

PACK

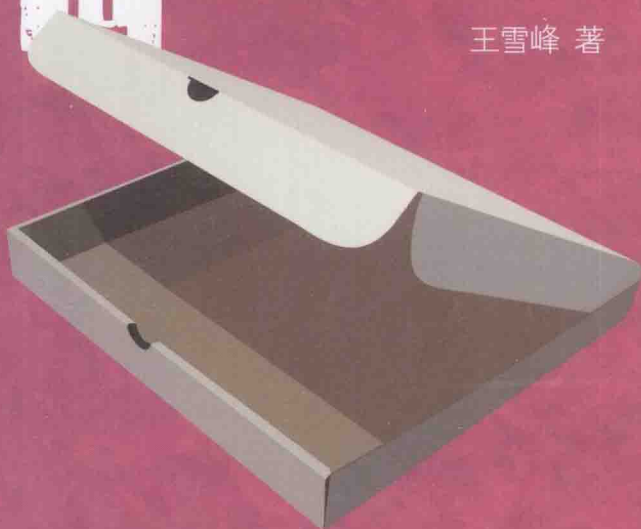
PEAK IMAGINATION

精彩纸质包装盒设计模版
巅峰创想



王雪峰 著

WONDERFUL
PAPER PACKAGE
DESIGN
TEMPLATES



印刷工业出版社

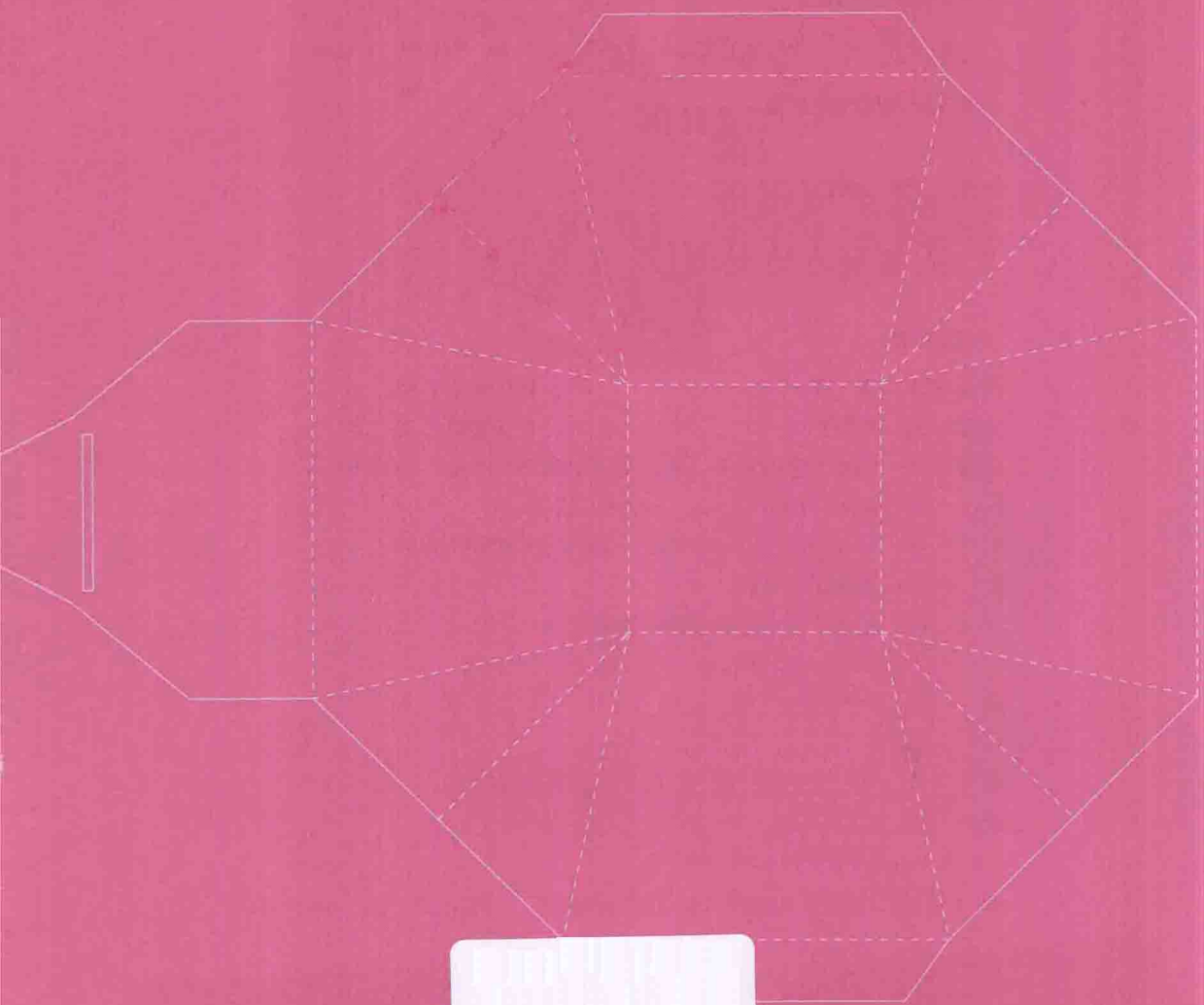
PACK

PEAK IMAGINATION

精彩纸质包装盒设计模版

巅峰创想

王雪峰 著



印刷工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

巅峰创想——精彩纸质包装盒设计模版/王雪峰著. —北京:印刷工业出版社, 2013.7
ISBN 978-7-5142-0396-7

I. 巅… II. 王… III. 包装容器—包装纸板—包装设计 IV. TB484.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第141222号

PACK 精彩纸质包装盒设计模版 巅峰创想

PEAK IMAGINATION

王雪峰 著

责任编辑: 郭 蕊

责任校对: 郭 平

责任印制: 张利君

责任设计: 张 羽

出版发行: 印刷工业出版社 (北京市翠微路2号 邮编: 100036)

网 址: www.keyin.cn www.pprint.cn

网 店: [//pprint.taobao.com](http://pprint.taobao.com) www.yinmart.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

字 数: 200千字

印 张: 17

印 次: 2013年7月第1版 2013年7月第1次印刷

定 价: 68.00元

I S B N: 978-7-5142-0396-7

◆ 如发现印装质量问题请与我社发行部联系 直销电话: 010-88275811

