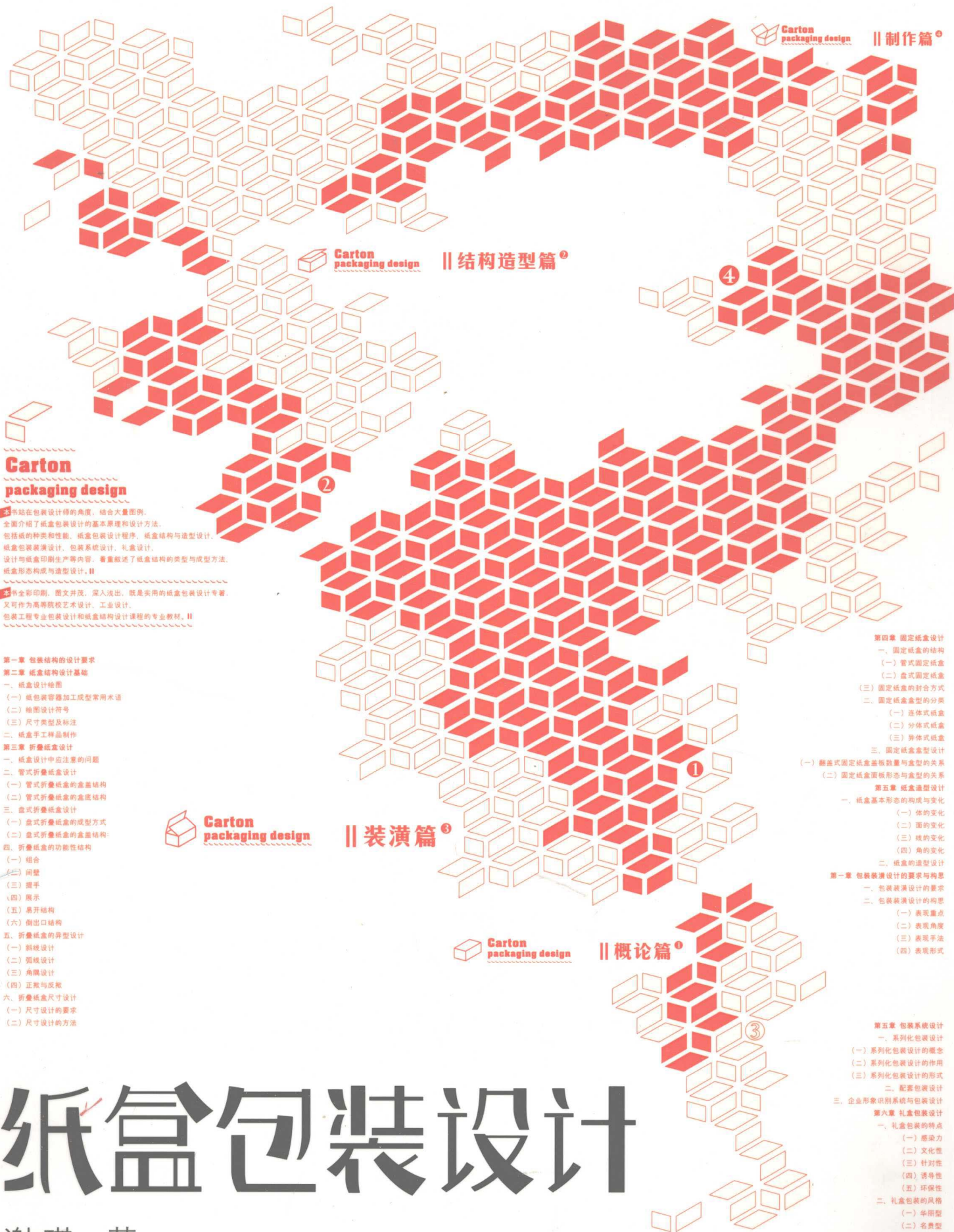




Carton packaging design

本书站在包装设计师的角度，结合大量图例，全面介绍了纸盒包装设计的基本原理和 Design 方法，包括纸盒的种类和性能，纸盒包装设计程序，纸盒结构与造型设计，纸盒包装装潢设计，包装系统设计，礼盒设计，设计与纸盒印刷生产等内容，着重叙述了纸盒结构的类型与成型方法，纸盒形态构成与造型设计。II

