

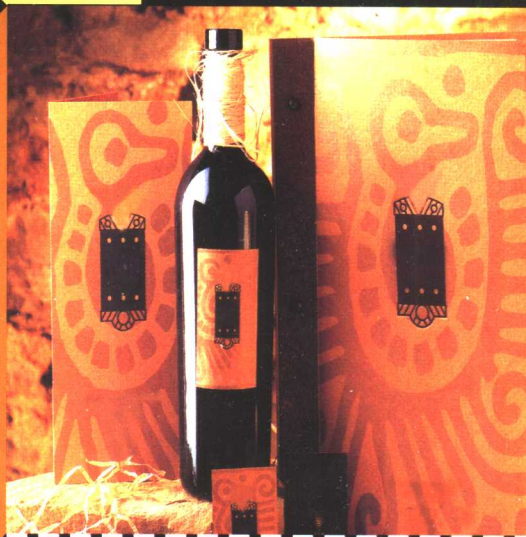
王章旺
编著

包装 分类设计

Baozhuang Fenlei Sheji

洋酒 国酒类

YANGJIU GUOJIULEI



Baozhuangfenlei Sheji

包装分类设计

洋酒 国酒类

王章旺 编著



中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

包装分类设计. 国酒、洋酒 / 王章旺编著. —北京:
中国轻工业出版社, 2001.3

ISBN 7-5019-3065-1

I . 包… II . 王… III . 包装—设计 IV . TB482

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 86897 号

责任编辑: 赵红玉 责任终审: 劳国强 封面设计: 张歌明
版式设计: 王章旺 责任校对: 李 靖 责任监印: 胡 兵

*

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

联系电话: 010—65241695

印 刷: 北京百花彩印有限公司印刷

制 作: 东远先行彩色图文中心

经 销: 各地新华书店

版 次: 2001 年 3 月第 1 版 2001 年 3 月第 1 次印刷

开 本: 889 × 1194 1/16 印张: 5.25

字 数: 168 千字 印数: 1—6000

书 号: ISBN 7-5019-3065-1/TB · 016

定 价: 38.00 元

· 如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换 ·

编 者 的 话

1975年我毕业于无锡轻工业学院工业设计系装潢设计专业,25年来一直从事装潢设计及艺术设计教学工作,为社会设计了大量的包装作品。在教学实践中,担任过绘画基础、专业基础、专业设计多门课程的讲授。将自己掌握的设计美学、制作方法、设计印刷、市场定位等设计体会与经验悉心地传授给学生。然而,能系统、全面地将自己多年的教学与设计体会,以《包装分类设计》丛书的形式贡献给艺术院校的学生、设计人员,是我很久的心愿。中国轻工业出版社给了我这次机会,在此表示由衷的感谢。

本书编写的过程中一直受到清华大学美术学院装潢系教授高中羽先生的关注及热心而具体的指教与支持,他在百忙中为本书作序。在本书出版之际,向他表示真诚的感谢。在此向参阅到文献图片的有关出版社、编辑部、作者,一并表示诚挚的谢意。国酒的图片部分选用了国内影响较大的《中国设计年鉴》1~2卷的优秀作品。在此向《中国设计年鉴》编辑部范克主任、编委及作品的包装设计师们表示真诚的敬意。出版丛书的宗旨只为了教学及探讨研究设计美学,不作商用,对于与作者设计创意有相违之处,希给予谅解,望有关专家提出宝贵意见和建议,以便更好地完善丛书内容,为发展我国的包装设计尽微薄之力。

本系列书在编辑过程中参阅了大量国内外专业文献,结合国内外的最新包装设计图例,图文并茂,分门别类地详细地介绍了各类商品包装的特点及设计方法,文字部分将多年积累的设计制作色彩稿,图片装饰、处理、印刷设计技巧,肌理的使用,印刷黑白稿绘制的经验及方法介绍给读者,以了却自己多年的心愿。

