



普通高等教育“十一五”国家级规划教材
高等院校艺术设计精品教程
顾问 杨永善 丛书主编 陈汗青



BAOZHUANG YU ZHUANGHUANG SHEJI

柳林 编著

包

装

与

计

设

演

装

华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
高等院校艺术设计精品教程
顾问 杨永善 丛书主编 陈汗青



BAOZHUANG YU ZHUANGHUANG SHEJI

柳 林 编著



包装与装潢设计

华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国 武汉

图书在版编目(CIP)数据

包装与装潢设计/柳林 编著. —武汉:华中科技大学出版社,2007年9月
ISBN 978-7-5609-4076-2

I. 包… II. 柳… III. ① 包装-设计-高等学校-教材 ② 装潢-设计-高等学校-教材
IV. J524

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第134463号

包装与装潢设计

柳 林 编著

策划编辑:王连弟

责任编辑:汪 漾

责任校对:朱 霞

装帧设计:潘 群

责任监印:张正林

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)87557437

录 排:武汉正佳数据系统有限公司

印 刷:湖北新华印务有限公司

开本:880mm×1230mm 1/16

印张:6.75

字数:120 000

版次:2007年9月第1版

印次:2007年9月第1次印刷

定价:39.80元

ISBN 978-7-5609-4076-2/J·62

(本书若有印装质量问题,请向出版社发行部调换)

高等院校艺术设计精品教程

编 委 会

顾 问 杨永善 清华大学
丛书主编 陈汗青 武汉理工大学

编 委 (按姓氏笔画为序)

王心耀	江汉大学	张瑞瑞	湖北工业大学
过伟敏	江南大学	范汉成	湖北美术学院
全 森	广州美术学院	赵 阳	中国美术学院
汤重熹	广州大学	徐人平	昆明理工大学
吴 昊	西安美术学院	殷正声	同济大学
吴晓淇	中国美术学院	涂 伟	江汉大学
李中扬	首都师范大学	曹金明	中南民族大学
何 方	武汉理工大学	黄作林	重庆师范大学
何 辉	长沙理工大学	黄建军	华中科技大学
辛艺华	华中师范大学	鲁晓波	清华大学
汪尚麟	武汉工程大学	蔺宝钢	西安建筑科技大学
张乃仁	北京理工大学	魏 嘉	山东轻工业学院

中国经济的持续发展,促使社会对艺术设计需求持续增长,这直接导致了艺术设计教育的超速发展。据统计,现在全国已有1 000多所高校开设了艺术设计专业,每年的毕业生超过10万人。短短几年,艺术设计专业成为中国继计算机专业后的高等院校第二大专业。经历了数量的快速发展之后,艺术设计教育的质量问题成为全社会关注的焦点。

正如中国科学院院士、人文素质教育的倡导者、华中科技大学教授杨叔子所说:“百年大计,人才为本;人才大计,教育为本;教育大计,教师为本;教师大计,教学为本;教学大计,教材为本。”尽快完善学科建设,确立科学的、适应人才市场需求的教学体系,编写质量高、系统性强的规划教材,是提高艺术设计专业水平,使其适应社会需求的关键。华中科技大学出版社根据全国许多高等院校的要求,在精品课程建设的基础上,由国家精品课程相关负责人牵头,组织全国几十所高等院校艺术设计教育的著名专家及各校精品课程主讲教师,共同开发了“高等院校艺术设计精品教程”。专家们结合精品课程建设实践,深入研讨了艺术设计的教学理念,以及学生必须掌握的基础课与专业课的基本知识、基本技能,研究了大量已出版的艺术设计教材,就怎样形成体系完整、定位清晰、使用方便、质量上乘的艺术设计教材达成了以下共识。

