



国家级职业教育规划教材

人力资源和社会保障部职业能力建设司推荐

全国职业技术学院艺术设计类专业教材

包装设计

糜淑娥 主编



中国劳动社会保障出版社

国家级职业教育规划教材

人力资源和社会保障部职业能力建设司推荐

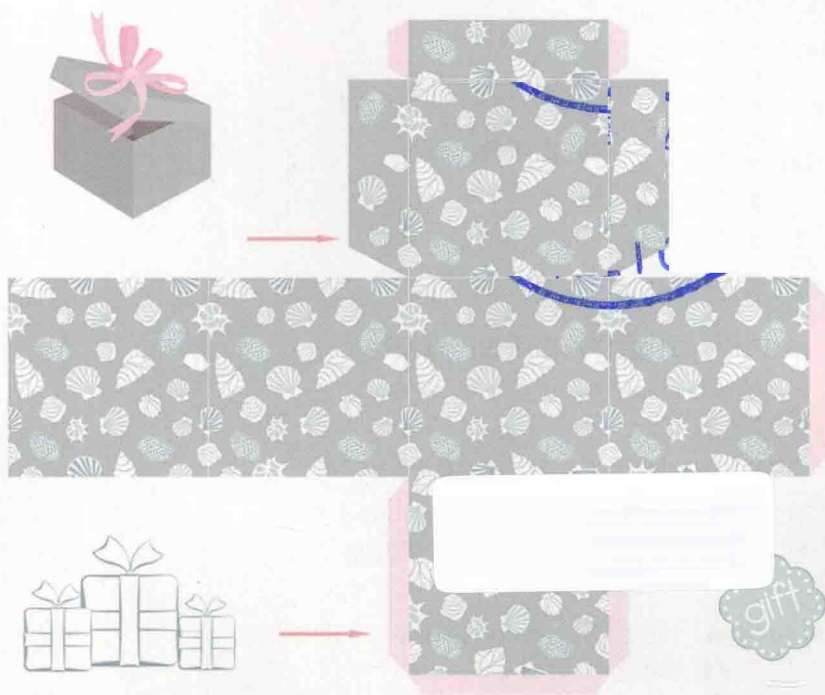
全国职业院校艺术设计类专业教材



包装设计

人力资源和社会保障部教材办公室 组织编写

糜淑娥 主编



中国劳动社会保障出版社

简介

本教材为全国职业技术学院艺术设计类专业国家级规划教材，由人力资源和社会保障部教材办公室组织编写。

教材共分七章，主要内容包括：包装发展简史与包装的类别及功能，包装设计市场调研及分析，包装容器造型设计的原则与程序，包装结构设计的基本要求及结构分类，包装平面视觉设计（字体、图形、色彩、版面编排），包装印刷准备与制作及特殊印刷工艺，包装设计项目实训等。教材在每章后安排了“思考与实训”，帮助学生巩固所学内容。

本教材由糜淑娥任主编，余艳特参加编写，张莎丽审稿。

图书在版编目(CIP)数据

包装设计/糜淑娥主编. —北京：中国劳动保障出版社，2014
全国职业技术学院艺术设计类专业教材
ISBN 978-7-5167-1315-0

I. ①包… II. ①糜… III. ①包装设计-教材 IV. ①TB482

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第222273号

中国劳动保障出版社出版发行

（北京市惠新东街1号 邮政编码：100029）

*

中国铁道出版社印刷厂印刷装订 新华书店经销

787毫米×1092毫米 16开本 12.25印张 213千字

2014年9月第1版 2014年9月第1次印刷

定价：34.00 元

读者服务部电话：（010）64929211/64921644/84643933

发行部电话：（010）64961894

出版社网址：<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

如有印装差错，请与本社联系调换：（010）80497374

我社将与版权执法机关配合，大力打击盗印、销售和使用盗版图书活动，敬请广大读者协助举报，经查实将给予举报者奖励。

举报电话：（010）64954652

出版说明

全国职业技术学院艺术设计类专业教材的开发基于对当前艺术设计行业技能型人才需求及学校教学实际的调研分析,教材的编审人员由教学经验丰富、实践能力强的一线骨干教师和来自企业的设计人员组成。

