



创意+

全彩  
印刷



42个视频教学文件  
近50个完整实例  
近100个相关知识点  
1300多个Photoshop相关素材

# Photoshop CS4

> 关秀英 王健 等编著

## 包装设计与创意表现案例精粹

清华大学出版社







创意

全彩  
印刷

蓝调映像

DVD

DVD超值多媒体光盘

42个视频教学文件  
近50个完整实例  
近100个相关知识点  
1300多个Photoshop相关素材

# Photoshop CS4

> 关秀英 王健 等编著

## 包装设计与创意表现案例精粹

清华大学出版社  
北 京

## 内 容 简 介

Photoshop是当前最流行的图形图像处理软件,广泛应用于广告、平面设计及网页制作等领域。本书详细介绍了平面设计中的产品外包装制作这一领域,并且以包装材料为主线,分别介绍不同材料包装在Photoshop中的绘制要领,以及整体效果的制作方法。内容涉及硬纸类、软件类、纤维类、塑料类、玻璃类、陶瓷类、金属类、木材类以及复合类等。本书全彩印刷,版式紧凑、效果精美,随书多媒体光盘提供全程配音的实例制作视频文件和实例素材。

本书适用于平面设计人员,特别是包装装潢设计师以及广告爱好者,也可以作为高等院校电脑美术和工业设计专业师生的参考资料。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

## 图书在版编目(CIP)数据

创意+: Photoshop CS4包装设计与创意表现案例精粹/关秀英等编著. — 北京:清华大学出版社, 2010.1

ISBN 978-7-302-21420-5

I. ①创… II. ①关… III. ①包装-计算机辅助设计-图形软件, Photoshop CS4 IV. ①TP391.41  
中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第202279号

责任编辑:冯志强

责任校对:徐俊伟

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦A座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈:010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 刷 者:北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:190×260 印 张:19.25 字 数:598千字  
(附光盘1张)

版 次:2010年1月第1版 印 次:2010年1月第1次印刷

印 数:1~5000

定 价:69.80元

---

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:030636-01



# 前言 Preface



计算机在平面设计领域的应用使得平面设计的表现风格趋于多样化,其作为一种创作手段可以帮助人们从一个全新的视角看待问题,也为开拓更为广阔的想象空间提供了必要的技术条件。本书通过Photoshop包装设计的应用实例,完整介绍使用Photoshop CS4中文版绘制图像与图像拼合等知识,全面介绍Photoshop CS4的应用知识,以及使用Photoshop表现不同包装材料的绘制方法,使读者在制作实例的过程中学到制作图像的基本知识。

## 1. 本书内容介绍

全书共分为10章,内容概括如下。

第1章主要介绍平面设计中产品外包装的专业知识,使读者了解包装设计中需要注意的各种因素,以及计算机与包装设计之间的关系,为下面的章节做铺垫。

第2、3章分别从硬纸类和软纸类两种不同类型的纸类材料,介绍纸类材料在产品外包装中的特点与表现形式,并且通过不同的实例掌握各种纸类材料的绘制方法。

第4章简要讲解了纤维类材料在产品外包装中的应用,以及根据不同产品选择不同的质感的纤维作为包装材料的方法。

第5、6章分别介绍具有相同特性的不同材料在产品外包装中的表现效果——塑料与玻璃。逐一根据包装材料特点的不同,绘制合适的产品以及外包装效果。掌握透明与半透明材质的绘制方法。

第7章讲述陶瓷材料产品外包装的性能与用途,以及发展方向,并且搭配不同质感的陶瓷容器,制作4种不同产品的包装效果。

第8章讲解产品外包装中金属材料的各种类型,以及在绘制过程中各种金属材质的表现方法。

第9章介绍各种木质材料在产品外包装中的应用,以及如何在Photoshop中表现木质材料的效果。

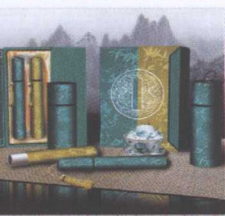
第10章讲述新型的复合材料在产品外包装中的广泛应用,以及不同产品搭配的复合材料的表现手法。