王章旺

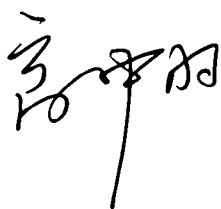
作 者 简 介

王章旺,1951年生,1975年毕业于无锡轻工业学院工业设计系装潢设计专业,1993年晋升为高级工艺美术师,现任北京工商大学机械自动化学院工业设计系主任兼艺术设计教研室主任,并担任中国艺术教育促进会艺术设计教育交流委员会理事,中国包装技术学会会员等职,发表了多篇专业论文,多年来设计了大量包装作品投入市场。其中几十件作品获全国、省、市级优秀设计奖。讲授绘画基础、专业基础、专业设计多门课程,尤其是对包装设计专业有独到的见解与研究。



序

王章旺先生在25年教学实践中,担任绘画基础、专业基础、专业设计多门教学工作。他在总结了自己多年设计与教学经验和收集整理研究国内外有关专业理论的基础上,虚心与同行专家共同探讨,编写了包装分类设计丛书。该丛书文字详尽充实,图例丰富新颖,文图并茂,对于学习包装设计的青年人和设计工作者是很实用的学习材料,对于从事包装设计教学的师生也是很有意义的参考资料。这套丛书的编写包含了王章旺先生的大量辛劳,这种踏实探讨专业的精神非常可贵。



清华大学美术学院装潢系教授
《中国设计年鉴》主编

目 录

洋酒包装设计	1
国酒包装设计	55

洋酒包装设计





图 1

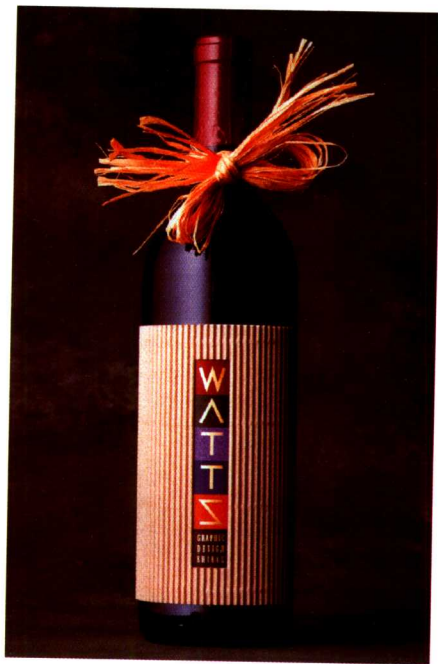
构图：上标散点式标形，拼凑式构图；下图扁方标形，平行排列。

图形：上图美女图像，撕裂拼图；下图字体排列黑白灰层次丰富。

效果：标形新奇、视觉冲击力强。

图 2

装饰：黑瓶身，紫红封口，颈结草绳，身标为细瓦楞纸印刷。一切是那么自然而纯朴。值得一提的是，身标的设计与印刷具一定的趣味与难度。首先，应解决瓦楞纸印色处压平问题，其次是反纸色还是印金的问题。还有一个条幅，居然印刷了有紫红、黑色、淡紫、深蓝、橘黄、黑色多种文字的色块，意味深长，但印刷套印难度相当大。



1 | 2

洋酒造型设计

- (1)以线形为主。如用直线形、曲线形、弧线形、螺旋线形构成的造型。
- (2)以雕塑、切割塑造的造型。
- (3)利用玻璃遮光效果，磨出的棱角在瓶上有意留出的标贴外型。
- (4)利用磨砂效果产生乌玻璃的含蓄感。
- (5)仿静物造型。如书笔型、小提琴型、铃铛型、葫芦型、炮架型、高尔夫球拍型、皇冠型、皇家礼炮型、拉森帆船型、威来老爷车等造型。
- (6)仿动物造型。如企鹅型、威来狮子型、御鹿 XO、金鹰威士忌等造型。
- (7)人物造型。如古骑士、金堡武士、笛手威士忌等造型。
- (8)仿人与动物结合造型。如人头马等。
- (9)仿建筑物造型。如凯旋门等。

