

手 袋 设 计

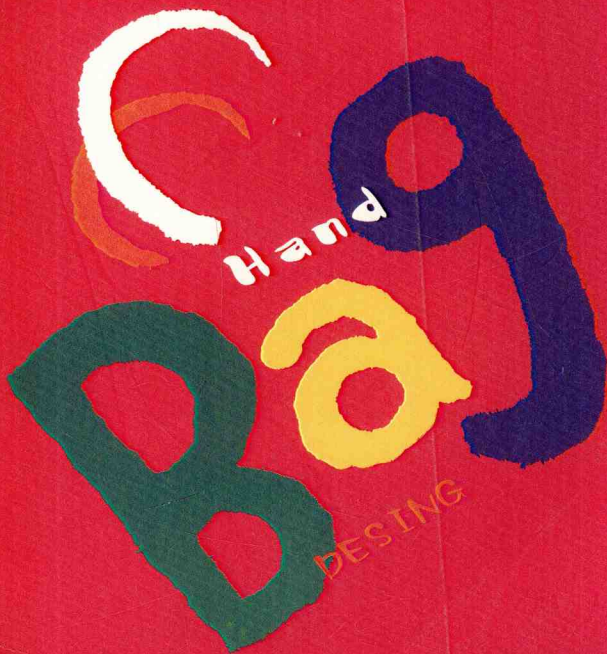
实用美工丛书

THE PRACTICAL ART

DESIGNING SERIES

赵可坚 张 雷编著

黑龙江美术出版社



责任编辑 李正刚

图片摄影 阿 龙

小 升

小 雨

小 荣

整体设计 李正刚

电脑监制 尹升杰

电脑分色 暴 毅

手袋设计

SHOUDAI SHEJI

编 著 赵可坚 张 雷

出版发行 黑龙江美术出版社

社 址 哈尔滨市道里区安定街 225 号

邮 编 150016

传 真 0451-4270517

电 话 0451-4270529

制 版 黑龙江龙美彩色制版有限公司

印 刷 哈尔滨印刷一厂

开 本 889×1194mm 1/16

印 张 3

版 次 2000 年 7 月第 1 版

印 次 2000 年 7 月第 1 次印刷

印 数 1-5000 册

书 号 ISBN 7-5318-0814-5/J·815

定 价 18.00 元

图书在版编目(CIP)数据

手袋设计 / 赵可坚, 张雷编. — 哈尔滨: 黑龙江美术出版社, 2000.7

(实用美工丛书)

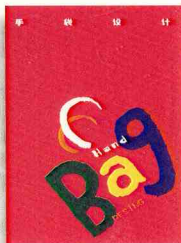
ISBN 7-5318-0814-5

I. 手... II. ①赵... ②张... III. 服饰, 手袋—设计—世界 IV. TS941.763.8

中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第63272号

感谢您购买本书

这本《手袋设计》是《实用美工丛书》的第四册。书中刊选了一百五十余幅手提袋设计作品, 全部原色彩印。这些作品多为世界各国设计大师的得意之作, 设计风格迥异, 令人耳目全新。书中特别对某些设计作品进行了剖析, 使读者可以在欣赏佳作之余对手袋设计有所感悟。本套丛书的编写较注重实用的原则, 可适合不同层面的读者阅读与赏析, 是专业设计师, 设计爱好者以及设计专业师生的必备参考书。



实用美工丛书

The Practical
Art Designing Series

手袋设计

HAND BAG DESING

赵可坚 张雷编著

黑龙江美术出版社

目 序言 P02-P03

图 图片 P04-P48



生活因此添异彩

手提袋是一种典型的商业文化的产物，一般我们称之为购物手提袋(shopping bag)，通常是购物时由商场或商品生产商赠送给顾客的，目的虽然在于方便人们携带选购的商品，但生产商、经销商最希望的是通过手袋来宣传企业、宣传产品，最终达到一再掏你腰包，然后又一再送你手袋的“阴险”目的。有趣的是，人们偏偏会一再上当。今天，即使到非洲的主著部落，我们也许都会看到一个印有著名品牌的纸手袋。我不知道这究竟是精明商人的“业绩”，还是那些盲动的消费者的“功劳”。总之，不管是什么原因，手袋已经深入我们的生活当中，变得无处不在。