1. 艺术设计教育首先应依据设计学科特点,采用科学的方法,优化知识结构,建构良好的、符合培养目标的教育体系,以便更好地向学生传授本学科基本的问题求解方法,并通过基本理论知识的传授,达到培养基本能力(含创新能力和技能)、基本素质的目的;注重培养学生的社会责任感,强化设计服务于社会、服务于人类的思想,从而造就适应学科和社会发展需要的高级设计人才。

2. 艺术设计基础课教学要改变传统的美术教育模式,突出鲜明的设计观念,体现艺术设计专业特色,探索适应21世纪应用型、设计型人才需求的基础教育模式。

3. 艺术设计是一门实践性很强的学科,社会需要大批应用型设计人才,因此教材编写应力求以专业基础理论为主,突出实用性。

4. 艺术设计是创造性劳动,在教学方法上要通过案例式教学加以分析和启发,使学生了解设计程序和艺术设计的特殊性,从而掌握其规律,在设计中发挥创造精神。

5. 艺术设计是科学技术和文化艺术的结合，是转化为生产力的核心环节，是构建和谐社会不可缺少的组成部分。艺术设计的本质是创新、致用、致美。要引导学生在实训中掌握设计原则，培养创新设计思维。

6. “高等院校艺术设计精品教程”将依托华中科技大学出版社的优势，立体化开发各类配套电子出版物，包括电子教案、教学网站、配套习题集，以增强教材在教学中的实效，体现教学改革的需要，为高等院校精品课程建设服务。

令人欣慰的是，在上述思想指导下编写的部分教材已得到艺术设计教育专家的广泛认同，其中有的已被列为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。希望“高等院校艺术设计精品教程”在教学实践中得到不断的完善和充实，并在课程教学中发挥更好的作用。

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

清华大学美术学院学位委员会主席

清华大学美术学院教授、博导

楊永善
2006年8月19日

我国包装设计行业自20世纪80年代初加入世界包装组织和成立中国包装总公司,到目前已有近30年的历史。从最初理论上的探讨,到后来的快速发展,包装设计在我国商品市场的发展中作出了重大的贡献。包装设计是艺术与技术相结合的产物,是企业发展、产品营销及人们日常生活不可缺少的艺术形式。

1897年,“资生堂”(Shiseido)推出它的第一款化妆品“红色梦露”(Eudermine)。这个名字来源于希腊语,意为“好的皮肤”。“红色梦露”化妆水体现了当时最先进的医药学技术,以及公司力图创造“天然美丽、健康皮肤化妆品”的理念。产品的包装在当时也非常时尚。到1997年时,“红色梦露”的包装几乎完全改变,全新的材料、容器造型、成套的系列包装产品以及新的设计外形,无不反映出20世纪末的趣味和设计潮流。而新的包装形式和设计方式出现的原因,或出于厂商研发出了新的产品,或出于包装设计者和生产者为满足顾客需要而设计的新方案,或出于品牌经营者因市场对品牌形象或产品差异化的要求而产生的压力,或出于设计师作为响应客户要求而进行的创造。这充分说明,包装设计已受到时代、艺术、文化和生活方式等各种因素的影响,因此,应围绕时代的更新和需要进行包装设计的研究活动。

《包装与装潢设计》教材的编写,既围绕以上观点,从课程的目的上让学生了解商品包装的理念、类别、功能、历史及包装容器的结构与材料等知识,又从实践的角度让学生了解包装设计与市场销售、消费心理的关系,在掌握现代包装设计的表现方法、印刷工艺、包装文化、回收再利用等知识的同时,进一步认识包装对企业产品的形象所产生的重要性,把握整体设计理念。通过对包装设计的了解与实践,学生能够准确把握设计定位,在使包装设计产品达到保护商品、宣传商品和推销商品的积极作用的同时,提高设计素养,从而具备包装设计师的基本能力。

