

中国高等院校“十二五”
精品课程规划教材

金旭东 欧阳慧 谢丽 编著

包装设计

PACKAGING
DESIGN

- 深度挖掘包装历史 ○
- 全面洞悉包装内涵 ○
- 牢固掌握包装精髓 ○
- 灵活开发包装创意 ○



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS

律师声明

北京市邦信律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由著作权人授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 65212870

<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社

010-59521012

Email: cyp_law@cypmedia.com

MSN: cyp_law@hotmail.com

图书在版编目(CIP)数据

包装设计 / 金旭东, 欧阳慧, 谢丽等编著. — 北京: 中国青年出版社, 2012.7

中国高等院校“十二五”精品课程规划教材

ISBN 978-7-5153-0857-9

I. ①包… II. ①金… ②欧… ③谢… 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(2012)第125851号

中国高等院校“十二五”精品课程规划教材 包装设计

金旭东 欧阳慧 谢丽 编著

出版发行:  中国青年出版社

地址: 北京市东四十二条21号

邮政编码: 100708

电话: (010) 59521188 / 59521189

传真: (010) 59521111

企划: 北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

责任编辑: 郭光 张军 刘美辰

封面设计: 六面体书籍设计

唐棣 张旭兴

印刷: 中煤涿州制图印刷厂北京分厂

开本: 787 × 1092 1/16

印张: 8

版次: 2012年7月北京第1版

印次: 2012年7月第1次印刷

书号: ISBN 978-7-5153-0857-9

定价: 42.00元



本书如有印装质量问题, 请与本社联系

电话: (010) 59521188 / 59521189

读者来信: reader@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站:

<http://www.lion-media.com.cn>

包装设计

PACKAGING
DESIGN

金旭东 欧阳慧 谢丽 编著



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS

CONTENTS

目录



CHAPTER 1

包装设计概述

本章主要对包装设计的渊源及发展、包装设计的功能和分类进行介绍。通过本章节的学习读者能充分了解包装设计的基本概念，对包装设计有清晰的认识。

1.1 包装设计课的教与学	8
1.1.1 包装设计的教授方法	9
1.1.2 包装设计的不习方法	9
1.2 包装设计的渊源及发展	10
1.2.1 包装设计的原始时期	10
1.2.2 包装设计的发晨时期	13
1.2.3 包装设计的未来时期	22
1.2.4 欧美包装事业的发展	23
1.2.5 中国包装事业的发展	24
1.3 包装设计的功能和分类	25
1.3.1 包装设计的目的	25
1.3.2 包装设计的功能	25
1.3.3 包装的分类	26
1.3.4 包装设计与品牌文化	28
1.3.5 包装设计的人性化特征	29

教学实例	30
课后练习	31

CHAPTER 2

包装设计的流程

本章主要对包装设计的调研和分析、定位和构思、表现和形式、制作规范进行介绍。通过本章节的学习帮助读者了解包装设计的表现手法和设计规范，为后面知识的学习奠定基础。

2.1 调研和分析	34
2.2 定位和构思	34
2.2.1 设计的定位	34
2.2.2 设计的构思	35
2.3 表现和形式	37
2.3.1 具象表现手法	37
2.3.2 抽象表现手法	37
2.3.3 夸张概括的表现手法	38





CHAPTER 3

包装视觉传达设计的构成元素

本章主要对包装设计的构图元素、构图的原则、构图的基本形式进行介绍。通过本章节的学习使读者掌握包装设计中各种平面构成元素的设计方法和技巧，设计出具有视觉美感和艺术性的包装作品。

2.4 设计原则	39
2.4.1 视觉醒目原则	39
2.4.2 信息明确原则	40
2.4.3 情感表达原则	40
2.5 制作规范	41
2.5.1 包装设计的创作流程	41
2.5.2 包装设计的规范	42
教学实例	43
课后练习	45

3.1 构图的元素	48
3.1.1 文字	48
3.1.2 图形	50
3.1.3 色彩	52
3.1.4 商标	56
3.2 构图的原则	57
3.2.1 主体与陪衬	57
3.2.2 对称与平衡	57
3.2.3 对比与协调	57
3.3 包装的文字设计与应用	58
3.3.1 品牌字体的设计原则	58
3.3.2 品牌字体设计的变化范围	58
3.3.3 品牌字体设计的表现手法	58
3.4 包装的色彩设计	59
3.4.1 色彩与产品	59
3.4.2 色彩与营销	60
3.4.3 色彩与卖场	61
3.5 各国包装设计禁忌	62
3.5.1 禁用的包装材料	62
3.5.2 禁用的标志图案	62
3.5.3 使用文种的规定	62
3.5.4 使用色彩的要求	62
教学实例	63
课后练习	65

