

中国高等院校艺术设计专业系列教材

# 包装设计

朱国勤 吴飞飞 编著

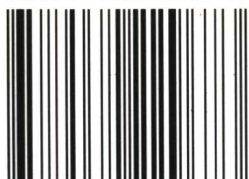


上海人民美術出版社



责任编辑: 潘志明  
封面设计: 张 璎  
版式设计: 伊德奎

ISBN 7-5322-2967-X



9 787532 229673 >



定价: 38.00 元

中国美术学院美术考级教材 素描分册

# 包装设计

中国美术学院美术考级教材



75242  
2763

# 包装设计



朱国勤 吴飞飞 编著

中国高等院校艺术设计专业系列教材

上海人民美術出版社

编    著  朱国勤  
          吴飞飞  
策    划  张  晶  
责任编辑  潘志明  
封面设计  张  璎  
版式设计  伊德奎  
技术编辑  殷小雷

包装设计——中国高等院校艺术设计专业系列教材

编  著  者：朱国勤  吴飞飞  
出版发行：上海人民美術出版社  
          地址：上海长乐路 672 弄 33 号  
          邮编：200040    电话：54044520  
经    销：全国新华书店  
印    刷：上海中华印刷有限公司  
开    本：787 × 1092  1/16  
印    张：8  
出版日期：2002 年 7 月第 1 版第 2 次印刷  
印    数：5001-9010  
书    号：ISBN 7-5322-2967-X/J · 2845  
定    价：38.00 元

# 目 录

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 第一章 包装设计的基本概念 .....               | 2  |
| 传统的包装概念 .....                     | 2  |
| 包装概念的扩展 .....                     | 3  |
| 包装功能的重新认识 .....                   | 5  |
| 现代包装设计概念的提出 .....                 | 9  |
| 包装设计是一门重要的平面设计专业课 .....           | 10 |
| 第二章 包装设计的发展历史 .....               | 14 |
| 从“包裹”产品到“包装”产品——手工业时代的包装 .....    | 14 |
| 装饰与装潢——新艺术运动与装饰艺术时代的包装设计 .....    | 17 |
| 功能决定形式——现代主义的设计思想 .....           | 19 |
| 企业形象与包装设计——CIS 指导下的包装设计 .....     | 21 |
| 信息的合理配置与视觉流程——自助式市场条件下的包装设计 ..... | 23 |
| 地方化与人性化——后现代的设计思潮 .....           | 26 |
| 与环境友好的包装——今天设计师面临的重要课题 .....      | 27 |
| 第三章 现代包装设计的形式特点与规律 .....          | 30 |
| 包装设计视觉表达语言的特征 .....               | 30 |
| 包装设计视觉表现形式规律 .....                | 36 |
| 包装设计的信息选择与配置 .....                | 50 |
| 包装设计视觉形象的战略思考 .....               | 52 |
| 第四章 市场调研与设计定位 .....               | 56 |
| 设计的基本程序 .....                     | 56 |
| 市场调研 .....                        | 56 |

|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| 设计定位 .....                      | 63         |
| <b>第五章 包装的结构与材料 .....</b>       | <b>68</b>  |
| 包装的各种类型 .....                   | 68         |
| 包装的材料 .....                     | 70         |
| 一些基本包装类型的结构介绍 .....             | 76         |
| 纸盒包装的成型与结构 .....                | 81         |
| 纸盒结构的选择 .....                   | 92         |
| <b>第六章 包装的印刷工艺与经济成本核算 .....</b> | <b>96</b>  |
| 制版、印刷工艺的基本原理与程序 .....           | 96         |
| 黑白稿的制作 .....                    | 97         |
| 印刷前必须知道的事项 .....                | 98         |
| 电脑的印刷稿制作 .....                  | 99         |
| 包装的经济成本核算的基本方法 .....            | 99         |
| 纸张的合理应用 .....                   | 100        |
| 印工及其它方面 .....                   | 100        |
| <b>第七章 各种包装设计的实践 .....</b>      | <b>102</b> |
| 化妆品包装设计 .....                   | 102        |
| 礼品包装设计 .....                    | 103        |
| 食品包装设计 .....                    | 104        |
| 文化用品包装设计 .....                  | 105        |
| <b>包装设计范例 .....</b>             | <b>108</b> |