本书全彩印刷，图文并茂，深入浅出，既是实用的纸盒包装设计专著，又可作为高等院校艺术设计，工业设计，包装工程专业包装设计和纸盒结构设计课程的专业教材。II

第一章 包装结构的设计要求

第二章 纸盒结构设计基础

一、纸盒设计绘图

- (一) 纸盒包装等加工成型常用术语
- (二) 绘图设计符号
- (三) 尺寸类型及标注

二、纸盒手工样品制作

第三章 折叠纸盒设计

一、纸盒设计中应注意的问题

二、管式折叠纸盒设计

- (一) 管式折叠纸盒的盒盖结构
- (二) 管式折叠纸盒的盒底结构

三、盒式折叠纸盒设计

- (一) 盒式折叠纸盒的成型方式
- (二) 盒式折叠纸盒的盒盖结构

四、折叠纸盒的功能性结构

- (一) 组合
- (二) 调整
- (三) 提手
- (四) 展示
- (五) 易开结构
- (六) 倒出口结构

五、折叠纸盒的异型设计

- (一) 斜线设计
- (二) 弧线设计
- (三) 角隅设计
- (四) 正棱与反棱

六、折叠纸盒尺寸设计

- (一) 尺寸设计的要求
- (二) 尺寸设计的方法



Carton packaging design

II 装潢篇^①



Carton packaging design

II 概论篇^②

Carton packaging design

II 制作篇^③

- ### 第四章 固定纸盒设计
- 一、固定纸盒的结构
 - (一) 管式固定纸盒
 - (二) 盒式固定纸盒
 - 二、固定纸盒盒型的分类
 - (一) 连体式纸盒
 - (二) 分体式纸盒
 - (三) 异体式纸盒
 - 三、固定纸盒盒型设计
 - (一) 翻盖式固定纸盒盖板数量与盒型的关系
 - (二) 固定纸盒面形态与盒型的关系

第五章 纸盒造型设计

- 一、纸盒基本形态的构成与变化
 - (一) 体的变化
 - (二) 面的变化
 - (三) 线的变化
 - (四) 角的变化
- 二、纸盒的造型设计

- ### 第一章 包装装潢设计的要求与构思
- 一、包装装潢设计的要求
 - 二、包装装潢设计的构思
 - (一) 表现重点
 - (二) 表现角度
 - (三) 表现手法
 - (四) 表现形式

- ### 第五章 包装系统设计
- 一、系列化包装设计
 - (一) 系列化包装设计的概念
 - (二) 系列化包装设计的作用
 - (三) 系列化包装设计的形式
 - 二、配套包装设计
 - 三、企业形象识别系统与包装设计

第六章 礼盒包装设计

一、礼盒包装的特点

- (一) 感染力
- (二) 文化性
- (三) 针对性
- (四) 诱导性
- (五) 环保性

二、礼盒包装的风格

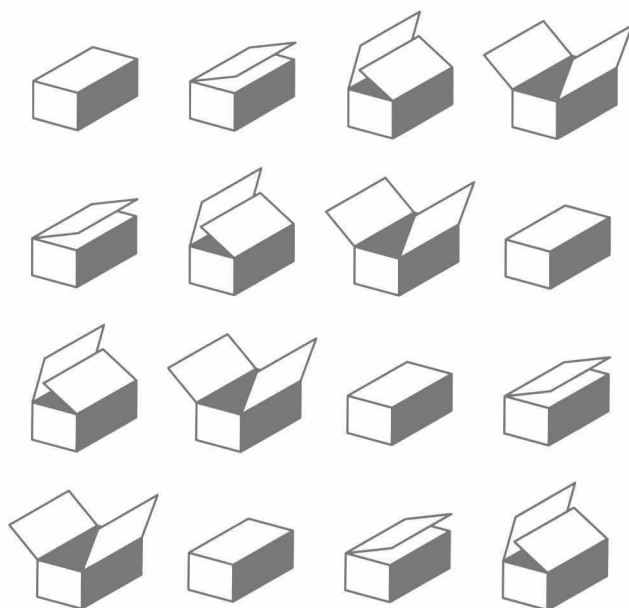
- (一) 华丽型
- (二) 名贵型
- (三) 文雅型
- (四) 时尚型
- (五) 民俗型

纸盒包装设计

谢琪 著



印刷工业出版社



纸盒包装设计

**Carton
packaging design**



概论篇^① 结构造型篇^② 装潢篇^③ 制作篇^④

谢琪 著

印刷工业出版社

内容提要

本书站在包装设计师的角度,结合大量图例,全面介绍了纸盒包装设计的基本原理和 design 方法,包括纸的种类和性能、纸盒包装设计程序、纸盒结构与造型设计、纸盒包装装潢设计、包装系统设计、礼盒设计、设计与纸盒印刷生产等内容,着重叙述了纸盒结构的类型与成型方法、纸盒形态构成与造型设计。

