

Packaging Design

高等院校“十三五”艺术设计专业精品课程规划系列教材

包装设计

美好的包装带给人们愉悦，凌厉的包装自然也就是培养锋芒。包装具有公共广告的媒介特征，能够承载文化或者精神；包装也可以说是一种艺术，空间的艺术、形象的艺术、行为的艺术。包装如同缩小的建筑，人在建筑空间中感知尺寸，在建筑外部感知巍峨和崇高。人也同样以手和身体触碰包装，感知包装的尺度和造型。

熊承霞 主编

Packaging Design

高等院校“十三五”艺术设计专业精品课程规划系列教材

包装设计

美好的包装带给人们愉悦，凌厉的包装自然也就是培养锋芒。包装具有公共广告的媒介特征，能够承载文化或者精神；包装也可以说是一种艺术，空间的艺术、形象的艺术、行为的艺术。包装如同缩小的建筑，人在建筑空间中感知尺寸，在建筑外部感知巍峨和崇高。人也同样以手和身体触碰包装，感知包装的尺度和造型。

主 编 熊承霞
副主编 谭小雯 熊承芳 姜君臣

图书在版编目 (CIP) 数据

包装设计 / 熊承霞主编. — 武汉: 武汉理工大学出版社, 2018. 3

(高等院校“十三五”艺术设计专业精品课程规划系列教材)

ISBN 978-7-5629-5600-6

I. ①包… II. ①熊… III. ①包装设计 IV. ①TB482

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 295247 号

项目负责人: 杨 涛

责任编辑: 杨 涛 何 珊

责任校对: 张 晨

装帧设计: 吴相汉

出版发行: 武汉理工大学出版社

社 址: 武汉市洪山区珞狮路 122 号

邮 编: 430070

网 址: <http://www.wutp.com.cn>

经 销: 各地新华书店

印 刷: 武汉精一佳印刷有限责任公司

开 本: 880 × 1230 1/16

印 张: 7

字 数: 268 千字

版 次: 2018 年 3 月第 1 版

印 次: 2018 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 48.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页等印装质量问题, 请向出版社发行部调换。

本社购书热线电话: 027-87384729 87664138 87391631 87523148 87165708 (传真)

• 版权所有 盗版必究 •

高等院校“十三五”艺术设计专业精品课程规划系列教材 编审委员会名单

主任委员：杨永善 国务院学位委员会艺术学科评议委员会委员
中国教育学会美术教育专业委员会主任
教育部艺术教育委员会常务委员
清华大学美术学院教授、博士生导师
鲁晓波 教育部工业设计教学指导分委员会副主任
中国美术家协会工业设计艺委会副主任
清华大学美术学院党委副书记、教授、博士生导师
田 高 武汉理工大学出版社社长、教授

副主任委员：(以姓氏笔画为序)
丁肇成(台湾) 夏万爽 蔡新元

秘书长兼
总责任编辑：杨 涛 武汉理工大学出版社副编审

委 员：(以姓氏笔画为序)
邓 嵘 王珏殷 王梦林 史瑞英 刘 博 江 锐
刘小林 刘亚莉 李 蕾 邱 红 邹 欣 陈 峰
张 健 杨 翼 余庆军 张岩鑫 张朝晖 杨鲁新
金 波 周 燕 易西多 郑肖予 娄 宇 饶 鉴
赵记同 曹 琳 蓝江平 熊承霞

前言

本书的编写意愿由来已久,笔者曾长时间担任包装结构、包装容器、系列化包装、包装设计与应用等课程的教学工作,深知包装在社会生活中的重要作用,而当代对于数字媒介的依赖,使得纸质包装结构逐渐走向没落,这显然背离了包装的价值。包装不同于其他设计,人们在任何时代都不可能完全抛弃它,因为包装承载的商品是人类生存的必需品。同时,当代是个全球化话语强势导入的时代,尤其是西方的物质文化、精神价值随着商品经济的发展共同涌进中国,这在一定程度上遮蔽了原有文化的样貌。鉴于此,笔者将教学中的涉及文化传承的思考植入包装设计中,以大量的文化性包装主题解读传统文化的活态应用。

