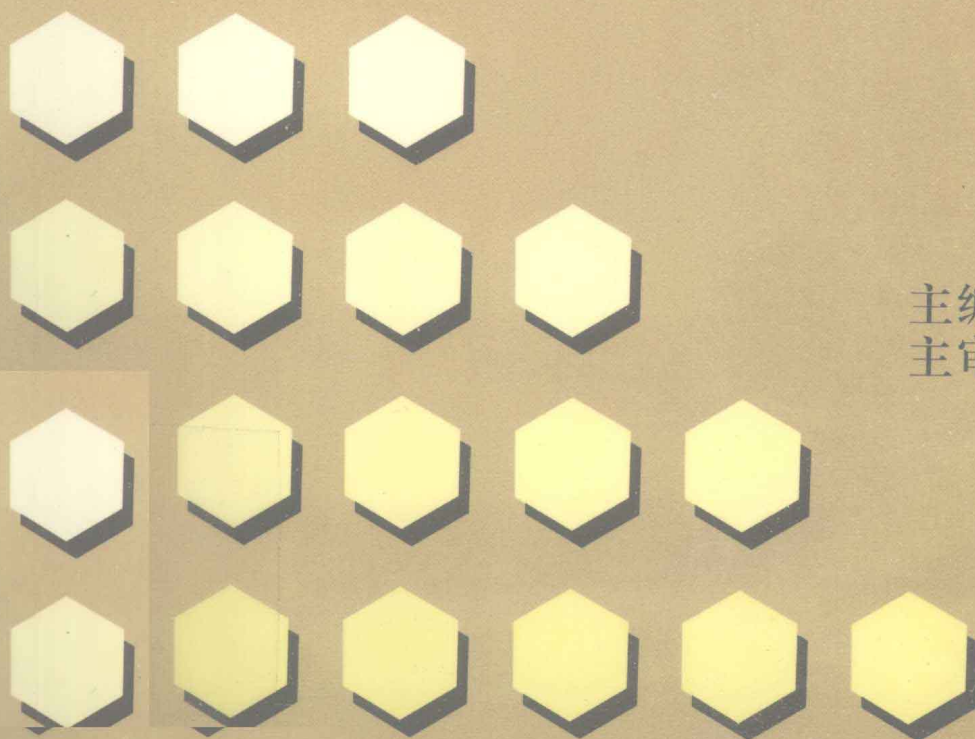


高等教育包装统编教材



# 包装造型与 装潢设计基础



主编：肖 禾  
主审：聂南溪



印刷工业出版社

普通高等教育包装统编教材

# 包装造型与装潢设计基础

主 编	肖 禾			
副主编	刘淑琴	沈大为		
主 审	聂南溪			
编 著	肖 禾	沈大为	刘淑琴	
	李 芃	边世良	刘牧千	
	周红惠	肖 晟		

印刷工业出版社

## 内 容 摘 要

本书共六章。内容包括包装设计概论、美术书法与设计、包装造型设计基础、平面设计基础、包装装潢设计、企业形象设计。

本书是为适应包装工程专业工科生补充融汇艺术设计素质教学而编写的，作为普通高校包装工程专业本科教材，也适用于相关专业和成人教育作为教材，还可作为包装设计自学参考书。

### 图书在版编目 (CIP) 数据

包装造型与装潢设计基础/肖禾主编. - 北京: 印刷工业出版社, 2000.5

普通高等教育包装统编教材

ISBN 7-80000-370-1

I. 包… II. 肖 III. ①产品-包装-造型设计-高等学校-教材 ②产品-包装-装潢-设计-高等学校-教材 IV. J524.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 74552 号

### 印刷工业出版社出版发行

(北京市复外翠微路 2 号 邮政编码: 100036)

山东高青县印刷厂印刷

各地新华书店经售

787×1092 毫米 1/16 印张: 12.5 字数: 320 千字

2000 年 8 月第一版第一次印刷

印数 1-5000 定价: 23.00 元

## 全国包装教材编审委员会

主任	何玉明		
副主任	苏鹏福	宋尔涛	戴宏民
秘书长	刘玉生		
委员	许林成	潘松年	刘喜生
	杨仲林	宋宝峰	王余良
	孙蓉芳	孙凤兰	金银河
	赖植滨	金国斌	王德忠
	王瑞栋	黄健	刘晓玫