本教材为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。在本书的编写过程中,笔者又一次体验了教材编写的艰辛。教材建设是创造知识的一种具体表现,强调概念上的严谨性,设计方法的重要性,因而在理论指导实践的操作中,要注重学生创意思维的培养,发挥学生的想象力,提高设计的应用能力。现代设计实践的发展如此迅速,教材内容也必须体现出对于这种发展的敏锐感知、深刻反思和前瞻性的引导。这同样也是笔者在编写本教材时的期望。书中显然有不完善的部分,笔者恳切希望设计领域的专家、学者和广大的学生朋友们提出宝贵的意见,以便修正完善,以此共同推动我国包装设计教育事业的发展。

柳 林

2007年7月

第一章 包装设计基本概念	1
一、包装的定义	2
二、包装设计原则与学习范围	3
第二章 包装设计发展历程	2
一、远古时期的包装容器	8
二、我国民间包装的材料与形式	10
三、古代商业活动中包装的兴起	12
四、近现代包装设计的发展演变	13
第三章 包装设计功能分类	3
一、包装设计与消费	20
二、包装设计的功能	22
三、包装设计的分类	23
四、包装设计的心理策略	24
第四章 市场调查与构思定位	4
一、市场调查的方法	28
二、包装设计定位策略	31
三、包装设计构思方法	34
第五章 包装造型结构设计	5
一、包装造型概念设计	40
二、包装结构设计方法	42
三、包装容器设计形式	45
四、包装容器设计方法	48
五、包装纸盒形体设计	53

6

第六章 包装装潢设计形式要素

60	一、包装外形要素
61	二、包装构图要素
70	三、包装材料要素
74	四、包装装潢设计形式类别

7

第七章 包装设计与印刷工艺

82	一、包装印刷的工艺流程
85	二、包装设计输出程序
87	三、印前电脑制作

8

第八章 包装文化与环境保护

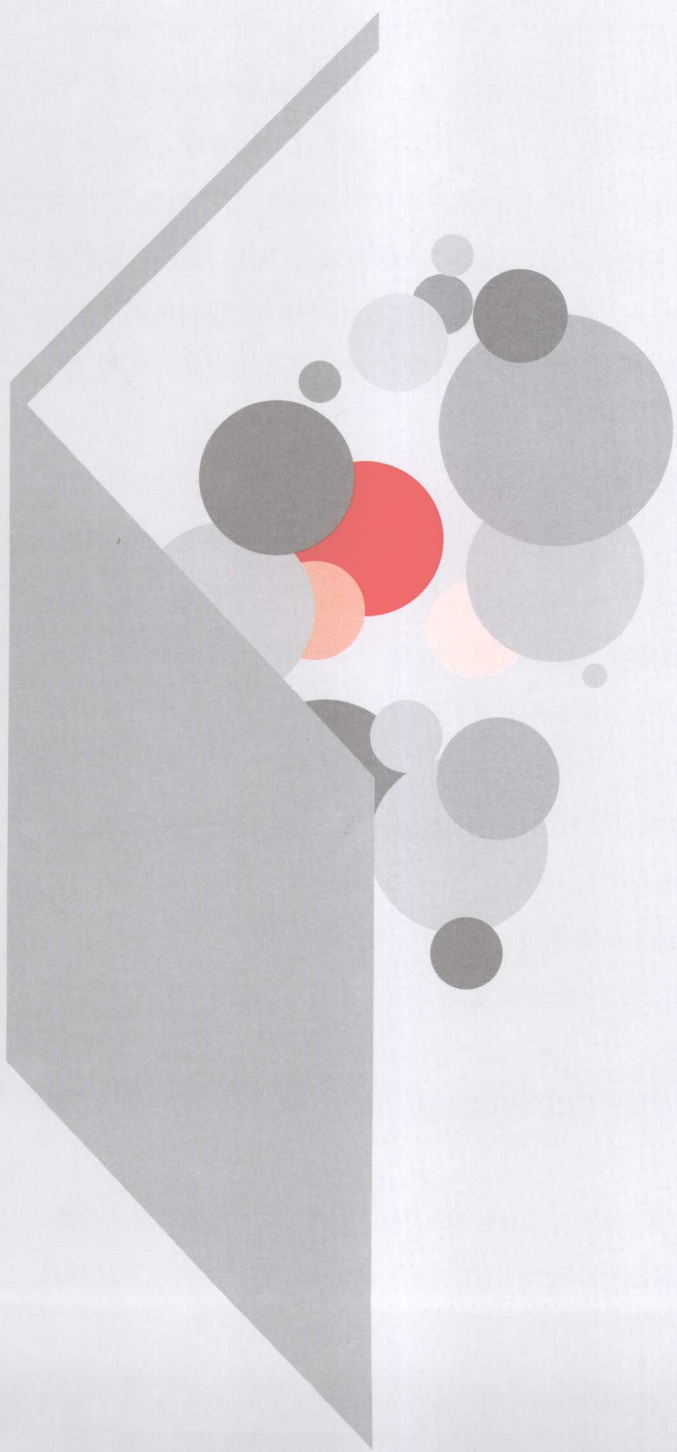
90	一、包装设计文化结构层次
92	二、民族的文化设计观念
94	三、民族化包装的表现策略
96	四、包装设计与环境保护
100	参考文献