洋酒标贴设计

构图：对称式居多。对称多表示稳定、高级品、高品位、高质量等。

文字：多用古罗马体、现代罗马体、歌德体、埃及体、意大利斜体、无饰线体、花体字、夸张体居多。主要表现，产品的陈酿、流水状、古老而又活泼的产品特性。

图形：以文字为主的酒标，可突出品名；以图形为主的酒标，可突出标志，突出商品的原料、产地的风光、丰收的场景、风土人情，突出消费者的饮用情境及酒具、酒桶等直接的、间接的图形。

色彩：以突出酒质纯净为主的白色居多。表现高级、气派的黑色、紫红色、金色等也常用。

洋酒简介

白兰地 BRANDY

法国是酿制白兰地之乡，世界闻名。专门研究中国科学史的著名英国人李约瑟博士曾经发表文章认为，最早发明白兰地的应该是中国人，然而当今世界讲到白兰地仍不离法国，而法国又以干邑地区出产的白兰地为最高级。白兰地之前身，其实就是葡萄酒。最初的白兰地是无颜色、透明清澈、犹如清水，在1901年法国卷入了西班牙的一场战争，战争使白兰地的销量大跌，堆积了大量存货，不得不将它装入橡木的桶内储存。战争结束以后，人们惊奇地发现储存在橡木桶内的白兰地变得更醇并且还有晶莹的琥珀色泽，用橡木桶制白兰地便成为酿制白兰地的重要环节。

干邑白兰地 COGNAC BRANDY

干邑是法国南部的一个小镇，也是法国最著名的葡萄产区。酒类是法国除时装和化妆品外第三大出口商品。法国政府为了保证干邑白兰地的酒质，对于白兰地的名称以及酒龄都分别订下了严格的规定：只有用干邑区所产葡萄并在干邑区内酿制的白兰地才可以冠以干邑之美名。按照品质区分成不同等级的六个种植区，最好的是干邑地区中心种植地带的“大香槟区”，其次是“小香槟区”这两个区的面积很小，只占全干邑区的9%。法国政府又给予它特别称号“特别香槟干邑白兰地”（FINE CHAMPAGNE COGNAC）。干邑区另外的四个种植区分别是：“边林区”、“优质林区”、“良质林区”和“普通林区”。

干邑白兰地的酿制过程是经过用鲜葡萄榨汁、发酵、蒸馏成为56度酒精、再次蒸馏成40度酒精液体，最后用7~10公斤葡萄酒酿制成1升白兰地。下一步就是贮藏，也称为增陈。增陈的秘密在于储存酒液的橡木桶以及酿酒大师的功力。橡木和白兰地一接触就会产生微妙的“交换作用”，使本来没有颜色的酒神奇地变成了橡木的琥珀色，而且味道变得更芳香、更醇厚。不过白兰地也要付出代价，因为一部分酒会在长期的贮藏过程中被蒸发掉。据统计，仅在干邑区内一年蒸发掉的酒液约为两千万瓶。人们称，这些蒸发掉的酒是给天使偷喝去了，所以当你进入干邑区后，可以在空气中明显地闻到白兰地的芳香。

酿酒师傅的技术几百年来一代代的传到现在，全依赖个人的感觉与经验，并没有任何书本经典可以查找。因此干邑白兰地的酿制堪称是艺术加工的过程。法国政府关于对白兰地的品级，特别是对干邑白兰地的品级有严格规定，它是用英文缩写表示的。

S (SPECIAL)	特别的	V (VERY)	很好
O (OLD)	老的	F (FINE)	好的
P (PALE)	特别老的	S (SUPERIOR)	上好的

贮藏年分的标志：

一星代表：	3年以上
二星代表：	4年以上
三星代表：	5年以上

NAPOLÉON.CLUB.FOV	均指10年	V.O	代表10~12年
V.S.O	代表12~17年	V.S.O.P	代表20~25年
X.O	代表40年	EXTRA	代表佳年

