

FOUND DESIGN

找寻·发现·设计丛书
丛书主编/赵世勇 张 兵



得意望形

——适度包装设计专辑

编著 朱颖芳
参编 石成云
阎晶晶
张 帆

平日里和朋友聊天总有许多话题，其中不乏很多与教学、科研有关。但每次聊天过后，大家的想法都随着聚会的结束而消散了。聊天时的一妙语连珠，等到用时却一个字也说不出来了，轻松、幽默、睿智的教学语言也不能在课堂教学中展现与应用。这种现象屡屡发生，只是我们都没有特别在意，甚至是在抱怨过后依旧我行我素，研习着以往陈旧的教学方法。

在学习设计的过程中其实也遇到了这样的情况，面对网络中海量的信息，我们选择的只是轻松浏览，一带而过。有多少信息是存在记忆中的？中的？有多少信息是可以联系在一起的呢？我认真地思考过，也想过，也没有认真地整去想过。

这本书的出版来自聊天，自聊天，我们几位身处高校设计教学一线的教师同地道出了上述所谈的现象，如何有效地教学成为我们议论最多的话题。

的整合借出版来自聊天，自聊天，我们几位身处高校设计教学一线的实践为出发点，自地，道出了上述所说的现象，如何有效地教学成为首先由师也。讨论的中心是如何提高师生以“问题为中心

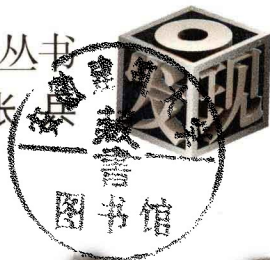
不同教育层面如此，我们决定尝试以课堂教学、设计研究、项目



天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

FOUND DESIGN

找寻·发现·设计丛书
丛书主编/赵世勇 张帆



得意望形

——适度包装设计专辑

编著 朱颖芳
参编 石成云
阎晶晶
张帆



天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

FOUND DESIGN

找寻·发现·设计丛书



得意望形

——适度包装设计专辑

丛书编委会

(排名不分前后)

边放	阚曙彬	鞠国强
彭军	尚金凯	蓝玉琪
孙明	孙浩	郭德岭
朴晓辉	杨庆春	高原
岳铭胜		

图书在版编目(CIP)数据

得意望形 / 朱颖芳编著. —天津: 天津大学出版社, 2011.9

(找寻·发现·设计丛书)

ISBN 978-7-5618-4111-2

I. ①得… II. ①朱… III. ①设计学 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第171025号

出版发行: 天津大学出版社

出版人: 杨欢

地址: 天津市卫津路92号天津大学内

电话: 发行部 022-27403647

编辑部 022-27406416

邮编: 300072

印刷: 北京信彩瑞禾印刷厂

经销: 全国各地新华书店

开本: 210mm×230mm

印张: 8

字数: 330千

版次: 2011年9月第1版

印次: 2011年9月第1次

定价: 330.00元(全六册)

如有印装质量问题, 请与本社发行部门联系调换

前言

Foreword

今天的世界因为互联网而有了根本改变，海量信息的高速传输令世界变得扁平且零距离，也在重塑着我们生活的方方面面。作为站在信息浪潮前沿的设计师与设计教育者，我们如何获取、梳理、整合繁杂的信息，并有效地传授给设计专业的学子，已经成为摆在面前不可回避的课题。

信息时代设计教育最显著的特征就是单一知识传授的落伍，取而代之的是设计理念的交流与方法的传授。这就要求设计教育者从全新的视角探索设计的手段和方法，采用更开放的教学思路 and 更灵活的教学方式，以达到更好的教学效果。这套丛书正是基于这样一种目的，以设计信息的获取、整合与应用研究为切入点，重点突出了以下几点变化。

第一，“教”与“学”的团队结构发生着变化。通过几所高等设计院校联合进行课题研究，将信息的整合与问题的提出放在了一个更为广阔的范畴中，课题研究已经不再局限于一个班级、一个专业、一个小单位的概念，各院校从本科生到研究生延伸至教师共同提出课题研究方向，共同搜集整合信息，形成了一种大团队的融合与交流。

