

戴荻 剑超

21世纪艺术设计学习领域实训系列

包装设计

项目教学

主 编 吕 航
副主编 庞 涛

- ▶ 全国各艺术院系岗前培训必备手册
- ▶ 任务驱动式项目教学，为学生毕业后顺利走上工作岗位铺平道路
- ▶ 充分调动学生的学习兴趣，锻炼实战经验，提高专业技能，增强社会适应能力





21世纪艺术设计学习领域实训系列

包装设计项目教学

主 编 吕 航

副主编 庞 涛



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn



内 容 提 要

本书是根据包装设计项目的特点编写的高职教材,以工作过程为导向,针对包装设计项目执行过程中所涉及的常规知识和内容进行讲解。

本书结合教学过程中的经验以及结合包装设计项目的特点,对包装设计项目制作环节的分析 and 梳理的基础上,针对六个工作任务深入浅出地将包装设计项目从客户洽谈到样品制作的各个环节进行深入细致地讲解,学生既能系统地了解包装设计项目的运作流程,又能掌握其中涉及的理论知识,有助于学生在毕业后快速地融入到工作中,结合自身特点,在工作中找到自己的位置。

本书适合高职院校艺术设计专业的教师与学生使用。

图书在版编目(CIP)数据

包装设计项目教学 / 吕航主编. — 北京: 中国水利水电出版社, 2012. 6
21世纪艺术设计学习领域实训系列
ISBN 978-7-5084-9768-6

I. ①包… II. ①吕… III. ①包装设计—教材 IV.
①TB482

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第100119号

策划编辑: 杨庆川 责任编辑: 陈 洁 加工编辑: 冯 玮 封面设计: 新悦翔

书 名	21世纪艺术设计学习领域实训系列 包装设计项目教学
作 者	主 编 吕 航 副主编 庞 涛
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网 址: www.waterpub.com.cn E-mail: mchannel@263.net (万水) sales@waterpub.com.cn
经 售	电 话: (010) 68367658 (发行部)、82562819 (万水) 北京科水图书销售中心(零售) 电话: (010) 88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	北京涿州制图印刷厂北京分厂
规 格	210mm×285mm 16开本 8.5印张 187千字
版 次	2012年6月第1版 2012年6月第1次印刷
印 数	0001—3000册
定 价	39.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社发行部负责调换

版权所有·侵权必究



编委会

丛书主编：戴 荭 剑 超

主 编：彭 婷

副 主 编：马 乐 吴少鸿

编 委：（按姓氏笔画排序）

王玉华	孙 华	孙 巍	宋泽惠
彭文霞	丰 蔚	马淑燕	陈 静
林 璐	刘 萍	雷明娜	李 燕
岳 鹏	朱庆真	于 凯	陈廖宇
李荒歌	邵 瓚	吕 航	李松月



总序

中国职业教育改革发展正处在重要战略机遇期，在开创科学发展新局面、服务社会经济发展方式、加快转变中，职业教育的地位和作用前所未有。

近年来，随着全国100所示范校建设项目的辐射带动，中国职业教育改革与探索的步伐正在稳步向前迈进。进入21世纪新纪元十余载，社会经济迅猛发展，艺术设计专业领域的行业企业对设计与制作人才的要求也不断变化，因此，为了适应企业的要求，培养高素质技能型的人才，职业教育的质量成为不断深化教育教学改革的关键环节。

本系列教材借鉴国外先进职业教育理念，吸取工作过程系统化课程开发的经验，配合探索基于工作过程的课程设计，致力于高等职业教育教学改革和人才培养教学模式的探究。

工作过程系统化课程设计中“学习领域”可以等同于以往“课程”这一概念，但它绝非是我们对传统“课程”的理解。它是将以教师讲授知识为主转变为以学生为主体，通过项目教学采用任务驱动或教学做一体化的方式实施教学，是对传统教学模式的改革。一方面，教学内容以职业活动为依据，按照设计行业中相关工作岗位所需要的知识、能力、素质进行重构，如将学习领域中的知识点及关键技能融入到各学习情境（学习单元）中，由易到难分解一个项目中的具体工作任务，从单一项目到综合项目及其工作流程的常规运作来整合、序化教学内容。另一方面，教学方法设计遵循学生职业能力培养的基本规律进行组织，如结合项目执行内容和学生学习的兴趣点，灵活采取模拟企业职员的角色扮演、职业体验、真实案例解析等情境化手段，并模拟公司创建具有浓郁工作氛围的工作室环境，优化教学过程，以达到不断提高学生实际工作能力的目的。

