



全国高等职业教育规划教材·艺术类专业

包装设计

印前制作技术案例

◎ 李琦 陈国东 编著



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>



全国高等职业教育规划教材·艺术类专业

包装设计

印前制作技术案例

◎ 李琦 陈国东 编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内容简介

本书采用包装设计技能加项目的编写模式,强化理论和实践教学相结合,提升学生动手能力。教学设计以激发创意、开拓思路为主,具体操作为辅,同时在设计项目中讲解了印前技术要点知识。本书以包装设计知识的“必需、够用”为度,案例均为符合企业技术要求的实际包装设计项目,形成了既适应高职教学普遍规律,又符合企业生产制作工艺标准的完整体系。

本书按照设计元素的选择及应用的难易程度进行教学项目安排,主要有以下六个方面:文字在包装设计中的应用、品牌标志在包装设计中的应用、图形图像在包装设计中的应用、色彩在包装设计中的应用、版式在包装设计中的应用、民族传统在包装设计中的应用;再结合包装设计的基础知识共十章。各章通过基础知识、设计实战、经典案例、课后练习四个环节安排教学。基础知识让学生了解不同设计环节及设计元素的知识,对包装设计有一定的感性认识,为后续学习做准备;设计实战介绍在校学生的设计作品,让学生了解同一学习层次学生的设计成果及思路,同时针对项目讲解印前技术工艺与流程;通过经典案例的分析,加深学习,开拓眼界;通过课后练习实现实践教学和理论教学的交叉互动。

本书可作为高职高专及本科院校的电脑艺术设计、视觉传达等艺术设计类专业教学用书,也可作为社会培训机构或包装设计自学者参考用书。教材配套的电子课件等资源请登录华信教育资源网(<http://www.hxedu.com.cn>)免费下载。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

包装设计与印前制作技术案例 / 李琦,陈国东编著. — 北京:电子工业出版社,2012.12

全国高等职业教育规划教材. 艺术类专业

ISBN 978-7-121-18908-1

I. ①包… II. ①李… ②陈… III. ①包装设计—高等职业教育—教材 ②印刷—前处理—高等职业教育—教材 IV. ①TB482 ②TS803.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第268788号

策划编辑:左 雅

责任编辑:左 雅

印 刷:中国电影出版社印刷厂

装 订:中国电影出版社印刷厂

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本:787×1092 1/16 印张:10.5 字数:268千字

印 次:2012年12月第1次印刷

印 数:3 000册

定 价:49.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至zlts@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

前言

随着商品市场的不断发展,包装设计的重要性和应用性更加突出。本书主要是通过理论讲解和应用设计指导来培养学生对包装设计的专业认识,加强创新观念,提高欣赏能力和应用设计能力,侧重从艺术性、科学性、应用性的角度,提高学生的综合艺术素质和艺术设计的表现力及创新力。

全书共十章,内容由浅入深,全面涵盖了包装设计的基础知识,通过案例图解形式来说明设计概念是如何实现的。

第一章包装设计概述:借助大量案例分析使学生对包装设计及其基本流程有初步认识,通过登录相关专业网站及阅读包装设计书籍,进一步深入了解包装设计基础知识。

第二章包装设计定位与方法:启发学生绘制草图、开拓设计与制作包装的思路,了解设计定位与方法。

第三章纸盒包装结构及包装材料:使学生了解包装中最为常见的材料及结构,了解包装的结构、材料和功能之间的关系,学习如何针对内容物的特色要求进行设计。

第四章文字在包装设计中的应用:通过设计分析和设计实例仿作,使学生掌握主体文字设计在包装设计中的应用,让学生准确地把握广告文件、说明文字等的使用规范,了解文字元素的应用方法和常见形式。