第二，设计思考的方向发生着概念上的变化。通过提出多个鲜明的专业方向问题，这套丛书尝试将不同学科、不同领域、不同理念、不同文化所具有的共性进行一种前沿性的梳理与融合，探索从本专业角度思考其他专业的问题。最终使学生在专业侧重点上有所加强的同时，理解相关专业的本质特征，通过跨专业的设计信息与本专业的融合，增加设计思考的广度和深度。

第三，设计视野发生着变化。这套丛书在研究中导入“大设计”的观念，淡化专业方向的界限，以增强学生对设计文化的敏感度。通过课题研究获取的众多设计方向、研发点的信息，使学生真正了解到当今设计的潮流与方向，从中找到自身的差距与不足。经过这样一个过程，学生们不仅可以开阔视野，获取新知，增加思考维度，更可以为如何创新与创造打下良好的基础。

第四，设计策略与管理上的变化。策略与管理是设计的外延，也是中国当前设计行业中比较薄弱的环节。这套丛书通过组织教师和同学共同研究一个课题，最终达到使不同理念、不同经验、不同方法有所交融的结果。这不但是我们在设计策略与管理上进行的改革与探索，同时也是在互动式教学上一次有益的尝试。

总之，创新教学的研究模式、打造成熟的教学团队、增加设计的思维深度、开拓广阔的设计视野是这套丛书的心衷与宗旨。因为设计已经成为对应现代社会发展、人类文明进步的明镜，中国的设计师更要对社会和经济的发展形成持久且深远的推动力，而不能仅是阶段的、局部的推动那么简单。如何在社会不断变化更新的过程中静下心来，回顾历史，总结经验，在积淀中时刻寻找发展的主线，将是一代设计教育者责无旁贷的职责与使命。

天津师范大学美术与设计学院 院长 教授

华敏

目录 Contents

朱颖芳

2008年毕业于天津美术学院视觉传达专业，获硕士学位
现任教于天津财经大学珠江学院艺术系 讲师
天津包装设计协会会员



当今的设计教学早已不再满足于课堂上的讲授和演示，发达的网络可以随时带给学生任何想要获得的信息。作为教师，是否应该给予学生课堂以外的一些更为重要的东西呢？教会学生如何思考远远比给予一个答案重要得多。此书作为对新时代下设计教学的探索，旨在启发学生自己发现问题并找到答案。在探索的过程中享受发现的乐趣，积累寻找的智慧，相信这样的过程会让所有人受益终生。

张帆

天津理工大学艺术学院 2009级硕士研究生 艺术设计专业

在参加编辑本系列丛书的过程中，我一次次的被设计的新颖、奇巧所震撼，虽然在初期的采编过程中庞大的工作量让我感到了压力，但是设计师巧妙的灵感创新总是给工作带来惊喜。通过一个个巧妙的设计作品我们感悟设计，感悟生活，通过一个个鲜活的设计案例，我们不仅仅是在了解设计作品、设计师，更是深入的体味生活的乐趣。这是一次具有趣味性的课题实践，感谢各位老师，也感谢一起参编的同学们，祝愿我们的丛书能让读者真正感受到“开卷有益”。

阎晶晶

天津师范大学美术与设计学院 2009级硕士研究生 艺术设计专业

我爱设计，也热爱外语，这次将国外的设计作品介绍给中国读者的活动正好兼顾二者。夏日炎炎的7月，我们的丛书终于全部完成，想想每个熬夜的晚上大家相互逗趣打气的场景便觉得欣慰无比。俗话说，读万卷书，行万里路，读此书就好比拜访各位设计师一样，虽然不能亲临现场，但是通过阅读设计作品、同设计师对话交流，不仅仅学到了知识，还开阔了眼界，不能不称之为一大快事。希望每一位读者都能喜欢这套丛书。