本书全彩印刷,图文并茂,深入浅出,既是实用的纸盒包装设计专著,又可作为高等院校艺术设计、工业设计、包装工程专业包装设计和纸盒结构设计课程的专业教材。

图书在版编目(CIP)数据

纸盒包装设计 / 谢琪著. —北京: 印刷工业出版社, 2008.6

ISBN 978-7-80000-759-0

I. 纸… II. 谢… III. 包装容器—包装纸板—结构设计 IV. TB484.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第081675号

纸盒包装设计

谢琪 著

责任编辑: 吴嘉

出版发行: 印刷工业出版社(北京市翠微路2号 邮编: 100036)

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京捷迅佳彩印刷有限公司

开 本: 880mm × 1230mm 1/16

字 数: 230千字

印 张: 9.625

印 数: 1~3000

印 次: 2008年8月第1版 2008年8月第1次印刷

定 价: 48.00元

I S B N : 978-7-80000-759-0

◆ 如发现印装质量问题请与我社发行部联系 发行部电话: 010-88275707 88275602

前言

纸盒是世界上应用最广泛的销售包装,自然也有其特有的设计规律。然而一直鲜有针对包装设计师和设计艺术类专业学生的纸盒包装设计专著或教材。目前设计艺术类包装设计书籍有关设计部分更多是介绍包装装潢设计,叙述包装结构部分均以纸盒结构为主,但往往着墨不多且系统性、规范性不强,许多只是一些图的罗列,让人知其然不知其所以然;包装工程类的纸盒结构专著教材由于面向对象不同,其理论性强、公式数据多、彩图少、不够直观而使包装设计师和设计艺术类专业学生较难理解。另外,现有的许多包装设计书籍其结构设计造型、装潢设计和制作的内容结合不够紧密,并且对纸盒的造型设计往往缺少较系统的阐述。

因此,本书在吸收已有研究成果的基础上,力图克服上述不足,旨在提供一本针对包装设计师和设计艺术类专业学生的图文并茂、通俗易懂的纸盒包装设计著作。本书注意借鉴工程、营销等相关学科的成果,强调包装策划与设计的结合、结构与造型和装潢设计的结合、设计与制作生产的结合。在折叠纸盒部分导入包装工程学科的纸盒制图、分类和成型方法,注意图例细节的展示,使读者更易理解、记忆并学会设计制作主要盒型。国内外对固定纸盒一直缺少系统的研究,本书介绍了作者建立的系统实用的基本盒型分类方法。同时,还从纸盒基本形态入手,论述了纸盒包装造型设计的基本规律。

希望本书的出版能起到抛砖引玉的作用,为促进我国纸盒包装行业与包装设计教育事业的发展尽微薄之力。

由于本人学识水平有限,加之时间仓促,难免有诸多不完善之处,恳请读者多多指正。

谢 琪

2007年初冬于长沙

概 论 篇

第一章 包装的发展 \ 002

- 一、自然的包装 \ 002
- 二、包装的演化 \ 003
- 三、纸与纸包装的发展 \ 004

第二章 包装的功能与分类 \ 006

- 一、包装的功能与定义 \ 006
 - (一) 包装的功能 \ 006
 - (二) 包装的定义 \ 007
- 二、包装的分类 \ 007
 - (一) 按包装形态分类 \ 007
 - (二) 按在流通过程中的作用分类 \ 008
 - (三) 按包装材料和容器分类 \ 008

第三章 纸的种类与性能 \ 010

- 一、纸类包装材料的特性及其质量指标 \ 010
 - (一) 纸类包装材料的性能 \ 010
 - (二) 纸及纸板的质量指标 \ 011
- 二、包装用纸和纸板 \ 013
 - (一) 包装用纸和纸板的分类、规格 \ 013
 - (二) 包装用纸 \ 014
 - (三) 包装用纸板 \ 015
 - (四) 瓦楞纸板 \ 016
 - (五) 蜂巢纸板 \ 018

第四章 纸盒及其他纸包装容器 \ 019

- 一、纸盒 \ 019
- 二、纸箱 \ 019
- 三、其他包装纸器 \ 021
 - (一) 纸袋 \ 021
 - (二) 复合纸罐 \ 022

- (三) 复合纸杯、纸碗 \ 022
- (四) 液体包装用纸容器 \ 022
- (五) 衬袋盒(箱) \ 022
- (六) 纸浆模塑制品 \ 022

第五章 包装策略与设计方法 \ 024

一、包装策略 \ 024

- (一) 系列化包装策略 \ 024
- (二) 配套包装策略 \ 025
- (三) 等级包装策略 \ 025
- (四) POP(Point of purchase)包装策略 \ 026
- (五) 馈赠包装策略 \ 026
- (六) 适量、方便使用包装策略 \ 026
- (七) 方便展销的包装策略 \ 026
- (八) 防伪防盗包装策略 \ 026
- (九) 绿色包装策略 \ 028
- (十) 更新包装策略 \ 028

