

包装作为“无声的推销员”，其地位已越来越显著。
在经济全球化的今天，包装更成为商品不可分割的一部分。
包装在生产、流通、销售和消费领域的作用越来越重要，包装设计的优劣直接影响着产品
的销售。因此，今天的世界比以往任何一个时期都更加关注包装的设计。

Modern “十一·五” 高等院校艺术设计专业规划教材 Packaging Design 现代包装设计

◎主编 徐刚





南阳师院 211580083

Modern "十一五" 高等院校艺术设计专业规划教材
Packaging Design 现代包装设计

◎主编 徐刚



河南科学技术出版社
· 郑州 ·

本书编委名单

主 编 / 徐 刚

副主编 / 赵 娟 张迎春 孟庆红

图书在版编目(CIP)数据

现代包装设计/徐刚主编.—郑州:河南科学技术出版社,2009.8

(“十一五”高等院校艺术设计专业规划教材)

ISBN 978-7-5349-4310-2

I. 现… II. 徐… III. 包装—设计—高等学校—教材 IV. TB482

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第144924号

出版发行:河南科学技术出版社

地址:郑州市经五路66号 邮编:450002

电话:(0371) 65788633 65788613

网址:www.hnstp.cn

策划编辑:韩雅楠

责任编辑:韩雅楠

责任校对:韩雅楠

美术设计:张 伟

责任印制:张 巍

印 刷:郑州友联印刷有限公司

经 销:全国新华书店

幅面尺寸:170 mm × 230 mm 印张:12.25 字数:280 千字

版 次:2009年8月第1版 2009年8月第1次印刷

定 价:39.00 元

如发现印、装质量问题,影响阅读,请与出版社联系。

前言

PREFACE

从原始的意义讲,设计也许是来自于人类生活的本能,但现代设计无疑是来自人类物质文化需求的高度自觉。人类用与生俱来的“爱美之心”创造性地书写着设计的历史,设计的历史也同样真实、准确地记录着人类成长的脉络。我们可以用“无时不在,无处不在”来形容设计对人类社会物质文化生活的普遍性影响。

设计改善着人类的生活,影响着人类的文化,改造着人类社会和自然界,设计以从未有过的广度和深度影响着当今世界。

设计如此重要,我们不得不对设计不断地进行反思和剖析。设计是什么?当今设计界的有识之士都在为设计存在的基点而求证:“设计是美学和科学的结合”,“设计是艺术和技术的结合”,“实用与美是设计的两个基本要素”,“设计是发明、创造”,“设计可以创造高额的附加值”,“设计可以创造无形资产”……

的确,我们应随着社会的发展对设计的概念重新进行阐释和界定,我们已不能继续认同“设计=艺术+科学”这样一个简单的公式,虽然艺术与科学、实用与美作为设计的原始动机哺育了它,但在它的成长过程中却无法拒绝社会的、文化的、经济的、政治的、宗教的、自然的等多种因素对它的撞击和渗透。尤其是在当今的信息时代,设计不得不具有更加灵敏的嗅觉,从而以更积极的姿态与世界融通与互动。这也许是我们所寻求的真正意义上的现代设计。

现代设计人才应该具有的素质:

一是宽广的知识面,较高的文化素养。作为一种基本能力,设计者在面临多种多样的复杂对象时,可以迅速准确地作出分析、理解和判断,

设计师应该是善于同各种各样的人和行业打交道的善解人意的智者。

二是要了解市场营销规律。现代设计作为市场竞争的一个重要手段，是现代市场营销的一个重要环节，所以只有了解市场营销规律才能真正把握好现代设计应起的作用。

三是要有较为深厚的专业理论素养。这样才能真正准确地把握现代设计，升华设计境界，高屋建瓴地诠释设计的诸多要义。

四是要具有独特的形式美塑造能力、娴熟的造型技巧等。

综上所述，现代设计人才应该是适合现代市场经济、信息经济、知识经济时代特点的，富有创新能力的复合型人才。

现代设计教育应体现设计的精髓，从而摸索出现代设计人才培养的模式和规律，而教材建设正是现代设计人才培养模式的重要一环。因此，编写和出版符合时代特点的、高水平的、高质量的现代设计专业系统教材是实施现代设计人才培养战略的基础性工程。

