



高等学校高职高专艺术设计类专业教学
规划教材

包装设计实训

曾沁岚 沈卓娅 编著



东方出版中心

21 世纪高职高专艺术设计规划教材
高等学校高职高专艺术设计类专业教学规划教材

包装设计实训

曾沁岚 沈卓娅 编著

东方出版中心

图书在版编目(CIP)数据

包装设计实训/曾沁岚, 沈卓娅编著. —上海: 东方出版中心,
2008. 6

ISBN 978-7-80186-852-7

I. 包… II. ①曾②沈… III. 包装-设计-高等学校: 技
术学校-教材 IV. J524. 2

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第091138号

包装设计实训

出版发行: 东方出版中心

地 址: 上海市仙霞路345号

订购电话: 021-51699208 54085567

邮政编码: 200336

经 销: 新华书店

印 刷: 上海美雅延中印务有限公司

开 本: 787×1092毫米 1/16

印 张: 9

印 次: 2008年6月第1版第1次印刷

ISBN 978-7-80186-852-7

定 价: 45.00元

版权所有, 侵权必究。

21世纪高职高专艺术设计规划教材

包装设计实训

主编 曾沁岚 沈卓娅

编委会 井大为 毛根廷 王 娟 吕耀华 赵志君
张云奇 张 航 周弘宇 罗 雄 叶 苗

21世纪高职高专艺术设计规划教材 学术委员会

成员名单：（按姓氏笔画排序）

于晓芸	于振丹	丰明高	从云飞	区茵
尹春洁	文红	毛根廷	王石礲	王希鸿
王建良	王明道	王德聚	邓军	冯凯
卢国新	史志锴	叶苗	叶国丰	任明
刘畅	刘彦	刘永福	刘岌杉	刘晓东
吕美立	孙超红	成勇	江广城	余克敏
余思慧	吴天麟	吴金	应志红	张跃
张斌	张跃华	李克	李俭	李涵
李超	李纪斌	李茂虎	李桂付	杨晚丽
沈勇	肖利才	邵辉	邵永红	陆天奕
陈正俊	陈石萍	陈华钢	陈伯群	陈国清
陈晓莉	易林	林勇	欧阳刚	罗雄
金德山	段林杰	胡巍	胡亚雄	胡明宝
胡美香	赵方欣	赵永军	赵志君	赵家富
赵德全	唐琦斯	徐南	徐慧卿	翁志承
崔午阳	康强	曹莉	曹永智	曹学莉
脱忠伟	黄涛	黄春波	龚东庆	曾祥远
程宇红	蒋文亮	雄风	鲁力	漆杰峰
蔡炳芸	蔡恭亦	颜克勇	薛福平	戴荭
戴丕昌	戴学映			

序 言

艺术设计对于整个国民经济的发展具有举足轻重的作用，它使产品的自身价值得到了提升，其附加值也会不可估量。因此，如果没有这个概念和意识，我们的产品将失去应有的经济价值，甚至浪费宝贵的物质资源。

我国的高职高专教育面广量多，其教学质量的好坏会直接影响国家基础产业的发展。在我国1200多所综合性的高职高专院校中，就有700余所开设了艺术设计类专业，它已成为继计算机、经济管理类专业后的第三大类型专业。因办学历史短，缺乏经验和基础条件，目前该专业在教学理念、师资队伍建设、课程建设和教材建设等方面，都存在着很多明显的问题。教材的改革将会引导教学观念、教学内容、教学质量的改进。这次中国出版集团东方出版中心出版艺术设计系列规划教材，也是教学改革工程的具体体现。本系列教材由设计理论、设计基础、专业设计三部分组成，在编写原则上，要求符合高职高专教学的特点；在教材内容方面，强调在应用型教学的基础上，用创造性教学的理念统领教材编写的全过程，并注意做到各章、节具有可操作性和可执行性，淡化传统美术院校讲究的“美术技能功底”即单纯技术和美学观念，建立一个艺术类和非艺术类专业学生的艺术教育共享平台，使教材得以更大层面地被应用和推广。

为了确保本教材的权威性，我们邀请了国内外具有影响力的专家、教授、一线设计师和具有实践经验的教师作为本系列教材的顾问和编写成员。相信以他们所具备的国际化教育视野和对中国艺术设计教育的社会责任感，以及他们的专业和实践水平，本套教材将引导21世纪的中国高等学校高职高专艺术设计类专业的教育，达到真正意义上的教学改革和调整。

