

packaging

PACKAGING

孙蔚 编著

湖北美术出版社

PACKAGING

PACKAGING

PACKAGING

PACKAGING

PACKAGING

PACKAGING

PACKAGING

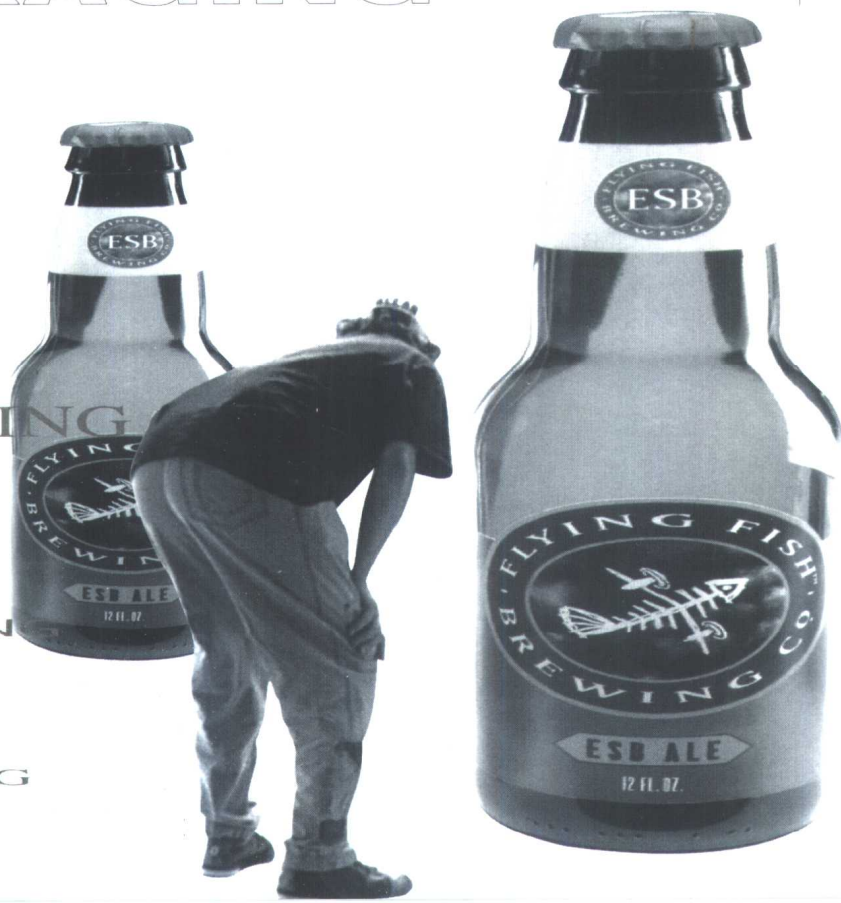
PACKAGING

PACKAGING

PACKAGING

PACKAGING

PACKAGING



包装设计

现代设计基础丛书

包装设计

孙蔚 编著

湖北美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

包装设计 / 孙蔚编著.

—武汉: 湖北美术出版社, 2001.7

(现代设计基础丛书)

ISBN 7-5394-1131-7

I.包…

II.孙…

III.包装 - 设计

IV.TB482

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 030444 号

现代设计基础丛书·包装设计 ©孙蔚编著

出版发行: 湖北美术出版社

地 址: 武汉市武昌黄鹂路 75 号

电 话: (027)86787105

邮政编码: 430077

h t t p : / / www.hbapress@public.wh.hb.cn

印 刷: 深圳现代彩印有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 3.5 印张

印 数: 4000 册

版 次: 2001 年 7 月第 1 版 2001 年 7 月第 1 次印刷

I S B N 7-5394-1131-7/TB · 1

定 价: 20.00 元

总 目

第一章 概述 /1

- 包装的定义 /2
- 包装的分类 /3
- 包装的作用与功能 /4

第二章 包装设计的定位 /7

- 产品的属性 /7
- 产品的适应人群 /9
- 产品销售的地域性 /10
- 产品的档次 /11

第三章 包装的材料 /12

第四章 纸质包装的结构设计 /15

- 插口式 /15
- 开窗式 /16
- 手提式 /17
- 抽屉式 /18
- 变形式 /19
- 有盖式 /20
- 组合式 /21

第五章 包装设计三要素 /22

- 图 形 / 2 2
- 色 彩 / 2 5
- 文 字 / 2 9

第六章 包装设计的步骤 /30

- 确定包装的结构、尺寸和草图 /30
- 设计包装的标牌和文字 /30
- 包装的素材收集 /31
- 电脑制作 /31
- 制作模型 /32
- 确定正稿 /32