二、包装的定位设计 \ 028

- (一) 品牌定位 \ 028
- (二) 产品定位 \ 029
- (三) 消费者定位 \ 031

第六章 纸盒包装设计程序 \ 032

一、纸盒设计的依据 \ 032

- (一) 商品性质 \ 032
- (二) 商品形态与重量 \ 032
- (三) 商品的用途 \ 032
- (四) 消费对象 \ 032
- (五) 环境与资源保护要求 \ 032
- (六) 储运条件 \ 033
- (七) 力学原理 \ 033
- (八) 陈列展示要求 \ 033
- (九) 加工工艺要求 \ 033

二、纸盒包装设计的要素 \ 033

- (一) 市场因素 \ 033
- (二) 陈列效果及销售方式 \ 034
- (三) 尺寸大小和容量 \ 034
- (四) 竞争能力 \ 034

- (五) 统一形象 \ 034
- (六) 资料显示 \ 034
- (七) 吸引力 \ 034
- 三、纸盒包装设计的程序 \ 035
 - (一) 提出要求 \ 035
 - (二) 策划 \ 035
 - (三) 设计 \ 035
 - (四) 制作样品包装 \ 036
 - (五) 确定工艺、制作设计正稿 \ 037
 - (六) 生产制作 \ 037
 - (七) 评价鉴定 \ 037

结 构 造 型 篇

第一章 包装结构的设计要求 \ 040

- 一、容纳性原则 \ 040
- 二、保护性原则 \ 040
- 三、便利性原则 \ 040
- 四、促销性原则 \ 040
- 五、经济性原则 \ 041
- 六、生态性原则 \ 041

第二章 纸盒结构设计基础 \ 042

- 一、纸盒设计绘图 \ 042
 - (一) 纸包装容器加工成型常用术语 \ 042
 - (二) 绘图设计符号 \ 043
 - (三) 尺寸类型及标注 \ 045
- 二、纸盒手工样品制作 \ 046
 - (一) 折叠纸盒手工样盒制作程序 \ 046
 - (二) 固定纸盒手工样盒制作程序 \ 046

第三章 折叠纸盒设计 \ 047

- 一、纸盒设计中应注意的问题 \ 047
- 二、管式折叠纸盒设计 \ 051
 - (一) 管式折叠纸盒的盒盖结构 \ 051

- (二) 管式折叠纸盒的盒底结构 \ 055
- 三、盘式折叠纸盒设计 \ 060
 - (一) 盘式折叠纸盒的成型方式 \ 060
 - (二) 盘式折叠纸盒的盒盖结构 \ 061
- 四、折叠纸盒的功能性结构 \ 062
 - (一) 组合 \ 062
 - (二) 间壁 \ 062
 - (三) 提手 \ 063
 - (四) 展示 \ 064
 - (五) 易开结构 \ 064
 - (六) 倒出口结构 \ 066
- 五、折叠纸盒的异型设计 \ 066
 - (一) 斜线设计 \ 066
 - (二) 弧线设计 \ 067
 - (三) 角隅设计 \ 067
 - (四) 正掀与反掀 \ 067
- 六、折叠纸盒尺寸设计 \ 067
 - (一) 尺寸设计的要求 \ 067
 - (二) 尺寸设计的方法 \ 068

第四章 固定纸盒设计 \ 072

- 一、固定纸盒的结构 \ 072
 - (一) 管式固定纸盒(框式) \ 072
 - (二) 盘式固定纸盒 \ 073
 - (三) 固定纸盒的封合方式 \ 073
- 二、固定纸盒盒型的分类 \ 075
 - (一) 连体式纸盒 \ 075
 - (二) 分体式纸盒 \ 078
 - (三) 异体式纸盒 \ 079
- 三、固定纸盒盒型设计 \ 079
 - (一) 翻盖式固定纸盒盖板数量与盒型的关系 \ 080
 - (二) 固定纸盒面板形态与盒型的关系 \ 080

