

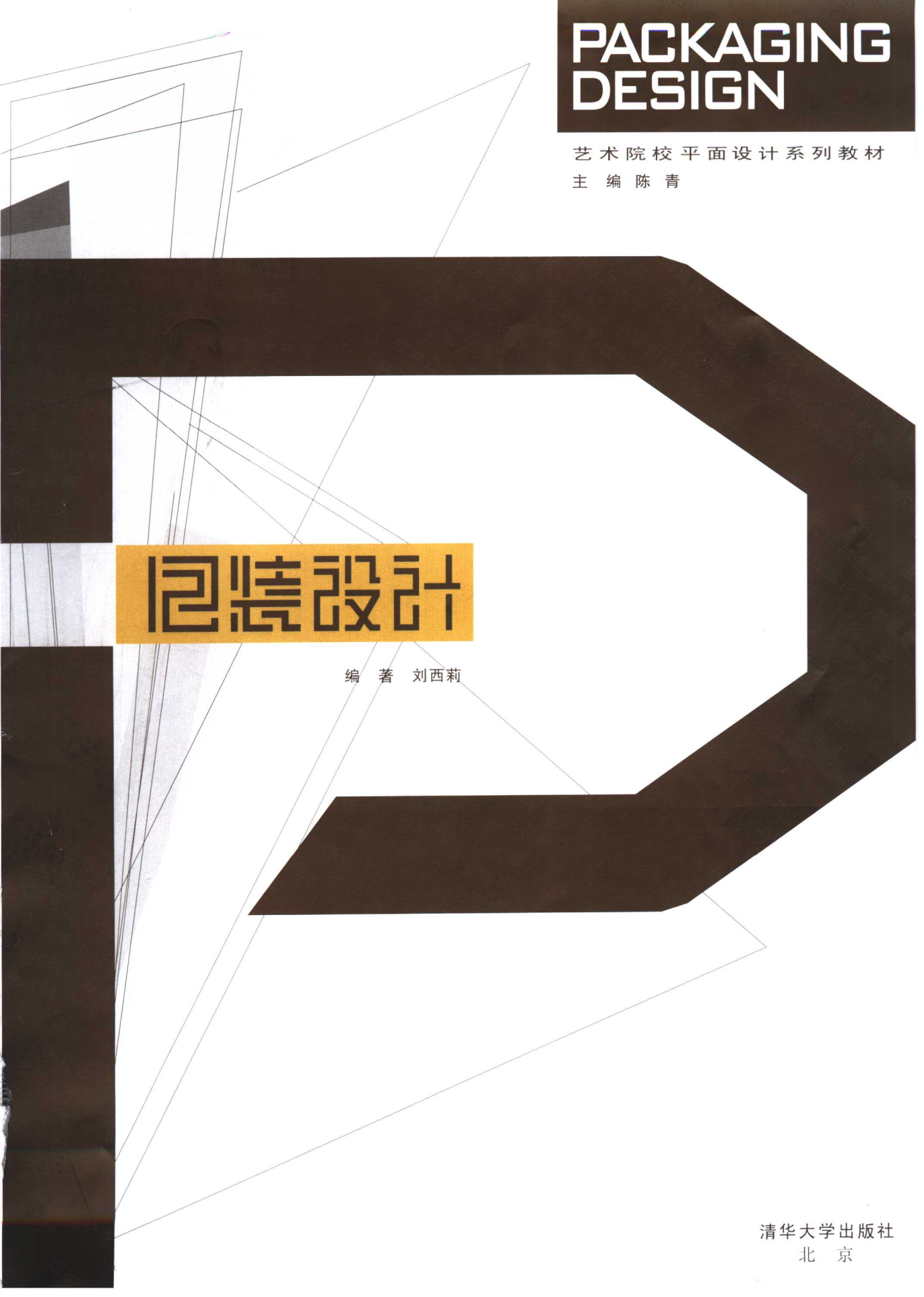
PACKAGING DESIGN

艺术院校平面设计系列教材

主 编 陈青

包装设计

编 著 刘西莉



PACKAGING DESIGN

艺术院校平面设计系列教材
主 编 陈 青

包裝設計

编 著 刘西莉

清华大学出版社
北 京

内容提要

包装是产品内容和形式艺术体现的一个重要组成部分,它不仅是商品运输和安全的重要保障,在媒体多元化的今天,包装还是传递商品信息、品牌形象的途径之一,起到更多、更重要的作用。包装设计工作涉及多种元素,且材料广泛、工艺繁杂,是一项在平面与立体造型间不断转换的多维空间创作,因此成为艺术设计专业中学习、设计和创作的重点内容之一。本教材针对平面设计艺术专业的教学特点,在理论知识及运用的讲解上力求通俗易懂、涉及全面、方法具体、便于操作。为了突出灵活掌握、结合实际、理性分析作品的教学目的,引入和介绍了大量案例,其中包括经典作品、学生作业,丰富、直观,代表性强,参考价值大。

本教材内容是一线教师多年的教学总结,经过了多次整理完善,是学生强化记忆、累积知识以及完成作业练习的良好参照。本教材的容量基本满足三到五周教学时段的需求,每部分内容都有知识点总结,使学生能够提纲挈领地复习并掌握重点,课后练习及教学建议可以作为教师教学的参考。