21世纪高职高专艺术设计规划教材编写委员会

2008年5月1日于上海

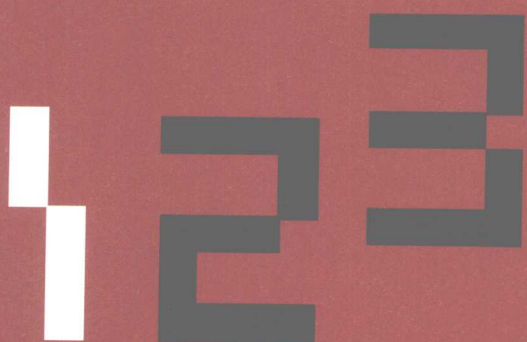
《包装设计实训》课程 / 课时安排

建议 224 课时（16 课时 × 2 天 × 7 周）

章节	课 程 内 容		课 时
第一章 理论篇 (4 课时)	包装设计 概述	1. 包装的历史、发展和未来	4
		2. 包装与包装设计	
		3. 包装设计与包装材料	
第二章 方法篇 (108 课时)	包装设计的市场与定位		2
	纸盒包装 结构设计	1. 纸盒包装的基础知识	32
		2. 纸盒包装的结构分类	
		3. 纸盒包装结构设计技巧	
	包装容器 造型设计	1. 包装容器造型设计的原则	32
		2. 包装容器造型设计的方法步骤	
	包装平面 视觉设计	1. 包装平面视觉设计的构图元素	40
		2. 包装平面视觉设计的构思方法	
		3. 包装平面视觉设计的版面编排设计	
	包装的印刷与工艺		2
第三章 实践篇 (112 课时)	包装设计的 分项实践	1. 食品及饮料包装设计	48
		2. 健康与美容产品包装设计	
		3. 电子与文化产品包装设计	
		4. 药品与保健品包装设计	
		5. 礼品包装设计	64

目录

	序言	5
第一章	理论篇	8
	包装设计概述	9
	1. 包装的历史、发展和未来	10
	2. 包装与包装设计	16
	3. 包装设计与包装材料	22
第二章	方法篇	32
	包装设计的市场与定位	33
	纸盒包装结构设计	41
	1. 纸盒包装的基础知识	42
	2. 纸盒包装的结构分类	45
	3. 纸盒包装结构设计技巧	51
	包装容器造型设计	56
	1. 包装容器造型设计的原则	57
	2. 包装容器造型设计的方法步骤	60
	包装平面视觉设计	67
	1. 包装平面视觉设计的构图元素	68
	2. 包装平面视觉设计的构思方法	76
	3. 包装平面视觉设计的版面编排设计	82
	包装的印刷与工艺	92
第三章	实践篇	99
	包装设计的分项实践	100
	1. 食品及饮料包装设计	101
	2. 健康与美容产品包装设计	111
	3. 电子与文化产品包装设计	119
	4. 药品和保健品包装设计	129
	5. 礼品包装设计	135
	写在后面	144



理 论 篇

包装设计概述

包装的历史、发展和未来

包装与包装设计

包装设计与包装材料

包装设计概述

课程内容 — 本章的学习首先从包装的起源、发展、演变的历史开始,了解包装产生的缘由,并着重介绍包装的基本概念和包装设计中常用的几种包装材料。以及包装在社会经济活动中的重要影响,从而使学生具备一定的包装设计基础理论知识。

课题时间 — 4 课时。

在现代生活中,包装设计已经与人们的日常生活紧密联系在一起了。包装是经济发展不可缺少的一部分,如果没有包装,商品运输会受到很大的限制,商品的功能及使用等信息将很难传达给消费者,生产效益也会大大降低。可见,包装对于国民生产是十分重要的。

出色的包装是创造成功品牌的关键所在,而包装设计也不仅限于标识设计和平面设计,要创造出一件成功的包装设计作品,就要对消费者有所了解。对潮流趋势有所体察,并熟识各类竞争商品。所以说包装设计是一门综合性很强的艺术设计学科,是艺术与科学技术的有机结合,它包涵了从视觉传达中的造型、结构、图形、色彩、文字、编排等到技术环节中的材料、印刷、工艺等,同时还结合了消费心理学、市场营销学、技术美学等学科内容。学科交叉是包装设计的一个重要特征。同时由于科学技术的迅猛发展,在包装结构、包装材料以及印刷工艺等方面的变化更是日新月异,这就需要包装设计更加科学化、人性化。