就常态而言,包装仅是一种对物质商品进行保护而施加的外在形态。包装如人之服饰,搭配的好坏直接影响人的形象。俗话说,“三分长相七分打扮”,指的就是外在形象的和谐与美感。美学家指出,人除了形象的外在美还拥有心灵的内在美,而心灵内在包含修养、气质、思想、品格等。包装作为无生命的视觉形态,必须同样注意内底的结构和外貌的装潢,因为包装具有传播的特征。本书的视角是将包装提升到艺术与实用技术相一致的关系下考量包装与内容物质的平衡。商品的种类成千上万,每种的特征和形态各不相同,每种的使用功能和对象也都不同。它们有的呈液态、有的呈固态、有的柔软、有的坚硬,但它们都有一个共性——与人的生活息息相关。美好的包装带给人们愉悦,凌厉的包装自然也就是培养锋芒。包装具有公共广告的媒介特征,能够承载文化或者精神;包装也可以说是一种艺术,空间的艺术、形象的艺术、行为的艺术。包装如同缩小的建筑,人在建筑空间中感知尺寸,在建筑外部感知巍峨和崇高。人也同样以手和身体触碰包装,感知包装的尺度和造型。

作为进入市场流通的商品包装,其结构设计尤为重要,好的结构能与包装共同完成对商品物质的保护。本教材将四分之一的篇幅放在对包装结构的介绍上,尤其是交互式咬合结构,它是包装结构的灵魂。交互强调结构之间互为穿插对应,以开合、转承、凹凸、嵌套等形式解决包装的家族化要求,包装结构六个面之间的曲直甚至拥有装饰效果,体现出自相适应的数理特征。本教材同样强调对材料的运用,常见的包装材料为纸材,它是四大通材之一。除此之外,引人关注的是生态性天然材料,在一些自然资源丰富的地区,生态性材料构成主要的区域经济,同时也培养了工匠和技艺,因此包装的生态性材料运用展现的意义就是民俗文化的重要组成部分。

同时,包装还必须考虑销售环节,和谐的外观图文信息组织、适当的装饰创意色彩可直接打动消费者的心,引发其购买欲望,使得人们获得审美与情感的公众认同。本书选用大量的包装Pentawards奖——包装界“奥斯卡”的获奖案例,探寻包装整体设计中的文化内涵以及图形和色彩的隐喻,尤其是对于那些完美呈现当代审美观念和传统视觉理论的设计作品。

本书的章节以案例驱动的方式,尝试围绕一些当代社会性审美、道德养成、文化原型、品味经典的设计话题,引发读者对于传统文化样态在当代视觉影响下的思考。成功的包装绝对不是“拿来主义”,也不会张扬外来文化的视觉、提供西语的话题主导,而是耐人寻味地细细呈现现代视觉语境中传统文化的力量。

由于本书编写时间仓促,难免存在不足之处,对此恳请读者将宝贵的意见发送到作者邮箱,以期后续能够更好地完善书稿。

本书稿的完成得益于武汉理工大学出版社杨涛老师和其他编辑老师的辛勤工作;本书稿的编写也得到了上海理工大学的项目支持,其中艺术学院部分老师给予了结构案例的支持,在此表达最诚挚的谢意!

编者

2017年9月

目录

1 包装发展之趋势	1
1.1 包装的原型推演	2
1.2 包装设计的步骤	16
1.3 包装设计的新趋势	17
2 包装结构及特点	21
2.1 包装的概念	22
2.2 包装的分类	22
2.3 包装结构外形要素	25
2.4 纸包装结构及展开	28
2.5 包装造型的处理方式	42
2.6 包装造型的功能性要素	43
2.7 纸包装的结构设计原则	45
2.8 其他主要包装材料及性能	45
3 包装设计元素	49
3.1 纸包装视觉传达设计三要素	50
3.2 纸包装视觉文字设计	58
3.3 包装材料和色彩设计	61
3.4 纸包装视觉传达设计构成与编排	67
3.5 纸盒包装制作流程	69
3.6 纸盒包装印刷工艺	71
4 包装功能形式及实践表达	77
4.1 包装功能与形式	78
4.2 包装设计与市场营销	82
4.3 包装设计与品牌	84
4.4 利用包装设计感动顾客	89
4.5 系列化包装创造视觉优势	91
4.6 礼品包装	96
4.7 概念设计方法引入包装设计	99
参考文献	105



包装发展之趋势

[学习要点]