---

包装设计的  
基本概念

---

## 第一章

# 包装设计的基本概念

### 传统的包装概念

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”字是一个育子于子宫之中的象形字(见图1-1),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辞义,“包”的意思有: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。

在日文和朝鲜文中也有同样的“包装”这个词。据日本《大汉和词典》的解释,包装的意义为“包,准备行李,打理行李”,有将物品包扎整理,进行搬运的意思。包装的英文名称为Package。据英国《牛津大词典》的说明,英文中包装的意思也基本与此相同,可以作包扎、包裹、打点行李理解。

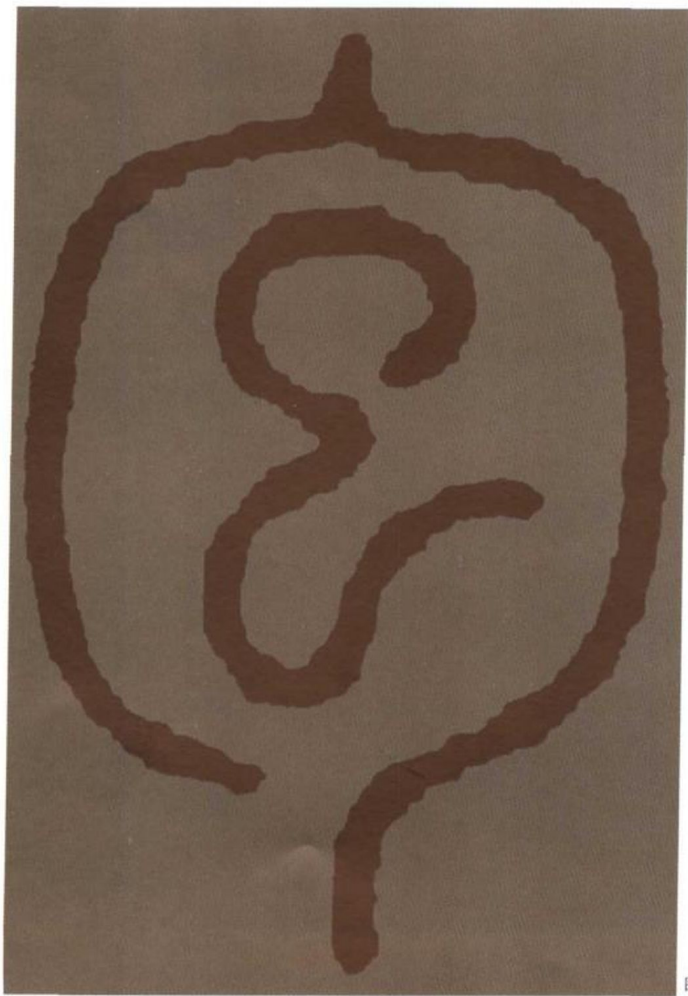


图1-1

图1-1 中国古文字“包”。

从远古时代开始，经过很长的一段历史时期，各国人民以不同的方式设计、制作和运用着不同的包装，对包装的形式与功能有了一定的认识。尽管这些认识还不能说十分深刻，但与现代包装设计的观念有许多相近之处。

如果我们将传统的包装设计概念概括一下，它包含着以下一些意义：

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。

和对其他客观事物的认识一样，人们对包装的认识，也是随着人们的社会生产实践的不

断加深而不断更新的。与传统的包装概念相比，在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有了极大的变化。