## 全国普通高校包装工程专业统编教材

包装材料学 .....	刘喜生主编
运输包装 .....	彭国勋主编
包装工艺学 .....	潘松年主编
包装机械概论 .....	孙凤兰主编
包装机械设计 .....	许林成主编
包装自动控制原理及过程自动化 .....	宋尔涛主编
包装计算机辅助设计 .....	王德忠主编
包装测试技术 .....	山静民主编
包装容器结构设计与制造 .....	宋宝峰主编
包装造型与装潢设计基础 .....	肖禾主编
包装印刷 .....	金银河主编
包装管理 .....	戴宏民主编
包装专业英语 .....	陈为旭主编

# 前 言

在改革开放的浪潮中，伴随着我国包装工业而崛起的包装教育，近几年成果累累。首先是我国的包装工程专业自 1984 年第一次以试办专业的身份列入我国本科专业目录后，经过全国 17 所高等学校 8 年的试办，1993 年被国家教委批准摘掉了试办的“帽子”，正式列入本科专业目录，使包装专业在我国高等教育中占据了一席之地。其次是在我国形成的多层次、多形式相结合的包装教育体系中，中国包装技术协会和中国包装总公司创办的我国第一所以包装专业为核心的包装高等学校——株洲工学院，近几年围绕包装办学，已由单一的包装工程专业逐步发展成印刷技术、包装设计、装饰艺术设计、包装机械与自动控制等多个专业和方向。与此同时，全国已有近 30 所高等院校先后设置了包装工程本科专业，80 多所学校开办了与包装相关的专业，几乎覆盖了包装的所有行业。包装研究和为包装服务的领域更全面、更广泛、更深入，这批院校已成为我国包装教育的主要基地。第三是由中国包装协会和中国包装总公司于 1984 年组织全国 36 位包装专家和学者编写的我国第一套 13 种全国包装专业高等教材已于 1989 年正式出版，并被全国 40 多所院校所选用，从而开创了我国包装教材编写的先河，填补了我国包装教材的“空白”，对促进我国包装教育起了极大的推动作用。

但是随着我国包装工业和包装教育的发展，第一套教材无论在内容和课程体系上已经不适应当前的发展形势，于是经过请示及各高校协商，包装教育委员会决定成立第二届全国包装教材编审委员会，并在第一套全国包装教材的基础上，组织全国 19 所高等院校和科研院所的 80 多位专家、教授编写我国第二套全国包装专业高等教材。这套教材包括：《包装材料学》、《包装管理》、《包装自动控制原理及过程自动化》、《包装容器结构与制造》、《包装工艺学》、《包装造型与装潢设计基础》、《包装机械概论》、《包装印刷》、《包装机械设计》、《包装测试技术》、《包装计算机辅助设计》、《运输包装》、《包装专业英语》等 13 种。由于这套教材是在总结第一套全国包装专业高等教材教学经验的基础上编写的，因此内容衔接和课程体系及学时的安排更加合理，教材更加切合我国包装工业的实际，我相信这套教材的出版会为我国包装教育的发展奠定新的基础。

包装教育事业是大家的事業，需要我們大家來努力，而且明天的包裝取決於我們今天的包裝教育。因此我殷切地希望全國包裝界的有識之士都來關心和支持我國的包裝教育，同時推動我國包裝高層次人才的培養，儘快發展我國包裝專業碩士生的培養，使我國包裝儘快跨入世界的先進行列。

