

普通高等教育包装统编教材

销售包装设计

主编 肖禾

主审 潘松年

印刷工业出版社

普通高等教育包装统编教材

销售包装设计

主 编	肖 禾			
副主编	王安霞			
主 审	潘松年			
编 著	肖 禾	王安霞	肖颖颀	
	过 山	周红惠		

印刷工业出版社

内容提要

本书是“普通高等教育第三批包装统编教材”中的一本,是根据第三届全国包装教材编审委员会审定的编写大纲为基础,以兼顾包装工程和包装设计本科专业教学需要而编写的。内容包含销售包装设计概论、平面设计基础、标签与包装纸设计、袋式销售包装设计、盒式销售包装设计、瓶罐式销售包装容器设计、销售包装整体系统化典型设计、现代包装设计与法规八章。各章相对独立,又有紧密的衔接关系,从易到难循序渐进,逐步提高设计难度,培养学生具备销售包装整体系统化的设计的观念和能力。同时,可以根据各个学校包装工程和包装设计专业教学特点的不同需要,灵活选择讲授内容与进行课程设计。本教材还适于作为包装设计人员的自学参考书。

图书在版编目(CIP)数据

销售包装设计 / 肖禾主编. —北京: 印刷工业出版社, 2008.1

普通高等教育包装统编教材

ISBN 978-7-80000-706-4

I. 销… II. 肖… III. 包装—设计—教材 IV. J524.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第182699号

销售包装设计

主 编: 肖 禾

主 审: 潘松年

责任编辑: 陈媛媛

出版发行: 印刷工业出版社(北京市翠微路2号 邮编: 100036)

经 销: 各地新华书店

印 刷: 河北省高碑店市鑫宏源印刷包装有限责任公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

字 数: 470千字

印 张: 18.75

印 数: 1~3000

印 次: 2008年1月第1版 2008年1月第1次印刷

定 价: 36.00元

I S B N : 978-7-80000-706-4

如发现印装质量问题请与我社发行部联系 发行部电话: 010-88275707 88275602

普通高等教育包装统编教材编审委员会委员名单

主 任：张晓琪

副主任：刘承毅 彭国勋 戴宏民

秘书长：刘玉生

委 员：杨仲林 宋宝丰 潘松年 金国斌
王德忠 王志伟 许文才 王建清
骆光林 孙智慧 王经武 孙 诚
陈 洪 王一临 万晓霞 周立成
刘宝顺

普通高等教育包装统编教材

包装材料学 (少学时)	骆光林主编
包装材料学 (多学时)	王建清主编
包装防护原理与技术	陈 洪 向贤伟主编
销售包装设计	肖 禾主编
包装造型与装潢设计基础 (修)	肖 禾主编
物流运输包装设计	彭国勋主编
运输包装设计	王志伟主编
包装容器结构设计与制造	宋宝丰主编
包装结构设计	孙 诚主编
包装工艺与设备	刘玉生主编
包装印刷及印后加工	许文才主编
包装管理与法规	韩永生主编
包装与环境	戴宏民主编
包装科技英语教程	金国斌主编
包装计算机辅助设计	王德忠主编
包装过程自动化控制	杨仲林主编
包装工艺学 (修)	潘松年主编
包装测试技术	钟毓宁主编
包装机械概论 (修)	孙智慧主编
包装机械	孙智慧主编
包装机械设计	王志伟主编
包装概论	向贤伟主编
包装经济学	程为宝 刘建国主编

序 言 一

在国家教育部的关心指导下,经过广大专家、学者、教师及出版社的共同努力,“普通高等教育包装统编教材”(以下简称“教材”)马上就要出版了。这不仅是中国教育界的一件大事,同时也是中国包装行业的一件喜事。值此,我代表中国包装行业,代表中国包装联合会,向参加教材编纂工作的全体专家、学者、教师表示热烈的祝贺,同时也对他们付出的辛勤劳动表示慰问。