前言

现代社会商品作为人们日常消费和传递情感的载体，包装的概念早已从传统的标明产品名称、保护产品和方便运输等功能之中升华，逐渐成为消费者认识和识别品牌，以及引导顾客消费习惯甚至是生活方式的重要工具。一个好的包装可以提升产品品牌和竞争力，更可以增进消费者与品牌的感情，抑或是让使用者增加生活情趣、表达和改善生活观念。在不断发展的包装行业里，从平面装潢设计、包装结构设计，到自动化包装印刷生产，再到商场超市乃至消费者，在这整个流程中，包装无不体现着它的价值。一款经典包装可以成为人们一生的记忆，一个好的品牌将会推动商业发展的进程。

纵观全球世界格局风云变换，而商品流通、市场供需却是亘古不变。无论是哪个国家，哪个民族以至于男女老幼都将是市场供需的主体。人类对商品有着与生俱来的渴望和对品牌的无限追求，因为品牌不仅可以为消费者带来客观上的需要，更为消费者的精神需求带来满足，而品牌的直接载体便是包装。

包装文化引领着产品的使用习惯、品牌形象以及运输方式和消费个性，从全球著名的碳酸饮料企业可口可乐公司到全球快餐巨头麦当劳；从著名的化妆品香奈儿、兰蔻到全球著名运动服装品牌耐克、阿迪达斯、李宁；从享誉世界的名酒 XO、JOHNNIE WALKER、ABSOLUT 伏特加到全球最具创新精神的美国苹果公司、日本 SONY 公司、瑞士名表以及知名高档奢侈品等，无不有着良好的品牌形象和社会美誉。而它们产品的包装也随着每一次革新成为社会争相效仿的参照对象。

经验告诉我们，每一个成功的品牌一定有一个符合自身气质的外在形象——包装，现代包装不仅满足于商品的运输和销售几项功能，更重要的价值是使消费者迅速识别品牌和提升产品形象和市场价值的必然途径，甚至一些经典的包装设计成为消费者收藏的佳品。

20 世纪 50 年代，瑞典著名包装企业利乐包装公司发明的液态牛奶包装工艺，使消费者和牛奶加工企业不再为销售、储存以及消毒等产品本身的问题而担心了。从此，这家包装公司改变了牛奶企业以及人们的生活和消费方式。