石成云

天津理工大学艺术学院 2010级硕士研究生 艺术设计专业

经过这一段赋有挑战性的实践课题，我从中得到了很多的感触。我们的团队在老师们的带领和指导下，团结而又坚定地进行着本次实践课题内容。刚开始时大量的查找、整理资料的工作，时间一长是会感到枯燥的，经过老师们的指导，使我在收集、分析、讨论设计作品中体会了原设计的精华，对设计作品的深入和再理解中得到了课堂上得不到的知识和独特的欣赏乐趣。也就是这种对设计作品的喜爱让我继续了下来。对我而言，真是受益匪浅，感谢我们这个团队。



Chapter 01/我动了谁的奶酪/001

Chapter 02/化作春泥更护花/012

Chapter 03/我为水而生/026

Chapter 04/灵感的配方/040

Chapter 05/融合的力量/058

Chapter 06/色诱/066

Chapter 07/不只是包装/076

Chapter 08/奢华有理/084

Chapter 09/岁月的衣衫/096

Chapter 10/疗伤魔盒/104

Chapter 11/生活就是体验/116

Chapter 12/把正面的力量带给

别人，哪怕很微弱/130

Chapter 13/倾听内心的声音/140

Chapter 14/少拿一些/146

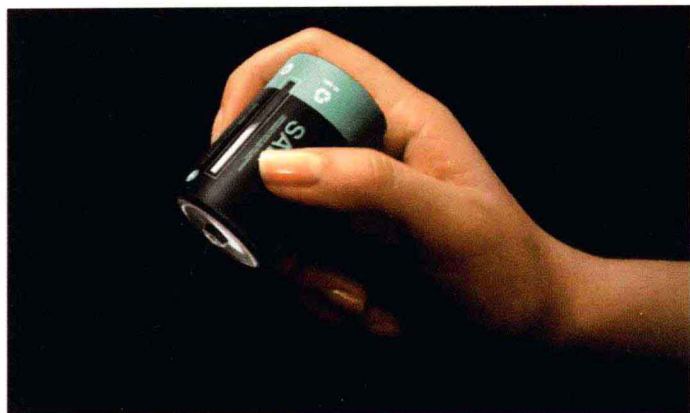
后记

得意望形 Chapter 01/我动了谁的奶酪

《谁动了我的奶酪》在欧美创造了出版业的奇迹，内容讲述了四只小老鼠与奶酪的故事，寓意当今的社会每个人即便和时代同步，“奶酪”也有随时被拿走的危险。

在包装设计领域中，“跟随”成为了绝大多数人的选择，没有新意地重复着容器、包装、行业色彩等，改变几乎成为一种奢望。如果“跟随”一样无奈，我们为什么不主动出击呢？也许一个不同角度的思考，一个小意义上的设计变革，能为产品带来更高层面的收益。当一个位被变化所困惑的人坐在一面肮脏的镜子前，希望看清自己的真面目而无法实现时，变革性的设计就像一位智者，用一条白毛巾从容不迫地擦去镜子上的污迹，让困惑者真正发现自己的问题所在。“谁动了我的”是被动的；“我动了谁的”是主动的。主动改变设计后应大喜，我动了谁的奶酪……

■ 在生活中，我们很喜欢小椒盐瓶出现在餐桌上，这款胡椒瓶的造型像电池一样，材料选用的是不锈钢和玻璃。人性化的刻度就如同电池的电量，时刻告诉我们胡椒粉的使用程度，让你不会在宴请客人的时候出现没有胡椒粉的尴尬。



