

徐里君 朱正文 編著

食品包裝裝潢

中國食品出版社

チオタミゾンの





食品包装装潢

徐里君 朱正文 编著

中国食品出版社

1987年·北京

内 容 简 介

本文介绍了现代食品包装装潢的特征、丰富多彩的形式、自我宣传、传递商品信息的漂亮的外观及方便生活、有利身心健康的功能。介绍了国内外食品包装装潢的新表现、新结构以及新材料、新工艺等。优秀的食品包装装潢以其动人的形象、诱人的色彩及其多功能的用途而使它在商品竞争中成为促进销售的有力武器。本书可供与食品包装装潢有关的企事业单位、食品院校专业师生以及广大消费者参考。

食 品 包 装 装 潢

徐里君 朱正文 编著

※

中国食品出版社出版

(北京市广安门外湾子)

北京龙华印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

※

开本: 787×1092毫米 1/32 2.75印张: 54千字

1987年3月第1版

1987年3月第1次印刷

印数: 1—6000册

ISBN 7—80044—008—7 TS·09

书号: 15392·016 定价: 1.55元

目 录

一、丰富生活、促进销售的食品包装装潢·····	(1)
(一) 从原始包装谈起·····	(1)
(二) 食品包装装潢要适应时代需要·····	(4)
二、多姿多彩的食品包装装潢形式·····	(7)
(一) 什么是现代化的食品包装·····	(7)
(二) 多姿多彩的形式·····	(8)
1. 方便使用的形式·····	(8)
2. 方便销售的形式·····	(11)
3. 扩大销售的形式·····	(12)
三、食品包装装潢的艺术性·····	(20)
(一) 生动的形象·····	(20)
1. 食品包装的容器造型·····	(20)
2. 食品包装的装潢设计·····	(23)
(二) 诱人的色彩·····	(29)
1. 认识色彩·····	(29)
2. 运用色彩·····	(39)
四、食品包装装潢的功能性·····	(47)
(一) 传递商品信息的功能·····	(47)
1. 研究人的视线运动·····	(48)
2. 研究条件性(空间与秩序的关系)·····	(49)
(二) 方便、实用的功能·····	(49)

(三) 商标的作用.....	(50)
五、食品包装装潢的设计方法.....	(52)
(一) 成功的要素.....	(52)
(二) 设计方法.....	(53)
1. 构思.....	(53)
2. 构图.....	(55)
六、现代食品包装装潢设计新潮流.....	(66)
(一) 新表现.....	(66)
1. 定位设计.....	(66)
2. 时代特征.....	(72)
(二) 新结构.....	(75)
(三) 新材料、新工艺.....	(80)

一 丰富生活、促进销售的 食品包装装潢

(一) 从原始包装谈起

早在原始社会，人类的生活就离不开盛装食品的容器。人类如要保存食物或将食物从一处搬运到另一处，就需要考虑到利用某种盛载食物的容器，这种想法就是食品包装设计的开始。

最早使用的食品包装材料多取材于大自然，例如：用芦苇叶、芭蕉叶、竹筒、藤条等一些植物的枝、叶甚至果实或贝壳这些自然材料来包装食物；或用泥土烧成的器皿、用草编织成的篮子来盛装食物等等。

大自然既是人们生活的源泉，也是人们最好的老师，人们从自然中学会了各种食品包装方法。一个鸡蛋包裹着的是卵白和卵黄，它那具有抗压力和形态美的椭圆形结构，称得上是一个完美的食品包装。水果也具有很好的包装机能，例如桔子，包在外面的桔皮厚而富有弹性，不仅造型美，色彩诱人，而且具有很好的保护功能。人们在以后就会想到利用葫芦来装酒，利用荷叶来包裹桂花盐水鸭，荷叶所散发的清香及其幽雅的形和色，会引起人们对江南水乡稻香鸭肥的联想，并促进食欲。盛装无锡油面筋的竹篮子，它既轻便，又透气，再加上在顶蒙上一张红纸，更

显得喜气洋洋。这一类质朴而富有自然情趣、价廉物美而又具有地方特色的食品包装，在我国传统的包装形式中是很多的，至今仍为人们所喜爱。

利用自然材料通过手工制作的食品包装虽然有很多优点，但也有很多局限性，它已不能满足今天大量生产、大量消费的时代需要。十九世纪初，欧洲工业革命迅猛发展所引起的一系列变革，对食品包装工业也带来巨大的影响。这是一个转折点。因为工业化机器大生产所制造的越来越多的丰富食品，要求迅速、安全地到达消费者手里，要求食品包装有更为详细的识别标记，食品包装开始成为食品流通中贮存、保护、方便运输的手段。这一时期食品包装的外观十分粗劣，不如手工业时代那么生动有趣，但大批量生产的产品毕竟能够适应社会发展的需要。

