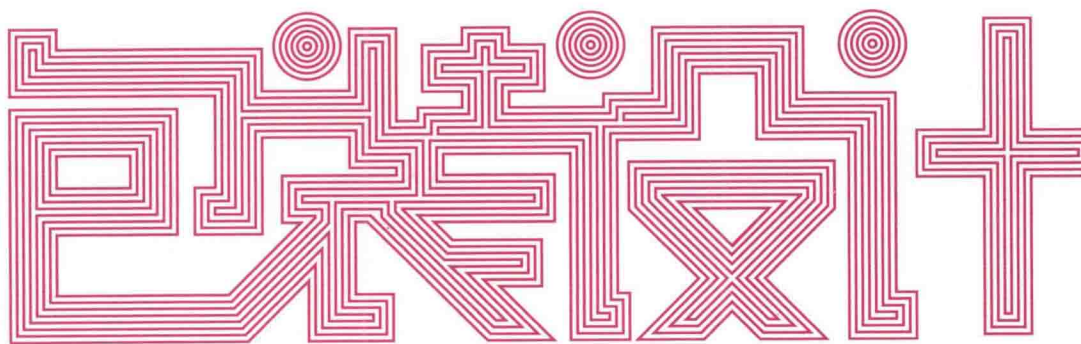




PUP6

艺术与设计类规划教材

21世纪全国高等院校艺术设计系列实用规划教材



实践教程

BAOZHUANG SHEJI SHIJIAN JIAOCHENG

欧阳超英 欧阳青蓝 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21世纪全国高等院校艺术设计系列实用规划教材

包装设计实践教程

欧阳超英 欧阳青蓝 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书共6章:第1章包装概述,主要包括包装的概念、包装的历史、包装的分类、包装的功能;第2章包装纸盒结构设计,主要包括纸的特性、对纸张的认识、纸盒设计原则、纸盒形式的种类、纸盒的盖底托盘结构、纸盒制作技巧、制图符号;第3章包装视觉形象创意,主要包括包装视觉形象创意要求、方法、表现;第4章包装视觉形象平面设计,主要包括包装文字设计、品牌文字设计、广告文字设计、资料文字设计、包装图形设计、包装色彩设计、包装编排设计;第5章包装设计实践程序,主要包括立项与项目选择、市场调查、分析整理、设计思路、设计表现、手绘草图、电脑制作;第6章包装设计实践案例。本书内容全面、系统,每章都有本章摘要、知识要求、技能要求、思考与练习、小组讨论。本书还有突出创意、实践应用和原创手绘图例的特点。通过对本书的学习,学生可以达到提高包装设计创意能力及掌握创意方法的目的。

本书既可以作为视觉传达设计、平面设计、广告设计、产品设计等艺术设计专业学生的教材,也可作为相关设计人员案头的参考资料。

图书在版编目(CIP)数据

包装设计实践教程/欧阳超英, 欧阳青蓝著. —北京:北京大学出版社, 2014.4
(21世纪全国高等院校艺术设计系列实用规划教材)
ISBN 978-7-301-23890-5

I. ①包… II. ①欧… ②欧… 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(2014)第020503号



书 名: 包装设计实践教程

著作责任者: 欧阳超英 欧阳青蓝 著

策 划 编 辑: 孙 明

责 任 编 辑: 孙 明

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-23890-5/J · 0564

出 版 发 行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电 子 信 箱: pup_6@163.com

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 北京大学印刷厂

经 销 者: 新华书店

787mm × 1092mm

16 开本

10.25印张

234千字

2014 年 4 月第 1 版

2014 年 4 月第 1 次印刷

定 价: 49.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前言

今天总算把这本《包装设计实践教程》书稿传给了北京大学出版社的编辑，写这本书与我的学习工作经历有很大的关系，几十年来我一直在做艺术设计和艺术教育，其中，从事包装设计工作的年头还真不短，在高校教授艺术设计，前后至今已三十多年。现借前言版面针对包装设计课程的教学谈一点感悟。