本教材力求知识结构的完整、系统和简要。

内容上，着重探索现代包装设计应如何汲取文化的营养来培育自身的品格和个性，从而实现与世界的融通与互动。

在设计意识上，着重强调创新精神、创新意识，敢于标新立异。

在设计技巧上，强调掌握不同的表现语言。

现代设计人才应该熟知历史、了解社会，具有深刻成熟的设计思想，富有创新精神，勇于探索和开拓，面对富于挑战的当今社会，以自己娴熟的表现技巧去抒写心中的绝妙创意。这也是本教材所追求的设计人才培养目标。

由于时间仓促，经验不足，书中疏漏和欠妥之处在所难免，敬请专家同行和各位读者批评指正。

编 者

2009年7月

目 录

CONTENTS



第 1 章

绪 论

P.001

第 2 章

现代包装设计的定
位和创意

P.035

第 3 章

包装材料与结构

P.053

第 4 章

包装装潢设计

P.080

第 5 章

现代包装容器造型
设计

P.156

参考文献

P.187

1.1 包装的发展概述
P.002

第1章
绪 论

1.2 包装的基本概
念及分类 P.016

1.3 包装设计的新形
态与绿色环保型包装
P. 030

1.1

包装的发展概述

1.1.1 包装的起源与发展

关于包装的起源，我们可以作出这样的论断，自从人类社会产生以来，人们就懂得了如何将物品盛装起来，并从生活中逐渐发现了一些适合包装的材料。如利用植物纤维织成绳或筐，利用中空的竹筒盛装物品，到后来又懂得了陶的制作技巧，出现了各种以陶为材料的包装容器，等等，这些都是古代劳动人民智慧的结晶。

在大自然当中，包装也是无处不在的。大气层是地球的包装，橘子皮是橘肉的包装，豆荚是豆粒的包装，西红柿外层的薄衣是它的包装，而椰子那厚厚的外壳包装的则是椰

子的胚体和椰汁，这些都是非常绝妙的自然包装。

随着生产力的进步，包装已不仅仅只有保护功能，它的其他功能如便携性、贮藏性、美观性等也都逐渐显现出来。尤其是第一次工业革命后，由于生产技术的发展，使得产品成本大幅度降低。如何流通产品，如何拓展市场，引起了人们的高度重视。20 世纪 30 年代的全球性经济危机，使产品大量积压，更是直接刺激了厂商。为了促进销售，他们开始研究包装设计，希望借助产品包装及广告媒体促进产品的销售，进而加强包装的功能性，提升产品的附加值。包装已成为现代商品生产不可分割的一部分，也成为各商家



■ 现代包装大多呈现系列化的设计

竞争的利器。

随着新世纪的到来，国际贸易飞速发展，包装的新材料、新机能也迅速发展起来。包装作为“无声的推销员”，其地位已越来越显著。在经济全球化的今天，包装更成为商品不可分割的一部分。包装在生产、流通、销售和消费领域的作用越来越重要，包装设计的优劣直接影响着产品的销售。因此，今天的世界比以往任何一个时期都更加关注包装的设计。■

1.1.2 中国包装发展概述

“包装”一词从字面看有包裹、贮藏之意。

“包”字在古文字初创之时是一个象形文字，置于母腹之中，“象子未成形也”（许慎：《说文解字》）。后人把包装比作如胞衣保护胎儿一样重要，是贴切的比喻。

古代劳动人民在长期的生产生活中，运用智慧，因地制宜，从身边的自然环境中发现了许多天然的包装材料，如木、藤、草、叶、竹、茎等。在古代《诗经·国风》中曾有这样的记载：“野有死鹿，白茅包之，有女怀春，吉士诱之。”诗中描述的是一位猎人用白茅草叶包裹鹿肉送给恋人的情节。而真正作为古代商品包装载入史册的，比较典型的是战国时期《韩非子·外储说左上》中“买椟还珠”的故事。中国有句俗语：“不知葫芦里卖的什



