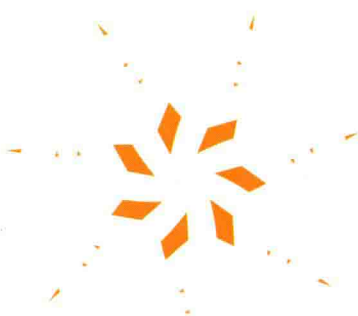




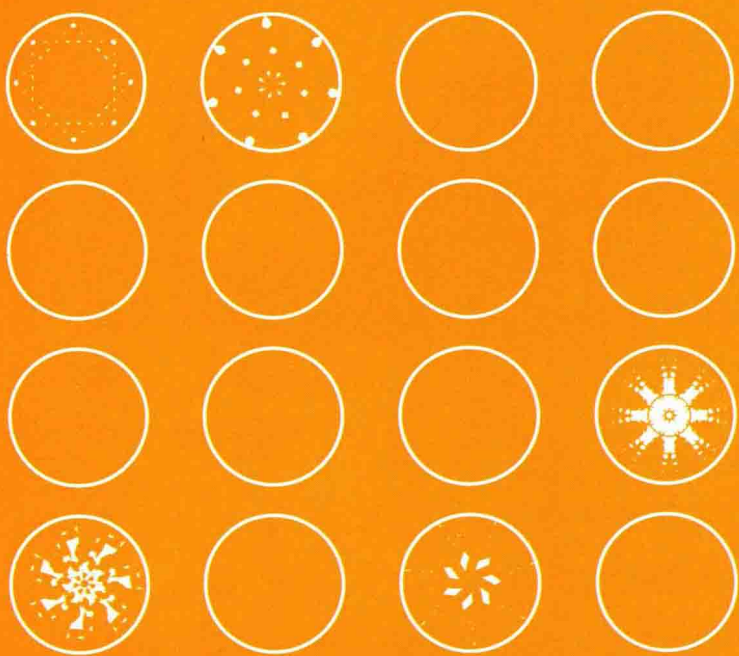
Package Design

包装设计



糜淑娥 主编 余艳特 副主编

全国中等职业教育艺术设计类专业系列教材



Package Design

包装设计

糜淑娥 主编

余艳特 副主编



化学工业出版社

· 北京 ·

本书主要包括包装设计优秀案例欣赏、包装设计基础知识、包装设计思维模式、包装造型与结构设计、包装装潢设计、包装设计印刷与制作、包装设计案例制作等,涵盖了包装设计课程的基本知识与技能点,汇集了作者在项目教学和市场设计的多年成果,在理论知识与设计实践方面进行了较好的结合。本书图文并茂,以大量国内外优秀的设计作品为例进行详解,内容翔实、生动。作者注重对包装设计过程的商业项目运用,每个章节都增加了教师和学生实际项目中的实用案例,能够让初学者同步训练和举一反三。

本教材作为中等职业教育包装设计、艺术设计类专业教材,可供包装设计者参考使用,也可供艺术设计爱好者学习。

图书在版编目(CIP)数据

包装设计/糜淑娥主编. —北京:化学工业出版社,
2013. 10

全国中等职业教育艺术设计类专业系列教材

ISBN 978-7-122-18295-1

I. ①包… II. ①糜… III. ①包装设计-教材
IV. ①TB482

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第200941号

责任编辑:崔俊芳
责任校对:宋 夏

装帧设计:王晓宇

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装:北京彩云龙印刷有限公司
880mm×1230mm 1/16 印张8 字数208千字 2013年10月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:49.00元

版权所有 违者必究



前言

包装设计是融科技与包装艺术于一体的交叉学科,是现代企业与消费者之间沟通的重要媒介,是实现保护产品、方便运输、提高产品经济附加值和促进产品销售的重要手段,是商品打开市场、赢得消费者购买趋势的关键因素,它在商品的生产、流通、销售以及消费领域中,日益发挥着难以替代的重要作用。这门课程的设立可使学生们更好地理解与认识包装设计的起源与历史,熟悉包装的结构、材料与加工工艺流程的关系,掌握商品包装设计的一般应用原则、设计方法等理论知识与实践性环节,从而使得学生们具备包装设计制作基本能力。

从包装容器、包装结构、包装视觉设计、印刷工艺到项目制作,从包装设计的基础知识到具体设计过程,本书都做了全面、系统的介绍。本书内容以项目教学为导向,以实用、适用行业设计制作为要求,重点突出对学生设计制作能力的培养。

书中的每一章节都配有项目制作案例,并附有思考题、实训题,非常适合中等职业院校包装设计课以及相关教学作为教材使用。本书由糜淑娥主编,余艳特副主编,陈志成、陈佳荣、谢丽平参与编写。本书编写得到了广东省黑马广告有限公司、广州狮域设计顾问有限公司、广东省轻工职业技术学院大力支持,在此表示感谢。