版权所有,翻印必究。举报电话: 010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

包装设计/刘西莉编著. —北京:清华大学出版社, 2007.9

(艺术院校平面设计系列教材)

ISBN 978-7-302-15821-9

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第113543号

责任编辑:甘莉 宋丹青

责任校对:王凤芝

责任印制:孟凡玉

出版发行:清华大学出版社
<http://www.tup.com.cn>
c-service@tup.tsinghua.edu.cn

社总机:010-62770175

投稿咨询:010-62772015

地址:北京清华大学学研大厦
邮编:100084

邮购热线:010-62786544

客户服务:010-62776969

印刷者:北京鑫丰华彩印有限公司

装订者:三河市春园印刷有限公司

经销:全国新华书店

开本:185×260 印张:6.75

字数:229千字

版次:2007年9月第1版

印次:2007年9月第1次印刷

印数:1~5000

定价:40.00元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:010-62770177转3103 产品编号:025455-01



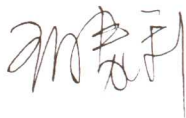
序

平面设计艺术专业是美术院校设计类的重要专业。随着我国社会发展对设计类人才需求的增加,美术院校普遍扩大了对艺术设计专业的招生规模,如何提高普及型本科教育的规模化教学,成为教学改革的重要课题。加强基础教学,建立系统化、专业化、标准化教学模式,是提高教学质量的重要任务。

为了这个目标,我院设计系组织一线教师,对平面设计艺术专业的教材进行系统化的编写工作,以求在教学质量标准与规范化方面做出努力。计划完成的教材基本上可以覆盖该专业从基础到创作的所有课程的教学内容。教材编写的指导思想是:遵循教学规律,注重基础知识的掌握,注重专业知识的系统性和逻辑性,为科班学生的培养把住最基本的质量关口。

都说21世纪是个设计的世纪,必然会为平面设计艺术提供前所未有的历史机遇。这些年来,随着我国经济的高速发展,对平面设计艺术专业的人才已呈现出旺盛的需求。在这样的局面下,除了专业院校外,很多综合性大专院校都开办了平面设计艺术专业。这套教材的编写,不仅能够解决我院教学的需要,相信也将起到更为广泛的积极作用。

西安美术学院副院长



VISUAL COMMUNICATION DESIGN

“艺术院校平面设计系列教材”编写委员会

主 任：王胜利 郭线庐 贺 丹

执行主任：彭 程 高晋民

主 编：陈 青

编 委：刘西莉 柯建军 黄向东 李荣伟 刘时燕 李路葵

史 纲 郭 杰 张 浩 王丽红 吴林桦 刘 沛

付 斌 高 民 刘晶晶 程甘霖 杨 博

目录

→ 前奏 P.1

概念说明
教学目的
教学重点
文化背景
计算机与包装设计
知识点总结

→ 启蒙 P.9

包装的领域
包装的分类
包装的角色
包装的机能
包装的设计原则
包装的设计定位
消费心理对包装设计的影响作用
知识点总结与思考题

→ 艺术 P.21

包装设计现场
包装设计创意程序与创意发展技巧
包装设计要素与形态
包装设计的信息编排设计
知识点总结

→ 技术 P.61

包装结构设计基本概念
纸盒包装设计理念
纸盒包装设计技术
纸盒包装设计技巧
包装容器造型设计
知识点总结

→ 欣赏 P.93

→ 印刷 P.89

包装的印刷工艺
印刷的种类

→ 教学建议 P.97

→ 参考文献 P.98

→ 后记 P.99

前奏

01 → 概念说明 P.2

02 → 教学目的 P.3

03 → 教学重点 P.4

04 → 文化背景 P.4

05 → 计算机与包装设计 P.7

06 → 知识点总结 P.7



图1-01 苹果包装箱

[美国] Steven Chin



图1-02 工艺灯饰包装

[西班牙] Josep M.Garrafé

01 → 概念说明

中文的“包”字为假借字，其部首“勹”是象形字，像一个面部朝左而侧立的人身形作双臂环抱状，读作 bāo，为“包的本字”，许慎《说文解字》释：“勹，裹也，象人曲形有所包裹。”对于包字，许慎《说文解字》释为：“象人裹妊，巳在中，象子未成形也。”新华字典里旨意“包裹、捆包、盛装、保护”的意思。装，装入、装载、整理行装、打扮修饰；装束、装饰。我国《现代汉语大词典》释义为：“将东西打捆成包或装入箱等容器的动作过程；包装商品的东西，起覆盖作用的外表、封套或容器；特指储藏或运输商品时用的保护性的单元。”



包装英文为 package，牛津高阶英汉双解词典释义：“包裹、捆、用纸包裹，或用箱、篓子、盒、单位成品所盛之物。”如上所列举的可看出包与装的意义有着很强的动态机能(图 1-01~ 图 1-04)。