第七章 作品欣赏 /33





第一章 概述

自从人类社会产生以来，人们就懂得如何将物品盛装起来，并从生活中逐渐发现了一些适合包装的材料。如利用植物纤维织成绳或筐，利用中空的竹筒盛装物品，到后来又懂得了陶的制作技巧，出现了各种以陶为材料的包装容器，等等。这些都是古代劳动人民智慧的结晶。



利用植物纤维织成的筐



北宋山东济南的针铺包装纸

随着时代的发展，生产力的进步，包装已不仅仅只有保护的功能，它的其他功能如便携性、贮藏性、美观性等也都逐渐显现出来。尤其是第一次工业革命后，由于生产技术的发展，使得产品成本大幅降低。如何流通产品，如何拓展市场，引起了人们的高度重视。19世纪30年代的全球性经济危机，使产品大量积压，更是直接刺激了厂商。为了促进销售，他们开始研究包装设计，希望藉助产品包装及广告媒体，促进产品的销售，更进而加强包装的功能，提升产品的附加值。

本世纪60年代以来，随着国际贸易的飞速发展，包装的新材料、新机能也迅速发展起来。包装作为“无声的推销员”，其地位越来越显著了。

在经济全球化的今天，包装更成为商品不可分割的一部分。包装在生产、流通、销售和消费领域的作用越来越重要，包装设计的优劣直接影响着产品的销售。因此，今天的企业界比以往任何一个时期都更加关注包装的设计，这也是今天的设计师们面临的一个新的挑战。

一、包装的定义

包装就是指在搬运或保管产品时，为了储运、促销等作用，使用适当的材料或容器来保护产品，使其不致受到外界的影响。

以下是有关包装的几种解释。

1. 美国包装学会对包装的定义：符合产品之需求，依最佳之成本，便于货物之传送、流通、交易、储存与贩卖，而实施的统筹整体系统的准备工作。

2. 日本工业规格 JIS101 对包装的定义：包装系便于物品之输送及保管，并维护商品的价值，保持其状态，而以适当的材料或容器，对物品所实施的技术与状态。

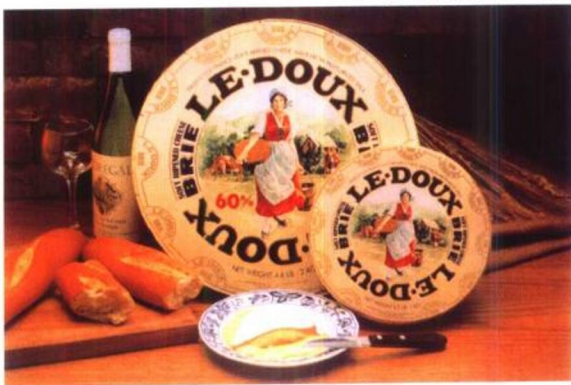
3. 我国《包装通用术语》的国家标准是：在流通过程中保护产品，方便储运，促进销售，按一定技术方法而采用的容器、材料及辅助物等的总称。也指为了达到上述目的而采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法的操作活动。