1

第一章

包装设计基本概念

BAOZHUANG SHEJI JIBEN GAINIAN



第一章 包装设计基本概念

一、包装的定义

“包装”这个词在不同的语言环境和时代背景下有着不同的解释与意义。在中国《辞海》的解释中,“包”有包藏、包裹、收纳等意思,而“装”则有装束、装扮、装载、装饰与样式、形貌等意思。在日语和朝鲜语中也同样有“包装”这个词。据日本《大汉和词典》的解释,包装的意义为“准备行李,打理行李”,有将物品包扎整理,进行搬运的意思。包装的英文为package。据英国《牛津大词典》的说明,英文中包装的意思也可作“包扎”、“包裹”、“打点行李”理解。随着时代的发展,“包装”一词所涵盖的内容还在不断地扩大。比如“人体包装”、“形象包装”,“城市包装”等。从商品包装角度来讲,它是实现商品价值和使用价值的一个重要手段;从功能上讲,也不再仅仅是将产品包好而已,同时也需要它能保护和保存产品,具有运输、携带的方便性,使用的经济性和科学性,促进销售并有利于环境保护等。

20世纪60年代以来,随着各种自选超市与卖场的普及和发展,包装由原来的以保护产品的安全流通为主,一跃而转向具有市场销售的作用,人们对包装设计也赋予了新的内涵与使命。对此,国际上对现代包装作出的定义是:“物品从生产到消费者手中所经历的运输、保管、装卸、使用等过程中,为了保持物品的质量、价值,为了使用方便、促进物品的销售而对物品施加的技术或状态。”现代包装指的是产品容器、材料和辅助物等,以及制造出这类产品所用的包装技术、方法及加工过程。因此,包装作为一门科学有着明确的研究对象和研究范围。

对包装的理解与定义,不同的国家也有着不同的解释。

美国对“包装”的定义是:“包装,是使用适当的材料、容器,配合适当的技术,使其能让产品安全地到达目的地,并以最低的成本,为商品的运输、配销、储存和销售而实施的准备工作。”

英国对“包装”的定义是:“包装是为货物的存储、运输、销售所做的技术、艺术上的准备工作。”

加拿大对“包装”的定义是:“包装是将产品由供应者送至顾客或消费者时,能保持该产品处于完好状态的手段。”

日本对“包装”的定义是:“包装是使用适当的材料、容器、技术等,便于物品的运输,并保护物品的价值,保持物品原有形态的形式。”

中国对“包装”的定义是:“包装是为在流通中保护产品、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。”