第五章 纸盒造型设计 \ 082

- 一、纸盒基本形态的构成与变化 \ 082
 - (一) 体的变化 \ 082
 - (二) 面的变化 \ 084
 - (三) 线的变化 \ 086

4 01
4 02
(四) 角的变化 \ 087

二、纸盒的造型设计 \ 087

装 潢 篇

第一章 包装装潢设计的要求与构思 \ 094

一、包装装潢设计的要求 \ 094

二、包装装潢设计的构思 \ 094

4 03
4 04
(一) 表现重点 \ 094

(二) 表现角度 \ 095

(三) 表现手法 \ 095

(四) 表现形式 \ 097

第二章 包装装潢的构图与视觉 \ 099

一、包装装潢构图 \ 099

(一) 构图的基本要求 \ 099

(二) 形式美规律的应用 \ 100

(三) 构图方法 \ 101

二、包装装潢视觉流程编排设计 \ 103

(一) 视觉强度与视觉深度 \ 104

(二) 视觉强度与视觉深度的重要性 \ 104

(三) 视觉强度与视觉深度的形成 \ 105

第三章 包装装潢的色彩设计 \ 106

一、色彩的属性与感觉 \ 106

(一) 色的属性 \ 106

(二) 色的感觉 \ 106

二、色彩在包装中的应用 \ 108

(一) 配色方法 \ 108

(二) 设计用色的基本法则 \ 108

(三) 重视形象色的运用 \ 108

(四) 注意国内外流行色的研究 \ 109

第四章 包装装潢的文字设计 \ 110

- 一、字体类型与编排 \ 110
 - (一) 文字设计的原则 \ 110
 - (二) 包装文字的类别 \ 110
 - (三) 常用字体类型 \ 111
 - (四) 文字的编排 \ 111
- 二、文字在包装中的应用 \ 112

第五章 包装系统设计 \ 114

- 一、系列化包装设计 \ 114
 - (一) 系列化包装设计的概念 \ 114
 - (二) 系列化包装设计的作用 \ 114
 - (三) 系列化包装设计的形式 \ 115
- 二、配套包装设计 \ 118
- 三、企业形象识别系统与包装设计 \ 118

第六章 礼盒包装设计 \ 120

- 一、礼盒包装的特点 \ 120
 - (一) 感染力 \ 120
 - (二) 文化性 \ 120
 - (三) 针对性 \ 120
 - (四) 诱导性 \ 121
 - (五) 环保性 \ 121
- 二、礼盒包装的风格 \ 121
 - (一) 华丽型 \ 121
 - (二) 名贵型 \ 121
 - (三) 文雅型 \ 122
 - (四) 时尚型 \ 123
 - (五) 民俗型 \ 123

制作篇

第一章 包装设计与印刷 \ 126

- 一、印前工作 \ 126
 - (一) 印前注意事项 \ 126
 - (二) 印前工艺流程 \ 129

01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	
08	
09	
	(三) 折叠纸盒模切版设计 \ 130
	二、包装印刷方法 \ 132
	(一) 平版印刷(胶印) \ 133
	(二) 凸版印刷 \ 133
	(三) 凹版印刷 \ 134
	(四) 网目版印刷(丝网印刷) \ 134
	(五) 数码印刷 \ 135
	三、包装印刷的加工工艺 \ 135
	(一) 上光 \ 135
	(二) 过油和磨光 \ 135
	(三) 覆膜 \ 135
	(四) “UV” \ 136
	(五) 烫印 \ 136
	(六) 凹凸压印 \ 136
	(七) 激光压纹 \ 136
	(八) 裱纸 \ 136
	(九) 模切和压痕 \ 138

第二章 纸盒生产工艺简介 \ 139

05	
06	
07	
08	
09	
	一、折叠纸盒生产工艺 \ 139
	(一) 生产工艺流程 \ 139
	(二) 生产工序简介 \ 139
	二、固定纸盒生产工艺 \ 140
	(一) 生产工艺流程 \ 140
	(二) 生产工序简介 \ 140

参考文献 \ 141

致 谢 \ 142



II 概论篇^①



在进行商品包装设计时，该商品的特性、用途、销售与使用对象、流通方式，以及材料、印刷和制造工艺，还有品牌、传播、经济成本、环保等因素都是设计者需要考虑的问题。因此，包装设计是一种整体策划设计。在包装设计的整体概念下，包装设计可分成科学设计和形象设计两大部分：科学设计包括结构、工艺技术等设计，主要解决保护产品、方便储运、绿色环保等问题；形象设计包括造型与装潢设计，主要解决美化商品、传达信息、促进销售、推广品牌等问题。这两部分是相互联系的，如纸盒的整体式提手结构设计属于科学设计范畴，同时也是整个包装重要的形象表现部分。

