

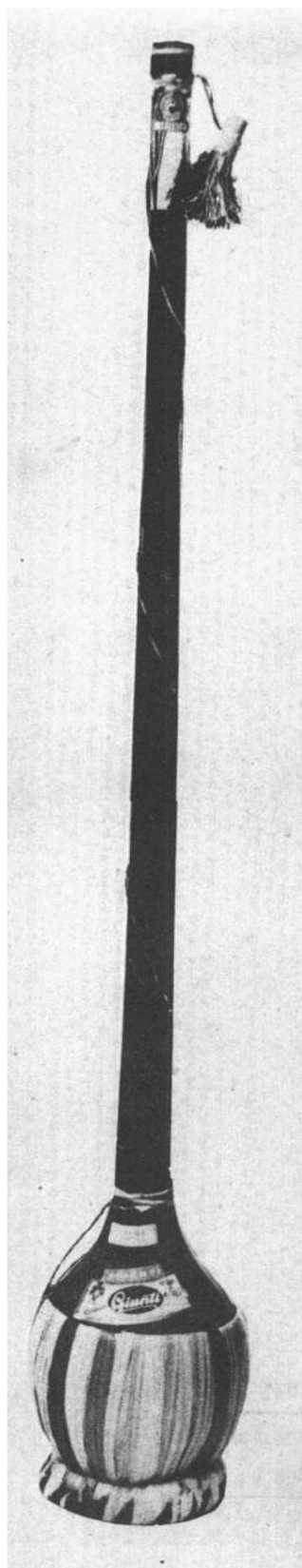
曹敬恭 童国林 编译



亚欧包装装潢荟萃



山东美术出版社



亚欧包装装潢荟萃

曹敬恭 童国林 编译

山东美术出版社

亚欧包装装潢荟萃

曹敬恭 童国林 编译

山东美术出版社出版 山东省新华书店发行 山东人民印刷厂印刷

1989年12月第1版 1989年12月第1次印刷 印数1—3,600

787×1092毫米 16开本 5.5印张 定价：5.80 元

ISBN 7—5330—0229—6/J·230

出 版 说 明

在国民经济中，产品包装设计的重要性愈来愈引起了人们的重视。我国的优质产品难以数计，无论是工业产品还是农副业产品，有许多在国际市场上备受青睐。但也毋庸讳言，由于包装设计方面的原因，影响出口创汇的情形也不少见。现在是应当改变“一等产品，二等包装，三等价格”这一令人遗憾的现象的时候了。

我国的产品品类繁多，能够做包装用的原材料也是取之不尽的，重要的是看我们的包装设计工作者如何去挖掘和创造了。据知，有一酒厂产品质量不错，由于包装设计单调陈旧，致使销路很窄。后经与某工艺美术学院师生协作，搞出了一系列形式新颖、风格古朴典雅的包装设计，引起了海外某客户的兴趣，主动提出全部包销该厂产品。这样通过改进包装打开产品销路的例子，恐怕不胜枚举。

基于上述考虑，为广开思路，吸取国外先进包装设计的经验，使我国的包装设计更上一个台阶，引起主管部门、生产厂家、设计工作者的足够重视，这便是我们出版本书的主旨所在。

利用天然材料设计包装

采用天然材料的包装形式称“原始包装”。对于现代人的心理状态来说，自然材料的材质，色调，会使人产生回归自然的感觉；加之某些材料的气味沁人心脾，手感粗朴、亲切，在包装设计领域中越来越多地被采用。比如泰国现在仍应用香蕉叶、竹筒、竹叶等做食品包装的材料。由于地理条件的关系，这些材料遍地皆是，既新鲜又方便，而且对人体无害。香蕉叶独特的气味对泰国人来说还能唤起他们的乡情，其作用远远超出了包装的作用。

