

现代食品包装技术丛书

乳制品包装

蔡惠平 主编 刘尊忠 副主编



Chemical Industry Press



化学工业出版社

(京)新登字 039 号

图书在版编目 (CIP) 数据

乳制品包装/蔡惠平主编. —北京: 化学工业出版社,
2004. 8
(现代食品包装技术丛书)
ISBN 7-5025-6091-2

I. 乳… II. 蔡… III. 乳制品-食品包装 IV. TS252.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 090040 号

现代食品包装技术丛书

乳 制 品 包 装

蔡惠平 主 编

刘尊忠 副主编

责任编辑: 王蔚霞

文字编辑: 张燕文

责任校对: 吴桂萍

封面设计: 郑小红

*

化学工业出版社出版发行

(北京市朝阳区惠新里 3 号 邮政编码 100029)

发行电话: (010) 64982530

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

*

新华书店北京发行所经销

北京云浩印刷有限责任公司印刷

三河市宇新装订厂装订

开本 850mm×1168mm 1/32 印张 11¼ 彩插 5 字数 250 字

2004 年 10 月第 1 版 2004 年 10 月北京第 1 次印刷

ISBN 7-5025-6091-2/TS·197

定 价: 25.00 元

版权所有 违者必究

该书如有缺页、倒页、脱页者, 本社发行部负责退换



图1 回归大自然形象定位



图2 奶牛形象定位



图3 回归大自然形象定位



图4 容器形象定位

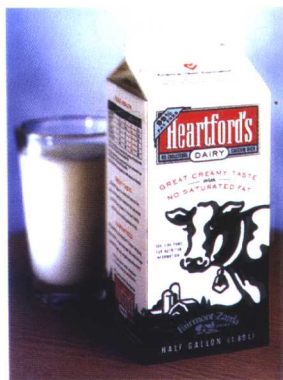


图5 奶牛形象定位



图6 容器形象定位



图7 文字形象定位



图69 奶油食品、产品与原料定位



图70 文字定位



图71 回归大自然定位



图72 消费者定位



图73 帝王定位

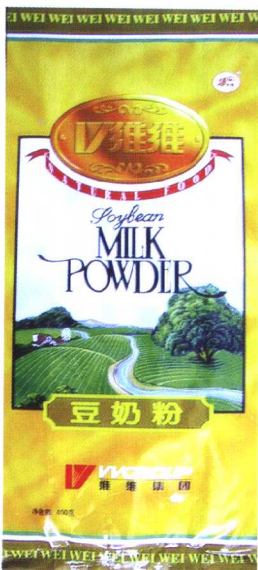


图74 回归大自然定位



图75 回归大自然定位



图8 容器形象定位



图9 文字形象定位



图10 文字、消费者、产品结合定位



图11 文字形象定位



图12 文字形象定位



图13 文字形象定位——突出情趣



图14 奶牛形象定位



图15 突出图片



图16左 奶牛形象定位

右 容器形象定位



图17 装饰人物定位



图18 奶牛形象定位



图19 容器形象定位



图20 传统风格定位



图21 装饰形象定位



图22 礼品定位



图23 礼品定位



图24 传统风格定位



图25 休闲饮品定位



图26 传统风格定位



图27 传统风格定位

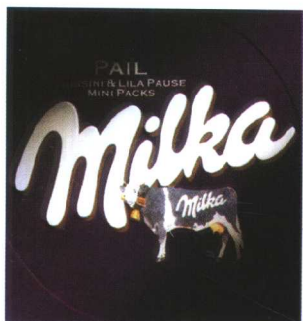


图28 品牌定位



图29 品牌定位



图30 品牌定位



图31 商品定位



图32 商品定位



图33 品牌定位



图34 礼品定位



图35 装饰风格定位



图36 文字形象定位



图37 家庭定位



图38 文字形象定位



图39 多棱碗容器造型



图41 全透明杯状造型



图40 碗状容器造型



图42 对称中求变化



图43 装饰文字定位



图44 回归大自然定位



图45 文字与产品结合定位



图46 腐乳、传统风格定位



图47 文字形象定位



图48 文字形象定位



图49 奶牛形象定位



图50 奶牛形象定位



图51 装饰形象定位



图52 展台式POP广告



图53 商品形象定位



图54 商品形象定位



图55 商品形象定位



图56 装饰形象定位



图57 商品形象定位



图58 商品形象定位



图59 装饰形象定位



图60 商品形象定位



图61 吊挂式POP广告、同时展出多种商品造型



图62 左、中 商品形象定位
右 装饰形象定位



图63 商品形象定位



图64 回归大自然定位



图65 装饰形象定位



图66 装饰形象定位



图67 突出容器中饮品



图68 传统装饰定位

本丛书编委会名单

主 任：张新昌

副 主 任：蔡惠平

