

包

挑

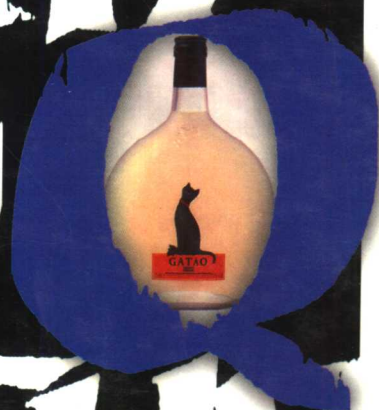
战

装

baozhuang
chuangyi

baozhuang
chuangyi

baozhuang
chuangyi



辽宁美术出版社

baozhuang
chuangyi
tiao zhan
guanzhu

bao zhuang

双阳子相模台柏

编著

关

注

意

包装创意

BAOZHUANGCHUANGYI
BAOZHUANGCHUANGYI

双阳子
相模台柏 编著



辽宁美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

挑战关注:包装创意/相模台柏编著. - 沈阳:辽宁
美术出版社,2001.1

ISBN 7-5314-2537-8

I. 挑… II. 杨… III. 包装-设计 IV. J524.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 75264 号

辽宁美术出版社出版

(沈阳市和平区民族北街 29 号 邮政编码 110001)

沈阳七二二工厂印制 辽宁省新华书店发行

开本:889×1194 毫米 1/16 字数:20 千字 印张:8

印数:1-3000 册

2001 年 1 月第 1 版

2001 年 1 月第 1 次印刷

责任编辑:李 嫫 责任校对:郝 刚 技术编辑:茉莉

封面设计:李 嫫 版式设计:李 嫫

定价:54.00 元

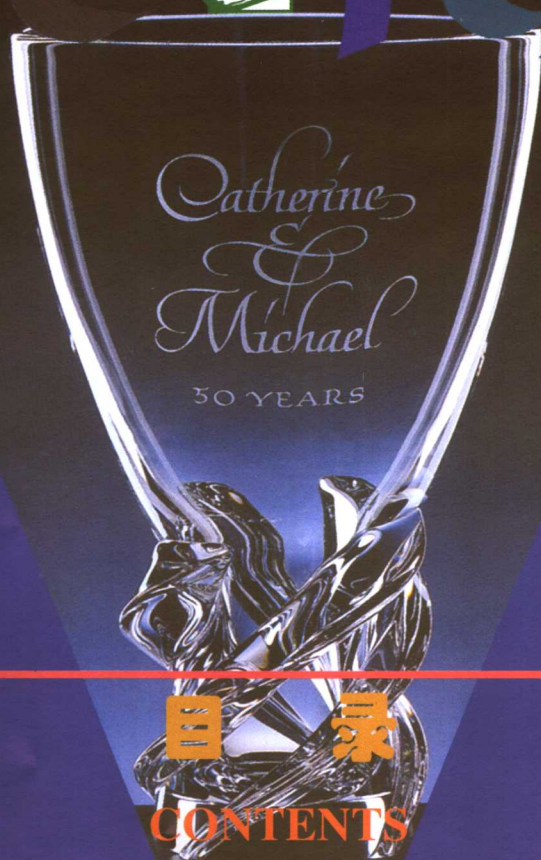
挑 战 关 注

概述

《挑战关注》就是将以全新的对话形式,从销售角度和艺术角度来探讨包装设计中的学问,并向用户介绍了大量的最新包装产品设计范例,图文并茂,文字简练流畅,深入浅出,将专业上的难点、重点化解,易懂易学。从包装材料、包装色彩、包装造型及其他因素等各个方面来探讨消费者的购买标准和消费信息,挖掘最具广泛共性的销售意愿,促使从事包装设计的人员真正触摸到需求热点,在提高包装设计水平的同时,也能大幅度提高包装的销售量。发达的商业需要发达的包装业。



DESIGN



目录 CONTENTS

第一部分

商品包装设计的概述

- 一、商品包装设计的准备工作 2
- 二、包装对设计人员的要求 12
- 三、包装的销售功能 20

第二部分

商品包装的表现形式

- 一、商品包装的色彩 31
- 二、商品包装的图案、文字 42
- 三、商品包装的造型 53
- 四、商品包装的结构 63
- 五、商品的系列包装 83
- 六、商品包装的材料 104
- 七、商品包装上的摄影 113