## 2. 本书主要特色

传统的案例教程类图书能够系统地按照基础知识提供实例,但是只能掌握软件的功能与使用方法,读者难以获取面向应用的知识。本书从一个全新的角度介绍软件知识,并且增加了相关行业知识,在学习基础知识的同时,了解Photoshop软件在实际工作中的应用,具有鲜明的特色。

- **实例丰富,效果实用** 全书由包装设计行业中的应用实例组成,书中各实例均经过精心设计,操作步骤清晰简明,技术分析深入浅出,实例效果精美实用。
- **全程图解,轻松学习** 书中采用全程图解方式,对图像做了大量的加工,以及简单的操作步骤提示,信息丰富,便于读者轻松学习。
- **书盘结合,互动学习** 配套光盘与书中内容紧密结合,提供了全部实例的语音视频教程,以





及实例需要的全套素材图和效果图，特别适合从事包装设计人员学习。让读者书盘结合，通过交互方式，循序渐进地学习。

### 3. 随书光盘内容

为了帮助读者更好地学习和使用本书，本书专门配带了多媒体学习光盘，提供了本书实例源文件、最终效果图和全程配音的教学视频文件，光盘特色如下。

- **人性化设计** 光盘主界面有4个按钮，分别是“实例欣赏”、“素材下载”、“教学视频”和“网站支持”，前3个按钮对应光盘的image文件夹、downloads文件夹和example文件夹。用户只需单击相应的按钮，就可以进入相关程序。
- **交互性** 视频播放控制器功能完善，提供了“播放”、“暂停”、“快进”、“快退”、“试一试”等控制按钮，可以显示视频播放进度，用户使用非常方便。
- **功能完善** 本光盘由专业技术人员使用Director技术开发，具有背景音乐控制、快进、后退、返回主菜单、退出等多项功能。用户只需单击相应的按钮，就可以灵活完成操作。
- **自动运行功能** 本多媒体光盘具有自动运行功能，只需将光盘放入光驱中，系统将自动运行并进入主界面，显示“实例欣赏”、“素材下载”、“教学视频”和“网站支持”按钮。

注意：本光盘使用之前，需要首先安装光盘中提供的tscc插件才能运行视频文件。

### 4. 本书适用对象

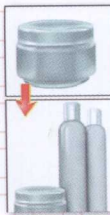
对于不具备任何软件操作基础的读者，本书通过丰富的练习操作，带领读者认识Photoshop CS4软件，掌握软件基础操作，可以作为Photoshop入门读物。

对于具有图形图像软件操作基础的读者，可以简略学习Photoshop基础操作内容，将重点放在包装设计领域的学习。

本书是真正面向实际应用的Photoshop图书，可以作为高校、职业技术学院平面设计的Photoshop初中级培训教程，也可以作为平面设计人员的参考资料。

参与本书编写的除了封面署名人员外，还有秦婕、王峥、李海庆、王树兴、许勇光、李海峰、王敏、张瑞萍、李乃文、赵振江、李振山、王咏梅、张勇、安征、邵立新、辛爱军、郑霞、祁凯、马海军、王泽波、康显丽、张仕禹、孙岩、王黎、吴俊海、亢凤林、徐凯、肖新峰、牛仲强、王磊、张银鹤等。由于时间仓促，水平有限，疏漏之处在所难免，敬请读者朋友批评指正，可以登录清华大学出版社网站www.tup.com.cn与我们联系。

## 目 录 Contents



## 01 认识包装设计

- 1.1 包装概念..... 2
- 1.2 包装功能..... 3
- 1.3 包装结构设计..... 5
- 1.4 包装设计的三大构成要素..... 8
- 1.5 包装设计中色彩的运用..... 10
- 1.6 包装设计基本流程..... 12
- 1.7 计算机与包装设计..... 14

## 02 硬纸类包装

- 2.1 纸类包装介绍..... 20
  - 2.1.1 纸类包装材料的组成..... 20
  - 2.1.2 硬纸类包装的特点..... 20
- 2.2 纸类包装设计技巧..... 22
  - 2.2.1 纸类包装的表现和形式..... 22
  - 2.2.2 纸品设计的造型..... 23
- 2.3 实例：蛋糕纸盒包装..... 24
  - 2.3.1 技法剖析：定义图案..... 25
  - 2.3.2 设计过程..... 26
- 2.4 实例：手提袋包装..... 32
  - 2.4.1 技法剖析：编辑图层..... 32
  - 2.4.2 设计过程..... 34
- 2.5 实例：茶叶包装..... 42
  - 2.5.1 制作主体..... 43
  - 2.5.2 制作整体效果..... 47