本套教材分为基础平台课教材和专业课教材,涵盖了广告设计与制作、室内设计等专业方向,今后将根据需要适时开发其他专业方向的教材。为方便教学,还开发了与教材配套的数字化资源。

◎基础平台课教材

基础平台课教材内容包括素描、速写、色彩、构成、图案等美学基础知识和相关的美学原理,作用是培养学生的美学素养和造型能力。与其配套的训练册能够帮助学生通过练习掌握基本的表现技巧,为后续学习打下基础。

◎专业课教材

专业课教材分别从不同的设计领域,详细讲解了设计的基本概念、表现技法和设计流程,指导学生循序渐进地掌握设计实务,培养他们的实际应用能力和创新能力。

教材编写特别注重理论与实践的结合,强调运用案例引导教学。这些案例一部分来自于企业的真实设计,缩短了课堂教学与实际应用的距离;还有一部分来自于优秀学生作品,它们更加贴近学生的思维,容易得到学生的共鸣,增强学习的自信心。

◎数字化资源

教材开发了配套的电子课件,包含上机操作内容的教材还提供了相关素材,可登录www.class.com.cn在相应的书目下载。

目录

CONTENTS

第一章 包装与包装设计	1
第一节 包装的历史与发展	3
第二节 包装的类别与功能	8
思考与实训	15
第二章 包装设计策略	17
第一节 设计分析及调研	19
第二节 设计定位	24
思考与实训	26
第三章 包装容器造型设计	29
第一节 包装容器造型设计的原则	31
第二节 包装容器造型设计的程序	34
思考与实训	39
第四章 包装结构设计	41
第一节 包装结构设计的基本要求	43
第二节 包装结构的分类	46
第三节 纸盒结构设计	52
思考与实训	70
第五章 包装平面视觉设计	87
第一节 字体设计	89
第二节 图形设计	95
第三节 色彩设计	101
第四节 包装版面编排设计	106
思考与实训	114

第六章 包装后期印刷、制作工艺.....115

- 第一节 印前准备 117
- 第二节 印刷制作 121
- 第三节 特殊印刷工艺 125
- 思考与实训 127

第七章 包装设计项目实训129

- 实训一 酒类包装设计项目 131
- 实训二 礼品包装设计项目 138
- 实训三 食品包装设计项目 143
- 实训四 玩具车包装设计项目 149
- 实训五 药品包装设计项目 155
- 实训六 化妆品包装设计项目 159
- 实训七 文化用品包装设计项目 165

附录 优秀包装设计案例欣赏169

第一章 包装与包装设计

学习目标

- ◆ 了解包装的发展史
- ◆ 掌握包装的功能与分类

包装有广义和狭义之分。广义的包装，即人类用来盛放和包裹食物或用品的器物；狭义的包装，指商品包装或销售包装。商品包装是随着生产资料的剩余和交换，经济的发展和市场竞争的加剧不断形成和发展起来的。学习包装设计必须了解包装的历史，从其演变和发展中找到包装进化的需求和技术，从包装的功能和分类来整理归纳包装设计的原则与方法，为设计包装提供立足点。

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。包装与产品是一对孪生子，有了产品就要有包装的保护。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。

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，属于物质的概念；

“装”指对事物的修饰点缀，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，属于文化的概念。简单

地讲“包装”是将这两种概念合理有效地融为一体。

包装设计是为了保护产品，使产品能够满足运输、储存、销售的需求，进一步体现包装产品的商业价值而综合设计制作的艺术和技术手段。

从消费者的角度来看，包装设计是用来辨别产品与品牌、选择产品的审美标准。目前，包装设计是品牌理念、产品特性、消费心理的综合反映，它直接影响到消费者的购买欲（图1—1、图1—2）。



