

包装设计

理论及创新应用实践

刘亚平/著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

包装设计

理论及创新应用实践

刘亚平/著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

· 北京 ·

内 容 提 要

包装是在流通过程中保护产品,方便储运,促进销售,按一定的技术方法所用的容器、材料和辅助物等的总体名称。对它的研究,有助于商品实现商品价值和实用价值。在经济全球化的今天,包装与商品已融为一体。

本书内容包括包装的起源、发展与未来趋向、形式、风格与表现,包装设计的基本理论、特征、功能与原则,包装设计赋予商品的附加价值,包装设计的材料与方法,新世纪与新理念下的包装设计等内容,并选取部分优秀设计实例进行分析。

本书内容全面,论述有据,对于包装设计的学习者具有很好的参考作用。

图书在版编目(CIP)数据

包装设计理论及创新应用实践 / 刘亚平著. —北京:
中国水利水电出版社, 2018. 8

ISBN 978-7-5170-6671-2

I. ①包… II. ①刘… III. ①包装设计 IV.
①TB482

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 171342 号

书 名	包装设计理论及创新应用实践 BAOZHUANG SHEJI LILUN JI CHUANGXIN YINGYONG SHIJIAN
作 者	刘亚平 著
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路 1 号 D 座 100038) 网址:www.waterpub.com.cn E-mail:sales@waterpub.com.cn 电话:(010)68367658(营销中心)
经 售	北京科水图书销售中心(零售) 电话:(010)88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京亚吉飞数码科技有限公司
印 刷	三河市元兴印务有限公司
规 格	170mm×240mm 16 开本 16 印张 207 千字
版 次	2019 年 1 月第 1 版 2019 年 1 月第 1 次印刷
印 数	0001—3000 册
定 价	76.00 元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究

前 言

品牌 CI=理念 MI+行为 BI+视觉 VI,包装设计是属于 VI 中的视觉符号表现,符合产品理念的包装设计有利于增加产品的价值和生命力。包装与产品是相辅相成、互相促进的关系。在产品营销方面,包装起着至关重要的作用。产品包装的外观、形式、颜色以及其他特征都更方便地帮助消费者找到自己想购买的产品。在这个充满太多相似产品的世界里,一个独特的瓶子设计或一个不同寻常的盒子设计都将成为消费者购买产品的首要原因。

销售用的包装是企业产品生产的继续,是顺利实现产品价值的组成部分,它充当着生产者和消费者沟通的桥梁。随着社会的不断进步、生活水平的提高,人们对美的追求不断上升,过时的包装理念及其包装制品远远不能满足人们的审美需求,“美观,个性化”的包装需求越来越为人们所推崇,一个成功的包装设计,其作用不仅是保护产品,吸引消费者购买,更多的是让消费者认识企业及其丰富的企业文化。

包装设计相当于商业产品的形象,要通过样式或者图像特写的方式突出产品的特征,而且包装设计要注重整体的效果,要考虑到设计之间的连贯、重复、前后呼应的效果,形成构图的整体。最后要注重各种印刷效果的处理,在设计出成品时,要综合考虑材料的运用,以便达到效果好、成本低、环保的设计,从而以完美的状态出现在消费者的眼前,促进整个企业品牌价值的提升。做包装设计时,一定要遵循包装设计的要求和基本原则,只有这样才能做好自己的设计,从深层次体现产品的内涵,建立消费者对品牌的信任感,促进产品销售,达到增加企业效益的目的。

包装作为实现商品价值和使用价值的手段,在生产、流通、销

售和消费领域中,发挥着极其重要的作用,是企业界、设计界不得不关注的重要课题。本书围绕这一课题展开系统性论述,对其理论问题、设计方法、未来发展趋势分别进行了分析。本书在写作过程中,参考了许多相关的研究著作与学术成果,在此对其作者表示衷心的感谢。对于书中存在的一些问题,也希望广大读者能够予以谅解,并提出宝贵意见。

人类社会已经达成共识:我们必须认真考虑明天,而不是只顾当下。这也就赋予了产品包装更大的责任,我们必须寻求更环保、更节约的方式。现在和未来的包装设计都与我们现在和将来为后代创造一个美好舒适的生存环境所做的努力紧密相连。