虽然每个国家对包装的定义略有差异,但都是以包装的功能为核心内容的。由此可知:①包装的保护功能自古就已存在;②现代绝大部分包装经一次性使用后就变成垃圾;③有些商品包装与产品价值不符,过分强调包装效果;④能重复使用的包装物太少,只是一些附属于使用的包装容器可以回收利用,从环保的角度上讲,资源浪费过大。

现在,包装作为一种特殊的识别标志,其本身就具有商业价值,可供展示欣赏。比如香水产业中,对品牌的展示已经成为一种惯例,其包装的重要性甚至超过了产品本身。包装不再是一种被动的、功能性的策略,而是成为一种积极有效的销售工具,使购买者能够感受到它的存在,意识到产品的卖点,并产生购买欲望。

现代包装是为商品服务的,这使它区别于一般的物品和容器,具有“从属性和商品性”的特点。从社会商品价值来讲,产品对于广大消费者往往只有存在价值,没有服务价值;只有成本价值,没有附加价值。现代包装与产品已融为一体,好的包装设计往往是服务价值与附加价值的体现。从社会整体角度来看,商品包装的发展将产生良好的经济效益和社会效益,它从一个侧面反映了一个国家的物质文明和精神文明的发展水平。

随着全球贸易和消费的增加,包装的作用在深度和广度上都有了很大的发展。包装设计扮演着许多不同的角色:从纯粹的功能作用到支撑、美化品牌,从便于产品有效运输到对产品与品牌加以区分,这些截然不同的功能都需要由设计来完成。随着新产品不断推出、消费形态改变、新材料的涌现、商业流通的发展、制作工艺的改变、技术的改进等,现在的包装在设计、印刷、材料研制、存储、使用及再利用等方面上已经有了更进一步的发展。特别是在贸易全球化中包装产业需要达到最小限度地产生废弃物已成为世界各国包装业所要承担的重要责任。(图1-1至图1-8)

二、包装设计原则与学习范围

在我国,对包装设计的 requirements 是:“科学、经济、牢固、美观、适销。”这是围绕包装的基本功能提出来的。随着社会的发展,商品的丰富与市场竞争的加强,包装设计原则还应考虑到传达功能和促销功

