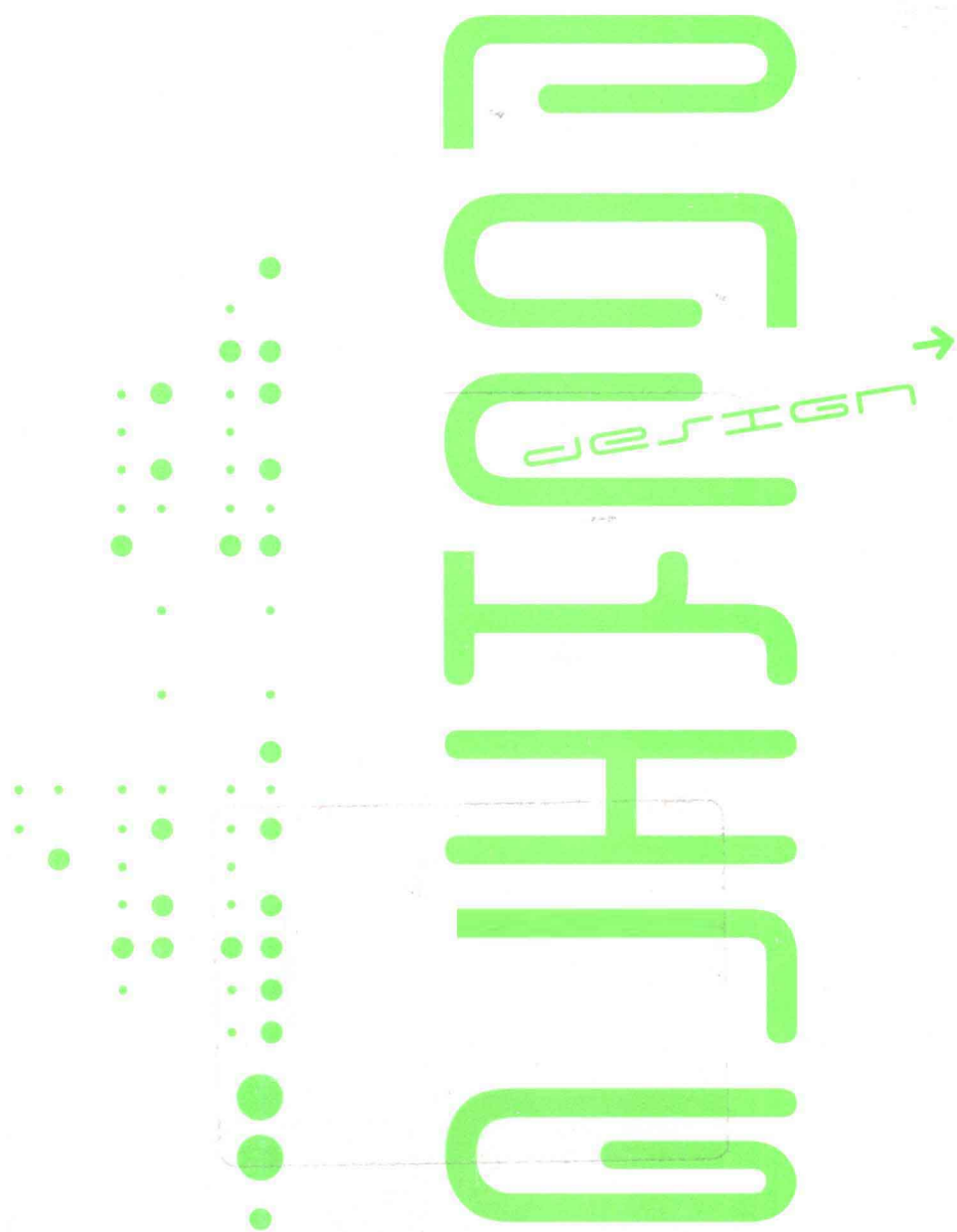


中国美术院校艺术设计学科教材丛书

包装设计教程

刘莎李明著

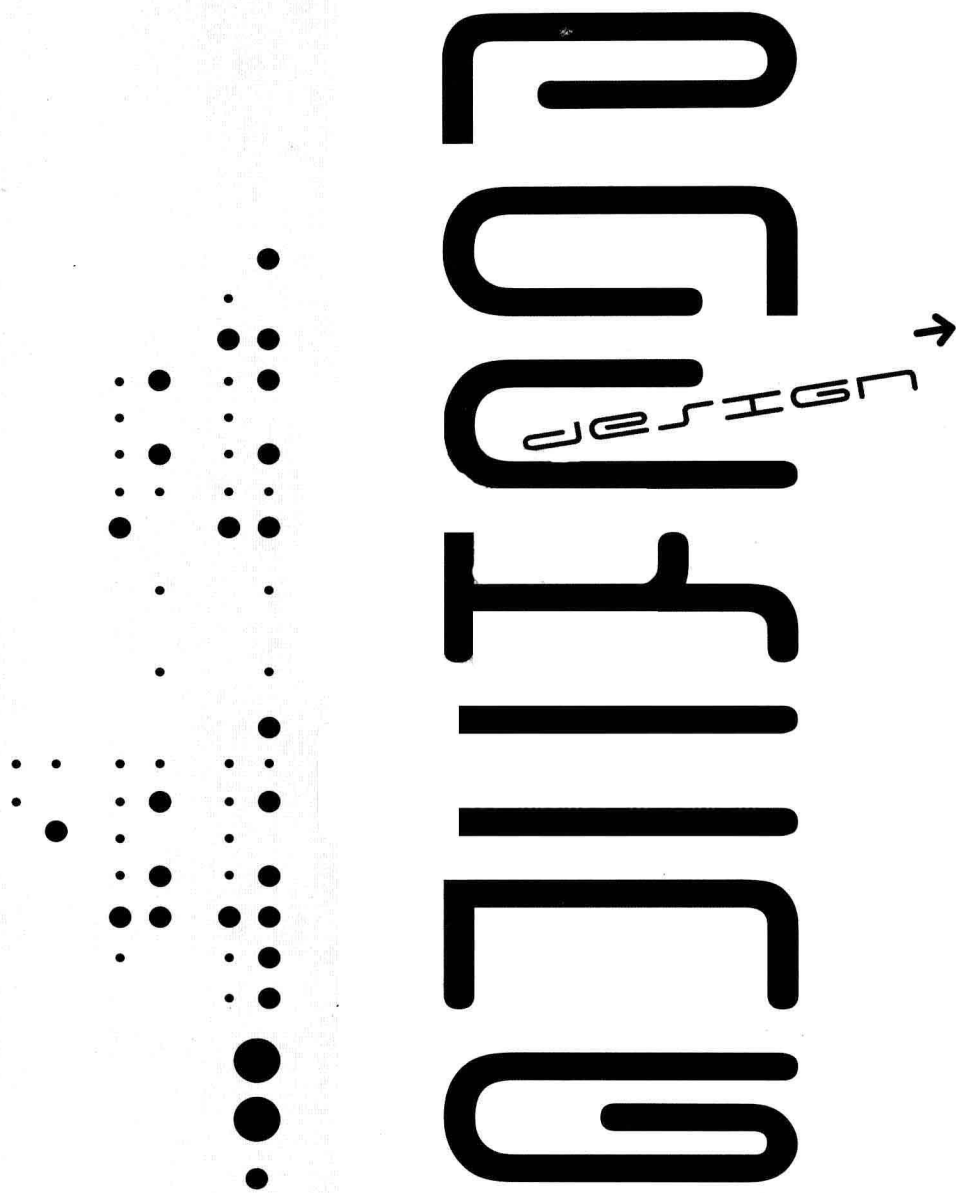


中国美术学院出版社

中国美术院校艺术设计学科教材丛书

包装设计教程

刘莎李明著



中国美术学院出版社

责任编辑 章腊梅
装帧设计 徐小祥
责任校对 方 舟
责任出版 葛炜光

图书在版编目 (C I P) 数据

包装设计教程 / 刘莎, 李明著. —杭州: 中国美术学院出版社, 2011. 11
(中国美术院校艺术设计学科教材丛书)
ISBN 978-7-5503-0180-1