邱純甫

一九九六年八月於北京

# 目 录

<b>第一章 包装设计概论</b> .....	( 1 )
<b>第一节 包装设计的起源与发展</b> .....	( 1 )
一、包装设计的起源.....	( 1 )
二、传统包装设计的产生与发展.....	( 1 )
三、现代包装设计的形成与展望.....	( 2 )
<b>第二节 包装设计与包装装潢的概念</b> .....	( 3 )
一、设计的一般概念.....	( 3 )
二、包装设计定义.....	( 4 )
三、包装与装潢设计在概念上的区别.....	( 5 )
<b>第三节 包装设计的基本要素</b> .....	( 5 )
一、设计课题的立项与调研.....	( 5 )
二、包装与生产工艺方式的总体定位策划.....	( 6 )
三、包装材料的选用.....	( 6 )
四、包装造型设计.....	( 6 )
五、包装结构设计.....	( 6 )
六、包装视觉传达设计.....	( 6 )
七、商品包装附加物设计.....	( 7 )
八、包装的防护技术应用处理.....	( 7 )
<b>第四节 包装设计特点与设计依据</b> .....	( 7 )
一、包装设计的原则与特点.....	( 7 )
二、依据商品与包装功能目的进行设计.....	( 8 )
<b>第二章 美术、书法基础与设计</b> .....	( 10 )
<b>第一节 美术与传统装饰</b> .....	( 10 )
一、美术的概念与内涵.....	( 10 )
二、装饰的内涵与设计.....	( 11 )
<b>第二节 绘画与设计</b> .....	( 13 )
一、关于绘画的概念.....	( 13 )
二、绘画的类型与特点.....	( 14 )
三、绘画与装潢设计.....	( 15 )
<b>第三节 书法基础与设计</b> .....	( 16 )
一、汉字书体的形成与发展.....	( 16 )
二、汉字五体书的形成特点.....	( 17 )
三、学习书法的方法.....	( 20 )
四、学习书法的工具.....	( 20 )
五、学习书法的基本要点.....	( 21 )
六、书法在装潢设计中的应用.....	( 23 )



<b>第三章 包装造型设计基础</b> .....	(25)
<b>第一节 包装造型的概念</b> .....	(25)
一、包装造型的含义.....	(25)
二、包装造型的作用意义.....	(25)
三、包装造型与结构的关系.....	(25)
<b>第二节 设计素描</b> .....	(26)
一、素描的概念.....	(26)
二、学习素描的目的与要求.....	(26)
三、素描训练的基本方法步骤.....	(27)
四、透视和比例.....	(29)
五、构思、构图与表现技法.....	(31)
<b>第三节 立体构成</b> .....	(33)
一、立体构成的概念和教学目的.....	(33)
二、立体形态和空间概念.....	(34)
三、立体构成基本方法.....	(37)
<b>第四节 包装造型设计原理</b> .....	(52)
一、形、线的对比与调和.....	(53)
二、体量的对比与调和.....	(54)
三、虚实空间的对比与调和.....	(54)
四、容器包装造型的面、线装饰对比与调和.....	(55)
<b>第五节 纸盒包装造型</b> .....	(55)
一、纸盒包装造型设计原则.....	(56)
二、纸盒造型的基本方法.....	(56)
三、纸盒包装造型方法.....	(56)
<b>第六节 硬质包装容器造型</b> .....	(62)
一、瓶盖造型法.....	(63)
二、瓶口造型法.....	(64)
三、瓶颈造型法.....	(65)
四、瓶肩造型法.....	(66)
五、胸、腹造型法.....	(66)
六、瓶足造形法.....	(67)
七、截面投影造型法.....	(68)
八、相似造形法.....	(68)
九、切点渐变造形法.....	(69)
十、形面饰线造形法.....	(69)
十一、主、侧视图造型法.....	(70)
十二、综合造型法.....	(70)
<b>第七节 包装容器造型的步骤和审美</b> .....	(72)
一、包装容器造形设计的步骤.....	(72)
二、关于包装容器造型的形式审美问题.....	(74)

第八节 金属与其它材料的包装造型	(75)
一、金属包装造型	(75)
二、其它包装造型	(76)
三、包装造型的时代感和文化性	(77)
<b>第四章 平面设计基础</b>	(78)
第一节 字体设计	(78)
一、概述	(78)
二、中文设计字体	(78)
三、外文字体	(83)
四、字体的应用设计	(87)
第二节 图形设计	(88)
一、图形的概念	(88)
二、图形的构成原理与形式法则	(88)
三、自然图形——写生与变化	(106)
四、图形的文字和文字的图形	(112)
五、图形语言	(113)
六、图形设计的心理表现	(115)
七、图形设计的表现技法	(115)
第三节 设计色彩	(117)
一、色彩的感知	(117)
二、色彩的三性	(119)
三、色立体	(122)
四、色彩视觉感受的心理反应	(125)
五、色彩的对比	(128)
六、色彩调和的原理	(129)
七、配色的要求	(131)
<b>第五章 包装装潢设计</b>	(133)
第一节 包装装潢的功能原则	(133)
一、包装装潢功能的时代性	(133)
二、现代包装装潢的功能	(133)
第二节 包装装潢设计程序	(135)
一、包装设计程序的概念	(135)
二、包装装潢设计程序	(135)
第三节 包装装潢设计展开	(137)
一、创意(构思)的概念	(137)
二、创意的思维模式	(137)
三、创意的方法	(137)
四、构图	(139)
五、形式美的法则	(144)
六、包装装潢设计中文字的编排	(144)