编写人员：（按姓氏拼音排序）

蔡和平 蔡惠平 陈黎敏 刘尊忠 卢立新

鲁建东 陆佳平 陆柳兰 王雅珺 张改梅

张新昌 赵 欣 周 震

序

我国现代包装工业的发展起始于 20 世纪 80 年代初期。当时，针对我国包装工业严重滞后于国民经济发展的状况，国家确定了鼓励快速发展包装工业的指导思想。在党中央、国务院的正确领导下，经过全国包装行业二十多年来的共同努力，我国现代包装工业一直以高于国民经济发展的平均速度得到了跨越式的发展。改革开放以来，我国的包装工业已从一个门类缺失、分散游离、产品单一、质量低下、严重供给不足、制约国民经济发展的瓶颈行业，发展成了一个门类比较齐全、基本满足国民经济需要的大行业，其发展水平正在逐步接近当代发达国家先进水平。随着我国加入世贸组织，必将为包装行业的发展提供更加广阔的发展空间。回首二十多年的发展历程，与整个现代包装工业发展同步的我国现代食品包装行业，也从无到有、从小到大，从手工加工到半机械化、机械化、半自动化、自动化，加工设备也从引进仿造到自主开发，取得了长足的发展。

食品作为关系到国计民生的特殊商品，其包装的优劣越来越影响到人们的日常生活。首先，食品包装作为食品的保护手段，必须保证食品作为商品在流通贮运过程中的品质质量和卫生安全。其次，食品包装作为附加物而成为这种特殊商品的组成部分，在现代商品市场营销中，已成为提高商品附加值和市

市场竞争能力的直接手段。再次，对于生产厂家、流通环节和消费者而言，食品包装可以使生产、贮运、销售和使用更为方便。因为，食品包装是以食品为核心的系统工程，涉及到食品科学、包装材料、包装技术、标准法规、质量控制及包装设计等相关知识领域和技术问题。所以，现代食品包装实际上已经形成了一个高科技、高智能的产业领域。对此，世界各国都十分重视。而我国与食品及食品包装行业的发展形成鲜明对比的是，有针对性地研究食品包装实用技术的书籍还不多见。特别是在饮料、焙烤与膨化食品、乳制品、肉制品、果蔬制品、酱腌菜、调味品与保健食品等现代食品的重要发展领域，急需一批科学、规范、系统、实用的技术指导丛书。本套丛书的作者们，在这方面进行了深入的研究探讨，做了大量实际工作和许多有益尝试。这里，我谨向他们表示衷心的感谢！

本套丛书从果蔬制品、调味食品、酱腌菜食品、焙烤与膨化食品、肉制品、乳制品与保健食品等现代食品的概念、分类、生产工艺及储藏要求等基本知识入手，系统地介绍了相应食品的包装分类与要求、包装材料和容器、包装工艺方法和设备、典型产品的包装技术、包装装潢设计、包装印刷和印后加工处理以及包装检验等相关专业知识。特别值得一提的是，丛书作者还针对典型食品的包装技术，分析了包装的不足与改进，并指出了食品包装技术的发展方向。书后还辑录了食品包装的相关法规和标准。

本套丛书作者是我国新一代包装工作者。丛书是他们多年从事包装专业的科研、教学和深入企业调查研究的经验总结和智慧结晶。丛书的内容丰富，思路独特，具有新颖性、实用性和可操作性。书中反映了当代国内国际食品包装技术与方法的

最新研究成果和发展方向，是食品及食品包装行业的管理人员、技术员工不可多得的培训和参考教材。

这套丛书的出版，无疑会对相关食品包装技术的应用起到积极的引导和推动作用；对促进食品包装技术的发展、扩大产品出口、增强食品包装及食品行业的竞争力，都将具有重要的指导意义。

国务院参事、中国包装技术协会常务副会长：闪淳昌

2004年8月24日

前 言

乳制品工业是我国国民经济的重要组成部分。乳制品包装业与乳制品工业有着密不可分的联系：一方面，乳制品包装的发展受乳制品工业发展的制约；另一方面，好的包装又能推动乳制品行业的开拓与发展。可以说，没有包装的不断改进，就无法实现乳制品工业的现代化。

在我国，随着乳制品工业的发展，乳制品包装工业也得到相应的重视和发展。乳制品的包装材料、包装容器、包装理论、包装研究、包装教育、包装设计、包装工艺、包装机械等都有了较大的进步。在社会生产不断发展、人们生活水平不断提高、对外贸易不断扩大，尤其是在已加入 WTO（世界贸易组织）的今天，发展乳制品包装对国计民生的作用越来越突出，越来越引起各方面的广泛关注。同时，世界各国对乳制品包装的发展也非常重视。

乳制品包装可以满足不同层次消费者的需求，发展不同档次的乳制品包装能够扩大乳制品的销售，因此乳制品包装为国民经济所带来的贡献将会越来越大。

为此我们编写了《乳制品包装》一书。在本书中，我们力图全面反映乳制品包装材料与容器、装潢与标签设计、包装印刷、乳制品包装设备与生产工艺，以及各类乳制品包装的范例、相关标准与法规等，尽力反映当代有关乳制品包装的材料