I. ①包… II. ①刘… ②李… III. ①包装设计—高等学校—教材 IV. ①TB482

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第229392号

包装设计教程

刘 莎 李 明 著

出 品 人: 傅新生
出 行: 中国美术学院出版社
地 址: 中国·杭州南山路 218 号 邮政编码: 310002
[http:// www.caapress.com](http://www.caapress.com)
经 销: 全国新华书店
制 版: 杭州海洋电脑制版印刷有限公司
印刷 (CTP): 浙江省邮电印刷股份有限公司
版 次: 2012 年 1 月第 1 版
印 次: 2012 年 1 月第 1 次印刷
开 本: 787mm × 1092mm 1/16
印 张: 7.5
字 数: 25 千
图 数: 220 幅
印 数: 0001—3000
ISBN 978-7-5503-0180-1
定 价: 32 .00 元

现代包装设计顺应时代潮流的发展，具有了相当重要的地位，包装除了保护、宣传和促销等作用外，已成为产品的重要组成部分，而且还显示出塑造品牌形象、产品形象乃至提升企业形象的强大能力。

在经济迅猛发展的今天，各式各样的产品充满着整个市场，竞争之激烈，已促使各企业通过多种途径来引起消费者的注意，在超级市场的零售方式中，消费者的购买信心很大程度上是通过比较完成的，残酷的商业竞争使设计师面临着前所未有的机遇与挑战。现代大型超级市场中的商品大都在两万种以上，商品被按照类别摆在货架上供人自行挑选，没有推销人员，完全要靠包装本身的说服力。越是优秀的包装设计，其销售力也就越强。好的包装设计会与消费者发生关联，产生共鸣，并会让消费者情不自禁地购买。杜邦定律这样描述：63%的消费者是根据商品的包装和装潢进行购买决策的：到超级市场购物的家庭主妇，被精美的包装吸引，所购物品通常超过她们预期购买数量的45%。可以看出，包装是商品的外表形象，它作为商品的视觉形象进入消费者的视线，强烈地刺激着消费者的购买欲望。

本教程的基本内容着力于市场与设计、理论与实践相结合，以“包装发展史与包装设计原理”、“包装材料与结构”、“包装设计的市场调查与设计定位”、“包装设计构思与表现形式”、“现代包装的设计认识”，构成一个完整的教学体系。由理论到实践再到技巧发挥。教程注重理性分析，注重原创表现，反对设计教学中一贯存在的盲目化、概念化和唯美主义化，坚持设计与市场、理论与实践的相结合的教学方针，以期准确有效地把学生培养成为实用型的设计人才。

目录
Contents



001 第一章 包装设计概述

- 002 第一节 包装设计的概念
- 008 第二节 包装设计的功能
- 011 第三节 包装设计的流程



013 第二章 包装容器设计

- 014 第一节 包装容器的构成要素
- 015 第二节 包装容器的分类
- 018 第三节 纸质包装的优势
- 020 第四节 包装容器的空间与形体
- 028 第五节 包装容器与人体工学



