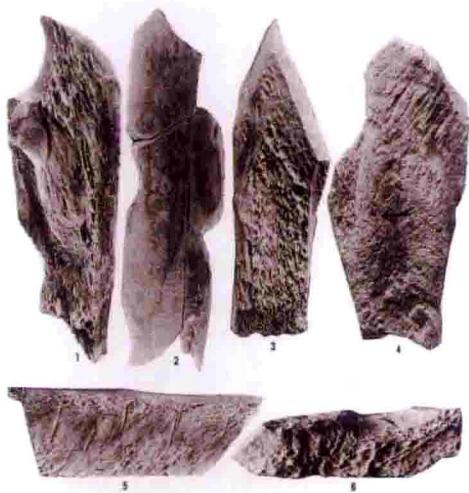


图1-1 原始社会时期使用的工具

案例1-1

原始包装设计案例1——粽子

粽子又称“角黍”、“筒粽”,是我国的传统食品,每逢端午节,人们都有吃粽子的习惯。粽子由粽叶包裹糯米蒸制而成,虽然南北口味稍有不同,但都有相同的传说:为纪念屈原而流传的。粽子是中国历史上文化积淀最深厚的传统食品。如图1-2所示是粽子的包装。

世界上最早的实物粽子是2010年12月,江西德安县宋代古墓出土的两个实物粽子,据说,早在春秋时期就已经出现“筒粽”,直到现在的每年农历五月初五,中国百姓家家都要浸糯米、洗粽叶、包粽子,这种风俗也流传到朝鲜、日本及东南亚诸国。



图1-2 粽子的包装

粽子的包装设计符合现代包装设计崇尚的“原生态设计”原则，并且符合中国传统文化中“天人合一”的思想。这种“以人为本”的设计理念，是强调人与自然和谐相处的本事，是自然造物的本质渊源。这种忠实于传统自然材料的理念及反映自然材料真实性的设计形态对如今包装设计产生了非常深远的影响。

原始社会的人们通过掌握天然材料的特性并将之合理、科学地应用于包装设计中，也体现了原始社会人们在包装中所体现的形式与功能相统一的追求，对于我们今天从事商品包装设计的工作有很大的启迪和借鉴。

1.1.2 商品包装设计的概念

原始人用柔软的草或树枝进行捆包，使用叶子、果壳、葫芦等盛装、转移食物和水。因这些包装均采用天然材料，原始包装也呈现出另外一个特点，就是它的不可替代性使有些包装一直沿用到现代生活，对如今的生活产生了一定的影响。如，用竹叶包粽子、用荷叶做荷叶饭、竹壳茶等。

案例 1-2

原始包装设计案例2——竹壳茶

竹壳茶(原名葫芦茶)如图1-3所示，海外侨胞称“仙茶”，有400多年的悠久历史，其产品用深山采集的10多种常用草药，通过特殊工艺配制而成，用竹壳包装成葫芦状，其性味甘、可口。

竹壳茶是采用紫金当地很常见的原料制作而成的，制作工序十分简单。但竹壳茶的制作有其独到之处，既不像铁观音、高山茶那样是炒出来的，也不像凉茶那样是煮出来的，它是经过蒸和煮两道工序形成的茶叶。



图1-3 竹壳茶

紫金地处山区，中草药资源十分丰富，紫金竹壳茶的原材料就是从当地采摘来的。竹壳茶的原材料主要包括鸭腿沐叶、金不换、救必应、金银花、鸡骨草、金钱草、葫芦草等，这些都是在山上很常见的中草药。

紫金竹壳茶用竹笋壳包装的历史一直持续到1986年改成小袋装才结束，其方便冲泡和饮用。但即便如此，竹壳茶的包装也仍然是如今包装设计课堂上最常用的原始时代的包装例子之一。

这个时期的包装区别于其他任何一个时期的最主要的特点就是完全使用天然材料, 这些天然材料都来自于大自然, 经过原始人的发现和挖掘直接使用或运用极其简单的方法制作而成。这些包装就地取材、加工简单、成本低廉、适合于短程小量的物资转运。

1.1.3 原始包装的分类

这个阶段的原始包装因为都是采用天然材料, 因此主要分为以下几类。

植物材料: 如竹、竹筒、树皮、荷叶、芭蕉叶、葫芦木等;

动物材料: 如牛、羊等动物的皮, 鸵鸟蛋壳, 海螺壳等。

案例 1-3

原始包装设计案例3——酒葫芦

酒葫芦, 是指葫芦作为一种容器的体现, 如图1-4所示。

在出土的新石器遗址中, 就有出土的古葫芦皮。河姆渡文化遗址中, 还出土过完整的葫芦的种子。可见, 古人在新石器时代就开始培育葫芦, 并且将其作为一种精神的崇拜物加以膜拜, 这一点可以从大量的出土器物中体现出来。从远古时代, 葫芦因其特有的造型, 就被当作容器使用。到了古代, 人们逐渐意识到, 葫芦盛酒有药用价值。《本草纲目》记载: 用葫芦装出来的酒有明目败火、助消化的药用功效, 因而, 酒葫芦一直沿用至今。