对于现代商品包装的概念世界各国都有几乎相近的定义。

中国包装的国家标准定义：“包装是为在流通过程中保护产品，方便储运，促进销售，按一定技术方法而采用的容器、材料及辅助物的过程中施加一定技术方法等操作活动。”更加通俗的定义：“为保证商品原有状态及质量在运输、流动、交易、储存即使用时不受到损害和影响，而对商品所采取的一系列技术手段叫包装。”

美国包装协会用语：包装是为产品的运出和销售的准备工作。

英国规格协会用语：包装是为货物的运输和销售所做的艺术科学



图1-03 葡萄酒包装设计 [美国] Charles

Spencer Anderson



图1-04 咖啡包装 [韩国] YOU RANG HYUN



图1-05 肥皂包装 [西班牙] Josep M. Garrofé



图1-06 手绢包装 [西班牙] Josep M. Garrofé



图1-07 珠宝包装 [西班牙] Josep M. Garrofé

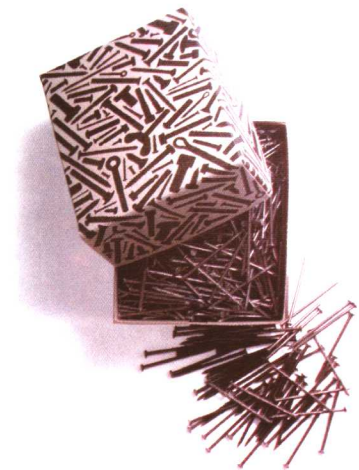


图1-08 五金包装 [德国] Carolyn Leonhardt

和技术上的准备工作。

日本包装用语词典：包装是使用适当之材料、容器而施以技术，使产品安全到达目的地，即产品在运输和保管过程中能保护其内容物及维护产品之价值。

以上我们可以看出各国对包装的定义大同小异，都是以包装的功能性为核心，强调包装是艺术与科学技术的合理结合。包装设计是一门科学与艺术相结合的综合性交叉学科，虽然其核心是研究构成包装的造型形态、功能、结构、材质、色彩以及商品视觉信息传递等综合要素，但围绕这些核心要素的设计活动却涉及社会经济、科学技术、文化艺术、价值取向、市场经济营销运作等人类生活的各个层面，并需要综合社会科学和自然科学中诸多学科知识来完成。包装工业是国民经济的重要组成部分，从现代经济社会飞速发展观来看，包装技术与材料的不断科学化、绿色环保化以及在包装设计中更加注重人文关怀，既成为国民经济可持续性发展、商品经济市场健康竞争的重要考量，也是创建人与社会、人与自然和谐共生关系的重要保证。包装设计教育更要提倡全民树立绿色的环保理念，积极促进人类社会建立正确的现代消费观和生活方式，世界上许多发达国家都以此为目标，作为绿色包装课题研究的一个重要途径和方向。因此从这个意义上讲，商品包装设计也从一个侧面反映出一个国家的物质文明和精神文明发展水平(图1-05~图1-08)。

02— 教学目的

正是基于包装设计对我国的经济发展和促进国际间商品贸易竞争所起到的重要作用，我国各大艺术院校历来把商品包装设计作为装潢专业的重要科目，作为培养商业设计专门人才的训练途径。

商品包装设计课程是平面设计本科(专科)专业中非常重要的一门课程。此课程的教学目的，是使学生了解现代商品包装的基本设计原则，系统地掌握包装设计的基本运作程序；熟练掌握基本纸盒造型结构设计，灵活运用包装设计的商标、文字、图形、色彩、编排等平面信息要素，准确传达商品信息；掌握平面设计展开图的绘制表现，熟悉了解相应的印刷工艺流程；掌握基础的包装容器造型手段及容器造型设计平面图、立体效果图的表现和绘制，为毕业后从事的专业设计打下良好基础。

为达到以上目的在教学中可从以下几个层面入手：

- 通过分析比较优秀设计作品的创作理念，让学生感悟并掌握相应的包装设计基础理论知识，培养学生树立现代包装设计观念；
- 系统地了解掌握包装设计的程序与创意方法，研究构成包装的功能、结构、形态、色彩、材质等要素，把培养学生具备现代工业设计整合思维能力作为重中之重；
- 在独立完成一套系列商品包装设计作品的运作过程中，重点学会灵活运用包装设计的各项要素，准确无误地传达商品信息，掌握包装

印刷前期设计平面展开图、立体效果图的绘制表现技巧,并带领学生参观印刷厂并熟悉了解相应的印刷工艺流程,为以后从事的商业宣传设计打下良好的基础。

03→ 教学重点

- (1) 了解基础知识
 - 1) 包装设计的基本概念;
 - 2) 包装设计的文化背景;
 - 3) 包装设计的领域。
- (2) 掌握重点理论知识
 - 1) 包装设计的机能;
 - 2) 包装设计原则;
 - 3) 包装设计的消费心理学;
 - 4) 包装设计的创意方法。
- (3) 掌握重点技巧知识
 - 1) 商品包装盒型结构创意设计;
 - 2) 容器造型形态设计创意;
 - 3) 商品包装平面信息设计要素——商标、品牌名称、文字、图形、符号等;
 - 4) 信息编排设计原则和形式美规律;
 - 5) 商品包装色彩设计与印刷基础知识;
 - 6) 商品包装设计平面图与立体效果图的表现。