// 给味觉充电

Antrepo设计团队设计出来的作品具有独特的前瞻性设计理念，他们可以用新鲜的想法去接近任何个人和文化，充满想象力。

设计者/Antrepo设计团队

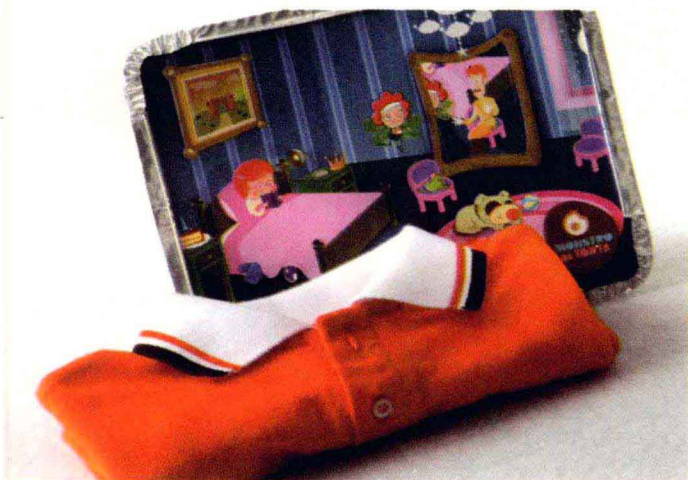
链接/<http://www.antrepo4.com/index.html>

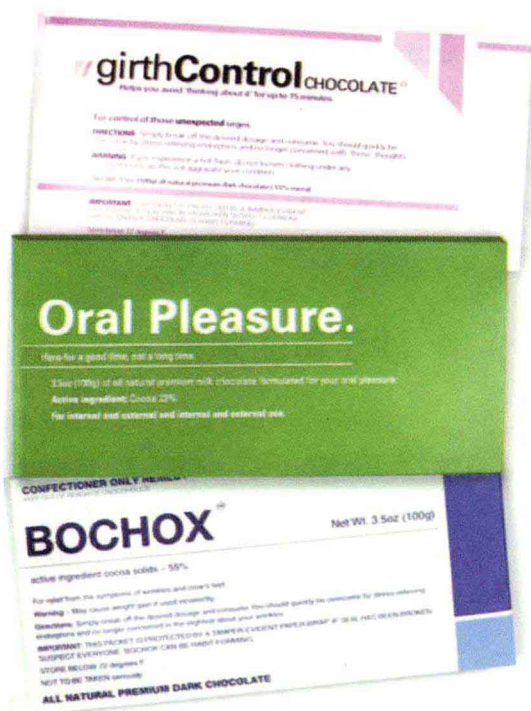
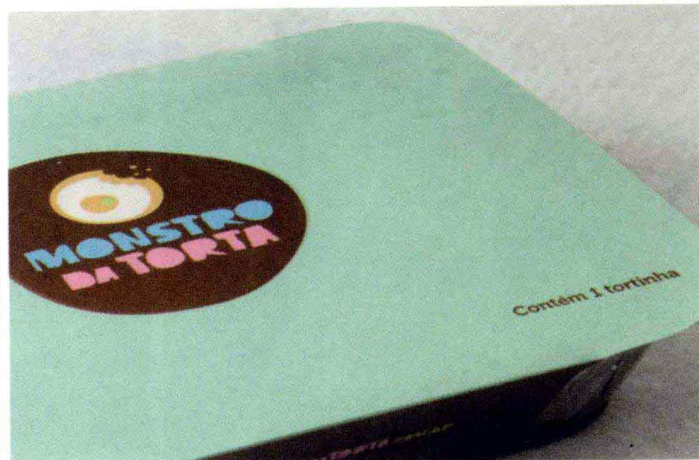
// 盒里的衣服

当你刚刚看到这个包装的时候，一定认为这是一些可以放进微波炉里加热的食品，因为它是一个饭盒，包着锡纸的饭盒。不过如果你将它买回家，坐在家中打开它，就会发现里面盛的并不是你美味的午餐，而是一些漂亮的儿童服装，因为这是一款儿童服装的包装，而并非食品。可以说设计师是做了一个大胆的尝试。也许是认为孩子们喜欢吃馅饼胜过穿新衣服，这样的包装会让孩子们对它产生更大的兴趣，然后吵闹着让父母买给他们，不过，不知道他们回到家打开后会不会失望呢？