CHAPTER 4

包装的设计造型

本章主要对包装设计的容器造型、包装设计的纸盒造型进行介绍。通过本章节的学习帮助读者了解并掌握包装设计的外观造型及内部结构的知识。

4.1 包装设计民族文化表现	68
4.1.1 国外包装设计	68
4.1.2 中国传统包装设计	68
4.1.3 现代包装设计	69
4.2 包装设计的容器造型	70
4.2.1 包装容器造型的意义	70
4.2.2 包装容器造型的分类	71
4.2.3 包装容器造型的设计原则	71
4.2.4 包装容器造型的形式法则	71
4.2.5 包装容器造型的设计制图与制模	72
4.3 包装设计的纸盒造型	73
4.3.1 包装纸盒的分类	73
4.3.2 包装纸盒造型的设计要点	73
4.3.3 包装纸盒造型的设计形式	75
4.3.4 包装结构与包装容器的关系	77
4.3.5 纸盒包装设计发展趋势	77
教学实例	78
课后练习	79

CHAPTER 5

包装设计的材料和印刷工艺

本章主要对包装与材料、包装与印刷工艺进行介绍。通过本章节的学习帮助读者充分了解包装容器的各种制作材料以及印刷工序的要素,使包装设计作品的视觉效果更加完美。

5.1 包装与材料	82
5.1.1 包装材料的分类	82
5.1.2 包装材料的发展趋向	86
5.2 包装与印刷工艺	87
5.2.1 彩色印刷设计标准	87
5.2.2 包装印刷的主要类型	88
5.2.3 印刷的要素	89
5.2.4 印刷工艺流程	90
5.2.5 印刷后期加工工艺	91
5.2.6 制版稿制作基本要求	91
5.3 印刷与包装防伪设计的关系	93
5.3.1 纸张防伪	93
5.3.2 油墨防伪	93
5.3.3 多工艺组合防伪	93
5.3.4 激光全系图像防伪	93
5.3.5 数码防伪标示及电讯识别系统	93
5.3.6 图案安全设计	93

教学实例	94
课后练习	97





CHAPTER 6

系列化包装的视觉设计

本章主要对系列化包装的理念、系列化包装的视觉传达设计形式进行介绍。通过本章的学习帮助读者充分认识系列化包装与单个包装之间的联系与区别，掌握系列化包装的设计方法和表现技巧。

6.1 系列化包装的理念	100
6.1.1 企业品牌的树立与推广	100
6.1.2 良好的陈列与展示效果	101
6.1.3 广告宣传的价值	101
6.1.4 新产品的开发	101
6.2 系列化包装的视觉传达设计形式	102
6.2.1 不同规格与内容的商品系列化包装	102
6.2.2 同类商品不同容量规格的系列化包装	103
6.2.3 不同品种的同类商品系列化包装	104
6.2.4 造型与规格相同的商品系列化包装	105
6.2.5 多品种不同造型的系列化包装	106
6.2.6 同类产品组合性系列化包装	107
教学实例	108
课后练习	111

CHAPTER 7

绿色包装设计

本章主要对绿色包装的理念、绿色包装的发展、绿色包装的材料、绿色包装设计的原则进行介绍。通过本章的学习帮助读者进一步了解环保设计对全人类的重要性，不仅仅局限于商业包装设计的思维模式，而是更具发展的眼光和社会责任感。

7.1 绿色包装的理念	114
7.2 绿色包装的发展	114
7.3 绿色包装的材料	115
7.3.1 高性能的包装材料	115
7.3.2 可重复利用或再生的包装材料	115
7.3.3 可食性包装材料	116
7.3.4 可降解包装材料	116
7.3.5 利用自然资源开发天然生物包装材料	117
7.4 绿色包装设计的原则	117
7.4.1 3R1D原则	118
7.4.2 经济性原则	119
教学实例	123
课后练习	124