04→ 文化背景

(1) 原始包装

包装本身是一项古老的活动,人类社会自从出现了商品交换以后就有了包装,人们通过包装手段使产品得以远距离运输因而极大的促进了商品贸易流通,促进了人类社会商业竞争的高速发展。因此包装在促进商品流通过程环节中扮演着十分重要的角色。商品包装以保护商品、美化生活、宣传商品、有效存储、方便生产与交通运输、降低生产成本、促进销售为主旨,是现代社会经济高速发展商业激烈竞争的重要手段之一(图1-09~图1-011)。

人类在为生存而斗争的长期进化中,获得了各种与大自然相适应的能力。面对自然环境的种种考验,远古人类模仿鱼刺制造出骨针等工具,模仿猛兽飞禽的利爪打造石斧,以捕获、驯服或防御猛兽的伤害,仿照植物的茎叶制作生产工具。人类除了自身的进化以外还不



图1-09 尖底瓶 新石器时代仰韶文化西安半坡型



图1-10 彩陶巴比伦彩陶艺术

距今7000年的巴比伦彩陶艺术同仰韶文化的尖底瓶造型是如此的相像,在遥远的人类文明初期,生活在这个星球的人类对于造型的功能与审美,从一开始就有很大的共同点



图1-11 《春秋》青铜鬲 故宫藏品



图1-12 圆点勾叶纹陶盆 新石器时期仰韶文化 西安半坡型



图1-13 彩陶 马家窑文化 马家窑类型



图1-14 (西汉) 彩绘漆耳杯盒



图1-15 (西汉) 双层九子漆奁 (lián) (文帝时期距今2150年左右)

断向其他生物学习生存技能，取长补短。这是人类最初级的创造性活动，是人类仿生意识与行为的表现。虽然这些活动直接而朴素，但却是仿生概念得以发展的基础，是现代仿生学与仿生设计的起源雏形。正如亚里士多德所说：“自然的产品有一个目的，它始终是为一个比艺术品的目的更高的目的而创造出来的，因为艺术模仿自然，而不是自然模仿艺术。”

原始包装是指旧石器时代人们利用现存的植物叶子、果壳、葫芦、贝壳等天然材料作为盛装瓷器、酒瓶、药瓶，利用植物茎叶包装食品等的材料，这种原始朴素的包装形式在现代生活中仍然屡见不鲜。包装作为人类智慧的结晶，广泛用于生活、生产中，从最初人类使用树叶、果壳、贝类来包裹物品，逐步发展到了人造包裹容器。早在公元前3000年，埃及人开始用手工方法熔铸、吹制原始的玻璃瓶，用于盛装物品，同一时期，埃及人用纸莎草的芯制成了一种原始的纸张用以包装物品。与古代希腊人创造的地中海文明以及两河流域的埃及文明一样，中华民族的祖先创造出了最古老的包装容器——陶器，它不仅具有了初级的包装功能也同时具有了一定的观赏功能（图1-12、图1-13）。

(2) 古代漆器包装

我国古代民间的包装多取材于大自然的天然材料，如：木、藤、竹、草等，经手工加工而成，宫廷器物包装多采用一些工艺性更高的人造包装，如金属器、陶器、漆器、染织物等。

《韩非子·外储说左上》中记载的“买椟还珠”的故事，讲述的是春秋战国时期一个楚国商人将珍珠装在华丽高贵的木匣里到集市上卖，一个郑国人取出珍珠归还卖主却拿走了木匣子，比喻买者舍本求末，取舍不当，真实反映出早在2200多年前的战国时期已出现了华丽的商品包装，并且精雕细刻十分精致美观，以至于使买者对包装盒爱不释手而舍去商品。

春秋战国至西汉时期我国漆器工艺得到蓬勃发展，其漆器造型丰富多彩且装饰纹样潇洒飘逸，有很浓的东方艺术意蕴。这个时期出现了盛装酒器、食品和化妆品的漆器饰盒。造型多是盒中套盒，实用美观，具备了便于携带的功能，漆器包装奠定了世界独特的中国传统包装设计经典样式。

图1-14是西汉时期彩绘漆耳杯盒包装设计，耳杯是当时的酒具，据说是曲水流觞时饮酒所使用的器具，这也就是耳杯的两耳设计便于漂浮于水面的由来。耳杯是汉代楚国漆器的代表器形，这套耳杯以及盒子收藏时节省空间的设计，反映了中国古代原始的工业设计思想的萌芽，体现出2000多年前中国人民的智慧。

图1-15是汉代妇女放置各种化妆及梳妆用品的容器，我国汉代漆器工艺有很高的工艺要求。此件器物盖和壁为夹纻(zhù, 指苧麻，或用苧麻纤维织的一种布)胎，在器物表面用褐色漆装饰，然后再在漆上贴金箔，金箔上再施金、白、红三色油彩绘云龙纹，上盒内放置9个小奁绘以云气纹装饰。