■ 充满智慧的自然材质包装

相传在战国时期，人们为了在端午节这一天纪念伟大的爱国诗人屈原，创造出了一种独特的食品——粽子，它用清香的箬（音同若）叶包裹糯米，形状为独特的三角形。这种形式与功能完美结合的食品一直流传到食品种类丰富的今天，仍然受到广大人民的喜爱，由此可见其包装形式的顽强生命力。



■ 人面鱼纹彩陶盆

么药。”同样，用葫芦装药盛酒，在古代曾被普遍应用。

总之，古代包装大多取材于自然界，如用泥土烧制的器皿，用草、竹、树叶、枝藤、瓜果壳、植物皮制成的容器，以及用木材、织物等原料制成的容器。■

自然材质的制成品包装，首先是从陶瓷的发明开始的。在距今 8000 年前先民们发现了火与泥土的奥秘，创造了最古老的人造包装容器——彩陶 ■，它的出现是原始农业经济对定居生活的需要，标志着包装文明的进步和发展。而后，从战国经秦、汉、三国、晋、南北朝至隋的一千零九十余年之中，制造出大量陶、青铜、干漆、木等材料的包装容器。

造纸术的发明是中华民族对世界文明作出的重大贡献。纸的出现，逐渐替代了以往成本昂贵的绢、锦等包装材料。《汉书·赵皇后传》中就有用纸包装中药的记载。从此，在商业活动中，纸被运用到食品、药品、纺织品、化妆品、染料、火药、盐等物品的包装中。另外，人们还将造纸技术不断改进，如加上染料制成象征吉祥喜庆的红色包装纸，加上蜡制成有防油、防潮功能的包装纸等。■

印刷术是中华民族的另一重大发明，早在东汉时期就出现了印刷的早期形式——拓印。现在留存下来不少单张的石刻拓印，被看成是早期的印刷品。隋唐时期，雕版印刷技术已经相当高超，比如现存最早的雕版印

■ 北宋刘家功夫针铺的包装纸

由于纸质不能长久保存，所以我国现存最早的印刷品包装资料是北宋时期山东济南刘家功夫针铺的包装纸，其四寸见方，铜版印刷，中间是一个兔子的图形标记，上半部左右写着“认门前白兔儿为记”。图形鲜明，文字简洁易记，已经具备了现代包装的基本功能，尤其是体现了明确的促销功能。



■ 马家窑彩陶

造纸术的发明是中华民族对世界文明所做出的重大贡献。纸的出现，逐渐替代了以往成本昂贵的绢、锦等包装材料。《汉书·赵皇后传》中就有用纸包装中药的记载。从此，在商业活动中，纸被运用到食品、药品、纺织品、化妆品、染料、火药、盐等物品的包装中。另外，人们在造纸时不断改进，比如：加上染料制成象征吉祥喜庆的红色包装纸，加上蜡制成有防油、防潮功能的包装纸等。

刷品之一——敦煌发现的公元868年刻印的《金刚经》，版面工整，图文并茂，印制精美，体现了印刷技术与版面设计的结合。

印刷术的发明广泛地运用到当时的包装设计，大大拓展了包装的销售功能。如在包装纸上印上商号、宣传语和吉祥图案。■

包装业的发展主要依托于不同时代经济和科学技术的发展。中国古代包装经历了唐、宋、明诸朝代的鼎盛期之后，由于清末的中国饱尝了帝国列强的侵略和奴役，脆弱的民族资本主义受到致命的摧残，包装业同样厄运难逃。直至20世纪40年代，中国包装终未形成独立的体系，甚至不少包装设计还蒙有一层半封建半殖民地的色彩。

20世纪50年代，我国的包装事业出现新的起步，政府重视设计教育，培养新型专业设计人才。在短时期内，中国包装虽然在精神面貌上发生了根本的变化，但在包装技术上仍处于非常落后的状态中。

20世纪60年代，正当世界包装运动活跃之时，我国开展了“文化大革命”运动，当时包装设计沉浸在一片“红海洋”中，红旗、葵花向阳语录充斥在各种物品的包装上。

20世纪70年代初，正是“文化大革命”后期，全国各地设计部门均处于封闭状态，苦于耳目闭塞，便自发地进行串联，组织了“七省市十五单位设计交流活动”，此举很快在全国产生影响。80年代初，成立中国包装技术