感悟一：理解包装内涵

包装在我们生活中随处可见，每个人也都知道何为包装，包装的内涵在不同角度有不同的理解。当你受托于某个企业为其设计产品包装，把他们的产品变成商品时，设计包装的你就要有更多对包装及设计的理解。包装不仅是给产品做包裹，或是美化纸盒，而且是对其企业、产品、市场、消费者、卖场等环节做全面了解后的设计成果。包装还需要通过对平面设计、绘画艺术、电脑制作、印刷工艺、包装材料等相关专业的掌握和了解才能够完成。

感悟二：掌握设计方法

包装设计是一项综合艺术创造活动，涉及内容较多，每项内容都有其实质部分，掌握实质是关键，具体到包装设计的实质，就是要掌握设计方法。包装的设计方法主要在相关设计基础、专业设计课程里学习并掌握。在艺术设计院校培养计划里，都有具体课程的教学安排，一般是先基础课程，后专业课程。基础课程有平面构成、色彩构成、立体构成、字体设计、图形设计、基础图案等。专业课程有版式设计、标志设计、包装设计等。在课堂教学过程中还有一定课时量的实践教学内容，这些教学内容是培养学生掌握设计方法的有效途径。

感悟三：修炼绘画功夫

包装设计是视觉表现，是用文字、图形、色彩来传达商品信息，并由包装的视觉印象来影响消费者是否购买。随着科学技术的发展，商品质量和包装印刷的同质化越来越突出，为了赢得市场，产品包装创意设计成为现代企业竞争的杀手锏。一件有创意的包装或具有包装结构的巧，或具有画面的新，而包装画面要想标新立

异，一般得靠传统绘画的基本功来实现。因此，修炼绘画功夫特别重要，用纯绘画的手段方法来表现包装设计中的品牌或商品名称中的文字、图形和色彩，是提升包装艺术品质、满足人们日益提高的审美情趣要求、创意优秀包装的有效方法。

感悟四：培养沟通能力

包装设计其实做的是一项沟通工作，需要将无数的信息进行了解、收集、归纳、创造、再现并让所有观者认同。在平时的设计中我们都有过这样的经历，绞尽脑汁的好创意，通宵达旦的设计，竟然会被委托方随意推翻，很是尴尬。其实这其中可能有沟通不够的问题，设计师在经过潜心设计后，还要极力用自己的专业知识来说服客户。专业人做专业事，作专业主，真正做设计的主人。因此，培养沟通能力对设计师作品被客户认同极为有利。

《包装设计实践教程》是我几十年设计和教学的积累，北京大学出版社以教材的形式出版，让我对包装设计和包装教学进行了一次总结。书中的案例有些是我20多年前信手画在纸片上的草稿，有些是欧阳青蓝为企业设计的，有些是我近10年包装设计课历届学生的作业，有些是我的学生毕业后自创设计公司为客户做的包装设计，有些是湖北工业大学老师为社会做的包装设计；有些是我现在带的研究生的包装设计作品，还有些是出版物上设计师的包装作品。在此一并致谢！

在此我还要特别感谢欧阳青蓝为本书写作前所做的大量资料整理及写作工作，此外他还为本书设计了封面，为正文作了精彩插画。感谢我带的2011级研究生刘文泽同学为本书的资料整理、书稿的排版所做的大量工作。

欧阳超英

2014年1月20日

目 录

第 1 章 包装概述	01
1.1 包装的概念	03
1.1.1 中国对包装的定义	03
1.1.2 国外对包装的定义	04
1.2 包装的历史	05
1.2.1 原始包装形态	05
1.2.2 传统的包装形态	08
1.2.3 现代的包装形态	14
1.2.4 现代包装的发展趋势	15
1.3 包装的分类	17
1.4 包装的功能	18
思考与练习	20
小组讨论	20
第 2 章 包装纸盒结构设计	21
2.1 纸的特性	23
2.2 对纸张的认识	24
2.2.1 纸的类别	24
2.2.2 纸的重量	26
2.2.3 纸的开度	26
2.3 纸盒设计原则	27
2.4 纸盒形式的种类	28
2.4.1 常用纸容器包装的形式	29
2.4.2 特殊形态纸容器的包装形式	31