## 03 软纸类包装

- 3.1 关于软纸类包装..... 51
  - 3.1.1 软纸类包装特点..... 51
  - 3.1.2 软纸类的艺术感染力..... 51
- 3.2 实例：圆形礼盒包装纸..... 52
  - 3.2.1 技法剖析：投影图层样式..... 53
  - 3.2.2 设计过程..... 55
- 3.3 实例：方形礼盒包装..... 58
  - 3.3.1 技法剖析：置换滤镜..... 59
  - 3.3.2 设计过程..... 60
- 3.4 实例：牛皮纸袋包装..... 64
  - 3.4.1 技法剖析：色相/饱和度..... 65
  - 3.4.2 设计过程..... 68

## 04 纤维类包装

- 4.1 纤维类包装介绍..... 76
  - 4.1.1 不同材料的纤维包装..... 76
  - 4.1.2 纤维包装的用途..... 77
- 4.2 实例：商品购物袋包装..... 78
  - 4.2.1 技法剖析：滤镜库的应用..... 79
  - 4.2.2 设计过程..... 80
- 4.3 实例：首饰盒包装..... 85
  - 4.3.1 技法剖析：加深、减淡工具..... 85
  - 4.3.2 设计过程..... 86
- 4.4 实例：手提袋包装..... 90
  - 4.4.1 绘制轮廓和涂抹效果..... 91
  - 4.4.2 制作绳子效果和阴影..... 92
- 4.5 实例：纸巾盒包装..... 95
  - 4.5.1 绘制主题效果..... 96
  - 4.5.2 绘制花边效果..... 99

## 05 塑料类包装

- 5.1 塑料类包装介绍..... 103
  - 5.1.1 关于塑料包装..... 103
  - 5.1.2 塑料容器结构设计..... 103
  - 5.1.3 塑料类包装分类..... 104
- 5.2 实例：食用油包装..... 105
  - 5.2.1 技法剖析：画笔工具..... 106
  - 5.2.2 技法剖析：斜面和浮雕图层样式..... 107
  - 5.2.3 设计过程..... 109
- 5.3 实例：洗发水包装..... 114
  - 5.3.1 技法剖析：钢笔工具..... 115
  - 5.3.2 技法剖析：渐变填充..... 116
  - 5.3.3 设计过程..... 119
- 5.4 实例：男士化妆品包装..... 124
  - 5.4.1 技法剖析：图层蒙版..... 125
  - 5.4.2 技法剖析：模糊滤镜..... 128
  - 5.4.3 设计过程..... 130
- 5.5 实例：耳机外包装..... 135
  - 5.5.1 耳机包装基本结构..... 136
  - 5.5.2 透明塑料制作..... 139

## 06 玻璃类包装

- 6.1 玻璃类包装介绍..... 143
  - 6.1.1 不同材料的玻璃包装..... 143
  - 6.1.2 玻璃容器造型..... 144





|                     |     |
|---------------------|-----|
| 6.2 实例: 洋酒玻璃包装      | 145 |
| 6.2.1 绘制纸盒效果        | 146 |
| 6.2.2 绘制主题效果        | 148 |
| 6.2.3 制作标志效果        | 151 |
| 6.3 实例: 饮料包装设计      | 152 |
| 6.3.1 绘制主题效果        | 153 |
| 6.3.2 制作背景效果        | 155 |
| 6.4 实例: 磨砂化妆品瓶包装    | 156 |
| 6.4.1 绘制主题效果        | 157 |
| 6.4.2 制作花纹背景效果      | 160 |
| 6.5 实例: MOSINX化妆品包装 | 161 |
| 6.5.1 绘制主题效果        | 162 |
| 6.5.2 添加文字背景效果      | 165 |