享用白兰地的最好方法是不加任何东西，我们称之为“净饮”许多人喜欢加冰块，这是因每个人的口味不同。倒在杯子里的白兰地一般以一盎司^[注]最为适宜，也就是把酒杯横放于桌面上，而酒液不溢出为准。

享用白兰地要用白兰地酒杯，酒杯呈大肚窄口，稍有高脚。要充分享用白兰地，闻味是享受的主要部分。当白兰地倒入窄口大肚的白兰地杯子后，酒的香味能长时间的回留在杯内，窄口就起到抑制散味的作用。喝酒时需要用手握酒杯悠悠晃动，使掌心 and 杯肚接触，让酒的芳香飘逸在大肚酒杯的空间内。品尝白兰地最宜用郁金香酒杯。首先，是看白兰地的颜色。上乘白兰地的颜色应该是金黄色的，晶莹、透彻，既灿烂，又不娇艳。然后用鼻子闻白兰地的香味；高质量白兰地的香味不是单一的，而是丰富多彩，多层次的。你会觉得其香味不断翻滚，经久不散，最后才可呷入口中，品尝白兰地的最佳时间是上午11点左右。

[注]：1盎司=28.349克。



图1

装饰：木盒隔断中安放的瓶子上印有远古的不规则的各种色块。封口用黄裱纸包裹着，用印有Ho、Ho、Ho白色标牌系标用的黑线绕系着，身标是一张随意用手剪出的白纸贴，上面用黑字记录着酒的文字说明。一切看上去是那么随意，其实却完全是刻意雕琢而成。

图2

效果：拟人化创意设计。包装选用新颖的仿拉链皮革服装设计，绝妙之处为上部，似绅士皮衣的翻领，多么潇洒、豪放。同时，在黑色皮衣的拉链头上反衬着象征本酒的红色R字标签，为暗色包装增加了一个亮点。



图 1

定位：品牌装饰定位、封口标、身标均突出了人物。
构图：水平式，以文字排列为主。品名花体字体现了酒的流动特性。

色彩：白底色，表现出酒质清醇。

图 2

定位：装饰性定位，突出花卉的装饰。

构图：垂直、向上式。

色彩：黑瓶、白色底、灰色花，体现酒质清醇。

图 3

定位：装饰性定位、黑底突出了游动的绿、蓝、玫瑰圆色块与蜥蜴图形。

构图：均衡式，图形游动，文字对称。

色彩：黑底，绿、蓝、玫瑰圆形，黄彩条构成了黑、灰、白的色彩节奏。

威士忌 WHISKY

威士忌产生于 17 世纪英国的苏格兰。百年来威士忌大都是用麦芽酿造的。首先，将大麦浸泡两至三天，置于空地上发芽后上火熏烤。经两次蒸馏后再放入橡木桶内酝酿。橡木会与威士忌发生作用，使威士忌产生独一无二的香味。制造威士忌的原料亦有玉米、小麦、黑麦、裸麦及燕麦等诸多品种。威士忌之所以成为世界之酒，其关键在于混合法的出现。19 世纪，人们开始使用连续式蒸馏机，并由此造出了混合威士忌。所谓混合威士忌就是由麦芽威士忌和谷物威士忌勾兑后而制成。这种勾兑由 15~50 种不等。目前世界上出售的威士忌 98% 是混合威士忌。还有一种纯麦芽威士忌，这种威士忌是由纯麦芽酿造造成的。

威士忌大致上可分为：“苏格兰威士忌”、“美国威士忌”、“加拿大威士忌”、“爱尔兰威士忌”和“纯麦芽威士忌”等几种。其酒精成分大约都在 40~60 度之间。

金酒 GIN

金酒起源于 16 世纪的荷兰，它是荷兰著名的来顿大学教授 SYLVIVS 医生发明的。最初发明的目的是想得到一种较为便宜的利尿药品。可后来就变成了人们很喜欢的新酒种了。

