

# 設計

PLANE DESIGN TEACHING AND LEARNING PRACTICE SERIES

## 平面设计教学实践

*Visual Communication  
Originality and Application II*

视觉传达创意与应用

②

王岩等 编著

# 設計

PLANE DESIGN TEACHING AND LEARNING PRACTICE SERIES

## 平面设计教学实践

*Visual Communication  
Originality and Application II*

视觉传达创意与应用

②

王 岩 等 编著

辽宁美术出版社

## 图书在版编目 ( C I P ) 数据

视觉传达创意与应用. 2 / 王岩等编著. -- 沈阳 :  
辽宁美术出版社, 2015.5  
(平面设计教学实践)  
ISBN 978-7-5314-6616-1

I. ①视… II. ①王… III. ①视觉设计-高等学校-  
教学参考资料 IV. ①J062

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第022388号

---

出 版 者: 辽宁美术出版社  
地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001  
发 行 者: 辽宁美术出版社  
印 刷 者: 辽宁彩色图文印刷有限公司  
开 本: 889mm×1194mm 1/16  
印 张: 19.5  
字 数: 541千字  
出版时间: 2015年6月第1版  
印刷时间: 2015年6月第1次印刷  
责任编辑: 林 枫 王 楠  
装帧设计: 林 枫  
责任校对: 李 昂  
ISBN 978-7-5314-6616-1

---

定 价: 270.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227



# Contents

## 总目录

---

---

01

---

包装设计

于 静 等 编著

1 ..... 128

---

02

---

字体设计

张跃华 编著

1 ..... 80

---

03

---

广告设计

王 岩 等 编著

1 ..... 104



艺术设计教育改革是我国目前创新体系建设中极为重要的组成部分，艺术设计对于创新体系发展来说具有基础性的作用。设计无处不在，创新催生设计，国家的发展创新体系需要艺术设计教育培养出更多具有创新意识和创造能力的艺术设计人才。只有拥有创新能力强的设计人才，才能拥有繁荣昌盛的经济产业链。

现代设计学科必须注重成果转化，走教学、科研、开发一体化之路。设计学科作为应用学科要想得到更大的发展，必须与社会发展、与经济生活紧密对接，无论哪一种设计，如果得不到实践的检验，都不是完整意义上的设计，学以致用，才是设计教育的终极目的。

教育是一种有目标、有计划的文化传递方式，它所完成的任务有两个方面：一是要传递知识和技能；二是接受教育者身心状态得以提升，进而使接受教育者在为社会创造财富的同时实现自身价值。

然而，长期以来，我们的艺术设计教育模式一直未能跟上时代发展的步伐，各类高等院校在培养设计人才方面一直未能找到理论与实践、知识与技能、技能与市场、艺术与科技等方面的交汇点，先行一步的设计大家已经在探索一条新的更为有效的教育方法，在他们对以往的设计教育模式进行梳理、分析、整合的过程中，我们辽宁美术出版社不失时机地将这些深刻的论述和生动的成果集结成册，推出了一系列具有前沿性、教研性和实践性且体系完备的设计系列丛书。

本丛书最大的特点是结合基础理论，深入浅出地讲解，并集结了大量的中外经典设计作品，可以说，是为立志走设计之路的学子量身定制的专业图书。



Educational reform on art design is an integral part of current innovation system in China. Art design is of fundamental significance for the development of innovation system. Design can be found everywhere and innovation hastens the birth of design. The development of innovation system requires art design education to cultivate more talents with innovation consciousness and creative ability, for only by having such talents can our country have flourishing economic industrial chain.

Modern design discipline shall lay emphasis on achievement transformation and insist on the integration of instruction, scientific research and development. As an applied discipline, design discipline must be closely connected with social development and economic life if wishing for further development. No matter which design it is, if it is tested by practice, it's arguably not a complete design. Applying what one has learned is the ultimate goal for design education.