本套教材是近 20 多年来为培养包装工业人才编纂的第三套全国包装统编教材。早在 1985 年,为推动我国包装工业的兴起和发展,在部分大专院校开辟了包装学科,编纂了一套十二本开拓性试用教材。1995 年,为推进全国包装统编教材建设,又出版了一套十二本探索性统编教材。上述两套教材为培养我国包装工业的专业科技人才,促进我国包装工业的发展,提升我国包装工业的水平,发挥了积极的作用。

随着我国改革开放的不断深入和世界经济一体化的日益显现,我国包装工业的发展又遇到了新的机遇与挑战。为了满足人们不断攀升的物质文化需求,跟上包装工业产品、质量的更高要求,适应包装生产科学技术的日新月异,作为包装工业发展支撑点和后助力的包装教育,必须与时俱进,不断更新和升级,努力提高教育质量。在这种前提下,我们编纂了第三套教材。

这套教材具有以下三个特点:一是时代性。教材采集了大量当今国际、国内包装工业的科技发展现状和实例,以及当前科技研发的成果和学术观点,内容较为先进。二是科学性。教材以科学发展观为统领,从理论的高度,全面总结了包装工业发展的成功经验,我们可以从中得到启发和借鉴。同时还采取科学的态度,分析和判断了包装工业发展的趋势和方向,富有科学哲理性。三是实用性。教材紧紧扣住包装工业实际,并注意联系相关产业的基本知识和发展需求,便于理论联系实际,学以致用。教材的内容十分丰富,具有较强的指导性,必将对培养包装工业的高级专门人才发挥重要的作用。

发展教育事业,培育社会主义建设的现代化科技人才,是党中央、国务院

一贯坚持的经济发展战略的重要组成部分。《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006~2020年）》的若干配套政策提出，要“充分发挥高等学校在自主创新中的重要作用。深化高等教育改革，调整高等教育结构，加强重点学科建设”。包装产业虽然属于配套产业，但它在保护工业和农副产品安全，提高产品的附加值以及改善人民群众物质文化生活等方面居于十分重要的地位。因此，加强包装学科的建设非常重要。

高等教育教学的三大基本建设是师资队伍、教材和实验室建设，教材是办学的基本条件之一。希望以第三套教材的出版为契机，进一步增强创新意识，加强教材编纂工作，提高教材的编纂质量，更好地把握时代脉搏，引领包装工业的科技前沿，为培育造就现代包装工业的生力军，为把我国早日建成包装强国，做出更新更大的贡献。

石军鹏

2006年6月

序 言 二

高等教育教学的三大基本建设是师资队伍、教材和实验室建设，教材是办学的基本条件之一。

近 20 多年来，中国包装学科教育的兴起、发展，始终紧扣包装专业的教材建设。1985 年开创的高等学校试用教材建设，出版一套 12 本开拓性教材；1995 年起步全国包装统编教材建设，又出版一套 12 本探索性教材；跨入 21 世纪，2005 年在中国包装联合会包装教育委员会与教育部包装工程专业教学指导分委员会联合组织、规划，全国包装教材编审委员会指导下，规划、出版新一套 23 本创新教材，称为第三套“普通高等教育包装统编教材”。这是一项极有意义、非常必要的基本建设工作，仅参加编著就调动了全国 70 多个单位的 100 多位学者、专家共同的智慧和劳动。印刷工业出版社、中国轻工业出版社、国防工业出版社和化学工业出版社等都非常热情地加盟这套教材的出版。全国包装教材编审委员会先后三次召开全体会议，组织学习教育部《关于“十五”期间普通高等教育教材建设与改革的意见》等有关教材建设的文件，认真研讨教材的规划、主编人选、大纲审查和内容协调。可以欣慰地看到，这套新世纪的教材，在原来出版的两套教材基础上有了很大提高和创新。整个建设过程反映了如下的特点：