第一部分

一、商品包装设计的准备工作

包装是一门综合性的学科,涉及知识范围广,可以说包装是商品准备运输和投入市场的一门艺术,一门科学技术。从原始的用贝壳、葫芦瓢喝水,用芭蕉叶、苇叶、竹叶等包存食物,用兽皮搬运物品,这既方便了人们的生活,又成为生活中不可缺少的一部分。到后来的瓷器、麻布、纸袋、铜、铁器皿的储藏和保存的功能,慢慢随着商品经济的到来而又多了一项宣传的功能,具有了商业的属性,成为牟取附加利润(卖包装)的手段,变成了市场竞争的武器。包装已经是一个不可忽视和缺少的销售工具,成为一种商品在激烈的市场竞争中决定胜负的关键。

2010/7/9

1—

生：包装设计前首先要注意什么？

师：设计前要考虑人们的购买心理及行为的差异性和共同性，划分开市场内的异类性与同类性。将需要相同的同类性消费者组成“亚集团”，列入设计的目标市场，针对不同消费者，推出相应的产品包装。男女购买行为各不相同，女性若不能从包装上确切地得知包装内的物品，就会显得不耐烦，或立刻放弃购买。而男性则比较敏感，易于购买包装设计比较玄虚的商品。孩子们购买的商品，大多寻求包装内精巧的玩具馈赠。

2—

生：8、2、45、意味着什么？

师：老品牌的商品包装一般只需花费你的8秒钟时间，就会令购买者在2分钟后决定购买。新的商品包装则要用45秒来打动购买者的心，顾客对新包装的询问要比老包装要多。在超市上所有的商品中有30%—40%属于刺激性购买，快速食品就属于刺激性购买的商品。将老商品换上新包装，也可以使该商品获得新的生命。



3—

生：如何理解包装过程中的“3S”？

师：一件商品从工厂到消费者手中需要经过许多环节，在供销线上停留的时间最长，包装如何保证商品在供销线上安全旅行是一个非常重要的任务。这就需要借助高水平的“3S”，即系统化、分工化、标准化(Systemization, Specialization, Standardization)。系统化：包装设计要整体而不能孤立地考虑成本。专门化：包装设计要适应已使个各环节“专门化”的，具有现代化设备和技术的供销系统。标准化：包装设计要尽量利用公司、地区、国内、国际等的通用标准。因为这三个概念的英文皆以“S”字母开头，所以称其为“3S”。如果包装设计能十分重视这“3S”，将会在商业中取得更大节余，并因此而获取更大的利润。

4—

生：包装形式最简单的分类称呼？

师：包装通常被分成繁多的形式和型号，仅用一个概念就想表达清楚许多的包装形式是件困难的事，常常会引发混乱。但我们可以用三个术语来称呼所有的包装形式：原包装、二级包装、三级包装。原包装是指直接与内容接触的包装，提供了主要的原始保护层。二级包装是指紧靠原包装外层的包装。也可以是几个原包装的组合包装，是消费者所不常看见，便于运输的包装。三级包装是实际分配中的运载容器，个别情况下也是原包装，这也是不易被消费者看见的包装形式。在实际工作中这些包装形式也常常不能被明确区分。包装的装饰设计主要涉足于原包装、二级包装的外观造型上。