由于编者水平有限,书中难免存在不足之处,敬请读者批评指正。

编者

2013年7月



学习情境一 包装设计优秀案例欣赏篇

学习情境二 包装设计基础知识篇

第一节 包装的概念	010
第二节 包装的历史与发展	011
一、包装的起源历史	011
二、包装的发展历史	012
三、未来包装的发展趋势	014
第三节 包装的功能与分类	016
一、包装的功能	016
二、包装的分类	019
作业与练习	021

学习情境三 包装设计思维模式

第一节 包装设计市场调查及分析	024
一、产品归类及分析	024
二、选定产品策略	025
三、调研及资料收集	027
四、筛选信息	028
第二节 定位设计	028
一、产品定位	028
二、消费者定位	029
三、品牌定位	030
案例：“每伴婴儿清清宝”奶粉包装设计	030
作业与练习	034

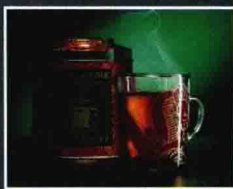
学习情景四 包装造型与结构设计

第一节 包装容器造型设计的原则	036
一、功能原则	036

二、销售原则	036
三、工艺原则	037
第二节 包装容器造型设计的程序	038
一、准备工作	038
二、构思制作	038
三、平面图绘制	039
四、制作过程	040
第三节 包装结构设计的基本要求	042
一、包装结构的保护性	042
二、包装结构的便利性	042
三、包装结构的变化性	042
四、包装结构与工艺合理性	043
五、包装结构与经济性	043
第四节 包装结构的分类	043
一、盒式结构	043
二、罐式结构	044
三、瓶式结构	044
四、袋式结构	044
五、篮式结构	044
六、碗式、盘式和杯式结构	045
七、套式结构	045
八、管式结构	045
九、泡罩式结构	046
第五节 纸盒结构设计	046
一、纸盒结构的制作要素	046
二、纸盒结构构成	047
案例：双扣手提盒制作	053
作业与练习	057

学习情景五 包装装潢设计

第一节 包装字体设计	064
一、文字设计内容	064
二、字体设计的运用	065
三、字体设计的方法	067
第二节 包装图形设计	069
一、包装设计图形要素	069



目录 CONTENTS



二、包装设计图形运用的基本原则	071
三、包装设计图形表现形式	072
第三节 色彩设计	073
一、包装色彩的功能	074
二、色彩的表现形式	074
三、包装配色与色彩区域性	076
第四节 包装版面编排设计	077
一、版面编排原则	077
二、版面构图形式	077
案例：颜如玉包装盒设计	079
作业与练习	082

学习情景六 包装设计印刷与制作

第一节 印前准备	084
一、印刷尺寸选择	084
二、印刷软件输入	084
三、印刷纸张选择	086
第二节 印刷制作	087
一、印刷方式	087
二、印刷过程	088
第三节 特殊印刷工艺	089
一、烫金工艺	089
二、覆膜工艺	089
三、凹凸压印工艺	090
四、UV防金属蚀刻印刷工艺	090
作业与练习	091

学习情景七 包装设计案例制作

一、酒类包装设计项目	094
二、礼品包装设计项目	097
三、食品包装设计项目	100
四、法拉利玩具车包装设计项目	105
五、药品包装设计项目	110
六、化妆品包装设计项目	113
七、文化用品包装设计项目	118
参考文献	122



学习情境一

包装设计优秀案例

欣赏篇



Package Design

本部分是一些包装设计的优秀案例供欣赏、参考，见图1-1 ~ 图1-38。



图1-1 设计者：李上兴（广东省轻工职业技术学院）



图1-2 设计者：李伟婵（广东省轻工职业技术学院）



图1-3 设计者：卢晓庭（广东省轻工职业技术学院）



(a)



(b)

图1-4 设计者：黎晓光（广东省轻工职业技术学院）



图1-5 田园物语包装1（广州狮域设计顾问有限公司设计）



图1-6 田园物语包装2（广州狮域设计顾问有限公司设计）



图1-7 美媛春包装（广州狮域设计顾问有限公司设计）



图1-11 美即面膜包装1（广东黑马广告有限公司设计）



图1-8 第34届莫比广告奖金奖——海颜坊包装
（广东黑马广告有限公司设计）



图1-12 美即面膜包装2（广东黑马广告有限公司设计）



图1-9 韩后化妆品（广东黑马广告有限公司设计）



图1-13 美即面膜包装3（广东黑马广告有限公司设计）



图1-10 喜美绘化妆包装（广东黑马广告有限公司设计）



图1-14 火鹤懒化妆品包装（广东黑马广告有限公司设计）



图1-15 红景天药品包装 (广东黑马广告有限公司设计)



图1-16 光明牛奶包装 (广东黑马广告有限公司设计)



图1-17 达能酸奶包装系列 (广东黑马广告有限公司设计)