本世纪三十年代以后，随着商品之间的激烈竞争，食品销售包装得到了发展。又由于消费者生活水平的提高，人们的购买力随之发生变化，对食品的要求也越来越高、越多。其中，工业发达国家的消费者对食品包装要求就更高，愿意花费比以往更多的钱购买称心如意、方便可口的食品（以后就产生了各种复合材料的多功能的软包装）。这一时期，出现了自我服务商店，即超级市场。其销售方式既节省人力，又方便迅速。能充分满足消费者自由选购食品的要求。

六十年代以后，在国际上是高消费的年代。食品包装得到更迅速的发展，自我服务商店发展成为大型超级市场。到七十年代，这种超级市场继续发展到更大的规模，称为超超级市场。现代超级市场销售的商品，一般都有五千五

百种到两万种商品，没有售货员去向顾客介绍或宣传商品；这样，一个食品货架上的许多种同类食品就必须依靠自身的包装去吸引顾客，打开销路，包装在这里已成为“无声销售员”，成为在激烈的市场竞争中决定胜败的关键。它的职能已由原来单纯地保护商品发展到了推销商品，促进销售。正因为如此，有的国家给包装下的定义是：“包装是产品准备运输和投入市场的一门艺术，一门科学技术。”有的国家给包装下的定义则是：“包装是为了保护所销售的商品；是为了销售所保护的商品。”

对于包装，由于人们的着眼点不同，所以理解往往不一样。消费者往往把包装当成看得见、摸得着的实物容器，如瓦楞箱、金属罐、玻璃瓶、塑料袋、纸盒等。生产者首先考虑的是包装品的成型加工、装填及封闭的效率以及成本等等。从事广告和包装装潢的人则把包装当作一种推销商品的手段，他们孜孜以求新颖别致的设计，使包装后的食品能迅速地吸引消费者。而那些从事分销的人则认为产品从生产出来到批发零售的过程中，包装能否牢固、安全、卫生地保护食品是至关重要的。可见包装牵涉的面很广，从产品开始到包装、分销、输送和销售，互相关联，是一门综合性的学科。

那么，就食品包装而言，它究竟应该有哪些方面的要求呢？总的说来，不外乎下列10条：

- 第一、包装食品；
- 第二、保护食品；
- 第三、符合食品卫生法；
- 第四、方便运输；

- 第五、方便贮藏；
- 第六、有独特性，能与其他产品区别开来；
- 第七、美化商品，使之有吸引力，起推销作用；
- 第八、方便消费者使用；
- 第九、包装件不污染环境；
- 第十、成本合理。

从以上10条，可以看出食品包装具有多种功能。无论在我国或在世界各国，食品包装在今后将变得越来越重要。它是随着人类的进化、生产力的发展而产生，随着文化生活的进步、商品生产的发展、流通领域的扩大、科学技术的发达而逐步发展的，这是一条规律。为了适应我国社会主义建设事业发展和人民生活提高的客观需要，我们应努力在食品包装工业领域内早日实现现代化。

(二) 食品包装装潢要适应 时代需要

在工业发达国家中，包装工业经过七十多年的发展，目前已成为一个独立的庞大体系。以美国为例，他们的包装工业包括了40种制造业，拥有100万左右的工人，每年总产值为200亿美元左右。在经营方式方面，许多食品工厂企业高度重视分析研究社会上需要什么，消费者欢迎什么，在不断地研究新产品、打开产品销路的前提下谋求经济效益。那种只顾攫取高额利润而粗制滥造的时代已成为过去。

我国社会主义的包装工业，近年来也已开始形成体系。

当前，从中央到地方，对包装问题已引起重视。就食品包装装潢而言，除了应发挥保护商品、扩大销售、加速经济发展的作用外，还应当反映当代的科学技术水平，适应並有利于人们创造新的生活方式，促进广大消费者的物质文明与精神文明建设，以达到为人民生活服务的根本目的。事实上，在文化教育、科学技术、劳动生产率水平不断提高和生活节奏明显加快的形势下，人们必然欢迎各种方便实用的包装食品，同时他们还要求兼有满足精神功能的食品包装。“爱美是人之天性”，一个漂亮的、能打动人心的食品包装往往促成了销售。例如一瓶美酒、一听香茶，如果质量上乘，包装品本身看来又十分别致，而且放在家庭柜子里也非常美观，能给人们的生活环境增添一笔明快的色彩的话，那末，这样的食品是不会不畅销的。