设计者/Fernando Fernandes

链接/<http://lovelypackage.com/o-monstro-da-torta/#more-20691>

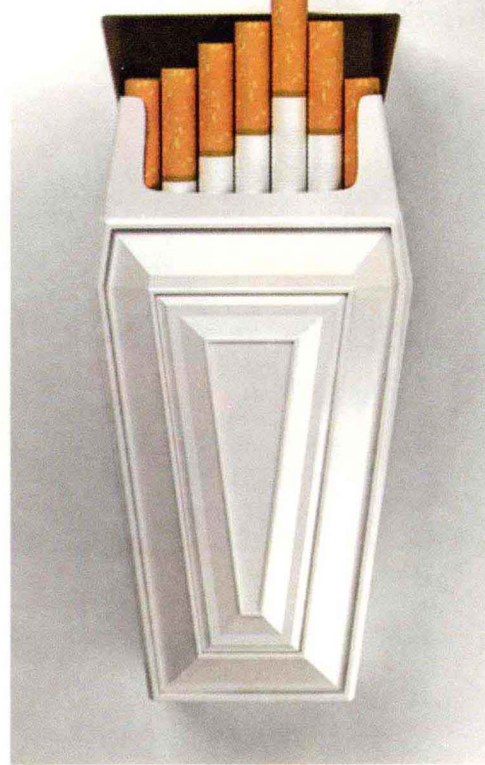




// 医疗巧克力

这可不是药片包装，这是由bloomsberry巧克力公司最新出品的巧克力。把本应该装扮得或甜美可爱或优雅诱人的巧克力包装设计成现在这副处方药的样子，设计师是想通过药的包装来体现巧克力不仅美味，更有治疗心灵伤痛的良好功效。科学研究表明，巧克力中的有效成分可刺激人的感官神经，让人心灵愉悦。所以，从医学层面来看，巧克力确实是精神药物。当你从货架上发现有此类“药物”的时候，一定要带上一盒，好好享受一下“治疗”。

设计者/Bloomsberry & Co
链接/<http://www.bloomsberry.com/>



// 令人心悸的香烟包

每日死于吸烟过度的人遍布全世界，吸烟有害健康，禁烟行动已经在全世界开始实施。乌克兰设计师的香烟包更直观地告诫吸烟人他们携带香烟的同时也携带着死亡，从而鼓励人们戒烟，珍爱生命。这样让人

心悸的外形一定会让吸烟者得到一个内心的警示，从此远离香烟。白色和黑色让人感到死亡的可怕气息，会让你不由自主地就抗拒香烟。其实图形上的改变会比文字的警示更让人胆战心惊。

设计者/Reynolds ; Reyner

链接/<http://www.behance.net/Reynolds>



// 沙丁鱼曲别针

这款曲别针有趣的地方在于它的外形取自沙丁鱼，而且被装在了沙丁鱼的罐头里，它是由来自以色列的设计团队OTOTO所设计的。充满海滩趣味的曲别针为你的生活带来方便的同时，也增添了几分情趣，使你的办公生活不再枯燥。

设计者/OTOTO

链接/<http://ototodesign.com/>



// 胶囊U盘

这款新奇的U盘是由Marrow设计的，他将U盘设计成装在处方药瓶里的一个胶囊，新颖独特。之所以会将U盘设计成一粒胶囊的形象，恐怕是设计师想让我们知道U盘就像是药一样，是我们生活中必不可少的帮手。