七、包装装潢设计色彩的应用·····	(146)
<b>第四节 包装装潢设计的表现技法</b> ·····	(147)
一、绘画表现·····	(147)
二、装饰表现·····	(147)
三、摄影表现·····	(148)
四、喷绘·····	(148)
五、转印·····	(148)
六、拼贴·····	(148)
七、计算机辅助设计·····	(148)
<b>第五节 包装装潢应用设计</b> ·····	(148)
一、包装纸、包装袋·····	(148)
二、礼品包装装潢设计·····	(149)
三、系列化包装设计·····	(150)
四、组合包装设计·····	(151)
五、传统包装·····	(151)
六、成组包装·····	(152)
七、配套包装·····	(152)
八、POP式包装·····	(153)
<b>第六节 包装装潢应注意的问题</b> ·····	(153)
一、我国包装装潢的有关法规·····	(153)
二、出口商品包装装潢应注意的问题·····	(153)
三、关于条形码·····	(156)
<b>第六章 企业形象设计</b> ·····	(158)
<b>第一节 企业形象设计基础知识</b> ·····	(158)
一、企业形象设计的概念·····	(158)
二、企业形象的作用·····	(158)
<b>第二节 企业形象战略的形成与发展</b> ·····	(159)
一、企业形象设计的初创时期·····	(159)
二、CI的兴盛与成熟·····	(160)
三、CI在国内的起步与发展·····	(160)
<b>第三节 企业形象的构成体系</b> ·····	(161)
一、理念识别系统·····	(161)
二、行为识别系统·····	(161)
三、视觉识别系统·····	(162)
<b>第四节 企业形象设计的原则</b> ·····	(162)
一、企业形象设计的基本原则·····	(162)
二、导入CI的时机·····	(163)
<b>第五节 企业形象设计步骤及方法</b> ·····	(164)
一、对CI的认识准备与立案·····	(164)
二、企业内部与外部经营环境调查·····	(164)

三、企业整体形象定位策划·····	(164)
四、视觉识别 (VI) 系统设计·····	(164)
附录一 中华人民共和国商标法 (节选) ·····	(166)
附录二 包装储运图示标志·····	(167)
附录三 化妆品通用标签 (节选) ·····	(170)
附录四 化妆品产品包装外观要求 (节选) ·····	(172)
附录五 纺织品和服装使用标准 (节选) ·····	(173)
附录六 服装标志、包装、运输和贮存标准 (节选) ·····	(175)
附录七 食品标签通用标准·····	(175)
附录八 饮料酒标签标准·····	(177)
附录九 药品生产质量管理规范 (GM/T) ·····	(179)
后记·····	(180)
参考文献·····	(181)

# 第一章 包装设计概论

## 第一节 包装设计的起源与发展

包装是联系人类生活与生产物资不可缺少的手段。在漫长的历史长河中，包装伴随人类的进化而同步发展，然而，“包装设计”这一术语，却是进入 20 世纪后才形成的新概念。为正确认识和理解包装设计，首先简要地了解包装的起源与历史沿革发展。