(3) 纸张与印刷

东汉时期(公元前105年)，蔡伦发明了造纸术。纸包装的出现大约在唐代，唐代是封建社会经济空前繁荣的一个时期，经济的繁荣促进

了包装的发展,当时商品包装已普遍使用纸包装,如茶叶、食品等。北宋时期,造纸和印刷技术的提高,又进一步带动了包装装潢的兴旺发达。产品包装设计到了这个时候已普遍采用了铜版印刷工艺,例如:现陈列于中国历史博物馆的“济南刘家功夫针铺”的包装纸的印刷铜版。在民间也普遍使用用手工制造的粗糙的纸做成标贴来包装食物。

印刷术的发明可追溯于唐代,最初流行的是雕版印刷,宋代时期雕版印刷颇为盛行。宋太祖赵匡胤开宝四年(971年)在成都展开了《大藏经》的巨大工程,经过12年的努力,全部《大藏经》计1076部,5048卷雕印完工,雕版共13万块,可见刻工之众多与技术之优良。在雕版印刷趋于鼎盛的基础上,北宋庆历年间(1041—1048年)毕昇(?—1051年)发明了活字版印刷技术,用胶泥刻成单字,入火烧烤,使之坚固,成为字模,然后排列起来进行印刷,印刷速度大为提高。这一技术由北宋沈括(1031—1095年)的《梦溪笔谈》记载。这是印刷史上的一个伟大创举,它在一定程度上克服了雕版印刷费时费工的弱点,对促进中国文化发展有深刻意义。在活字印刷技术影响下,元代又开始使用木活字和锡活字,明代开始使用铜活字和铅活字。宋代的印刷技术经西夏,沿丝绸之路西传。大约在15世纪传入欧洲,后德国人古腾堡发明了铅字印刷,带动了整个欧洲印刷业的蓬勃兴起(图1-16)。

我国明清至民国期间民族工业发展滞后导致商品经济落后,包装工业特别是纸包装发展缓慢,包装装潢一直在贸易中作用较轻,不能形成独立的工业体系(图1-17~图1-22)。

(4) 现代包装的概念

现代包装,是指从19世纪中叶英国工业革命开始以后,以机械化大批量生产和长途安全储运物资与商品为目的,进而推出的以迎合市场、引导消费、满足人们对商品包装的物质功能与审美功能需要为中心的包装。现代包装设计脱离不了先进高科技技术与材料的选择运用,依赖于工业加工、生产标准化、批量化这些现代工业技术运作过程。现代包装设计是一种创造性的设计活动;是基于满足人类对于物质与精神需求的一种设计活动;是结合新思维、新科技、新材料,以社会的发展、消费者的需求为宗旨形成的一系列对社会负责的设计活动。因此学习商品包装设计首先要树立现代工业设计观,以研发运用适合现代人生活需要的、安全可靠的、富有视觉美感的、利于环保的绿色包装材料为主旨,以符合现代工业印刷技术发展等综合因素作为现代包装设计的理念。

现代商品包装设计是现代经济社会国际间贸易交流和国内市场商业竞争、商品信息沟通、现代设计文化传播的重要载体。现代包装运输、储存、装卸、配送,商品展示和市场销售,消费者购买使用,直至丢弃、回收、再利用,这整个运作过程形成了现代物流。这种现代集成化物流流通管理使包装对于降低物流经济成本,提高物流效率,为消费者提供最好的服务起着十分重要的作用。作为现代物质交流活动中的一项重要载体,从物流、信息流这一强大的时代特征重新认识包装设计,商品包装设计集物流、信息流两者角色为一体,可以看作是经济时代或者数字化信息时代最具代表的物流符号。



图1-16 (北宋)泥活字版实物



图1-17 (明)黄花梨提盒

黄花梨提盒设计,是我国古代士人、文人墨客赶考或游历时存放笔墨纸砚等文具的容器。据传此类盒形是明末文人对政治失去信心,故仿农家送饭的竹编提篮设计制作文具,暗含归隐之意。这类提盒便于携带,分为三格加盖,底托与提梁相连,三格可以分层取下,便于取拿文具。提梁为整木雕刻,把手符合人体工程要求,具有合理的功能设计美,提梁两侧与底托、铜销处均装饰云头造型,整体造型简洁明快。在工艺上采用榫卯结构,接榫处加工细致,木纹肌理清晰,是明式黄花梨提盒的代表作之一。