21 世纪，随着世界经济全球一体化的不断深入，全球著名企业的品牌也在随着社会的进步而悄悄地发生着改变，如肯德基在中国推出了“老北京鸡肉卷”、星巴克在北京前门开的特色分店等，各大品牌为了更吸引消费者，除了使自己产品的品质和形象始终处于一流之外，逐步开始更多地研究各地区人们的消费习惯，更加贴近不同民族和不同国家的生活习惯，也就是我们常说的全球品牌概念形象和产品本土化。针对包装的快速发展和需求的不断多样化，我们顺势而为，也就是在生产工艺上要符合现代自动化生产工艺流程，而视觉设计上要进行全球品牌形象的个性化创作和创新。

本书旨在对包装生产工艺进行归纳和分析并形成模版，方便读者实时地研究本书和实例取用。从内容上，本书以纸质包装作为介绍重点，将普通包装、环保包装以及趣味包装分别进行阐述，第一和第二章重点介绍了纸质包装的设计和制作基础和国际标准纸盒；其余的部分以实际的经典案例针对不同类型和结构的包装进行剖析分解，力求将包装设计全方位揭秘和披露，同时以案例为对象结合包装材料和工艺进一步阐明纸质包装的设计内涵。

笔者相信每一个人在开始自己的职业生涯的时候都不尽相同，因此，笔者希望阅读本书时要掌握方法，亦可独立另辟蹊径创新包装的设计和生方法，在实际应用过程中广泛汲取行业前辈的经验来完善自己的创作作品。



2013年5月 于北京

目 录

第1章 纸质包装设计基础

1

1. 认识纸质包装品 2
2. 纸盒包装品设计制作流程 3
3. 包装品设计制作要素 4
4. 自动化包装生产 16

第2章 国际标准盒型

17

1. 直式插舌标准纸盒 18
2. 直式锁舌开窗盒 20
3. 自封底盒 22
4. 快速封底盒 24
5. 对称扣合锁底盒 26
6. 花式对称扣合锁底盒 28
7. 尾端封口型盒 30
8. 双边墙盒 32
9. 书本式包装盒 34
10. 一体成型扣脚盒 36
11. 展示盒 38
12. 六点胶合盒 40
13. 各式包装盒的应用范围 42

第3章 经典案例

43

1. 食品包装类 44
2. 文化包装类 106
3. 商业包装类 138
4. 日用品包装类 156
5. 电子产品包装类 164
6. 其他包装类 174

第4章 趣味纸盒

179

1. 交通隔离墩式纸盒 182
2. 六角鬼脸盒 184
3. 麦克风 LOGO 纸盒 186
4. 概念车纸模型 188
5. 清新剂纸盒 190
6. 四角锥形盒 192
7. 纸杯造型盒 194
8. 果汁包装 196
9. 花式叠纸 198
10. 足球造型盒 200
11. 枕形包装盒 202

第5章 环保包装 205

1. 一体成型、扣脚盖式纸盒 208
2. 小点心包装 210
3. 时尚即食食物包装 212
4. 盖式环保盒 214
5. 扣脚式一体快递盒 216
6. 快递盒 218

第6章 五花八门的模切版 221

1. 海马折纸 222
2. 和平鸽纸带 222
3. 建筑方盒 223
4. 梯形提手盒 224
5. 插扣心形盒 225
6. 圆顶无粘盒 226
7. 鬼脸五折页 227
8. 立体楼梯四折页 227
9. 卡车纸盒 228
10. 纸相框 229
11. 钟形盒 230
12. 坡式展示盒 231
13. 人形趣味折卡 232
14. 挂式镂空无封盖包装 232
15. 立式折叠桌牌 233
16. 镂空产品展示盒 234
17. 梯式隔断产品展示盒 235

18. 单脚支撑兜式展示盒 236
19. 复式插扣盒 237
20. 复式展示包装盒 238
21. 插舌叠式纸袋 239
22. 插扣三折页 240
23. 八角花式蛋糕盒 241
24. 无粘打孔纸袋 242
25. 八角堆叠折纸 243
26. 六角棱形盒 244
27. 三角棱形盒 245
28. 四角棱形盒 245
29. 斜式导角手袋 246
30. 糖纸式纸盒 247
31. 提手点心纸盒 248
32. 手提屋顶纸盒 249
33. 无粘屋顶纸盒 250
34. 面膜贴 251