Education is a targeted and planned culture transmission mode, which accomplishes two tasks: First, transmitting knowledge and techniques; second, those who receive education can get improvement physically and mentally and thus achieve self-worth while creating wealth for society.

However, our educational mode for art design hasn't kept pace with the development of the times for a long time. Various institutions of higher education haven't found an intersection point for theory and practice, knowledge and technique, technique and market as well as art and technology in terms of cultivating design talents. However, masters who have moved one step forward in design are exploring a new and effective education method. While they are sorting out, analyzing and integrating previous design education modes, Liaoning Fine Arts Publishing House takes this chance to organize their profound achievements into books, releasing a series of innovative, instructional and researching and practical design books with complete systems.

The most important feature of this series is its combination with basic theories so as to explain profound classic design works both at home and abroad in simple language. It's arguably a professional book series specially created for students who are determined to commit themselves in design.

# PLANE DESIGN

TEACHING AND LEARNING PRACTICE SERIES

01

包装设计

于静等 编著





# 目录 contents

序

## — 第一章 包装设计的概述

007

- 第一节 包装的起源与发展 / 008
- 第二节 包装的功能与分类 / 015
- 第三节 包装设计的内涵与趋向 / 017

## — 第二章 包装设计的流程

023

- 第一节 调研和分析 / 024
- 第二节 定位和构思 / 024
- 第三节 表现和形式 / 033
- 第四节 制作和规范 / 036

## — 第三章 包装的平面设计

033

- 第一节 包装平面设计的原则 / 040
- 第二节 包装平面设计的要素 / 042
- 第三节 包装平面设计的构图 / 054

## — 第四章 包装的结构设计

057

- 第一节 包装结构设计的原则 / 058
- 第二节 包装结构设计的容器 / 060
- 第三节 包装结构设计的方法 / 066

— 第五章 包装的造型设计

071

第一节 包装造型设计的原则 / 072

第二节 包装造型设计的构成 / 074

第三节 包装造型设计的手法 / 077

— 第六章 包装的材料与工艺

081

第一节 包装的材料 / 082

第二节 包装的工艺 / 087

— 第七章 包装设计的理念

091

第一节 系列化包装设计 / 092

第二节 绿色包装设计 / 099

第三节 分众包装设计 / 104

— 第八章 经典案例与学生作品

111

第一节 经典案例 / 112

第二节 学生作品 / 121



# 包装设计的概述

## 目录



- **本章重点** >> 了解包装的起源、发展、功能和分类；了解包装设计的发展的人性化、适度化和个性化趋势；理解包装系统、包装工程和包装设计关系；掌握包装设计的定义、内容和内涵。
- **学习目标** >> 包装设计的定义和内容；包装设计的系统化；包装设计的的发展趋势。
- **建议学时** >> 12学时。

# 第一章 包装设计的概述

包装是伴随着商品的交换而出现和发展的，是为了商品在流通中更好的存储、运输和销售而做的技术和艺术上的准备工作。随着商品经济的发展，包装的内涵已经从最初的保护商品、方便运输拓展到了推销商品、塑造品牌乃至树立企业形象的范畴。现代包装不仅仅代表了一个承载商品的容器，更代表的是一种引导消费的手段，一种生活方式，一种文化价值的取向。相应的，包装设计的重心也从物质功能设计向审美的精神功能设计转移，

即由侧重保护功能向销售功能转变；由侧重销售功能向提升企业品牌功能转变；由侧重企业品牌提升功能向企业、消费者精神功能融合和转变。这些转变和发展趋势，带动了包装装潢、结构、造型的更新乃至设计观念的更新。

本章通过介绍包装的起源、发展、功能和分类，并对包装设计的内涵和发展趋势进行分析，从而引申出现代包装设计的内容。

## 第一节 包装的起源与发展

包装的最早雏形来源于人类为储备剩余的生活物资而生产的容器，这些容器直接取材于各种天然材料，例如葫芦、椰壳、贝壳改造的中空器皿；藤、草、树皮编织的筐篓；黏土烧成的陶器等。严格意义上讲，这些容器还不能称之为包装，它们仅仅实现了保护性的功能，只是包装的最原始形态，但这些容器对后期真正包装的产生起到促进的作用（图1-1）。