纸包装是现代包装体系中所占比例最大的组成部分，其中又以纸盒的应用最为广泛。

第一章 包装的发展

一、自然的包装

自然界中任何一种物体都存在着包裹与被包裹的关系，而且每一种物体的包裹形式、造型结构和实用功能都使人们不得不惊叹大自然的鬼斧神工和伟大的创造力。人类最初最丰富的设计素材便源自于大自然，无论是远古时期的创造行为，还是现代的设计观，均以大自然为模拟与研究的对象。放眼自然界就会发现随处都存在着许多非常精美巧妙的自然包装形态。

地球本身就是一个完美的包装样本：大气层这层“包装”就具有保温、保湿等保护功能，既透阳光又防辐射，并可缓冲来自宇宙外力的冲击破坏，保证氧气和水分的合理分布，为地球上的生命创造了可靠的繁衍生存环境。而其所孕育的生命中，更充满了各式各样为繁衍生存的巧妙的自然包装形态。

意大利设计师马拉里以豌豆荚为对象，对近代包装理念与自然包装进行了代表性的分析。豌豆本身就像一个包装商品，被豌豆荚很科学合理地包装起来，形成了分隔、固定、缓冲保护等包装条件（图1-1-1）。又如成熟的橘子（图1-1-2），其柔软而富有弹性的表皮具有调节呼吸、防止水分蒸发和外界污染的保护功能，如果剥去橘皮，橘子就会迅速腐烂变质，同时它鲜美的橙色还能传递橘子成熟的信息，起到吸引人们注意力和勾起人们食欲的作用，如同包装的装潢部分，具有识别和推介功能；橘皮内层的海绵状筋络能保护易损的橘瓣，也能起到保温作用，具有缓冲包装的功能；橘瓣囊衣实际上起到个体包装的作用；缠绕在每个橘瓣外层的白色筋络起到固定与间隔作用，具有集合包装的作用；橘子的种子被包在橘瓣中被固定和保护起来。其结构紧凑巧妙，形色相得益彰。再如鸡蛋，其椭圆外形是公认最美的自然造型之一，在力学上体积小而抗力大。蛋壳具备很好的保护性，壳中密布的气孔具有合适的透气性，壳内的气室和可流动的蛋清具有很好的缓冲性，蛋黄在悬浮中得到了最好的保护，整体结构科学而严谨（图1-1-3）。

从以上几个例子可以看出，大自然是最伟大的包装设计师，在创造万物之初，似乎将万物之各项包装形态与机能都已考虑得非常清楚，自然万物无一不是精美绝伦的包装设计佳作。从造型到色彩与肌理，从结构到材料和功能，它的每一个细节都完美体现了包装的基本功能，展示了大自然无穷的创造力，给我们以无尽的设计创作启迪，激发我们的想象和灵感。作为设计师一定要广泛观察，认真研究这些大自然的包装杰作。

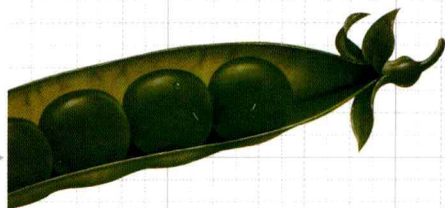


图1-1-1(a)

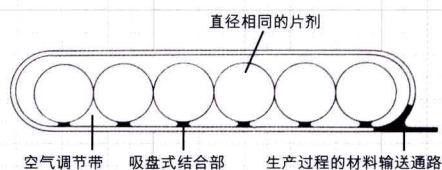


图1-1-1(b)

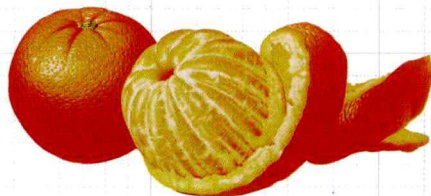


图1-1-2(a)

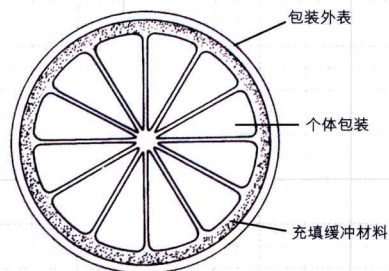


图1-1-2(b)

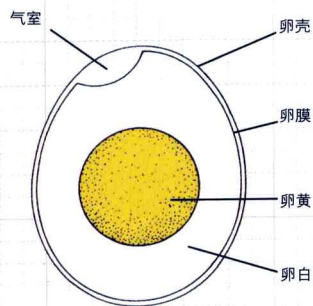


图1-1-3

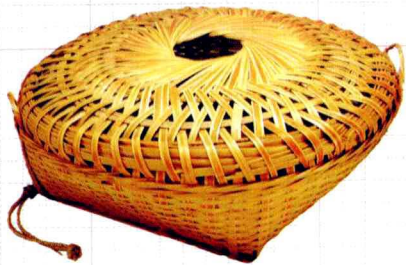


图1-1-4(a)