CHAPTER 1

包装设计概述

本章主要对包装设计的渊源及发展、包装设计的功能和分类进行介绍。通过本章节的学习读者能充分了解包装设计的基本概念,对包装设计有清晰的认识。



课题概述

本章主要介绍了包装设计的原始时期、发展时期和未来时期。通过包装设计与包装视觉传达设计由浅入深地介绍包装设计的功能和分类。

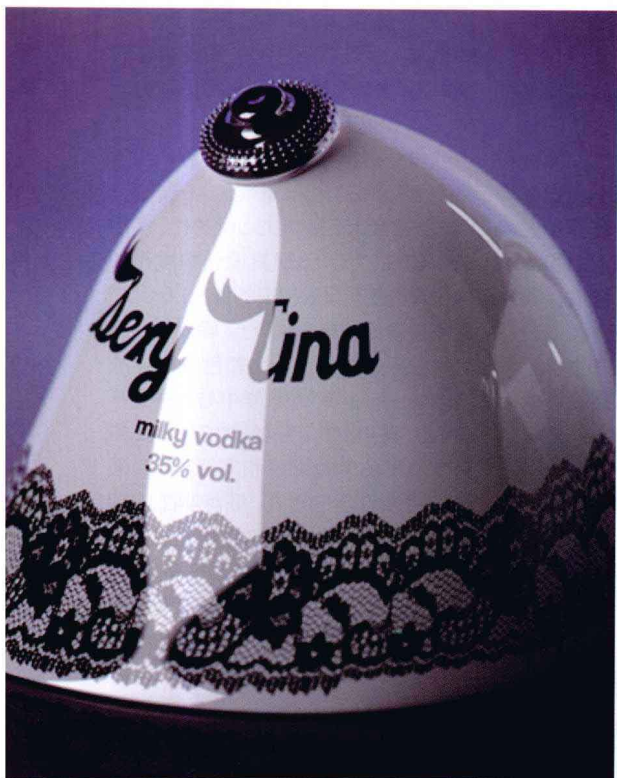
教学目标

1. 初步了解手工业时代的包装设计
2. 初步了解新艺术运动与装饰艺术时代的包装设计
3. 了解当代的设计思想
4. 认识包装设计在企业形象中的作用
5. 了解地域性文化在包装设计中的作用
6. 认识环境与包装的重要性

章节重点

了解企业形象与包装设计、地域性包装设计、绿色包装设计的相关知识。





1.1 包装设计课的教与学

随着全球经济的飞速发展,包装已经成为人们日常生活中不可或缺的一部分。包装设计是一门综合性极强的课程,更是一门将设计从平面领域转向立体领域的课程。通过教学,应使学生对包装设计流程中的市场调研、制图方法、包装材料、包装技术、印刷流程、运输、销售和计算机制作过程等知识有系统的了解,使学生能够从艺术设计的角度出发,根据商品的特点、销售方式,结合市场学、消费心理学、包装材料和生产方式,分组或独立进行包装结构、容器造型、包装装潢的一体化设计,并掌握系列化商品的包装设计创意方法和表现技法,为其将来参与设计工作打下良好的基础。在教学过程中应注意对学生高级技能的培养,注重应用型人才的塑造。

1.1.1 包装设计的教授方法

包装设计的授课方式主要以理论讲述、实例讲评为主,并结合大量的讨论与实际操作。包装设计的教授流程见图1所示。在后期的实践部分应尽量采取分组合作的形式完成,培养学生的动手能力、图形语言组织能力和团队精神等职业素养。作为包装设计课程的教师,需要更深入地挖掘学生的设计潜能,使学生对包装设计产生更为深刻的认知和把握。针对包装设计的教学,除了传统的知识技能传授,还需要对以下要点加以重视。

(1) 优化课程结构,提升学生的兴趣

现代包装设计课程的教授应当重视并加强对相关学科知识的不断学习,注重调查和信息的搜集,同时以科学的工作态度遵循一定的有效的操作程

序,对品牌学、市场营销、产品定位、品牌战略、消费心理等相关知识有所研究,培养多角度思考分析问题的能力。

(2) 强调实用性原则

学生进行包装设计的过程中经常会片面追求造型和视觉效果上的新奇,而忽视了包装的稳定性、保护性、使用的便利性,甚至出现其设计构思无法通过现有工艺呈现出来的情况。因此,在包装设计的专业教学上,需要教师引导学生从实际出发,强调包装设计的实用性。例如可以在教学中与一些生产厂家和项目合作,针对具体的设计任务开展具体的专业训练和实践学习。通过实用性教学的形式,锻炼学生的创造力和综合分析问题的能力,使教学更具实践性。同时更能激发学生的创作热情,促使学生更注重产品和市场的实际要求,避免表面化的处理。



图1_包装设计教授流程

(3) 注重对创造性思维的培养

根据市场环境的变化,培养学生的创新能力和复合能力,是增强学生创造性的关键环节。可以在教学中增加一些探索性、实验性的课题,让学生大胆探索与实验,变被动学习为主动学习,变模仿性设计为创造性设计。

1.1.2 包装设计的学习方法

学习包装设计的目的在于培养学生把握包装设计构成的科学流程,掌握各种构成元素的设计方法,运用不同包装造型的设计表现,掌握各种材质和印刷工艺的应用技巧,以及加强对系列化包装设计的把握等。

学习包装设计的要点主要体现在以下几个方面。

(1) 注重积极广阔的市场调研

包装设计的学习不能仅仅局限于

课堂和书本,还必须对当前包装市场的现状有所了解。可以通过网络收集大量包装设计的优秀案例,了解设计技巧等相关知识。除此之外,最好能够进入到各大超市、商场进行实地考察,通过近距离的实际接触,了解包装设计的造型、色彩、材质等相关要素,形成清晰的概念。