### 一、包装设计的起源

人类要生存就需要通过劳动生产收集、储存必须的生活物资，那么为了收集、转移和储存物资，采用什么样的材料与方式来包装、转移物资？这就是包装设计的起因。例如选择利用植物叶子、兽皮包裹，采用藤条、植物纤维捆扎，利用贝壳、竹筒、葫芦、兽角等作为容器，进而利用天然材料进行加工编织成篮子、筐篓装物，以至在筐篓上敷泥、用泥土制作器皿盛装物资，这就是最初的原始包装。它是人类对自然材料资源，在包物装物过程中的认识、选择、利用和简单的处理加工。由此可见，为收集、转移和储存、分发物资而选择采用适当的材料或可容物，对物资进行包裹、捆扎、容装等方式的加工处理，就是早期包装设计的起源和萌芽阶段。

鉴于原始的天然材料包装，具有就地取材、应用方便、成本低廉、加工简单、回归自然等优越特点，其中部分沿袭至今与现代新型包装共存，甚至具有不可取代的位置。如我国商周之前已有葫芦、贝壳、竹筒等天然容器等原始包装，因其不可取代的天然特色仍广泛地应用于民间。

### 二、传统包装设计的产生与发展

所谓传统包装，主要是指历史上沿袭下来的以手工操作制造加工的各类包装方式与容器。例如在物品外部运用各类传统材料（包括天然材料和人为加工的材料）进行包裹、捆扎的方法与形式；采用传统材料手工制造加工的各种包、袋、筐、篓、箱、盒、桶、罐、瓶、坛等包装容器。手工业时代的设计与生产加工，从实用出发，集设计与制作生产于一体，设计与生产制造分工不明，相互融汇借鉴吸收。包裹与捆扎融于转运技术之中。现代人所谓的包装容器，实际上就是指人们日常生活与生产中应用的器皿与器具中容器的一部分，更准确地说应是由于商品流通和与商品同时消费的容器。包装与日用品及生产器具中的容器在概念上的区别，就在于器具中的容器是相对独立而应用的，如水缸、面盆、饭碗、铁锅、茶壶、衣箱、衣柜、粮囤等；而包装则是为容纳、保护、转移物资，方便消费，助销产品，从属于物品之外进入流通环节，形成商品的构成部分。因此，既不能把包装容器与日用器皿、器具绝对分开，也不宜把日常器具中的水桶、箱、柜、盆、罐等都笼统地称为包装，无限制地扩

大包装的范畴。包装是实现商品价值和商品使用价值不可缺少的手段，与商品流通发展密切联系在一起，所以说，包装设计的产生是从人类社会开始商品交换同生共存同步发展的。

物质材料、科学技术、交通运输条件，商品销售与人们生活方式的发展变化，是影响包装设计的基本因素。以手工制造生产的传统包装，经历了原始社会、奴隶制社会、封建社会等漫长的历史，伴随人类文明的进步，任何一种新材料、新技术的出现都是推进人类文明的象征，必然影响到在各个领域的应用，作为与商品生产与流通密不可分的包装自然不能例外，从手工编织敷泥的筐篓容器、土器，到经火煨烧的陶器的出现，揭开了人类创造文明的新纪元，相继在距今八千年前又出现了玻璃器皿，随着冶炼技术的发展，铜器、铁器等金属工具与器物的生产制造；耕作，纺织品的进步；纸和印刷技术的发明；交通运输条件的转化；手工业生产与商业的繁荣发展；先后从农业中分化出来形成行业，从而推进商品生产流通与包装的发展。限于农业社会手工业自由经济的时代局限，产品设计与生产制造分工不明，包装尚无条件形成独立的行业，所谓传统包装设计与加工生产，实则从属融汇于商品生产制造加工、保护储存、转运流通技术和工艺美术之中。

传统包装设计的特点主要体现在，适应日益扩大的商品流通与市场销售，结合商品的内容、性质、消费要求，对包装的方式和材料选择改进，对包装造型、结构、外观装饰的改良革新，满足保护商品，方便转运储存及美化商品的功能要求。