本章将从理论层面系统介绍包装设计的基本知识,在理论知识和设计实践方面进行较好的结合,并以现代包装设计的视点,结合国际包装设计发展的趋势,对原有的专业知识进行梳理和充实。



图 1-1 洗涤剂包装 /
STI-Gustav Stabernack GmbH Lauterbach

新的包装方案采用胶纸复合瓦楞材料的立方体形包装,在生产和物流上可减少 80% 的成本,还可以优化码垛。此包装最独特之处在于利用瓦楞纸包装解决开合问题,同时推 4 个压力点进行盒盖的开启,避免 5 岁以下儿童单独操作所带来的不必要的危险。盒盖一旦盖压下来,所附安全扣锁定,并自动发出声音提示。

1. 包装的历史、发展和未来

训练目标 — 通过本内容的学习, 使学生对包装历史及发展趋势建立基本的认识, 在借助大量案例分析的同时, 对包装设计的发展脉络有一定的感性认识, 为后续学习做进一步的准备。

课题时间 — 1 课时。

参考书目 — 《包装设计 150 年》(华表 编译), 《设计改变生活 包装设计》(连维建, 傅兴)。

包装的出现, 是人类社会发展的必然产物。在漫长的历史岁月里, 包装是随着人类文明前进的步伐发展起来的。纵观世界包装的演变, 渗透出不同地区、不同民族、不同时期人们的生活情感, 也标志着商品发达的程度和社会文明发展的程度。

(1) 包装设计的历史演变

远古时代, 我们的祖先在经历了漫长的脑与手的进化之后, 开始进入有意识的创造性劳动阶段。原始包装是指旧石器时代人们利用现存的植物叶子、果壳、葫芦、贝壳等天然材料作为盛装物品的器具, 利用植物茎叶包装食品等的材料, 这种原始朴素的包装形式在现代生活中仍然屡见不鲜。当掌握了养蚕抽丝、捻线织布等更高文明之后, 开始有了明确的包装要求。早在公元前 3000 年, 埃及人开始用手工方法熔铸、吹制原始的玻璃瓶, 用于盛装物品, 同一时期, 埃及

人用纸莎草的芯制成了一种原始的纸张用以包装物品。与古代希腊人创造的地中海文明以及两河流域的埃及文明一样, 中华民族的祖先在新石器时期创造出了最古老的包装容器——陶器, 从包装的角度看, 有着重要的意义。一方面它可以贮存水、酒、食物等, 成为重要的包装容器; 另一方面, 陶器上的各种纹饰, 实际反映了当时流行的各类包装形式。

我国古代民间的包装多取材于大自然的天然材料, 如: 木、藤、竹、草等, 经手工加工而成。



图 1-2 天然包装材料

流传了几千年的粽子, 至今还是沿用苇叶包裹糯米, 形状为独特的三角形, 不但美观, 蒸煮时苇叶的清香还会渗透到糯米中, 形成独特的美食。是形式与功能完美结合的产品。竹筒装盛食物, 既便于储存携带, 还可以直接加热, 一举多得。

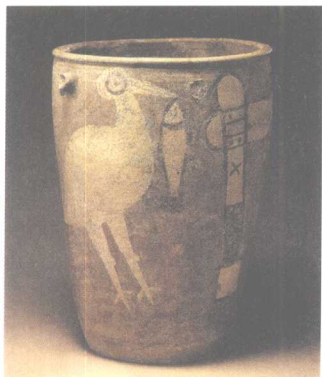


图1-3 新石器时期的陶质彩绘器
陶缸腹部一侧绘有鹤鱼石斧纹样,此画笔法凝重,色彩醒目,形象逼真,反映了当时原始部族的渔猎生活,是我国原始陶绘中罕见的艺术珍品。

宫廷器物包装多采用一些工艺性更高的人造包装,如金属器、陶器、漆器、染织物等。

《韩非子·外储说左上》中记载的

“买椟还珠”的故事,讲述的是春秋战国时期一个楚国商人将珍珠装在华丽高贵的木匣里到集市上卖,一个郑国人取出珍珠归还卖主却拿走了木匣子,比喻买者舍本求末,取舍不当。这个故事也真实地反映出早在2200多年前的战国时期已出现了华丽的商品包装,并且十分精致美观,以至于买者对包装盒爱不释手而舍去商品。