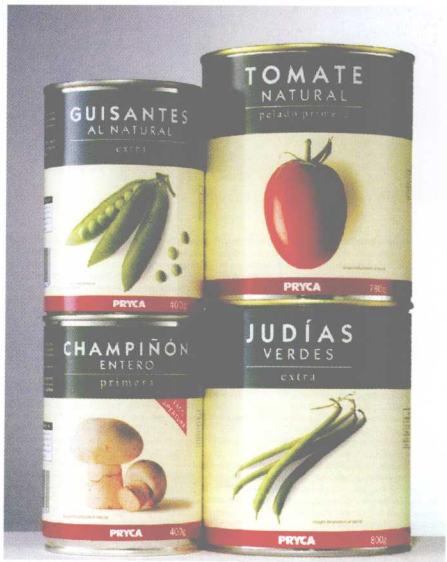


图1-1 Enric Aguilera (西班牙) Pryca罐装食品包装设计



图1-2 Really Bad果冻、果酱和腌制品的系列包装



图1-3 统一系列食品的包装

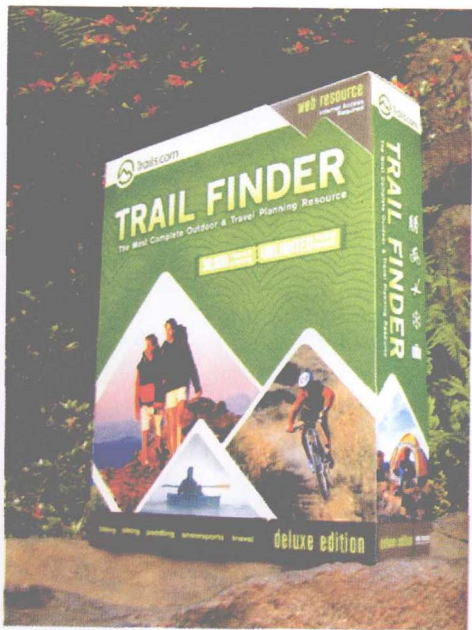


图1-4 Trail Finder包装设计

包装画面采用山脉轮廓，并将其延伸运用到产品包装上，造成独特的视觉形象。



图1-5 产品展销架及护肤品的包装

能，即“能准确传达商品信息、引人注目、指导消费、结构合理、具有环保意识”。从市场的角度来看，包装设计是一种能够反映产品特性、满足购买者某种欲望需求的物品设计，是企业产品的形象、开发、市场、营销等相融合的产物，是使人们直观了解产品价值的设计形式。任何产品从生产到销售都有一个运、储、销、使用的流通过程，在这个过程中能否减少各环节所造成的扭、损、变，能否吸引消费者并激发其购买欲望，能否使用户充分了解产品的性能和准确把握产品的使用方法，是包装设计应解决的问题。

包装设计的范围包括五个方面的原则：①商品包装的创意构思，②产品容器造型设计，③包装结构设计，④包装装潢形象设计，⑤印刷制作。其中最为重要的是创意构思阶段，即设计者应该在包装画面上“表现什么”，以及采用什么样的容器、材料、图形、文字、色彩等元素进行设计表现。只有通过最初的构思以及对方案的确立与修改，才能较好地把握最终的包装作品。

包装设计是为商品服务的，反映商品的内在信息和消费者的



图1-6 Slingshot包装

具有展示架的包装，其展示的信息备受注目。



图1-7 郭中元 老杨方块酥

包装将品牌形象转换为以经营者侧面为特写的剪影人像,以老杨品牌商标及中国台湾嘉义的地方特色图形为视觉主体,展现商品的市场价值。

需求是第一位的,而包装装潢则是从属的,是第二位的。这就要求包装的创意构思应围绕“产品”这一特性物来进行。不仅要在艺术上表现出产品的个性特色,使包装新颖别致,感染力强,能吸引消费者,而且应尽可能地反映产品的内在品质及其功能,提高产品的附加值。另外,包装设计以促进商品销售为主要目的,因此在设计中应把握好艺术性与商业性、科学性、功能性、时尚性相结合的特征。

包装设计是一门综合性应用学科,它所涉及的范围十分广泛,与物理学、生物学、力学、美学、心理学、文化学等多种学科有关,其水平直接反映了一个国家的发达程度。在国际市场上,包装的好坏更是关系到一个国家产品的声誉。“为产品而包装”、“为企业而包装”、“为国家而包装”已成为现代市场经济不可忽视的设计理念。(图1-9至图1-13)

由于包装设计的综合性,其在我国被分为两个学科。一个是工科类的包装工程,另一个是艺术设计类的视觉传达设计。本教材是为艺术设计学科编写的,内容适合于包装艺术设计的学习和



图1-8 Pearl Fisher的Vaqueiro人造黄油包装
葡萄牙联合利华的烹调用人造黄油品牌产品包装设计。



图1-9 真空透明袋装食品的包装



图1-10 食品的系列包装



图1-11 日本GK GRAPHICS公司设计的“正点咖啡”(Cafe no Bar) 包装

包装采用一个壶状的设计, 杯盖用一个类似夹子的设计固定, 而勺子是特制的, 体现了调制咖啡的无限乐趣。该设计广泛应用于速溶咖啡、咖啡豆、冰镇咖啡、瓶装饮料以及销售点的售卖, 帮助品牌在市场上迅速建立起来。