### 三、现代包装设计的形成与展望

现代包装与设计，是工业化社会和市场经济发展的产物。18世纪60年代西方技术革命，进入“蒸气机时代”，开创了工业社会文明，使手工业生产方式开始逐渐被机械化的生产方式所替代，从而孕育了现代工业产品与包装设计的起步。特别是19世纪60年代打开了电力时代的大门，迎来第二次工业革命，真正为进入现代机械化大批量生产开辟了道路，使能量传送和信息传递进入全新阶段，促进了生产力和商品经济的巨大飞跃。两次的工业革命，使世界范围的资本主义经济走上迅速发展的轨道，并使世界各国的国际性经济交往直接和间接地结下难以分割的关系。在此情况下，由于各国内外贸易的发展，大量的原材料和工业产品流通，带动了包装设计转向适应新材料、新技术、机械化大生产和市场消费的需要。自公元1800年出现机制木箱后的一百多年间，相继出现了镀锡金属罐、冷冻食品包装、机制纸袋与麻袋、瓦楞纸包装，1879年在美国制造出模压折叠纸盒包装，随后又出现了机制罐、机制瓶、玻璃纸包装、瓦楞纸箱。1895年出现了用于牙膏、颜料、医药软膏等产品的金属软管包装。进入20世纪，美国在1902年建立了世界上第一个包装研究所。1908年在瑞士首先研制出酚醛塑料之后，相继在欧美又研制出多种塑料、玻璃纸、尼龙等，以及铝罐等新材质的包装。第二次世界大战期间，由于大量军火和军需物资长途转运的需要，推动了运输包装设计与标准化生产，在美国出现了第一个运输包装标准。战后，各国休养生息，经济复苏与迅猛发展，1946年美国研制出第一台电子计算机，很快研制出第二代（电子管）、第三代（集成电路）、第四代（大规模集成电路）电子计算机，进而向第五代（人工智能）计算机——电脑发展。以核能和计算机的发明应用启动的第三次技术革命，不仅推动了生产、科研、信息自动化，而且开辟了应用机器代替人类脑力劳动的新时代，使人类社会的政治、经济、军事、文化、科学、教育等领域都得到空前未有的发展巨变，将社会推向信息时代。科学技术为产业革命开辟了道路，导致大规模生产的机械化、自动化、标准化与生活现代化，商品竞争日益激化，因而将工业产品设计与商品包装设计引入竞争机制。

现代科技使包装的各个环节联接化、自动化，形成了包装设计、生产、检测、流通、消费服务的完整体系。尤其是本世纪 60 年代自我销售方式的超级市场在全球性的拓展普及，将包装功能由原来的保护商品、方便储运、美化商品，一跃而转向依靠包装推销商品的至高阶段，使包装上升为引导消费，进行商品市场竞争不可缺少的手段和工具。由于包装在国际性商品市场竞争中的作用愈来愈大，以及对社会环境的影响，迫使工商界高度重视，从而确立了现代包装设计的地位。为了适应工业化社会商品生产的机械化、自动化分工的需要，设计师逐渐从手工艺匠人和艺术家以及工程技术人员中分离出来，成为独立的职业。进而随着现代设计竞争专业化分工的高水准要求，作为融包装技术、视觉设计、商业营销于一体的包装设计，已成为其它专业设计不可替代的独立专业设计体系，原来的部分兼搞包装与装潢设计的人员，从工业产品设计、装潢艺术设计、工艺美术及相近专业的工程技术人员队伍中分离出来，转向包装专业设计研究，形成包装设计专业队伍。自 20 世纪 50 年代从美国、日本等经济发达国家起步的包装工程高等正规教育和包装职业教育稳步发展，不断为社会培养和输送包装专业技术人才，随之美国设计中心学院首先开办了包装设计专业本科教育。进入 20 世纪 80 年代，中国包装技术协会成立后，适应我国社会主义市场经济和包装工业发展的人才需求，国内部分院校正式开办包装工程、包装设计、包装装潢等包装专业全日制高等与中等专业教育，同时，通过包协和高校联办的包装函大、刊大、夜大等成人包装专业教育，以及联合国援华包装设计培训班等，使我国的包装设计专业队伍迅速成长、提高，发展壮大，走向国际。