一、参编积极性高。全国设置有包装工程专业的学校、研究所和企业十分关注新教材建设。中国包装联合会自始至终关心、支持这项工作。

二、教材的规划更趋成熟。对包装科学与技术的学科认识更加深刻，教材体系有较大更新和进步。

三、包装科学与技术学术气氛浓厚。许多紧跟科技进步的新成果和新的学术观点在教材中得到充实。

四、教材体系更符合教学实际。为各学校教学计划提供了有选择余地的系列教材。

值得特别提出的是教材建设非常注重继承和发扬第一、二套教材的成果，鼓励他们修改重版，并纳入到教材规划体系中来。非常重视教育部组织编著的

国家级规划教材，例如陈洪教授主编的《包装防护原理与技术》、孙诚教授主编的《包装结构设计》、刘玉生教授主编的《包装工艺及设备》和许文才教授主编的《包装印刷及印后加工》等高等教育国家级“十五”规划教材，均纳入到整体教材体系中进行配套、协调编著。

可以深信，第三套全国包装统编教材的出版是包装高等教育教学中的一件有深远意义的大事，必将为包装教学质量的提高提供有利的条件，为包装科学与技术的学科发展起到积极的推动作用。

应该看到，科学技术的突飞猛进，教材建设还会面临不断更新、提高的进程。我希望为包装教材建设付出辛勤劳动的专家作者，继续探索、不断提升已有成果。更殷切地希望广大的读者、关心包装事业的有识之士都来关心和支持新兴的包装教育事业，为包装的明天，培养造就合格的、富有创新精神的高级专门人才。

A handwritten signature in black ink, appearing to read '陈洪' (Chen Hong), written in a cursive style.

2006 年 5 月

目 录

第一章 包装设计概论	1
第一节 包装设计的起源与发展	1
一、包装设计的起源	1
二、古代包装设计	2
三、近代包装设计	3
四、现代包装设计	4
第二节 现代包装设计的概念与内涵	6
一、包装设计的概念	6
二、艺术设计表现方式与内涵	7
第三节 包装设计不是一般的平面设计	8
一、关于包装设计的实质内容	8
二、平面设计的概念与作用	9
三、包装与平面设计的异同关系	10
第四节 包装设计的基本要素与程序	11
一、设计课题的立项与调研	11
二、包装与生产工艺方式的总体策划定位	11
三、销售包装设计的创新点定位与设计创意构思	11
四、包装材料的选择与设计	11
五、包装造型设计	12
六、包装结构设计	12
七、包装视觉传达设计	12
八、商品包装附加物设计	12
九、包装的防护技术应用处理	12
十、编制设计说明书	13
第五节 销售包装设计的原则与特点	13
一、包装设计的基本原则	13
二、现代包装设计的特点	14
第六节 包装设计创意与表现的关系	15
一、设计构思与表现的概念	15
二、包装设计构思与创意表现的关系	16
三、包装设计表现的内容与形式手法	16
第七节 包装设计的发展趋势	17

一、依据产品包装的功能目的进行包装设计定位	17
二、坚持绿色包装设计的方向	18
三、包装设计多样化、个性化、智能化与包装生产标准化的趋势	18
四、依法进行商品包装设计	19
第二章 平面设计基础	20
第一节 字体设计	20
一、字体设计概述	20
二、中文字体设计	21
三、外文字体设计	37
四、计算机辅助文字设计	49
第二节 图形设计	52
一、视觉元素的平面构成	52
二、自然图形的装饰变化	76
三、图形的应用设计	89
四、图形软件的应用	89
第三节 色彩设计	91
一、色彩设计概述	91
二、色彩性质	92
三、色彩体系	94
四、设计色彩的配置与应用	97
第三章 标签与包装纸设计	111
第一节 标签设计	111
一、标签的概念和作用	111
二、标签的基本类型	112
三、标签设计的程序与方法	112
四、商品标签设计相关的法规	119
第二节 包装纸设计	121
一、包装纸的概念与类型	121
二、包装纸的设计定位与造型结构设计	122
三、包装纸的视觉传达设计	123
第四章 袋式销售包装设计	124
第一节 包装袋的特点与类型	124
一、包装袋的特点	124
二、包装袋的类型	125
第二节 包装袋的造型结构设计	126
一、纸袋造型结构设计	127
二、塑料袋造型结构设计	129