设计者/Marrow

链接/<http://www.thedieline.com>





// 牛奶CD

初次见到它，你一定会以为它是一个牛奶包装的设计，实际上这是一个为CD所打造的外包装，在感到诧异的同时，你是否也会感叹设计师所选择的独特视角。

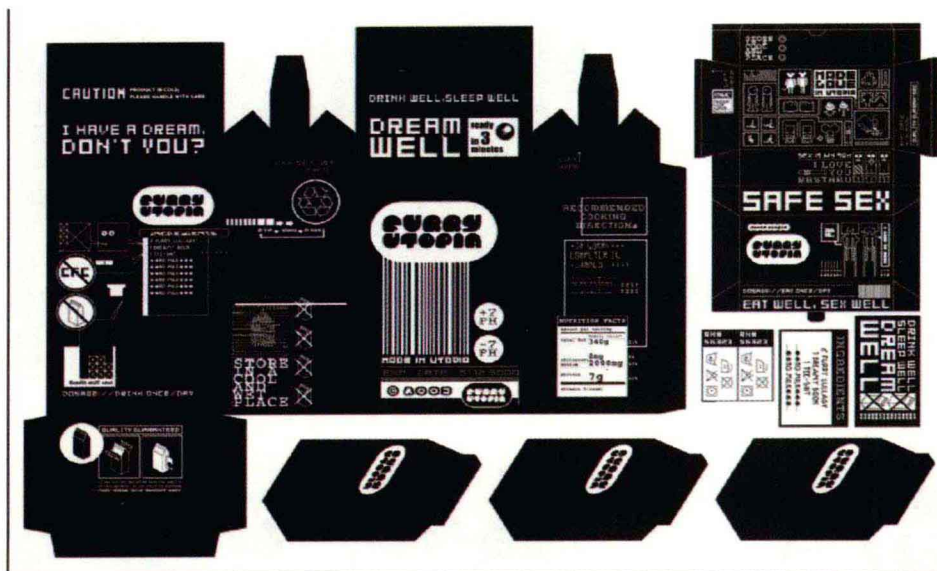
牛奶和CD这两款看似风马牛不相及的物品，却被匠心独具地安排到了一起。包装上面的文案“DRINK WELL, SLEEP WELL”让人不禁联想到这张CD极有可能是睡前催眠曲，将睡前牛奶和催眠曲的功能巧妙地进行了同构。外包装以印有黑白单色插画的硬纸板作为材料，包装盒的形态完全是牛奶盒的样子，内包装则是用棉布制成的牛奶盒。一方面出于功能性的考虑里面填充了棉花，以防止CD受到挤压；另一方面白色柔软的内包装配合了睡前平和安静的心情。不管是作为礼物还是留给自己当做安睡调剂品，这款CD包装都算是不错的设计。



设计者/undoboy

链接/<http://www.undoboy.com/>

试读结束，需要全本PDF请购买 www.ertongbook.com



■ 很有个性的牛奶CD的外包装盒，环保的纸板折合成的形状恰好像一个盛牛奶的纸包装盒，与棉布制成的内包装形态完全一致。



// 日本便当餐盒

如果您需要为孩子或自己准备一些便当餐盒，这些可爱的便当餐盒就是你的不二之选。此款便当餐盒有漂亮有趣的外观，内部也被划分成段，以保持食物的新鲜和独立。它独特的造型会让你更加憧憬食物的可口，也会增加你的食欲，更会让你的野餐变得趣味多多。