作 者

2018 年 4 月

目 录

前言

第一章 包装的起源与包装设计	1
第一节 包装的历史起源与发展脉络	1
第二节 包装设计的基本理论	11
第三节 包装设计赋予商品的附加价值	30
第二章 包装的形式、风格与特征	33
第一节 包装的形式	33
第二节 包装的风格与表现	35
第三节 包装设计的特征	51
第三章 包装设计的功能与原则	59
第一节 包装设计的功能	59
第二节 包装设计的原则	67
第三节 包装设计造型的形式美法则	84
第四章 包装设计的设计材料与方法	89
第一节 常用的包装材料与应用	89
第二节 包装设计的基本方法	105
第五章 新世纪与新理念下的包装设计	127
第一节 人性化与简约化包装设计	127
第二节 互动式与环保式包装设计	134

第三节	包装设计中的文化呈现	141
第四节	包装设计的创新性发掘	147
第六章	包装的发展趋势	157
第一节	现代包装设计的发展趋势	157
第二节	包装与结构的关系	167
第三节	物流包材的使用	175
第七章	优秀包装设计实例分析	183
第一节	设计流程	183
第二节	设计定位	187
第三节	设计思维	194
第四节	构思方法	196
第五节	包装的制作	199
第六节	中外设计实例	212
参考文献		248

第一章 包装的起源与包装设计

在人类漫长的文明进化历程中,每一项科学发明、社会变革、生产力提高以及人们生活方式的进步、环境的变化,都会对包装的功能和形态产生很大的影响。从包装的发展演变过程中,能清晰地看出人类文明进步的足迹,包装设计作为人类文明中的一种文化形态,了解它的发展和演变,对今天的设计工作具有非常现实的意义。

第一节 包装的历史起源与发展脉络

包装是完成产品从生产企业到消费者流通的桥梁,是保护产品的使用价值和价值顺利实现而具有的特定功能系统,包装又是构成商品不可或缺的重要组成部分,是实现商品使用价值和价值的手段,与人们生活息息相关。

在我国古文字中,“包”字是一个育子于子宫之中的象形字,如图 1-1 所示。



图 1-1 甲骨文“包”字

根据《辞海》的解释,以及传统上我们所接受的词义,“包”字的意思有包藏、包裹、收纳等,“装”字则有装束、装扮、装载、装饰与样子、形貌等几种解释。随着现代审美和生活品质的提升,对产品包装要求不仅停留在装饰美、工艺美角度上,还给设计师带来了更多挑战。包装艺术需要注入新鲜设计血液来满足人们急剧变化的审美观念,包装设计应打破艺术性的单一局限,从更广的角度和范畴来摄取营养,拓展包装设计的广度和深度。自然界丰富的造型美、色彩美与图案美等设计资源将会成为拓展和更新包装艺术形式的新设计语言,如图 1-2 所示的传统包装,来自古代捆扎结构的创意。



图 1-2 食品捆扎包装

根据历史学的时代划分方法,一般将 1840 年以前的包装统称为传统包装,1840 年以后的包装称为现代包装。由于包装与社会经济生活,尤其与生产方式密切相关,在传统的范畴,又可以根据生产方式将其区分出原始时代包装和工业时代包装两个阶段。从历史演变过程角度说,历史学家通常用原始包装、古代包装、近代包装和现代包装四个阶段进行标注,如图 1-3~图 1-6 所示。

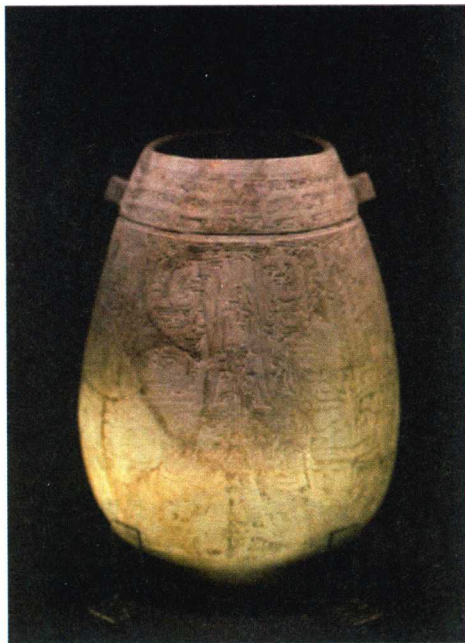


图 1-3 原始包装——饕餮白釉陶器



图 1-4 古代包装——六棱瓶(宋代)

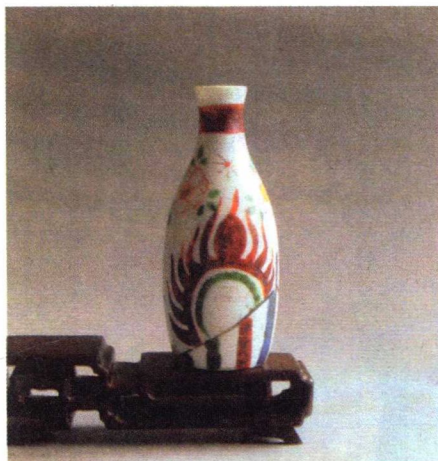


图 1-5 近代包装——酒壶(民国时期)