第五章品牌标志在包装设计中的应用:使学生掌握包装设计与品牌标志的关系,学会在包装中应用标志,来更好地表现不同商品的品牌特征。

第六章图形图像在包装设计中的应用:使学生掌握图形图像在包装设计中的应用,把握包装设计中图形图像的设计范畴,了解图形图像应用在包装设计中的规律、法则和形式。

第七章色彩在包装设计中的应用:使学生掌握色彩在包装设计中的应用,通过对色彩进行有效地管理和设计,来表现不同商品的特性。

第八章版式在包装设计中的应用:使学生掌握版式在包装设计中的应用,能准确把握包装平面视觉设计的版面编排特点,能较好地表现不同商品的特性。

第九章民族传统在包装中的应用:使学生了解民族传统文化在包装设计中的应用,有意识地思考不同包装体现的文化底蕴,对包装设计进行更深层次的探索。

第十章系列包装设计：系列化包装是一种商业行为，希望学生能在设计中有意识地思考商品营销策略，将品牌传播观念作为系列化包装的核心，设计出优秀的系列包装。

本教材在保证知识体系完备、脉络清晰、论述精准深刻的同时，尤其注重培养读者的实际动手能力，结合大量的包装设计项目来使读者进一步灵活掌握及应用相关的设计流程及印前工艺技术。

浙江同济科技职业学院李琦老师负责全书的基础知识、案例及作业等内容的编写，其中，“设计实战”模块的设计案例来自该院学生课堂作业，“经典案例”模块的设计案例大多来自视觉中国、设计在线、红动中国及国外专业设计网站等。中国美术学院陈国东老师负责印前工艺技术部分的内容编写并参与了案例设计的指导。同时感谢远在大洋彼岸的设计师朱东燮给予的指导和支持。

特别感谢以下作品作者：第一章刀板香设计者叶娇艳、第一章牛肉干包装设计者林洪、第二章海鲜包装设计者何紫歆、第四章烤香鱼包装设计者邬旭聪、第四章黑茶设计者俞玲玲、第五章四叶草设计者沈丹丹、第五章马六甲白咖啡效果图设计者金柔婕、第六章《红楼梦》书籍包装设计者方崇文、第六章天香百味设计者张黎、第七章纳西神草设计者来敏捷、第7章莲食坊包装设计者汤箐雅、第八章亿藻爱爱螺旋藻包装设计者柴樟琳、第九章醉鱼干包装设计者吴杏娣，以及第十章风干牛肉包装设计者及西湖藕粉包装设计者林洪。

编 著 者

目 录

第一章：包装设计概述

1.1 基础知识	2
1.1.1 包装的发展 / 5	
1.1.2 包装的功能 / 9	
1.1.3 包装设计流程 / 10	
1.2 设计实战	13
1.3 经典案例	16
1.3.1 仿自然物包装设计 / 16	
1.3.2 体现美国爱国精神的包装设计 / 17	
1.4 课后练习	18

第二章：包装设计定位与方法

2.1 基础知识	20
2.1.1 调研和分析阶段 / 20	
2.1.2 设计阶段 / 27	
2.1.3 包装定位管理 / 31	
2.2 设计实战	32
2.3 经典案例	33
2.3.1 定位于都市白领的简约牛仔裤包装设计 / 33	
2.3.2 重视使用感觉的卫生产品包装设计 / 34	
2.4 课后练习	34

第三章：纸盒包装结构及包装材料

3.1 基础知识	36
-----------------	-----------

3.1.1 常见纸盒包装结构 / 36	
3.1.2 纸盒包装结构设计方法 / 38	
3.1.3 纸盒包装设计原则 / 44	
3.1.4 常见包装材料 / 45	
3.1.5 盒型绘制 / 50	
3.1.6 包装结构设计 / 53	
3.1.7 分析总结试折的小样 / 54	
3.2 设计实战	54
3.3 经典案例	55
3.3.1 材料与设计的完美结合 / 55	
3.3.2 彪马首创环保型生态鞋盒 / 55	
3.3.3 结构上的小惊喜 / 57	
3.4 课后练习	58

第四章：文字在包装设计中的应用

4.1 基础知识	60
4.2 设计实战	64
4.2.1 烤香鱼包装设计 / 64	
4.2.2 云南黑茶包装设计 / 65	
4.3 经典案例	67
4.3.1 Jason Little 甜点包装设计 / 67	
4.3.2 Lintar 橄榄油包装设计 / 68	
4.4 课后练习	69

