

教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会

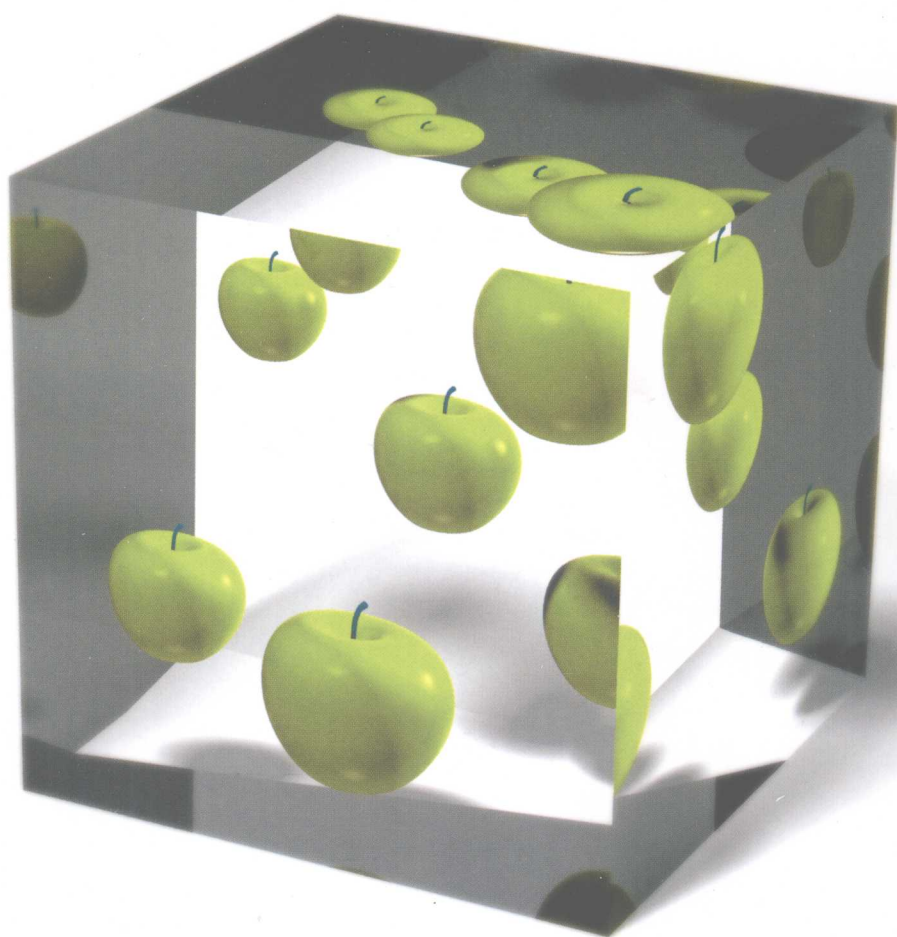
实训
教材

规划教材

设计理论 设计基础 专业设计

包装设计与实训

总主编 林家阳 王同兴 杜力天 著



河北美术出版社

教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会

规划教材 包装设计与实训

总主编 林家阳 王同兴 杜力天 著

河北美术出版社

总 主 编：林家阳
策 划：曹宝泉 田 忠
责任编辑：田 忠 尹传霞 黄秋实 齐炯明 甄玉丽
编辑助理：李义恒 王 丰
封面设计：王 璐
装帧设计与制作：张世锋 周鑫哲
校 对：杜恩龙 刘燕君 曹玖涛 王素欣 李 宏

图书在版编目（CIP）数据

包装设计与实训 / 王同兴, 杜力天著. —石家庄: 河北
美术出版社, 2008. 1
教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委
员会规划教材
ISBN 978-7-5310-2971-7

I. 包… II. ①王…②杜… III. 包装—设计—高等学校:
技术学校—教材 IV. J524. 2

中国版本图书馆CIP数据核字（2007）第178371号

包装设计与实训 王同兴 杜力天 著

出版发行：河北美术出版社
地 址：河北省石家庄市和平西路新文里 8 号
邮政编码：050071
制 版：翰墨文化艺术设计有限公司
印 刷：石家庄市东方彩印厂
开 本：889毫米×1194毫米 1/16
印 张：8
印 数：1~5000
版 次：2008年1月第1版
印 次：2008年1月第1次印刷