- 了解包装的原型发展与包装的历史变迁。
- 从包装文化形态中了解包装的重要价值。
- 了解、熟悉和思考表达包装的方法及材料。

1.1 包装的原型推演

1.1.1 中国包装的发展历程

中国的文化重实践,注重创造事物的过程,包装体现了人类社会发展的生活必然和文明的高度。据考古学研究,华夏的石器文明早在200万年前已有石制工具,距今万余年的新石器时代已经有设计精良的玉器和陶器出土。人类社会有文字记载不过5000年左右,那些没有文字记载的数百万年间的文化绝不是不存在,而是以“物质”的形式存在于广阔的田野或海洋之中。在没有文字以前人们已经开始了设计,正如美国工业设计师亨利·德雷福斯在其著作中所言:“在很久以前,原始人用手掬水喝,但是水会从指缝中漏掉。于是他们用黏土捏出了碗,想办法让它变硬,再拿它喝水……”人类为包装水而做了一个容器,随后人类对这些容器或包装材料继续进行着各种图语“增值”。《诗经·召南·野有死麇》前两章曰:“野有死麇,白茅包之。”用干净的白茅包裹獐子作为礼物,这不正说明人类的潜意识里具有包装设计的概念吗?可见早期的中国包装主要体现在天然取材中,一些最简单的树叶、草皮成为直接的包装材料,随着技术与审美水平的提高,人们逐渐在天然材料的基础上发展出了结实耐用而且美观的包装形态,如草和藤等天然材料经过“织编”技术而成为筐、篮、篓等容器。一些泥胚经过盘筑、烧制而成为粗陶容

器,有趣的是出土的粗陶还会有许多美化加工,或许是因为承载着新旧石器时代人们对符号的记录或某些事件的记载。

人类出现在地球后的第一件要事就是寻找可以“包”和“装”的地方。大到自身的遮蔽场所,小到一滴水的容器。为了实现生存理想,人类从自然界中就地取材,将崖洞作为自身的容器;将树叶树皮作为身体的包裹;将黏土制作成各种盛器。尽管简陋、简易、原始,但任何事物都有自身发展的规律,人类对“包”的概念的认识也经历了从原始到文明、由简陋到繁荣的发展进程。

从一块黏土的偶然出现,发展到包装容器的塑造;从一块可塑的黏土,发展到纳米材料。因为平面设计及材料技术的高度发展,包装成为最令人兴奋和极具挑战性的领域之一。

人类从塑造一块盛水的黏土到塑造黏土建筑物;从塑造树皮树叶成衣发展到缣丝织布剪裁服装;从观察蜜蜂造窝、小鸟筑巢、花生豆荚的“外包装”,到有计划有目的地制作木匣包装珠宝,人类对包装的认识和升华是循序渐进的。但对包装最具有促进作用的是社会分工和商业贸易的出现,在自给自足的原始社会早期,人类无须发展“商业”,到了原始社会后期,因为剩余产品的出现,需要储存和交换贸易,从而产生了原始的包装形态。当人类有规律地从事农业活动的时候,包装便开始不断地发展。在自给自足的原始社会早期,因生产水平的限制,人类就地取材,利用竹、木、草、麻、瓜果、兽皮等纯天然材质来包裹物品。随着贸易的深入和财富的累积,生产力进一步发展,自然材料的制成品包装相继诞生,人类发明了陶器、瓷器、漆器、纸、帛等材料和容器。随着时代的变迁,包装的水平有了逐步的提高,如图1-1、图1-2所示。



图1-1 一块黏土作品



图1-2 仿蕾丝的陶容器

商业的发展带来了商业的竞争，商人们为了维护自家产品的信誉而促成了商标和包装等形式的出现及发展。1964年，在陕西咸阳以及后来河南长葛市出土的西汉铁器上，许多都铸有“川”字，“川”指颍川郡阳城(今天的河南登封市告成镇)。另外，在北京郊区大葆台西汉古墓出土的文物中，有的铁斧上面铸有“渔”字，“渔”指渔阳郡(今天的京郊密云县)。这些可以看作是最早的产品商标的使用。

包装的使用，在我国不会晚于战国时期。《韩非子》中记载了“买椟还珠”的故事，如图1-3所示，是讲一个不识货的郑国人以高价买去了华丽的装珠匣子，而将珠子还给了商人。这也从侧面说明了当时商业对包装的重视，以及当时包装对消费者的吸引力。

1.1.2 中国传统的自然观共生意识及哲学、思维方式对包装的引导

中华民族很早就明白尊重环境的重要性，靠山吃山、靠海吃海，游猎与渔猎相互结合，因地发展，从而建立起农业基础，为天然材质包装的形成提供了得天独厚的优势。中国的天然包装材料因地制宜，植物中最具代表性的是荷叶、箬叶、竹筒、葫芦、贝壳、果壳、藤条等。