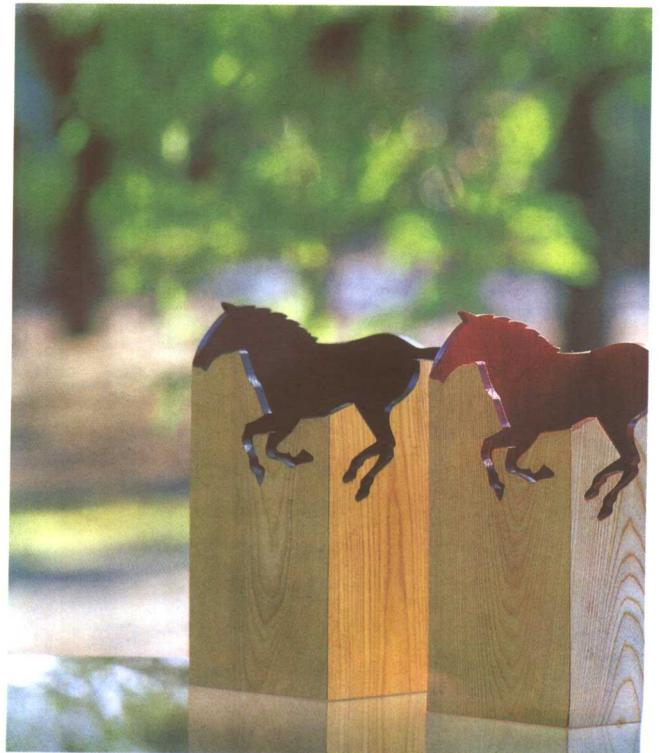
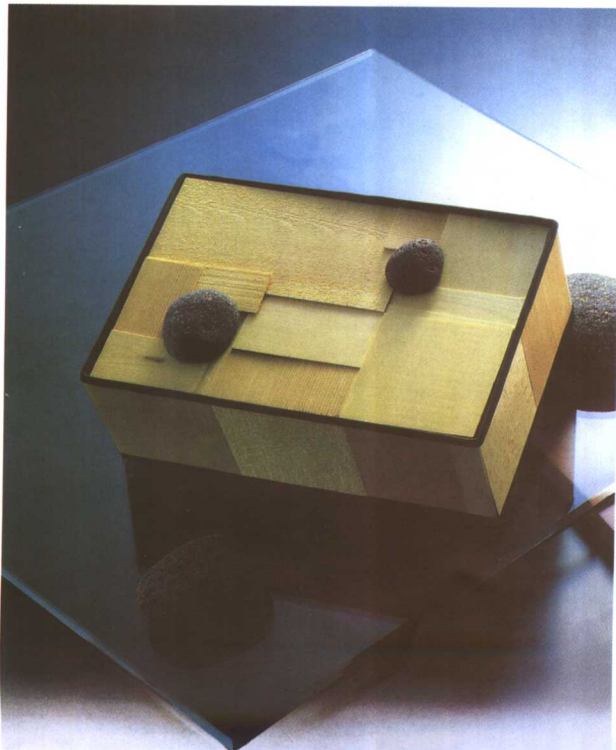
5—