第7章 隔板和纸托 253

1. Z形折纸隔板 254
2. 一体式定位纸托 256
3. 定位纸托 258
4. 占位缓冲纸托 260
5. 随形防护纸托 262
6. 一体式折纸隔板 264

结束语 266

1

第1章 纸质包装设计基础

作为一本介绍包装设计的图书，本章所讲述的基础内容是为了引导读者了解包装知识和包装设计对纸质包装的特点、包装设计制作方法而进行基础知识方面的阐述。从认识纸质包装说起，到设计产品包装前需要进行的尺寸测量、造型的规划、结构设计、强度的选择，以及包装设计制作流程等。

1. 认识纸质包装品

包装作为一种保护且美化产品的容器，种类繁多、形式各异。其中纸质包装的应用最为普遍，因为纸质包装具有以下优点：质量小、强度大、易于造型、方便印刷和运输、成本低廉等，已被广泛应用到饮料、食品、电子、服装、文化产品、医药、奢侈品以及化妆品等领域。同时，由于现代发达的造纸工业而生产出符合不同要求的纸张，使得当前的包装设计更精美，生产更便捷。

根据产品包装的要求不同，纸质包装品可以分为纸箱、纸盒、纸袋、纸塑软包装袋、封套以及纸杯、纸桶等。



食品包装用纸塑软包装袋



包装纸盒



一体成型复合包装纸盒



包装纸桶

2. 纸盒包装品设计制作流程

包装设计是一个复杂的工程，并不是只要请一位设计师，使用 Photoshop 简简单单地设计一下图形，再画个造型效果图，就可以交给印刷厂印制加工完成这么简单。而是要通过包装产品设计师对所包装的产品属性进行全面的了解，对包装方案以及要体现的产品内涵文化进行剖析；再经过多方调研、策划论证，包括：配色设计，包装品使用方法及结构设计，材质选用，产品防伪方案，打包运输注意事项等方方面面，之后再展开缜密的设计工作。

如下图所示，具体包装设计阶段的工作又可细分为：产品定位及品牌战略规划，选择包装材料，确定造型和测量尺寸，设计包装画面形象、确定印刷工艺和造型，制作效果图，制作手样，制作成品文件并绘制模切版。

纸盒包装



纸盒包装品设计制作流程示意图

3. 包装品设计制作要素

(1) 包装与品牌文化

包装是商品的第一视觉，包装的好坏直接反映产品的形象内涵，甚至可以决定产品的价值以及品牌附加值和产品的市场生命，包装的改变和升级是商品进行新的定位的关键环节。从包装的发展来看，包装文化是从自然包装到被动包装一步步进化和演变而来的，其作用也在发生着巨大的变化。包装潜移默化地成为了消费者的购买行为、习惯以及营销策略的重要元素。

包装的造型、开启方式、色泽、材质都会影响产品的形象和地位，因此我们在设计产品包装时，一定要立足产品背后的文化和商品本身的特性、功能进行缜密的策划和考量规划，以更利于引导消费习惯。

在这里所提到的主动包装如豆角、玉米、乌龟这些与其生命息息相关的生物，它们的包装既是一种对自己的保护也是一种装饰；而被动包装这里指的是诸如，粽子皮、竹筒、钱包、箱包、手提袋，为了使用方便、美观和易运输而采用的包裹形式。

在商品流通过程中，包装是产品从生产商到消费者重要的载体，随着商品品牌文化的建立，人们消费观念的形成，包装牢牢地与品牌链接在一起，成为品牌的“代言人”。同时，包装除了固有的保护、运输功能之外，又增加了“防伪”“人性化开启和组合”以及“文化传播”的功能。

进入 21 世纪，包装在功能、种类、形式上有了全面的创新，企业在产品进入市场之前最主要的工作就是进行包装的设计，从古至今，包装充分被证明其存在的重要性。因此一款合适、合理而又符合产品的优秀包装需要生产者、销售渠道、包装设计者、市场的全面考验。经典的包装不断地传承企业以及产品的品牌力量，例如可口可乐的包装不仅是品牌本身文化、形象、品质还有健康理念的象征，还是包装爱好者的收藏之物，也被制作成创意礼品广为流传；而中国著名饮料“健力宝”有一款产品“爆”果气，上市半年就因为黑色不透光包装造成产品过快变质而香消玉殒。由此可见，好的包装可以影响商品的销售和产品的生命周期，不仅与产品的存在息息相关，更关乎一个品牌的生命力并左右着一个企业的发展和生存。