包装设计者应经常考虑包装与生活习俗的关系，使包装设计富于情感色彩，使大自然的馈赠物能更好地为人们服务。

图 1. 2. 白酒包装（日本）



图 1



图 2

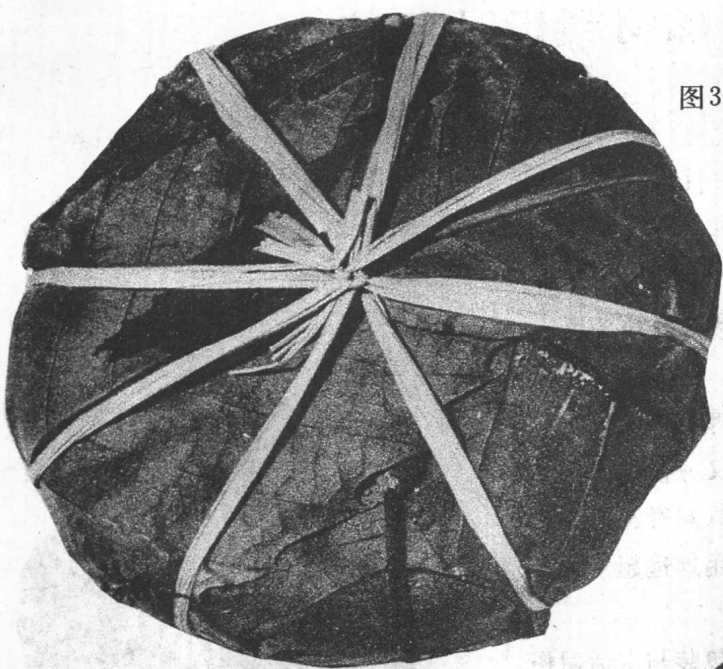


图3. 栗子树叶包装的奶酪（法国）

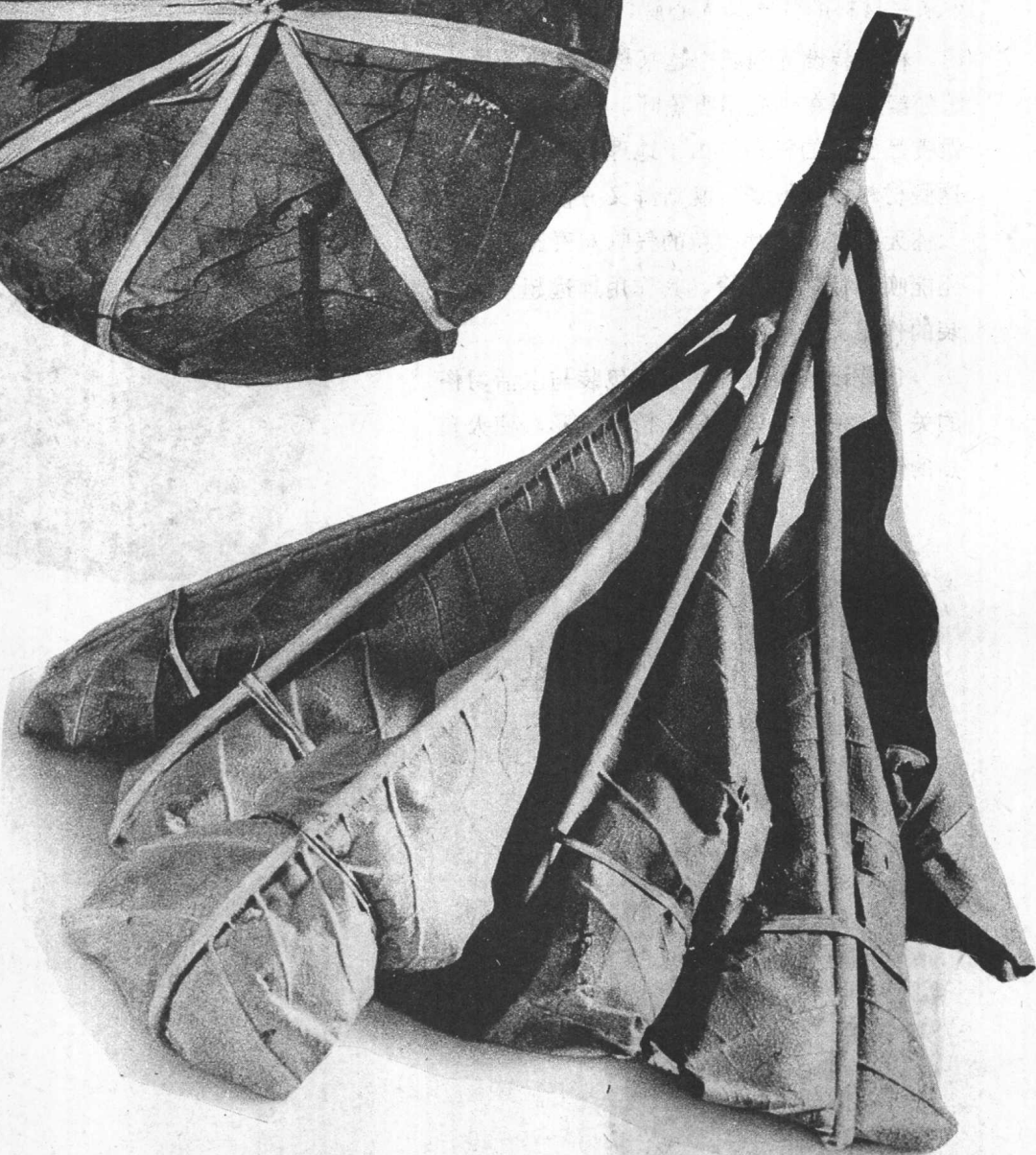