图1—1 健能包装（广东黑马广告有限公司设计）



图1—2 美即面膜（广东黑马广告有限公司设计）

包装设计是对商品的容器或结构外观进行的设计，从而提高商品的附加价值，激发消费者的购买欲，最终影响消费者的观念及行为。

包装的基本职能是保护商品以及促进商品的销售。

从发展的更广阔的角度看，包装设计的概念涵盖材料、器形、印刷、视觉传达设计等多个要素，且包装设计是立体的和多元化的，是多学科融会贯通的一门综合学科。

第一节 包装的历史与发展

包装是一既古老又现代的话题，也是人们自始至终在研究和探索的课题。从远古原始社会的农耕时代，到科学技术十分发达的现代社会，包装随着人类的进化、商品的出现、生产的发展和科学技术的进步而逐渐发展，并不断地发生一次次重大突破。从总体上看，包装大致经历了原始包装、传统包装和现代包装三个发展阶段。

一、包装的起源

人类使用包装的历史可以追溯到距今一万年左右的原始社会后期，由于生产技术的提高，生产得到发展，有了剩余物品需储存和进行交换，于是开始出现了原始包装。最初的包装由于受生产水平的限制，属于就地取材，即利用纯天然材质来包裹物品。人们利用葛藤捆扎猎获物，用植物的叶、贝壳、兽皮等包裹物品，这是原始包装的雏形。以后随着劳动技能的提高，人们以植物纤维等制作最原始的篮、筐，用火煅烧石头、泥土制成泥壶、泥碗和泥罐等来盛装保存食物、水及其他物品，使包装的方便运输、储存与保管功能得到初步完善（图1—3~图1—5）。



图1—3 粽子



图1—4 竹箩筐



图1—5 仿古包装设计

二、包装的发展简史

包装伴随着人类文明的发展,经历了漫长的演变和发展过程。

1. 原始包装萌芽阶段

原始包装萌芽阶段相当于原始社会的旧石器时代。那时人类的生产力十分低下,仅靠双手和简单的工具采集野生植物,捕鱼狩猎以维持生存。人类从对自然界的长期观察中受到启迪,学会了使用植物茎条捆扎物品,学会了使用植物的叶、果壳、兽皮、贝壳、龟壳等物品来盛装转移食物和饮水(图1—6)。虽然这些几乎没有经过技术加工的动植物的某一部分还称不上是真正的包装,但从包装的含义来看,这已是萌芽状态的包装了。



图1—6 瓜瓢

2. 古代包装阶段

古代包装阶段历经了人类原始社会后期、奴隶社会和封建社会的漫长过程。在这个阶段中,人类文明发生了多方面的巨大变化,生产力的逐步提高使越来越多的产品用于交易,从而产生了商品和商业。商品的出现要求对其进行适当的包装以适应远距离运输和交易的便利。随着生产力的进一步提高,人类开始以多种材料制作作为商品的生产工具和生活用具,其中也包括了包装器物(图1—7、图1—8)。



图1—7 陶瓷罐



图1—8 铜鼎

3. 近代包装阶段

近代包装阶段相当于16世纪末到19世纪。这一阶段中，西欧、北美国家先后从封建社会过渡到资本主义社会，社会生产力和商品经济都得到了较快的发展。自18世纪中期到19世纪晚期，在西方国家所经历的两次工业革命中，先后出现了蒸汽机、内燃机，以及电力的广泛使用，使人类社会的生产力成倍增长。大量产品的生产又导致商业的迅速发展。轮船、火车及汽车的发明使交通发展到海、陆路大规模的运输。这样，就要求商品必须经过适宜的包装才能适应流通的需要（图1—9、图1—10）。



图1—9 火柴盒



图1—10 罐头

4. 现代包装阶段

现代包装是工业化社会和市场经济发展的产物，是西方工业革命后机械化大生产和长途安全储运与销售的产物，它以迎合市场、引导消费、满足人们对商品的物质功能与审美功能全方位需求为中心（图1—11、图1—12）。