图1-1-4(b)



图1-1-4(c)

二、包装的演化

原始时期的包装形态，是伴随着维持生存所需要对生活资料进行的最初级的包裹包装，即使用最原始的包装方法，采用取之于自然界的包装材料，再简单加工成最基本的包装形态，使其具有最简单的包装容装与保护功能。随着社会的发展与生活方式的进步，于是就产生了包装（确切地说是出现了容器，如陶器），特别是有商品交换以后，更少不了包装，包装开始要求具有便于储藏运输的功能。

在漫长的时期内，用以盛装物品，或储藏、或携带、或运输、或日用的包装材料可以分为两类：一类是纯天然材质，如竹、木、草、麻、葫芦及动物的皮、骨、肠、膀胱等；另一类是自然材料的制成品及冶炼品，如陶瓷器、纸、漆器、帛、青铜器、金银器等（图1-1-4）。

在商品社会中，货物有包装仍不行，还必须进行装潢设计才能方便流通与交换。商贾在商业活动中贯以各种符号、图形、文字、色彩作为商号与商号、商品与商品之间的区分，逐渐形成了商业美术中不可缺少的一种装饰形式。

早在18世纪中叶，高档货物的包装即已经成形，但其包装功能基本上是围绕着运输问题展开的。在那时，易损商品的零售包装，虽已零星出现，但其水平尚处于幼稚阶段。

当运输包装的问题解决以后，生产者和经销商对运输的效率不再是最关心的问题，一个新的思路开始支配着商品的买卖：商品包装的功能。包装除了具有保护产品、方便储运的功能外，当时人们已认识到了它具有美化与促销功能。虽然人们在这方面也做了初步尝试，但其包装设计仍处于“原始”状，设计的个性化尚无显现，通常是千篇一律的。

随着包装印刷术的发展，特别是到了20世纪50年代彩色印刷的推广，极大地推动了包装设计广泛而快速的发展。

厂家包装的出现可以说是商业中的一场革命，它奏响了现代商业的序曲。它把买卖双方的距离拉近；它避免了不法零售商们在售货时对质量的掺假和对数量的短斤少两；它还可以直接把大宗购买的优点传递给消费者，厂家与消费者可以处于直接接触中，增进买卖双方的相互交流了解。

大致到了19世纪后半叶，厂家包装才渐渐普及，设计精良的包装已经整齐地排列在商店的货架上。尤其是20世纪超级市场的出现，精美的包装就成为了商品自身的无声推销员。通过促销宣传创造的、

在包装设计中典型化的、并通过媒体传播的产品形象，构成了商品中受消费者信赖的视觉象征。

随着20世纪后期经济的迅猛发展，资源的消耗和环境的保护也成为全球生态的两大热点问题，包装与其密切相关，并且成为这两个问题的焦点之一。包装制造所用材料大量地消耗自然资源；在包装生产过程中因不能分解的有毒三废造成对环境的污染；数量巨大的包装废弃物成为环境的重要污染源。这些因素均在助长着自然界恶性生态循环。因此，各国尤其是一些发达国家正在积极地投入和探索，建立相应的绿色包装体系，促进绿色包装事业的发展。绿色包装即有利于保护人类生存环境的包装，其特征就是有利于环境保护和资源保护。研究和开发绿色包装是社会发展的必然趋势，也是未来包装市场的竞争热点。

三、纸与纸包装的发展

纸是我国古代四大发明之一，它对人类社会的进步和发展具有无可替代的价值，是促进印刷技术出现和发展的重要因素。据史书载，如今我们所知的纸是公元105年由蔡伦所发明的，但考古发现早在蔡伦生活的前一个世纪纸在中国就被发明出来了。蔡伦在造纸术上的贡献主要是采用了破布、旧鱼网及棉花壳等一些廉价的原材料，并改进了一些造纸方法，但蔡伦造的纸在工艺和材料上更接近现代意义的纸。造纸术由中国向东逐渐传至朝鲜、日本，向西传至波斯。公元751年，穆斯林人在撒马尔罕攻占了一个中国造纸作坊，然后学会了这种造纸术，并于公元950年左右将这种工艺引入西班牙。到了13世纪时，造纸厂在西欧各地纷纷建立起来，首先在意大利，然后是法国、德国、英国和斯堪的纳维亚半岛。18世纪末19世纪初，法国人罗伯特发明了造纸机，德国巴伐利亚的桑尼费尔德发明了平版制版原理，1817年美国的约翰·迪金森发明了滚筒式造纸机，这些发明大大促进了纸与纸包装的发展。