第五章：品牌标志在包装设计中的应用

5.1 基础知识	72
5.2 设计实战	77
5.2.1 四叶草化妆品设计案例 / 77	
5.2.2 马六甲白咖啡包装设计 / 79	

5.3 经典案例	81
5.3.1 白老醉品包装设计 / 81	
5.3.2 Goxua品牌包装设计 / 82	
5.3.3 Honey有机蜂蜜包装设计 / 83	
5.4 课后练习	84

第六章：图形图像在包装设计中的应用

6.1 基础知识	86
6.2 设计实战	94
6.2.1 《红楼梦》书籍包装设计案例 / 94	
6.2.2 天香百味干果包装设计案例 / 97	
6.3 经典案例	98
6.3.1 Mr Popple's Chocolate包装设计 / 98	
6.3.2 Smirnoff Caipiroska果汁酒包装设计 / 99	
6.3.3 Monster Milk (怪物牛奶)品牌整体包装 / 101	
6.4 课后练习	103

第七章：色彩在包装设计中的应用

7.1 基础知识	106
7.2 设计实战	111
7.2.1 纳西神草包装设计案例 / 111	
7.2.2 莲食坊包装设计案例 / 114	
7.3 经典案例	115
7.3.1 milko包装设计 / 115	
7.3.2 Fazer Vilpuri包装设计 / 116	
7.3.3 Fedrigoni Calendar 2011日历包装设计 / 117	
7.4 课后练习	119

第八章：版式在包装设计中的应用

8.1 基础知识	122
8.2 设计实战	129
8.2.1 亿藻爱爱螺旋藻包装设计案例 / 129	

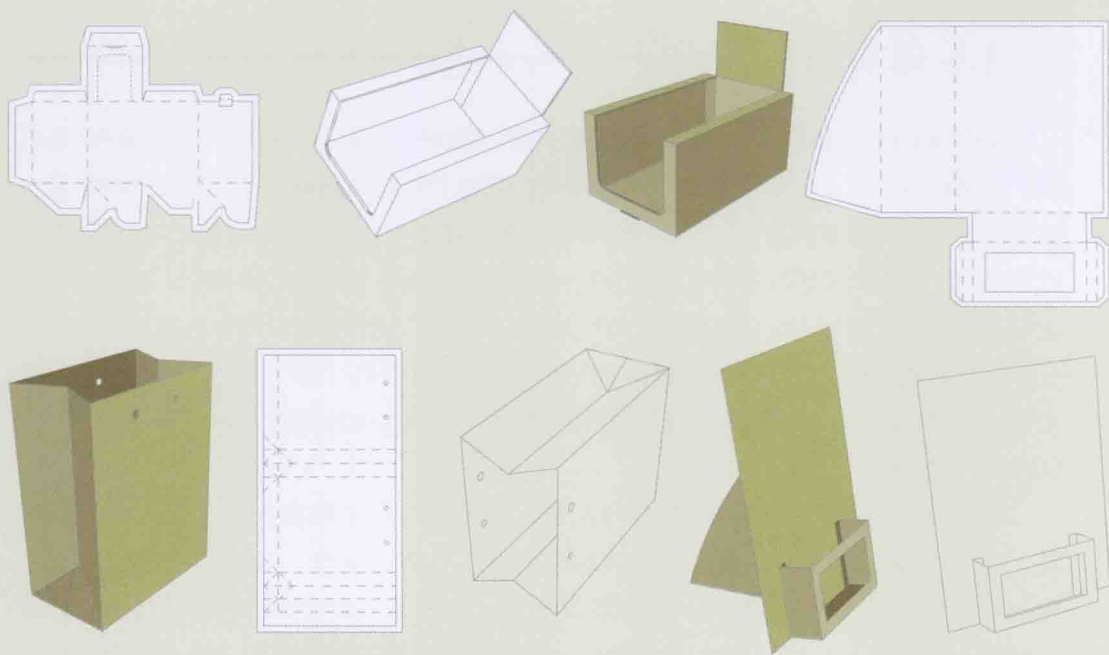
8.2.2 黄芩牙膏设计案例 / 131	
8.3 经典案例	133
8.3.1 TAPADE包装设计 / 133	
8.3.2 Tropicana kids包装设计 / 133	
8.3.3 BRUNO'S包装设计 / 134	
8.4 课后练习	135