图1—11 饮料



图1—12 田园物语化妆品（广州狮域设计顾问有限公司设计）

三、未来包装的发展方向

随着社会经济的发展，在产品包装设计上对文化内涵与形式的需求日益加强，缺乏文化内涵而失去市场的例子已屡见不鲜。产品包装设计除了要求实用之外还要求其能顺应现代的审美潮流，追求美的情调。产品包装设计功能性的日益完美和追求视觉美的感受逐渐成为现代包装设计的首选目标。

在提倡多元化的今天，商业包装设计在体现高新技术、提供良好功能的同时还充当着表现民族传统、人文特点、个性特色的多重角色。

1. 文化包装

简单地理解文化主要是指精神层面的内容，如哲学、宗教、艺术、道德等。现代商业包装设计具有了对应市场的文化特点，同时也是消费群体的价值观念、道德规范、生活习惯、美学观念等的体现。现代商业包装设计随着产品本身的发展和社会选择的多样化，已突破了传统商业包装主要用于容纳和保护产品的基本功能，在强调以文化为导向，注重产品外在形态的艺术审美和形象带来的消费者利益感知的同时，更突出了产品的标志化和个性化。

2. 绿色包装

21世纪是环保的世纪，现代包装在漫长的一段时间里还将延续20世纪80、90年代提出的绿色包装理念。

经济的快速发展，加快了对自然生态环境的破坏；人民生活水平的提高，各种包装

固体废物随着人们对商品需求量的增加而增多。据统计,1998年我国生产的包装制品总量为1 813 万吨,其中70%的包装制品在使用后被丢弃,被丢弃的包装固体废物加剧了对环境的污染,其所带来的环境问题日益突出,人们纷纷致力于研究新的包装材料和环保型设计方法以减少包装固体废物带来的环境问题。目前在包装材料上的革新有:用于隔热、防震、防冲击和易腐烂的纸浆模塑包装材料;植物果壳合成树脂混合物制成的易分解的材料;天然淀粉包装材料;自动降解的包装材料;在设计上力求减少后期不易分解的材料用于包装上,尽量采用质量轻、体积小、易压碎或压扁、易分离的材料;尽量多采用不受生物及化学作用就易分解的材料,在保证包装的保护、运输、储藏和销售功能的前提下,尽量减少材料的使用总量等。适合环境保护的绿色包装设计是推动我国包装事业健康顺利向前发展的根本保障。

3. 商品个性化差异的包装

个性化包装设计是一种涉及面广泛而影响较大的设计方法,主要是针对超市、仓储式销售等因销售环境、场地的不同而采用的不同的设计方法,不论是对企业形象、产品本身还是社会效果均有很大的关联与影响。个性化包装形象的塑造与表现向自然活泼的人性化、有机性造型发展,并赋予包装个性品质、独特风格以吸引消费者。个性化包装设计时必须进行系统化思考,对实际状况作不同角度与立场的分析,以明确各种应考虑的因素。如运用酒桶造型的“酒桶酒”、运用地方民间戏剧脸谱门神造型的“平安酒”、运用笑口常开的弥勒佛造型的“开口笑酒”等仿生个性化造型设计,其构思标新立异,个性鲜明、突出,视觉效果都非常强烈。这样的商品包装在琳琅满目的货架上很容易引起消费者的兴趣,而被消费者接受。

第二节 包装的类别与功能

一、包装的类别

商品包装在不同的情况下有不同的分类方法，一般是根据其功能和材料进行分类，这种分类方法可根据包装的功能设计合适的包装结构，并契合被包装物的特质选择包装材料。

1. 根据功能分类

根据使用功能，人们一般习惯把包装分为运输包装和销售包装两大类。

(1) 运输包装。运输包装包括小包装、中包装和大包装。

小包装又称单个包装，是直接与产品接触的包装，因此，必须考虑产品特性及选择适当的包装材料和盛装容器，防止不良因素的侵蚀，从而保护商品，提高产品的价值。

中包装又称中装，指商品的成组包装，包括小包装。中装在包装程序上多了一层包装，如化妆品或牙膏常装在瓶、罐、管内再装在纸盒里出售。把各种大小不一的系列化妆品再用包装组合起来就成为中装。中包装既要考虑保护商品的功能，又要兼顾展示效果（图1—13、图1—14）。