## 07 陶瓷类包装

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 7.1 陶瓷类包装介绍       | 169 |
| 7.1.1 陶瓷的性能       | 169 |
| 7.1.2 陶瓷的用途       | 169 |
| 7.1.3 陶瓷包装容器的不同分类 | 171 |
| 7.2 陶瓷包装材料的发展方向   | 172 |
| 7.3 实例: 陶瓷包装      | 173 |
| 7.3.1 绘制瓷瓶        | 174 |
| 7.3.2 绘制陶器        | 178 |
| 7.4 实例: 陶瓷包装设计    | 181 |
| 7.4.1 绘制图像轮廓      | 182 |
| 7.4.2 刻画图像细节      | 185 |
| 7.5 实例: 陶瓷(酒)包装设计 | 187 |
| 7.5.1 绘制轮廓        | 188 |
| 7.5.2 添加高光与暗部     | 190 |
| 7.5.3 刻画细节        | 191 |
| 7.6 实例: 制作瓷瓶酒包装   | 195 |
| 7.6.1 绘制瓶身        | 195 |
| 7.6.2 绘制瓶盖        | 197 |
| 7.6.3 绘制包装盒       | 198 |

## 08 金属类包装

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 8.1 金属类包装介绍          | 202 |
| 8.1.1 分析金属类材料        | 202 |
| 8.1.2 金属包装丝网印刷的特点和要求 | 203 |
| 8.1.3 金属包装的发展趋势      | 204 |
| 8.2 实例: 易拉罐包装设计      | 205 |
| 8.2.1 绘制形状           | 206 |
| 8.2.2 绘制纹理效果         | 208 |
| 8.2.3 绘制水滴效果         | 209 |

|                |     |
|----------------|-----|
| 8.3 实例: 玩具盒包装  | 212 |
| 8.3.1 绘制铁盒     | 213 |
| 8.3.2 绘制图案     | 215 |
| 8.4 实例: 铁锈包装   | 218 |
| 8.4.1 绘制纹理和轮廓  | 220 |
| 8.4.2 绘制铁锈效果   | 224 |
| 8.5 实例: 酒具类包装  | 226 |
| 8.5.1 绘制图像基本形状 | 227 |
| 8.5.2 刻画细节部分   | 230 |

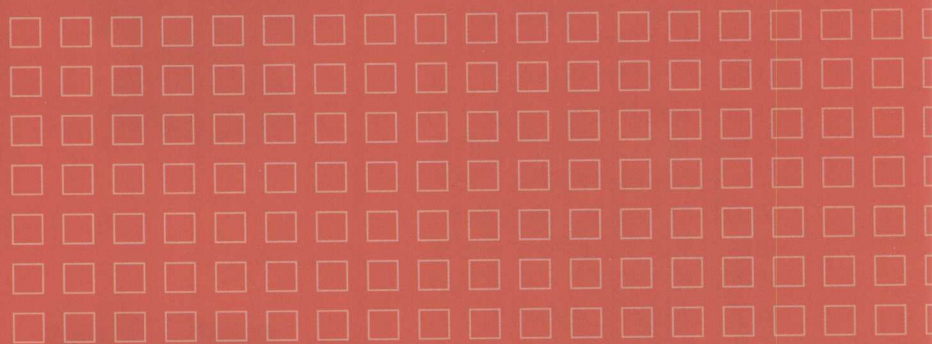
## 09 木质类包装

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 9.1 木质类包装介绍     | 237 |
| 9.1.1 关于木质包装    | 237 |
| 9.1.2 包装木材的选用   | 238 |
| 9.2 实例: 酒类包装    | 239 |
| 9.2.1 绘制木盒底色    | 240 |
| 9.2.2 绘制酒瓶      | 245 |
| 9.2.3 绘制效果图     | 250 |
| 9.3 实例: 葡萄酒木桶包装 | 250 |
| 9.3.1 绘制木纹肌理    | 251 |
| 9.3.2 绘制立体效果图   | 253 |
| 9.3.3 绘制整体效果    | 260 |
| 9.4 实例: 雪茄木制包装盒 | 261 |
| 9.4.1 绘制单个木盒    | 262 |
| 9.4.2 绘制其他包装盒   | 266 |
| 9.4.3 绘制整体效果    | 268 |