协会，这是中国包装向现代化迈进的新起点。1982年举办了新中国成立以来最大规模的全国包装展览会，进行了全国包装大检查，提出了加强科学研究的包装工作方向。直至20世纪末，中国包装真正发展壮大起来，形成独立的体系，其发展速度超过历史上任何一个时期。尽管如此，中国包装与一些发达国家及地区相比，仍然存在一定的差距。

1.1.3 欧美包装发展概述

欧洲的商业文明是从地中海沿岸展开的，海运的发达促进了商业的发展。比如埃及的玻璃容器及其制法就很快传到了欧洲大陆。古代埃及还出现了早期的商品标签，这可能就是酒贴包装的最早起源。另外，在大英博物馆所藏的古埃及神庙建筑的瓦片（公元前1450年左右）上刻有制造者的名称标记。这些都反映了商业的发展对商业促销行为所产生的促进作用。



古埃及的鱼形玻璃容器

在人类漫长的文明进化历程中，科技的发明、社会的变革、生产力的提高，以及人

们生活方式的进步、环境的变化，都会对包装的功能和形态产生很大的影响与促进。从包装的发展演变过程中，能清晰地看出人类文明进步的足迹，包装设计作为人类文明中的一种文化形态，它的发展与演变，对今天的设计工作具有非常现实的意义。

早在1860年，有一个叫爱默生的美国人写了一本名为《生活指南》的书，这是一本较早谈到有关商品包装的书。在这部书里，他讲到，当时的商人们已经注意到在运输过程中存在着货物的破损问题，于是产生了以保护商品安全为功能的包装。其实，早在18世纪中叶，高档货物的包装已经成形，但其包装功能基本上是围绕着运输问题展开的。在那时，易损商品的零售包装虽已零星出现，但其水平还很幼稚。

当运输包装的问题解决以后，生产者和经销商最关心的问题不再是运输的效率了，一个新的思路开始支配着商品的买卖——商品包装的功能。包装除了有保护产品的功能外，还具有另外两个功能——美化外表、便利经销。虽然人们在这两方面也作了初步尝试，但包装设计仍处于“原始”状，设计的个性化尚无显现，通常是千篇一律的。

19世纪早期，厂家包装的出现可以说是商业中的一场革命，它奏响了现代商业的序曲。它把买卖双方的距离拉近，避免了零售商在售货时对质量的“再造”——掺假和对数量的“控制”——短斤少两，它还可以直



新



旧

■ JORDANS 食品包装的新旧比较



新

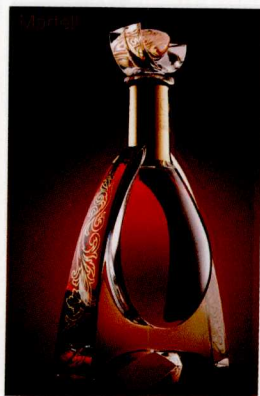


旧

■ THE FAMOUS GROUSE 新旧包装比较



Hennessy



世界名牌的品牌确立

接把大宗购买的优点传递给消费者。

随着商品印刷术的改进，商业雕刻师们的技艺也有所提高。到了 19 世纪 50 年代，彩色印刷得以推广，在随后的 30 年里，它极大地推动了包装设计广泛而快速的发展。尤其是烈性酒、香烟、调味剂、化妆品和药品的包装设计，更是成绩斐然。许多世界驰名的品牌出现于这一时期，如马爹利 (Martell，

1844)、轩尼诗 (Hennessy，1860) 和吉尼斯 (GUINNESS，1862) 等。□

到了 19 世纪后半叶，厂家包装才渐渐普及。设计精良的包装已经整齐地排列在商店的货架上，这样，精美的包装就成为商品自身的无声推销员。

20 世纪初，在欧洲大陆和美国产生了影响面相当大的装饰艺术运动——新艺术运动。



■ 1913 年的美国香烟包装



■ 上世纪欧美的包装设计

在这一运动的影响下，包装设计横扫 19 世纪弥漫欧洲的烦琐矫饰的维多利亚风格，力求从自然和东方艺术中汲取营养，特别是植物纹样和动物纹样是这一时期包装设计的主要形式，较少运用直线，主张以有机的曲线为形式中心。■