图1-18 (清)流黄文竹盒包装 清宫廷谨艺术

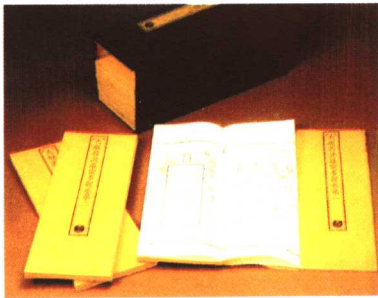


图 1-19 清藏《大般若波若蜜多经》经书装帧

清藏《大般若波若蜜多经》为汉文《大藏经》中的一部，木版墨印，方册经袱式，涵装《大般若波若蜜多经》是我国古代书籍的装帧方式。

北京故宫博物院收藏

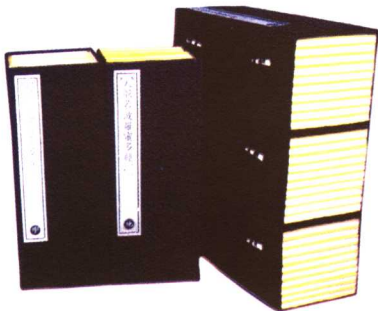


图 1-20 清藏《大般若波若蜜多经》涵装

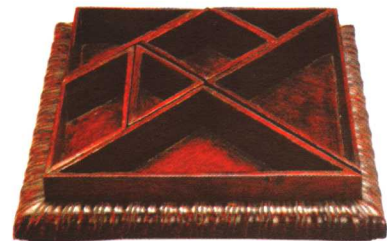


图 1-21 (清)七巧板形香清盒 清宫包装艺术

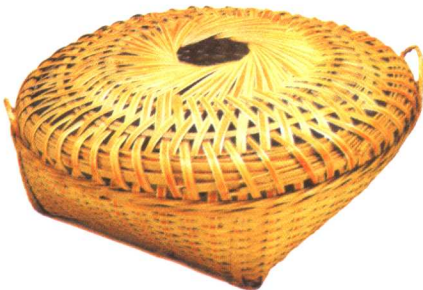


图 1-22 (清)竹篓 清宫廷饽饽艺术

中国包装走过了漫长而又艰辛的历程。改革开放后，我国在包装设计和印刷技术方面大胆引进国外发达国家的先进理念、先进设备、先进技术，短短几十年我们国家的包装工业发生了翻天覆地的变化，极大促进了我国商品经济社会的形成。在激烈的商业竞争中，越来越多的优秀的包装设计既提高了商品的附加价值，激发了消费者的购买欲望，又极大地影响了消费者的观念及行为，并逐步树立起诸多国内著名商品品牌，赢得了消费者的信任，推动了我国商业竞争的良性循环，在很大程度上提高了我国人民的生活水平。今天的包装不仅仅是停留在传统意义上那种保护商品、美化商品的层面上，更重要的是，无论从材料上还是从设计理念上，包装都彻底改变了中国人的生活和思维观念，在信息流、物流这样的全球经济交流中，包装设计无疑还肩负着传递与沟通各民族、各区域的不同文化；引导人类社会树立起先进的消费文化观的使命。包装设计毋庸置疑地将继续推动我国社会文明不断向前发展，带给人们艺术与科技完美结合的视觉愉悦以及超值的心理享受。

05→ 计算机与包装设计

包装设计最常用的软件有 Corel Deaw、illustrator 和 photoshop。它们既满足了对于所需图片的编辑处理需要，是以位图格式工作的绘画软件，又有以矢量图格式处理、编辑图形和页面编排布局的强大功能。Corel Deaw 软件本身是一个集多种软件为一体的套装软件，不但功能强大便于操作，而且运作稳定。矢量图在处理图形与文字编辑时使用几何算法来记录视觉图形与色彩信息，因此图形放大不会出现马赛克，特别适合包装的图形与文字处理，尤其是在商标与品牌字体设计时精到细微的节点和控制杆编线的功能，可以建构出任何形状的图形和文字变化，省去大量制作时间使设计师能够在创意上多投入精力，轻松快捷地处理矢量图形、文字和文本等的变化。对于包装设计中的盒形结构平面图展开以及印刷前期等编辑工作，也都能够提供完美的解决方案。另外，更重要的是色彩管理系统根据印刷出版要求设定完备的 CMYK 色彩系统，便于设计师掌握并与印刷制版接轨。