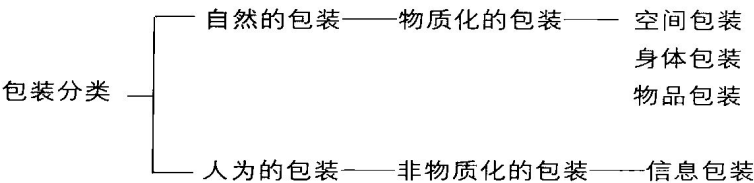
包装概念的扩展

日本关西的著名包装设计家金子修也在他的《包装设计》一书中提出了新的包装概念：他从功能出发，将包装的概念大大地加以扩展，分为以下几个方面（见图表一）：

这位设计家用非常宽阔的视野放眼世界，认为：大千世界上有千奇百怪的造物样式，各种各样的物体是相互依存，相互作用的。它们之间的结合方式可以给我们无穷的启示。

金子修也的观点给我们以很多思考的新空间。

的确，我们在大自然中可以找到许多包装



图表一

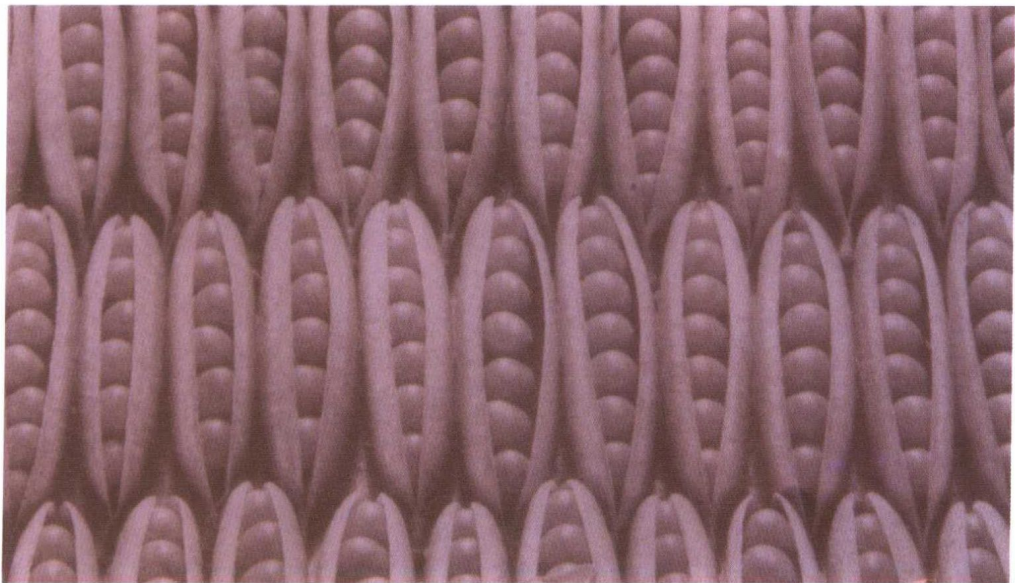


图 1-2

图 1-2 豌豆豆夹的造型，非常“经济”与合理的结构。

样式,任何一种物体都有被“包”或“包”住它者的可能,并且“包”的形式、结构和功能方面是如此地美妙,使人们不得不惊叹大自然的伟大创造力:

天空将大地“包”着,大气形成了一道功能奇特的防护层,可以防止各种有害光线及其他物质入侵地球,可以让氧气、水分留在地球表层,构起了一层奇妙的生物圈,人类在其间自由自在地生活,地球成为天然安全的太空仓。植物果壳为人类提供了各种各样的包装范例:橙子的表皮柔软具有弹性,并有很好的透气性,构成了一层外保护壳,而内部的分瓤将果汁紧紧地包裹,“整合”为一体——整个包装结构紧凑、轻盈。樱桃果子以它们装潢美丽的外观,甜蜜的果汁吸引着鸟类,将其带往四方,传种接代。豌豆豆夹的结构和人们装鸡蛋的包装有着异曲同工的直接联系(见图1-2)。