中国传统包装



18 世纪的欧洲包装



食品包装



药品包装



化工产品包装



购物袋式包装



五金包装

二、包装的分类

为了更有效地进行包装设计，我们可根据包装的性质、用途、结构等对包装进行分类。

1. 按产品的属性分类，包装可分为食品包装、药品包装、服装包装、五金包装、化工产品包装、电子产品包装等。

2. 按包装的结构分类，包装可分为开窗式包装、购物袋式包装、封闭式包装、POP 包装等。

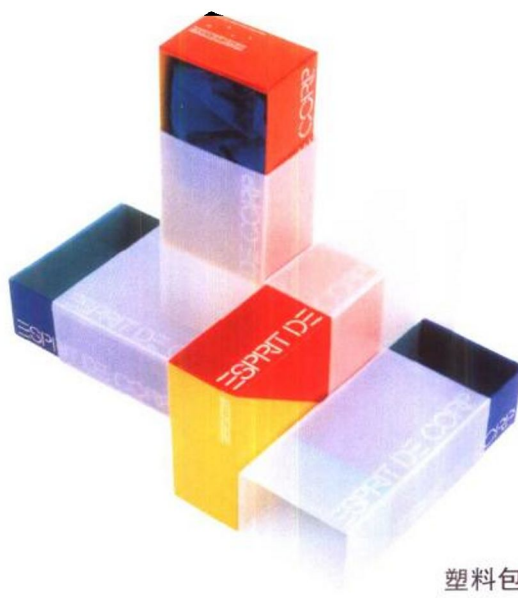
3. 按包装的材料分类，包装可分为纸质包装、塑料包装、金属包装、玻璃包装等。

4. 按流通的功能分类，包装可分为个包装、中包装、大包装。

①个包装又称为销售包装，这种包装是对产品最直接的包装。

②中包装又称批发包装，这种包装的目的是为了保护产品，主要是将物品以一个或两个以上的单位予以整理包装。

③大包装又称为外包装或运输包装。



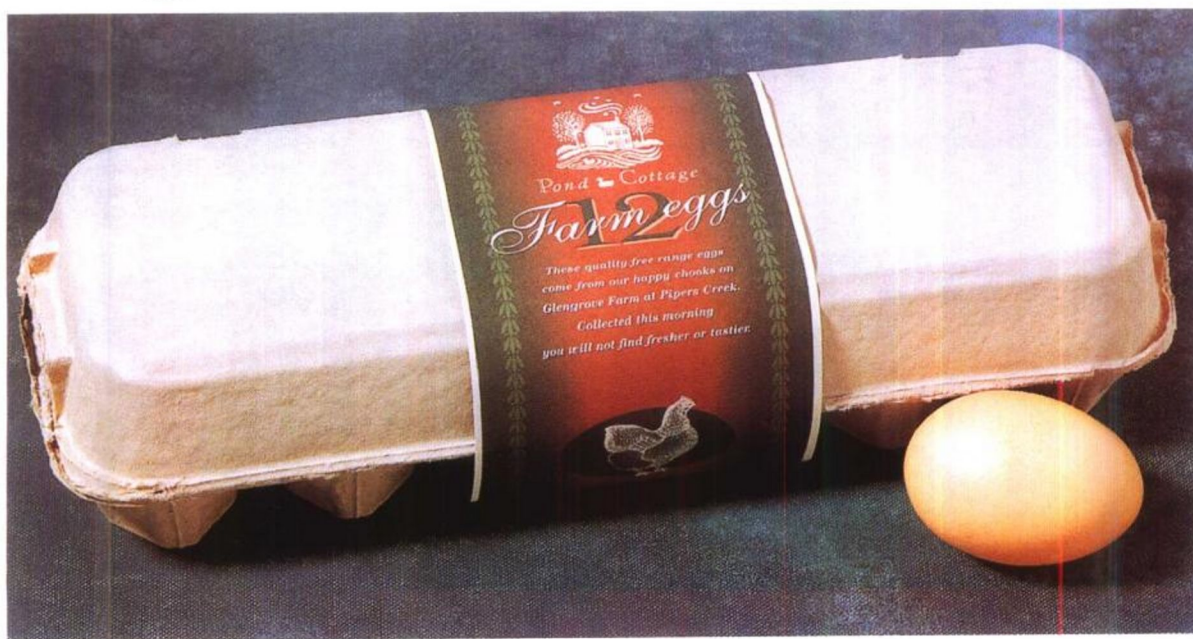
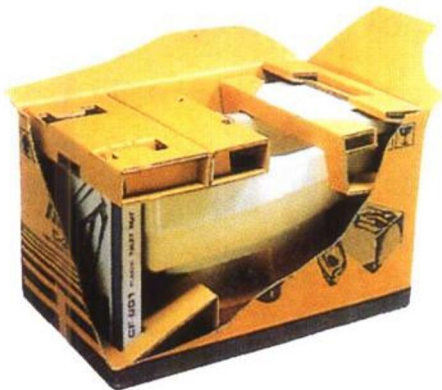
塑料包装