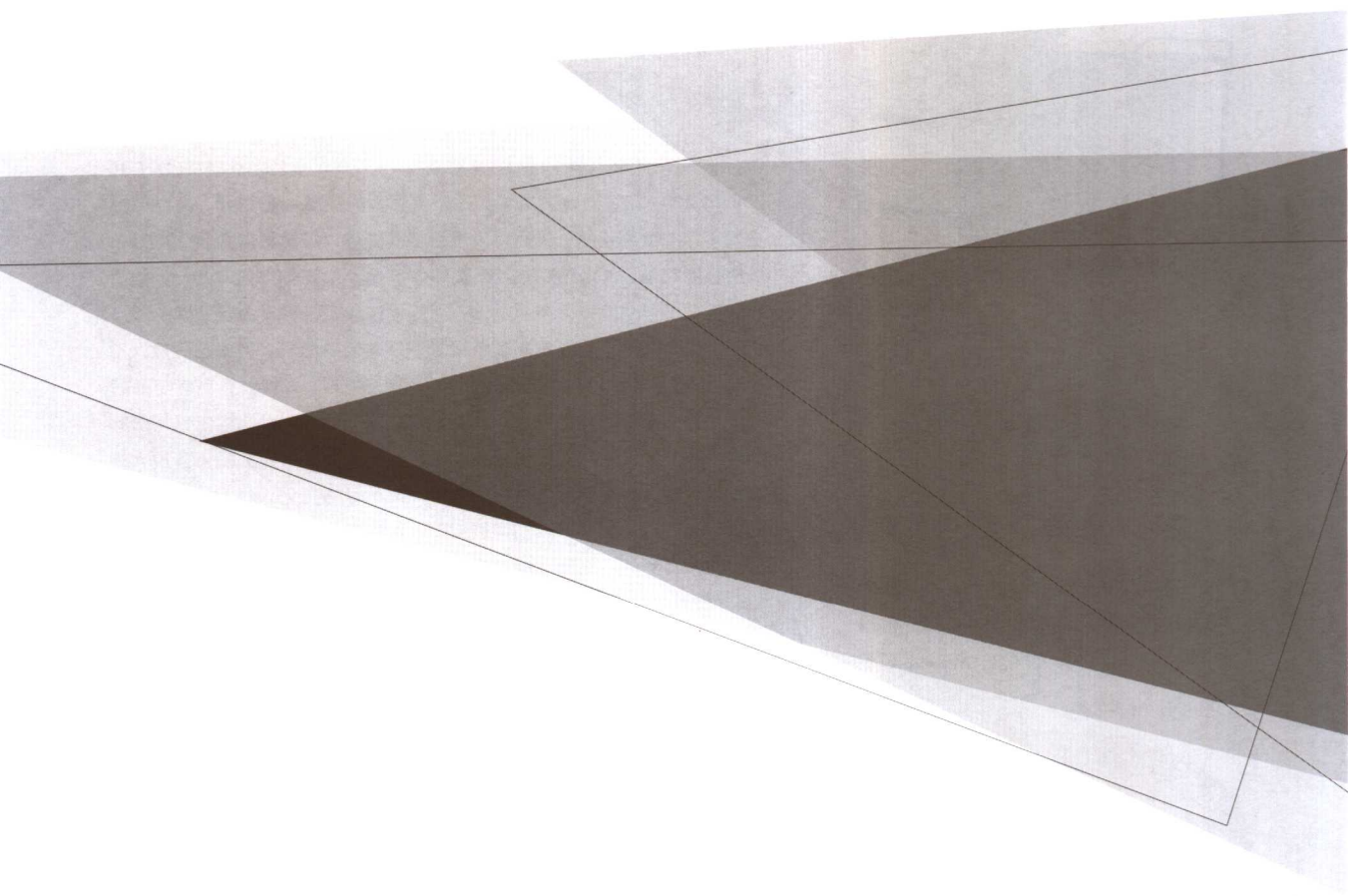
06→ 知识点总结

(1) 知识点总结

包装产生的历史文化渊源。

(2) 思考练习题

- 1) 我国漆器包装的形式特征。
- 2) 印刷与纸张的发明对人类文化的贡献。
- 3) 现代包装设计的现状。



启 蒙

01 → 包装的领域 P.10

02 → 包装的分类 P.11

03 → 包装的角色 P.13

04 → 包装的机能 P.14

05 → 包装的设计原则 P.15

06 → 包装的设计定位 P.16

07 → 消费心理对包装设计的影响作用 P.18

08 → 知识点总结与思考题 P.19

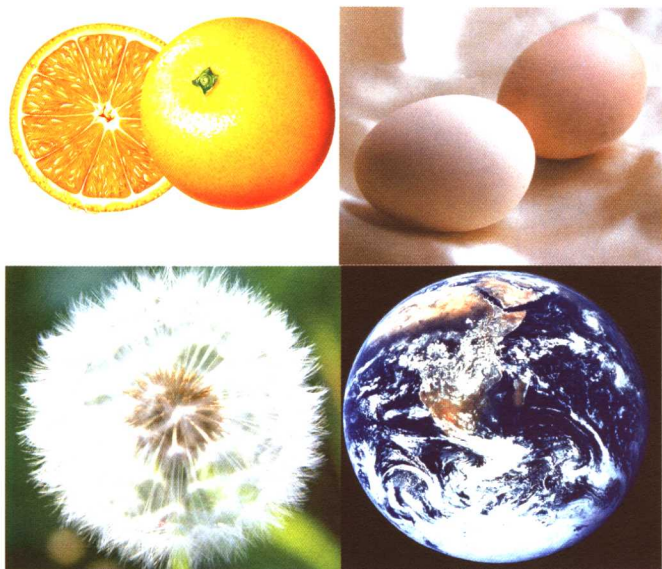


图 2-01

自然界“神明的造化”遵循的是“适者生存”的自然法则，是人类创造性的最佳科学依据

01 → 包装的领域

包装的领域从广义上讲，可分为自然界的天然包装和人工的包装两大类领域。

(1) 自然界的包装

地球利用大气层与磁场为表层材料将宇宙射线和太阳光线隔离，以使地球上的万物生命不息，因此在生物学领域地球被称之为一个巨大的生命体。自然界的任何生物和植物只要能够生存下来都要依赖其特殊的身体包装形式作为保护的屏障。“神明的造化”遵循的是“适者生存”的自然法则，是人类创造性的最佳科学依据。