春秋战国至西汉时期我国漆器工艺得到蓬勃发展,其漆器造型丰富多彩且装饰纹样潇洒飘逸,有很浓的东方艺术意蕴。这个时期出现了盛装酒器、



图1-4 西汉时期彩绘漆耳杯盒
耳杯是当时的酒具,也是汉代楚国漆器的代表器形。这套耳杯以及盒子收藏时的节省空间的设计,反映了中国古代原始的工业设计思想的萌芽,体现出2000多年前中国人民的智慧。

食品和化妆品的漆器饰盒。造型多是盒中套盒,实用美观,具备了便于携带的功能。漆器包装奠定了独特的中国传统包装设计的经典样式。

东汉时期(公元105年),蔡伦发明

了造纸术。纸包装的出现大约在唐代,唐代是封建社会经济空前繁荣的一个时期,经济的繁荣促进了包装的发展,当时商品包装已普遍使用纸包装,如茶叶、食品等。北宋时期,造纸和印刷技术的提高,又进一步带动了包装的兴旺发达。产品包装设计到了这个时候已普遍采用了铜版印刷工艺,在民间也普遍使用手工制造的粗糙的纸做成标贴来包装食物。在雕版印刷趋于鼎盛的基础



图1-5 济南刘家功夫针铺

这块铜版就是用来印刷广告的,上面有店铺的名称。这个铜版现在被认为是已经知道的世界上最早出现的商标广告实物。内容表达清晰,形象生动,简洁明了,可谓设计精巧,也是宋代商品经济繁荣的最好物证。

上,北宋时期,毕昇发明了活字版印刷技术,用胶泥刻成单字,入火烧烤,使之坚固,成为字模,然后排列起来进行印刷,印刷速度大为提高。在活字印刷技术影响下,元代又开始使用木活字和锡活字,明代开始使用铜活字和铅活字。宋代的印刷技术经西夏,沿丝绸之路西传。大约在15世纪传入欧洲,此后德国人古腾堡发明了铅字印刷,带动了整个欧洲印刷业的蓬勃兴起。

我国明清至民国期间民族工业发展滞后导致商品经济落后,包装工业特别是纸包装发展缓慢,包装一直在贸易中作用较轻,不能形成独立的工业体系。

(2) 包装产业化的形成

随着人类科技进步,特别是从19世纪中叶英国工业革命开始以后,商业流通手段得到了很大的发展,以机械化大批量生产和长途安全储运物资与商品为目的,进而推出的以迎合市场、引导消费、满足人们对商品包装的物质功能与审美功能需要为中心的包装产业也随之诞生并迅速发展。

英国的立顿茶包装被公认为是现代包装的先驱。17世纪,每磅茶的价格对于普通家庭来说,显得有些昂贵。于是立顿茶商将茶分为一磅、半磅、1/4磅的袋分装,并使用统一的经过精心设计的包装袋。包装上突出了立顿商标,并且使用了“从茶园直接到茶瓶”的广告语。这种包装方法方便消费者购买,并树立了良好的商品形象,很快便得到消费者的认同并取得了销售成功。

工业革命以后,机器化的大生产逐步取代了传统



图 1-6 瓦楞纸包装箱

1871 年,美国人琼斯申请了瓦楞纸的发明专利。瓦楞纸重量轻,成本低廉,具有良好的保护性,成型简便,而且可折叠,仓储运输成本都很低。对包装产业的健康发展起到了良好的促进作用。

的手工作坊式的生产方式。包装机械的应用使包装更加标准化和规范化,各国还相继制定了包装工业标准,以便于包装在生产流通各环节的操作。现在的包装产业在各工业化国家中已发展成为集包装材料、包装机械、包装生产和包装设计