(2) 包装材料

包装材料是指用于制造包装容器、包装装潢、包装印刷、包装运输等满足产品包装要求所使用的材料,它既包括金属、塑料、玻璃、陶瓷、纸、竹子、野生蘑类、天然纤维、化学纤维、复合材料等主要包装材料,也包括涂料、黏合剂、捆扎带、装潢、印刷材料等辅助材料。

材料的要素即是商品包装所用材料表面的纹理和质感。它往往影响商品包装的视觉效果。利用不同材料的表面变化或表面形状可以达到商品包装的最佳效果,可给消费者以新奇、冰凉或豪华等不同的感觉。材料要素是包装设计的重要环节,它直接关系包装的整体功能和经济成本、生产加工方式及包装废弃物的回收处理等多方面的问题。

本书主要关注纸质包装,相应的包装材料有:包装纸、纸袋纸、干燥剂包装纸、蜂窝纸板、牛皮纸工业纸板、蜂窝纸芯。

另外,设计时一定要参考所选用的纸张种类、定量,确定纸盒印刷后,表面采用的整饰方法,如烫印、压凹凸,上光等。不同的纸张结合工艺表现效果差异会很大。

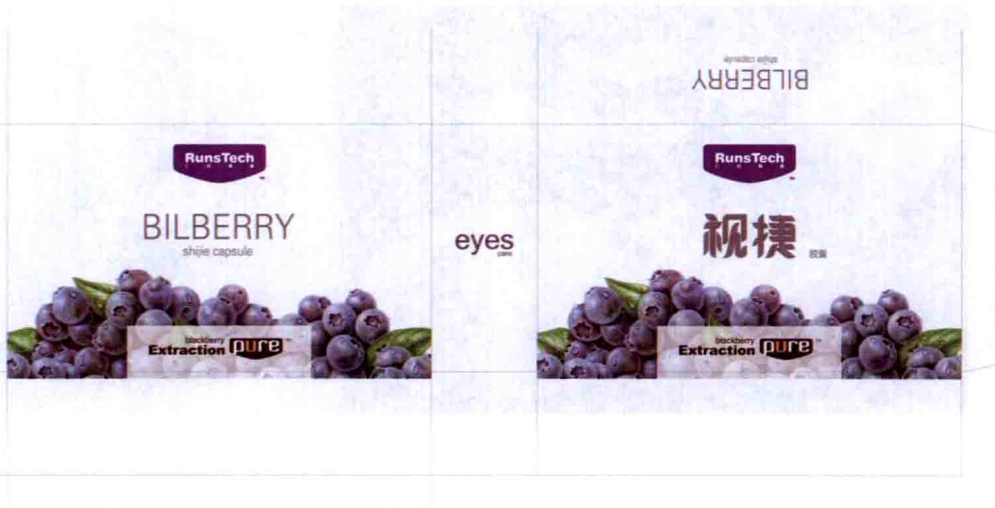


(3) 包装测量

包装的测量是进行包装设计的关键步骤，对于包装设计来说，一个精确的尺寸是包装设计至关重要的环节。尺寸太小无法让产品装进去；而尺寸如果太大，包装就无法达到美观的要求，又不能起到保护产品安全的作用。因此在包装设计初期，及产品即包装内容物的尺寸测量，对包装规格的精准测定就显得尤为重要。

① 通常来说，纸袋的大小要以比产品（内容物）略大一些为标准，因为纸袋通过特殊处理后密封条件下其空间可以是内容物的数倍大，而设计时要注意产品的容积，测量时需使用一个塑料袋装入产品，利用手来轻轻压扁塑料袋后，测量塑料袋的长（L）、宽（W）、高（H）即可。通过测量纸质包装袋的尺寸应该是 $(2W + 2L) \times H$ ；

② 纸盒的尺寸是根据产品的体积来确定，从产品的最底端到最高点作为产品的高，产品的最宽处两点距离作为宽的尺寸，同样最厚的两点距离作为厚度的尺寸，在每个尺寸上再加上纸厚度的 1/2 就是基本纸盒的尺寸。