当人类社会出现商品交换以后，面向商品流通的包装出现了。我国产品包装有历史记载的最早年代是战国时期，在《韩非子·外储》篇上记载了“买椟还珠”的故事，其中的“椟”就是一种装饰华丽的包装。在唐代的长安、宋代的汴梁、元代的大都、明代的南京、清代的北京，诸如此类商贾云集的都市，都存在着大量的形态各异、丰富多彩的包装，这些可以在传世的《清明上河图》、《货郎图》、《皇都积胜图》等风俗画卷中得到证实（图1-2）。18世纪中叶，在欧洲，对高档货物的包装也已成规模，1860年，美国人爱默生在《生活指南》一书中对此进行了描述。

尽管此时的包装形式多样，但这些包装大多围绕着存储和运输等问题展开，包装美化外表、促进销售的功能并未充分体现，一直到19世纪后半

叶，厂家包装的出现和普及，才真正出现现代意义上的商业包装。在厂家包装中，纸盒替代了杂货商的包装纸和纸绳，在英国，大规模的纸盒生产已经出现，19世纪50年代末，罗宾逊公司就已经可以生产300多种不同种类的盒子。带螺口瓶塞的玻璃瓶和铁皮盒子也被大量生产和使用。与此同时，随着彩色印刷的广泛推广，更促进了包装的发展，尤其是烈性酒、香烟、调味剂、化妆品和药品的包装设计，许多世界知名的品牌都出现在这一时期。总体而言，19世纪的设计是遵从维多利亚时期（the Victoria Era）的典型风格。除了药品包装以外，大多商品的包装视觉设计是豪华瑰丽、色彩斑斓和技法烦琐的，非常具有装饰性。这种视觉设计上的烦



图1-1 半坡陶器





图1-2



图1-3

琐装饰是与当时长期和平发展导致的社会繁荣密不可分的，很显然，这种强大的视觉冲击力是诱发购物欲的前提，这一点为日后包装视觉传达设计的发展提供了借鉴(图1-3~1-6)。