传统包装迈向现代包装设计转化过渡的特点，首先是适应机械化大批量生产和长途安全储运物资与商品——科学选材、造型简洁、结构合理、提高工效、符合标准；进而推向以迎合市场、引导消费、满足人们对商品包装的物质功能与审美精神功能全方位需求为中心进行设计。包装整体设计与包装设计定位理论的形成，迫使现代包装设计必须纳入系统工程的轨道，从而象征现代包装与设计的形成。商品包装发展到现阶段，愈来愈显示出商品对包装的依赖性，成功的包装就是商品市场竞争的动力，但包装仍是内装产品的从属品，包装设计始终受着内装物——即商品的制约；同时，现代商品生产中也愈来愈显示出包装本身的商品性——产品包装是形成商品不可缺少的重要构成部分，而包装产品（如包装容器，备用配套销售的礼品盒等）本身又是相对独立的商品。从属性与商品性是现代包装的基本特征，现代包装设计中，从不同角度包含了产品包装与包装产品综合策划设计的系统工程。包装设计受时代的制约，反过来又引导人们的生活方式和消费潮流，创造未来。随着现代化建设与国内外市场经济的纵深发展，包装设计必将愈来愈显示出其在现代经济发展洪流中推波助澜的作用。包装作为一切商品生产的终端环节，包装设计已成为现代商品策划、宣传、销售策略、树立企业品牌形象不可缺少的重要环节。

## 第二节 包装设计与包装装潢的概念

### 一、设计的一般概念

设计，泛指在正式进行某项工作之前，根据一定的目的要求，进行策划构思，预先制订计划，并通过一定的形式手段使之视觉化的创造过程。在通常情况下，设计则专指视觉传达设计、工程与产品设计等。作为设计最基本的领域是关于形式、结构和色彩的研究。宏观的

设计可以概括归纳为平面设计——如装饰画、花布、墙面纸、商标、标签、招贴广告、书籍封面、报刊版面设计等；立体设计——如工业产品造型、建筑物与桥梁、服装、雕塑、装饰工艺品设计等；综合设计——指包含平面与立体设计的舞台美术、商场布置、环境艺术、影视美术、展示设计、包装设计等三大类。科学性、实用性、经济性、审美性、创造性，是设计的基本条件，几点必须统筹考虑，相辅相成，缺一不可。

无论平面或立体设计，都需通过一定的视觉语言表达设计意图方案（形成图纸或模型化），用以审定和指导施工。所以，作为专业设计人员，在进入专业设计之前，在学习专业知识培养严密的逻辑思维能力的同时，必须全面系统地培养形象思维创造能力和设计表现技能——即设计基础。就包装设计而言，关联到平面与立体设计基础——绘画基础、设计素描、设计色彩、平面构成、立体构成、基础图案、字体设计、工程制图、商业摄影、效果图技法、电脑辅助设计等，进而通过包装材料、包装技术、包装力学、包装结构、包装印刷工艺等专业基础理论与设计方法论的学习，结合典型的课程设计，举一反三，触类旁通，掌握设计原则与方法。

## 二、包装设计定义

包装是商品策划、宣传、营销策略、树立企业形象的重要环节，包装设计则是包装工业发展的灵魂，是沟通设计艺术与现代科技、市场营销结合融汇的桥梁，设计方案的优劣，直接影响包装的生产加工与消费方式、质量性能和商品市场经济效果。一个国家或地区整体设计水平的高低关系到包装的发展与未来。包装设计的难度不仅在于它复杂的从属性和商品性，还在于能否及时地吸收应用现代科技与文化艺术先进成果，改进开拓、综合创造引导市场与消费潮流的新型包装。

所谓现代包装设计，就是以保护商品安全流通、方便消费、促进销售为目的，依据特定产品的形态、性质和流通意图，通过策划构思，以艺术和技术相结合的方式，采用适当的材料、造型、结构、文字、图形、色彩与防护技术等，综合创造新型包装实体的科学处理过程。

包装设计，由原来长期的以保护商品安全流通、方便储运为主，到美化商品，进而至现代一跃而转向依靠包装推销商品，起无声售货员的作用，可以说是包装从不断满足对物质的保护与储运功能要求的基本阶段，发展过渡向包装的审美文化精神与方便功能要求的高级阶段。同时，现代包装发展相对地分化出运输包装和销售包装的概念，二者都包含着物质功能与精神功能两方面的要求，只是在包装的整体系统设计中有所不同的侧重而已。

包装的物质功能设计——即容纳、包裹、捆扎、保护商品的内容质量、性能、形态不变，方便生产与储存运输、展销、携带、消费，降低成本消耗，提高功效，有利于环境保护与包装废弃物的回收利用处理等。重点在于解决包装的理化功能与技术结构问题。