手袋在最近几十年中随着商业的发达迅速的风靡了世界。现在，无论我们置身于大厦林立的商业中心，或者慢步在崎岖蜿蜒的乡间小道，我们都有机会看到各式各样的手袋被不同职业、不同年龄、不同身份的人们拎着。看到一个衣衫褴褛的乞丐拎着一只崭新的圣罗兰西服的手袋，前些年可能有人 would 吃惊，可今天又有谁会为此而劳神呢？上周，我看到了一个刚刚采购完衣物的女孩，双手拎着好几只时装大纸手袋，婷婷秀丽的走在嘈杂的大街上，引得不少行人注目，这不仅让我想起了电影《漂亮女人》中的朱丽娅·罗布兹。是啊！几只五彩缤纷的手袋为人们平添了多少异彩，让我们试想一下，如果朱丽娅手捧一叠时装裤袜走在纽约街头，我们肯定会把她当成一个为顾客送服装的女侍者。手袋至少在一定程度上，美化了人类，给人们的生活带来多彩的一刻。

另外，还有一些手袋是非商业性的，比如一些大型会议或大型展览，组织者为了特殊的纪念意义而精心制作的手袋，虽然这些手提袋颇具纪念价值，但有多少人会为着那纪念意义而把它们收藏进柜橱里呢？人们看中的仍然只是它们的使用价值，每当有大型会议后，我都会看到一些小学生的用会议赠送的手提袋装饭盒。我曾经对手袋的使用做了一点了解，大概有70%多的手袋被人们一再利用，用来携带五花八门的日常用品；有8%左右的手袋在第一次购物使用后，就搁置家中盛放物品；而有大约13%的手袋由于种种原因，完成最初的购物使命后，就被当成垃圾扔掉了；更有少数的手袋连最初的任务也没有完成，反倒殃及池鱼，把所装商品也变成了垃圾。

尽管人们对设计师们辛辛苦苦设计出的图案，有时并不注意，但现在却正是设计师们非常幸福的时候，因为有那么多的材料可供选择；现代印



刷技术又能那么轻而易举的体现出设计的完美来；同时，设计师也不再为搞不懂那些特殊材料的印刷知识而发愁；现代企业决策者们的开放性思维又大大解脱了设计师们的某些束缚；消费者们的审美观念又越来越与时尚同潮流。因此，风格创新、魅力不俗的设计层出不穷，这是一个非常好的兆头，我宁愿看见一个手袋上印有超现实主义主义的绘画，也不愿看到那一张张明星的大脸，或是特大黑体的企业名称与产品介绍。

曾经有人向我抱怨过，现在的商家真是越来越精明，就连纸手袋的提绳也变得越来越短了，以致有的提绳连手都伸不进去。我听了之后，即对商家感到气愤，又对设计师感到羞愧。做为一个为顾客提供服务的商业人士，怎么能在提绳这点细节上节省呢？而做为设计师又怎么不去提醒商人，注重这些极其关系企业形象的小节呢？让我们来看看BANDAID(邦迪牌)创可贴，“邦迪”因为其独特的发明已经快成了此类产品的代名词了，经常有人认为“邦迪”就是创可贴的英文名称，为什么这个小小的东西能如此的占据人心呢？看看它的包装我们就会明白，“邦迪”为了方便受伤的人能方便的撕开包装纸，快速得到治疗，曾经先后几次更改包装设计，现在有一种红线包装设计就特得人心，伤者只要轻轻撕开包装一拉，一条藏在包装里的红线就滑开了包装纸。在我们感叹这样的功能性设计是多么了不起时，我们为什么不好好反思一下，这么多年来，手袋的外观及功能设计就没有什么变化。就还拿手袋的提绳来讲，如果有顾客一次购买好几样商品，拎着好几只手袋，手袋提绳如果差不多一样长短，那么拎时就会有勒手的感觉，像这样的细节我们是应该认真考虑的。“以人为本、服务于人”应该是我们设计师的责任，我想做为一个设计师除了负有美化生活、美化人类的职责，还应负有提高生活质量的重任。