图 1-6 现代包装——梅酒包装设计

一、古代包装造型的发展与演变

包装起源于一万年前的原始社会后期,当时主要使用的包装材料及容器有:植物茎叶、葛藤、荆条、竹皮、树皮、兽皮、贝壳、篮、筐、篓、竹筒和皮囊等。从现在对包装含义的概念来看,这些未经技术加工的动植物组织,直接用作盛物的容器,还称不上是真正

意义上的包装,但它们是包装的萌芽。原始萌芽阶段的包装对于包装功能的需求只停留在最基本的“包”和“装”两部分功能上,包装只被用来满足人类基本生活需要中“盛装”和“转运”的功能,只是一种对自然物的简单利用,实际上并不具备今天人们所认为的设计的内涵。伴随着生产和交易活动的展开,出现了具有盛装功能的器具和兼具包装特性的器物,如青铜器、陶器、漆器、角器、木器、皮革器皿、竹器等。其中,这些物品基本上具有两重性,既是容器(生活用具之列),又是包装品。原始包装以及创意来源于古代包装结构的现代包装设计,如图 1-7~图 1-8 所示,“巴南银针”的包装设计便是采用了古代玉璧的图案。



图 1-7 玉璧——战国



图 1-8 “巴南银针”包装设计

图 1-9 与图 1-10 所示的创意便来源于古代的传统包装,尤其是图 1-10 所示的包装,它是用苇叶包装的三角形和菱形结构的现代包装设计。



图 1-9 现代概念包装



图 1-10 “柿柿甜蜜”包装设计

二、现代包装的发展与演变

19 世纪初,西方工业革命的发展、机器的发明和能源的开发,提高了生产效率,创造了丰富的产品,同时也给产品包装工业带来了巨大影响。一方面,随着商品交换的日益频繁、全

球化贸易的日渐发展,大量的产品要求迅速、安全地送达消费者手中,包装的作用就显得非常重要;另一方面,技术的进步也为包装产业的发展打下了坚实的技术基础。工业革命提高了手工业时期的生产效率,商品的生产由小批量的手工加工转向大批量的机器生产模式,从而使商品交换逐渐进入大众化的消费阶段。

工业革命以来的机械制品不注重形式美的法则,往往丑陋不堪。于是,人们一方面重视设计艺术,另一方面开始探寻机械化生产方式下合适的设计艺术表现形式。在解决这一问题的过程中,西方发达国家在设计发展史上,经历了英国的工艺美术运动以及从法国开始后来蔓延到欧美的新艺术运动。英国的工艺美术运动以追求自然纹样和哥特式风格为特征,旨在提高产品质量,复兴手工艺品的传统。新艺术运动继承了工艺美术运动的主张,提出艺术与技术相结合,以解决产品造型与装饰问题,追求与传统决裂、完全师从自然的全新风格。新艺术运动风格的设计如图 1-11~图 1-13 所示。