三、包装的作用与功能

一个好的包装必须具备以下几种功能:

1. 保护功能

保护功能是指保护内容物,使不受外来冲击,防止因光照、湿气等造成内容物的损伤或变质。包装的结构、材料与包装的保护功能有着直接的联系,如我们常见的电子产品包装,一般多采用较厚的纸板,结构以封闭式包装为主,内衬泡沫等填充物,以免电子产品受损坏,充分体现了包装的保护功能。





2. 销售功能

当今由于消费市场的饱和与超市的兴起，人们购买商品的方式与产品的陈列方式发生了巨大的变化，产品包装的好与坏直接影响着产品的销售。因此，我们说包装是产品的“无声的推销员”。

一般，商家在销售产品时常常是将多件包装重复摆放的，我们在进行包装设计时一定要考虑包装连续出现时的效果。

3. 流通功能

产品生来就是要流通的，一种产品，从工厂到商店要经历无数次的运输、搬运、仓储等环节，这就要求产品的包装适应这一过程。好的包装应该方便搬运，利于运输，在仓储时能够牢固地存放。



4. 使用处理功能

使用处理功能是科技迅猛发展的今天，人们对包装提出的一个新的要求。首先，一个包装应该便于取用内容物；其次，包装在废弃后应该是环保型的，利于回收的。在这种理念下，许多设计师与企业家长们提出了“绿色包装”的主题，产品包装也朝着“零污染”的方向发展。节省资源，不破坏生态的设计意识，已成为 21 世纪包装设计的新动向。



带有此标志的包装为可回收材料



用环保材料制成的饮料包装



食品包装多以写实图形为主，以勾起人的食欲从而产生购买欲。



药品包装的图形较抽象，简洁明确的色彩体现了药品的卫生与严谨。

第二章 包装设计的定位

一个产品在激烈的市场竞争中，要想立于不败之地，包装是其中重要的一环。一个商品由于其属性不同，特点不同，在包装设计时所呈现的面貌也是不同的。设计者只有把握市场，确立明确的定位，在设计时才能有的放矢。关于包装的定位，可以从以下几方面来考虑。

一、产品的属性

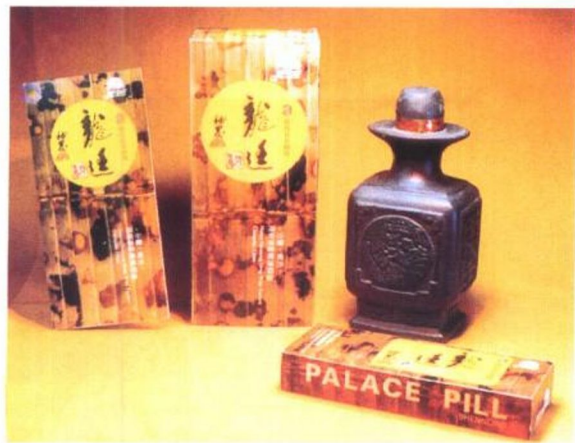
首先应搞清产品是属于哪一类别的，即是食品还是化妆品，或是药品，等等。不同属性的产品其设计风格是不同的，如食品与药品，同样都是入口的，可风格却大相径庭，食品的包装设计多以写实的食品照片来表现，勾起人们的食欲，从而产生购买欲；而药品则多以清爽、简洁的色块、线条和抽象图形来体现药品的严谨和卫生。同一类的产品由于产品特点的不同，在包装设计中也会有所不同，如同样是化妆品，女士化妆品用色温柔、高雅，而男士化妆品则沉稳厚重。设计者要根据产品的不同属性，采取不同的定位。