## 10 复合类包装

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 10.1 复合类包装介绍       | 270 |
| 10.1.1 复合材料包装基本知识  | 270 |
| 10.1.2 复合包装材料的常用种类 | 270 |
| 10.2 实例: 牛奶包装      | 273 |
| 10.2.1 绘制平面图       | 274 |
| 10.2.2 绘制效果图       | 278 |
| 10.3 实例: 面条包装      | 279 |
| 10.3.1 绘制平面图       | 279 |
| 10.3.2 绘制效果图       | 283 |
| 10.4 实例: 糕点食品包装    | 285 |
| 10.4.1 绘制平面图       | 286 |
| 10.4.2 绘制效果图       | 292 |
| 10.5 实例: 牛肉干包装     | 294 |
| 10.5.1 绘制品名标志      | 294 |
| 10.5.2 绘制平面图       | 295 |
| 10.5.3 绘制效果图       | 302 |

# 01



## 认识包装设计

包装是品牌理念、产品特性、消费心理的综合反映，它直接影响到消费者的购买欲。经济全球化的今天，包装与商品已融为一体。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。

不同类型的产品，搭配不同材料的包装。而包装的主要功能、包装设计中的构成要素、色彩运用以及立体容器的制作所需要注意的事项，需要在设计之前有所了解，这样才能够很好地将外包装与产品融为一体。



## 1.1 包装概念

包装是伴随着商品的交换而出现和发展的,是为了商品在流通中更好地存储、运输和销售而做的技术和艺术上的准备工作。随着商品经济的发展,包装的内涵已经从最初的保护商品、方便运输扩展到了推销商品、塑造品牌乃至树立企业形象的范畴。

包装的萌芽应该追溯到人类最原始的时代,人类开始从事生产劳动,生产出的产品其实就有简单包装,只不过那个时候的包装仅仅是为了实现对产品的盛装、储藏或携带。如图1-1所示为用来保藏食品的器皿。

过去人们认为包装是用器具容纳物品,或对物品进行包裹、捆扎等操作,仅仅起到容纳物品、方便取用的作用,这样的理解是片面的。现在人们对包装赋予了更为广泛的含义,它以系统论的观点,把包装的目的、要求、构成要素、功能作用以及实际操作等因素联系起来,形成了一个完整的概念。即生产企业对所生产的产品,选用具有保护性、装饰性的包装材料或包装容器,如图1-2所示。并借助适当的技术手段,实施包装作业,以达到规定的数量和质量。

包装与产品是一对孪生子,有了产品就要有包装加以保护。从设计角度上来说,“包”是用一定的材料把东西裹起来,其根本目的是使东西不易受损,方便运输,这是实用科学的范畴,是属于物质的概念;“装”指事物的修饰点缀,这是指把包裹好的东西用不同的手法进行美化装饰,使包裹在外表看上去更漂亮,这是美学范畴,是属于文化的概念。单纯的讲“包装”是将这两种概念合理有效地融为一体,如图1-3所示。



图1-1 原始包装



图1-2 保护性与装饰性并存的包装



图1-3 包装与产品



## 提示

根据中国《辞海》中的解释,以及传统上被人们所接受的释义,“包”的意思有保藏、包裹、收纳等,而“装”则有装束、装扮、装载、装饰与样式、形貌等意思。

21 世纪的包装,已不仅仅是简单的保护和容纳产品,而是发展成为沟通生产与消费的桥梁。包装设计作为一种重要的文化现象,已成为人类经济活动中的自觉行为,在其发展过程中已由过去的产品包装升华为当今的文化包装,如图 1-4 所示。这就是包装设计在 21 世纪,所拥有的新的文化内涵。

总之,包装是使产品从生产企业到消费者手中,保护其实用价值和价值的顺利实现而具有特定功能的系统。同时包装又是构成商品的重要组成部分,是实现商品价值和使用价值的手段,是商品生产与消费之间的桥梁,与人们的生活密切相关。图 1-5 所示为日常生活中常见的包装。



图 1-4 当代包装



图 1-5 生活中的包装

## 1.2 包装功能

世界各国对包装的涵义有不同的理解,说法也不尽相同,但是基本意思是一致的,都是以包装的功能作用为其核心内容。而包装具有多种功能,大致可以概括为 3 种基本功能:保护功能、方便功能和销售功能。