三、布袋造型结构设计·····	131
第三节 包装袋的视觉设计·····	132
一、包装袋的视觉设计策略·····	132
二、包装袋的视觉设计方法·····	133
第五章 盒式销售包装设计·····	136
第一节 盒式包装的类型与特点·····	136
一、盒式包装的概述·····	136
二、纸盒在销售包装中的作用地位·····	137
三、纸盒包装的类型与特点·····	138
第二节 制造纸盒的材料——纸板·····	140
一、纸板的定义·····	140
二、制作纸盒的各类纸板·····	140
第三节 纸盒的造型结构设计·····	141
一、纸盒的造型设计·····	141
二、纸盒的结构设计·····	145
三、典型的纸盒类型设计·····	149
第四节 纸盒包装的视觉传达设计·····	152
一、纸盒包装的视觉设计定位·····	152
二、文字与图形的设计·····	154
三、包装色彩的配置·····	155
四、纸盒包装的视觉元素的编排·····	156
第六章 瓶罐式销售包装容器设计·····	158
第一节 包装容器造型的概念·····	158
一、包装容器造型的含义·····	158
二、包装造型的作用·····	158
三、包装造型与结构的关系·····	159
第二节 瓶罐式包装容器的类型与特点·····	160
一、瓶罐式包装容器的概念与类型·····	160
二、玻璃、陶瓷、塑料瓶罐容器的特点·····	161
第三节 容器造型的基本方法·····	163
一、几何形造型法·····	164
二、三视图造型法·····	164
三、容器部位分段造型法·····	165
四、相似形渐变造型法·····	167
五、形面装饰线造型法·····	167
六、模拟自然形态造型法·····	168
第四节 容器造型设计的步骤与方法·····	169
一、产品的市场消费对象与包装定位·····	169

二、确定包装容器的规格与风格	170
三、进行同类产品包装容器调研与构思	170
四、绘制容器草图、确定基本图纸方案	171
五、绘制三维效果图与施工图纸	171
六、容器模型的制作	172
第七章 销售包装系统化典型设计	175
第一节 包装整体系统设计	175
一、系统的概念与内涵	175
二、系统思维方式与方法	176
三、包装系统设计	178
四、包装系统设计方法与程序	179
第二节 食品包装设计	181
一、“自然包装”的启迪与传统的食品包装	181
二、食品包装的作用、功能与特点	183
三、丰富多彩的食品包装形式	184
四、食品包装的色彩	189
五、食品包装设计的要求及表现手法	191
六、现代食品包装设计新视点	193
第三节 酒与饮料包装设计	196
一、酒的起源与历史	196
二、酒的分类与命名	197
三、酒包装容器造型设计	200
四、酒包装结构设计	208
五、酒包装装潢设计	209
六、中国酒包装设计中的民族文化特性	217
七、酒包装设计现状与趋势	219
八、饮料包装设计	224
第四节 化妆品包装设计	227
一、化妆品包装的意义与作用	227
二、化妆品包装的分类	228
三、化妆品包装设计的特点	229
四、化妆品包装设计的定位	229
五、香水的包装设计	232
六、化妆品包装设计的趋势	236
第五节 医药品包装设计	238
一、医药品包装设计的商品属性	238
二、医药品包装的色彩设计	238
三、不同种类的医药品包装设计	239
四、医药品包装的设计新路	242

第六节 礼品包装设计	242
一、礼品包装的意义与作用	242
二、礼品包装的种类	243
三、礼品包装设计的要求	243
四、礼品包装的文化内涵与传统性	244
五、民族性与民间艺术在礼品包装中的体现	245
六、礼品包装的商业性与艺术性	246
第七节 绿色包装设计	247
一、绿色包装设计概述	247
二、绿色包装设计的原则	249
三、绿色包装设计的主要方法	250
四、绿色包装设计趋势	254
第八章 现代包装设计与法规	256
第一节 商品包装法规的形成发展概况	256
一、法规在商品包装中的作用	256
二、国内外包装法规的形成发展	256
第二节 包装设计相关的法规简介	258
一、《中华人民共和国产品质量法》	258
二、《中华人民共和国食品卫生法》	258
三、《中华人民共和国药品管理法》	258
四、《中华人民共和国商标法》	259
五、《中华人民共和国反不正当竞争法》	259
六、《中华人民共和国著作权法》	259
七、《中华人民共和国防治固体废物污染环境法》	259
八、《包装资源回收利用暂行管理办法》	260
九、《出境货物木质包装检疫处理管理办法》	260
十、《进境货物木质包装检疫处理管理办法》	260
十一、《商品条码管理办法》	260
附录 相关包装设计的法规	261
后记	285
参考文献	286