女性化妆品包装造型柔和色彩高雅



男性化妆品包装造型硬朗色彩沉稳



二、产品的适应人群

我们都知道，老年人与儿童的喜好是不同的。同样的，不同的产品，也会有不同的消费人群。设计者可根据不同的消费人群，来制定自己的设计风格。如啤酒、白酒、红酒，同样是酒，由于消费人群的不同，设计的风格也不尽相同。啤酒的消费群体较休闲，在设计手法上多采用清冽爽口的风格，色彩明快、轻松；而白酒多为宴会用酒，它的设计风格则要华丽、庄重，用色也以浓烈的色调为主；红酒以红葡萄酒为代表，由于是舶来品，它的风格也就显得西洋化，用色高雅，富有历史感。



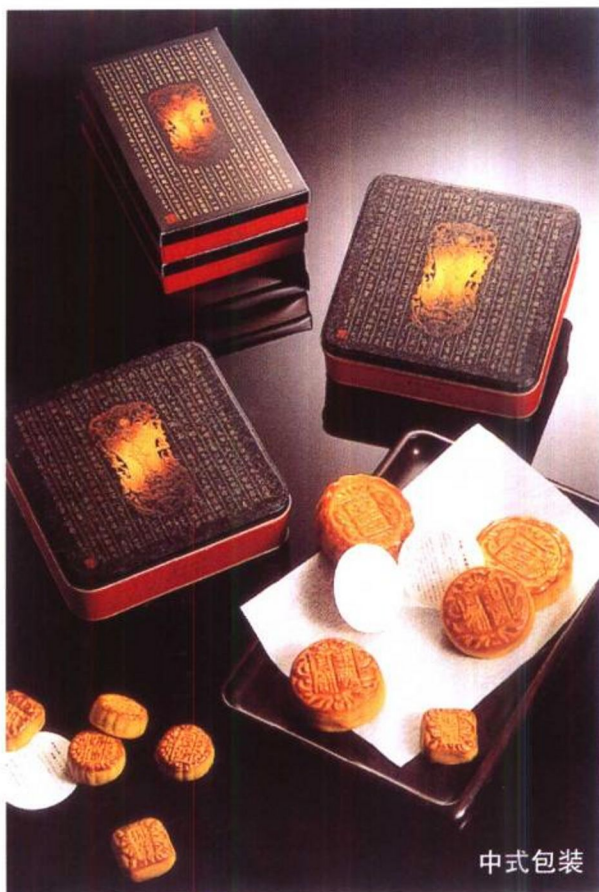
三、产品销售的地域性

不同的民族和国家，由于其生活习惯、宗教信仰、受教育程度的不同，其喜好也是不同的。在进行市场定位时应加以分析，了解该地域有无禁忌的色彩或图形，以避免使用。如菊花，在我国是富贵、华丽的象征，而在西欧，却是死亡的象征，因而是不能随便使用的。