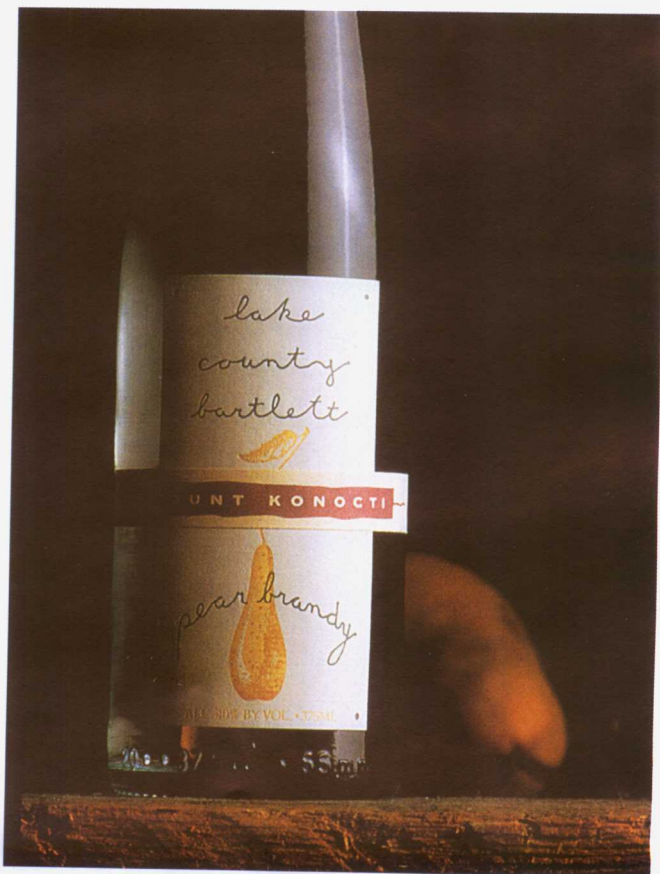
生：包东西与包装设计有区别吗？

师：单纯的包东西，只是满足了保护上的需求，受“地球村”观念影响的产品，包装早已开始注重审美意识的体现，许多产品的包装也渐由表明地位、身价的位置上转向美好、舒适的美学观念，这正是包装需要设计的原因。在包装上关注情感，关注家庭，营造生活氛围，成为设计审美中的一项重要内容，各类包装更注重实用与审美上的统一，设计上更多关注的是审美价值的含量，这种变化不仅是人类的富足表现，也是提高人类精神需要的表现。包装只有温饱之后才会追求精神食粮。

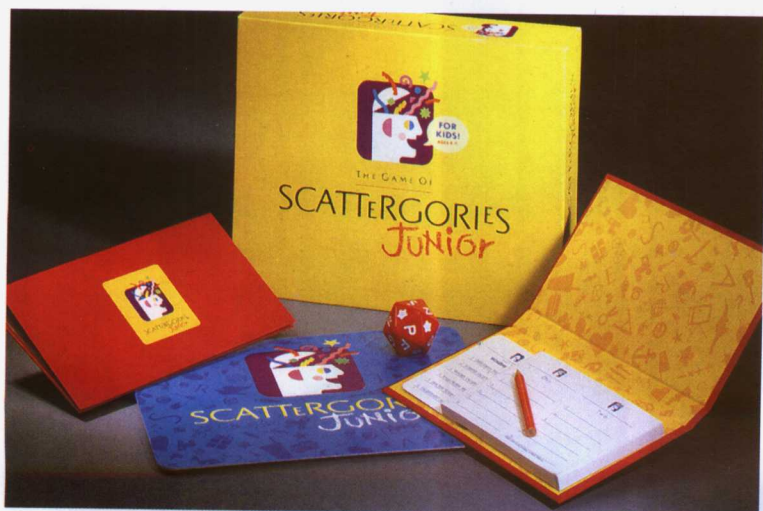
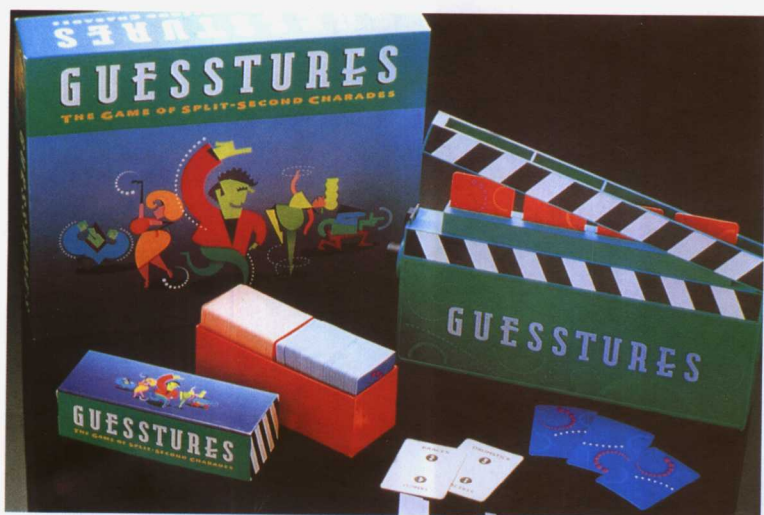