第九章：民族传统在包装设计中的应用

9.1 基础知识	137
9.2 设计实战	141
9.2.1 醉鱼干包装设计 / 141	
9.2.2 青春宝包装设计 / 141	
9.3 经典案例	144
9.3.1 The Kraken 包装设计 / 144	
9.3.2 Grimm Brothers Brewhouse颠覆传统的包装设计 / 146	
9.4 课后练习	147

第十章：系列包装设计

10.1 基础知识	149
10.1.1 系列包装的统一设计 / 149	
10.1.2 包装设计系列化细节变化 / 152	
10.2 设计实战	154
10.2.1 风干牛肉包装设计 / 154	
10.2.2 西湖藕粉包装设计 / 156	
10.3 经典案例	157
10.3.1 The Black包装设计 / 157	
10.3.2 Sabadì 意大利巧克力包装设计 / 159	
10.4 课后练习	160



第一章：

Chapter 1

包装设计概述

训练目标：

通过本章内容的学习，使学生大致了解包装设计流程基础知识，在借助大量案例分析的同时，对包装设计有一定的感性认识，为后续学习做好准备。同时由浅入深地介绍了包装设计的功能和分类。

课时时间：

8 课时

参考书目：

《包装设计 150 年》（华表 编译）

《包装设计》（刘丽华）

1.1 基础知识

从字面上讲,“包装”一词是并列结构,“包”即包裹,“装”即装饰,意思是把物品包裹、装饰起来。从设计角度上讲,“包”是用一定的材料把东西裹起来,其根本目的是使东西不易受损,方便运输,这是实用科学的范畴,是属于物质的概念;“装”是指事物的修饰点缀,即把包裹好的东西用不同的手法进行美化装饰,使包裹在外表看上去更漂亮,这是美学范畴,是属于文化的概念。单纯地讲,“包装”是将这两种概念合理有效地融为一体。比如我们常吃的粽子的包裹料,用箬叶包裹,这就是“包”,如图1-1所示。而经过设计的粽子包装,其中的真空包装及外面的礼盒包装可以起到保护及促进销售的作用,这就是“装”所示,如图1-2所示。

早在原始社会人类生活就离不开包装,那时人们为了储存水和食物,用土烧制缸、壶、罐等,用竹子、藤草、茎等编织成篮子、筐、萝等,用兽皮和麻布做成口袋,用于保存食物或将食物从一处搬到另一处。这些能盛装食物的容器就是最早的食品包装,而在今天的包装设计中,还可以看见这些原始包装的影子,让人感到质朴、亲切,如图1-3和图1-4所示。



图1-1 箬叶包裹的粽子



图1-2 粽子包装



图1-3 芦苇在包装上的应用



图1-4 篮子在包装上的应用

我国新石器时代的彩陶，其实就是一种包装容器，如图1-5所示。它独特的造型，不仅具有良好的使用功能，同时还具有很好的装饰性和地域性。宋代山东济南刘家针铺的包装纸，是我国现存最早的纸包装，它是集包装、标志、广告为一体的包装形式，如图1-6所示。



图1-5 彩陶盆



图1-6 山东济南刘家针铺的包装纸

中国古代有许多设计精美的包装盒，如妇女用来装化妆品及佩饰等物的汉代彩绘漆盒，就是当时贵族的生活用品和包装用品，具有鲜明的时代特征，其色彩对比强烈、古朴，图案典雅细腻，线条流畅飞动，灵活多变，有一种空灵的意境，有强烈的装饰效果，说明当时的包装已有相当高的设计、制作水平。而在今天的包装设计中，我们同样可以看见很多传图案及色彩的运用，如图1-7和图1-8所示。