本系列教材的编写就是基于上述教改主旨所进行的探索和实践。全套共12册，涉及广告、动漫、家居、服装、展示等艺术设计专业类别；汇集多所高职院校和相关企业行业专家组成的教学团队，凭借他们在高职一线教学阵地丰富的执教经验，并融入行业企业专家丰富的企业经历和职业教育的亲身感受，共同编写而成。通过他们在不同层面的教育教学改革，转变观念，达成共识，体现出各艺术设计专业建设的改革创新已达到一定水准，我们愿与广大的高职学生以及相关行业企业的从业人员分享这些成果，从而成就更多的艺术设计应用型人才，惠及社会，服务于民。

北京电子科技职业学院
艺术设计学院院长 戴荭
2011年2月



前言

以工作过程为导向的职业教育理论是德国20世纪90年代以来针对传统职业教育与真实工作世界相脱离的弊端,以及企业对生产一线技术型、技能型人才提出的“不仅要具有适应工作世界的能力,而且要具有从对经济、社会和生态负责的角度建构或参与建构工作世界的能力”的要求,由德国著名的职业教育学者Rauner教授和他的团队——德国不来梅大学技术与教育研究所的研究者们,在一系列研究成果的基础上形成的。20世纪初,以工作过程为导向的职业教育被零星地介绍到我国,尽管并不系统,但一些核心思想已经被我国职业教育界所接受,并对我国近年来职业教育领域,特别是课程领域产生了深远的影响,如任务引领型课程模式基本上是按照工作过程导向职业教育的核心思想构建的。

《包装设计项目教学》一书基于以工作过程为导向的职业教育理论,从入门概念性知识到职业关联性知识、从艺术创新到技术培养、从理论知识到任务驱动的执行,整个项目教学重点培养学生在设计项目中的实战能力,包括必备的行业理论知识、实践动手能力的培养、创新能力的开发等,使课堂知识的传授从单一的理论填鸭式转换到结合实际工作过程的知识讲解。本书结合教学过程中的经验以及结合包装设计项目的特点,对包装设计项目的制作环节的分析 and 梳理的基础上,针对六个工作任务深入浅出地将包装设计项目从客户洽谈到样品制作的各个环节进行深入细致地讲解,学生既能系统地了解包装设计项目的运作流程,又能掌握其中涉及的理论知识,有助于学生在毕业后快速地融入到工作中,结合自身特点,在工作中找到自己的位置。

本书由吕航任主编,参与本书编撰工作的人员还有张竣、刘萍、邵赞等。由于全书整理时间仓促,不可避免地存在这样或那样的不足,而且学识水平有限,虽竭智尽力,仍难免谬误,恳请专家、同行、学者给予批评指正。

编者
2012年2月

目录

总序

前言

第1章 包装设计项目任务综述 1

- 1.1 何谓包装 2
 - 1.1.1 包装的定义 2
 - 1.1.2 中国及其他国家包装用语辞典中对包装的定义 2
 - 1.1.3 包装与设计 4
- 1.2 包装常识与包装设计 7
 - 1.2.1 包装设计的功能 7
 - 1.2.2 包装设计的分类 8
 - 1.2.3 包装上的认证标志 8
- 1.3 包装设计项目 11
 - 1.3.1 包装设计项目操作流程 11
 - 1.3.2 包装设计项目教学 11
 - 1.3.3 包装设计项目教学具体实施 12

第2章 包装设计项目的引进 13

任务一：与客户接洽项目 14

- 2.1 客户委托 14
 - 2.1.1 客户委托设计的原因 14
 - 2.1.2 常见的包装设计项目 14
 - 2.1.3 客户委托设计包装的主要目的 19

任务二：产品调研 21

- 2.2 产品调研 21

任务三：商品市场定位与包装设计定位 22

- 2.3 市场定位及其相关理论 22
 - 2.3.1 市场定位的概念 22
 - 2.3.2 市场定位策略实施的步骤 22

2.3.3 包装设计的定位 23

任务四：包装设计方案构思 32

- 2.4 设计构思及其内容 32
 - 2.4.1 表现重点 32
 - 2.4.2 表现角度 34
 - 2.4.3 表现手法 34
 - 2.4.4 表现形式 39
 - 2.4.5 如何做好设计，成为好设计师 40