通过手袋可向周围的人们传播着一个企业的形象，或是一种品味、一种文化。人们在生活中离不开手袋，可随着电子网络商务的不断发展，人们将不再去商场购物，那手袋会不会消失呢，我相信不会，人们拎着手袋漫步在繁华的大街上，沉浸在一种购物后的欢愉的心境中，通过电脑能买来这种好心情吗？一个人拎着的手袋你比较喜，也许很快你就会和他交上朋友，而你也可以从某种购物手袋上了解你的一个朋友，并渐渐疏远他。手袋有时可反映出一个人的品味与性格，并且也可以使人喜爱上一个品牌，或讨厌起一个企业。小小的袋子就是这么的神奇，为人们平添了许多姿彩。

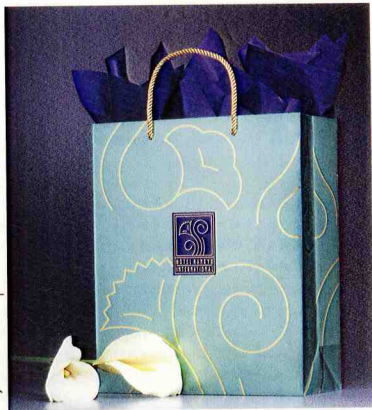


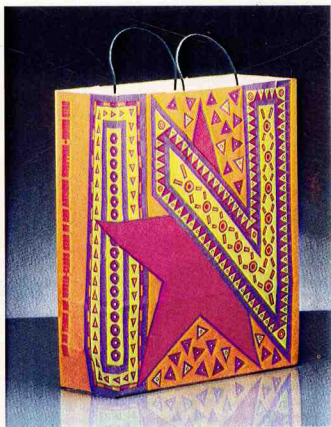
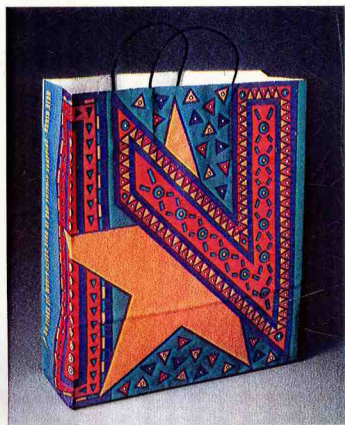
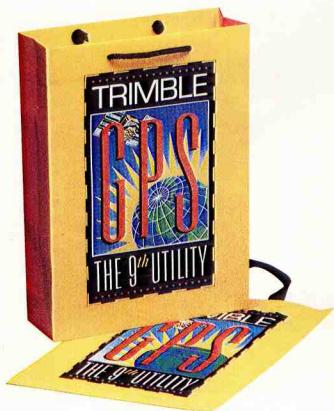
最后我奉劝你一句，如果你在大街上遇到了个拎Chanel(夏奈尔)手袋的妙龄女郎，你千万不要百分百认定那袋中有浓香四溢的法国香水，而走过去大闻特闻，因为那袋中也许就是一罐“王致和”的臭豆腐。

佳 易

千禧年夏至写于桂园

④ 生在英国伦敦，居住在美国纽约的著名设计家 Colin Forbes 先生，1990 年应日本国际阪急饭店的邀请，为该饭店进行整体形象设计。这只纸袋就是这套 CI 企划中的一部分。Colin Forbes 先生将东方的哲学与美学观念融合于西方的设计理念当中。设计得既有西方的设计思维，又具有东方的温和色彩，整个手袋显得高贵典雅，仿佛从中能真切感受到日本人的谦和多礼。