## 1. 保护功能 &gt;&gt;&gt;&gt;

包装的保护功能是最基本,也是最重要的功能。其一它应能保护产品在物流过程中,不受到质量和数量上的损害或损失。商品在流通过程中,对其产生伤害的因素如温度、湿度、气体、放射线、微生物、昆虫等,它们均可以损害包装,危害产品;商品在运输、装卸、储存过程中,因人为操作不当,而常使商品受到冲击、振动、跌落而损伤,或因堆放层数过多而压坏。因此,应根据不同产品的形态、特征、运输环境、销售环节等因素,以最适当的材料、设计合理的包装容器和技术,赋予包装充分的保护功能,保护内装产品的安全,如图 1-6 所示。其二对危险货物采用特殊包装,注意防止其对周围环境及人和生物的伤害。

## 2. 方便功能 &gt;&gt;&gt;&gt;

现代商品包装能为人们带来许多方便,这对提高工作效率和生活质量,都发挥着重要作用。包装的方便功能应体现在如下几个方面。



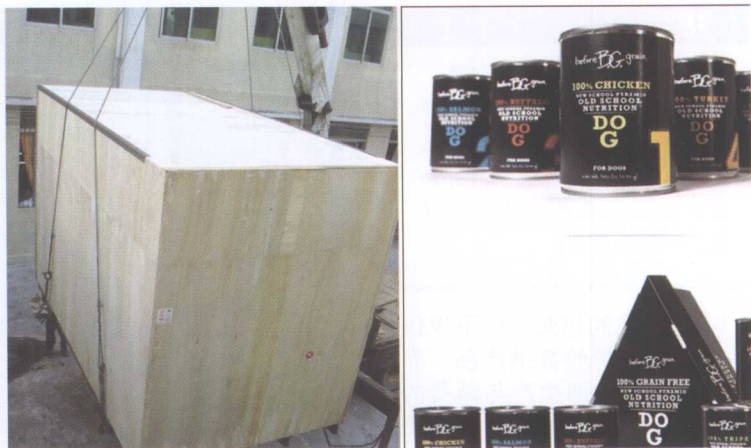


图1-6 包装的保护功能

▶▶ **方便生产** 包装要适应生产机械化、专业化、自动化的需要，兼顾资料能力和生产成本，使两者之间有机地配合起来，提高劳动生产率。

▶▶ **方便储运** 对每件包装容器的质量、体积，均应考虑各种运输工具的方便装卸，也应考虑人工装卸货物的重量一般不超过20kg；同时还要考虑流通过程中入库，商店、住宅储藏方式、货架陈列效果，消费者室内摆设、保管等，如图1-7所示。



图1-7 方便陈列的包装

▶▶ **方便使用** 适合的包装，应使消费者在开启、使用、保管、收藏时感到方便。比如使用易拉罐、喷雾包装、便携式包装等，以简明扼要的语言或图标，向消费者说明注意事项及使用方法，方便使用，如图1-8所示。



图1-8 方便使用的包装

▶▶ **方便处理** 指部分包装具有重复使用、回收再生功能，比如啤酒、饮料的玻璃瓶，包装废弃物（纸包装、木质包装、金属包装等）的回收再生复用，有利于节省资源，保护环境，如图1-9所示。



图1-9 方便回收的包装



## 第1章 认识包装设计

## 3. 销售功能 &gt;&gt;&gt;&gt;

包装好比无声的推销员,好的包装能吸引消费者的注意,激发购买欲望。包装的销售功能是通过包装设计来实现的。优秀的包装设计,以其精巧的造型、合理的结构、醒目的商标、得体的文字和明快的色彩等艺术语言,直接刺激消费者的购买欲望,并导致购买行为,如图1-10所示。

有些包装还具有潜在价值,比如美观实用的包装容器,在内装物用完后还可以用来盛装其他物品,如图1-11所示。造型独特别致的容器,印刷精美的装饰,不但能提高商品售价,促进商品销售,同时还可以作为艺术鉴赏收藏。