图1-7 茶叶包装

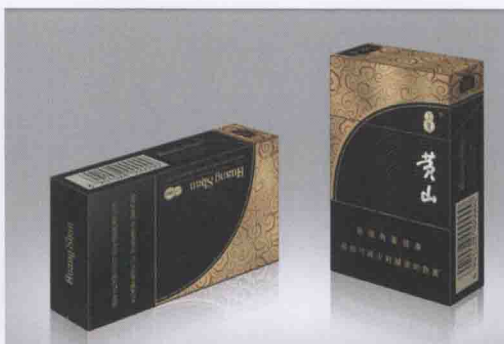


图1-8 香烟包装

我们生活中的瓶瓶罐罐、各类盒子，很多都是常见的包装。二十世纪六七十年代，几乎街上所有的百货店杂货铺都出售蛤蜊油，它价格便宜，实用耐用，深受广大市民的喜爱。蛤蜊壳完整清洁，洁白光滑，上面涂蜡，贴有商标。城市中的孩子有不少是通过蛤蜊油认识贝壳的。姑娘们衣兜里装上蛤蜊油到学校上学，课间掏出来相互比较着，看看谁的

蛤蜊壳更大，图案条纹更漂亮。蛤蜊油代表着那个年代孩子们对美丽的向往，对幸福的满足，如图1-9所示。烧饼袋的生产中经常选用两种材料，一种是普通牛皮纸，具有成本低廉，印刷方便等特点，缺点是不防油、油墨容易渗入袋子内等；另外一种淋膜牛皮纸，具有防油、纸张韧性好等特点，较好地解决了普通牛皮纸的缺陷，当然成本也稍微高些。现在市面上常用的包装袋一般采用淋膜牛皮纸材料，如图1-10所示。



图1-9 蛤蜊油包装



图1-10 油纸包装

包装是现代商品流通不可缺少的部分和外部形式，是商品进入流通、消费领域不可缺少的条件，是商品生产在流通过程中的一种继续。包装是商品的附属品，是实现商品价值和使用价值的一种手段。它的基本职能是保护商品和促进商品的销售。与我们司空见惯的大米的包装相比，日本山形县生产的森の家（Morinoie）大米的米袋包装，不仅完成了保护商品的作用，同时采用了独特的涂鸦式插图和简洁的版式，无疑更能吸引消费者的眼球，促进销售，如图1-11所示。再来看巴西的B品牌蜂蜜饮料的包装设计，采用了简洁的黄黑条纹，让人一眼就认出这是蜂产品，如图1-12所示。



图1-11 米袋包装



图1-12 蜂产品包装

包装设计是对商品的容器或结构外观进行的设计，从而提高商品的附加价值，激发消费者购买欲，最终影响消费者的观念及行为。船形包装的纳豆，让人不禁联想起童年的折纸船，更具亲切感，如图1-13所示。仿竹子形的水羊羹包装，竹子成了一种符号，代表纯朴的、新鲜的、天然的事物，如图1-14所示。



图1 - 13 船形包装的纳豆



图1 - 14 仿竹子包装

包装设计是一门集实用技术学、营销学、美学为一体的设计艺术科学。俄罗斯设计师Kian为Yarmarka Platinum谷物产品设计的包装不仅使Yarmarka Platinum成为俄罗斯市场上独一无二的品牌，而且彰显了品牌的独特魅力，提供来自世界各地的稀有谷物种，如图1-15所示。Kleenex的纸巾盒，以水果的外形带来夏日的清爽，如图1-16所示。包装设计不仅使产品具有既安全又漂亮的外衣，在今天更是成为一种强有力的营销工具。



图1 - 15 Yarmarka Platinum谷物包装



图1 - 16 Kleenex的纸巾盒

1.1.1 包装的发展

在提倡多元化的今天，商业包装设计在体现高新技术、提供良好功能的同时还充当着表现民族传统、人文特点、个性特色的多重角色。日本的一个乌冬面牌子Kanpyo Udon，采用有趣的南瓜造型与面条的流线感相结合，非工业式的艺术质感，打破了这一食品行业的传统包装风格，如图1-17所示。可口可乐的2009夏季特别装，一个系列5种