图4. 芭树叶包装的米粉团（日本）

图5. 竹叶或苇叶包装的粽子（中国 日本）



图6. 糯米糕稻草包装（日本）



7. 鸡蛋包装（日本）

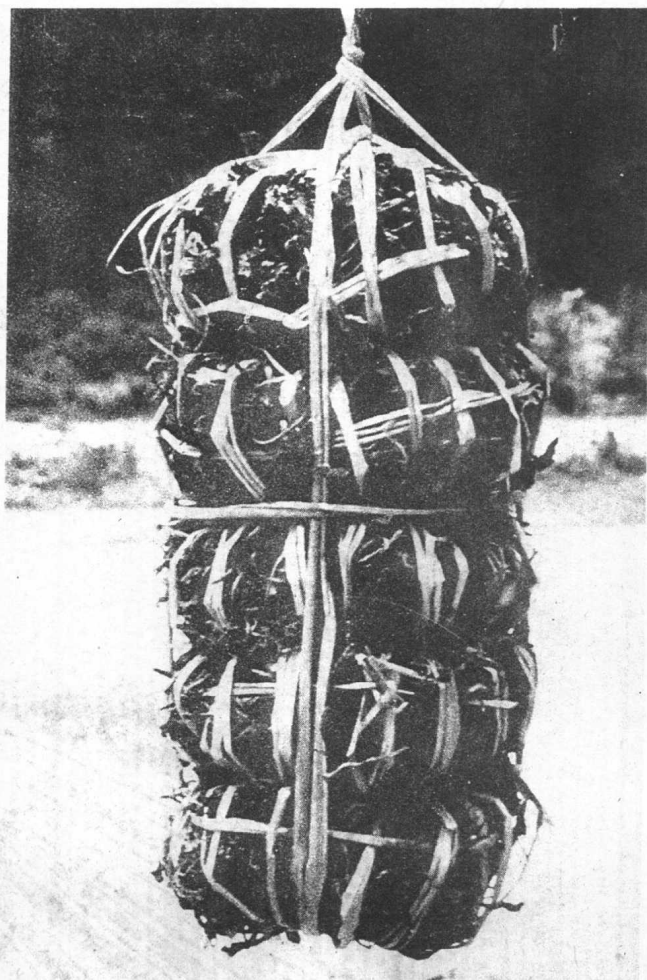
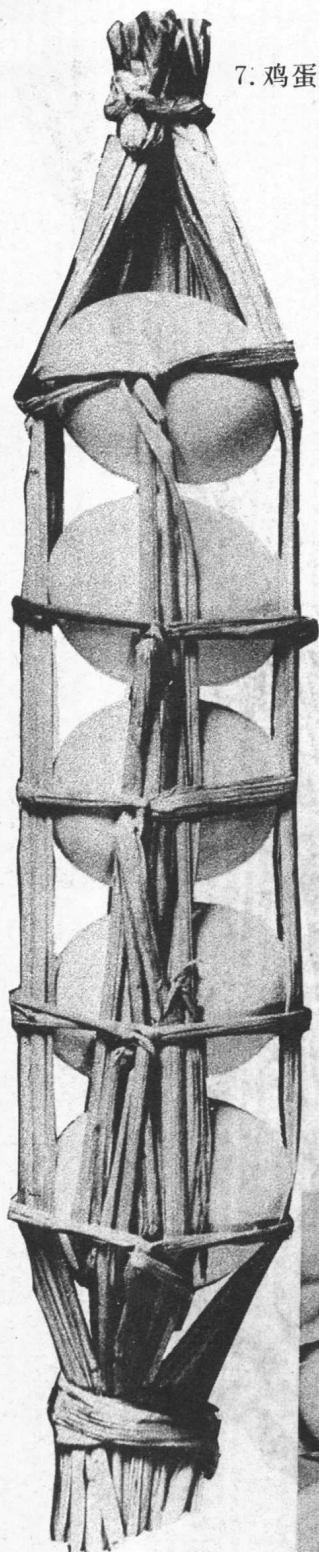
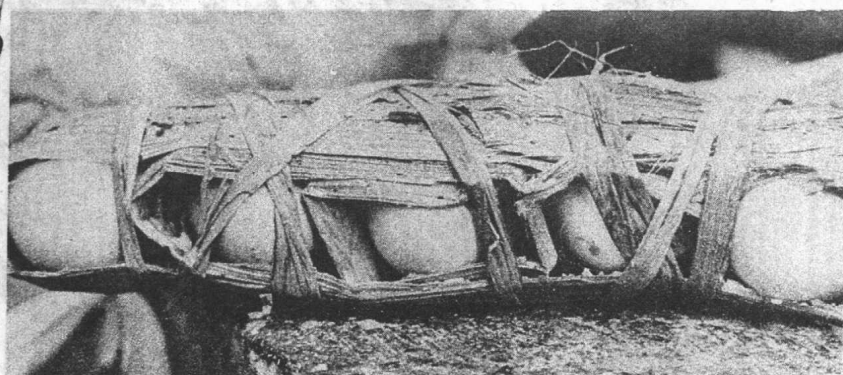