植物材料演义：编织、绳结、篮、筐等。这是农耕生活的特点，一些少数民族仍然在用稻草对鸡蛋进行包装。如图1-4所示的鸡蛋包装采用最原生态的稻草绑扎而成，充满乡野乐趣；图1-5是以花椰菜作为模具翻制容器的内肌理；图1-6则以原木模拟成蘑菇的形状，内部可以装进调味粉或调味颗粒，趣味盎然。



图1-3 买椟还珠



图1-4 稻草鸡蛋串



图1-5 花椰菜肌理制作容器



图1-6 木头蘑菇

黏土材料演义：彩陶、紫砂、瓷器等。在刀耕火种中人们发现被烧结的地面更加坚密，这就启发了陶器的生产。如图1-7所示，左图为不施釉的粗陶，右图为美化施釉彩绘的容器。

纺织材料演义：布、帛、绢、丝、纸、麻、兽毛等。从披荆斩棘、茹毛饮血过渡到有目的地缫丝纺织，智慧的中国人在大传统前代已经掌握一些基本的技术。嫫祖（“嫫”，拼音：léi），又作累祖，中国远古时期人物。《史记·五帝本纪》记载：“黄帝居轩辕之丘，而娶于西陵之女，是为嫫祖。嫫祖为黄帝正妃，生二子，其后皆有天下。”她生了玄嚣、昌意二子。玄嚣之子为螭极，之孙

为五帝之一的帝喾；昌意生高阳，继承天下，这就是五帝之一的“颛顼帝”。

《史记》还提到嫫祖发明了养蚕，即“嫫祖始蚕”，如图1-8所示。《通鉴外纪》记载：“西陵氏之女嫫祖为帝之妃，始教民育蚕，治丝萝以供衣服。”

唐代著名韬略家赵蕤所题唐《嫫祖圣地》碑文称：“嫫祖首创种桑养蚕之法，抽丝编绢之术，谏诤黄帝，旨定农桑，法制衣裳，兴嫁娶，尚礼仪，架宫室，奠国基，统一中原，弼政之功，殁世不忘。是以尊为先蚕。”如图1-9所示，为嫫祖养蚕和治丝萝的场景。

中国民间传说，黄帝的第一个妻子嫫祖发明了养蚕抽



图1-7 粗陶罐和釉彩陶罐

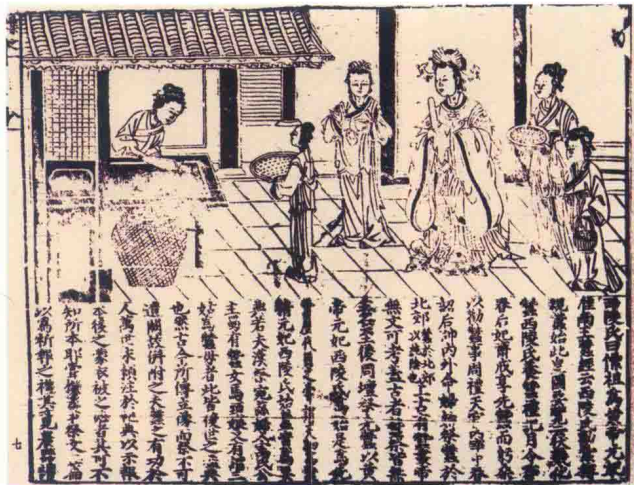


图1-8 嫫祖始蚕



图1-9 养蚕和治丝萝

丝，第四个妻子嫫母看到嫫祖抽丝，于是想把丝织起来，就发明了织布机梭，有了织布机梭，嫫母和嫫祖一起把抽好的丝织成绸缎，再把绸缎做成衣服，如图1-10所示。再后来，嫫祖和嫫母一起把这两项技术教给了人民。后人为了纪念两位娘娘的功德，便把她俩分别尊称为先蚕娘娘和先织娘娘。

木材材料演义：木盒、木壶、漆器等。对于木加工的技术，中国可谓全球早期人类的智慧创造者，在河姆渡时期已经有了成熟概念的木制榫卯，中国人不遗余力地发展

木制品，一方面是取自中国的自然地理环境，另一方面源自农耕文明农闲时光的特征。四季更替，休耕时节的清闲促进了人们手工业技术的发展。如图1-11所示的榫卯结构为史前7000年左右的河姆渡文化产物，体现出中国人对于木的智慧和情感。