定 价：38.00元

版权所有，侵权必究

编审委员会

顾问名单:

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------------|
| 尹定邦 | 广州白马公司董事顾问
广州美术学院设计艺术学教授 |
| 林衍堂 | 香港理工大学产品设计教授 |
| 官正能 | 中国台湾实践大学产品设计教授 |
| 盖尔哈特·马蒂亚斯 (Gerhard Mathias) | 德国卡塞尔艺术学院(Kunstschule Kassel)视觉传播学教授 |
| 王国梁 | 中国美术学院建筑与环境艺术教授 |
| 蔡 军 | 清华大学美术学院产品设计教授 |
| 肖 勇 | 中央美术学院视觉设计系副教授 |
| 陈文龙 | 上海/台湾浩瀚产品设计股份有限公司总经理 |
| 林学明 | 中国室内设计协会副会长
广东集美组设计有限公司总经理 |

成员名单: (按姓氏笔画排序)

- | | | | |
|-----|-----|-----|-----|
| 尹小兵 | 申明远 | 李文跃 | 刘瑞武 |
| 刘境奇 | 向 东 | 陈 希 | 季 翔 |
| 吴继新 | 吴耀华 | 张小纲 | 张美兰 |
| 林家阳 | 赵思有 | 夏万爽 | 韩 勇 |
| 彭 亮 | | | |

学术委员会

成员名单：（排名不分先后）

韩乐斌	闻建强	戴 荭	王宪迎	徐慧卿	罗猛省
林 勇	张龙专	陈石萍	周向一	朱训基	杜 军
马牧群	薛福平	黄穗民	沈卓雅	崔午阳	肖利才
张来源	廖荣盛	苏子东	刘永福	刘 军	龚东庆
余克敏	卢 伟	胡拥军	许淑燕	陈玉发	张新武
关金国	丰明高	郑有国	谭浩楠	王联翔	王石礅
赵德全	王英海	陈国清	吴 迪	夏文秀	赵家富
何雄飞	张 勇	李梦玲	江广城	何 鸣	史志锴
莫 钧	陈鸿俊	漆杰峰	肖卓萍	李桂付	蒋文亮
陆天奕	张海红	杨盛钦	黄春波	陈晓莉	钱志扬
孔 锦	徐 南	毕亦痴	王建良	濮 军	吴建华
李 涵	薛华培	虞海良	江向东	李 斌	杨 扬
吴天麟	邓 军	周静伟	冯 凯	尹传荣	王东辉
赵志君	王贤章	朱 霖	戴 巍	段岩涛	侯生录
王效亮	刘爱青	王海滨	张 跃	李 克	乔 璐
王德聚	任光辉	丁海祥	梁小民	王献文	翁纪军
蒋应顺	陆君欢	李新天	颜传斌	洪 波	赵 浩
刘 剑	蔡炳云	赵红宾	孙远刚	潘玉兰	易 林
殷之明	胡成明	罗润来	陈子达	李爱红	沈国强
夏克梁	金志平	田 正	欧阳刚	李 俭	李茂虎
沈国臣	徐 飞	丁 韬	徐清涛	曹一华	秦怀宇
陆江云	钱 卫	洪万里	项建恒	沈宝龙	过嘉芹
李 刚	杜力天	江绍雄	温建良	陈 伟	肖 娜
董立荣	王同兴	韩大勇	金范九	晏 钧	曹永智
郑 轶	康 兵	申明远	邢 恺	王永红	樊亚利
于琳琳					

序 言

艺术设计对于整个国民经济发展具有举足轻重的作用，它使产品的自身价值得到了提升，其附加值也不可估量。因此，如果没有这个概念和意识，我们的产品将失去应有的经济价值，甚至是浪费宝贵的物质资源。