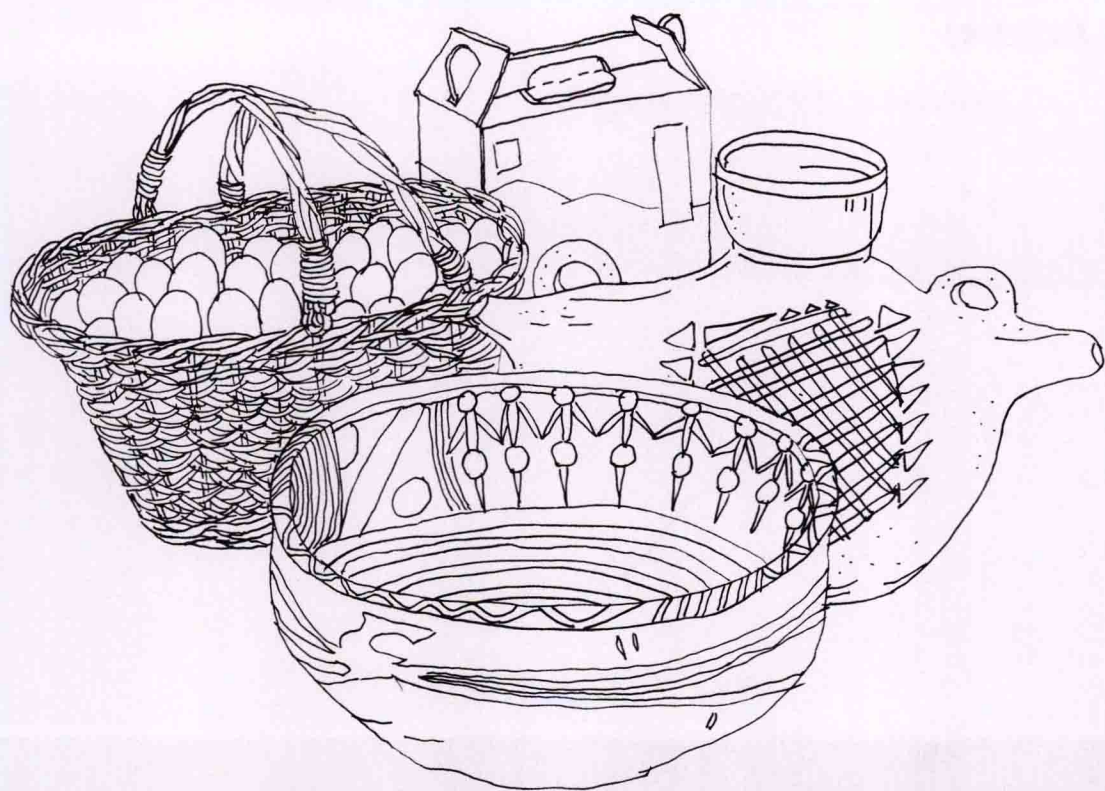
2.5 纸盒的盖底托盘结构	32
2.5.1 盒盖、盒底结构	32
2.5.2 托盘结构	37
2.6 纸盒制作技巧	37
2.7 制图符号	39
思考与练习	40
小组讨论	41
学生纸结构包装设计案例	
——鸡蛋包装结构设计	42
第3章 包装视觉形象创意	45
3.1 包装视觉形象创意要求	47
3.2 包装视觉形象创意方法	48
3.2.1 包装视觉形象的创意概述	48
3.2.2 包装视觉形象的三种创意方法	49
3.3 包装视觉形象创意表现	50
思考与练习	55
小组讨论	55
第4章 包装视觉形象平面设计	57
4.1 包装文字设计	59
4.2 品牌文字设计	60
4.2.1 印刷字体设计	61
4.2.2 创意字体设计	62
4.2.3 书法字体设计	64
4.3 广告文字设计	65
4.4 资料文字设计	65
4.5 包装图形设计	65
4.5.1 包装图形类别	65