设计者/Kokeshi Bento

链接/<http://en.bentoandco.com/products/kokeshi-bento>





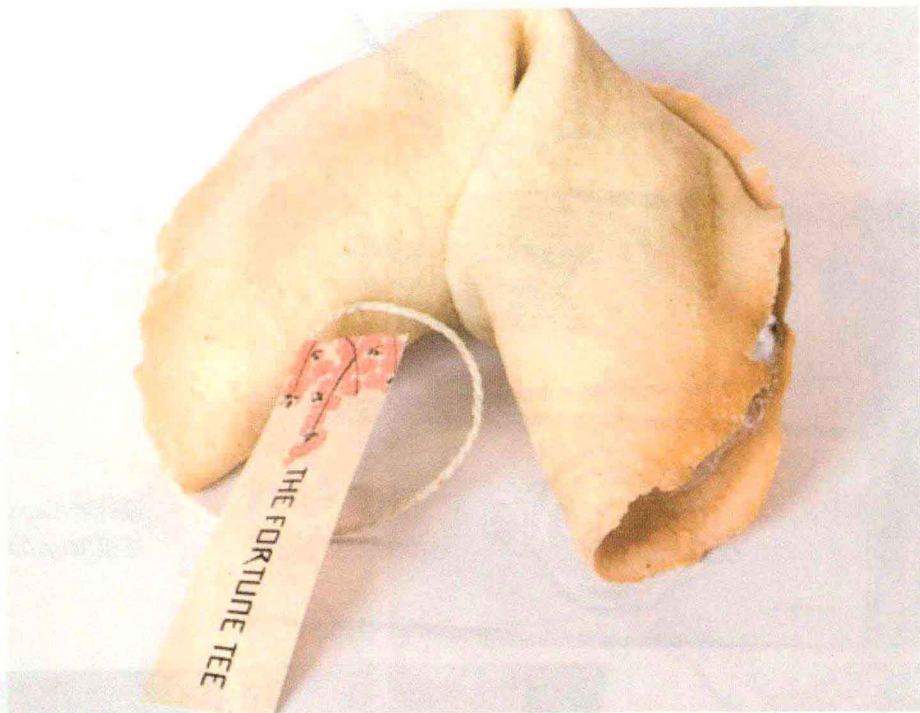
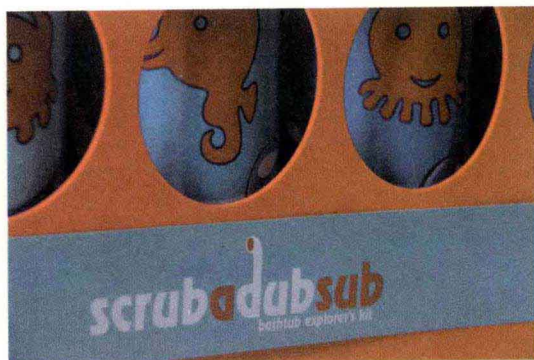
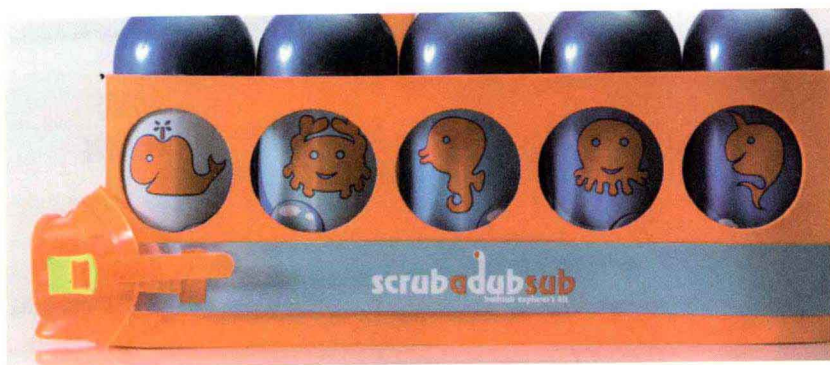
// 潜水的乐趣

这是来自美国宾夕法尼亚的设计师Marley Stellmann设计的名叫“Scrubadub Sub”的一款儿童沐浴和护肤产品。该产品以五种沐浴瓶放在一起组合成一个整体的包装，用五种不同的海洋生物加以识别。它们是威利鲸、凯西螃蟹、莎莉海马、奥利八达通和独角鲸，最大的特色是它们被放到一个潜水艇中，每个海洋生物的图片都能通过小窗户露出来，潜水艇的前端是一个潜水面罩，用来保护孩子们的眼睛，并且还准备了呼吸管，这样的组合构成了一个潜望镜。这让孩子们洗澡的时候更加愉快，让他们有机会成为浴缸探险家，从而更会在快乐的心情下洗完澡。