我国的高职高专教育面广量多，其教学质量的好坏会直接影响国家基础产业的发展。在我国1200多所综合性的高职高专院校中，就有700余所开设了艺术设计类专业，它已成为继计算机、经济管理类专业后的第三大类型专业。因办学历史短，缺乏经验和基础条件，目前该专业在教学理念、师资队伍建设和课程建设和教材建设等方面，都存在着很多明显的问题。教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会自成立以来，首先履行了教学指导这一职责，即从创新型骨干教师的培养、教材的改革开始引导教学观念、教学内容、教学质量的改进。这次我们同河北美术出版社合作，也是这项改革工程的又一具体体现。本系列教材由设计理论、设计基础、专业设计三部分组成，在编写原则上，要求符合高职高专教学的特点；在教材内容方面，强调在应用型教学的基础上，用创造性教学的理念统领教材编写的全过程，并注意做到各章节的可操作性和可执行性，淡化传统美术院校讲究的“美术技能功底”即单纯技术和美学观念，建立起一个艺术类和非艺术类专业学生的艺术教育共享平台，使教材得以更大层面地被应用和推广。

为了确保本教材的权威性，我们邀请了国内外具有影响力的专家、教授、一线设计师和有实践经验的教师作为本系列教材的顾问和编写成员。我相信，以他们所具备的国际化教育视野和对中国艺术设计教育的社会责任感，以及他们的专业和实践水平，本套教材将引导21世纪的中国高等学校高职高专艺术设计类专业的教育，进行真正意义上的教学改革和调整。



教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会主任
全国高职高专艺术设计类规划教材总主编 林家阳教授
2007年11月1日于上海

《包装设计实训》参考课时安排

建议96课时（4课时×4天×6周）

章节	课程内容		课时	
第一章 包装设计基本概念与基础 (12课时)	基本概念	1. 包装设计的定义与功能	2	4
		2. 包装的分类	2	
	包装与环境	1. 包装设计的历史与新形态的发展	4	8
		2. 包装设计与市场销售	4	
第二章 包装设计与实训 (72课时)	包装设计的基本流程与操作	1. 包装设计的操作流程	8	8
	包装设计的创意方法	1. 包装设计的定位	8	20
		2. 现代包装设计策略	4	
		3. 包装设计与企业文化	8	
	包装设计与表现	1. 包装的平面视觉设计	16	44
		2. 包装的造型与结构设计	16	
		3. 包装的印刷与工艺	12	
第三章 优秀包装设计欣赏与分析 (12课时)	国内外优秀包装设计欣赏	1. 包装设计的文化语言分析	4	12
		2. 包装设计的情感语言分析	4	
		3. 包装设计的属性语言分析	4	

目 录

第一章 包装设计基本概念与基础

一、基本概念.....	1
1. 包装设计的定义与功能	1
2. 包装的分类	4
二、包装与环境.....	9
1. 包装设计的历史与新形态的发展	9
2. 包装设计与市场销售	14

第二章 包装设计与实训

一、包装设计的基本流程与操作.....	19
1. 包装设计的操作流程	19
二、包装设计的创意方法.....	25
1. 包装设计的定位	25
2. 现代包装设计策略	31
3. 包装设计与企业文化	34
三、包装设计与表现.....	42
1. 包装的平面视觉设计	42
2. 包装的造型与结构设计	71
3. 包装的印刷与工艺	81

第三章 优秀包装设计欣赏与分析

一、国内外优秀包装设计欣赏.....	91
1. 包装设计的文化语言分析	91
2. 包装设计的情感语言分析	100
3. 包装设计的属性语言分析	109

写在后面.....	119
-----------	-----

第一章 包装设计基本概念与基础

一、基本概念

1. 包装设计的定义与功能

训练内容 — 在商品包装设计这个专业领域内来探讨包装设计的方法、语言和规律

训练目的 — 明确什么是包装设计，掌握包装的功能对于包装物的作用和效应

课题时间 — 2课时

作业要求 — 熟练掌握包装设计的定义，以草图形式突出包装设计的功能设计

参考书目 — 《走进包装设计的世界》，陈磊，中国轻工业出版社，2002

《包装概论》，尹章伟，化学工业出版社，2003

(1) 包装设计的定义

我国在国标(GB4122-83)中对包装明确定义：“所谓包装是指在流通过程中保护产品，方便储存，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。”