031 第三章 包装市场调查与设计定位

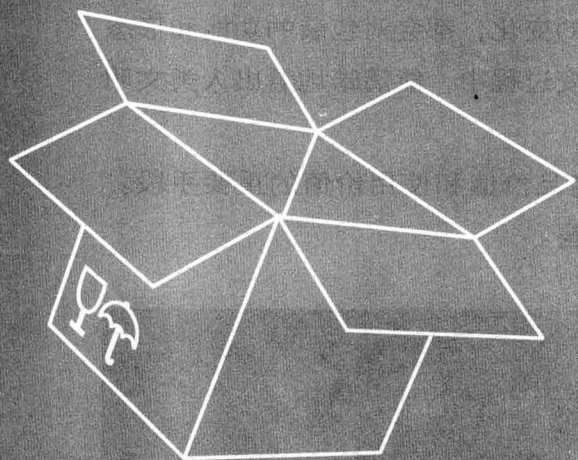
- 032 第一节 包装市场调查
- 036 第二节 包装设计定位



039	第四章 包装设计构思与表现形式	063	第五章 现代包装设计的认识	075	第六章 包装设计作品赏析
040	第一节 包装设计构思	064	第一节 与环境友好的包装		
044	第二节 包装设计表现形式	066	第二节 包装设计的民族性		
052	第三节 色彩的应用	068	第三节 包装设计中的经典		
054	第四节 字体的运用				
056	第五节 编排的形式				
058	第六节 系列化包装设计				

第一章 包装设计概述

第一章 包装设计概述



第一章 包装设计 概述

第一节 包装设计的概念

在人类漫长的历史文明进化过程中，每一项科技发明、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与促进。从包装的发展演变过程中，能清晰地看出人类文明发展进步的足迹。

包装是商品附属的一部分，是体现商品价值和使用价值的重要手段。包装的基本职能是保护商品和促进商品销售。



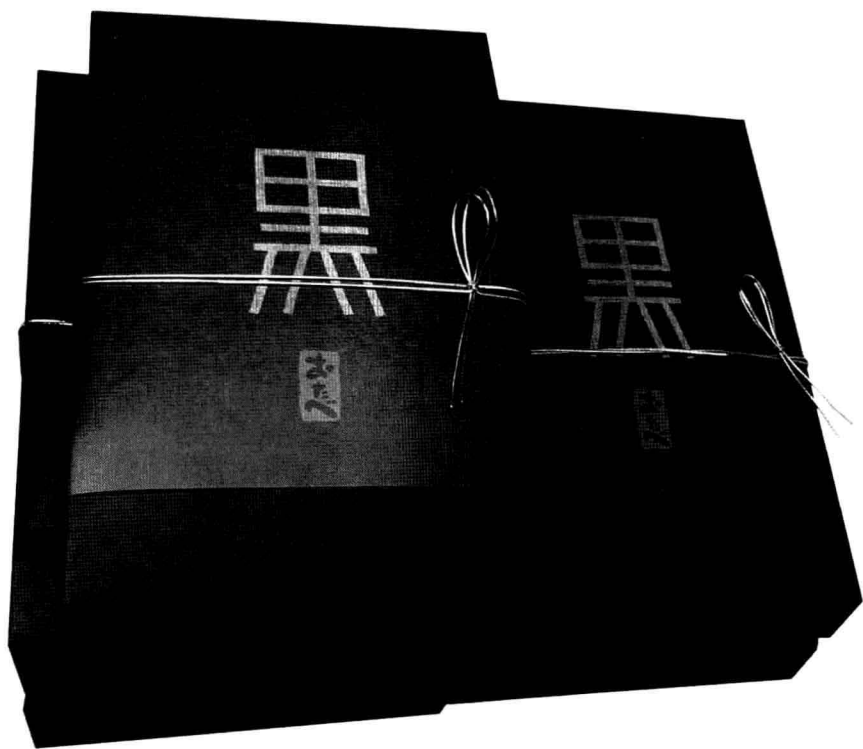
包装对消费者而言，是能够满足便利、满足需要的功能；包装对商家而言，是产品的一部份、能反应产品价位和档次；是促进销售的促销工具之一；是无声的推销员、是免费的广告、是产品质量的体现，是企业形象的携带者；也是营销通道的使者。

