

艺术设计  
ARTDESIGN

高等院校艺术学门类『十三五』规划教材

# 包装设计教程 (第二版)

BAOZHUANG SHEJI JIAOCHENG

主编 刘雪琴



华中科技大学出版社  
<http://www.hustp.com>

艺术设计  
ARTDESIGN

高等院校艺术门类「十三五」规划教材

# 包装设计教程 (第二版)

BAOZHUANG SHEJI JIAOCHENG

主 编 刘雪琴

副主编 马志洁

参 编 陈 丽 丁 颖 鲁 甜



华中科技大学出版社  
<http://www.hustp.com>  
中国·武汉

## 内 容 简 介

本书从讲解包装设计的本质出发,对基本概念进行系统的解析,将理论与实践紧密结合,重点突出理论与实践相结合的教学方式。本书通过大量的学生作品,生动形象地进行教学引导,希望学生借此掌握包装设计的一般规律和简单方法;通过适当的引导性训练,培养和建立包装设计的基本意识及观念。本书结合课堂实践教学,重点从包装的纸盒造型、视觉传达、主要表现形式等不同角度阐释包装设计的知识点,并提供对包装设计学习的途径和方法,而不急于促成对包装设计的高层次能力培养,希望借此拓展学生的思维,让学生了解包装设计方法的多样性,使之在未来的创作中能够将所学、所见自然地运用到实践中,有效地把学生培养成为实用型的设计人才。本书适用于大学本科及专科院校的视觉传达专业包装设计课程的教学。

### 图书在版编目(CIP)数据

包装设计教程/刘雪琴主编. —2版. —武汉:华中科技大学出版社,2018.2  
ISBN 978-7-5680-3813-3

I. ①包… II. ①刘… III. ①包装设计-高等学校-教材 IV. ①TB482

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 029460 号

### 包装设计教程(第二版)

Baozhuang Sheji Jiaocheng

刘雪琴 主编

策划编辑:袁 冲

责任编辑:董 田

封面设计:抱 子

责任监印:朱 玟

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

电话:(027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园

邮编:430223

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:武汉科源印刷设计有限公司

开 本:880mm×1230mm 1/16

印 张:7.5

字 数:225千字

版 次:2018年2月第2版第1次印刷

定 价:43.00元



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换  
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务  
版权所有 侵权必究

# 目录

<b>第一章 绪论</b>	1
第一节 包装的基本概念	3
第二节 包装的功能	4
第三节 包装的分类	5
<b>第二章 包装设计的起源与发展</b>	9
第一节 包装的起源	11
第二节 包装的发展	11
<b>第三章 包装的设计定位</b>	17
第一节 定位设计	20
第二节 定位原则	21
<b>第四章 包装材料及包装造型</b>	23
第一节 包装材料	25
第二节 包装造型	30
<b>第五章 纸盒包装结构设计</b>	35
第一节 纸盒包装结构概述	37
第二节 折叠纸盒设计	39
第三节 固定纸盒设计	50
第四节 纸盒造型设计	55
第五节 纸盒结构设计的方法	57
第六节 纸盒结构欣赏	58
第七节 学生主题纸盒包装设计欣赏	67
第八节 易碎物品纸盒包装设计欣赏	68
<b>第六章 包装的视觉传达设计</b>	73
第一节 包装设计中的文字设计	75
第二节 包装设计中的图形设计	79
第三节 包装设计中的色彩设计	81
第四节 包装设计中的版式设计	82

# 包装设计教程 (第二版)

---

## 第七章 包装设计的主要表现形式 89

第一节 系列化包装设计 91

第二节 礼品包装设计 95

---

## 第八章 学生包装设计作品欣赏 99

第一节 包装效果图制作欣赏 101

第二节 包装设计作品欣赏 107

---

参考文献 116



# 第一章

## 绪论

第一节 包装的基本概念

第二节 包装的功能

第三节 包装的分类



## 学习目标

本章系统地阐释了包装的定义。通过对本章的学习,学生可以掌握包装的基本概念,了解包装的定义在不同国家和地区略有差异。掌握包装的基本功能和分类是实施包装设计的基础,同时也是设计的核心问题。