第3章 包装设计项目的实施—— 纸盒结构造型篇 49

任务五：包装结构造型设计 50

- 3.1 纸盒包装结构设计 50
- 3.2 纸盒包装结构设计基础知识 50
 - 3.2.1 包装结构的制图符号 50
 - 3.2.2 常用的基本纸盒包装结构 50
 - 3.2.3 常用纸盒盒盖主要结构形式 51
 - 3.2.4 常用纸盒盒底主要结构形式 57
- 3.3 管式纸盒结构和盘式纸盒结构 61
 - 3.3.1 管式纸盒结构 61
 - 3.3.2 盘式纸盒结构 61
- 3.4 特殊形态纸盒 62
 - 3.4.1 特殊形态的纸盒结构特点 62
 - 3.4.2 特殊形态的纸盒结构设计方法 63
- 3.5 常用的纸盒包装盒型结构图 65

第4章 包装设计项目的实施—— 视觉传达设计篇 73

任务六：包装视觉传达设计 74

- 4.1 包装视觉传达设计的要求 75
 - 4.1.1 包装视觉设计要遵循的基本原则 75
 - 4.1.2 包装视觉传达设计的构思 75
 - 4.1.3 包装视觉传达设计的构图 77
 - 4.1.4 包装视觉流程编排设计 77
- 4.2 包装视觉传达设计的构成要素 79
 - 4.2.1 商标 79
 - 4.2.2 文字 79
 - 4.2.3 图形（图像） 83
 - 4.2.4 包装色彩 84

第5章 包装设计项目的实施—— 印前工艺篇 89

任务七：包装设计与印前工艺 90

- 5.1 印前工作 90
 - 5.1.1 分辨率 90
 - 5.1.2 色彩输出模式 90
 - 5.1.3 “出血”的设置 91
 - 5.1.4 套准线设置 92
 - 5.1.5 条形码的制版与印刷 92
- 5.2 印刷工艺流程 92
 - 5.2.1 设计稿 92
 - 5.2.2 照相与分色 93
 - 5.2.3 制版 93

- 5.2.4 拼版 94
- 5.2.5 打样 94
- 5.2.6 印刷 94
- 5.2.7 加工成型 94

■ 5.3 包装印刷方法 94

- 5.3.1 凸版印刷机 94
- 5.3.2 凹版印刷机 96
- 5.3.3 丝网印刷 97
- 5.3.4 平版印刷 97

■ 5.4 包装印刷的加工工艺 97

- 5.4.1 烫印 97
- 5.4.2 上光与上蜡 98
- 5.4.3 浮出 98
- 5.4.4 压印 98
- 5.4.5 扣刀 98

第6章 实战项目训练 99

- 6.1 设计正稿的制作 100
 - 6.1.1 工具的选择 100
 - 6.1.2 制作要点 100
- 6.2 输出稿的制作 101
 - 6.2.1 模切板的制作 101
 - 6.2.2 制作输出稿 102
 - 6.2.3 印前检查 102

附录 学生制作的设计项目 105

参考文献 126



第 1 章

包装设计项目任务综述

任务目的：

了解包装设计项目任务的特点过程及相关知识点。

必备知识：

1. 具备基本创意设计与印刷工艺等知识。
2. 具备设计软件应用能力、包装效果图设计能力。
3. 具备刻苦、认真的学习态度。

任务描述：

认知包装设计项目涉及的任务。

工作步骤：

讲授、查阅资料、调研、讨论、归纳。



1.1 何谓包装

1.1.1 包装的定义

从字面上讲,“包装”一词是并列结构,“包”即包裹,“装”即装饰,意思是把物品包裹、装饰起来。从设计角度上讲,“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

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。单纯地讲,“包装”是将这两种概念合理有效地融为一体。如图1-1和图1-2所示。

从广义上讲,一切事物的外部形式都是包装。如图1-3至图1-5所示。



图1-1 食品包装设计



图1-2 饮料包装设计

1.1.2 中国及其他国家包装用语辞典中对包装的定义

1. 中国国家标准GB/T4122.1—1996《包装通用性术语及其定义》中规定,包装的定义是:“为在流通过程中保护产品、方便储运、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。”