金酒又叫杜松子酒。酒度一般为 35~40 度。它是由玉米、大麦、小麦或者裸麦经过发酵、蒸馏，然后加入杜松子、胡荽、葛蒲根、小豆蔻、苦杏仁、桂皮、白芷、橙皮（或柠檬皮）等香料经过两次蒸馏制成。金酒具有典型的杜松子香气。酒液无色，澄清、透明、晶莹。口味协调醇和、温雅、不带有杂香怪味，是一种颇具艺术味道的酒。

金酒的产地以荷兰、美国、英国等国家为代表。口味有干型和甜型两种。酒色也有淡金黄和原色之分。常饮金酒能驱病强身，有益健康，可谓常备酒品。金酒可以净饮，也可以加冰或加汁剂饮用。

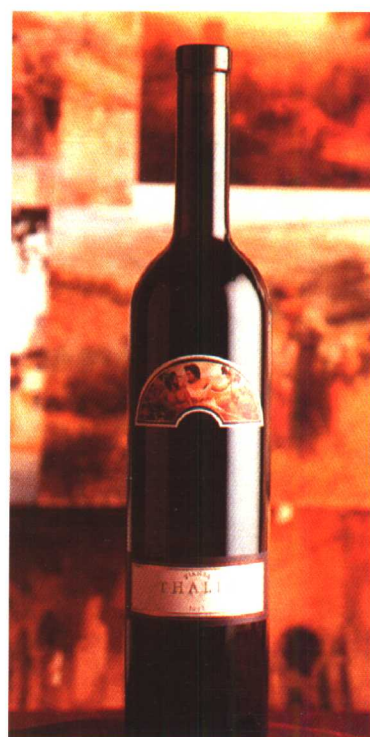
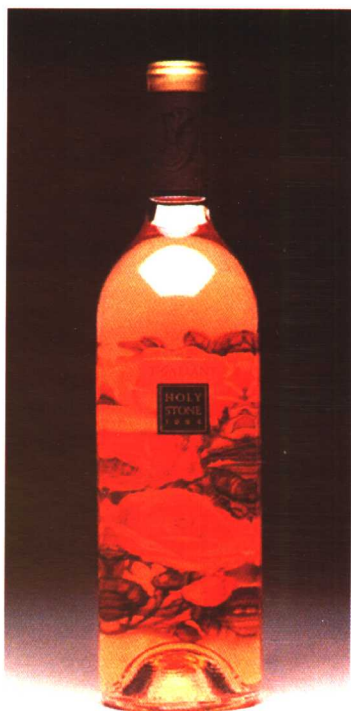
伏特加 VODKA

伏特加酒诞生于俄罗斯，也有传说产生于波兰。伏特加属于酒精含量很高的中性酒，酒度一般在 40 度左右。世界上生产伏特加酒的国家很多，所用原料也有马铃薯、玉米、大麦、黑麦、裸麦、小麦、甜菜、大米等许多品种。伏特加酒液无色、透明，口味醇和、绵软、爽口，风味独特，是世界流行的酒种。在享用伏特加时可以加冰或者加入一些柠檬，可以净饮，也可以配合饮料一起饮用，一般用古典杯。

老姆酒 RUM

世界各地凡是高产甘蔗的地区都产老姆酒。老姆酒是酒精含量在 40~70 度之间的一种烈性酒。它是由甘蔗经过榨汁，煮炼而产生的糖蜜，再经过发酵、蒸馏、着色、增陈、勾兑及过滤等工序酿制而成的。

老姆酒的主要生产地有：古巴、牙买加、圭亚那、马提尼克岛、波多黎各和阿佩道斯等。品种有无色老姆酒、金色老姆酒和黑色老姆酒。老姆酒甜润圆滑，回味中带有甘蔗香味。在吃水果蛋糕或冰激淋时加入一些老姆酒使人感到十分惬意，是一种不可多得的鸡尾酒基酒。