设计，描绘美国人的休闲生活和娱乐，如图1-18所示。



图1-17 乌冬面包装



图1-18 可口可乐的2009夏季特别装

随着“文化营销”、“品牌营销”、“知识营销”、“全球营销”、“形象营销”、“绿色营销”等新理论的产生，现代商业包装设计在未来的发展开始呈现如下趋势。

1. 文化包装

简单地理解，文化主要指精神层面的东西，如哲学、宗教、艺术、道德，以及部分物化的精神，如利益、制度、行为方式等。现代商业包装设计具有了对应市场的文化特点，及消费群体的价值观念、道德规范、生活习惯、美学观念等等的体现。现代商业包装设计随着产品本身的发展和社会选择的多样化，突破了传统商业包装主要用于容纳和保护产品的基本功能，越发强调以文化为导向，突出产品的标志化和个性化。台湾游山茶坊高山茶之翡翠系列包装设计采用了中国传统的青花瓷图案，加上书法、国画的元素，极具特色，如图1-19所示。利用中国传统的建筑形式，在包装中给人以独特的心理感受，以徽派建筑为主的包装设计不禁让人联想起小桥流水人家，如图1-20所示。



图1-19 台湾游山茶



图1-20 以徽派建筑为主的包装设计

2. 品牌包装

品牌是商标、名称、商业包装价格、历史、声誉、符号、广告风格的无形总和，是一个综合的概念。现代商业包装是品牌形象的重要载体之一，商品的商标、标志性图案、独特的视觉语言使消费者易于产生联想，使他们产生重复购买的冲动。面对同等价格，相同质量的竞争产品，消费者会因为现代商业包装的品牌特征而产生对于品牌的忠诚消费。SACHA有机可可是由厄瓜多尔Kallari社区合作社生产的，这款可可制品主要在欧洲销售。它的设计看起来干净和现代化，但仍然保持着合作社的乡村感觉，如图1-21所示。可口可乐包装无论是纪念包装还是零售包装，都一眼能认出其家族标志，如图1-22所示。



图1 - 21 可可制品包装



图1 - 22 可口可乐包装

3. 绿色包装

工业革命在使经济高速增长的同时，也使生态资源迅速减少，使人类的生存环境受到严重污染和破坏，这引起了全社会的普遍关注。现在人们对环境认识不断加强，越来越意识到环境问题的迫切性与绿色商业包装的重要性。现代商业包装设计越来越尊重环境，在商业包装材料的选用上，尽量减少原材料的消耗；提高包装的重复使用率，减少商业包装对环境的不利影响。由Yod Corporation Co.Ltd 设计的高级泰柚包装，生态且利于可持续发展，提升泰国水果的品质，如图1-23所示。当我们打开桶装方便面时，会发现有很大一部分其实是空的，这样就造成面桶体积在运输过程中的成本增大，也会导致仓储成本的提升。设计师为此设计了可伸缩式的面桶，很好地解决了这个问题。更有意思的是，当使用完毕，丢弃的面桶，也可以为垃圾桶节省出更多的空间，如图1-24所示。



图1 - 23 高级泰柚包装



图1 - 24 方便面包装

4. 个性化包装

为了促进商品的销售，人们一直在研究包装外观与结构的设计，在商品同质化现象日趋严重的今天，个性化的包装会以强烈的视觉冲击力吸引消费者的眼球，使消费者留意、停顿、观察、赞赏并最终产生购买行为。第20届 PDA 年度概念包装大赛中，第一名被著名的俄罗斯品牌设计公司KIAN摘得。如图1-25所示，一个独创的外包装，为鸡蛋提供了一个快速便捷煮熟的好方法：将一条能带来热量的材质，穿插在包装间，当操作这个智能小装置，其发生反应时所产生的热量，足以使鸡蛋加热至熟，短短几分钟内，就得到一份很有营养的健康早餐，是不是很巧妙呢。



图1 - 25 KIAN鸡蛋包装

台农17号直接采用凤梨外观造型作为包装设计，所代表的含意：“一整颗凤梨，新鲜奉礼”，除了强调为真实凤梨内馅外，独创的包装盒设计，跳脱了市场上常见的形式，和市面上的竞争品牌完全不同，是送礼的最佳选择，如图1-26和图1-27所示。



图1 - 26 台农17号



图1 - 27 台农17号