## 学习要点

- 包装的基本概念
- 包装的功能
- 包装的分类

## 教学要求

通过课堂教学,促使学生对包装的定义有较为系统的认知,对相关的知识点能熟练掌握。同时也要善于引导学生通过课外阅读或网络资源来掌握与包装相关的知识,从而多角度、全方位地认识包装。

# 第一节 包装的基本概念

包装对于每个购买过商品的消费者来说,都不会陌生。与其他艺术形式相比,包装有更广泛的影响:它随处可见,并与我们的生活息息相关。如果把企业比做人,则产品相当于是人的素质,而包装就是人的外衣。可见包装对于产品、企业、社会经济发展具有不可忽视性。

在设计师眼中,从产品到商品,必须有一个包括文化、精神在内的人性化的综合价值的升华。“佛要金装、人要衣装”,同样的,商品需要包装。正是包装,给商品注入了生命,铸就了商品的个性。如果说包装的人格化、个性化能有助于人们理解商品特有个性化的话,那么这种个性的共性基础应该是实而不虚、诚而无欺。诚与实应该贯穿包装的全部,无论是它所传递的信息、追求的风格,还是它所反映的个性,离开了“诚实”原则,商品包装就会物极必反、得不偿失。这就要求设计师必须恰如其分地完成包装设计。

包装设计是一个不断发展、完善的过程。传统的包装设计主要包含保护、整合、运输、美化等意义。保护即能够良好地保护内容物;整合即能够将一些无序的物品按空间或数量标准组合在一起;运输就是通过包装便于商品运输、搬运;美化就是通过包装来美化商品外在形象。和对其他客观事物认识一样,人们对包装的认识,也随着人们的社会生产实践的不断进步而不断更新,因而包装设计的内涵与外延也在不断地拓展。与传统的包装概念相比,现在包装的概念及其内涵与过去有了极大的变化。

## 一、国外有关包装的解释

随着流通时代的到来及销售竞争的日益激烈,各国对包装的定义有所区别,但也不乏相通之处。

美国包装学会对包装的定义是:包装是为产品的运输和销售做准备的行为。

英国对包装的定义是:包装是为了货物的运输和销售所作的艺术、科学和技术上的准备工作。

日本工业规格 JIS101 对包装的定义是:包装是使用适当的材料、容器而施以技术,使产品安全到达目的地,在产品运输和保管过程中能保护其内部及维护产品的价值。

加拿大包装协会对包装的定义是:包装是将产品由供应者送至顾客或消费者,而能保持产品处于完好状态的



手段。

以前,很多人都认为,包装以转运流通物资为目的,是包裹、捆扎、容装物品的手段和工具,也是包扎与盛装物品时的操作活动。20世纪60年代以来,随着各种自选超市和卖场的普及与发展,包装由原来的以保护产品的安全流通为主,转向扮演“促销员”的角色,人们给包装赋予了新的内涵和使命。包装的重要性,已得到社会的认可与重视。

## 二、我国对包装的定义

我国在国家标准 GB 4122—1983 中对包装的定义为:包装是为了在流通中保护产品、方便储运、促进销售,按一定技术方法而采用的容器、材料及辅助物等的总体名称,也指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等的操作活动。

## 第二节 包装的功能

### 一、容纳功能

容纳功能是指容纳、包扎商品。包装设计最首先要针对产品的实际尺寸进行设计制作,要能够包容下整个产品。(见图 1-1)

### 二、保护功能

保护功能是其最主要的功能。包装不仅要能容纳产品,还要对产品进行保护。即依据产品的属性及外部环境,使用合理的保护技术,防止产品在受到外部物理或化学因素影响时破损或变质。(见图 1-2)

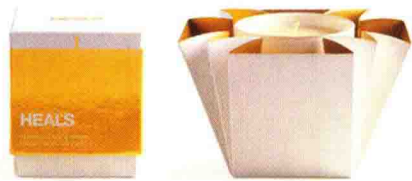


图 1-1 包装的尺寸容得下商品的尺寸是最基本的功能,只有这点保障了,才有可能完成其他功能



图 1-2 商品是易破碎的脆饼,要使商品不被破坏,就要求包装要有较强的硬度,就这点而言就必须强调保护功能

### 三、传达功能

传达功能是指直接向消费者传递商品的信息,直接吸引视线。信息的传递离不开符号,包装本身就是一种视觉符号,它传递给消费者商品的整体印象及商品的信息。现代包装具有完备的视觉符号:外观造型、品牌标志、文字、图形、色彩。通过对这些元素的排列组合,清晰地将商品信息传达给消费者。尤其在当代,包装在自助式的销售方式中,起到了无声“销售员”的作用。(见图 1-3)