金属材料演义：青铜器、铁器、合金、景泰蓝珐琅、银器等。如图1-12、图1-13所示的豆状器物，将上面拿下倒置可作为碗具，一物两用。

在发展包装的同时，人们能够根据包装物的要求使

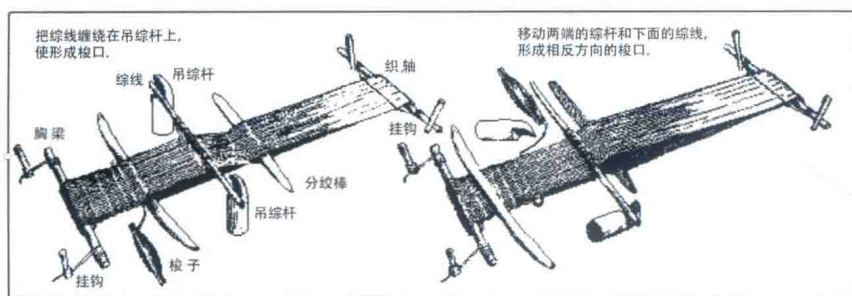


图1-10 织布机和梭

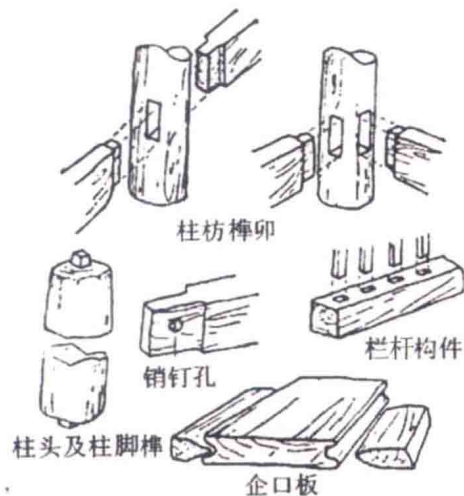


图1-11 河姆渡时期木制榫卯



图1-12 青铜高脚豆



图1-13 清晚期掐丝珐琅景泰蓝龙纹捧盒

材料和包装物之间的功能与形式巧妙沟通。如荷叶大而清香，晒干后便成为肉食、酱菜的天然包装纸；箬叶包裹着糯米，天然香气可随蒸煮的热气渗入到糯米之中；民间常用竹筒、葫芦贮酒，竹筒盛饭等，如图1-14所示，不仅起



图1-14 竹筒酒包装

到了包装物品、交换便利的作用，并且因这些天然材质有毛细孔与外界氧气相通，不宜嫌气性细菌的繁殖，从而更有利于延长食品储存期，巧妙地体现出包装的保护功能。如图1-15是流传在景德镇窑厂包装瓷碗的方法，使用稻草搓制绳子，方便而且实用。如图1-16也是同样的瓷碗包装，但不似图1-15的“原始”，而是朴素、美观。

在战国时期，为了在端午节这一天纪念伟大的爱国诗人屈原，劳动人民创造出了一种独特的食品——粽子。它用清香的箬叶包裹糯米，形状为独特的三角形，外边再用彩线捆扎，非常美观。在蒸煮的过程中，箬叶的天然清香渗透到糯米中，形成了独特美味的食品，这种食品包装可谓形式与功能完美的结合。西南省份有用竹笋壳包装茶饼的习惯，如图1-17所示。如图1-18为仿制的芭蕉叶和竹笋壳包装。



图1-15 稻草绳包装碗



图1-16 纸板卡装瓷碗



图1-17 竹笋壳包装茶饼



图1-18 仿芭蕉叶和仿竹笋壳包装

民间用天然的荷叶包肉已有很长的历史,如图1-19所示,在中国古典文学名著《水浒传》中有“鲁智深拳打镇关西”一节,描写了屠夫镇关西用荷叶包裹切好的肉馅,最后被鲁智深将整包肉馅甩到脸上的情节。柳宗元也曾诗中描写“青箬裹盐归峒客,绿荷包饭趁虚人”,这些都说明当时民间已经能够科学有效地利用原始材料保存食物。