橘橙可以说是大自然创造的最具魅力的包装，用阳光的颜色作为表皮色彩，将橙子的美味传达出来，内部柔软如绵的果肉被紧密包裹，果肉之中是种子。蒲公英的种子有如滑翔机般的包装，乘着风将生命传递出去。苞米有一层层的包装，越到里层越是薄如丝绸，然后才是金灿灿的玉米。鸡蛋是一种在造型上最巧妙的融入机能的包装典型，椭圆球体不易滚动和破碎。自然界的种种极精妙的包装形态，从古至今无不启示着人们利用自然物作为包装，例如，荷叶、芭蕉叶、树皮、皮革、海螺壳、鸵鸟蛋壳、葫芦、竹筒、牛角等原始形态的包装，在我国仍有保留。常见的形式有用箬叶包裹香喷喷的糯米粽子，用荷叶包装食品，用竹筒或水果壳蒸煮食物，用麦秆等植物茎编制网状包物，用陶质容器包装酒等，真可谓“千古包装”（图 2-01~图 2-07）。

(2) 人工的包装

可分为以物质为对象的包装和以非物质为对象的包装（图 2-08）。



图2-02 竹筒包装



图2-03 箬叶包装



图2-04 荷叶包装

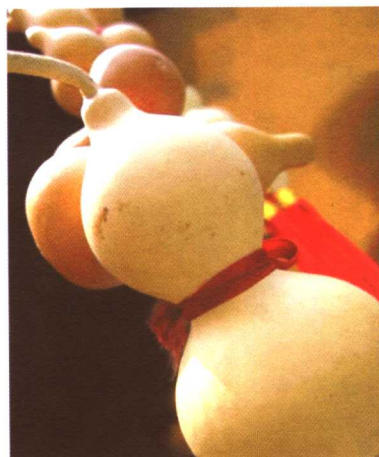


图2-05 葫芦



图2-06 箬叶豆包包装

王晶



图2-07 鸡蛋包装 张昆 韩康 杨琦 王溯



图2-08 休闲娱乐用品 源自非洲

[西班牙] Josep M. Garrofé

运输包装（外包装）

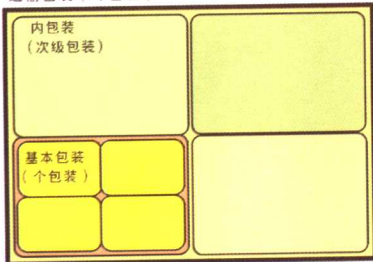


图2-09 包装分类图

1) 以物质为对象的包装（广义）

身体包装：衣服、鞋袜、帽子、寝具、棉被、睡袋等。

物品包装：以生活用品、产业用品以及各种物品为对象。

机能包装：将零件的功能、模块组合为相互适应的包装，主要是指工业设计领域。

空间包装：将必需的零件、材料与装置等事先拼组成单位空间成品，如列车就是一个整体移动的空间。

自从人类进入文明阶段，人的想象力和创造力就不断地得到发展，并愈来愈显现出无比强大的震撼力。宇宙太空技术的不断完善，太空探测器早已能够探索太阳系中任何一个行星，向着更神秘的外星系发送人类的信息；航天载人飞船技术也日趋完善，未来人类的目标已转向宇宙太空，那么这些宇宙探测飞船包括宇航员服装等就是人类征服外星球的工具和身体包装。人类以征服自然探究未知为目标，千百年来创造的各种包装形态及材料为人类社会的飞速发展提供了巨大的物质财富，与此同时也为满足人类精神生活的需求创造了良好的信息传递基础。

2) 以非物质为对象的包装

对信息（软体）以硬件状态进行辅助性包装。所谓以非物质为对象的包装是针对非物质社会，就是人们常说的数字化社会、信息社会或服务型社会的到来而出现的包装设计形态。以电脑作为设计工具，虚拟的数字化设计成为与物质设计相对的另一类设计形态，即所谓的非物质设计。世界各国设计同仁都敏锐地感悟到以非物质为对象的包装即将成为未来设计的大趋势：从物的设计向非物的设计转变；从产品的设计向服务的设计转变；从实物产品的设计向虚拟产品的设计转变。其中既有软件程序设计的层面，又有功能价值的层面，还有服务的层面及空间、感觉、思想、哲学等诸多层面。

02→ 包装的分类

（1）包装以形态为依据分为三类（图2-09）

1) 个包装

个包装是产品直接接触的包装，必须依产品的特性与特点考虑水分、湿气、光、热、不同的温度等物理现象及侵蚀、毒品等化学现象，决定适合的材料及适当的容量和容器的技术使用。包装的规格尺寸是体现运输、装卸等物流动态包装的新要求，包装的规格尺寸标准是与物流效率密切相关的。物流的效率决定了包装规格尺寸的标准，就是产品本身的形状、重量及体积的大小等因素。包装的规格尺寸必须适应运输、装卸等物流动态过程的要求。商品运输包装的尺寸主要指底面尺寸，如果它能与运输设备间的模数（包装单元基础尺寸）配合就能大大提高设备容积利用率，采用标准模式化的集合包装，易解决设备容积利用率问题。所以包装设计师应充分掌握物流对包装的规格尺寸的标准要求，设计方案体现在产品尺寸较小（含散固体、粉体、液体等无形产品）以