## 四、方便功能

包装一方面是为商品考虑,另一方面是为消费者着想。例如便于消费者使用、开启、携带、存放等,能够打动消费者,让消费者感受周全的服务,从而可能对商品产生好感,进而忠实购买。(见图 1-4)



图 1-3 商品的名称、品牌、图形、文字、色彩,所有的元素都在告知消费者商品的信息,从而引导消费者选择性地消费



图 1-4 提手的设计具有便于携带的功能

## 五、销售功能

销售功能也称商业功能。包装作为一种商品的附属品,通过视觉元素来营造各种消费气氛,对消费者的购买行为起着心理暗示作用。在产品同质化的今天,外观设计在营销中起着重要的作用。精美、新颖、合理的包装造型,通过赏心悦目的图形文字符号、适宜的色彩搭配、优雅舒适的材质,满足消费者的心理需要,诱导消费行为。美好的视觉印象往往能引起消费者的共鸣,诱发购买行为。(见图 1-5)



图 1-5 这是一款香水,从个体的内包装到外包装,都迎合了女性消费者的喜好,能引起消费者的共鸣,营造了一种良好的销售环境

## 第三节 包装的分类

### 一、按包装形态分类

按包装形态分类,包装可分为包装箱、包装桶(见图 1-6)、包装瓶(见图 1-7)、包装罐(见图 1-8)、包装杯(见图 1-9)、包装袋(见图 1-10)、包装篮(见图 1-11)等。



图 1-6 包装桶



图 1-7 包装瓶



图 1-8 包装罐



图 1-9 包装杯



图 1-10 包装袋



图 1-11 包装篮

## 二、按商品内容分类

按商品内容分类,包装可分为日用品包装、食品包装、烟酒包装、化妆品包装、医药包装、文体包装、工艺品包装、五金家电包装、儿童玩具包装等。

## 三、按包装材料分类

按包装材料分类,包装可分为纸包装、金属包装、纸箱包装、玻璃包装、木包装、陶瓷包装、塑料包装、棉麻包装、布包装、草席包装、纸塑复合材料包装等。

## 四、按包装技术分类

按包装技术分类,包装可分为真空包装(见图 1-12)、充气包装(见图 1-13)、冷冻包装、组合包装等。



图 1-12 真空包装



图 1-13 充气包装

## 五、按产品性质分类

按产品性质分类,包装可分为销售包装、储运包装、军需包装等。销售包装可细分为内销包装、外销包装、礼品包装和经济包装;储运包装也称为工业包装,主要在厂家与分销商、卖场之间流通,不是设计的重点,只要注明产品的数量和发货、到货日期、时间、地点等即可;军需包装是特殊用品包装,一般设计中较少遇到。

## 六、按包装体量分类

按产品性质分类,包装可分为小包装、中包装和大包装。小包装也称为个体包装或内包装。它直接与产品接触,一般都陈列在卖场的货架上,在设计中要体现商品性,吸引消费者;中包装主要是为了增强对产品的保护、便于计数而对产品进行的组装或套装;大包装也称外包装、运输包装,主要是为了增加产品在运输过程中的安全性,且便于装卸与计数。(见图 1-14 和图 1-15)



图 1-14 这是一套商品的包装,小的是个体的内包装,上面的小包装都可以放到中包装中进行套装



图 1-15 方便面的运输包装(大包装)



**【思考题】**

1. 谈谈通过本章的学习后你对包装设计的理解。
2. 为什么要进行商品包装?
3. 在包装设计中该如何体现包装的功能性?