在这一阶段，早期的包装开始过时，厂家面临一个难题——那些已经确立起来的品

牌形象，大众已很熟识，加之多年的商业培植，是否应该换掉？在许多包装实例中，设计风格开始出现细微的而又不会使消费者对其内在品质产生怀疑的转变。这一设计上的渐变是难能可贵的，因为它照顾到了文化和商业两个方面。

20 世纪 30 年代以后，欧洲和美国的企业中已有专门的设计队伍，设计已成为社会

生产活动的一个不可分割的重要环节。人们对于设计风格有了日益明显的要求,这是消费社会形成后的重要特征之一。第二次世界大战结束后,国际主义设计成为欧洲大陆和美国设计的主要风格,国际主义设计运动在 20 世纪 50 ~ 70 年代风行一时。国际主义设计具有形式简单、反装饰性、强调功能性、系统化和理性化的特点。这一时期的包装设计构图简单明快,高度功能化、非人情化。这种风格适应了经济的高速发展,与国际交往日益频繁的商业社会更加吻合,以不变应万变成为当时国际经济发展中最好的设计方式。

20 世纪 80 年代,美国人领导了一次包装设计的文艺复兴。现代设计的变革比任何

时代都剧烈,新设计风格层出不穷,但基本上是对以往设计的调整、补充、改良和发展。90 年代,高科技时代到来,此时,人们普遍认识到,自身发展所赖以存在的环境的重要性。在一浪高过一浪的环保大潮的推动下,崇尚自然、原始、健康的观念深入人心。包装设计在这一理念的支配下,向“轻量化”、“小体积”的方向发展。其功能不仅仅限于容纳、保护、促销等要素,而且开始倡导“绿色包装”这一消费市场的新观念,使产品与包装材料向着“无污染”的方向发展。因此,既节约天然资源,又不至破坏生态环境的环保意识设计,成为 20 世纪 90 年代包装设计的一种新导向。■



■ 无污染包装



■ 绿色包装

1.1.4 包装形态的发展概述

包装发展的历史，既是包装材料及制造工艺的发展史，也是包装形态不断适应市场竞争而变化的历史。今天，丰富多彩的包装形态，同样经历了不断演变的过程。

1. 纸板包装 □

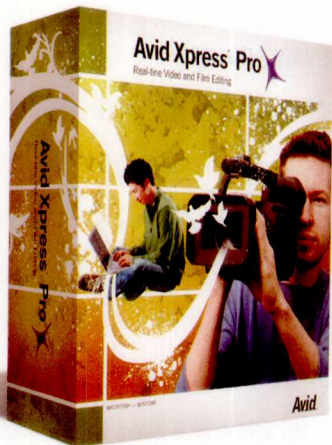
19 世纪中叶，英法等国和美国市场上的纸盒包装就已普及了。纸盒包装成本低，制作工艺相对简单，并且在包装上可以印刷精美的图案，宣传效果好。瓦楞纸的出现，也使纸质包装的应用领域扩大到运输用的外包装中。在发展过程中，人们逐渐克服了纸包

装防油、防潮性差的缺点，生产出适合商品特性的特种纸张。1897 年，美国开始出现经过涂蜡处理的饼干纸板箱包装。20 世纪 50 年代，瑞典的一家公司运用塑料复合纸来包装牛奶，包装呈三角形，造型新颖，饮用方便，随后，英国在此基础上把包装形态改成方砖形，这种包装很快取代了传统的玻璃瓶，而且还被用来包装果汁、饮料等其他液态产品。

纸板包装的成型非常简便，形态也可随着市场的需求而变化，及时易行。随着售卖方式的改革，纸包装形态也出现了很大变化。比如更适合于超市销售的 POP 式包装、快餐包装及个性化的专卖店产品包装等。



□ 加膜纸板包装的食品



□ 纸板包装的电子产品