第一章 包装设计概论

包装作为联系人类生产与生活物资不可缺少的手段,是沟通生产与消费的桥梁,也是现代商品生产的终端环节。在市场经济条件下,包装作为实现物资与商品流通、推动市场、引导消费潮流的手段,已成为促进包装工业发展、影响国民经济整体发展配套的重要构成部分。而包装设计则又是沟通包装技术、艺术设计、商品营销融汇结合的中介层,包装设计水平与设计方案直接关系到产品包装的质量、性能、成本、环保、生产加工方式与产品消费方式,影响到一个国家和地区包装工业的发展与未来。

第一节 包装设计的起源与发展

一、包装设计的起源

人类要生存就需要通过劳动生产收集来储存必需的生活物资,而为了收集、转移、分发和消费物资,采用什么材料与方式来包裹、容装、转移、消费物资与产品就是包装设计的起因。例如选择利用植物叶子、树皮、兽皮包裹,采用藤条、植物纤维捆扎,利用贝壳、兽角、竹筒、葫芦等作为容器转移食物;进而利用天然材料进行加工编织成篮子、筐篓容装物品,以至在筐篓上敷泥,用黏土制作土器盛装物品,这就是最初的原始生活器具和包装。它是人类对自然资源材料,在包裹、容装、转运物资过程中的认识、选择、利用和简单的处理加工。由此可见,为收集、转移、储存、分发物资而选择采用适当的材料或可容物,并采用一定的手段,对物资进行包裹、捆扎、容纳等方式的加工处理,就是早期原始包装设计的起源和萌芽阶段。

所谓古代的原始包装,作为包裹、容装、保护、转移物品主体的从属物,在完成其转移物品与消费的使命后一般就成为废弃物被抛弃,很难将原物保留下来,而只能是作为一类就地取材、简便易行的包装操作方式流传、继承、发展、应用于民间。如我国古代几千年来就采用箬竹叶、芦苇叶、棕叶、马兰叶包扎粽子,利用荷叶包裹烧烤与蒸煮的荷叶鸡、荷叶饭,用稻草、藤条等植物纤维捆扎物品、编织草包与筐篓容装物品,以及利用竹筒、葫芦、贝壳等作为包装容器,并以其不可取代的天然特色广泛流传应用于民间(图1-1)。

鉴于原始包装都是采用天然材料或自然可容物,所以,具有就地取材、随机应变、加工简便、成本低廉、回归自然等优越特点,其中部分包装方式延袭至今仍应用于民间,所以具有某些不可取代的天然风味特色而与现代包装并存。同时,由于原始包装受到天然材料与加工技术条件的局限,一般只适于手工包装、小批量物品和短途的转运与消费应用,其中所谓

的包装设计就很自然地融汇于人们对生活方式的创造与应用之中。



图 1-1 天然材料的原始包装

二、古代包装设计

古代包装(或称手工传统包装),主要是指历史上长期延袭下来的以手工操作制造加工生产的各类包装方式与包装容器。例如在物品的外部运用各类传统材料(包括天然材料和人为加工的材料)进行包裹、捆扎的方法与形式;采用天然与手工材料手工制造加工的各种包、袋、筐、篓、箱、盒、桶、罐、瓶、坛等用于储存转移物品的包装容器。手工业时代的设计与生产加工,从实用出发,集设计与制作生产于一体,产品设计与生产制造分工不明,相互融汇互补整合;包装转移物资的容器设计、选择与采用包裹与捆扎货物的手段融合于物资流通转运技术之中。现代人们所谓的包装容器,实际上是指应用于商品流通和商品转运消费使用的容器,例如包装各种商品的纸盒、酒瓶、酱醋瓶、饮品的金属易拉罐,商品运输包装用的麻袋、塑料袋与箱桶等。包装与日用器具的差异就在于日常生活中的容器与工具,如水缸、米缸、面盆、铁锅、饭碗、水壶、手提箱、背包、衣柜等,都是相对独立、长期稳定反复使用的;而包装则必须从属于一定的物品主体,是为容纳、保护、转移物品,方便消费,助销产品而从属于内装物之外进入流通与消费环节,是形成商品的构成部分,一旦完成其使命就成为废弃物,需要回收处理。产品包装方式的演变是与人类生活方式、商品交换同生共存同步发展的。