为一体的包装产业。目前在美国,包装业已成为第三大产业,占国民经济总值的份额也在逐年增加。

中国包装走过了漫长而又艰辛的历程。改革开放后,我国在包装设计和印刷技术方面大胆引进发达国家的先进理念、先进设备、先进技术,短短几十年,我国的包装工业发生了翻天覆地的变化,极大地促进了我国商品经济社会的形成。在激烈的商业竞争中,越来越多的优秀的包装设计既提高了商品的附加值,激发了消费者的购买欲望,又极大地影响了消费者的观念及行为,并逐步树立起诸多国内著名商品品牌,赢得了消费者的信任,推动了我国商业竞争的良性循环,在很大程度上提高了我国人民的生活水平。

包装产业化的形成脱离不了先进高科学技术与材料的选择运用,依赖于工业加工、生产标准化、批量化这些现代工业技术的运作过程。现代包装设计是一种创造性的设计活动,是基于满足人类对于物质与精神需求的一种设计活动,是结合新思维、新科技、新材料,以社会的发展、消费者的需求为宗旨形成的一系列对社会负责的设计活动。因此,学习商品包装设计首先要树立现代工业设计观,以研发、运用适合现代人生活需要的、安全可靠的、富有视觉美感的、利于环保的绿色包



图 1-7 各类包装容器

装的产业化发展,使得包装设计生产的分工更加细致和明确,不同的环节有着各自的工作。

装材料为主旨,符合现代工业印刷技术发展等综合因素作为现代包装设计的理念。

(3) 包装发展趋势

面对多元化、快速、多变的 21 世纪,行销策略与消费市场的变化日新月异,现代工业和市场经济的发展推动着现代包装设计的迅速发展。经济和社会的发展对包装事业不断地提出了新的要求。国际贸易的迅速增长,推动了包装材料、包装技术的不断改进,同时也对包装的设计思想提出了更高的要求。包装的功能也不再只是单纯的“包”与“装”。包装被赋予了新的定义,同时也被赋予了更多的责任及价值要求。包装设计不再局限于外观的形式美或追求标新立异的表现。因此,未来的包装由于其积极的贡献,并作为改善人类生存条件的有益因素,将会越来越得到人们的认同。未来包装发展的趋势可从以下几个方面体现。

A. 以人为本的包装

由于科学技术的发展、信息时代的到来,各个厂家生产的物质产品之间的差距越来越小,而消费者则对满足他们独特条件的产品要求越来越强烈。这就要求包装设计作为一种创造不同差别的工具,使消费者能通过商品销售包装得到商品的独特性而获得某种心理、情感的



图 1-8 Nike 足球服包装

Nike 已经是一种被物化了的体育精神或人类征服自然和超越自我的象征。产品的功能已经被品牌所寓意的象征和情感所融化。Nike 足球服款式新颖大方,面料舒适富有弹性,包装更显质感。优秀的创意赋予了产品一种能够满足目标顾客心理的、视觉美感和情感的附加值。结合产品卓越恒久的品质,二者兼容并蓄,共同构筑起了耐克国际品牌形象。

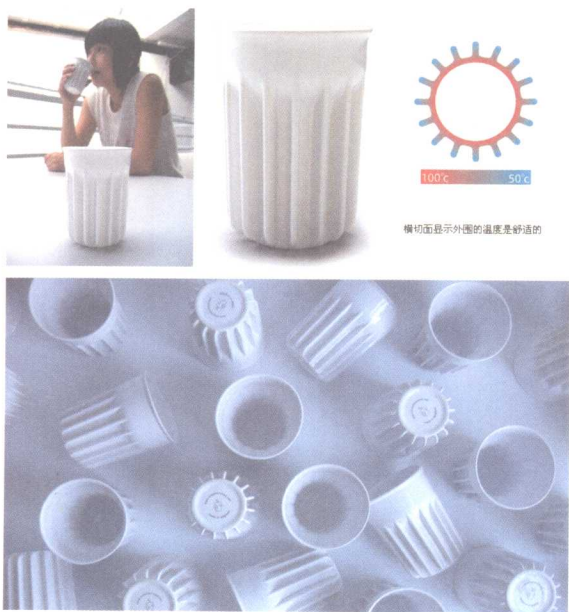


图 1-9 防烫水杯 / Stephen Reed 出品

这个防烫水杯在杯子的竖向边缘做了一圈褶皱,这样你的手将不会被热咖啡、热茶、热水等烫伤。

满足,从而影响消费购买和使用产品。因为商品丰富,人们走进了精神性消费领域,消费行为表现出鲜明的个性化趋向。品位、情调、层次、心理满足等能够展示个性特征的精神要素成为部分消费者购买的首选。这是一个崇尚个性的时代,人们对“千篇一律”的商品包装开始厌倦了。那些个性鲜明,魅力独特的包装在外形、色彩、结构、选材上独具匠心,并且具有独到的销售意识,日益受到消费者的青睐。另外,如何使消费者使用方

