

QUANGUO
HUIYUANXIAO
S
AN
SH



Shangpin Baozhuang Sheji

商品包装设计

全国高等院校视觉传达类专业案例型
精编实训教材 郑斌 编著



Shangpin Baozhuang Sheji

商品包装设计

全国高等院校职业院校视觉传达类专业案例型
精编实训教材 郑斌编著

策 划：曹宝泉 田 忠
责 任 编 辑：黄秋实
装 帧 设 计 与 制 作：翰墨文化 / 史 铮
校 对：王素欣

图书在版编目 (C I P) 数据

商品包装设计 / 郑斌编著. — 石家庄：河北美术出版社，2010. 12
(全国高等艺术院校视觉传达类专业案例型精编实训教材)

ISBN 978-7-5310-3772-9

I. ①商… II. ①郑… III. ①商品包装—设计—高等学校—教材 IV. ①J524.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第247556号

全国高等艺术院校视觉传达类专业案例型精编实训教材
商品包装设计 郑 斌 编著

出版发行：河北美术出版社
地 址：河北省石家庄市和平西路新文里 8 号
发行电话：0311-87060677 85915060 85915009 85915045 (传真)
网 址：<http://www.hebms.com>
邮政编码：050071
制 版：翰墨文化艺术设计有限公司
印 刷：石家庄市东方彩印厂
开 本：889毫米×1194毫米 1/16
印 张：5.5
版 次：2010年12月第1版
印 次：2010年12月第1次印刷

定 价：30.00元

版权所有，侵权必究

前言

Qianyan

实践教学在高等院校艺术设计教学中占有重要地位，是培养新型、应用型人才的重要手段，是促使知识向能力、素质转化的有效途径。在当今的高等院校艺术设计教材中，多是用大量的篇幅强调系统的设计理论，再结合大量的国内外优秀设计作品和图片予以说明。这种教材在一定时期的确起到了一定的作用。但是，在当下中国高等教育从精英教育转向全民素质教育的今天，我们的高等教育更应该强调实践与应用。

实践教学是一个系统工程，要加强实践教学，就要理顺实践教学体系的内外关系，创造和谐的内外环境，细化实践教学目标体系，明确各实践环节和活动的具体目标，调整实践教学内容体系，精心组织，不同的实践类型采用不同的教学方法。实践教学的教材更是应该如此。

本教材遵循设计教学的一般原理，注重学生的创造性思维能力和动手能力的培养，以若干实际案例为设计课题，将设计理论融入实践教学中，从商品包装设计具体的各个环节入手，展示大量原创图片（过程性草图、方案图）与资料（合同范本），结合专业述评。旨在使学生了解商品包装设计的设计过程与创意思路，掌握包装设计的基本方法，从而能运用这些方法进行设计实践。

我们希望本书的出版能给当今的高等院校艺术设计教材市场带来一股清新的空气，广大的艺术设计学子们也势必会从中得到更大的收益。

编者

2010年7月

目 录

Mulu

第一章 基础理论

>> 001

- 一、商品包装发展历史 002
- 二、包装的定义与功能 005
- 三、包装设计的分类 007

第二章 实践设计程序

>> 009

- 一、包装设计合同 010
- 二、包装设计的前期准备与市场调研 013
- 三、设计定位 014
- 四、创意与思维 015
- 五、设计实施 020

第三章 工艺与材料

>> 023

- 一、包装设计与印刷工艺 024
- 二、包装设计与材料 027

第四章 设计实施

>> 033

一、纸盒包装设计	034
二、包装容器造型设计	039
三、系列化包装设计	046

第五章 包装设计案例

>> 051

一、酒类包装设计案例	052
二、文化用品类包装设计案例	062
三、日用品类包装设计案例	064
四、服饰用品类包装设计案例	069
五、其他类别包装设计案例	072

附录：包装设计的标准规范和法律法规	079
参考文献	081
后记	082



第一章 基础理论



1

一、商品包装发展历史

1. 商品包装雏形

我国在很早就出现了商业活动,大约是在距今五六千年前的原始社会晚期。当生产力发展到一定水平,有了社会分工和产品剩余后,商业活动就自然而然地产生了。《易·系辞》中就有“包氏没,神农氏作,……始列坐于国,日中为市,致天下之民,聚天下之货,交易而退,各得其所”。“列坐于国”指的是交易场所,“日中为市”是指交易时间,说明当时的商业交换活动比较频繁,并且已有了固定的时间和场所。到了殷商时期(公元前1751年~公元前1122年),货币首次产生并使用,以“贝”为货币,以“朋”为单位。西周时,文王治岐,采取了“关市讥而不征”的免税奖励政策,大大促进了商业的发展,并设立了完善的商业市政机构。