(2) 寻找设计的表现角度和形式

不同的人对事物都有不同的认识角度,在包装设计的表现上集中于某一个角度将有益于表现的鲜明性。确定表现形式后再进行深化,将大大提升包装设计的效率。

表现形式是设计的具体语言,是设计内涵的视觉呈现。选择具体的体现形式之前,需要学生对设计主体和主题进行详尽细致的综合分析,力求找到最适合的呈现角度和形式,见图2。

(3) 参与互动交流与团队合作

在分组设计的过程中,各小组成员可以分别构思绘制包装设计草图,集结创意开展讨论,通过不同的角度和审美标准来评判每个人的设计方案,总结其优缺点,并选出最优秀的一个方案进行深入制作。

(4) 重视造型与结构

容器造型与结构设计最大程度地影响着包装的成败。在学习包装设计时,切忌只将设计重点放在视觉效果的表现上,必须对包装的结构进行深入学习,设计出兼具美观与实用功能的包装,见图3。

(5) 创新思维

初期的学习往往以模仿借鉴为主,学习他人的成功经验是有必要的,但绝不可依赖模仿,必须培养设计构思的能力。除了熟悉产品、了解市场,还要能不断提高自身的文化艺术修养,最大限度地发挥自己的潜力。



图2 天然蜂蜜包装设计

这款蜂蜜产品以“自然、滋养、美容”为主要卖点,在包装设计上采用传统的玻璃罐容器,保证蜂蜜的新鲜,以及运输、贩售过程的安全性。在瓶盖上包覆有手写感书法字体的特种纸张,并结合草绳捆扎纸张和附赠的木勺,突出纯天然的质朴韵味,完美契合主题。

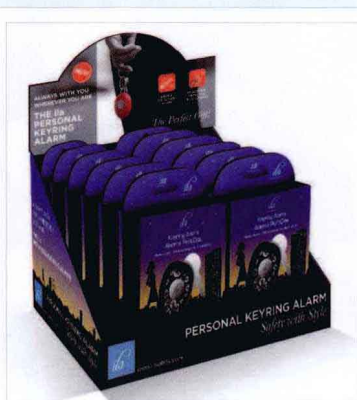


图3 女性警报器钥匙圈包装设计

这款女性警报器钥匙圈使用悬挂式包装造型,并将个包装放置于展示包装中,便于顾客观察和拿取。紫色系突出女性特征,并强调产品对女性安全的保护。

1.2 包装设计的渊源及发展

在包装发展的过程中,人们对包装的认识也是逐渐深化的。以包装物的含义而言,就有广义和狭义之分。广义上的包装物,是指人们用来盛放和包裹食品或用品的器物。狭义上的包装物,则是指市场所流行的销售包装——商品包装,它不仅是某种看得见、摸得着的器物,而且更多地蕴含着保护商品品质、传达商品信息、促进商品销售的内在意义。对于这两种含义,在远古时代是不能明确区分的,随着商品交换的出现,商品经济的发展和市场竞争的加剧,商品的包装才逐渐被人们所认识。包装与产品是一对孪生子,有了产品就要有包装加以保护,中国古文字中的“包”字就是一个育子于子宫中的象形字,它反映了古人对包装的认识与理解。

根据中国《辞海》中的解释以及传统上被人们所接受的含义,“包”有包藏、包裹、收纳等意思,而“装”则有装束、装扮、装载、装饰与样式、形貌等意思。如果我们将传统的包装设计概念概括一下,它具有以下意义:保护,即通过一定方法将物品包容、保护起来,使之在质量上免受损害;整合,即将一些无序杂乱的物品按照一定的容量或数量单位,组合统一在一起;运输,即通过包装使物品便于运输、搬运;美化,即通过包装使物品显得更加漂亮、吸引人。与对其他客观事物的认识一样,人们对包装的认识也是随着社会实践的不断加深而不断更新的。在



图4_自然形态包装容器 (1)

今天大生产与大市场的背景下,现代包装的概念及其内涵与过去相比有了极大的改变。通观包装设计历史发展的全过程,可分为包装设计的原始时期、包装设计的发展时期和包装设计的未来时期。

1.2.1 包装设计的原始时期

在人类漫长的文明进化历程中,科技发明、社会变革、生产力提高、环境的变化以及人们生活方式的进步,对包装的功能和形态产生了很大的影响。从包装的发展演变过程中,能清晰地看出人类进步的足迹,了解包装的发展与演变,对今天的设计工作具有非常现实的意义。

(1) 包装的原始形态——追求美感的容器



图5_自然形态包装容器 (2)



图6_自然形态包装容器 (3)

在原始社会后期,因为剩余产品的出现,需要存储和交换,从而产生了原始的包装形态。以现在对包装概念的理解,容器并不能算做真正意义上的包装,但它具备了包装的一些基本功能,比如保护被保存物,使之方便使用和携带等,见图4~图6,它对包装的产生也起到了促进作用。

我国的陶器起源很早,1962年考古学家在江西发现了距今8000多年的陶器。在远古时代,人们已经学会用天然赤铁矿颜料和锰化物颜料在陶器上绘制装饰纹样,烧制成精美的彩陶。彩陶的装饰纹样有植物、动物、山水、人物以及抽象几何图形。