《上海咖啡》原来是袋装的，后来改为听装，售价贵了，但消费者却乐于购买。这是为什么呢？原因就在于：第一，听装更有利于保持咖啡的香味；第二，咖啡听子设计得非常成功，漂亮的色彩和图案充分衬托出商品的上好质量，使人一眼看上去就相信是“一流货”，在心理上感到可信，相信自己化了这么大的代价买到的一定是高质量的食品。

人们往往首先就是通过包装来估计产品质量的。优秀的食品包装使人觉得味美、有新鲜感，引起食欲。而粗俗的包装则令人觉得是陈旧的廉价品，这几乎是人所共有的感觉。

有见识的企业家能看到商品包装是影响心理的销售工具，他们认识到在今天已经开始了的商品竞争中，包装在

相当程度上左右着商品的销售，变成了销售阶段的决定性因素。因此，他们把包装作为整个企业销售策略中的重要组成部分来对待，这样的企业也就没有不成功的。

由此可见，生产单位在食品包装装潢方面经常进行市场信息的调查研究，比较本厂产品和其他厂家的同类产品之间的优劣，及时总结改进，进行符合商品实际质量的设计投资是整个产品生产过程中的必要环节。

二 多姿多彩的食品包装装潢形式

(一) 什么是现代化的食品包装

当今的世界，科学技术日新月异，生产高速发展，人们生活水平不断提高，消费者的需求发生了巨大的变化。用一句话概括起来说，已经进入了新的消费时代。包装食品的开发方向在于生产出方便、安全、有益身心健康和轻、薄、短、小的产品，很多包装食品就是由于包装结构给消费者带来方便而成为畅销品的。

为此，现代化的食品包装设计必须充分利用现代科技成果，善于运用新材料、新工艺，开创多功能的新结构、新形态、新装潢，以适应现代新的生活方式和生活需要。这样的设计既不能再固守数十年一贯制的旧形态，也不能再局限于单纯的色彩和线条的“装潢”美化，而应当是致力于新的包装形态和装潢的一体化，它的形式应当是多姿多彩的，新颖别致的。从销售策略上来说，产品生产和包装设计应当一体化。企业管理人员和设计人员应充分了解与包装品相关的各种因素，包括人们的文化修养、民族习惯、生活方式、消费心理、购买能力、地域区别、销售场合、广告宣传……等。只有这样，才有可能使食品包装充

分显示出优越的功能，符合我国社会主义现代化包装“科学、经济、牢固、美观、适销”的原则要求。

(二) 多姿多彩的形式

1. 方便使用的形式

(1) 软包装 就是包装材料的厚度不超过0.5毫米。肉类和乳制品的热成形包装厚度在1毫米之内也在软包装之列。

软包装中很多是由具有各种功能的材料复合而成。如：涤纶——铝箔——聚乙烯复合，聚乙烯——铝箔——玻璃纸复合，聚氯乙烯真空喷铝等等。还有纸的复合，以纸代瓶、罐、杯、盘，以及轻便饮料的聚酯罐、瓶、蒸煮袋等等(图1)。

使用软包装最多的食品是快餐、冷冻食品(肉类、蔬菜)、饮料、乳制品、糖果等。

软包装不仅保鲜度最高，而且是最轻型的包装。因为轻便、安全、在功能上尤其方便使用、方便销售、方便运输。在形态上则千变万化，新颖动人，尤其符合人们对食品包装的卫生、悦目的要求。为此，复合材料的软包装已成为现代食品中最有前途的宠儿。随着真空包装、无菌包装的开发，使得过去只能在肉铺才买得到的火腿、香肠等，现在一般食品店也可买到，使过去一些限于局部地区销售的食品得以销向全世界。

各种类型的软包装正在我国逐步普及，由于双职工和独生子女这样小型化的家庭结构以及单身职工的生活需

求，他们迫切需要的是方便，一些省时省力，方便使用、方便保存的快餐食品、烹调食品、半成品食品越来越受到欢迎。又由于近年来人们的生活水平提高了，冰箱逐渐进入家庭，可以预见，软包装不久将在我国得到广泛发展。