图1—13 参茸胶囊包装设计



图1—14 女性保健品包装

大包装又称大装，它是对中包装的再次包装。大包装一般是针对运输或经销批发的包装，通常不与消费者直接接触，一般用箱、袋、罐、桶等容器包装或者简单捆扎，对商品做外层保护，并添加标识和记号，以便运输、经销、识别和储存（图1—15、图1—16）。



图1—15 海之彦油漆包装



图1—16 包装箱

（2）销售包装。销售包装又称商业包装，由小包装、中包装以及促销赠送包装组成。按照销售包装的各种特征，总体归纳为以下五大类（表1—1）。

表1—1

销售包装的类别

分类的依据	类 别
形态	箱、筒、听、罐、瓶、盒、管、袋等
对象	食品、烟酒、医药品、纺织品、文具用品、日用化学品、工艺品、土特产、五金电器、皮革制品、儿童玩具等
结构	手提式、可展开式、开窗式、折叠式、吊挂式、扎结式等
技术	防潮、防锈、充气、压缩、真空、无菌包装等
耐压程度	硬包装、软包装、半硬包装等

2. 根据材料分类

包装根据不同的材料可以分为纸包装、塑料包装、金属包装、玻璃包装、陶瓷制品包装、木制包装及麻、布、竹、藤、草类制成的其他材料的包装(图1—17~图1—21)。



图1—17 玻璃包装



图1—18 塑料包装



图1—19 合成纸包装



图1—20 铁罐包装



图1—21 木质包装

二、包装的功能

包装从加工制成产品到送达终端消费者手上要经历生产、流通、销售三大环节，为适应每个环节，包装就必须满足每个环节的要求，或者是要具备某些功能，归纳统计为以下三大功能。

1. 保护功能

包装的首要功能是容纳和保护。商品从生产领域进入流通领域时，在经历多次装卸、搬运等各种作业中，商品的移动、运输工具的冲击振动和碰撞，都可能造成商品的破损、变形等物理变化；同时由于流通过程中外界温度、湿度、光照、气体等条件的变化，也可能使商品产生霉烂、变质等化学变化。这就要求根据商品的特性和运输条件，选择适当的包装材料、包装容器和包装方法，采用一定的技术处理，对商品进行包装，使得商品得于容纳和保持形象美观，存储质量不受损坏，包括防潮、防霉、防蛀、防震、防漏、防碎、防挤压等。例如，利用凹槽形状设计把鸡蛋分开存放，避免了鸡蛋在运输过程中相互挤压和撞击，起到了良好的保护作用（图1—22）。

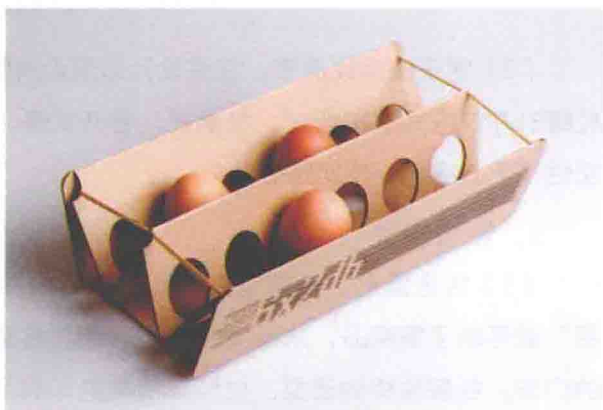


图1—22 鸡蛋盒包装

2. 便利功能

现代包装设计要根据包装物的物理、化学特性和使用特点，考虑方便有利的造型与结构，力求科学地获得储运与销售上的便利。