便、携带方便、保管方便以及使用后的处理方便,都是非常重要的。例如,针对小包装而言,包装物的易开启性是一种方便消费者使用产品的包装特性。过去我们经常把包装的重点放在如何将物品包得更加严密结实,以避免出现包装的损坏和物品的泄漏上,在开启包装时大多需要借助剪刀等辅助工具,划破手、割伤手等现象屡有发生,不但增加了产品的消费难度,而且也影响了产品的整体形象。易开启包装推出市场的时间较短,但很受消费者欢迎,因此成为一种包装设计的趋势。

图 1-10 立体声耳机包装 / Susanne Ewert 设计

立体声耳机包装设计的灵感来自祖母的钱包。打开的时候,通过拇指和食指的积压可快速取出你的耳机。半透明有机硅材料富有弹性和韧性,充分保护耳机,同时还可以防止水和汗水的侵蚀。



B. 新材料、新工艺的包装

科技的进步促使产品自身技术得到进步,同样也对包装形态提出新的要求:如何保护和保存新技术产品。这就促进了包装结构、新材料、视觉传达等方面的不断更新进步,以适应新产品和时代的需要。在选用包装材料时,可以本着创新的精神结合不同的包装材料,利用其材质及特点来呈

现不同包装的质感,为商品展现更为丰富的面貌。新的包装技术及结构不断地研发出来,使包装作品更为精致和独特。纸材、金属、玻璃、陶瓷等各式包装材料的应用,从普通的正方体结构到五花八门的造型都为当今的包装设计提供了更为广阔的发展空间。

C. 环保的包装

人与生态环境的关系是目前人类面临的重大问题。随着人类生活水平的不断提高,我们的生态环境也遭到了相应的破坏。在包装设计中体现环保观念的人性化设计,用可以回收、可降解再生或天然的材料作为包装材料,对保护环境具有重大的意义。环保观念的核心是“减少、回收、再生”,它强调尽量减少无谓的材料消耗,重视再生材料的使用。这一原则要求设计师应该具有强烈的环保意识,并充分考虑包装的结构、材料的运用及印刷工艺要求、最终的废弃处理等,努力倡导环保包装设计意识,使包装设计尽可能做到经济、合理、美观、实用。

在包装设计中开发绿色环保生态性的包装材料,具有相当的实质性意义。绿色包装设计既要降低包装成本,又要降低包装废弃物对环境的污染程度,因此包装

设计师必须着眼于人与环境的平衡关系,以设计为先导,消除在设计、生产和消费过程中直接或间接地引起环境污染的因素。

D. 展现民族风格的包装

种种民间生活中的包装是人类向自然学习的继续,是智慧、传统、文化的结晶。无论哪个民族的文化都是以自己特有的面貌出现的。任何艺术的形式决不会轻易地放弃其传统特性,其实所谓的民族风格和形式,是在更大程度上顺应了广大人民喜闻乐见的习惯。随着生活习惯的变化,旧的形式不能够满足当今人们的需求。在民族风格的基础上加入创新的元素,为了使消费者能够接受推陈出新的产品,在包装设计中,既要开拓新的设计款式,又要体现原有的传统文化特色,从而与现代人的审美和生活需求相结合。从某种角度来看文化的发展,民族传统中饱含着深层的感情,整个世界都出现了文化回归的现象。民族的元素正是现代设计中不可缺少的重要因素和支撑。只有民族的,才是世界的。如今,设计师们将注意力转向自己本民族的文化,极力将其与现代艺术融为一体,这种回归意识与设计意识相结合,体现了民族的审美情趣。由于世界各国文化上的差异,有时会出现理解与文化上的距离,这种距离往往又会使人由于新鲜感而产生兴趣。因此,在国际大市场中,以民族为本位的设计战略思想越来越受到重视。