自然材质的制成品加工包装,首先是由陶器的发明而产生的。我国的陶器起源很早,1962年在江西万年县仙人洞就出土了距今8000多年的陶器。尤其是到了新石器时代晚期,制陶技术已发展到很高的水平,人们用天然赤铁矿颜料和锰化物颜料在陶器上绘制装饰纹样,烧制成精美的彩陶。彩陶的装饰纹样有动物以及植物、山水等自然景象,还有人物以及抽象几何图形。图案的造型手法具有简洁性和概括性,富有韵律感,流畅刚健,装饰性强,充分反映了古代人类对造型语言和形式美的追求与探索。仰韶文化时期的彩陶更是由于其粗犷的纹饰、凝重的色彩而将

包装的保护性与审美性充分体现出来。大量出土的陶器碎片上席纹、绳纹等的运用也充分体现了当时人们对竹藤的成熟加工编制技术与用绳技巧。彩陶中普遍运用的绳纹和网纹,更说明绳子已成为原始包装的一种重要形式。绳子具有捆扎特性且操作简便,尤其像捆绑壶类圆形器物时所表现的便于提携、不易滑落等优点,更是其他包装形式难以做到的。因此,绳子成为包装中一种不可替代的形式,和陶器一样,一直沿用至今。

陶器的精美图案得益于编织技术。20世纪50—60年代,在浙江吴兴钱山漾的新石器时代遗址中,出土了大量的竹编。太湖周围的环境在原始社会时期非常适合竹藤的生长,因此,这里可能是当时竹编的重要生产区。在200多件文物中,有篓、篮、簸箕、谷箩、竹席、农具等很多品种。竹编大都使用加工、刮光过的篾条编出入字纹、梅花纹、菱格纹、十字纹等各种花纹,这表明人们很早就已注重将实用与美观结合起来。如图1-20~图1-22所示为现代的各种竹编器具。