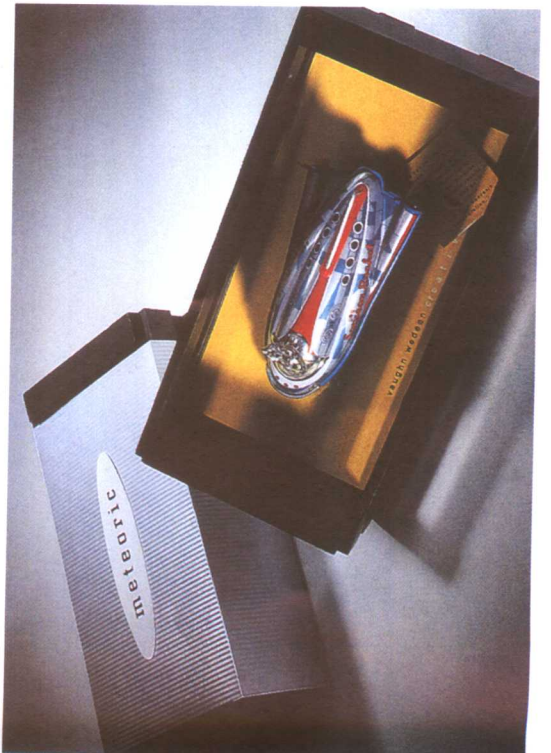


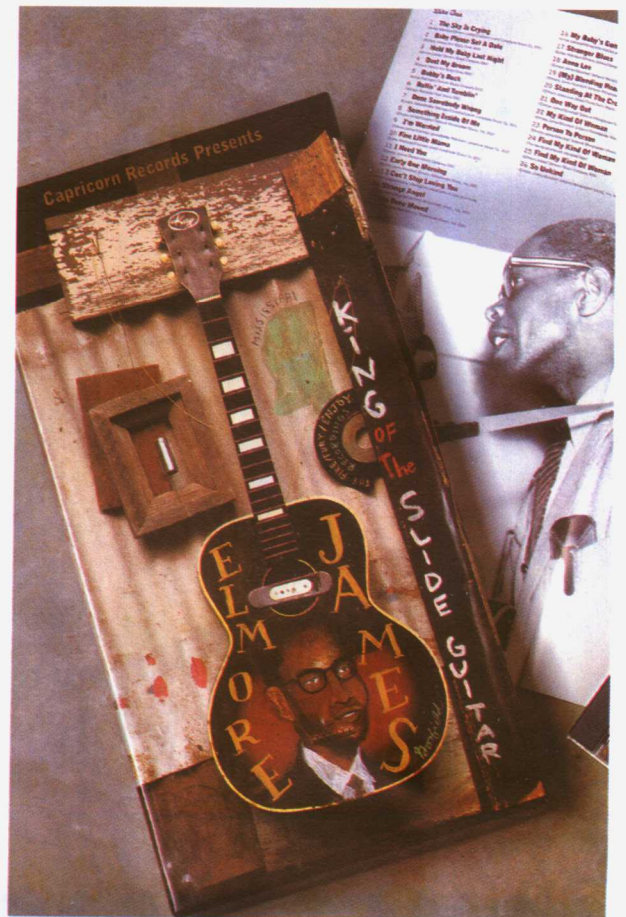














二、包装对设计人员的要求

设计师和美术师的职能,大约是在四百五十年前开始宣布分家的。随着商品竞销激化,设计人员日渐成为一只举足轻重的专业队伍。新市场的开辟、销售的推广、成本的缩减都少不了设计的功劳。

就个人而言,设计的成败优劣都是一件小事,但对市场来说,再细小的失误都是大事。包装设计人员必须从属于商业是没有疑问的。现在社会认可的设计师必须是兼备社会和科学两方面的知识。通过积累的专业技能和实际经验,以及提高品位而发展长处,着手发展新的包装设计,不断的满足消费者争取高水平生活的愿望。

6—

生: 包装设计对设计人员的要求?

师: 对于一个设计人员来说,除了天赋资质之外,创造的关键是敏感。须像吸满水的海绵一样地熟悉产品与市场,对商品、商店、市场和其它流通环节有亲身的体验和科学的考察,并不断接触变化中的商业态势,深入理解对产品的设计要求、设计定位。然后再依靠高度的创作冲动,获取设计灵感。光靠个人的资质是不够用的,还需要依靠大家的努力,共同完成设计。一个全面的包装设计师是对包装装饰与包装结构有所侧重的设计师,是跨出传统的专业设计师的范畴,兼备社会和科学职能的创作者。

7—

生: 设计者的阐释能力?

师: 这种能力是:先是对它所包装商品的所有资料具有合理分析的能力,然后是能与社会沟通习惯相附合,形成综合、完整的推销概念的能力。这不论是对原产品、同一牌子的新旧包装,还是新产品的包装都必须做的一项工作。自然也就是设计者不可缺少的能力。包装设计,就是一个有步骤地构成概念,付诸实施的过程。