图8. 药品包装（南朝鲜）

图9. 鸡蛋包装（美国）



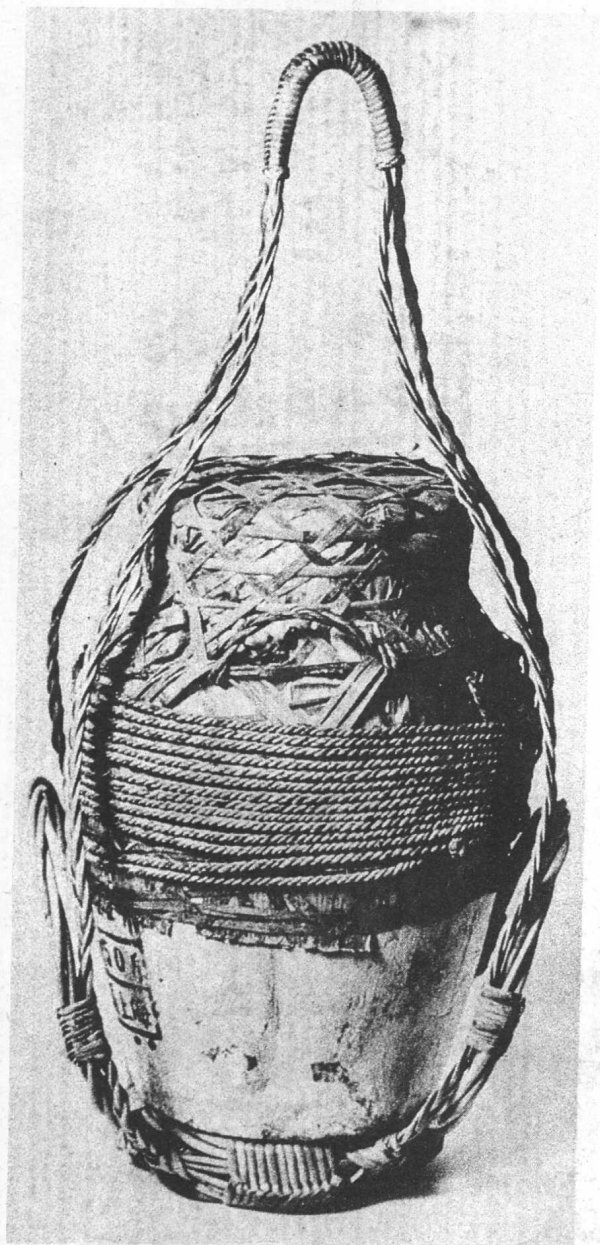


图10. 老酒包装（中国）



图11. 松花蛋的包装（中国）



图12. 榨菜包装（中国）

手工包装的魅力

“福兄”是一家位于巴黎市中心的食物商店。它创建于1886年，如今在当地已小有名气。这家食品店专门经营各种副食罐头及瓶装调味品。图14是香料食品的容器包装。容器本身以素烧陶制成，装入食品封罐后，再加上橡胶条作提手。装潢也很简单，只是以手写体的字母标上品名。

该容器的最大特点是具有“临场感”，它可以使人想象出手艺高明的制作师亲手为这包装扎上橡胶条，然后又亲手标上文字的情景，从而给人以亲切感。



图13. 化妆品包装（日本）



图14

传统的陶瓷与包装

在世界各地，将传统的陶瓷器应用于现代包装的不乏其例，如日本的“伊万里”，荷兰的“代尔夫特”，英国的“布里斯托尔”，皆为当地出产的陶瓷器。

地球上的每个民族，在生活中无不使用陶器。使用这类容器，就会给人以某种亲切感。日本信越线横川火车站经营的“陶锅饭”几乎对所有的人都会产生魅力，关键就在于其容器——陶锅。