美国的包装概念：包装是产品的运输和销售所作的准备行为。是符合产品的需求，依据最佳的成本，便于货物的转运、流通、交易、储存与贩卖而实施的统筹整体系统的准备工作。

英国的包装概念：包装是为货物的运输和销售所做的艺术、科学和技术上的准备工作。

日本的包装概念：包装是便于物品的输送及保管，并维护商品的价值，保持商品的状态而用适当的材料或容器对物品所实施的技术及其实施的状态。

我国的包装概念：为在流通过程中保护产品，方便运输，促进销售，按一定技术方法采用的容器、材料及辅助物等的总体名称。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等的操作活动。





学生作品 设计：高原 / 缪杰杰 指导教师：刘莎



学生作品 设计：林崇崇 / 张珂苒 指导教师：刘莎

包装设计可分为包装造型设计、包装结构设计、包装材质设计、包装平面视觉传达设计几个部分。

1. 包装造型设计

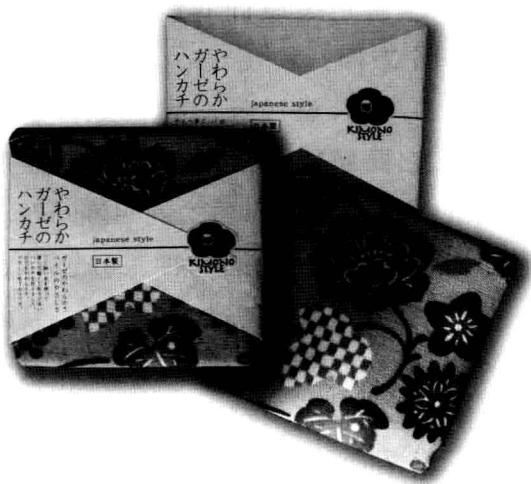
包装造型设计又称形体设计，是指包装容器的造型。它运用美学原则，通过形态、色彩等因素的变化，将具有包装功能和外观美的包装容器造型，以视觉形式表现出来。包装容器必须能可靠地保护产品，必须有优良的外观，还需具有相适应的经济性等。

2. 包装结构设计

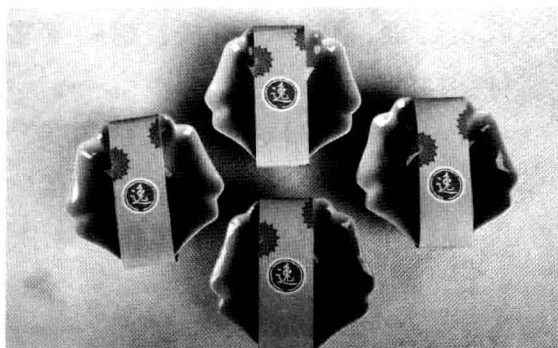
包装结构设计是从包装的保护性、方便性、复用性等基本功能和生产实际条件出发，依据科学原理对包装的外部 and 内部结构进行具体考虑而得的设计。一个优良的结构设计，应当以有效地保护商品为首要功能；其次应考虑使用、携带、陈列、装运等的方便性；还要尽量考虑能重复利用，能显示内装物等功能。



学生作品 设计：周苗苗 / 胡婷婷 指导教师：刘莎



学生作品 设计：林崇崇 / 张珂苒 指导教师：刘莎



学生作品 设计：李磊磊 指导教师：刘莎

3. 包装材质设计

包装设计除了要考虑造型与结构之外，还要进行包装材质的选择。不同的包装材质有着不同的性能，决定了不同的制作工艺和表面视觉和触觉效果，在进行包装设计时要充分发挥不同材质的特性和长处

4. 包装平面视觉传达设计

包装平面视觉传达设计是以图案、文字、色彩、浮雕等艺术形式，突出产品的特色和形象，通过艺术设计的手法、力求造型精巧、图案新颖、色彩明朗、文字鲜明，装饰和美化产品，直观准确的传达产品信息，以促进产品的销售。