包装设计是艺术与技术的结合，以商品的保护、使用、促销为目的，将科学的、社会的、艺术的、心理的诸多要素结合在一起的专业设计。



(2)包装的功能

A. 保护功能

容纳和保护商品是包装最基本的功能。保护功能就是指商品在流通过程中，为避免受到外来的各种物理的、化学的、力学上的损害和影响，要求包装自身具有一定的防止震动和承重能力、防水防潮能力、适应温度的骤变能力、防止光线和辐射、防止与空气和环境的接触、防偷盗、防虫害、防挥发、防酸碱腐蚀等许多方面因素的能力。设计师应根据产品的实际要求和保护效果来考虑包装的材料和包装方式。（图1-1至图1-3）



图1-1 叶氏百草卤酱制品塑料袋包装

塑料包装材料具有强度高、防水防油性、高阻隔性等特点，已发展成为使用广泛的包装内层材料和生产包装材料。



图1-2 齐梅奶粉包装

现在常用的金属包装材料主要有马口铁皮、铝及铝箔和复合材料等几种。

图1-3 派百矿泉水包装

玻璃作为包装材料主要用于食品、油、酒类、饮料、调味品、化妆品以及液态化工产品等，用途非常广泛。

B. 便利功能

科学的包装能为人们节省时间、节省空间、节省人的体力消

耗。无论在生产者、仓储运输者、代理销售者还是消费者的立场上,都应当体现出包装所带来的便利——便于运输和装卸、便于保管与储藏、便于携带与使用、便于回收与废弃处理。(图1-4至图1-6)



图1-4 矿泉苏打水包装
提手式的包装结构便于消费者携带。



图1-5 康爽宝湿巾包装
便于消费者抽取使用的包装结构。



图1-6 健龙矿泉水包装
便于消费者开启的包装结构。

C. 促销功能

促销功能是包装设计最主要的功能之一。在超市中,各式各样的包装都以精巧的造型、醒目的商标、得体的文字和明快的色彩等艺术语言宣传自己。

促销功能以美感为基础,使商品包装具有吸引人的形态、外观和色彩,并从包装中体现出生产企业的性质与经营特点,体现出商品的内在品质,反映不同消费者的审美情趣,满足他们的心理与生理的需求。(图1-7)



图1-7 哈药集团中药二厂产品包装
包装的商业功能主要体现在它能够促进商品的销售,起着“无声的推销员”的作用。

训练作业:

- 掌握包装设计的定义。
- 以草图形式分别突出包装的保护功能、便利功能、促销功能的设计,包装中主要突出体现功能的结构设计。

2. 包装的分类

训练内容 — 按包装的形态性质及主要机能进行分类

训练目的 — 明确包装的分类原则及标准，并了解按此标准分类对包装设计起到的实际意义

课题时间 — 2课时

参考书目 — 《包装分类设计——设计基础》，王章旺，中国轻工业出版社，2001
《包装设计》，金子修也，艺风堂出版社，1988

(1) 按包装容器形状分类

可分为箱、桶、袋、包、筐、捆、坛、罐、缸、瓶等。（图1-8、图1-9）



图1-8 丰源食品纸箱包装



图1-9 瓷瓶酒包装
选自《日本包装设计年鉴》

(2)按包装材料分类

可分为木制品、纸制品、金属制品、玻璃、陶瓷制品和塑料制品包装等。(图1-10至图1-13)



图1-10 秘其产品包装——纸制品



图1-11 希波食品产品包装——塑料制品



图1-12 中龙产品包装——玻璃制品

图1-13 Suntory Limited包装——陶瓷制品
选自 *Directory of International Package Design IV*

(3)按包装货物种类分类

可分为食品、医药、轻工产品、针棉织品、家用电器、机电产品和果菜类包装等。(图1-14至图1-17)