包装的精神功能设计——即充分体会消费者对商品的物质与审美文化需求心理，以艺术的手法，通过包装的材质、造型、图案、文字、色彩塑造商品的文化风格与品位，树立美观独特的商品形象，准确迅速地传达商品信息，美化商品，吸引消费，提高商品身价与附加值。重点在于解决包装整体系统的视觉传达功能，即我国通常所谓的包装装潢设计。

包装设计的范畴，宏观相对的包含运输包装与销售包装两大类。

运输包装——也称外包装，是以保护商品安全流通，方便储运为主要目的包装。如用于转运物资或商品的各类不同材质的箱、桶、坛、袋、筐、篓等包装容器，以及捆包与框架式



包装等。需要特别说明的一类介于包装和运输工具之间的集合包装——或称集装化包装，是适应现代机械化装卸储运，将若干包装件或物资产品包装在一起，形成一个大件搬运单位的巨型包装，如集装箱、集装架、集装袋，托盘包装等，形成一大类专用于运输的集装化包装与运输方式。这是包装与运输行业共同研究的课题，在设计上既可纳入运输工具与装运技术研究，也可以纳入包装设计范畴，与一般商品包装设计的联系，主要在于考虑如何适应集装化装运。

销售包装——是以销售与消费商品为目的，和商品同时进入商场货架销售，直接到达消费者手中的包装。小至火柴、纽扣、首饰、烟酒、食品、糖果、药剂、日用化妆品小包装等，大到销售与运输合二为一的冰箱、洗衣机、电视机等日用商品包装，以及销售现场配备的包装纸、购物袋、礼品盒、包裹捆扎包装等，都属销售包装设计的范畴。

### 三、包装与装潢设计在概念上的区别

从包装设计的定义与内涵，充分说明包装设计是从包装的整体功能目的出发，包含着包装工艺与包装材料的选择，包装造型与结构设计，包装的视觉传达（即装潢设计）等整体系统全方位的设计概念。包装设计必须适应不同的社会环境与运输销售方式，为人们提供最合理方便的消费方式，反过来又引导消费潮流，影响包装工业的发展。包装的装潢设计显然包含在包装整体的设计之中。

包装装潢设计——就是利用图形、文字、色彩和外观造型等，通过艺术手法传达商品信息的创作过程，即包装的视觉传达设计。“装潢”一词在我国是关于外观美化装饰的一个惯用术语，尽管包装装潢的内涵早已超出早期单纯装饰美化商品的局限，赋予准确迅速传达信息，指导消费，助销商品的功能，国人还是习惯称为包装装潢。从包装整体系统的设计观点清楚地显示，包装装潢是包装设计的一个重要方面，或者说是包装整体设计不可分割的重要组成部分。包装装潢贯穿于包装设计的形式风格、选材、造型、结构、文字、图形、色彩等设计的全过程，其主要是从审美信息心理角度，解决包装的精神功能问题。正确的包装设计方法，应该是从包装的整体系统设计观念出发，同时考虑解决包装的物质与精神功能和生产工艺技术问题，二者相辅相成不可分割，即使包装的局部改进，虽然可以相对的分段局部独立进行设计，但仍应从整体系统的思维观念出发，服从整体功能设计目标的需要。离开整体功能要求的所谓装潢设计，必将流于在形式圈中跳摇摆舞。反过来在以人为中心的设计时代，忽视商品包装的人文视觉艺术设计，就意味着失去设计灵魂的自杀。

## 第三节 包装设计的基本要素

包装设计的整体系统工程，贯串着多元的设计构成因素，分析认识理解包装设计要素之间的基本关系，对包装的整体策划与指导设计具有极其重要的意义。

### 一、设计课题的立项与调研

作为常规性的包装设计，首先应严肃课题立项，明确课题的设计目标、方向、投资成本与时间要求，双方的责任与义务的范围等，再做课题调研，以免除盲目轻率无效的设计活动与责任义务纠纷。依据明确的目标要求进行设计课题的产品、包装、消费文化与市场调查，收集详实准确有效的信息资料，客观地分析研究是包装设计成败的基础。