反观人类社会,人们在改造自然的同时也创造了各种各样的“包装”形式。建筑是一种包装,建筑以其复合的材料与奇妙的结构划分出一定的空间,包容、保护着人类,不仅可避风挡雨,而且可以保温通气(见图1-3、1-4)。人类的服装也是一种包装。服装以永无穷尽的样式与色彩给人以美的外观,各式各样的面料可以满足透气性、保暖性、绝缘性、防水性等各种常规或非常规的需要(见图1-5)。

大千世界给我们上了一课:无论是在功能形式、结构组合与视觉外观上,上面所举的例子都具有人类设计的“包装”的一些特性,而且,其中有些是非常重要的特性。我们必须认真地加以研究学习。

金子修也的“大包装观”,洋洋大观,其真正意义是促使我们从更深更广的角度认识包装与包装设计。同时从一个方面反映或代表着现



图1-3



图1-4

图1-3 空气、云彩包容着大地,构成了一个复杂而奇特的包装,保护着各种生物。人类设计的飞机也是一种包装,其上面的机舱运用了各种材料组成了隔层,使里面的人享受着与地面一样的生活条件。

图1-4 现代建筑尽管在外观与材质上与传统建筑截然不同,但在保暖采光、保持空气流通等方面大大超过了后者。

代包装设计概念的发展。

然而,从另一方面看,现实的包装设计的发展对形成现代包装概念的促进作用更大。

自欧洲工业革命以来,世界经济的飞速发展,极大地改变了人们的生产与生活方式,也改变了包装与包装设计的功能、形式与结构。经济技术的发展已经推动着包装成为一门重要的工业产业,包装设计也成为企业营销活动的重要一环,平面设计的一个重要领域。

人们发现:在我们的生活中无所不在的包装可以说是“包容”万象——包装的形式越来越多样,包装的功能不断拓展,包装正以飞快的发展速度展现着自己的新面貌。比如:有的包装只是一种促销标识标牌,并不“包裹”着产品,因而不具备保护产品的功能(见图1-6);有的包装是无形的包装,如一些应用软件,其保护产品的“包装”可能是一些眼睛看不见的密码;有

的包装重在表达感情,没有或者很少其他功能(见图1-7);有的包装与各种各样的促销广告结构(如POP广告)相结合,具备了新的功能与结构(见图1-8)。

同时,包装的样式有了更多的细分,各种运输包装,销售包装有了新的划分与组合,各种复合性包装的材料,复合性的包装结构层出不穷。

今天,包装的概念无论是在内涵上,还是在外延上,有了新的内容与界定。人们必须以全新的视角来观察、认识包装,以全新的方式来更新、充实与扩展包装设计的概念。

### 包装功能的重新认识

在现代社会中,人们对包装设计认识的一



图1-5



图1-6

图1-5 服装——时髦而又实用的人体包装

图1-6 可以挂在超市货架上的电脑磁盘的包装,主要是起着展示产品的标识作用。

一个重要方面,是包装的诸多功能。今天的包装设计必须具有以下一些功能,它们是我们确定包装概念内涵的重要依据。

这些功能是:保护商品的功能,运输商品的功能,储藏商品的功能,美化商品、促进销售的功能,传达有关商品信息的功能,和保护环境生态的功能。

### 保护商品的功能

这是包装最基本的功能。

保护商品的包装,我们不能简单地理解这是给商品一个防止外力入侵的外壳,实际上保护商品的意义是多重的:包装不仅要防止商品物理性的损坏,也包括各种化学性及其他方式的损坏。如啤酒瓶的深色可以保护啤酒少受光线的照射,不变质。各种复合膜的包装可以在防潮、防光线辐射等几方面同时发挥作用。还有,

包装不仅要防止由外到内的损伤,也要防止由内到外产生的破坏。如许多化学品的包装如果达不到要求而渗漏,就会对环境产生巨大的破坏。包装对商品的保护还有一个时间与空间的问题,有的包装需要提供长时间,甚至几十年不变的保护环境,而有的包装则可以运用非常简易的方式设计制作,可以容易地分解销毁(见图1-9)。