葫芦便于携带, 在民间就很受欢迎。到了现代, 在包装设计中, 葫芦也是一种天然材质进行生态包装的典范。当今, 除了做葫芦酒之外, 葫芦还可以做沐浴油、肥皂粉、浴盐等产品的包装, 用这种最原始的包装方式代替塑料和玻璃。

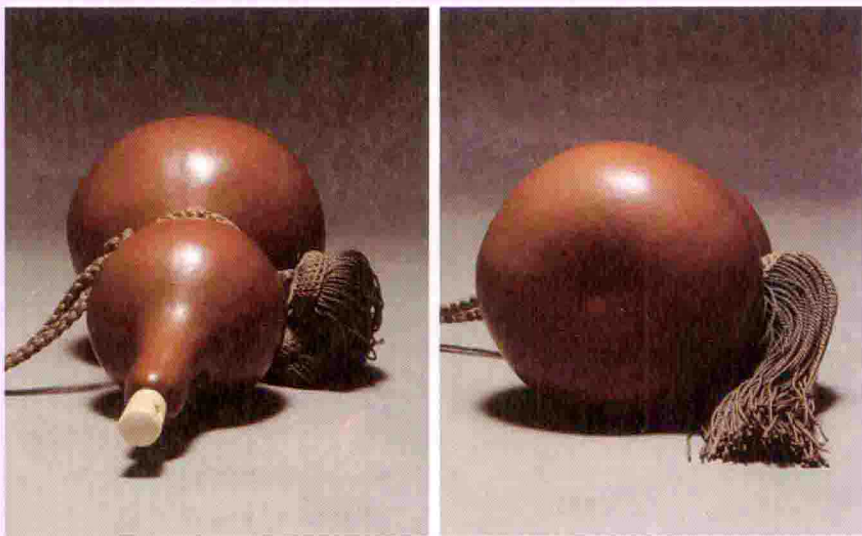


图1-4 酒葫芦

提示

这个阶段又被称为商品包装设计的自然阶段,因为原始社会初期和中期,不存在商品交换,故此时还不应该是商品包装设计的正式阶段,严格意义上来说,应该是商品包装史的“史前史”。在理解该阶段的理论概述、特点及分类时,只要把握“自然”二字,就能清楚地区分该阶段与其他阶段的不同,也能清楚地理解该阶段与其他阶段所存在的必然联系。

1.2 古代包装阶段

生产力的发展产生了商业和商品,商品越来越多,交易活动越来越频繁,随着商业规模的不断扩大,商品就需要转移和运输,此时,包装也由原始社会简单的保存和短距离的交换转变成为适应商品社会运输和交易的工具。

自原始社会末期开始至封建社会,人类跨越了古代的三种制度,即原始社会、奴隶制度和封建制度,商品包装也经历了它最重要的成长期。在这个时期,陶器最先登上历史舞台,成为结束原始包装萌芽时代,让古代包装进入成长时代最重要的标志。接下来,在商品经济的推动下,随着人类改造自然的能力逐渐提高,以及生产消费能力的逐渐提升,加之人类审美能力的不断提升,商品包装的门类越来越多,包装设计也逐渐形成争奇斗艳、丰富多彩、各显其能的局面。

这个时期,出现了金属容器、纸包装和印刷包装、陶瓷容器、竹木容器、纺织品包装等多种包装类型,为商品包装的进一步发展奠定了坚实的基础。

1.2.1 古代包装概述

自原始社会产生包装之后,经过漫长的历史演变,人类的认识水平及设计意识不断提高,在原始社会后期,摆脱了单纯利用自然进行包装的过程。1962年江西万年县仙人洞出土了距今大概1万年的新石器时代的陶罐,这是迄今中国境内发现的年代最早的成型陶器之



图1-5 在中国江西省神仙洞发现的最迂腐陶罐的残片

一,这是新石器时代开始的重要标志之一,也是原始包装时期结束,古代包装设计时代开始的标志。如图1-5所示,这是考古学家在中国江西省神仙洞发现的最迂腐的陶罐残片。传统概念以为,制陶技能产生于1万年之前。而科学家研究表明,该陶罐距今已有2万年。中美两国专家研究发明,陶器的发现可以追溯至后冰河期间。这种



陶色不均、内壁凹凸不平的陶罐是当时人类还居住在洞穴之内时用手捏制而成，制陶技术相当原始，但体现了原始人类认识能力的提高以及造型能力的增强，是古代包装史飞跃式的进步。

人们通过简单的制作改变了自然资源的属性，获得了更多、更稳定的属性，比如耐用性、防腐性等。随着时间的推移、人们审美能力的提升，陶器开始得到逐步改进和美化。

从制作原始的陶罐开始，就逐渐出现了具有保护、储存、运输功能的包装容器，可见，原始社会时期，原始陶罐的产生对于整个商品包装设计史来说，是一件了不起的大事。

古代包装的生产和发展使用比较普遍，与原始包装一样，有些包装并没有随着社会的发展而被淘汰，而因有朴实的价值，在商品经济发展到今天都能满足人们的需求，继续发挥着有益的作用，并且保留着它们本身原始的基本形态和特点。因此，古代包装也被我们称为传统包装。