商业的发展带来了商业的竞争,商人们为了维护自家产品的信誉而促成了商标和包装等形式的出现和发展。1964年,在陕西咸阳以及后来在河南长葛县出土的西汉铁器,许多上面铸有“川”字,“川”指颍川,群阳城(今天的河南登封县告城镇)。另外,在北京郊区大葆台西汉古墓出土的文物中,有的铁斧上面铸有“渔”字,“渔”指渔阳郡(今天的京郊密云县)。这些可以看做是最早的产品商标的使用。关于包装的使用,在我

国不会晚于战国时期,在《韩非子》中记载了“买椟还珠”的故事,是讲一个不识货的郑国人以高价买去了华丽的装珠匣子,而将珠子还给了商人。这也从侧面说明了当时商业对包装的重视,以及当时的包装对消费者的吸引力。

欧洲的商业文明则是从地中海沿岸展开的,海运的发达促进了商业的发展。比如埃及的玻璃容器和制法就很快传到了欧洲大陆。古代埃及还出现了早期的商品标签。公元前13世纪的葡萄酒罐和壶上,或拴或贴上表示内容的书写文字的标贴。在埃及第十八王朝(公元前1567年~公元前1320年)的宫殿内贮藏的酒容器上就贴着注有“上等葡萄酒”“特级上等葡萄酒”的标记以示区分类别,这可能就是酒贴包装的最早起源。另外,在大英博物馆所藏的古埃及神庙建筑的瓦片上(公元前1450年左右)刻有制造者的名称标记,此类标记还出现在同时期的一些纪念雕刻、手工饰品上,表明了生产者已经开始具备品牌意识。到了古罗马时期,商业的繁荣促使了许多商业宣传手段的出现,在古庞贝城的遗址中,就可以见到许多实际上就是源于古罗马时期的酒馆在招牌上配挂木枝的习惯而得来的。这些都反映了商业的发展对商业促销行为所产生的促进作用。



图1-1 古代的贝币



图1-2 早期的木刻版商标



图1-3 西方早期葡萄酒包装



图1-4 德国海德堡城堡中最大最古老的储酒桶

2. 造纸、印刷技术的发明促进了商品包装技术和材料的进步

造纸术是我国古代四大发明之一。纸的出现,逐渐替代了以往成本昂贵的绢、锦等包装材料。《汉书·赵皇后传》中就有用纸包装中药的记载。从此,在商业活动中,纸被运用到食品、药品、纺织品、化妆品、染料、火药、盐等物品的包装中。另外,人们在造纸时不断改进,比如加上染料,制成象征吉祥喜庆的红色包装纸;加上蜡制成有防油、防潮功能的包装纸等。

到了19世纪,制纸技术得到了很大进步,使短时间内大量印刷复制成为可能。最早的制纸机是1803年英国伦敦的制纸业者富德林那兄弟(Henry and Sealy Fourdriner)从法国人手中买到了专利,并请专家技术人员经过苦心研究和花费了大量金钱才得以制造成功。从1806年的报告看,当时的制纸设备仅添加原料就需要7个人手工操作原料桶,机械重达约120公斤。到了1837年,由41人操作一台机器减为9人。到1860年,年产纸张已达1000吨/台高速机。现在使用的碎木纸浆原料制纸是从19世纪中叶才开始的,在这之前的原材料是用亚麻、木棉等,通过煮、碎、造浆等步骤完成的,纸质粗糙,因而不适宜彩色印刷。由于纸

质不能长久保存,所以我国现存最早的印刷品包装资料是北宋时期山东济南刘家针铺的包装纸,四寸见方,铜版印刷,中间是一个兔子的图形标记,上方横写着“认门前白兔儿为记”等字样。图形鲜明,文字简洁易记,已经具备了现代包装的基本功能,尤其是体现出了明确的促销功能。