RIVE GAUCHE
LE BON MARCHE

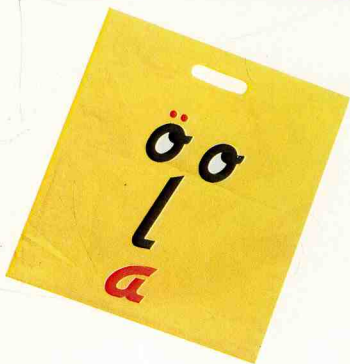
LE BON MARCHE
RIVE GAUCHE

LE BON MARCHE
RIVE GAUCHE

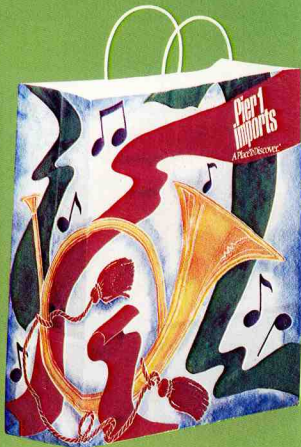
RIVE GAUCHE
LE BON MARCHE

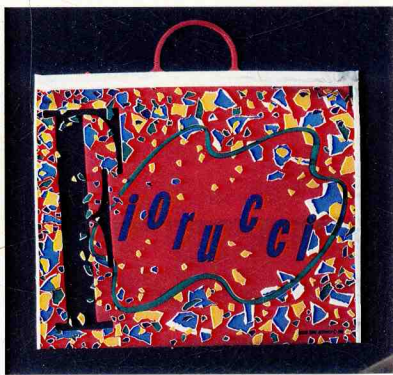
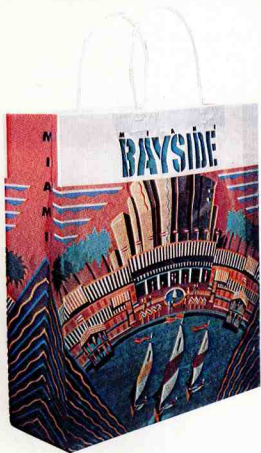
LE BON MARCHE
RIVE GAUCHE

LE BON MARCHE
RIVE GAUCHE



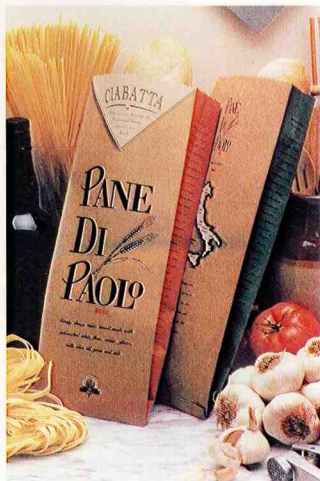
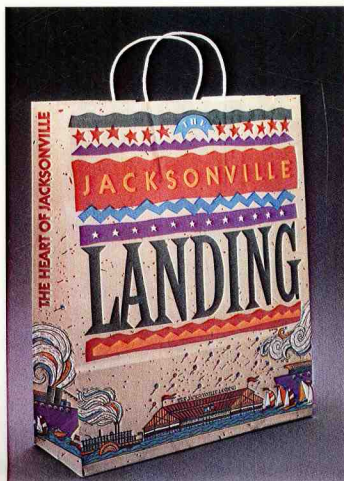
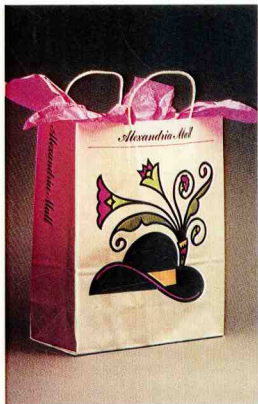












著 名绘画大家、散文大家，黄永玉老先生的画集手袋由著名中年画家蒋悦先生设计。由于是为盛装画册而设计，蒋悦先生采用了比较特殊的细瓦楞纸板，配以加粗的提绳，再加上一张印有黄永玉先生大作的牛皮纸卡。整体设计简洁明快。无处不体现出大家风范，正如黄永玉先生那耿直豪爽的性格。