4.5.2 包装图形设计方法	66
4.5.3 包装图形要求	69
4.6 包装色彩设计	70
4.6.1 包装设计色彩概念	70
4.6.2 包装色彩设计技法	71
4.6.3 包装色彩与商品类别	73
4.6.4 包装色彩与商品语意	75
4.6.5 常用包装设计色彩搭配及语意	76
4.7 包装编排设计	78
4.7.1 包装编排设计要素	78
4.7.2 包装编排设计原则	78
4.7.3 包装编排设计方法	80
思考与练习	81
小组讨论	81
学生包装平面设计案例作品一	
——1999级装潢设计专业包装作业	82
学生包装平面设计案例作品二	
——1999级装潢设计专业包装作业	84
学生包装平面设计案例作品三	
——2001级电脑班包装作业	86
第5章 包装设计实践程序	89
5.1 立项与项目选择	91
5.2 市场调查	92
5.2.1 了解产品	92
5.2.2 消费群体	93
5.2.3 销售卖场	94
5.3 分析整理	94
5.4 设计思路	94
5.5 设计表现	98
5.6 手绘草图	101

5.7 电脑制作	103
思考与练习	107
小组讨论	107
学生包装案例手绘稿	108
第6章 包装设计实践案例	111
参考文献	154

第 1 章

包装概述



【本章摘要】

学习包装设计，首先要全面了解包装的概念和包装的发展历史。本章通过对不同文献、不同国家对包装的定义的解读，使大家在头脑里建立起立体的包装概念，并进一步分析了不同时期包装的内涵，介绍了包装的功能和分类，使大家对包装的基本概况有充分的了解。

【知识要求】

- (1) 掌握包装的基本概念。
- (2) 了解包装的发展历史以及不同历史阶段的包装特点。
- (3) 知晓包装的功能和分类。
- (4) 探索包装的新的形态和趋势。

【技能要求】

以逛超市的形式记录并归纳商品的种类。

当今是一个快速制造的时代,人口膨胀导致人们对物质的需求不断加重,衣食住行的消费变得越来越产业化,现代生活模式推进了现代商业的繁荣,包装是现代商业的附属物,它像影子一样附着在人们生活的每一处,已经无法摆脱,并成为一种产业,一种文化,一门学科,影响着人们。现代包装是所有商品进入市场流通不可缺少的部分和外部形式,是商品的外衣,是消费者购买商品的标识,是商品生产在流通中的继续。包装是商品的附属品,是实现商品价值和使用价值的一种手段。包装在不同的国家,不同时期有着不同的含义和不尽相同的形态特征。

1.1 包装的概念

1.1.1 中国对包装的定义

包装有广义和狭义之说。广义:一切事物的外部形式都是包装。狭义:针对商品的保护和信息的设计。为全面理解包装概念,整理各种文献,得出以下几种包装之说。

1. 《说文解字》说

东汉时期经学家、语言学家、文字学家许慎编撰的《说文解字》是我国第一部按部首编排的字典,在第九卷中有对“包”字的解释:“象人裹妊,已在中,象子未成形也”(图1-1)。由此看出,中国古文字“包”字的字义、字形是对一个育子于母亲腹中的形象描述,它反映了古人对“包”的初步认识与理解。

2. “买椟还珠”说

以文字的形式记载中国古代包装的文献不多见,能够查找到的有战国时期(公元前404至前221年)《韩非子·外储说左上》中有“买椟还珠”的故事(图1-2)。“楚人有卖其珠于郑者,为木兰之柜,薰以桂椒,缀以珠玉,饰以玫瑰,辑以羽翠,郑人买其椟而还其珠,此可谓善卖椟矣,未可谓善鬻珠也。”这个故事以“买椟还珠”比喻舍本逐末,取舍不当。从



图1-1 《说文解字》“包”的解释



图1-2 “买椟还珠”插画 欧阳青蓝

侧面也可以看到当时的人们已经有了商品包装行为，装珍珠的木盒一方面是为了衬托珍珠，另一方面是通过木盒来吸引买者。

3. 中国《辞海》说

1980年版上海辞书出版社发行的《辞海》第329页有“包装”的解释(图1-3)。

(1) 它指盛装和保护产品的容器，即包装物，如箱、袋、瓶、盒等。按其在流通中的作用可分为内包装(也称小包装)、中包装、外包装；按耐压程度可分为硬包装、半硬包装和软包装；按制造材料可分为木、纸、金属和塑料包装等。包装对维护产品质量，减少损耗，便于运输、储藏和销售，美化商品和提高服务质量等都有重要作用。

(2) 包装指包扎产品的操作活动，如装箱、打包等。

4. 包装术语说

中国国家标准 GB/T 4122.1-1996 中规定，包装的定义是：“为在流通过程中保护产品、方便贮运、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。”