19世纪初期,包装技术迅速结合了进入全盛时期的印刷技术,包装发展的多样化需求以及与材料的关系姑且不提,包装上品牌宣传印刷的要求被摆在眼前,玻璃瓶、陶瓷罐、金属容器、纸板盒、包装纸等都需要在外部表示出品牌形象,以起到引人注目,传达商业意图,提高产品附加值的作用。许多现象谁也没有预想到,比如,精美的彩色印刷刚开始应用于纸盒包装时,在美国,某洗涤剂厂在其产品上使用了精美的彩色插图。有的人收集了这样的包装,对其关心的程度超过了对商品本身的关注。由于印刷提供了表达的丰富性,商品的情报和信息传达变得更加自由、直接。包装上的信息传达功能取代了以前必须掌握商品知识的推销人员,也使零售业的普及成为可能。的确,在现代,地方土特产商品与超市里的商品相比,在商品的流通性方面就欠缺了许多。



图1-5 包装用的蜡纸



图1-6 白兔商标



图1-7 茶叶包装

图1-10

>>

二、包装的定义与功能

>>

一、包装的定义

包装工业是国民经济的一个重要组成部分，在我国属新兴工业。包装是为商品服务的，它与一般的物品容器有两点区别：一是从属性，二是商品性。在现代社会中，包装与商品已融为一体，从社会整体角度来看，商品包装的发展将产生良好的经济效益和社会效益，它从侧面反映了一个国家的物质文明和精神文明的发展水平。

包装是商品的附属品，是实现商品价值和使用价值的一个重要手段。包装的基本职能是保护商品和促

进商品销售。世界各国对包装所作的定义，都是围绕着包装的基本职能来论述的。例如美国的包装定义：包装是为产品的运出和销售所做的准备行为。英国的包装定义：包装是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。我国的包装定义：为在流通过程中保护产品，方便运输，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。



图1-11



图1-12



图1-13



图1-14

图1-11 化妆品包装

图1-12 可口可乐饮料包装

图1-13 月饼包装

图1-14 日用品包装

二、包装的功能

在实际生活中, 人和社会真正需要的不是包装本身, 而是包装的功能。从包装自身的生产领域到最后随同商品进入的消费领域, 其间要经历许多不同的环节。包装为适应各个环节的不同需要, 就必须具备多种多样的功能。

从总体来看, 包装的主要功能有以下六个方面:

1. 容纳功能
2. 保护功能

3. 传达功能
4. 便利功能
5. 促销功能
6. 社会适应功能

上述包装的六个主要功能是互相关联又互相制约的。不同的商品对包装功能的要求有不同的侧重, 包装设计会根据各种商品的具体要求进行科学合理的优化选择。

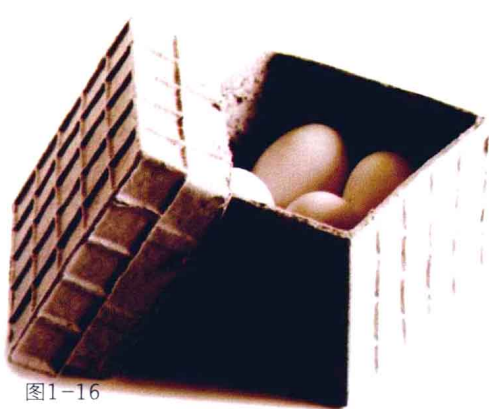


图1-15 BrewNcrds 酿造书呆子咖啡杯

图1-16 鸡蛋包装

图1-17 灯具包装

图1-18 土特产包装

图1-19 统一“康是美”包装



图1-20



图1-21



图1-22



图1-23



图1-24



图1-25

图1-20 糕点包装

图1-21 咖啡茶销售包装

图1-22 日用品包装

图1-23 水果包装

图1-24 红星高粱酒包装

图1-25 环保包装

图1-26 环保包装



图1-26

>>

三、包装设计的分类

>>

各种不同的商品和商品本身不同的要求，需要有各种不同的包装。在日常生活中，人们从不同的角度去看待包装，于是产生了不同的包装分类。例如从形态上的分类：箱、桶、瓶、罐、杯、盆、袋等；从材料上的分类：金属、玻璃、陶瓷、塑料、纸、木、复合材料等；从技术方法上的分类：真空、充气、冷冻、收缩、