理解包装设计的概念可通过以下四个方面：

1. 包装设计是一种视觉传达设计，它要解决产品的促销、企业形象的宣传、产品品质的说明等问题。

2. 包装设计是一种工程设计，它要解决产品的保护、运输、储藏等一系列问题，还要解决如何减少对环境的污染，保护生态的问题。

3. 包装设计是一种复合性设计，它综合了社会学、经济学、心理学以及物理、化学、机械、材料等多种学科的知识、技能。

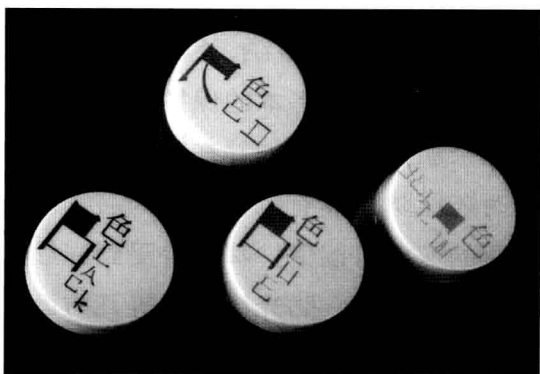
4. 包装设计合乎了人的审美、生活需求，生产技术、环境生态的需求，商品的保护、运输、销售的需求。