### 运输商品的功能

这是包装最早被人们认识和运用的功能之一。

包装可以分为运输包装和销售包装。有的则分为大包装、中包装和小包装。其中的大包装就是运输包装。

运输包装的功能主要是在保护商品的同时,便于商品的运输。但是,尽管运输包装一般不直

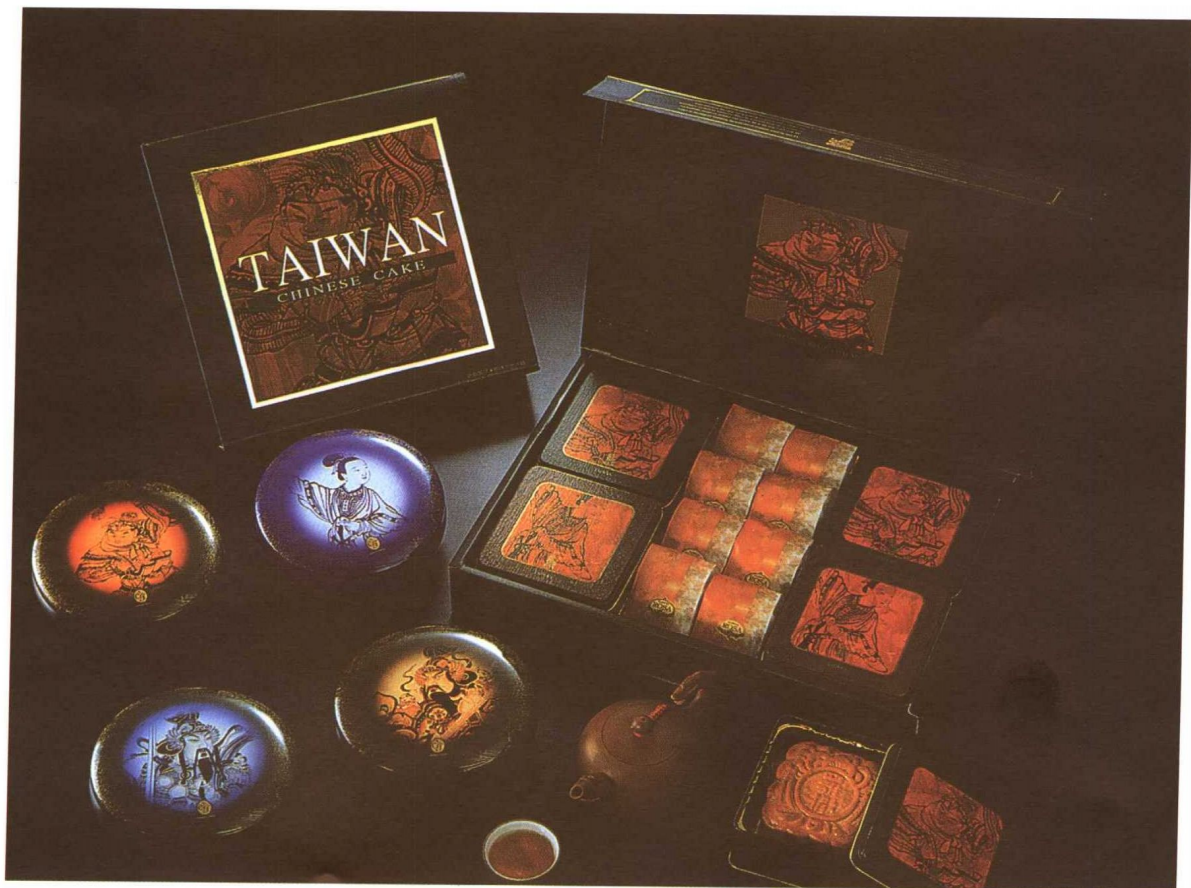


图 1-7

图1-7 表达心意的包装——中国的月饼包装。运用卡纸或马口铁印制的包装,非常精致,远远地超过了保护产品的实际需要。

接在商场与消费者见面,人们也常常在运输包装上进行一定的平面设计,如印上企业的标志、产品名称、生产厂家等,利用运输的过程,进行企业形象与产品方面的宣传。

另一方面,运输包装在设计时要考虑对各种形态、性质不一的商品的整合。在现代大流通、大市场的条件下,因为产品样式的多样,运输包装就必须在结构上进行多样化、多层次的处理,以适合不同商品的运输需求,使其在保证质量不受损坏的前提下,节约空间与成本。今天被普遍采用的集装箱就是一种整合装填的包装。这是将不同的商品用一种标准的空间尺度统一起来的整合方式。但在大多数情况下,运输包装的设计与制作要复杂得多,人们要根据具体的商品来确定特定的整合样式。整合的形式要考虑商品的形状、性质、大小及运输上的方便。如一些可乐易拉罐运用了两种方式:首先是大的

塑料包装箱,将大量的可乐易拉罐装填在内,然后在其间又将六个易拉罐用软性的塑料带扣联在一起,便于消费者提取。这样,易拉罐的包装就以两个层次的方式整合了起来。其次,运输包装的设计还要考虑成本与商品价值的比。对于十分廉价的商品来讲,其包装不可能运用非常昂贵与复杂的包装材料与样式(见图1-10)。

### 储藏商品的功能

这是包装设计的基本功能之一。

包装保护商品的功能与储藏功能有着很密切的联系。储藏功能主要体现在两个方面:首先是包装在结构上要有利于整合、储放。如包装箱要有一定的强度,可以使一定量包装重叠放置,节约仓储空间。包装外形与色彩要使储藏时搬运、管理更加便利。其次是尽管商品的性质不同,储藏的时间、条件不同,包装要使其在储藏