图1-19 荷叶包装肉和米饭

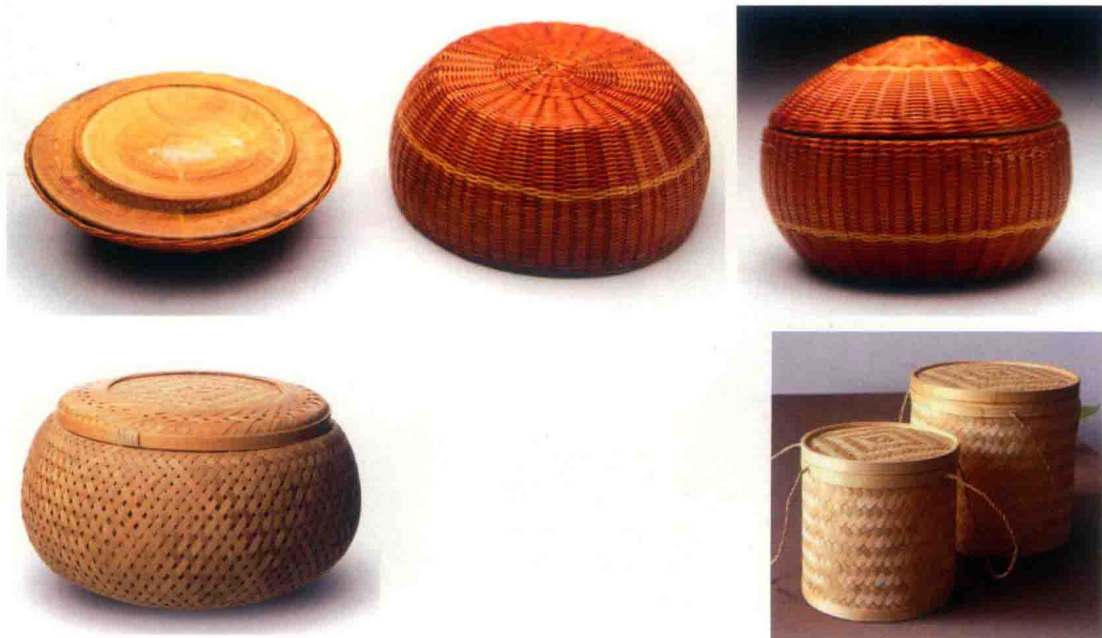


图1-20 竹编容器



图1-21 傣家竹编小箩



图1-22 泰式图案的包装

古代中国陶器的使用逐渐被青铜器取代。早在商代的时候，青铜器就已被普遍使用，但主要都是作为满足奴隶主和达官贵人们奢华生活的各种用品，普通的劳动人民则享用不起。青铜器的造型丰富多样，仅作为容器出现的就可分为烹饪器、食器、酒器、水器等。烹饪器主要有：鼎、鬲、甗等。食器以簋最多，用来盛黍、稷等主食，相当于现在的碗。由于奴隶主的生活中祭祀仪式较多，酒器的种类也很丰富，主要有爵、角、觚、觥，还有壶、卣、觥、尊以及盃等盛酒器。水器则有鉴和盘等。青铜器的创造，体现了古代人民对制造工艺和装饰美学法则的掌握。三条足的鼎，形成了极强的稳定感；觚的修长而富有层次感的造型，像一枝含苞待放的花朵。在装饰上除平面纹样外，还出现了很多立体雕塑装饰，比如，把盖的纽做成动物形，与觥的本身的造型组成双角兽形等，大大丰富了青铜器的造型，如图1-23为青铜觚和牛觥。

因为青铜器的昂贵，中国古代部分地区开始以漆作为

涂料加工木器，使其经久不烂。漆器的使用相传始于4000多年前的虞夏时代，实际的时间可能比传说还要早。1976年，在浙江余姚河姆渡遗址中就发现了距今7000年左右的木胎漆碗与漆筒。商周时代，漆器工艺已具有了相当高的水平。1973年，藁城台西商代墓葬中发现了数十片漆器残片，这些漆器为朱红地，黑漆花纹，上下交错，构成多种精美的图案。在以后的历史发展中，漆器作为中国传统工艺品的一朵奇葩，不断被发扬光大。每一个历史时期都会出现崭新的制作工艺，尤其是战国初期的曾侯乙墓出土的各种造型独特的漆器，如图1-24所示。在中国历代的人物画中，人们常能看到漆器作为道具出现，如化妆盒、食品盒等。漆器对欧洲文化也产生了重要的影响，18世纪英国著名家具工艺家汤姆·齐皮特曾根据中国漆器的特点，设计出一种装饰风格独特的家具，风靡一时，因此，那个时代在家具史上被称为“齐皮特时代”。



图1-23 青铜觚和牛觥（衡阳包家台子出土）



图1-24 犀皮螺钿漆器

随着社会生产力的发展，新石器时代产生了麻织和丝织技术，丝绸的轻柔、光亮，使得丝绸比其他织物更受贵族阶层宠爱，常被用来包裹贵重之物。在河南安阳殷墟出土的铜觶、铜钺以及青玉戈上，都留有明显的丝织物印痕，足以证明这种包装方式的存在。我国是丝绸的故乡，丝绸自然也被用作包装材料，制成锦袋、锦盒等，如图

1-25所示。用丝绸作为内、外包装的形式，也是今天我国礼品包装的重要表现。

北宋年间随着印刷术与造纸术的改进，包装材料中的纸材一枝独秀。从我国现存最早的，现藏于中国某博物馆的“济南刘家功夫针铺”的包装纸印刷铜版原件中可以感知纸材与印刷的发展，如图1-26所示。该铜版四寸见方，



图1-25 锦盒包装



图1-26 济南刘家功夫针铺

图文并茂，是一张集包装纸、说明纸和招贴功能三位一体的设计，具备了与现代包装相同的创作理念。在湖南沅陵县发掘的元代古墓中，也出土了两张完整的带广告的包装用纸，尺寸见方，印有木刻图案和产品广告文字，言简意赅。自此时起，中国进入天然材质和自然再造材料并驾齐驱的阶段，包装的天然和再造材料在我国长期存在并不断发展，成为农耕经济时代的经济支流。

中国最具代表性的工艺品首推陶瓷，它几乎成了中国传统文化甚至中国的象征。陶瓷作为一种包装容器，在中国历史的发展中，应用面之广、历史之悠久、影响力之大都是其他种类容器无可比拟的。严格地讲，科学意义上的瓷器始于东汉，但从陶器到瓷器，中间大约在战国时期经过了半瓷质陶器的过渡过程。到了东汉时期，瓷质日趋纯正，瓷胎较细，釉色光亮，釉和胎的结合日渐完美。中国的瓷器史基本可以分为青瓷—白瓷—彩瓷三个阶段。直至今日，陶瓷除了作为工艺品、日用品以外，也是一种常用的具有民族传统风格的包装形式，像白酒、中药的包