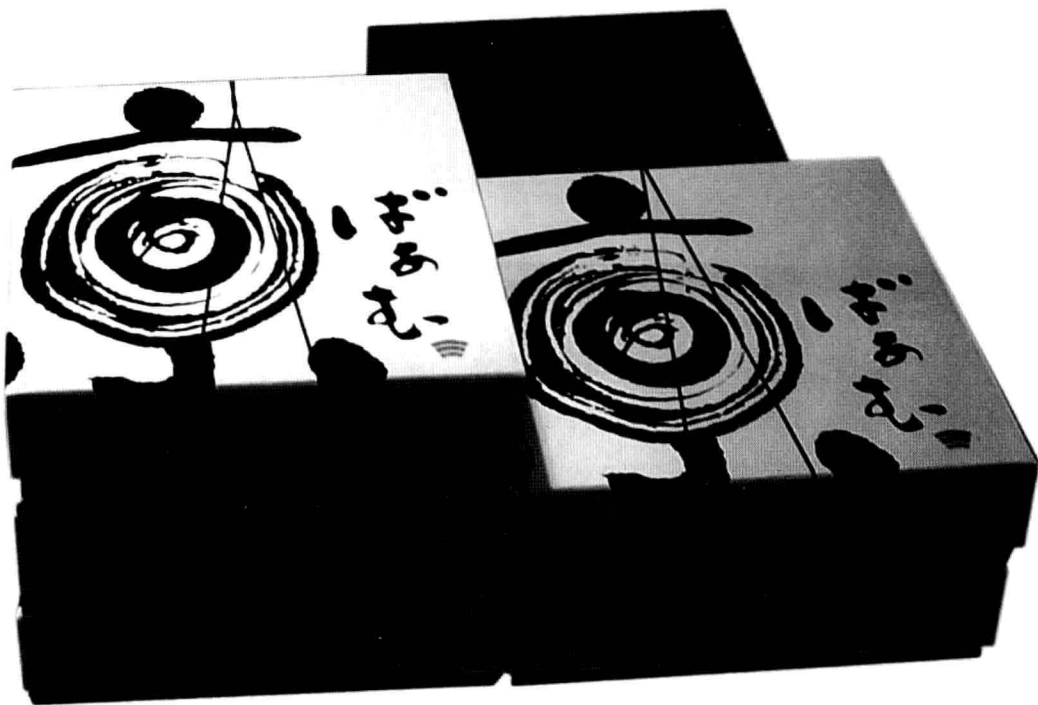
学生作品 设计：林倩倩 / 徐莎莉 / 宓佳露 指导教师：刘莎



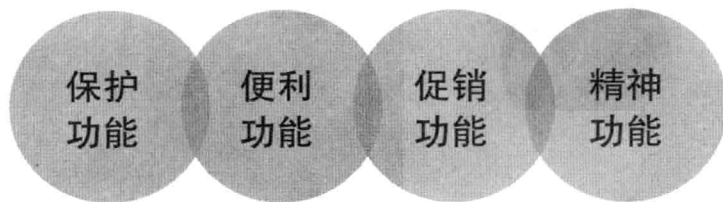
学生作品 设计：叶漂漂 指导教师：刘莎



学生作品 设计：周斌 指导教师：刘莎



第二节 包装设计的功能



1. 保护功能 容纳、包裹、捆扎，使商品的内容、质量、性能、形态不变，是包装对商品最基本的保护功能。良好的包装能保护商品主要成分的稳定性，防止杂质成分的增加并在商品流通中具有防震、防压、防腐、防盗的功能，同时还能防止具有危害性的内装物对人、生物和环境造成可能的危害。如啤酒瓶的深色可以保护啤酒少受到光线的照射，不变质。还有各种复合膜的包装可以在防潮、防光线辐射等几方面同时发挥作用。有的包装需要提供长时间甚至几十年不变的保护，如红酒。而有的包装则需要可以运用简单的方式设计制作，可以轻易的销毁。

2. 便利功能 方便生产与储存运输、展销、携带、消费、降低成本消耗、



学生作品 设计：郑科亚 / 徐莎莉 指导教师：刘莎

提高功效，有利于环境保护与包装废弃物的回收利用处理，是包装的便利功能。科学的包装能为人们的活动节约宝贵的时间，如快餐配套包装、易开包装等带来的时间便利，规格标准化包装、挂式包装、大型组合产品拆卸分装为我们带来的空间便利，便携式与易拉盖式包装为我们带来的使用便利。