图7是新石器时期的彩陶容器,它的造型富于韵律感,线条流畅刚健,色彩艳丽,装饰性强,充分反映出古人对造型和形式美的追求与探索。

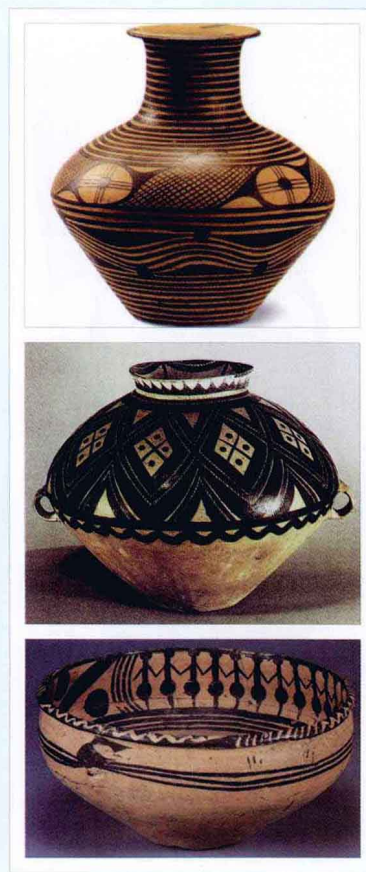


图7_新石器时期彩陶容器

（2）青铜器

我国早在商代就已经开始使用青铜器，但主要作为奴隶主和王公贵族们奢华生活的各种器物，普通的劳动人民是无法享用的。

青铜器的造型丰富多样，仅作为容器使用的就可分为烹饪器、食器、酒器、水器等。烹饪器主要有鼎（煮肉的器物）、鬲（lì，煮粥的器物）；食器主要有簋（guǐ，用来盛主食）；酒器主要有爵（饮酒和温酒的器物）、角（饮酒胎）、觚（gū，饮酒器）、觥（hōng，饮酒器），还有壶、尊等盛酒器以及盃（hé，调酒器具）等；水器有鉴和盘等。这些充分体现了古代人民对制造工艺和装饰美学法则的掌握。在装饰上，青铜器除平面装饰外，还出现了很多立体

装饰。例如，把盖的钮做成鸟形、动物的头部或双角兽形等，大大丰富了青铜器的造型，见图8~图9。

（3）漆器

中国开始以漆作为涂料，亦有非常久远的历史。1976年考古学家在浙江余姚河姆渡遗址中发现了距今7000年左右的木质胎漆碗与漆筒。

在中国历代的人物画中，我们常能看到漆器作为器皿出现，如化妆盒、食品盒等，见图10。它甚至还对欧洲文化产生了影响，18世纪英国著名家具工艺家汤姆·齐皮特曾根据中国漆器的特点，设计出一种装饰风格独特的家具，风靡一时，在家具史上被称为“齐皮特时代”。

（4）瓷器

瓷器是中国最具代表性的工艺品，几乎成了中国传统文化的象征，它作为一种容器，在中国历史的发展中，其应用范围之广、历史之悠久、影响力之大都是其他种类的容器无法比拟的。瓷器始于东汉，在战国时期经历了从陶器到瓷器的半瓷质陶器的过渡过程，到了东汉时期，瓷质日趋纯正，瓷胎较细，釉色光亮，釉和胎的结合也日渐完美。直至今日，除了工艺品、日用品以外，瓷器也是一种常用的具有民族传统风格的包装形式，如白酒、中药的包装等，见图11。

除了上述一些主要形式以外，金银器、石器、玉器、木器、琉璃等都曾作为容器使用。



图8_商周时期青铜器容器造型（1）



图10_商周时期漆器容器造型



图9_商周时期青铜器容器造型（2）

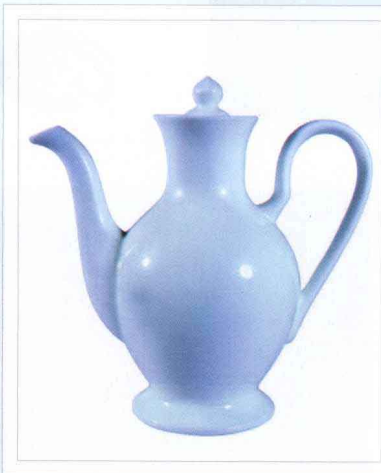


图11_传统瓷器容器造型



（5）民间天然包装材料

古代劳动人民在长期的生产生活中运用智慧，从身边的自然环境中发现了许多天然的包装材料，如木、藤、草、叶、竹、茎等。山东省大汶口新石器时代遗址，曾出土骨针管4件，它们是用来包装缝紉用的骨针的容器，其中用兽肢骨制成的一件骨针管长9.5厘米，内贮细骨针8枚，用鸡肋骨制成的一根骨针长6.3厘米。虽然骨针在当时还不是商品，但为了便于使用和贮存保管，采用骨管作为包装容器，可谓“巧夺天工”。