贴体、组合等；从商品种类上的分类：食品、饮料、轻工、日用品、化工、医药、电器、纺织品、玩具等。此外，还有从结构上、风格上等各种分类。

从商品流通和商品本体上分类，则把包装分为运输包装和销售包装两大类。运输包装又称作工业包装、大包装。主要以满足运输、装卸、储存需要为目的，起

着保护商品、方便管理、提高物流效率等作用。运输包装一般不直接接触商品,而是由许多小包装集装而成,运输包装通常不随同商品出售给消费者。

销售包装又称作商业包装、小包装,主要以满足销售需要为目的,起着保护、美化、宣传商品、促进销售和方便使用等作用。销售包装通常随同商品一起出售

给消费者,是消费者在挑选商品时认识商品、了解商品的一个依据,对商品起着有效的促销作用。随着消费的发展,近年来有不少商品包装既是运输包装,又是销售包装,两者兼之。这类包装,应首先满足运输包装的功能要求,然后再扩展销售包装的功能要求。



图1-27



图1-28



图1-29



图1-30



图1-31



图1-32



图1-33

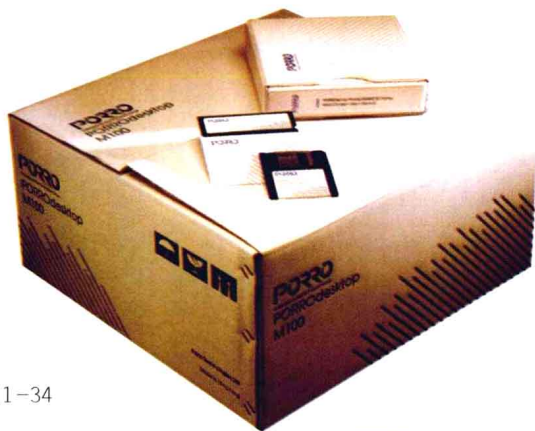


图1-34



图1-35



图1-36

图1-27 酒包装

图1-28 食品包装

图1-29 饮料包装

图1-30 日用品包装

图1-31 文具包装

图1-32 药品包装

图1-33 飞利浦电器包装

图1-34 IT产品包装

图1-35 洋酒包装

图1-36 食品包装



第二章 实践设计程序

2

>>

>>

一、包装设计合同

我国合同法规定得很明细,不同行业合同内容是不同的,如设计合同、建设工程合同、借贷合同等等,内容都有其行业特点及要求。但是,合同总的原则是相同的,如合同当事人应遵循平等、自愿、公平、诚信等原则。

商品包装设计的合同是客户和设计公司或设计师之间签订的法律文书,是对设计师劳动成果的一种尊重,更是对设计知识产权保护的有力支持。

设计公司或设计师可根据甲乙双方的意愿签订约定内容的设计合同。一般的商品包装设计合同有以下两种常见格式。

包装设计合同范本一:

XXXX设计公司 | 包装设计合同 | No.0001...

甲方: (以下简称甲方)

乙方: XXXX设计有限公司 (以下简称乙方)

依据《中华人民共和国合同法》和有关法规的规定,乙方接受甲方的委托,就公司标志设计或公司产品商标设计事项,双方经协商一致,签订本合同,信守执行:

1. 委托之事项:

甲方委托XXXX设计公司为其公司设计 包装。

备注:

2. 委托设计费用:

包装设计单价为人民币_____元,系列包装设计单价为人民币_____元。

总价为: 人民币_____元,

(大写: _____)

3. 付款方式:

甲方需在合同签订之日起两个工作日内将委托设计总费用的50%支付给乙方。

(标志设计的开始时间以乙方收到甲方款项之时算起)

(1) 乙方在包装设计完成品交付甲方后,甲方需

签名或盖章确认(以传真方式确认同样有效),确认后甲方应当在四个工作日内支付包装设计费用的全部余款。逾期甲方则需另外以每日按总金额5%的违约金累积支付乙方。

(2) 如有相关设计,设计费用需另计,标志通过即付总项目费用的30%,余款在相关设计完成后支付。如只有包装设计,包装通过即付所有余款。

4. 乙方设计作品的时间、交付方式:

(1) 乙方需在合同签订日起_____个工作日内设计出甲方的初稿;

(2) 设计完成的时间为_____个工作日(由甲方原因耽误的时间,完稿时间应顺延)