3. 促销功能 包装是产品信息的载体之一，必须将产品的数量、质量、使用方法、生产保存日期、生产企业、企业地址及生产标准等信息标明，消费者才能准确地识别购买。



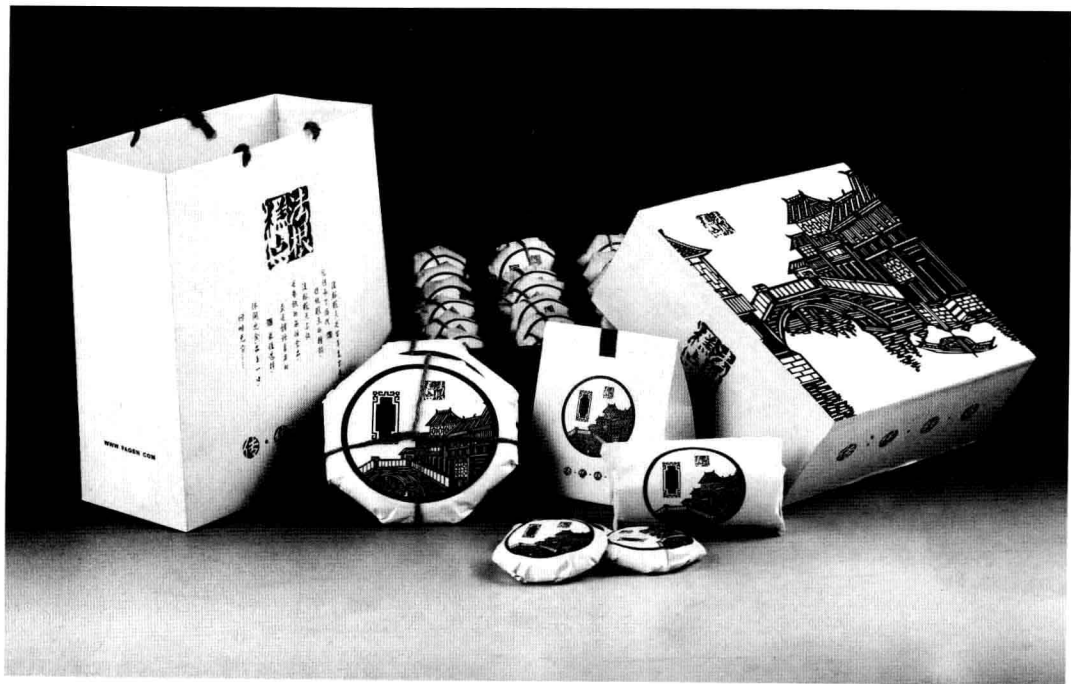
学生作品 设计：王洪敏 指导教师：刘莎

学生作品 设计：林崇崇 / 张珂苒 指导教师：刘莎



包装设计是以“美”为基础的，商品与商品的竞争除了商品本身的质量、性能、价格、知名度和相关的服务之外，包装设计水平的高低也影响到商品的销售状况。

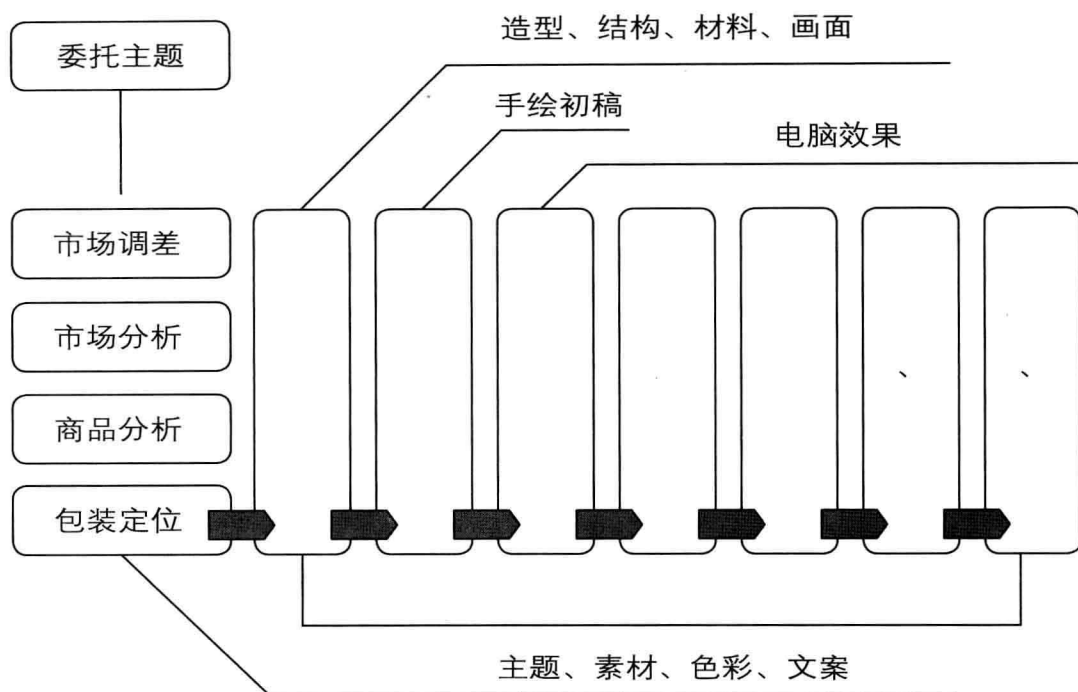
4. 精神功能 优秀的包装作品是适合人的需要的、美好的、创造性的人为事物，必须在包与装的同时，注意结构和品位文化含量。使人通过产品在外包装的色彩、质地、造型就可感受到独特的设计风格和相应的艺术气息，以及设计的民族性和地方文化特色。也反映时代的生产、科技发展水平。现代包装寻求的是功能与形式之间最佳的对应组合，以尽可能美的视觉效果取得尽可能大的功能效益。



学生作品 设计：方可馨 / 卢佳妮 / 沈晓萍 指导教师：刘莎

第三节 包装设计的流程

从接收到包装设计的委托主题开始，必须要有科学的方法来循序渐入，下图是包装设计的流程：



思考题

1. 包装设计的概念是什么？
2. 怎样理解各国对包装设计的概念定义？
3. 包装设计分为那几个部分？
4. 从那几个部分了解包装设计的概念？
5. 包装设计有那些功能？
6. 包装设计流程是怎样的？