图1-10 具有艺术效果的包装



图1-11 可再利用的包装容器

## 1.3 包装结构设计

结构设计是指包装纸盒造型结构与容器造型形态设计两方面,这是一个复杂庞大的体系。因为包装设计是一门综合性的边缘交叉学科,其中构成包装立体造型形态的结构、功能、形态、色彩、材质等要素,与包装平面信息设计两大部分相互依托,形成包装设计的统合与整体性思考特征。

## 1. 纸盒结构设计 &gt;&gt;&gt;&gt;

由于纸材轻便,便于印刷装潢、加工、运输和携带,经济成本低,因而在包装上应用十分广泛。包装纸盒分粘贴纸盒和折叠纸盒两大类,前者多用于较为高档的产品包装或礼品包装,成本较高;后者由于适合于大批量生产加工,是应用最广泛的一类,如图1-12所示。

纸盒结构可以分为保护性结构、应用性结构和装饰性结构3类功能性结构。保护性结构即加强防护和牢固的结构;应用性结构即方便于应用的结构;装饰性结构即加强形态装饰变化的结构,如图1-13所示。



图1-12 纸盒包装





图1-13 应用性与装饰性纸盒包装

## 2. 容器结构设计 >>>>

包装的结构设计就是根据被包装产品的特征、环境因素和用户要求等，选择一定的材料，采用一定的技术方法，科学地设计出内外结构合理的容器。包装容器设计是为人所使用的造物活动，其设计的价值与意义应体现对人性的关爱，容器设计应与人体工学的三大基本理念密切结合。

物理机能 保护所盛装的内容物能够便于运输、便于销售，包装容器结构要具有牢固性，容器材料符合规定的理化性能，如图1-14所示。



图1-14 符合物理机能的包装容器

生理机能 设计的包装容器造型，要方便开启使用，即符合人的生理机能，如图1-15所示。



图1-15 符合生理机能的包装容器

心理机能 容器造型、材质、肌理、色彩运用要有视觉美感，即符合人的心理机能以及信息感应方面的需求，如图1-16所示。





图1-16 符合心理机能的包装容器

塑料包装容器是指将塑料原料经成型加工制成，用于包装物品的容器，其特点是密度小、质量轻；可透明也可不透明；易于成型加工，只要更换模具，即可得到不同品种的容器，并容易成批量生产，如图1-17所示。



图1-17 塑料包装容器

金属材料是近代4种主要包装材料之一，目前金属容器广泛应用于食品工业，作为食品罐头、饮料、糖果的包装容器，同时也用于化工领域，比如油漆、油墨、燃料、化妆品、医药和日用品的包装，如图1-18所示。



图1-18 金属包装容器

商品销售包装所用的玻璃容器主要是玻璃瓶罐，它们具有耐酸、耐碱、无毒、无味、透明、易于密封、造型美观、价格低廉、能重复循环使用和废料回收利用、制造原料充足等特点。玻璃

瓶罐品种繁多, 从容量为 1ml 的小瓶到十几立升的大瓶; 从圆形、方形到异形瓶; 从无色透明到琥珀色、绿色、蓝色、黑色的遮光瓶以及不透明的乳浊玻璃瓶等, 不胜枚举, 如图 1-19 所示。



图1-19 玻璃包装容器

## 1.4 包装设计的三大构成要素

包装设计即指选用合适的包装材料, 运用巧妙的工艺手段, 为包装商品进行的容器结构造型和包装的美化装饰设计。从中可以看到包装设计的三大构成要素。

### 1. 外形要素 >>>>

外形要素就是商品包装展示面的外形, 包括展示面的大小、尺寸和形状。日常生活中所见到的形态有 3 种, 即自然形态、人造形态和偶发形态。

形态构成就是外形要素, 或称之为形态要素, 就是以一定的方法构成的各种千变万化的形态, 形态是由点、线、面、体这几种要素构成的。包装的形态主要有: 圆柱体类、长方体类、圆锥体类和各种形体, 以及有关形体的组合及因不同切割构成的各种形态包装, 如图 1-20 所示。



图1-20 各种形态包装

形态构成的新颖性对消费者的视觉引导起着十分重要的作用, 奇特的视觉形态能给消费者留下深刻的印象。包装设计者必须熟悉形态要素本身的特性及其表情, 并以此作为表现形式美的素材, 如图 1-21 所示。