1	2	3
4	5	

图 1

效果：万花筒设计，开出一个窗提示品名，形成繁简对比，使主题突出。

图 2

效果：突出淡黄色酒质与黑色人体的明度对比及金星的调和，形成黑、白、灰的色彩层次感。

图 3

效果：扇形标与扁方形标上下呼应结合式。
图形：扇形标内透形情侣名画，突出使用对象。

图 4

效果：黑蓝瓶型，不规则白色星标，突出明度对比。

图 5

效果：黑色系列，黑色外包装，黑色瓶型、黑色起凸条码式标，引入进入神秘世界。





图 1

造型：左图为方中见圆磨花型；右图为高尔夫球拍造型。

构图：左图为椭圆标对称式；右图为适形装饰式。

文字：左图为罗马体与花体字结合，静动适宜。

图形：右图为高尔夫球场、球坑、与球拍的有机结合，突出动感。

色彩：左图为金标黑字呈高级感，右图为黑、黄、红、金具有运动感。

图 2

造型：自上而下渐增的阶梯式，并用三条装饰筋分割成铃铛型。

图形：上为磨砂的山林图形，中为印刷的山林图形，一虚一实，对比有序。

色彩：上为酒色、中淡黄色、下黑色，用白、金色线分割，形成了灰、白、黑的阶梯色带。

图 3

效果：吊挂式蓝色调霓虹灯POP造型广告。通过深蓝底色标、淡蓝白串色字体与天蓝霓虹灯管的多层次结合，形成了鲜明的蓝色世界。



$\frac{1}{2} \mid 3$



图 1、图 2、图 3

定位：品牌定位，突出金牛、金狗、金卫士图形。

构图：水平对称式。

色彩：中低明度配色，绿、红、蓝与黑，追求沉稳色调。

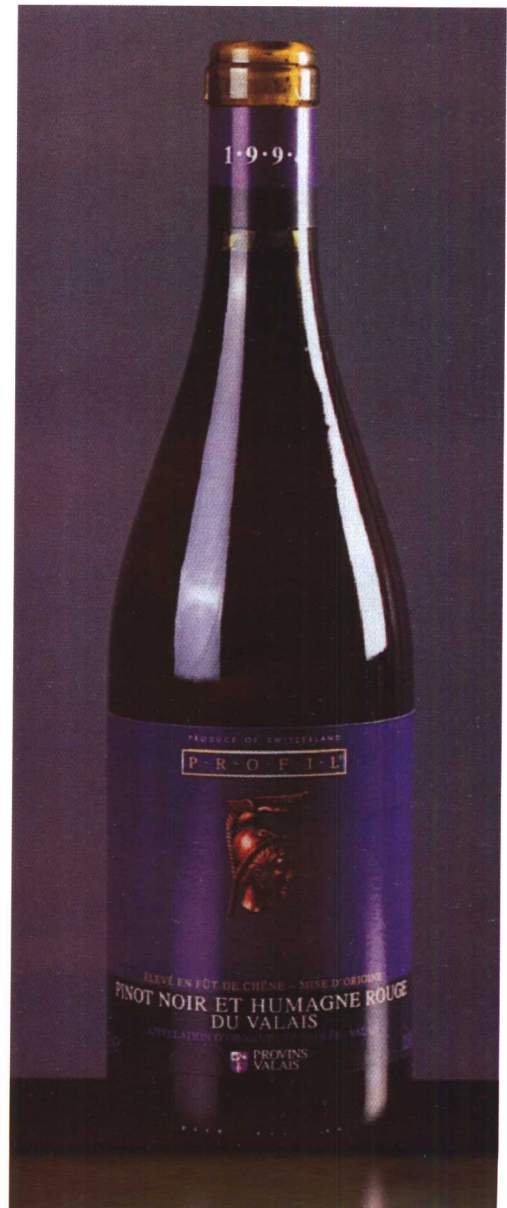


图 1

定位：返祖创意。在高度发达的信息时代，人们难免会出现怀旧的心态。这里好像回到了远古的结绳、图画时代：麻绳缠绕酒瓶，随意手工雕出的木塞，涂画的白布封口签都是那么随意而自然。