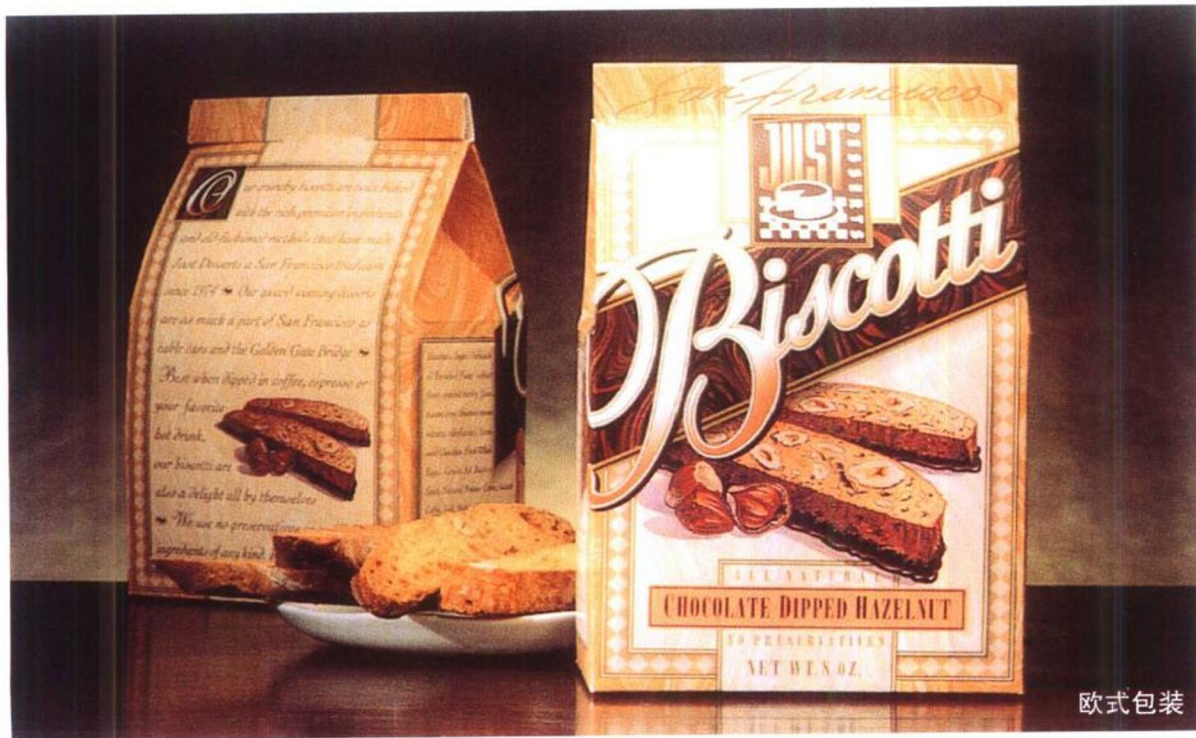
下图为日式、中式、欧式点心的包装图，由此可见地域的差异。



日式包装



中式包装



欧式包装

四、产品的档次

在过年过节时我们常常看到，许多产品被换上了华丽的礼盒包装，产品的价格也随之翻了几番，这就是我们常说的产品的附加值增加了。在进行产品包装时，要避免过分包装，做到包装风格、材料、结构与产品的价值相符。



礼盒装调味料



筒包装食品包装



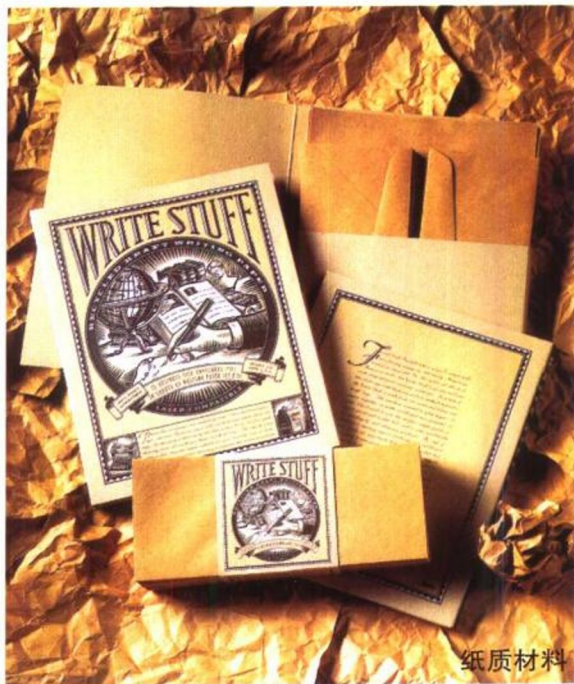
纪念品礼盒

第三章 包装的材料

科学技术的发展,带来了包装材料的革命。如今,包装可用的材料,有纸质、玻璃、塑料、金属、陶瓷、木材、复合材料,等等。这些材料的应用,为设计者的创作提供了更广阔的空间,也提出了更高的要求。