相传在战国时期，为了在端午节这一天纪念伟大的爱国诗人屈原，人们创造了一种独特的食品——粽子，它用清香的箬叶包裹糯米，形状为独特的四角形，用彩线捆扎，外形非常美观，形成了独特的美味食品，一直流传至今，受到广大人民的喜爱，由此可见其包装形式的生命力。

在中国古典文学名著《水浒传》“鲁

提辖拳打镇关西”一段中，描写了屠夫镇关西用荷叶来包装切好的肉馅的场面，荷叶就是保存食物的包装材料。柳宗元也曾在诗中描写过“青箬裹盐归峒客，绿荷包饭趁墟人”，也是对当时民间包装材料应用的真实写照，见图12。

竹、木作为包装材料已有长久的历史。在汉字中，簍、篮、箪(dān)、篋(qiè)、筥(sì)、笈(jí)等，指的都是竹编制的各式各样的容器。西汉盛行用竹筥、竹箱盛物。宋代的运输包装主要采用竹容器，它不仅用于包装普通货物，而且用于运送高档贡品，如福建贡茶“北苑试新”的外包装就是“细竹丝织笈”。北京故宫博物院珍藏的清代工艺品包装中，就有篋细如丝、光洁润亮的“竹丝编胎高足篮”“竹丝编漆边长方匣”等，见图13~图14。

木制的箱、匣也是用途广泛的包装容器。在陕西扶风县法门寺地宫出土文物中，有经过精心装饰的唐代“檀香缕香银绦黑漆木箱”。清道光年间扬

州漆砂砚的包装则是用带瘿瘤纹的楠木制成的木匣，里面有活屉，可以自由抽出，活屉中还有夹层，贮放仿单(说明书)，其结构十分精巧。

此外，由藤条、柳条等编织的包装容器，在古代也广泛用于贮藏各种食品和日用品，见图15。新疆吐鲁番阿斯塔那唐墓出土的筐盒是以麻绳为经、柳条作纬编织的，出土时里面还盛有葡萄干。绛州的藤编盘匣、沧州的细柳箱，造型典雅、图案新颖，在唐代非常盛行。

中国有句俗语：“不知葫芦里卖的什么药”，可见在古代曾普遍用葫芦装药、盛酒。葫芦外壳坚硬，保护性好，能起到良好的抗腐防潮作用，且外形美观、便于携带。即使现在，葫芦那为人喜爱的造型特点仍常被应用到产品包装设计中。

麻、木、皮革等也有被用作包装材料。我国是丝绸的故乡，丝绸也常被用作包装材料，制成锦袋、锦盒等。



图12_箬叶天然包装材料

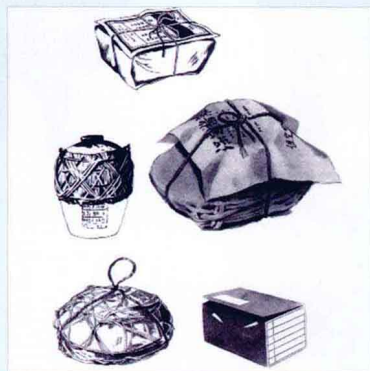


图13_天然包装材料(1)



图14_天然包装材料(2)



图15_藤条包装材料

1.2.2 包装设计的发展时期

在奴隶制和封建制的社会条件下,包装设计处于发展时期。这个时期,在西方大约从公元前3000年左右至18世纪初;在中国,则是从公元前2000多年的夏朝初期至19世纪中叶封建经济开始瓦解为止。早在新石器时代后期,农业和手工业的社会大分工促进了冶炼业的兴起和科学技术的进步,开始出现专门从事商业的商人,推动了商品交换的发展。出于商品交换的需要,人们对商品包装的设计、制作和研究也进入一个新的阶段。

(1) 商业的出现与发展——包装促销功能的体现

当生产力发展到一定水平,有了社会分工和剩余产品后,商业活动就自然而然地产生了。我国在很早就出现了商业活动,到了殷商时期,首次出现并开始使用货币。西周时,文王采取了免税奖励政策,大大促进了商业的发展,并设立了完善的商业市政机构。春秋时,我国形成了咸阳、邯郸、大梁、洛阳、临淄等商业大都市,商人的社会地位也得到提高。