标贴：黑边衬托着不规则的锯齿邮票外形，一只线描的远古信使鸟就要起飞，符号式的大小文字传递着信息，古旧的黄木塞、黄绳、黄裱纸，构成一幅古老的包装传统工艺图腾。

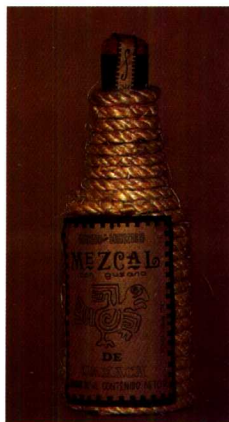
图 2

标贴：构图，开窗式系列设计。开窗处展示代表各个品种的水果：香蕉、苹果、葡萄、橘子、桃等。为了画面活泼，水果图片突破窗口画面与底色混为一体。色彩，根据产品颜色，分别选用与其同种或类似的色彩，用作标贴的色彩。如，橘黄瓶与深红标、深蓝瓶与中蓝标、中黄瓶与大红标、暗红瓶与紫红标、土黄瓶与黄绿色标等配色，使瓶色与标色混为一体。其中的黄色线，居中的黑色条反白字、底色反白字为标贴增加了层次，提示了信息点。

图 3

标贴：白色标，水平编排，主体文字用徒手线装饰，图形极为随意，河流、绿树、帐篷、餐桌，实为旅游增色不少。效果，为浪漫性设计。

1
2
3



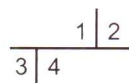
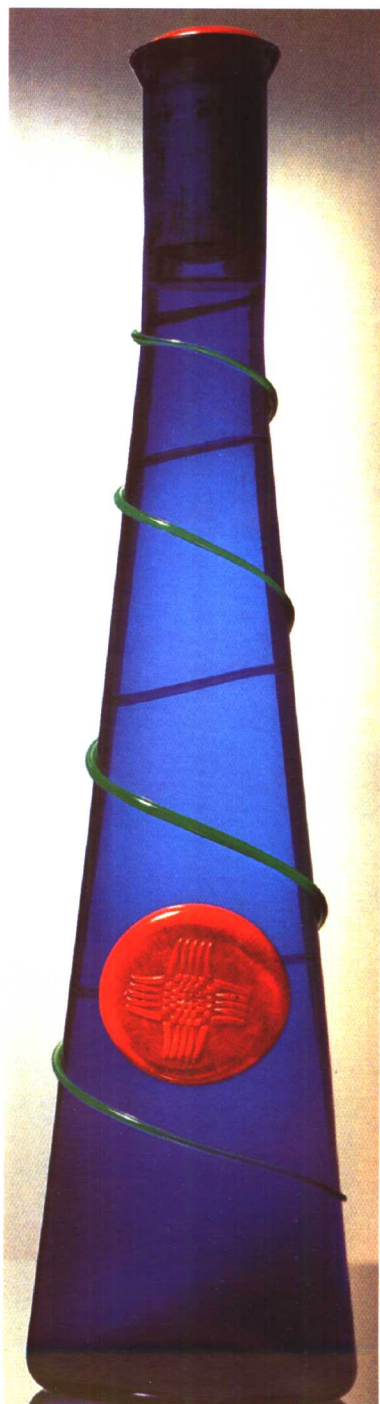