2. 美国包装定义:包装是为产品的运输和销售的准备行为(美国包装协会《包装用语集》)。

3. 英国包装定义: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(英国规格协会《包装用语辞典》)。

4. 加拿大包装定义:包装是将产品由供应者送到顾客或消费者手中而能保持产品处于完好状态的工具(加拿大包装协会)。

5. 日本包装定义:包装是使用适当的材料、容器而施以技术,使产品安全到达目的地,即产品在运输和保管过程中能保护其内容物品及维护产品之价值(日本《包装用语辞典》)。

关于包装的定义众说纷纭。由于每个时期经济发展不同,对商品的需求也不同,每个国家的

社会状况不同,对包装的含义有不同的表述和理解,但基本意思是一致的,都以包装功能和作用为其核心内容,一般有两重含义:

①关于盛装商品的容器、材料及辅助物品,即包装物。

②关于实施盛装和封缄、包扎等的技术活动。



图1-3 系列包装设计



图1-4 包装设计



图1-5 包装设计

1.1.3 包装与设计

1. 包装与品牌营销策划

可口可乐与百事可乐经典之战

美国可口可乐与百事可乐作为世界级饮料，名声之大，无人不晓。“本是同根生”的两位“兄弟”，由于品质酷似（色泽红、味甜、多泡）而注定成了天生冤家。多少年来发生在这两位饮料巨人之间的旷日持久的竞争也堪称世界之最。其中在包装方面的竞争，更是“魔高一尺，

道高一丈”，其竞争手法之多、之新奇、之高妙，也被视为世界典范。

可口可乐问世于1886年，独特的商标名“Coca-Cola”采用飘逸的手写体，配以弧线飘带装饰，流畅别致，在包装上沿用至今。装饰采用红底白字，而红色在西方素有“销售色”之称，这款红底白字的包装设计简洁悦目，有很强的识别性和吸引力，即使在今天来看，它也仍不落伍。

百事可乐于1899年诞生，它在装饰设计上首先考虑的就是超越可口可乐，百事可乐的装潢图案为方圆中有弧，弧中有品牌字体，静中有动，动中有静。在色彩上除了采用红白两色外，还增加了一种蓝色，蓝色是一种“世界色”，红白蓝的配色，冷暖适宜，视觉感观舒畅。世界上许多国家喜用这三色搭配，不少国旗就由这三色组成。从包装来看，“百事”的确比“可口”醒目。如图1-6所示。

可口可乐与百事可乐在包装上的竞争激烈，一方面争先恐后地用金属铝易拉罐武装自己的产品，另一方面又无时无刻不在包装材料、容器装横上加紧研究创新。

2. 包装与VI设计

Vincon shop手提袋设计，如图1-7所示。

MENOS 饮料包装与VI设计，如图1-8和图1-9所示。



图1-6 可乐包装设计



图1-7 手提袋设计



图1-8 饮料包装设计



图1-9 VI设计

1.2 包装常识与包装设计

1.2.1 包装设计的功能

1. 保护功能

对于包装来说,保护产品是第一位的,再好

看的包装不能达到保护产品的功能就不是成功的包装。包装的材料与结构要根据产品的材料与造型进行合理的设计,要做到既经济又坚固,具有保护产品的功能。如图1-10所示。



图1-10 铅笔包装设计

2. 便利功能

包装设计造型与材料必须便于生产,包装产品的装置操作方便,便于装置;包装造型尽可能

方正,便于运输;包装容量大小、规格、尺寸的合理设计,便于销售和使用。如图1-11所示。



图1-11 包装设计

3. 商业功能

包装要符合消费者心理，它是无声的售货员，在设计上要新颖，根据不同的消费人群使用不同的包装造型、图形、色彩和字体，以促进消费者的购买，同时传达产品的类别、品质、产品名称、容量、地址、使用方法等信息，引导和指导消费者的购买行为。

1.2.2 包装设计的分类

1. 按产品内容分类

日用品类、食品类、烟酒类、化装品类、医药类、文体类、工艺品类、化学品类、五金家电类、纺织品类、儿童玩具类、土特产类等。

2. 按产品性质分类

(1) 销售包装

销售包装又称商业包装，可分为内销包装、外销包装、礼品包装、经济包装等。销售包装是直接面向消费的，因此，在设计时，要有一个准确的定位符合商品的诉求对象，力求简洁大方，方便实用，而又能体现商品性。