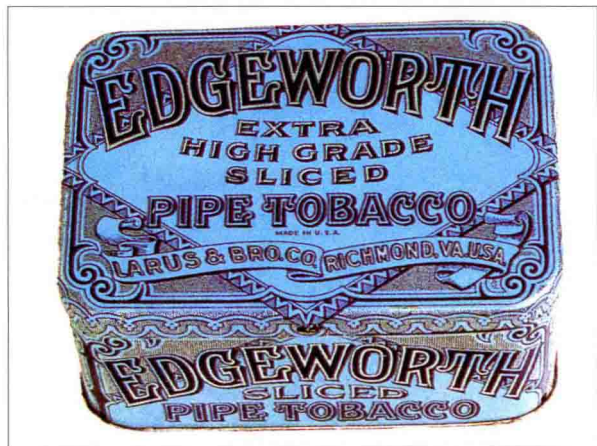


图1-5



图1-4



图1-6



19世纪末到20世纪前半叶，英国出现了商标法来保障商品的可信性，厂家的品牌意识增强，包装贴上了商标，附上了质量保证和产品说明，用包装来说服顾客，吸引顾客购买。在技术领域，包装机械问世，机械代替了手工，极大提高了效率；可以卷折的金属软管被广泛应用到装载绘画颜料和牙膏上；真空铁皮和铝制容器的开发取得突破；出现了开启包装的新方法——拉锁；新型包装材料铝箔、玻璃纸和蜡纸盒也在相继问世。品牌意识的出现以及包装材料的创新发展，对包装风格的要求是：包装需要一个鲜亮夺目、令人兴奋的形象，要给予顾客一种亲切、整洁、新鲜的感觉。这个时代包装设计一扫烦琐矫饰的维多利亚时期风格，装饰上推崇自然主义，特别是花卉纹样、卷草纹样和动物纹样的大量使用。这一时期包装设计较少运用直线，主要以有机曲线为中心，色彩艳丽、明快。当然，这种包装的设计风格也是和当时欧美的形式主义运动——新艺术运动（Art Nouveau）有着很大关联（图1-7~1-12）。尤其到了20世纪20年代以后，更清晰、更洁净的艺术加工风格（Art Deco）出现，强烈的配以鲜明色彩的几何图形的使用，大大革除了早期包装设计过于讲究和过分装饰的风格（图1-13~1-21）。