W

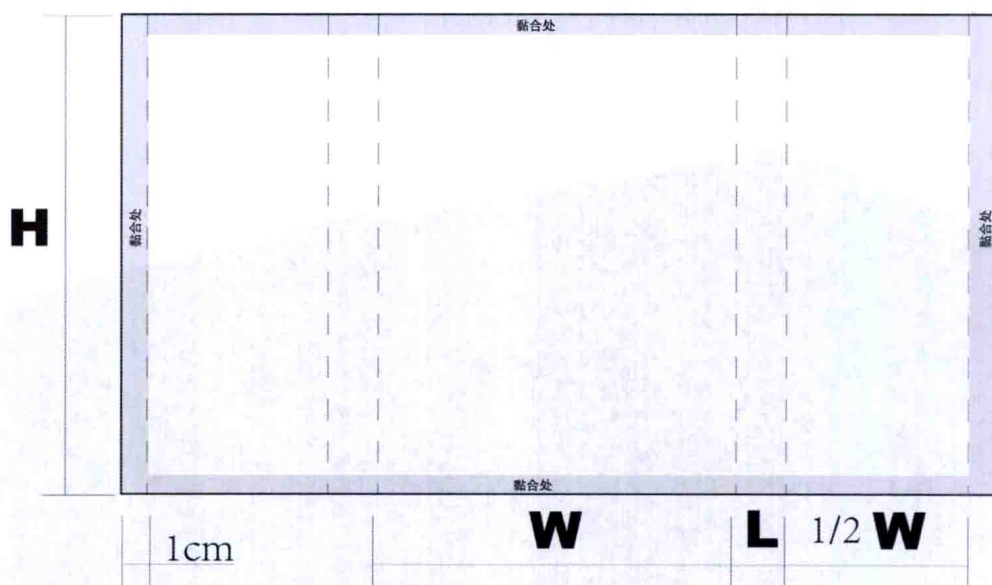
L

H



测量内容物的长、宽、高，确定各部分包装尺寸；策划造型设计及包装使用方式（如开启机关，各种有趣和实用的造型等）；以进行结构合理性及强度评测，以及最后阶段的外观装潢设计。

当然，不同的纸盒折叠方式尺寸也不尽相同，所以在确定纸盒的尺寸时必须先确定纸盒的折叠方式。同时确保纸盒与产品之间有两张复印纸的距离，即包装尺寸恰到好处。下图是一个包装盒内装四个瓶子（即 $W = \text{瓶子的直径} \times 4$ ； $H = \text{瓶子的高度}$ ； $L = \text{瓶子的直径}$ ），在设计包装时， $W/H/L$ 均再增加 2 张纸的厚度即可。



纸袋的展开尺寸

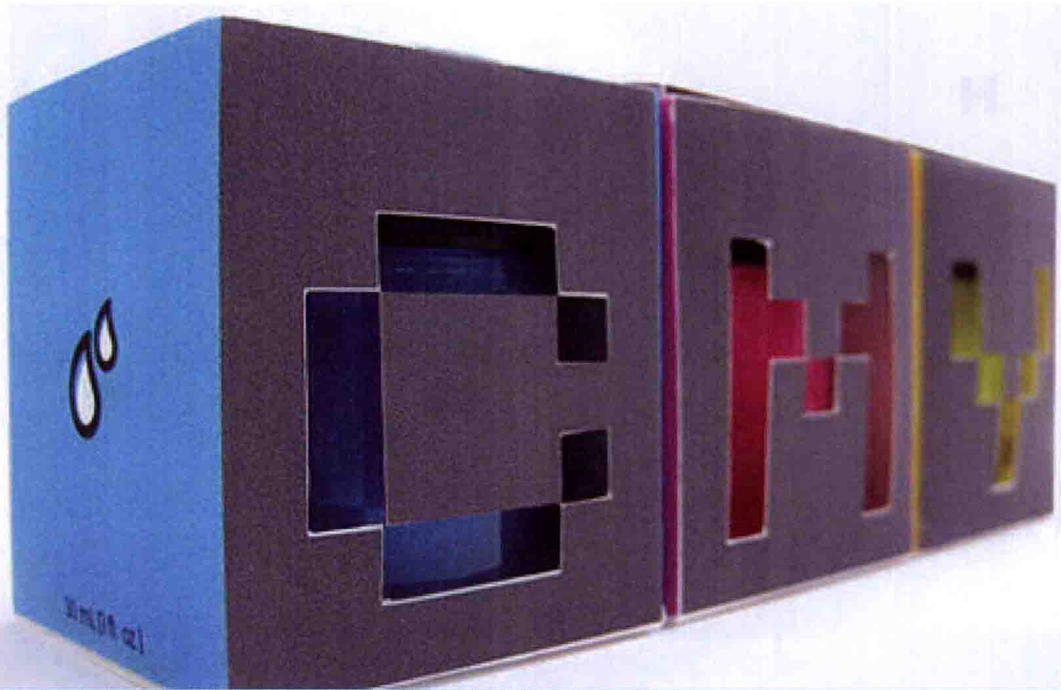
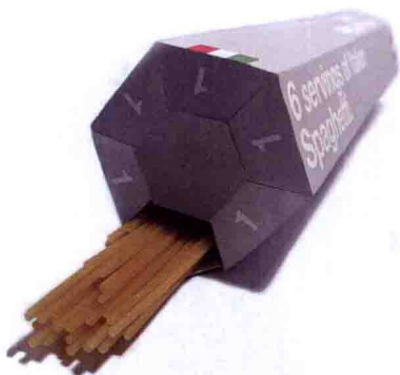
(4) 包装装潢及造型设计