设计者/Marley Stellmann

链接/<http://www.thedieline.com/blog/2010/8/9/student-spotlight-scrubadubsub.html>





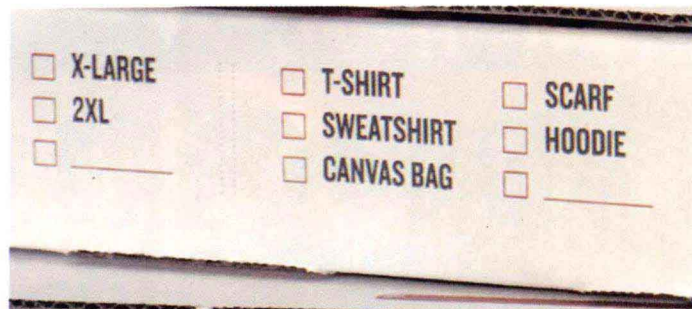
// 食物里的衣服

当你拿到这样一个卷起来的薄饼时，你觉得里面会是什么？是烤鸭、蔬菜还是虾仁？当你打开的时候会发现一切和你想象的都不一样，里面竟然是一件T恤衫，这样大的反差应该会让你觉得很有趣。把衣服放在食物中，这样个性的包装一定会吸引人的眼球，勾起人的购买

欲。也许人们想要买这件衣服并不是因为这件T恤的魅力，而是被这样的包装所吸引。看完这个包装，你是否和我一样，认为有时候设计是踏踏实实的现实，有时设计就是这么的天马行空。

设计者/Fredrik Staurland

链接/<http://lovelypackage.com/student-work-fredrik-staurland/#more-16966>



//不是比萨饼盒

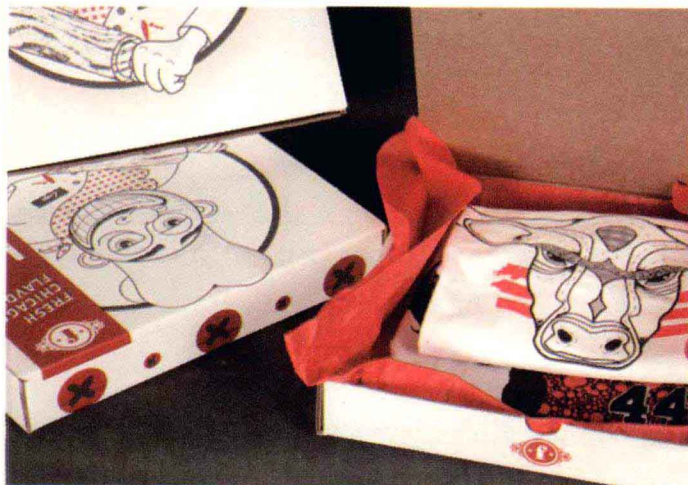
关于T恤包装的创新我们已见了很多，这次是个比萨盒子！

从包装到T恤的图案，整个设计充满了芝加哥风格。瓦楞纸板做成的比萨盒大大降低生产成本，而且免去了放在塑料袋里容易使衣服起皱变形的问题，包装可回收的性质也顺应了当下绿色低碳的倡导。



设计者/Laurent Varlet

链接/<http://lovelypackage.com/the-fineprint-chicago/>





// 像恐龙牙齿一样强健

这是来自俄罗斯公司BQB的设计“你想过恐龙的牙齿究竟有多坚固么？”BQB公司的所有人都认为，恐龙一定是有一口强健的牙齿，因此才能做如此强力的撕咬。于是最终这个想法被BQB公司的设计师Galima Akhmetzyanova付诸实施，将口香糖包装设计成恐龙的脑袋，每一颗口香糖就变成了恐龙的牙齿。幽默的是，恐龙尖利的牙齿这样看来好像大板牙，尤其是缺了一块的时候以后会不会反而引起反意向效果呢？

设计者/Galima Akhmetzyanova

链接/<http://lovelypackage.com/dino-gum/>

得意望形 Chapter 02/化作春泥更护花

“落红不是无情物，化作春泥更护花。”龚自珍的这首《己亥杂诗》借花落归根化为春泥，抒发了自己积极向上的人生态度。这两句诗包含的哲理是：“落红”似乎成了无用之物，但从另一角度看，它能化泥护花，仍有价值和作用。它包含着世上万事万物均具有两面性的道理。“有用”和“无用”不是绝对的，而是相对的，关键在于设计者的视角，在于自身的设计价值和设计功用。