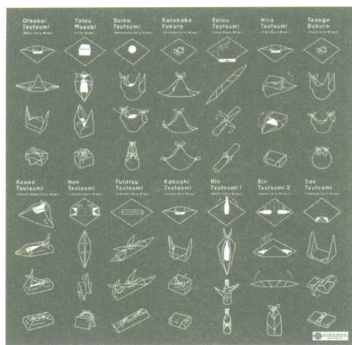


图 1-12 时尚包袱 / 小池百合子

2008 年 6 月 1 日起,中国告别了免费塑料袋的时代。邻国日本是个非常注重环保的国家,环境大臣小池百合子女士亲自设计和推广了这个叫作 Mottainai Furoshiki 的时尚包袱包装方式:凭一块布就可时尚包装各类物品,很有意义也非常有趣。其实想一下,古代人是没有塑料袋的,包袱是他们的日常生活方式,只是当有了塑料袋后,人们就把这些传统给忘记了。这块包袱布上还介绍了一个球、一瓶酒和两瓶酒的包装方式。



图 1-11 儿童饮料瓶 / Fuseproject

这款儿童饮料瓶设计的重点在于喝完饮料之后可以将空瓶链接起来成为积木玩具。这个设计不仅仅是鼓励孩子的创造性,还教育儿童学会如何对废物再利用。



图 1-13 老舍茶馆系列包装 / 北京东道设计公司

北京老舍茶馆作为一家具有悠久历史的京味、京韵文化休闲场所,接待了大量国内外政要,名扬海内外。其古老的京韵与历史厚重感是设计的中心,散发着老舍茶馆古老的京韵,并赋予其重量级的历史厚重感。



图 1-14 茶包装 / 胡景峰



图 1-15 一组日本食品包装设计

日本的食物包装所透露出来的品质感常常给人留下深刻的印象。从包装的装潢上看,不仅图形和色彩的运用等方面显示出浓郁的地方特色,更可见设计师从选材和工艺上精益求精的用心。图形和色彩主要围绕着传统的审美和民族文化,而材料的选择则从自然入手,通过现代的工艺使之变得实用美观,形成有明显日本特色的包装形象,充分显示出素以工作严谨著称的日本人在包装艺术上的才智。

2. 包装与包装设计

训练目标 — 本内容着重使学生系统地了解包装的定义、包装的分类、包装的功能等基本概念，从而建立起一个最基本的逻辑框架，为今后包装设计学习奠定良好的基础。

课题时间 — 2 课时。

参考书目 — 《什么是包装设计》(Giles Calver)，《包装设计：品牌的塑造》(克里姆切克)。

(1) 包装的定义

按字义理解，“包”有包裹、包围、收纳等含义，而“装”有装饰、装载、装扮、样式以及形态等意思。我们今天所说的包装，已经不再仅仅指将内容物包好，同时它要能保护和保存商品，满足运输和携带的便利性，使用的科学性以及在销售环节起到促销作用。更重要的是，不能造成大量的包装垃圾危害人类的生存环境。随着全球化时代的到来，世界各国对“包装”的定义虽不尽相同，但也是日趋一致的。

我国在国标 GB4122—83 中明确表达了包装的定义：包装是为在流通中保护产品，方便运输、促进销售，按一定技术方法而采用的容器、材料及辅助物的总体名称。也是为了达到上述目的而采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法的操作活动。简明地讲，前者是指商品的包装，后者是指包装商品的过程。英文里提到包装往往会出现两个单词：一个是“package”，主要指包装物本身，一个是“packaging”，主要指包装的方法、手段和技术。

当代的包装已经从单纯的保护商品，演变为销售媒介，进而成为市场竞争的有力武器。直到现在，包装设计已经被纳入到可持续发展的浪潮中。作为一种创意工具，包装设计就是一种表达手段，它必须在众多审美层次上和功能上发挥作用。



图 1-16 鸡蛋和鸡蛋盒

鸡蛋的壳本身就是一种完美的包装物 (a package)，但鸡蛋盒才是包装 (the packaging)。包装物是名词，指实体本身，它是一个物体。包装是一个动词，指包裹或覆盖一件物品或一堆物品的行为，反映的是这种媒介时刻变化的属性。