《韩非子》中记载了一个“买椟还珠”的故事,这也从侧面反映了当时商人对包装的重视,以及包装对消费者

的吸引力。

欧洲的商业活动则是在地中海沿岸展开的,海运的发达促进了商业的发展,如埃及的玻璃容器和制法,就很快传到了欧洲大陆,见图16所示。

古代埃及还出现了早期的商品标签。公元前13世纪的葡萄酒罐和壶上就出现了或拴或贴上标示内容的书写有文字的标贴。

在埃及第十八王朝的宫殿内贮藏的酒容器上就贴着注有“上等葡萄酒”“特级上等葡萄酒”的标记以示区分。这可能就是酒贴包装的最早起源。图17~图19为古埃及的酒罐及描绘酿酒、献酒的壁画。另外,在大英博物馆所藏的古埃及神庙建筑的瓦片上,刻有制造者的名称标记,此类标记还出现在同时期的一些纪念雕刻、手工饰品

上,表明生产者已经开始具备品牌意识。到了古罗马时期,出现了酒馆在招牌上配挂木枝的现象。这些都反映了商业的发展对商品促销所产生的促进作用。

(2) 造纸、印刷技术的发明——包装技术、材料的进步

造纸术是我国古代四大发明之一。纸的出现逐渐替代了以往成本昂贵的绢、锦等包装材料。《汉书·赵皇后传》中就有用纸包装中药的记载。从此,纸被运用到食品、药品、纺织品、化妆品、染料、火药、盐等物品的包装中。随着造纸技术的不断改进,开始出现如加上染料制成象征吉祥、喜庆的红色包装纸;加上蜡制成有防油、防潮功能的包装纸等。



图16_古埃及鱼形玻璃器皿



图17_在图坦卡蒙的墓中发现的葡萄酒罐

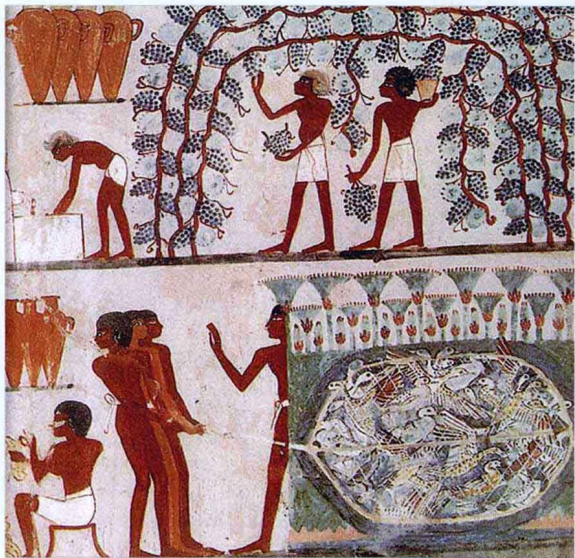


图18_金字塔中埃及人酿造葡萄酒的壁画



图19_金字塔中埃及人献酒的壁画

到了19世纪,造纸技术取得了很大进步,使短时间内大量造纸成为可能。最早的制纸机是1803年英国伦敦的制纸业者富德林那兄弟研制成功的,是用亚麻、木棉等作为原材料,通过煮、碎、造浆等步骤完成制纸的。这时的纸品质质粗糙,不适宜彩色印刷。

印刷术也是由中国发明的,其发展是由雕版印刷的发明开始的。隋唐时期,雕版印刷技术已经相当高超,如现存最早的雕版印刷品之一,敦煌发现的公元868年刻印的《金刚经》,其版面工整,图文并茂,印制精美,体现出印刷技术与版面设计的结合,见图20。

到了宋代,我国雕版印刷达到了高峰,许多地方形成了大规模的刻印中心,这时期出版印刷了大量典籍。由于商业的发展,还出现了木版刻印的世界上最早的纸币——交子,见图21。

印刷术也被运用到包装设计中,比如在包装纸上印上商号、宣传语和吉祥图案等。

我国现存最早的印刷品包装是北宋时期山东济南刘家针铺的包装纸,四寸见方,铜版印刷,中间是一个兔子的图形标记,上方横写着“认门前白兔儿为记”,下半部有广告语“收买上等钢条,造功夫细针,不误宅院使用,客转为

贩,别有加”等字样,图形鲜明,文字简洁易记,已经具备了现代包装的基本特征,体现出明确的促销功能,见图22。

随着印刷技术的传播,公元1243年,欧洲出现了雕版印刷,如德国的“圣克利斯托尔非”画像,这比我国的雕版印刷晚了约600年。

19世纪初期,玻璃瓶、陶瓷罐、金属容器、纸板盒、包装纸等都需要在外部表示出商品的品牌形象,起到引人注目、传达商业意图、提高产品附加值的作用。包装技术迅速结合了进入全盛时期的印刷技术,精美的彩色印刷应用于纸盒包装上。如美国某洗涤剂厂在其产品上使用了精美的彩色插图,有些人收集了这样的包装,且对其关心的程度竟超过了商品本身。