印刷术最早也是由中国发明的。印刷术是随着造纸术的发展而出现的，其发展是由雕版印刷的发明开始的，隋唐时期，我国雕版印刷技术已经相当高超。

纸的出现逐渐替代了以往成本昂贵的绢、锦等材料，《汉书·赵皇后传》中就有用纸包装中药的记载。从此，纸逐步应用于产品包装中。另外，人们在造纸时不断改进，比如加上染料，制成醒目吉祥的红色包装纸，加蜡制成能防油、防潮的包装纸等。



图1-1-4(d)



图1-1-4(e)



图1-1-4(f)



图1-1-4(g)



图1-1-4(h)



图1-1-4(i)

但纸广泛应用于包装则是在唐代，到了宋代则更为普及，北宋的造纸技术、规模和质量大大提高，商品包装采用了铜版印刷，保存在中国国家博物馆的北宋年间济南刘家功夫针铺为印刷包装纸图文的铜版证明了这一点。铜版中间是一个兔子，上方写着“认门前白兔儿为记”，下半部有广告语“收买上等钢条，造功夫细针，不误宅院使用，客转为贩，别有加”等字样〔图（1-1-5）〕。图形鲜明，文字简洁易记，已经具备了现代包装的基本功能，尤其是体现出了明确的促销功能。以后还出现了以纸板为基材，裱糊装饰纸和锦布等面材的固定（粘贴）纸盒包装。尽管如此，我国直至晚清及近代，纸包装的应用相对陶瓷、竹木、藤、布麻、金属等其他传统包装而言还是较少的。

现代纸包装是从欧洲工业革命开始的，发展至今已有两百多年，其显著特点表现在纸包装逐渐成为一项系统工程。1856年英国的艾伦取得压瓦楞的原纸材料专利权；1871年美国的爱伯特·约翰最先将瓦楞原纸用作包装材料；1874年奥尔加·朗开始把瓦楞原纸和面纸黏合在一起制成瓦楞纸板；以后罗伯特·盖亚始创瓦楞纸板箱。瓦楞纸板箱的问世表明了现代纸包装工业的开始。但这些包装大多围绕运输和储藏的目的进行的。直到19世纪后半叶，厂家包装的出现才开始同时关注包装的美化与促销功能，在厂家包装中，纸盒替代了杂货商的包装纸和纸绳，在英美，大规模的纸盒生产已经出现。厂家包装的问世和普及，标志着现代意义上的商业包装的出现。

纸类包装已成为现代包装体系中最重要、应用最广泛的组成部分。



图1-1-5

第二章 包装的功能与分类

一、包装的功能与定义

(一) 包装的功能

包装功能又称为包装机能,即包装对于被包装物的作用与效应。

现代包装的功能主要有四个方面。

1. 保护商品

包装最重要的作用就是保护商品。商品在储运、销售、消费等流通过程中常会受到各种不利条件及环境因素的破坏和影响,采用科学合理的包装可使商品免受或减少这些破坏和影响,以期达到保护商品之目的。

2. 方便储运

包装能为生产、流通、消费等环节提供诸多方便:方便厂家及物流部门搬运装卸、存储保管、商店陈列销售,也方便消费者的携带、取用和消费。现代包装还注重包装形态的展示方便、自动售货及消费开启和定量取用的方便。一般说来,产品没有包装就不能储运和销售。

3. 促进销售

包装是提高商品竞争能力、促进销售的重要手段。精美的包装能在心理上征服消费者,增加其购买欲望;超级市场中包装更是充当着无声推销员的角色。随着市场竞争由商品内在质量、价格、成本竞争转向更高层次的品牌形象竞争,包装形象将直接反映一个品牌和一个企业的形象。

现代包装设计已成为企业营销战略的重要组成部分。企业竞争的最终目的是使自己的产品为广大消费者所接受,而产品包装包含了企业名称与标志、商品商标、品牌特色以及产品性能、成分容量等商品说明信息,因而包装形象比其他广告宣传媒体更直接、更生动、更广泛地面对消费者。消费者从产品包装上得到更直观精确的品牌和企业形象。

4. 提高商品价值

包装是商品生产的继续,产品通过包装才能免受各种损害而避免降低或失去其原有的价值。因此,投入包装的价值不但在商品出售时得到补偿,而且能给商品增加价值。

包装的增值作用不仅体现在包装直接给商品增加价值——最直接的增值方式,而且更体现在通过包装塑造名牌所体现的品牌价值——这种无形而巨大的增值方式。



图1-2-1(a)