这里例举的几件现代包装作品，无论是色调还是图案，都是继承传统的风格而获得颇佳的效果。如果以现代风格的构思，来设计陶瓷器的造型，亦将获得更佳的效果。

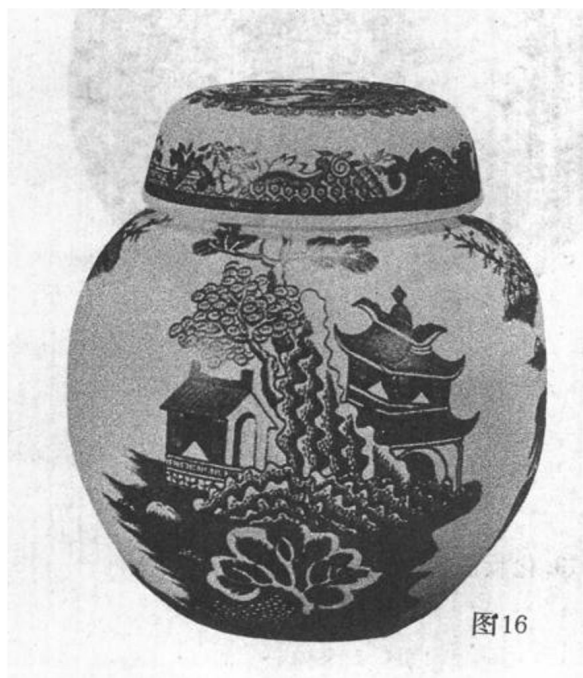


图16



图15

图15. 16. 利久酒瓷瓶包装（荷兰）



图17. 利久酒瓷瓶包装（荷兰）

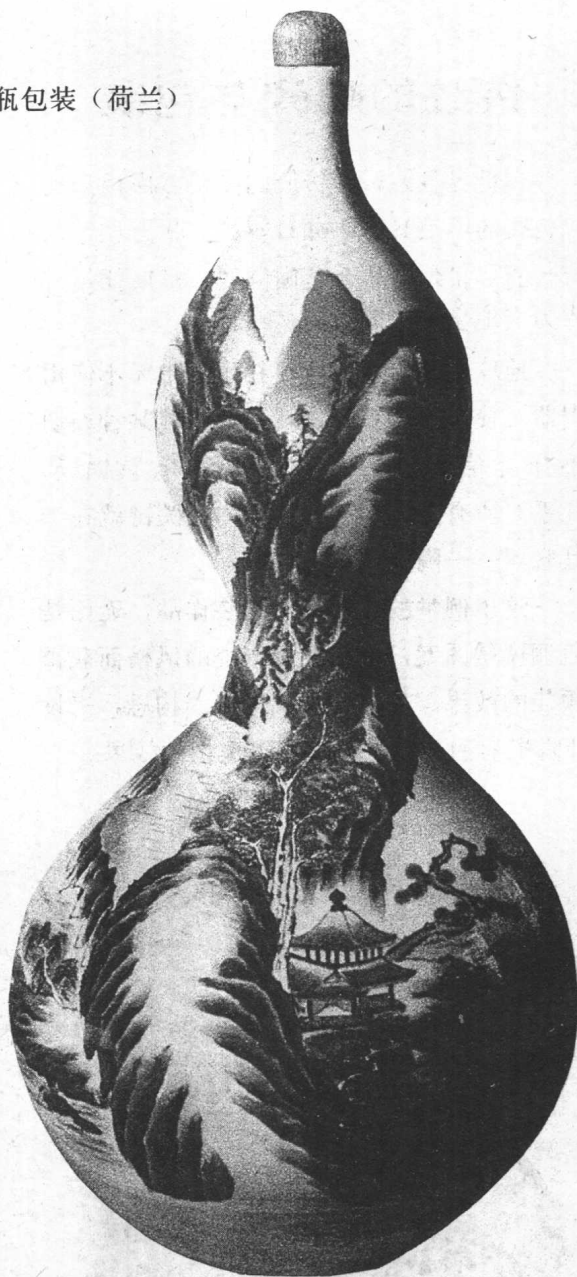