我国战国时期《韩非子·外储说左上》中就有“买椟还珠”的成语典故,说有个楚国人到郑国去卖珍珠,把珍珠放在一个很精美华贵的匣子里,不识货的郑国人买下精美的匣子,而退还了珍珠。这个典故本来是说郑国人不识货,取舍不当,本末倒置,舍本求末的寓意。而从商品销售包装的角度来看,说明古代的商人已很重视商品的包装,为体现珍珠产品的贵重而配上精美的包装出售;同时也可以看出,有的人并不重视内装的产品,就是看重漂亮的包装盒子。

物质材料、科学技术、交通运输条件、商品销售方式与人们生活方式的变化,是影响包装变革发展的基本因素。以手工业制造生产的传统包装,经历了原始社会、奴隶制社会、封建社会等漫长的历史。伴随人类的进步,任何一种新材料、新技术的出现,都是推动人类文明进步发展的象征,必然影响到各个领域,作为与商品生产和流通密不可分的产品包装自然不能例外。

从手工编织敷泥的筐篓容器、土器,到经火煅烧的陶器的出现,揭开了人类创造材料与文明的新纪元(图 1-2)。此后相继在距今八千年前的古希腊,又出现了玻璃器皿;随着冶

炼技术的发展,铜器与铁器等金属工具与器物的生产制造;耕作棉麻与蚕桑纺织品的进步;造纸和印刷技术的发明;交通运输条件的转化;手工业生产与商业的繁荣发展,先后从农业中分化出来形成行业,从而不断推进商品生产与流通包装的发展。我国历史上著名的丝绸之路与陶瓷之路,通过陆路与水路外销商品,同时也推进了我国古代出口商品包装的发展。适应商品市场的繁荣发展,我国北宋时期在以“白兔为记”的济南刘家功夫针铺产品包装上,已经出现了比较典型的商标图形与包装装潢设计(图1-3)。



图 1-2 新石器时代的陶火种罐、晋代的桦树皮包、汉代的竹编包装

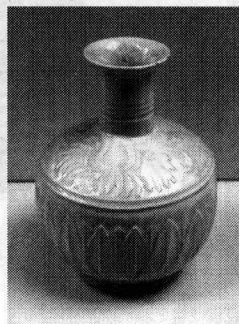


图 1-3 宋代的瓷瓶、玻璃罐与白兔为记的功夫针商标

限于农业社会手工业自由经济时代的局限,产品设计与制造分工不明,包装尚无条件形成独立的行业,所谓古代的产品包装设计与生产加工,实则都是从属融合于各类商品的制造加工、保护储存、转运流通技术和工艺美术之中。

古代手工传统包装发展的特点主要体现在适应日益扩大的商品生产与流通要求,结合商品的内容、性质、形态和消费要求,对包装的技术方式和材料选择改进,对包装的造型、结构、外观装饰的改良革新,不断的改进、提高、满足保护大批量商品方便储存转运及美化商品的功能需要。

三、近代包装设计

近代包装起源于18世纪60年代的西方技术革命后,进入“蒸汽机时代”开创了近代工业社会文明,使手工业生产开始逐步被机械化的生产方式所替代,从而孕育了机制产品、包装材料和机制包装的起步。特别是19世纪60年代打开了电力时代的大门,迎来第二次工业革命,真正为进入近代机械化大批量生产开辟了道路,使能量传送和信息传递进入全新阶段,促使生产力和商品经济的巨大飞跃,从而也带动了原来由手工生产加工的商品包装向机制材料和机制包装生产加工过渡发展。两次的工业革命,使世界范围的资本主义经济走上迅速发展的轨道,并使世界各国的国际性经济交往直接和间接地结下难以分割的关系。