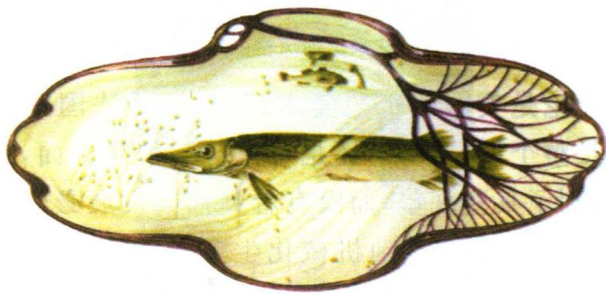


图 1-11 新艺术运动风格的瓷器设计



图 1-12 新艺术运动风格的现代产品设计

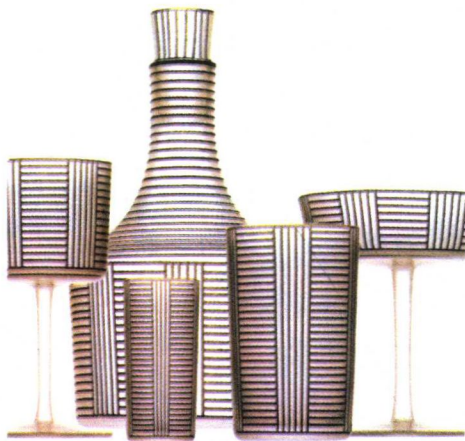


图 1-13 新艺术运动风格的现代产品设计

显然,无论是英国的工艺美术运动,还是法国开始的新艺术运动;无论是整个设计领域,还是单单包装设计方面,在很大程度上都只是看到了某些现象,而没有看到社会发展必然趋势所带来的根本性变革,也没有看到机械化生产条件下对设计的主观要求。因而在包装设计方面,只是注意到了装饰风格倾向,而忽略了造型与装饰的结合,在设计上单纯注重装饰上的唯美表现。工艺美术运动和新艺术运动虽为现代设计萌芽和形成作出了贡献,但它们都回避机器生产这一现实去寻找新时代的设计方法和风格。这种否定机器生产的思想,从根本上没有为现代工业生产创造出合理的设计艺术理论,无疑会阻碍工艺设计的发展。不少设

计师在正视现实的前提下,不得不去探索解决问题的方法。现代主义设计在这种形势下应运而生。

在现代主义设计确立和发展的过程中,作为设计领域重要分支的包装设计,呈现出以下特征:

(1)为了彻底解决机械化、大批量生产和产品造型与装饰的艺术性之间的矛盾,在包装设计领域,设计师所注重的是机械化产品的形式和审美表现,因而“功能主义”在设计中占主流。为了快速地发展社会经济,极大地增加社会的物质产品,以保护商品、方便储运为主体的包装的功能性成为包装设计的出发点和归宿,如图 1-14、图 1-15 所示。

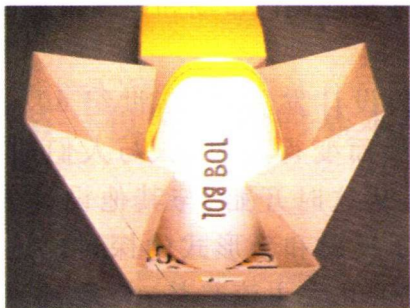


图 1-14 BOL & BOL 礼品包装设计

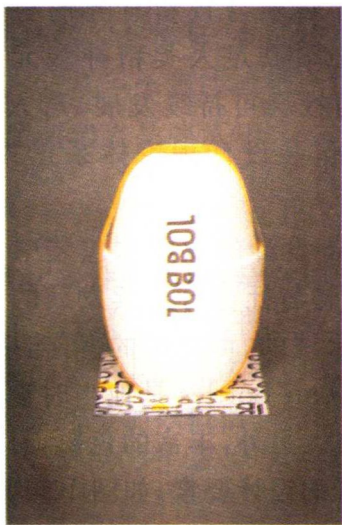


图 1-15 BOL & BOL 礼品包装设计

(2)在现代主义设计精神下,伴随着社会的进步、科学技术的快速发展,各种新材料被大量地运用到包装上,但人们对于各种新材料在包装中的运用主要注重其经济性和便利性,而忽略其对整个社会发展的影响。因此,包装在社会的可持续发展过程中扮演了极不光彩的角色,一方面,严重地浪费社会资源;另一方面,造成环境的严重污染,在这方面尤以塑料作为包装材料表现得最为突出。

(3)随着欧美一些发达国家经济的发展以及他们向国外倾销商品的不断加剧,在这一时期,包装设计在其风格方面更加打破了传统的民族和地域特点,开始形成国际化的风格。在不少国家和地区,通常形成了适应国内市场和国际市场的双重或多重设计风格。

现代主义包装设计发展到 20 世纪 60~70 年代以后,由于社会经济的发展而变得与时代、与人们的审美观念越来越不相适应。因此,从这时开始,与其他设计领域一样,在包装设计领域也开始了反思和新形式的探讨。这种探讨,到 20 世纪 80 年代便形成了几大主流趋势:一是包装设计必须与社会可持续发展相适应;二是包装设计必须面向经济全球化发展趋势;三是包装设计必须与日新月异的科学技术发展密切结合;四是包装设计必须满足人类精神多元化的需求。正是在上述四种趋势下,与社会可持续发展、与人的真正全面解放和自由相适应的现代包装设计理论体系正式确定,并呈现出不可逆转的趋势。

在设计师 Ampac 设计的饮用水包装中,设计师充分考虑到包装与环境保护、包装与社会可持续发展的关系,提出可重复使用的、可折叠的、可水洗的、可冻结的、可连接的和可识别的全新的设计理念,Vapur-Anti-Bottles 是他当时设计的产品,具有减少浪费的水包装的特点。另外,丰富的色彩,有趣的形状和连接环,也是能够吸引消费者的设计要素,如图 1-16 所示。