图1-21 形态奇特的包装

## 提示

在考虑包装设计的外形要素时,还必须从形式美法则的角度去认识它。按照包装设计的形式美法则结合产品自身功能的特点,将各种因素有机、自然地结合起来,以求得完美统一的设计形象。包装外形要素的形式美法则主要从对称与均衡法则、安定与轻巧法则、对比与调和法则等方面加以考虑。

## 2. 构图要素 &gt;&gt;&gt;

构图是将商品包装展示面的商标、图形、文字和色彩组合排列在一起形成的一个完整的画面。这4方面的组合构成了包装装潢的整体效果。商品设计构图要素运用得正确、适当、美观,就可称为优秀的设计作品。

商标是一种符号,是企业、机构、商品和各项设施的象征。商标的特点是由它的功能、形式决定的。它要将丰富的传达内容以更简单、更概括的形式,在相对较小的空间里表现出来,同时需要观察者在较短的时间内理解其内在的含义。商标一般可分为文字商标、图形商标以及文字图形相结合的商标3种形式,如图1-22所示。

包装装潢的图形主要指产品的形象和其他辅助装饰形象等。图形作为设计的语言,就是要把形象的内在、外在的构成因素表现出来,以形象的视觉形式把信息传达给消费者。要达到此目的,图形设计的准确定位是非常关键的,而图形就其表现形式可分为实物图形和装饰图形,如图1-23所示。

文字是传达思想、交流感情和信息、表达某一主题内容的符号。商品包装上的牌号、品名、说明文字、广告文字以及生产厂家、公司或经销单位等,反映了包装的本质内容。设计包装时必须把这些文字作为包装整体设计的一部分来统筹考虑,如图1-24所示。



图1-22 包装中的商标

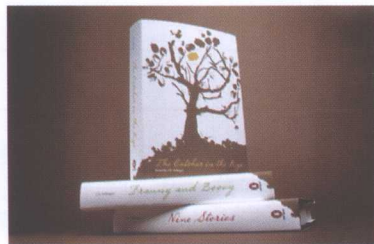


图1-23 装饰图形和实物图形



图1-24 包装中的文字

## 技巧

包装装潢设计中的文字设计的要点有: 文字内容简明、真实、生动、易读、易记; 字体设计应反映商品的特点、性质、有独特性, 并具备良好的识别性和审美功能; 文字的编排与包装的整体设计风格应和谐。

## 3. 材料要素 &gt;&gt;&gt;&gt;

材料要素是商品包装所用材料表面的纹理和质感, 它往往影响到商品包装的视觉效果。利用不同材料的表面变化或表面形状, 可以达到商品包装的最佳效果。包装用材料, 无论是纸类材料、塑料材料、玻璃材料、金属材料、陶瓷材料、竹木材料以及其他复合材料, 都有不同的质地肌理效果。运用不同材料, 并妥善地加以组合配置, 可给消费者以新奇、冰凉或豪华等不同的感觉, 如图 1-26 所示。材料要素是包装设计的重要环节, 它直接关系到包装的整体功能和经济成本、生产加工方式及包装废弃物的回收处理等多方面的问题。



图1-25 包装中的色彩



图1-26 包装中的材料

## 1.5 包装设计中色彩的运用

在众多的商品包装设计中, 色彩是吸引消费者注意的最快捷方式。丰富的色彩传递着各种不同的情趣, 展示着不同的品质风格和装饰魅力。追求设计语言的纯粹是设计师孜孜以求的, 他们以更加理性的独特视角, 努力摆脱设计流行中的喧闹、繁杂、缤纷艳丽的手法, 积极寻找色彩设计的理性与单纯。

色彩的选择与组合在包装设计中是非常重要的, 往往是决定包装设计优劣的关键。追求包装色彩的调和、精炼、单纯, 实质上就是要避免包装上的用色过多的累赘。五颜六色的艳丽繁华未必引人喜爱, 反倒可能给人一种华而不实的印象, 使人产生眼花缭乱之感。恰当使用简约的色彩语言, 更能体现设计者驾驭色彩的能力, 最大限度发挥色彩的潜能, 如图 1-27 所示。



图1-27 包装中的简约色彩