图1-14 Health-Mr.Inc.包装——家用电器类
选自 *Directory of International Package Design IV*



图1-15 Marie-Thumas包装——果蔬罐头类



图1-16 老上号水饺包装——食品类



图1-17 哈药集团中药三厂产品包装——药品类



(4)按形态性质分类

A. 内包装

内包装是指与内装物直接接触的包装，它的主要功能是归纳内装物的形态、保护商品，按照内装物的需要起到防水、防潮、避光、保质、防变形、防辐射等各种保护，提供消费者在使用上的便利。(图1-18)



图1-18 今资咀嚼片产品包装——内包装

B. 个包装

个包装也叫销售包装。它的主要功能是配合销售，在整个商品的销售过程中，是与消费者接触得最密切的一种包装形式。通过设计师的精心设计、说明介绍等形式宣传商品，在销售环节吸引消费者，并同时起到保护商品的作用。(图1-19)



图1-19 MT鸡蛋产品包装——个包装

C. 外包装

外包装也称大包装、运输包装。它的主要功能是用来保障产品在流通过程中的安全,并便于装卸、储存保管和运输。由于外包装不承担促销的功能,所以在包装上只是为了便于流通过程的操作而标注上产品的品名、内容物、性质、数量、体积、放置方法和注意事项等内容。(图1-20)



图1-20 希波食品外包装箱——外包装

(5)按商品流通中的机能分类

A. 商业包装

商业包装是以商品为销售的方式进行包装的,目的是为了体现商品价值,引起消费者的购买兴趣,起到促销的作用。因而在设计上主要突出包装结构、形态、色彩、图形、品牌形象等设计语言的表现力,以消费者为对象来进行设计。

B. 工业包装

工业包装是指生产原料搬运时所使用的容器,以及产品从仓储、运输、销售环节所使用的包装等,其主要目的是使产品在流通过程中免于受到损坏并且适应现代物流行业的需求,这种包装大都可以回收使用,外观设计简洁,以可操作性、简便性、经济性、牢固性为主要设计出发点。

(6)按商品流通的途径分类

A. 内销包装

内销包装是指国内流通产品的包装。

B. 外销包装

外销包装是指向国外出口、运输、销售所需的包装方式。外销包装由于路程一般较远,需数次搬运,并且搬运装卸及仓储方式根据地域不同而有所差别,所以要充分考虑其保护性,另外由于气候、环境、风俗的不同,对包装设计的手法也会提出种种要求和限制。

二、包装与环境

1. 包装设计的历史与新形态的发展

训练内容 — 人类的文明进化历程对包装的功能和形态产生了巨大影响与促进作用

训练目的 — 纵观包装的历史与发展，充分了解包装的发展因素，着眼于包装设计发展的未来，在设计中准确把握包装设计的理念和形态

课题时间 — 4课时

参考书目 — 《包装概论》，尹章伟，化学工业出版社，2003

《绿色包装设计》，[美]爱德华·丹尼森，广裕仁译，上海人民美术出版社，2004

(1) 包装设计的历史与发展

A. 原始社会包装的萌芽阶段

在以打击石器为特征的旧石器时代，由于原始人受使用工具和生产水平的限制，无法单独在自然环境中生活，只能群居巢穴，靠双手和简陋工具采集野生植物、捕鱼、打猎维持生活。食物和饮水需要容器盛装，以便转移、分发和食用。这就是包装胚胎萌发的动因。可见，包装的起源，是来自原始人便于容纳和转移生活资料的需要。原始人从对自然界的长期观察中受到启迪，不但能用柔软的茎条进行捆扎，还学会用现成的叶子、果壳、葫芦、竹筒、兽皮、贝壳、龟壳等天然材料，盛装转移食物和饮水，从今天对包装概念的理解来说，这些未经技术加工的简陋材料，还称不上是真正的包装，但它们已经是包装的萌芽了。（图1-21）



图1-21 原始社会包装的萌芽——龟壳