20世纪30—40年代，欧洲经历了世界大战，由于战争的影响，产品的过度包装被摒弃，包装设计往往被限定为一个符号，颜色单调，包装又回到了其最根本的使用功能。

20世纪50年代战争结束，商品经济到了一个飞速发展的时期，新包装材料诸如聚乙烯薄膜、塑料瓶、不干

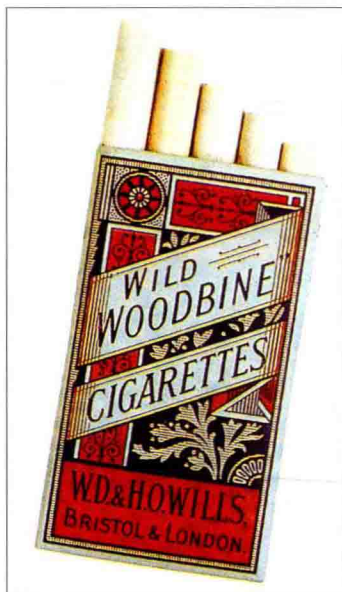


图1-7

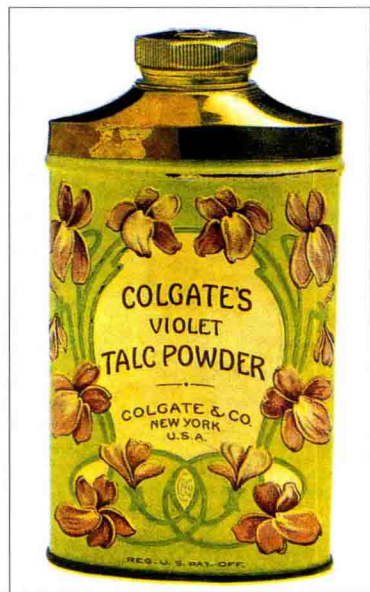


图1-10



图1-8

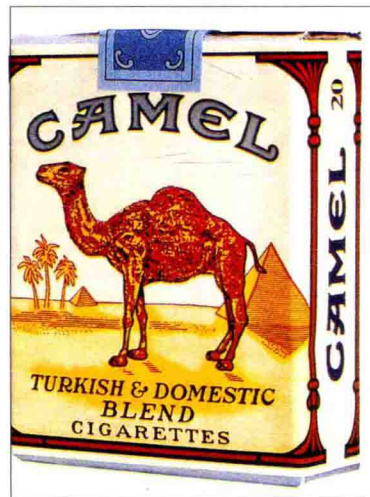


图1-11



图1-9

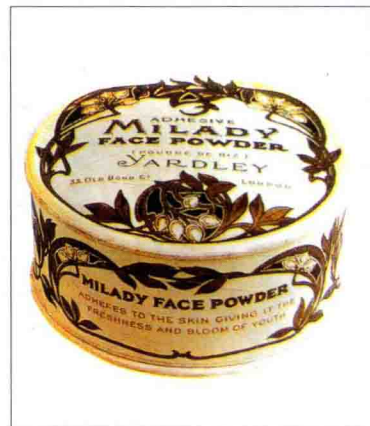


图1-12





图1-13



图1-14



图1-15



图1-16



图1-17



图1-18



图1-19

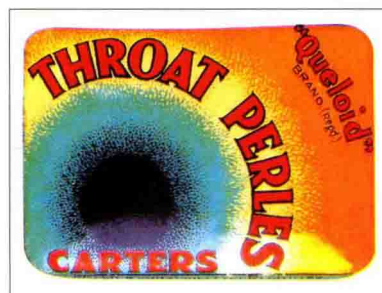


图1-20



图1-21

胶、易拉罐被大量使用；电视、电冰箱、洗衣机各种家用电器也开始介入人们的生活。大工业生产带来的物质丰富，使得消费社会形成，也使得设计成为人们日常生活的一个组成部分。此时，国际主义设计（the International Typographic Style）成为欧美的主要设计风格，国际主义设计具有形式简单、反装饰性、强调功能性、系统性和理性化特点。包装视觉设计采用国际主义设计的一个很重要的原因是：自选商场的大规模出现，自选时代的到来。由于是顾客自己识别商品，所以，包装视觉设计的重点转变为在同质化商品中快速识别。货架上的竞争要求设计必须强调品牌的颜色、主题和中心文字，必须使商品更加醒目，能够脱颖而出而且容易记忆。国际主义设计构图简单明快、高度功能化、精确传达的特点恰好符合自选时代包装简洁、醒目的要求（图1-22~1-32）。



图1-22

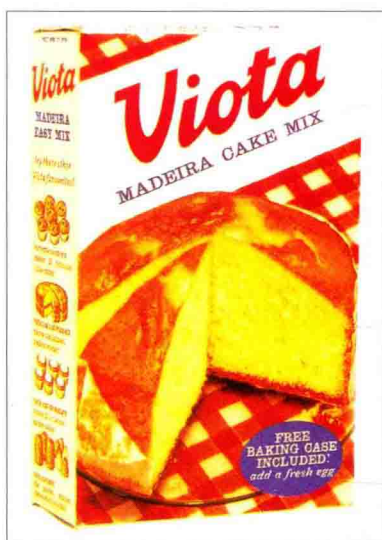


图1-26

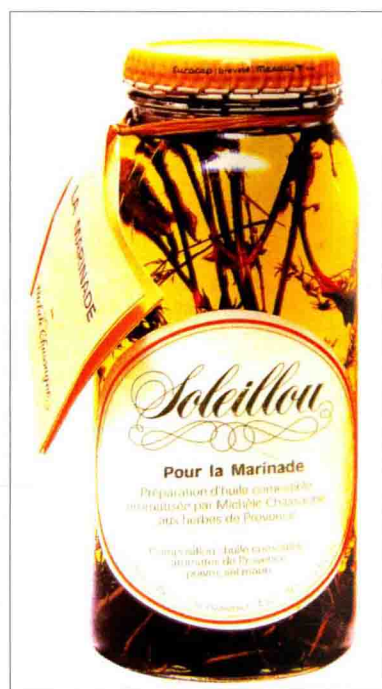


图1-29



图1-23



图1-27



图1-30



图1-24



图1-28



图1-25



图1-31





图1-32

如果说20世纪60年代是商品力的一轴时代，70年代是商品力与销售力的二轴时代的话，那么到了80—90年代，社会已经进入了商品力、销售力与形象力的三轴时代。在这个时期，物质空前丰富，一次性用品增多，新型材料的快速研制并投入使用使产品更加廉价，大量的消费品促使人们更加重视商品的促销，对包装设计有了巨大的市场需求。企业的形象力在包装设计中得到注重，品牌意识进一步加强，系列化产品包装成为企业包装的主流行为。与此同时，消费者更多地追求具有个性化的、富有人情和倾注情感的包装设计，国际主义设计刻板单调的风格已经显得跟不上时代（图1-33~1-44）。



图1-34



图1-35



图1-33



图1-36