图1-18 宋大牛肉干包装 (广东黑马广告有限公司设计)



图1-19 佐藤卓设计1



图1-20 佐藤卓设计2

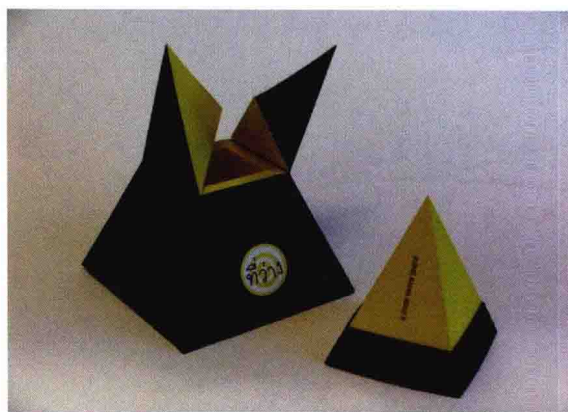


图1-24 茶叶包装设计



图1-21 佐藤卓设计3



图1-25 茶叶包装设计



图1-22 佐藤卓设计4



图1-26 饮料包装设计

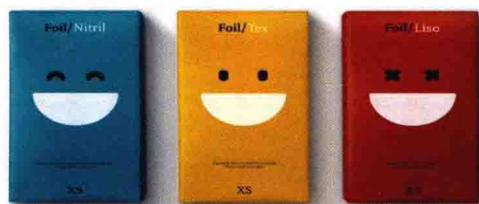


图1-23 Foil包装设计



图1-27 咖啡豆包装



图1-28 发蜡包装



图1-32 英国皇室咖啡包装设计2



图1-29 冰激凌包装



图1-33 圣诞茶叶包装1



图1-30 糖果包装



图1-34 圣诞茶叶包装2



图1-31 英国皇室咖啡包装设计1



图1-35 卫生球包装



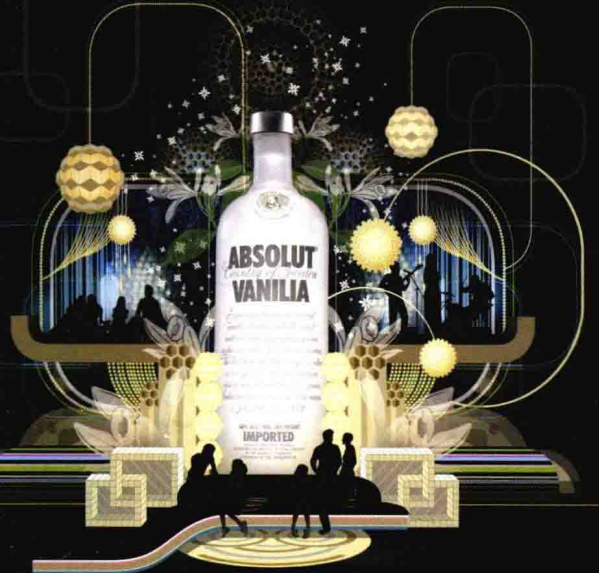
图1-36 高尔夫包装



图1-37 日本大米包装



图1-38 大米包装



学习情境二

包装设计基础知识篇



Package Design

包装有广义和狭义之分。广义的包装，即人类用来盛放和包裹食物或用品的器物；狭义的包装，指商品包装或销售包装。商品包装是随着生产资料的剩余和交换，经济的发展和市场竞争的加剧不断形成和发展起来的。学习包装设计必须了解包装的历史，从其演变和发展中找到包装进化的需求和技术，从包装的功能和分类来整理归纳包装设计的原则与方法，为设计包装提供立足点。

第一节 包装的概念

从设计角度上讲，“包”是用一定的材料把东西裹起来，其根本目的是使东西不易受损，方便运输，这是实用科学的范畴，是属于物质的概念；“装”指事物的修饰点缀，是指把包裹好的东西用不同的手法进行美化装饰，使包裹在外表看上去更漂亮，这是美学范畴，是属于文化的概念。“包装”则是将这两种概念合理有效地融为一体。

包装设计的作用是为了保护商品、美化商品、宣传商品，也是进一步体现包装产品的商业价值而综合设计制作的艺术和技术手段。

从消费者的角度来看，包装设计只是用来辨别产品与品牌好坏、选择产品的审美标准。在今天包装设计是品牌理念、产品特性、消费心理的综合反映，它直接影响到消费者的购买欲（见图2-1、图2-2）。



图2-1 薯片包装



图2-2 冰激凌包装

包装设计是对商品的容器或结构外观进行的设计，从而提高商品的附加价值，激发消费者购买欲，最终影响消费者的观念及行为。

包装的基本职能是保护商品以及促进商品的销售。

从发展的、更广阔的角度看，包装设计的概念涵盖材料、器形、印刷、视觉传达设计等多要素，且包装设计是立体的和多元化的，是多学科融会贯通的一门综合学科。