参考, 学习的范围包括以下内容。

- (1) 包装设计的历史与基本理论;
- (2) 平面设计中的文字、图形、色彩等设计表现;
- (3) 包装结构、容器造型、包装材料的制作和使用;
- (4) 包装印刷艺术与印前设计制作的要求;
- (5) 包装设计政策、法规 (商标的管理) 以及包装标准化;
- (6) 商品市场和消费者心理;
- (7) 包装文化性和时尚性;
- (8) 包装运输、储存、流通过程中的基本原理;
- (9) 加强包装设计与环境保护的观念。



图1-12 盒装自制的风筝赠品

20世纪50年代到60年代初, 孩子们利用找到的材料制作风筝, 而今天的孩子认为, 这是花时间的困难事。用这种简易的包装便能告诉现代都市的孩子们制作风筝的方法。

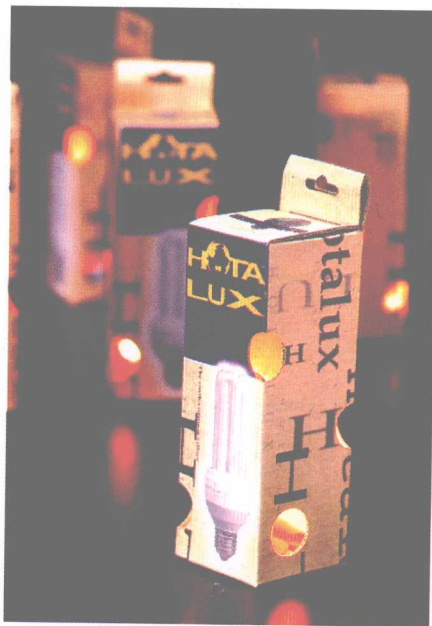


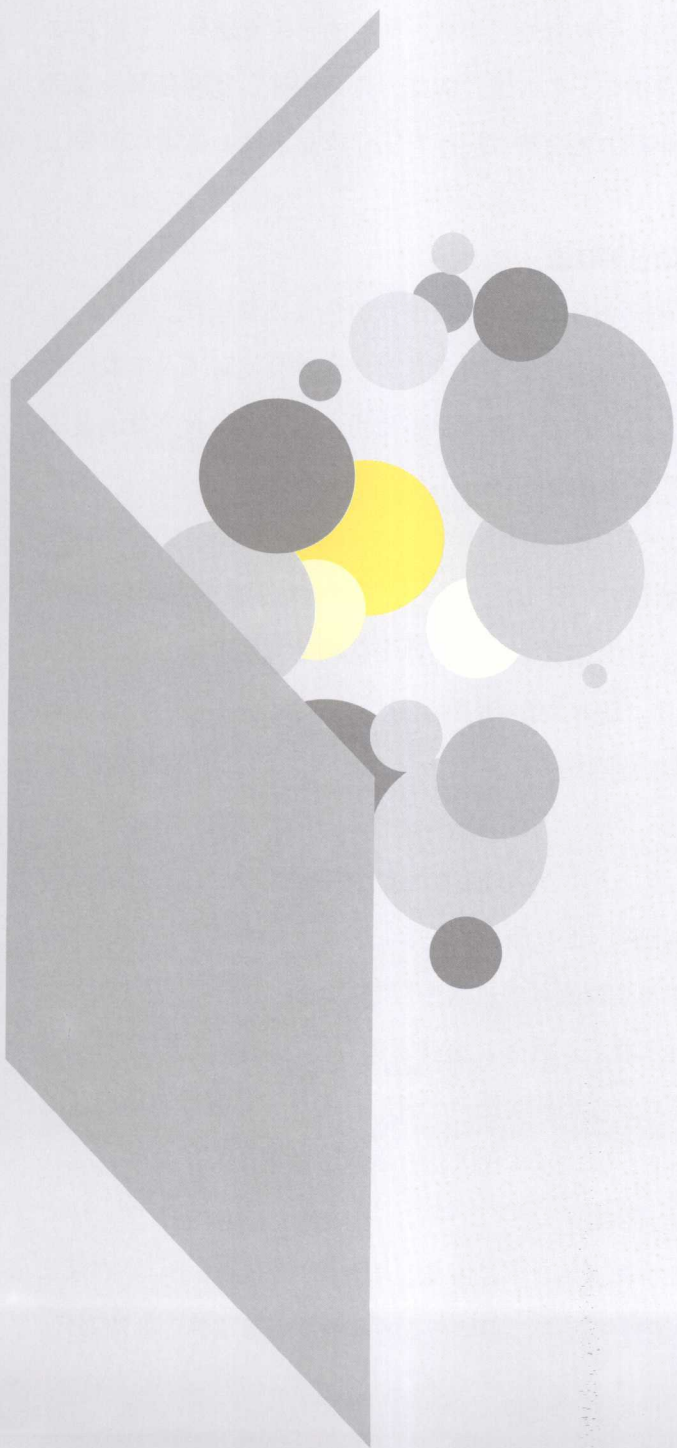
图1-13 灯具包装

2

第二章

包装设计发展历程

BAOZHUANG SHEJI FAZHAN LICHENG



第二章 包装设计发展历程



图2-1 火种罐

此罐是新石器时代原始人用来保留火种的物件，待用火时可引燃使用，比临时取火方便。

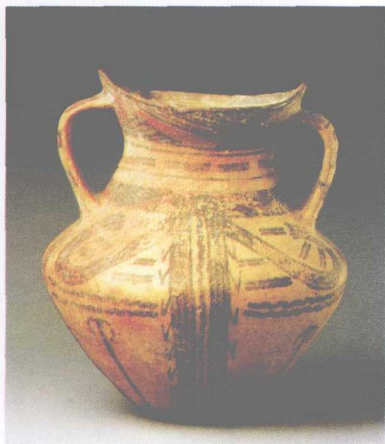


图2-2 食器彩陶罐（辛店文化）

1956年甘肃省临洮县郭家坪出土，高40.5 cm，口径14.4 cm。