在印刷技术的支持下,商品的信息传达方式变得更加自由、直接。包装上的信息传达功能取代了以前必须掌握商品知识的推销人员,使零售业的普及成为可能。

(3) 商业流通的发展——包装产业化的形成

随着科技的进步,特别是欧洲工业革命以后,商品的流通手段得到了很大的发展,远洋运输、铁路运输的出现,以及公路运输、航空运输的发展,使商

品流通的范围扩展到全世界。在这种情形下,包装必须形成产业化才能配合商品流通的需要以及销售方式的变化。

英国的茶包装被公认为是现代包装的先驱。中国的茶叶在17世纪后半叶传入英国,立刻成为王公贵族、上层社会及有钱人的奢侈品,饮用来自中国的红茶成为高贵时尚的象征。但由于距离中国路途遥远,茶叶不易运输,有人建议在印度种植茶叶。1823年,人们偶然在印度东北部发现了自然生长的茶,这样,印度的茶通过东印度公司被大量运回英国,茶的价格变得便宜了,普通大众也有能力购买。当时,伦敦的茶商为了促使普通公众前来购买,想尽了各种办法。

某茶商借鉴了当时市场上火腿、腌肉、黄油、鸡蛋等分块包装而便于销售的经验,将茶分为一磅、半磅、1/4磅分装,并使用精心设计的包装袋,包装上突出商标,并且使用了“从茶园直接到茶杯”的广告语。这种包装方便了消费者购买,并树立了良好的品牌形象,很快便得到消费者的认同,取得了销售成功。在1900年以前,大部分茶叶还是散装出售的,到了1914年,英国食品杂货店中的大部分商品就再没有散装出售了,基本上都有了包装。



图20_唐代刻印的《金刚经》



图21_宋代的交子



图22_山东济南刘家针铺包装纸

1860年,美国人埃默森写了《生活指南》一书,这是一本较早谈到有关商品包装的书籍。书里讲到,当时的商人们已经注意到,在运输过程中存在着货物破损的问题,于是产生了以保护商品安全为目的的包装。

19世纪末,贯穿美国东西的铁路运输带动了整个铁路沿线商业的发展,铁路运输成为美国东西部之间商品流通的主要方式。1871年,美国人琼斯申请了瓦楞纸的发明专利。瓦楞纸重量轻、成本低,具有良好的保护性,成型简便,而且可折叠,仓储、运输成本都很低。20世纪初期,瓦楞纸包装撼动了传统木箱包装的霸主地位,对包装产业的健康发展起到了极大的促进作用。

工业革命以后,机器化大生产逐步取代了传统的手工式作坊,包装机械的应用使包装更加标准化和规范化。如今各国还相继制定了包装工业标准,以便于包装在生产流通各环节的操作,在各工业化国家已发展成为集包装材料、包装机械、包装生产和包装设计于一体的包装产业,在美国,包装产业已成为第三大产业,在国民经济中所占的比重仍在逐年增加。

(4) 市场竞争的需求——包装形态的不断丰富

产业化包装发展的历史,既是包

装材料及制造工艺的发展史,也是包装形态不断适应市场竞争而变化的历史。主要的包装材料,如金属、纸板、玻璃、塑料等,都历经了不断演变的过程。

1) 金属材料包装的发展如下。

以金属作为包装材料在200多年以前就出现了。1795年,拿破仑出于军队远征的需要,出重金悬赏能够想出长时间保存食品方法的人。从此,金属材料包装技术不断发展,食品的保存方法在19世纪进入了快速发展期。

1810年,杜兰德发明了用金属罐保存食品的方法。起初,由于生产工艺和成本的限制,金属包装并没有迅速普及。到了美国内战期间,由于军队的需求和人们储存食品以备战乱的需要,金属罐头得以广泛使用,见图23~图24。随着工艺的进步,金属材料包装应用的范围也在扩大。1841年,美国肖像画家佩洛罗德用挤压法制造金属管装颜料,随后,这种技术开始广泛应用。到了1892年,“高露洁”将牙膏首次装入金属软管,这种包装形式很快被消费者接受。

1810年,一个工人一天约生产60只左右的马口铁罐。1846年,恩利·埃坡士发明了一天能生产600罐的机器。1870年,英国建立了最早的金属

罐生产工厂,开始大规模生产金属罐。现在,最先进的加工厂能达到一天生产100万罐的产量,仅欧洲就有年产320亿罐以上的生产能力。

铝制包装的出现是金属包装技术的又一大飞跃,它柔软性好、重量轻(只有铁皮的1/3)、且光泽度也好。到20世纪30年代,许多日用品和食品都开始采用铝制软管作包装,如牙膏、胶水、鞋油、酱、奶酪、炼乳等。1963年易拉罐铝罐诞生,见图25,由于其使用方便、成本低廉,大大促进了罐装啤酒和饮料业的发展。1943年,沙利文在美国申请了空气喷雾罐装置的专利,其结合物理学和力学原理,为人们的生活带来了极大的便利。此外,随着技术工艺的不断进步,金属包装在成型上越发多样化,应用领域也不断扩大。



图23_金属材料(1)



图24_金属材料(2)



图25_铝制包装材料