图1-8

图1-8 和POP广告结合在一起的包装。

期间不变质不损毁。

### 美化商品、促进销售的功能

这是包装设计最为主要的功能之一。

过去, 在中国人们把平面设计称为装潢设计, 反映着他们对包装设计功能的认识——装扮、美化产品, 包装使得商品更有“卖相”, 从而促进销售 (见图 1-11)。

在现代市场发展条件下, 包装设计的这个功能没有消失, 但有了一定的变化。现代包装设计要求将“美化”的内涵具体化。包装的形象不仅要体现出生产企业的性质与经营特点, 体现出商品的系列性——商品不再是个单独的产品, 而是和整个企业生产营销的一个不可分割的环节, 而且要体现出商品内在的品质, 能够反映不同消费者的审美情趣, 满足他们的心理与生理的需求。

在包装形式上也有了許多和营销方式密切相关的样式, 可以帮助商场进行各种各样的促销活动。如和POP广告结合的包装, 买送结合的包装等等。

### 传达有关商品信息的功能

现代市场销售方式的发展变化, 对包装设计传达商品信息这一功能提出了许多新的要求。

由于超市等自助式销售商店的出现, 包装越来越成为无声的推销员。商品的数量、质量, 使用方法、生产与保存日期, 生产企业以及它们的地址、联系电话、各种相关的产品生产标准, 卫生批号等信息, 必须明确地表达在包装上。特别是食品等商品, 人们还要求最大限度地感性、直观地了解产品, 包装设计要充分地将有关的形象或信息体现在包装上。



图 1-9



图 1-10

图 1-9 可以很容易地折叠处理的包装瓶。

图 1-10 日本索尼的包装, 运用纸版将电池组合在一起, 消费者可以将电池很容易地一节节拆下来。这是一个既节约材料同时又整合产品的好例子。

### 保护环境生态的功能

这是近年来包装设计师们谈论最多的一个方面。

随着世界经济的发展,各国工业化程度的不断提高,保护生态、保护环境的问题日益受到人们的重视。在包装设计方面,绿色包装、生态包装已成为各国包装设计师一个共同追求的目标。