1.1.2 国外对包装的定义

1. 美国

包装是使用适当的材料、容器并施与技术使其能使产品安全地到达目的地，即在产品输送过程中的每一个阶段，无论遭遇到怎样的外来影响皆能保护其内容物，而不影响产品的价值。

2. 英国

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。



图 1-3 《辞海》对“包”的解释

3. 加拿大

包装是将产品由供应者送到顾客或消费者，而保持产品于完好状态的工具。

4. 日本

包装是指在运输和保管物品时，为了保护其价值及原有状态，使用适当的材料、容器和包装技术包裹起来的状态。

以上各国对包装的定义尽管表述不同，但基本意思是一致的，都以包装功能和作用为其核心内容，归纳有两重含义。

(1) 包装是关于盛装商品的容器、材料及辅助物品，即包装物。

(2) 包装是关于实施盛装和封缄、包扎等的技术活动。

现代包装更加注重包装的科学性、技术性和促销性。

1.2 包装的历史

包装与人类生活的需求及生产的方式密切相关，包装在人类文明的进程中由原始向现代逐渐发展起来，我们将人类不同时期的包装行为划分为3个阶段，即以自然材料作为包装容器的古代原始包装；以手工制作作为包装加工的传统包装；以工业技术、商品流通、产品销售为一体的现代包装。包装的历史所概括的3个阶段，体现了不同阶段人类文明的进步，不同时期人们生活的状态，以及不同时期社会经济、生产技术和包装内涵对人们生活的影响，不同时期的包装其内涵是不尽相同。

1.2.1 原始包装形态

原始的包装形态是指在原始社会时期人类劳动生活中出现的有意识的包装行为。原始社会时期人类生产力低下，赖以生存的劳动方式主要是打猎和种植，以此来获取食物。在这两种劳动形式过程中都有包装行为的需求出现，如猎捕到的动物要包裹和搬运到栖息的洞穴；学会种植之后，成熟的庄稼需要收割。为了转移和存储这些生活物质，人们开始用树枝、藤柳、兽皮捆扎猎物，用贝壳装水，用竹筒和陶器盛装食物等（图1-4）。原始的包装行为及包装形态就这样诞生在早期的人类劳动生活之中。



图 1-4 原始包装源于人类的生存 插图 欧阳青蓝

原始包装形态是一个逐渐进化的过程，是人类有包装意识的开始阶段，原始包装对于人们今天学习包装依然有启发作用。

1. 对自然物的利用

原始包装最显著的特征是人们利用大自然中的植物叶子、果壳、葫芦、贝壳等自然物通过简单处理，直接作为容纳、盛装、转运食物和水的容器，是包装的最初雏形，此时期包装材料来自大自然，是对自然物有选择的利用。它们和现代包装概念相隔甚远，却是现代包装的萌芽，虽然不具备太多的设计内涵，但它折射出了原始先民的朴素智慧，对于人们今天学习包装设计仍然有很大的启发作用，特别是对自然材料的选择和利用，古人表现出了现代意义的创意性。

如古人摘下成熟的葫芦，将里面的瓜瓤、瓜籽掏出，晾干，将切下的葫芦进行简单的改造，变成非常方便且美观的葫芦容器，然后用其来装水或者装酒。这种容器今在安徽等地仍然有一些民间的酒作坊用此法作为自酿酒的包装进行出售。

自然物形态在包装容器上的应用对现代包装设计影响依旧，只是现在的制作方式、材料、工艺得到了进一步发展。现代许多酒的

包装其外瓶造型就是以自然中的葫芦形、竹筒形为原型,其外表朴素、自然、单纯的美及内里能容纳的包装物满足了现代人返璞归真的心理需求(图1-5)。

2. 追求美感的容器

古人在巧妙用自然物做容器的同时,也不断追求器物的美感,他们以朴素的情怀,超凡的智慧,或在原始陶罐上绘画各种纹饰,或在青铜器上铸饰象征意义的纹样。这些不同质地的容器,有的是生活器物,有的是祭祀器物,在满足了容器的使用功能的同时也满足了当时人的精神审美。