图18. 葫芦形瓷瓶包装（日本）



图19. 化妆油容器（日本）



图20. 21. 啤酒瓶包装（瑞士）

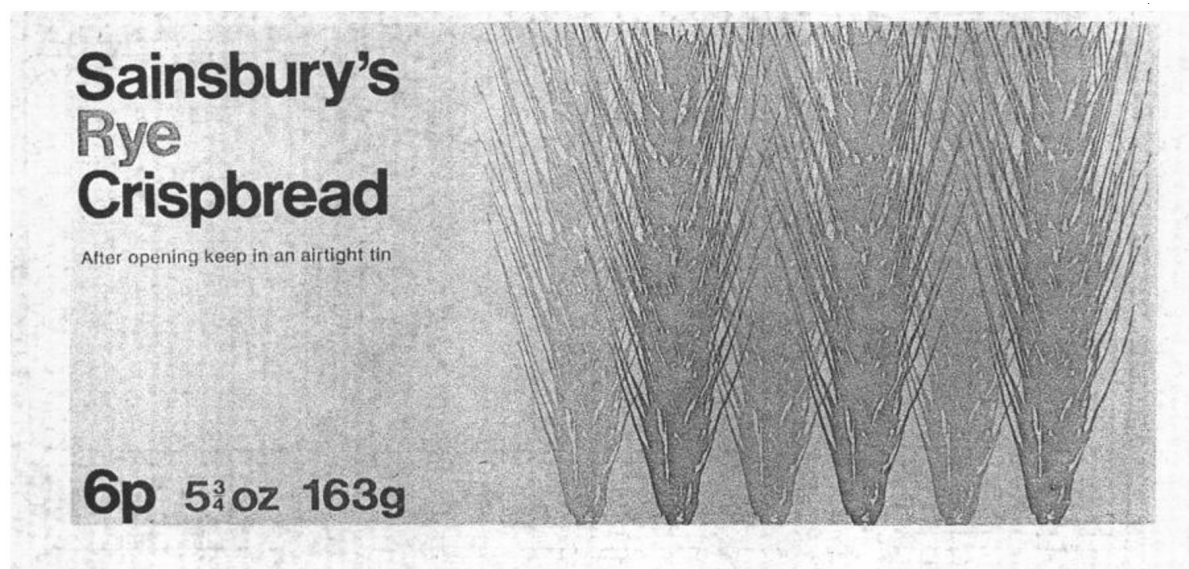
小麦与包装

——以原料作为装潢图案的一例

小麦是西洋饮食中的主体成分，面包、啤酒等都是以小麦作原料的。它们的包装很多是以麦穗形象作为装潢主题的。麦穗的形象无论是单个还是群体，从设计的角度来看，都是较容易构成优美图案的。