在发挥包装保护环境生态的功能这一领域,经过多年的努力,人们已在包装生产中材料与能源的节约、包装材料的可回收率和再生率的提高、包装材料在销毁上的便易,以及尽可能保护生态平衡、防止破坏环境等几个方面取得了很大的进展(见图1-12)。

### 现代包装设计概念的提出

现代包装概念是一种动态性的概念。我们要将包装放在动态的、不断发展更新的市场环境中来发现和认识其内涵。

什么是设计?概而言之,设计是解决问题——解决人们在生活中所遇到的各种精神与物质方面的问题。

包装设计是视觉信息的一种传达,它要解决产品的促销、企业形象的宣传、产品品质的说明等问题,由此,我们可以将包装设计看成是一种视觉传达设计。

包装设计要解决产品的保护、运输、储藏等一系列问题,还要解决如何减少对环境的污染,保护生态的问题。由此,我们又可以将包装设计看成是一种工程设计。

从包装设计所要解决这么多的问题来看,它



图1-11

图1-11 精美的充满食欲感的包装,令人产生着强烈的购买欲望。

应当是一种综合着社会学、经济学、心理学以及物理、化学、机械、材料等多种学科知识、技能的复合性设计。

如果要將包裝設計的概念進一步闡述的話，我們認為：現代包裝設計的性質主要體現在它的各種功能上，包裝的設計是多種功能的滿足。從這一點出發，我們可以將現代包裝設計視為是一種合乎人的審美、生活需求，合乎生產技術、環境生態需求，合乎商品的保護、運輸、銷售需求的设计（见图1-13）。

### 包装设计是一门重要的平面设计专业课

由於包裝設計具有的綜合性性質，在我國現有的學科分類中，包裝設計被分在兩個學科中：一種是屬於工科類的包裝工程，其課程體系以包裝材料、包裝機械、包裝印刷、包裝結構與

包裝設計等為主要內容，其中工科類的課程占主導地位，而視覺傳達性質的包裝設計只占整個課程體系中的一部分；另一種屬於藝術設計類的平面設計，其課程體系以包裝的視覺傳達設計方面為主，而包裝的材料、結構與印刷方面的內容為輔。

本教材是以藝術設計學科平面設計專業的学生為對象編寫的，內容適合於包裝設計的教学。

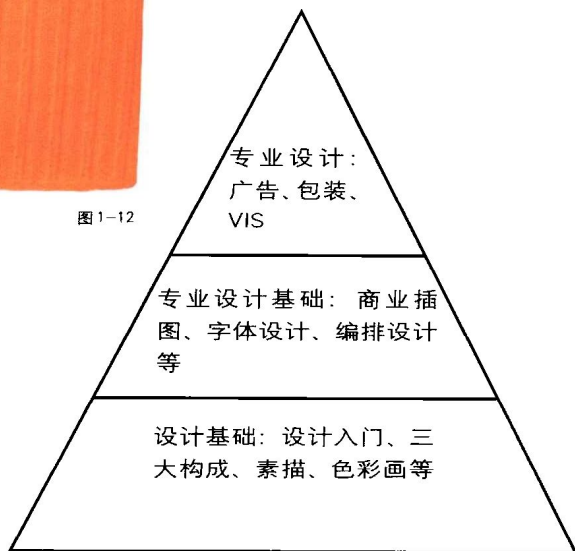
在現代設計教學中，平面設計專業的課程教學體系分為三個層次：設計基礎，專業設計基礎和專業設計。

它們之間的關係可以具體用圖表的方式呈現（見圖表二）：

設計基礎，此階段學生要了解 and 掌握一般的设计藝術的技能和相關的理論知識，這是各種設計專業的学生都要學習的公共性課程。具



图1-12



图表二

图1-12 运用再生纸浆生产的包装盒。