图 1-5 自然形态在现代包装中的运用

1) 陶器之美

陶是泥和火神秘结合的结晶,当原始人偶然发现雷电引发森林火灾后,将泥土烧硬,便学会了用泥土来进行烧制,制作各种生活用具,陶器就这样产生了。

陶器(图1-6)是最早的人造容器,它结束了人类最初仅能用自然物制作简单器物的历史。陶器的出现是原始农业经济对定居生活的需要,也是古代人类对造型语言和形式美追求和探索的实践,陶器造型的圆韵、曲线、丰满美感是审美心理在容器上的集中表现。

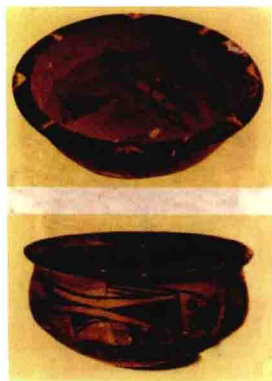


图 1-6 原始彩陶

2) 青铜器之美

在人类会制作陶器之后,又开始冶铸青铜器(图1-7)。青铜器是先秦时期用铜锡合金制作的器物,主要有炊器、食器、酒器、水器、乐器、车马饰、铜镜、带钩、兵器、工具和度量衡器等。这其中有包装容器功能的生活器具也是人们学习包装造型和装饰的典范,尤其青铜器上的装饰纹之美是人们学习包装设计的经典范例。

青铜器纹饰的构成方式,或是规律的二方连续、四方连续;或水平排列、斜线排列、自由排列;或圆形适合纹饰;或方形适合纹饰。纹饰的组合格式,或左右对称;或上下对称;或居中对称。纹饰元素的种类,有自然中的动物、植物;有想象中的神兽等。青铜器纹饰之美,让容器成为达官贵人的象征。



图 1-7 青铜食器

1.2.2 传统的包装形态

传统的包装形态是指在农业社会时期人们因生活的需要用自然材料手工制作加工的各种生活容器或手工作坊制作产品包装的行为。中国早期的包装，大多是传统的包装形式，它们主要是手工制作，取材于自然材料，用泥土烧成的器皿，用竹编成的篓，以植物的枝、藤、叶、果壳等作为包装材料。自给自足的小农经济是传统包装产生的背景，传统包装主要是为满足家庭生活需要，生产数量和流通范围有限。传统包装的功能主要体现在保护、储藏，包装在功能上更多地接近“包裹”，如用草绳作为缓冲材料包装陶器、瓷器等。

传统包装具体体现在两方面：一是对物品的外部运用各类天然材料进行包裹、捆扎的方法与形式；二是采用自然材料手工制造加工的各种竹编篓、竹编提篮、木制手提食盒、陶制酒罐、陶制食罐、木制量米桶、木制米斗等包装容器。

1. 自然材料的包裹捆扎

在传统包装中应用自然材料包裹捆扎食物最经典的例子是粽子（图 1-8）。粽子的由来相传是战国时期楚国伟大爱国诗人屈原投身

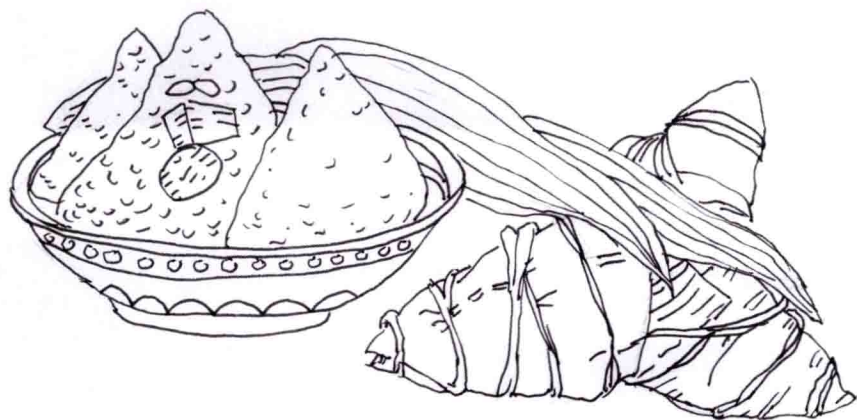


图 1-8 传统粽子包装 插画 欧阳青蓝