图 1

效果：造型简练、水晶透明；标贴直印瓶上，底色灰白、单一黑字；构图对称、突出汉字；定位于酒质纯净。

图 2

效果：造型，蓝色长铃铛型；装饰，重心向下；构图，围绕商标进行对称编排；色彩，蓝底白字、清洁干净；定位于瓶型创新，色彩、酒质纯正。

图 3

效果：造型，圆锥向上、追求高亢，上下为多棱体，追求变化，贴标处为圆锥体，为了贴标牢固；色彩，酒为黄色，标贴同类色，文字色柔和，追求古旧风格。

图 4

效果：造型，高亢圆锥体；色彩，蔚蓝色瓶绿线缠绕，红标牌犹如初生的太阳，徐徐升起；定位，企业崛起、酒业兴旺。

1 | 2 | 3
4 |



图 1

效果：白瓶黑标，使酒质更透明。

构图：酒标为长方形开窗，上开出方圆结合，下为扁方，即上下呼应型。

图形：田园风情，突出丰收的场景，寓意原料真实与丰富。

图 2

效果：深沉的黑色造型，金色的飞人标牌，显贵重、神秘感。

图 3

效果：产品定位，突出文字、品牌。

构图：边缘变化型。

色彩：金底色，黑字，呈高级感。

图 4

定位：消费者定位。突出装饰人物。

构图：垂直开窗式，效果主题突出，向上延伸。

图1 冰岛黑死病伏特加酒

效果:黑底、白字、白骷髅图案,整体处于两极对比之中,从中体现 WODEK 酒的烈性。加之金牌的调配,又体现出酒的品级。

图2 捷克丹尼波本威士忌酒

效果:黑底、多种白色字体、白色流动图案、构成纯度的两极对比。

图3 哥顿金酒

效果:黄底色、红字红橙色框、果实边装饰。整体标体现出暖调、亮丽情调。



图4 鲜山露干味美思酒

图5 马天尼白味美思酒

效果:边缘适合纹样,主体字提出置于身标之上,构图严谨,即突出了主题,又可细细品味。

图6 奥美加酒

效果:瓶型凹凸,浮雕感强。标型为金箔纸压凹凸纹样、人像,整体均处于浮雕状态中。

	1	2	3
4			
5	6		



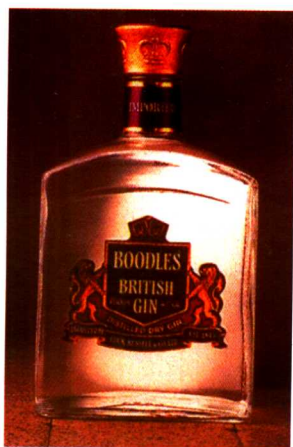


图1 布多思金酒

效果:白酒瓶、深色酒标、对称式金字塔标型中黑盾牌与黑脖标、金狮与金盖金皇冠遥相呼应,更显酒质的清纯尊贵。

图2、图3、图4 钻石金酒(基路比)

效果:长方形瓶型,梭型似钻石标具延续流动感。上书罗马字品名,花体字及红、黑的箭头边线,使画面静中有动。

图5 芳津杏仁甜酒

效果:橘红色为甜味,翻卷边、黄古旧色标、金脖标整体呈暖色调,表现燃烧的炽热,为缓和其热量,封口采用了与瓶造型相同的黑色长方形瓶盖。

图6 龙顺香槟酒

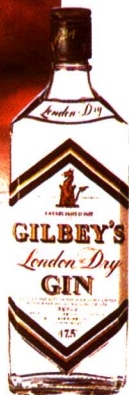
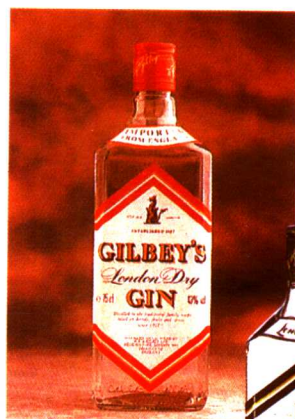
效果:以文字层次处理为主的酒标与酒盒,酒盒深褐色、底纹字淡褐色、主体字白色。酒标基本一致,花体字的品名更显酒的淳朴。

图7 皇家礼炮酒

效果:皇家礼炮21响,此酒也陈酿21年,分别盛载于红、绿、蓝及棕色瓷瓶中。以下蓝瓷造型,在凹凸图案中,留出脖标、肩标、底标的位置,再设计适形的标贴,金盖、金脖标、金肩标、金底标,呈现高级感。

图8 金堡武士威士忌、笛手威士忌

效果:卫士与笛手人物造型,生动活泼。黄色标与橙色酒金色盖呈暖洋洋气氛;黑色标、黑色瓶,金边、金商标、反白字又呈现沉稳感。



1					
2	3	4	5	6	
7				8	