日本的饮食方式与西洋不同。日本人大多以大米作为主食，但在包装装潢的设计中，却很少见到稻穗形象的出现。设计中的麦穗，一般都被处理为静止的状态。

22. 面包包装（英国）



包装装潢中的女性主题

在艺术领域中，女性是一个被反复表现的题材。而与绘画相比，包装设计中的女性题材却有略为不同的含义。绘画所追求的女性美，主要是女性人体的整个造型。因此，对女性人体的面部表情及细节的描写，往往不放在主要地位。

但是在包装装潢方面，无论是写实绘画还是摄影图片，则往往以女性的面部和手、足做为表现的重点。因为，这是由卖方向买方进行交易的一种交流的媒介物。

一般说来，美术创作所描绘的女性表情（不

一定是面部表情），是通过喜、怒、哀、乐的表现，去反映某种社会风尚及思潮等因素。但广告设计与包装设计的要求则不同，首先对于“表情”就有客观上的限定。比如忌讳在作品中表现“怒”或“哀”的表情；而应尽量去表现人们都易接受的表情——各种优美的笑容。但我们不能因此指责设计者缺乏创造力。也许正由于这种永恒的微笑，才使商品被大多数喜爱这微笑的顾客买去，从而实现了商品包装装潢的使命。

图23. 巧克力包装（美国）



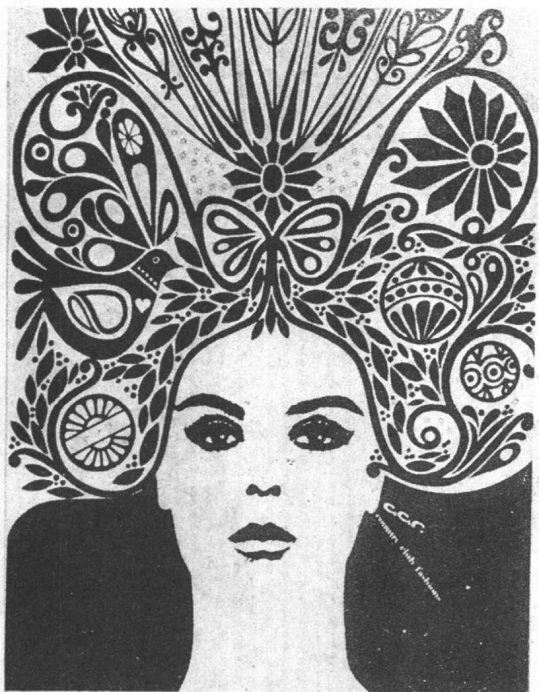


图24



图25



图26



图27

图24—27服装店用包装纸装潢设计（美国）

图28. 糕点金属盒包装装潢（日本）

29. 香烟包装（美国）

30. 可喷香水容器（丹麦）



图28



图29



图30

花卉图案在包装中的应用

当我们欣赏儿童绘画时，往往会发现一个共同的特点，即大多数是表现房屋、人物、太阳和花卉这类内容。在儿童们的心目中，这类事物是美好的。若让儿童去表现他们认为最美好的东西时，又往往不约而同地去画花朵。

的确如此，世界上再也没有象花卉那样被普遍认为是美丽的东西了。花，几乎成了美的代表。古往今来又有多少诗人把花作为歌颂的对象，并赋予它以深刻的含义。自古以来人类对于花卉就怀有特别深厚的感情，这从各个艺术范畴都常常选择花卉为作品主题这一点上

便可知晓。而在包装设计上以各种花卉造型为基础的纹样设计，更是与人的生活密不可分。当代的设计者们是以崭新的创作面貌，向包括“新艺术运动”在内的旧风格进行了挑战，在花卉造型方面执着地追求创新。在包装装潢领域里花卉图案虽然是它施展才华的广阔天地，然而，是否能由此而带来醒目的效果，乃是包装设计者必须开拓创新的一大课题。

这几幅图片中的花卉造型，既有典雅的传统风格，又有色彩浓郁的现代风格，它洋溢着长久的生命力和清新感。

图31. 香水瓶包装的连续排列（日本）