青铜器时代，青铜容器就开始运用于生活中，用它来盛酒、盛食物、煮食物等。春秋战国时期，商业流通更加频繁，一派繁华。此时，商家就开始有意识地注重外形包装了。例如《韩非子·外储说左上》中记载的“买椟还珠”的故事。

案例1-4

“买椟还珠”的故事

如图1-6所示，“楚人有卖其珠于郑者，为木兰之柜，薰以桂、椒，缀以珠玉，饰以玫瑰，辑以羽翠。郑人买其椟而还其珠。此可谓善卖椟矣，未可谓善鬻珠也。”虽然这句话讽刺的是郑人只注重外表而不顾事物本质，做出了舍本求末的可笑事，但还反映出当时已有商人注重商品的包装来吸引顾客。这就是我国商品包装史上有记载的最早的“买椟还珠”的故事。



图1-6 买椟还珠

陶瓷这种材料的出现,让人造材料走入了新纪元。包装不仅限于自然界中的植物和动物,包装方式也不仅局限于包裹和捆扎,各种材料争相在历史的舞台上出现,漆器(如图1-7所示)、金属、纸张、玻璃、塑料等,这引发了一个时代的文明,商品包装设计真正进入了成长时期。

东汉时,蔡伦改进了造纸术,不久之后,纸包装就应用在各种商品中。



图1-7 汉代漆器

案例1-5

纸的发明

纸是中国古代四大发明之一。纸是汉族劳动人民长期经验的积累和智慧的结晶,用于书写、印刷、绘画或包装等的片状纤维制品。从迄今为止的考古发现来看,造纸术的发明不晚于西汉初年。早在西汉,中国已发明用麻类植物纤维造纸。中国西汉时已开始了纸的制作,魏晋南北朝时期纸广泛流传,普遍为人们所使用,造纸术进一步提高。造纸原料也多样化,纸的名目繁多,如竹帘纸、藤纸、鱼卵纸……蔡伦造纸的原料广泛,以烂渔网造的纸叫网纸,破布造的纸叫布纸。

纸在包装中很常见。纸的发明与革新也给包装带来了非常重要的作用。用于包装目的纸,可分为普通包装纸、专用包装纸、商标纸、防油包装纸和防潮包装纸等。它们通常具有高的强度和韧性。各类包装纸具有不同的性质和用途。例如,专用水果包装纸薄而柔软;感光防护纸不透光;防油包装纸(植物羊皮纸等)具有防油脂渗透性能;防潮包装纸(沥青纸、油纸、铝箔纸等)则有防潮性;商标纸是经印刷后作包装之用;普通包装纸多作一般商品包装用,质量要求不高。

隋唐盛世,中国开始与西域各国互通有无,各种外来文化的花纹等开始出现在此时的器皿中。

唐朝之后,刺绣大兴,以纺织品作包装开始成为非常流行的包装方式,很多刺绣包装一直沿用至今,如图1-8所示,这种刺绣做的小包装袋在当今很常见,经常用在首饰等小物件的包装上。

宋代，陶瓷业得到了蓬勃发展，并开始向欧洲及南洋诸国大量输出。各具特色的名窑在全国各地兴起，产品的品种也日趋丰富。公元1280年，元朝建立，枢府窑出现，景德镇开始成为中国陶瓷产业中心，其名声远扬世界各地。景德镇生产的白瓷与釉下蓝色纹饰形成鲜明对比，青花瓷自此在以后的各个历史时期也一直深受人们的喜爱，如图1-9所示。陶瓷流行，不仅陶瓷交易多且运输方便经济，瓷瓶上的花纹也成为吸引顾客的重要信息，甚至会随着花纹的受欢迎程度提高容器中酒或者醋的价格。此外，当时很多商品的包装中就开始出现商品产地、商铺牌号等信息，严防假冒，提高知名度。



图1-8 刺绣包装



图1-9 陶瓷容器上的花纹图案

商品经济的发展，促进了生产的发展，产品的不断增多就要求包装的多样化、系统化，如果说，原始的包装萌芽阶段是商品包装设计的“史前史”，那么这个阶段的商品包装设计才是真正成长并且发扬光大。

1.2.2 古代包装的特点

古代包装设计有以下几个特点。

首先，在包装材料上，古代商品包装沿用原始包装的特点，就是利用自然资源进行包装。但是，与原始包装不同的是，这个阶段的包装不仅单纯使用自然资源，而且对自然资源进行了一定的改造，比如，人们截竹凿木、模仿葫芦，来制造装食物、装水的容器。再比如，如图1-10所示，用植物的茎条编成各种筐、席、篓等器



图1-10 古代竹筐