软包装的设计既是科学技术问题，同时又有艺术化的问题，二者不可缺一。不能认为只有工程师才能对软包装有所创造，尽管各种复合材料的软包装科学性、技术性很强，但其最终的综合效果还是要依靠包装设计师来体现，也就是说，它要使人感到内装十分可口的美食。因此，美化复合包装，从造型、构图上创造一个活泼而富于变化的给人以欢快感的包装外形是十分重要的，它既应具有方便、卫生的功能性，又应富于生动、悦目的艺术性，高度体现出物质文明与精神文明的一致性。从包装形态设计上看，应注重空间面积的合理使用，力求精巧。从装潢美化上看，也应打破过去求全求满的传统形式，而代之以适应其功能、特性的新艺术形式。例如软包装的色彩要求简洁明快，使画面留出一部分包装材料的本身，这样就能更好地烘托出材质美。同时，简洁鲜明的色彩还在一定程度上象征了软包装食品的清洁、卫生、安全、保鲜及可口的美味感

(图2)。反之，如果把色彩画得很复杂，以至铺满全体，则必然不能发挥材料本身的光泽美，失却软包装的特色。

(2) 复用包装 不同于一次性使用包装，而有其自身的使用价值。例如儿童食品中的玩具包装，一套漂亮的大小各异的小房子和有趣的小火车、小卡车等等，在吃完食品以后，包装还可以当玩具。又如一些酒的包装，设计成特制的异形瓶，不仅材质较好，本身造型、装潢也比较

精致美观，喝完酒后，人们还乐于再次应用，有的不仅可以继续盛酒，而且还可当作插花的花瓶。

复用包装的设计无论在造型和装潢上都要求更加精美耐看，有利于室内陈设，给人以赏心悦目的美感(图3)。

(3) 适量包装 主要是采用单件适量的包装以方便食用。例如袋泡茶一次一包，咖啡茶一次一包，虾米紫菜汤一包一碗汤，25克的果酱罐也是一次用完。由于新一代人的生活方式的变化，尤其是年轻的主妇，她们不愿意也没有可能像祖母一代那样整天操持家务，而欢迎省时间、省空间的小食品。各种适量小包装可以使人们方便地享受到多样化的口味，一个单身汉如果买一大瓶果子酱，就要在多日内老是吃同样口味的果酱。所以小型化的家庭和单身汉都欢迎适量包装，以方便与丰富他们的生活(图4)。在装潢美化方面，也要体现这一精神，画面设计要求更加小巧，色彩更需鲜丽明快，强调给人以丰富多彩而又新鲜可口的美味感。

(4) 易开罐 手提纸盒及手握的容器 常见的易开罐、易开瓶、易开盒、其容器结构科学巧妙，包括拉环、拉片、按钮、扭断式、撕开式等几种。易开纸盒一般都在盒的顶端部设计一个断断续续的开启切口，或一条开启带，用手指一按或一撕即开。罐装食品加塑料盖可使开罐后一次吃不完的食品，盖上以后留待下次再吃。

手提纸盒及手握的容器早已应用至今，新的结构应使手提、手握的部位能收能放，做到不仅方便消费者携带，也方便在流通中装箱运输(图5)。

这类设计在功能上力求科学合理，科学性、技术性很

强，是现代化程度较高的食品包装形式。因此，在装潢美化方面不宜表现传统图案，而应表现具有现代感的抽象形式、摄影技术、流行色彩、较活泼的构图及流行字体等，使艺术性与科学性相互协调，从而产生令人眼目一新的现代包装形象。

2. 方便销售的形式

包装容器的主要任务，除了起到美化商品和保护商品的作用之外，还应考虑方便展销的作用。为了能促进我国食品打入国际市场，我们需要设计适应国际市场的销售方式（超级市场）的各种形式。同时在国内也需要形式的多样化。

（1）可叠式 国外超级市场货架拥挤，为了充分利用展柜的空间，要尽可能地将瓶、罐堆叠起来进行展销，这样既省场地，视觉效果又好，能更加发挥宣传、美化的效能（图6）。

美国、英国、法国、澳大利亚等国家从食品包装标准化、系列化的要求着眼，把各种圆形罐头的直径统一为10厘米、8.5厘米、6.5厘米，并且都配备塑料盖，便于堆叠和方便消费者存放。瓶盖上有一圈突边，使瓶底稳固地坐落在瓶盖的突边内。也有瓶底略大于瓶盖，底部凹进，可以堆叠。糖果、饼干等扁形铁盒，在底和盖上有凹凸沟槽，堆叠时恰好吻合。

（2）可挂式 也是节省展销场地的一种形式，有吊钩、吊带、网兜等多种形式（图7）。

（3）展开式 这是一种特殊造型结构的摇盖盒，打开盒盖，从折叠线处折转，并把盒子的舌插入盒子内侧，