① 造型设计

造型是包装设计的灵魂,根据产品的不同特性和消费定位,在包装设计伊始,造型的确定将为之后的画面设计提供最大的创作思路,也为产品的品牌塑造最基础的形象。成功的包装作品是包装造型、产品文化和品牌定位三者合一的经典展现。在包装创作过程中也会体现在产品的价格定位和产品本身的包装需求上,特殊造型包装一般会用在精致包装和豪华包装上,而普通造型包装在产品的应用方面则是大众化且相对普及的。所以相对普通包装来说个性化造型包装工艺相对复杂,造价也会较高。包装造型分为基本造型和个性化造型。

基本造型,即以几何形状为主体的包装类型,如方形、棱形、八边形、六边形、五边形、三边形、五角形、梯形、弧形、导角形等。

个性化造型,即仿生包装、趣味包装、互动包装、不规则包装等。具体体现如:玩具、公仔、鱼、树、汽车、建筑等。



② 结构设计

✿ 纸包装结构

纸包装的结构设计是指为固定和保护被包装物而进行的立体结构、强度等方面的设计和规划,包括包装的黏合、嵌扣、插钩、空间分隔、开合方式、人体工程学以及密封设计。包装的结构大致有以下四种形式:

- A. 一体式,主要用在快递盒、数码产品以及高档服装等包装上;
- B. 分体式,以盒体和盖子分体组合为主的包装盒,如上下盖式、抽屉式、造型分体组合等形式;
- C. 辅助式,多以捆绑促销、后期包装弥补以及帮助现有包装产品展示的包装形式;
- D. 嵌套式,即成套的包装形式,不同大小的嵌套以及阴阳包装形式结合。多用在玩具、趣味产品以及食品等领域。

✿ 强度

在纸质包装的设计过程中,需根据包装所承载的重量和体积不同来选择不同强度的材质包装形式。质量相对较轻的产品,如香烟、休闲食品可以使用材质较为软的纸质包装,同时黏合方式可以选择普通胶盒或插扣式包装形式。对于较为沉重的、易碎以及液体、软体内容物,一般比较结构以及材质我们都会选择强度较大的包装来满足内容物对包装的需求,如电子产品、酒、瓷器、粉状物等。而对纸盒来说,盒底的设计一般采用自封底结构或快速推合封底来解决。



③ 装潢设计

包装装潢设计是将商品包装展示面的商标、图形、文字和组合排列在一起的一个完整的画面。这四方面的组合构成了包装装潢的整体效果。包装装潢设计构图四要素:商标、图形、文字和色彩运用得正确、适当、美观,就可称为优秀的设计作品。

✿ 商标设计

成功的商标设计,应该是创意表现有机结合的产物。创意是根据设计要求,对商标所代表的企业或是产品理念进行综合、分析、归纳、概括,通过哲理的思考,化抽象为形象,将设计概念由抽象的评议表现逐步转化为具体的形象设计。

✿ 图形设计

图形作为设计的语言,就是要把形象内在、外在的构成因素表现出来,以视觉形象的形式把信息传达给消费者。要达此目的,图形设计的定位准确是非常关键的。

✿ 色彩设计

包装装潢设计中的色彩要求醒目,对比强烈,有较强的吸引力和竞争力,以唤起消费者的购买欲望,促进销售。例如,食品类用鲜明丰富的色调,以暖色为主,

