

P I N G M I A N S H E J I A N L I F E N X

平 面 设 计

案例 分析

包装设计【1】

董红羽 编著

江西美术出版社

PINGMIAN SHEJI

ANLI FENXI

董红羽 编著
江西美术出版社

平面设计

案例分析

包装设计【1】

图书在版编目(CIP)数据

平面设计案例分析. 包装设计. I/董红羽编著. —南昌:
江西美术出版社, 2004.6

ISBN 7-80690-439-5

I.平... II.董... III.①平面设计—研究②包装—
设计—研究 IV.J506

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 051366 号

平面设计案例分析

包装设计(I)

董红羽 编著

江西美术出版社出版

(南昌市子安路 66 号)

新华书店发行

制版:北京蓝色正点图文制作有限公司

印刷:深圳利丰雅高印刷有限公司

2004 年 6 月第 1 版

2004 年 6 月第 1 次印刷

开本:889 毫米×1194 毫米 1/48

印张:2

印数:6000

ISBN 7-80690-439-5/J·1219

定价:20.00 元

前言

我们不再生活在一个封闭的环境中,开放的世界正在提供让人目不暇接的丰富信息。不论技术将来走向如何,时至今日,平面媒介依然是我们获取信息的重要渠道。为了更好地表达信息的内容,并令读者享受到阅读的快乐,平面设计已深深地参与到现代生活中,并成为其中不可缺少的艺术设计活动。以此为契机,中国的现代设计教育正以前所未有的速度发展,几乎所有招收艺术设计类的院校,都设有平面设计专业。同时,设计实践也在国内外取得了骄人的成绩。在这一背景下,这套丛书既是对当今平面设计的分析与总结,以供大家学习和思考,也力图在设计实践介绍一整套设计的方法,以期为具体的设计项目服务。

《平面设计案例分析》丛书分为封面设计、版式设计、广告设计、包装设计、招贴设计共计五个方面的内容。丛书选择了当今世界具有代表性的设计作品进行归纳剖析,为读者提供完整的设计介绍。与案例的彩图相对应的是手绘的草图,寥寥数笔简要地提示了设计中的重点,也增强了说明文字的可读性。通过案例的分析可以举一反三,体现了丛书的实用性,为读者提供了一套可供操作的范本。

丛书的作者都在大专院校任教,长期从事本专业的教学与设计,大多具有硕士以上学历。我们希望本丛书的出版能为专业人士的学习与工作带来一定的帮助。

易 晓

2004年5月于北京

包装我们的世界

包装,是我们日常生活不可分割的一部分。在今天这个物质极其丰富的时代,作为消费者,对包装有着比较深刻和具体的判断。消费者们参与到了包装设计之中,他们的意见与感受就是设计的依据和目标之一。因此从某种意义上说,包装设计已经不是设计师所属的专利。脱离这个市场,设计师们所津津乐道的设计就是空中楼阁。包装设计师们应该对消费者心怀感激,我相信成功的包装设计师对消费者的意见所持的态度不亚于他对自己灵感的珍视。正是消费者(或者受众)将他们的设计变成了一件具有社会意义的事情。

从本书所选择的国内外优秀的包装设计中可以看到“人性”的概念是设计的根本。“人性化”的概念不是在完成一篇设计论文的时候一句时髦的用语。当然也并不抽象。当我们轻易地拉开一个易拉罐包装的时候;当我们在拎着一个手提袋发现袋口的提把给予我们柔和的手感,让我们觉得省力的时候;当我们在包装纸上发现了那个绿色的再循环标志的时候;当我们走进电梯间发现按键上还有突起的盲文的时候,



像书页一样的设计,新颖独特,灰色色调体现雅致大方的风格,黑色与白色的对比,是高调的处理方式。

圆形的瓶身是香水设计的经典式样,大都强调简洁的线条,球形的瓶盖与圆形的瓶身线条相呼应。



这个概念就在那里。

在今天的包装设计概念中必须考虑的还有一点,那是“人性化”概念的重要组成部分,我们称之为“绿色设计”。美国设计理论家Victor Papanek认为设计的最大作用并不是创造商业价值,也不是在包装及风格方面的竞争,而是创造一种适当的社会变革过程中的元素。绿色设计的概念是人类可持续发展的战略的具体体现,在这新的具有社会责任感的价值观的指导下,设计已经超脱了形式本身,包装设计和其他在此理念指导下的设计一道为建造人类健康的生态家园起着不可估量的作用。包装在完成其保护、存放、陈列、展示、宣传商品的功能的同时,也把美感和创造力的智慧传达给了受众。