(2) 储运包装

储运包装，也就是以商品的储存或运输为目的的包装。它主要在厂家与分销商、卖场之间流通，便于产品的搬运与计数。

3. 按包装形状分类

按包装形状分为：内包装、中包装、外包装

4. 按包装材料分类

不同的商品，考虑到它的运输过程与展示效果等，所以使用材料也不尽相同。如纸包装、金属包装、玻璃包装、木包装、陶瓷包装、塑料包装、棉麻包装、布包装等。如图1-12所示。



图1-12 饮料包装设计

1.2.3 包装上的认证标志

1. 中国产品认证机构国家认可标志

(1) 长城标志

长城标志又称CCEE安全认证标志，为电工产品专用认证标志。如图1-13所示。



图1-13 国内产品认证标识

(2) PRC标志

PRC标志为电子元器件专用认证标志，其颜色及其印制必须遵守国务院标准化行政主管部门，以及中国电子元器件质量认证委员会有关认证标志管理办法的规定。

(3) 方圆标志

方圆标志分合格认证标志和安全认证标志，获准合格认证的产品，使用合格认证标志；获准安全认证的产品，使用安全认证标志。

(4) 中国包装产品质量认证标志

中国包装产品质量认证标志是在方圆标志基础上,结合包装产品的特点,采用包装通行设计的“包”字图案设计而成,分合格认证标志和安全认证标志,印刷颜色为蓝、白两色,白色为背景,标志图案为蓝色。

(5) DC标志

DC标志即中国药品认证标志,是在方圆标志基础上,结合药品管理的特点设计而成,取“方圆”之意,体现了国家药品认证的权威性和严肃性。其主题图案由“药品认证”(Drug Certification)的英文字头组成,内环白色部分是字母D,外环黑色部分是字母C,图案中心的黑色图案是药品片剂的模式图,表示该标志的主体是药品制剂,印刷颜色为绿底白色。

(6) CMD标志

CMD标志即中国医疗器械产品认证标志,是在方圆标志基础上,结合医疗器械产品的特点设计而成,采用“中国医疗器械产品认证委员会”(China Certification Committee for Medical Devices)的英文缩写的CMD构图。分合格认证标志和安全认证标志,印刷颜色为蓝、白两色,蓝色为背景,英文字母为白色。

(7) 绿色食品标志

绿色食品标志提醒人们要保护环境和防止污染,通过改善人与环境的关系,创造自然界新的和谐。它注册在以食品为主的共九大类食品上,并扩展到肥料等绿色食品相关类产品。绿色食品标志作为一种产品质量证明商标,其商标专用权受《中华人民共和国商标法》保护。

2. 国际商品质量认证标志

(1) UL认证标志

UL是美国保险商实验室,它是一个国际认

可的安全检验及UL标志的授权机构,对机电包括民用电器类产品颁发安全保证标志。部分UL安全标准被美国政府采纳为国家标准。产品要行销美国市场,UL认证标志是不可缺少的条件。

(2) CE标志

CE标志是欧洲共同市场安全标志,是一种宣称产品符合欧盟相关指令的标识。使用CE标志是欧盟成员对销售产品的强制性要求。目前欧盟已颁布12类产品指令,主要有玩具、低压电器、医疗设备、电讯终端(电话类)、自动衡器、电磁兼容、机械等。

(3) GS标志

GS标志是德国安全认证标志,它是德国劳工部授权由特殊的TUV法人机构实施的一种在世界各地进行产品销售的欧洲认证标志。GS标志虽然不是法律强制要求,但是它确实能在产品发生故障而造成意外事故时,使制造商受到严格的德国(欧洲)产品安全法的约束,所以GS标志是强有力的市场工具,能增强顾客的信心及购买欲望,通常GS认证产品销售单价更高而且更加畅销。

(4) CB标志

CB制度是国际电工委员会(IECEE)建立的一套全球性互认制度,全球有34个国家的45个认证机构参加这一互认制度,这一组织的成员国及成员机构正在不断扩大。企业从其中一个认证机构取得CB证书后,可以较方便地转换成其他机构的认证证书,由此取得进入相关国家市场的准入证。CB制度的成员国包含了所有中国机电产品的重要出口地区:美国、日本、西欧、北欧、波兰、俄国、东盟、南非、澳大利亚和新西兰等。

(5) EMC认证标志

欧共体政府规定,从1996年1月1日起,所