# 第二章

## 包装设计的起源与发展

第一节 包装的起源

第二节 包装的发展



## 学习目标

要掌握包装设计的创意方法和表现形式就必须了解包装的历史和现状。通过本章的学习可以较为宏观地了解中国古代包装的各种形态、在工业革命的影响下西方的包装发展概况,以及对包装各个不同时期的主要材料、包装形式等都有较为形象的认识,还能了解包装发展的趋势。

## 学习要点

- 包装的起源
- 包装的发展

## 教学要求

教学中要求以中国古代的包装形式和西方包装的发展为重点,突出具有代表意义的包装形态,能让学生认识一个形象、有序且完整的发展史。

# 第一节 包装的起源

人类的生存需要生产、收集、储存必需的生活物资。那么为了收集、转移和储存物资,采用什么样的材料与方式来包装、转移物资呢?这就是包装设计的起因。例如利用植物叶子、兽皮来包裹,采用藤条、植物纤维来捆扎,利用贝壳、竹筒、葫芦、兽角等作为容器,进而利用天然材料进行加工,编织成篮子、筐篓装物,以至在筐篓上敷泥、用泥土制作器皿盛装物资,这就是最初的原始包装。它是人类对自然材料资源,在包装过程中的认识、选择、利用和简单的处理加工。由此可见,为收集、转移、储存和分发物资而选择采用适当的材料或可容纳物,对物资进行包裹、捆扎、包装等方式的加工处理,就是早期包装设计的起源和萌芽。

关于包装的起源,我们可以作出这样的论断:自从人类社会产生以来,人们就懂得了如何将物品盛装起来,并从生活中逐渐发现了一些适合包装的材料。如利用植物纤维织成绳或筐,利用中空的竹筒盛装物品,到后来又掌握了陶的制作技巧,出现了各种以陶为材料的包装容器,等等。这些都是古代劳动人民智慧的结晶。

# 第二节 包装的发展

## 一、中国古代包装

在这一时期,人类历经了原始社会后期、奴隶社会、封建社会的漫长过程。在这个过程中,人类文明发生了多方面的巨大变化,生产力的逐步提高使越来越多的产品用于交易,产生了商品。商品的出现要求对其进行适当的包装以适应运输和交易,于是人类开始用多种材料来制作包装容器,以便于商品流通。

在包装材料上,人类从截竹凿木,模仿葫芦等自然物的造型制成包装容器,到用植物茎条编成篮、筐、篓、席,用麻、畜毛等天然纤维捻结成绳或编织成袋、兜等用于包装,经历了一个很长的历史阶段。而陶器、青铜器、玻璃容器的相继出现,以及造纸术的发明使包装的水平得到了更明显的提高。

在包装技术上,已采用了透明、遮光、透气、密封和防潮、防腐、防虫、防震等技术及便于封启、携带、搬运的一些方法。



在造型设计和视觉传达艺术上,已掌握了对称、均衡、统一、变化等形式美的规律,并采用了镂空、镶嵌、堆雕、染色、涂漆等装饰工艺,制成极具民族风格的多姿多彩的包装容器,使包装不但具有容纳、保护产品的实用功能,还具有艺术审美价值。在我国北宋时期就开始使用标志形象,以便于认牌购货。如我国现存北宋时山东济南的针铺包装纸。(见图 2-1)

古代包装虽已具有选材、造型和美化等原始的设计概念,但包装的主要功能仍是储存和保护产品及便于搬运。

### 1. 陶器

据考证,我国陶器的烧制已有近万年的历史,在旧石器时代,人类在生活中为了耐火的需要,而在编制或木制的包装容器上涂上黏土来烧煮东西,后来发现编制的东西烧毁了,黏土却保存了下来,这就是最初的陶器。陶器出现之初基本都为生活用品,制作简单、粗糙,表面有绳纹或人面鱼纹及兽面纹样装饰(见图 2-2),新石器时代晚期出现了彩陶(见图 2-3)。



图 2-1 中间印有一个兔儿形象,上面横写“济南刘家功夫针铺”,从右边到左边分别竖写“认门前白”“兔儿为记”,下半方还有广告文句字样。图形标记鲜明,文字简洁易记,是古代完整的包装设计实例



图 2-2 表面有绳纹的陶罐



图 2-3 新石器时期的彩陶瓶

### 2. 青铜器

我国商代青铜器就已被普遍使用,但主要都是奴隶主和达官贵人的用品,普通劳动人民则享用不起。青铜器造型丰富,用途较为广泛,一般可分为以下几类。

(1) 烹饪器 鼎(见图 2-4,用于煮肉)、鬲(见图 2-5,用于煮粥)。



图 2-4 鼎



图 2-5 鬲