这种美感,我们可以从其色彩、版式以及材质上感受到。材质的运用是当今设计所运用的元素之一,有的设计师甚至弱化了图形文字等符号的提示,而用材料来“说话”。用环保的材料让我们知道“这个商品是令人安心的”;我们知道材质的柔软、坚硬或者光泽度的变化等会直接唤起受众意识深处



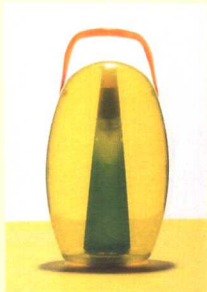
花型的瓶盖是这款香水设计的特点,在外包装和标签上通过图形都重复表达了这一概念,外包装上渐变的黄色与瓶盖瓶自然的光晕效果相呼应。

突出商标的设计手法,在考虑其独立存在的同时,也考虑到了整体陈列的效果所形成的连续性。



的感受。这种感受包含了文化的烙印和世代相传的生活经验的记忆。而色彩和图形则会告诉我们的消费者食品的口味,清淡或浓烈、酸味或者甜味;会表达“温馨”、“活泼”、“简朴”、“阳刚”、“华丽”等概念;会帮助消费者准确无误地选择商品。包装设计师也像一个善于游戏的孩童将他的小小把戏隐藏于设计之中,当儿童或年轻人以奇特的方式打开它,或者从中找到玩具的痕迹,他们便成为设计师的合作者,一起体会到了互动的快乐。同时,一个有着良好素质的包装设计师就像一个权威的学者,把“美”传递给了消费者。

我们可以从许多有关包装的专业论著中查找到包装或设计的定义、功能、宗旨、标准等,我们也可以用长长的文字写下对它的认识,但是这些所有抽象的概念只为了一个目的:那就是不同层次和职业的消费者走进商场从货架上准确无误地拿到他们想要的东西。人们以便捷的方式使用它,存放它的时候,人们用完商品把它的包装当作藏品一样收藏的时候,我想知道有关包装的概念就清晰而具体地体现出来了。



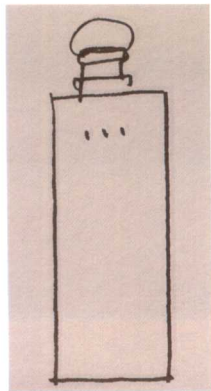
独特之处在于锥形瓶身被嵌于黄色的椭圆形包装内,产生几何形之间的对比,同色系调中又有对比,整体感极强。

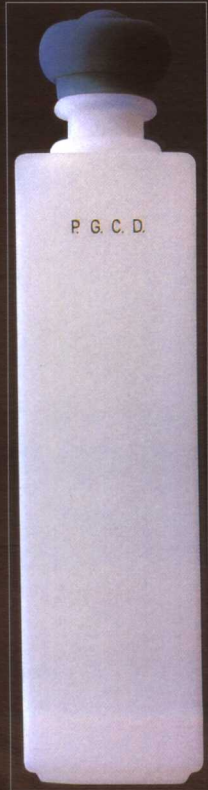
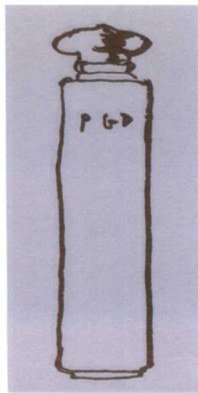
同样品牌的设计,水滴形的瓶身与外包装的圆形图案相吻合,这是浪漫的设计手法。

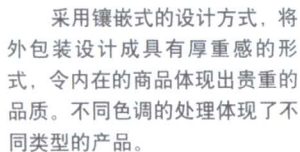


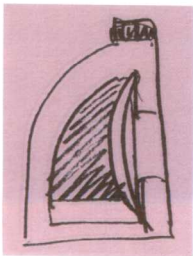


经典的磨砂瓶设计，线条洗练，多注意绿色的瓶盖与乳色的瓶身相协调，方型与弧型的对比。









造型上强调不对称感，
曲线与直线的对比，商标的
设计采用红色与黑色的对比，
醒目而突出。