装等，如图1-27所示。明代《野获篇》中记载了对易碎品——瓷器的运输过程中所采取的一种绝妙方法：“初卖时，每一个器内纳沙土及豆麦少许，数十叠辄牢缚成一片，置之湿地，频洒以水。久之，则豆麦生芽，缠绕胶固，试投犇确之地，不损破者以登车。”这种方法将植物的特性在包装设计上运用到了极致，充满了智慧，令人叫绝。

1840年鸦片战争之后，中国封建社会逐渐沦为半殖民地半封建社会，大量“洋货”涌入我国市场，在摧毁自给自足手工业式的自然经济基础的同时，也在一定程度上促进了民族经济的发展。其中对产品包装的影响尤为巨大，包装的印刷方式、设计风格都大量采用欧美的技术与形式，特别突出的是香烟、火柴、肥皂等商品包装，还形成了近代商业包装设计独特的装潢形式，其中“月份牌”的发展就记录了我国近代工商业广告包装发展的进程，如图1-28所示。



图1-27 青花瓷酒包装



图1-28 月份牌包装

中华人民共和国的成立,进一步为我国的包装设计事业开辟了广阔的道路,但因为专业人才、审美观念及技术设备的缺乏,在相当长的一段时间里,包装被打上了政治化的烙印。我国包装业真正发展起来是在改革开放实行市场经济以后,特别是20世纪80年代初期,先后成立了中国包装技术协会和中国包装总公司,许多高等院校都设置了设计艺术学科和专业,包装业随之进入了腾飞的年代。随着中国加入了世贸组织以及2010年世博会的推进,包装事业将在世界一体化趋势下更加生机勃勃地向前奋进。

1.1.3 国外包装的发展历程

古代的国外包装,所经历的历程与中国极为相似,同样是以天然材质和自然再造材质为主。因为各个国家的天然材料、审美意识和加工方式的不同,使得其包装在外观形态上有别于中国的样式。

古代埃及木乃伊可能是人类最早运用“包装”手段来使物体保持长久的行为,其目的性很强,而且运用了当时人类所能掌握到的最先进的技术。从此,“包装”行为不断出现在人们的生活、劳动和祭祀等众多领域,并及时与出现的科技新成果结合、运用。古代埃及人认为,人死后灵魂会从身体中游离出来,在宇宙中徘徊,如果灵魂回来时发现身体不在了,就会永远地离开。因此,必须想办法对遗体进行保存。随着人类文明的进步,丧葬变得细致而复杂起来,人们用石头或砖瓦建筑墓穴,特别是强权统治阶级诞生后,像金字塔那样巨大的墓穴建筑也出现了。人的肉身虽处在豪华的墓穴环境中,但与水、空气、细菌接触后,很快会腐烂。所以人们又想办法,把人的内脏摘出

来,并用特制的药水把尸体制成了木乃伊,如图1-29所示。

古埃及人早在公元前3000年前就开始以手工方法熔铸或吹制玻璃器皿来盛装物品。欧洲的商业文明以地中海沿岸为中心展开后,海运的发达促进了商业的发展,比如埃及的玻璃容器和制法就通过海运很快传到了欧洲大陆。古代埃及还出现了早期的商品标签。公元前13世纪的葡萄酒罐和壶上,或拴或贴上表示内容的书写文字的标贴。在埃及第十八王朝(公元前1567—前1320年)的宫殿内贮藏的酒容器上就贴着注有“上等葡萄酒”“特级上等葡萄酒”的标记以区分类别,这可能就是酒贴包装的最早起源。另外,在大英博物馆所藏的古埃及神庙建筑的瓦片上(公元前1450年左右)刻有制造者的名称标记,此类标记还出现在同时期的一些纪念雕刻、手工饰品上,这表明了生产者已经具备品牌意识。

古希腊文明则非常擅长使用石材。古代欧洲有广袤的森林,对木材的使用很擅长,很早就用木板箍桶来酿酒,甚至还能造出像“特洛伊”木马那样巨大的容器。古罗马时期,商业的繁荣促使了许多商业宣传手段的出现,在古庞贝城的遗址中,就可以见到许多酒馆在招牌上配挂木枝。这些都反映了商业的发展对商业促销行为所产生的推动作用。

1.1.4 国外包装业的快速发展自19世纪开始

纵观国外包装的发展过程,欧美等国外设计家们更善于总结包装设计成败的经验和教训,不断开发包装设计新成果,利用合理的材料及加工工艺,为包装事业的发展做



图1-29 木乃伊壁画