就现状而言,纸质材料是包装设计中最常用的材料,占包装材料应用的45%,其次是塑料占20%,金属占15%,玻璃占5%,其他材料占15%。包装材料的选择应符合产品的特性,同时也应考虑产品的运输、展示、生产成本、销售价格、回收利用等方面的因素。如茶叶的包装,由于茶叶有容易变味的特点,因此,在选择包装材料时应考虑材料的密封性能,这就有了金属罐装的茶叶。因为这种包装材料的选择不仅充分考虑了茶叶包装的密封性要求,还可以重复使用,既节约了资源又符合现代设计对环保的要求。

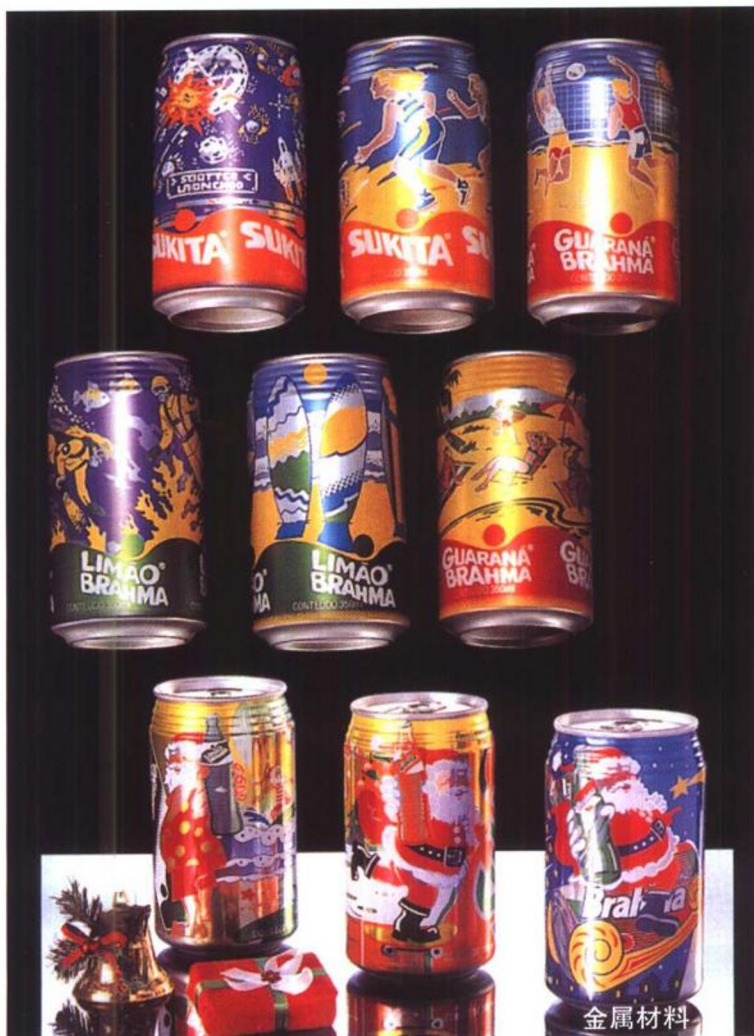
塑料材料在包装设计中的运用也很广泛。由于塑料材料成本低,便于成形,轻便又透明,因此,常用在食品、饮料的包装中。塑料透明的特点,使消费者能对内容物一目了然,使消费者对产品的感受更加真实可靠,同时透出的产品也可以作为包装设计元素的一部分,对整个设计产生影响。塑料材料的缺点是不能回收降解,会造成环境污染,因此我们提倡使用环保塑料。



纸质材料



密封性良好的罐装茶叶



金属材料

玻璃材料在包装设计中的运用主要是用在对酒类、罐头、果汁饮料等的包装设计中。玻璃材料的优点是性质稳定，不易变质，能体现产品的高品质感，缺点是易碎，手感较重。这就要求玻璃包装的外包装具有更好的防震性、抗压性。

随着时代的发展，科技的进步，环保的、轻便的复合材料的运用会越来越多。如常见的以纸为主体，附有锡箔的纸容器，像鲜奶的包装、品客薯片的包装、可溶性材料制作的药品胶囊包装、采用多层塑料制作的牙膏软管，等等。这些新材料便于使用，利于运输销售，且都是用环保材料制成，不会对环境造成污染，是设计界倡导的“绿色包装”。



玻璃材料



锡箔纸材料