(3) 乙方以电子稿或打印稿交付方式交付设计作品,乙方在甲方余款结清之后即通过网络或邮寄等的方式把标志电子完稿交予甲方,甲方需签收。

5. 知识产权约定:

(1) 乙方对设计完成的作品享有著作权。甲方将委托设计的所有费用结算完毕后,乙方可将作品著作权转让给甲方(需另行签订转让合同),但乙方保留用于参展、评选的权利。

(2) 甲方在未付清所有委托设计费用之前,乙方设计的作品著作权归乙方,甲方对该作品不享有任何权利。

(3) 甲方在余款未付清之前擅自使用或者修改使用乙方设计的作品而导致的侵权,乙方有权依据《中华人民共和国著作权法》追究其法律责任。

6. 双方的权利义务:

甲方权利:

(1) 甲方有权对乙方的设计提出建议和思路,以使乙方设计的作品更符合甲方企业文化内涵。

(2) 甲方有权对乙方所设计的作品提出修改意见。

(3) 甲方在付清所有设计费用后有权要求签订著

作权转让合同,以享有设计作品的所有权利。

甲方义务:

(1) 甲方按照合同约定支付相关费用。

(2) 甲方有义务提供有关企业资料或其他有关资料给乙方。

乙方权利:

(1) 乙方有权要求甲方提供有关企业资料供乙方设计参考。

(2) 乙方有权要求甲方按照合同约定支付相应款项。

(3) 乙方对设计的作品享有著作权,有权要求甲方在未付清款项之前不得使用该设计作品。

乙方义务:

(1) 乙方需按照甲方的要求进行作品设计。

(2) 乙方需按照合同约定按时交付设计作品。

7. 违约责任:

(1) 甲方在设计作品初稿完成前终止合同,其预付的30%费用无权要求退回;甲方在乙方作品初稿完成后终止合同的,应当支付全额的设计费用。

(2) 乙方如无正当理由提前终止合同,所收取的费用应当全部退回给甲方。

8. 合同生效:

本合同下载打印需由甲乙双方签字盖章,以双方最后签字日期为生效日。

本合同一式两份,甲乙双方各持对方签字(盖章)合同一份,均具有同等法律效力。

甲方(盖章): 乙方(盖章):

甲方代表签名: 乙方代表签名:

日 期: 日 期:

地 址: 地 址:

电 话: 电 话:

开户行:

账 号:

包装设计合同范本二:

食品外包装设计公司(参考稿)

甲方(委托方):

地 址:

联系电话:

乙方(受托方):

地 址:

联系电话:

根据《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国合同法》及国家有关法律、法规的规定,甲、乙双方在平等、自愿、诚实信用的基础上,经友好协商,就甲方委托乙方设计食品包装盒事宜,达成如下协议,以资共同遵守。

第一条 设计作品数量

甲方委托乙方共设计_____种款式食品包装盒。

第二条 工作阶段及内容

本设计作品将分为两个阶段完成:

第一阶段:食品包装盒风格提案设计。

第二阶段:食品包装盒完稿设计。

第三条 合同价款及付款方式

(1) 甲乙双方约定,食品包装盒每一款式设计费用为人民币_____元,合同价款暂定为人民币_____元。实际按甲方最后确认接受的食品包装盒设计款式数量结算。

(2) 本合同签订后三个工作日内,甲方按合同价款的__%以现金方式付给乙方第一阶段设计预付款,乙方开始第一阶段即食品包装盒风格提案设计工作。乙方应提供多于__种提案供甲方选择确认。

(3) 乙方完成第一阶段设计即完成食品包装盒风格提案设计,提案被甲方确认接受后三个工作日内,甲方按确认的提案款式数量以现金方式再付给乙方__%的第二阶段设计预付款,乙方按甲方选择确认的提案开始第二阶段即食品包装盒完稿设计工作。

(4) 乙方完成第二阶段设计即完成食品包装盒完稿设计,并经甲方确认接受后三个工作日内,甲方按确认接受的完稿设计款式数量以现金方式将剩余设计费用一次性付给乙方。乙方须向甲方开具合法有效的等额发票(包括前两次预付款)。

(5) 第一阶段甲方确认的提案在第二阶段未被甲方认可的,乙方退还甲方相应的设计预付款。甲方有