包装的历史可追溯到陶器时代，甚至更早时期。当人类开始从事生产劳动，生产自己的物品时就有了包装。最初的包装无疑是为了保护物品，使其便于储藏与携带。如陶罐、陶盆、青铜器等，就具有保藏食品的作用，可以说是早期的包装样式。而在工业革命之后，市场和包装工业才真正形成。

一、远古时期的包装容器

史前时期，人们用兽皮、树叶等遮身并包裹食物和猎物。距今50万年以前旧石器时代的北京人已经知道用自然火，并且发明了人工取火的火种罐，用来保留火种，待用火时可引燃使用，比临时取火方便。这应该是人类最早运用容器储存物品的手段。（图2-1）

容器是指具有一定空间容量的器皿。在日常生活中，物品的搬运、炊事或储藏都需要容器。在旧石器时代，世界各地的原始居民利用树条、竹藤、石木、兽皮、葫芦等天然材料制作出各种各样的容器，这些容器主要用于搬运或储物，是人类最早的利用自然的绿色包装物。

陶器的发明是伴随原始农业的发展而出现的。因定居生活的需要，人们生产出陶器作为日常生活用品，具有储藏、烧煮、搬运、装饰、祭祀和陪葬等多种功能。人类发明陶器的动机主要是为了利用它的储藏和烧煮两大功能。公元前14世纪酿酒业兴起，产生了包装容器（陶器、青铜器等器皿）。我国商周时期青铜器的造型丰富多样，仅作为容器就可分为烹饪器、食器、酒器、水器等。有些青铜容器的器身与盖造型一样，分开来是两个盛器，但合起来就是一个密封的容器了，具有容器包装的功能。青铜器的创造，体现了古代人对制造工艺的掌握和装饰关系法则的运用。（图2-2、图2-3）

从对漆器起源的考察来看，漆器出现在陶器之后。1976年，在浙江余姚河姆渡遗址中发现了距今7000年左右的木胎漆碗与漆筒。商周时代，