

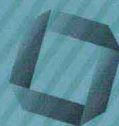


中国美术院校新设计系列教材

创意包装设计

魏洁 著

上海人民美術出版社



中国美术学院新设计系列教材

创意包装设计

魏洁 著



上海人民美術出版社

图书在版编目(CIP)数据

创意包装设计 / 魏洁 著. —上海: 上海人民美术出版社,

2014.1

中国美术院校新设计系列教材

ISBN 978-7-5322-8307-1

I. ①创... II. ①魏... III. ①包装设计—高等学校—教材

IV. ①TB482

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第018475号

中国美术院校新设计系列教材

创意包装设计

主 编: 邬烈炎

执行主编: 王 峰

著 者: 魏 洁

策 划: 姚宏翔

统 筹: 丁 雯

责任编辑: 姚宏翔

特约编辑: 孙 铭

封面设计: 高秦艳

版式设计: 伏 涛

技术编辑: 朱跃良

出版发行: 上海人民美术出版社

(地址: 上海长乐路672弄33号 邮编: 200040)

印 刷: 上海丽佳制版印刷有限公司

开 本: 787×1092 1/16 9印张

版 次: 2014年1月第1版

印 次: 2014年1月第1次

书 号: ISBN 978-7-5322-8307-1

定 价: 39.00元

目录

前言 _3

教学进程安排 _6

01

第一章 包装设计的历史沿革与发展趋势 _33

- 一 早期包装设计的萌芽 _34
- 二 现代商业社会中的包装设计 _35
- 三 未来包装设计发展的趋势 _39

02

第二章 包装设计的概念 _45

- 一 包装的目的 _46
- 二 包装的功能和价值 _48
- 三 包装设计的原则 _54
- 四 包装设计的类别、范围与程序 _56
- 五 包装设计的品牌文化魅力 _60
- 六 包装设计的绿色设计与人性化 _62

03

第三章 现代包装设计的要素与形式美规律 _67

- 一 包装设计的基本构图手法与要点 _68
- 二 包装设计的色彩表达 _71
- 三 包装设计视觉要素的表现形式及规律 _77
- 四 包装设计的风格化体现 _79
- 五 包装形式的划分 _81

04

第四章 包装的材料、结构与印刷工艺 _85

- 一 常用包装材料选择 _86
- 二 纸包装材料种类与典型应用 _90
- 三 包装纸盒的成型与结构 _94
- 四 纸制品包装印刷工艺 _103
- 五 特殊用途的密封包装设计 _108

05

第五章 包装设计与市场 _115

- 一 Dirty Girl 脏女孩——赋予一件普通产品全新的意义 _116
- 二 Fossil 化石手表——包装可以像产品那样诱人 _119
- 三 Superdrug 超级连锁店——产品至上主义 _122
- 四 Tazo Tea 泰舒茶——将品牌领入一个新的未知领域 _125

06

第六章 各类商品的包装设计应用 _129

- 一 糕饼礼盒的包装设计 _130
- 二 食品、调味品的包装设计 _132
- 三 酒水的包装设计 _134
- 四 茶、饮料的包装设计 _136
- 五 医药、保健品的包装设计 _137
- 六 美容化妆品的包装设计 _138
- 七 日用品的包装设计 _140
- 八 文教、视听用品的包装设计 _141

参考文献 _143

中国美术学院新设计系列教材

创意包装设计

魏洁 著



上海人民美術出版社

前言

艺术设计随着时代经济的发展、人类文明的进步而发展着变化。现代科学技术的突飞猛进和社会需求的多样化,使得中国的高等教育直接面临着参与国际竞争,走国际化、专业化的道路。这将对高等教育的人才培养提出更高的要求,面对以往的教学方法我们必须去思考,调整我们的教学结构,完善具体的课程体系。充分结合社会经济的发展,不断地探索和发现问题并加以思考和总结,把这些知识通过科学的方法教授给学生,注重艺术、技术与人文的交融,努力培养社会需求的高素质专业设计创新人才。优化学生的知识结构、提高学生的专业素养,是我们责无旁贷的使命和关注的问题。

现代包装设计是一项系统工程,是艺术与科学技术的有机结合。在步入经济全球化的今天,包装设计也将日趋国际化、市场化、个性化。包装设计是一门应用性、技能性很强的课程,由于科学技术的迅速发展,在包装的结构、包材的选择以及印刷工艺等方面的变化是日新月异的。因此,本书在编写上以求抛砖引玉,更多的东西只能让读者在具体的实践中加以体会和认知了。包装设计的基础理论知识涉及众多学科,形成了综合的、多元的知识结构体系。

本书的内容涵盖了包装设计课程的基本知识与技能点,在理论知识与设计实践方面进行了较好的结合。以现代包装设计的视点,结合国际包装设计发展的新趋势,对国内现代包装设计的理论和设计教育进行了补充和完善。本书收录的国内外各种类型的包装设计图片是艺术性和商业性完美结合的优秀作品,以及学生包装设计的优秀课题案例,为各门类的包装设计提供了丰富的范例,并提出了独到的设计方法论点及见解。相信对大专院校的学生和专业设计人员会有一定的帮助,对更好地掌握包装设计的基本原理和设计方法以及提高设计素质有一定的指导意义。

本书的付诸出版,始终得到了上海人民美术出版社的大力支持和帮助;感谢姚宏翔、丁雯老师在本书的编辑过程中提出的宝贵建议与所做的大量工作。同时江南大学设计学院的领导及同仁也给予了热情的帮助;感谢崔华春、姜靓老师为本书提供的热情支持;江南大学设计学院视觉传达专业的同学为本课程的教学探索提供了丰富的第一手资料,在此一并深表谢意。感谢伏涛、刘琛淼同学为本书编辑付出的辛勤工作。虽然本人已尽了最大的努力,但毕竟水平有限,书中还存在不少不尽人意之处,恳请有关专家、同行批评指正。

魏洁

2012年9月

目录

前言 _3

教学进程安排 _6

01

第一章 包装设计的历史沿革与发展趋势 _33

- 一 早期包装设计的萌芽 _34
- 二 现代商业社会中的包装设计 _35
- 三 未来包装设计发展的趋势 _39

02

第二章 包装设计的概念 _45

- 一 包装的目的 _46
- 二 包装的功能和价值 _48
- 三 包装设计的原则 _54
- 四 包装设计的类别、范围与程序 _56
- 五 包装设计的品牌文化魅力 _60
- 六 包装设计的绿色设计与人性化 _62

03

第三章 现代包装设计的要素与形式美规律 _67

- 一 包装设计的基本构图手法与要点 _68
- 二 包装设计的色彩表达 _71
- 三 包装设计视觉要素的表现形式及规律 _77
- 四 包装设计的风格化体现 _79
- 五 包装形式的划分 _81

04

第四章 包装的材料、结构与印刷工艺 _85

- 一 常用包装材料选择 _86
- 二 纸包装材料种类与典型应用 _90
- 三 包装纸盒的成型与结构 _94
- 四 纸制品包装印刷工艺 _103
- 五 特殊用途的密封包装设计 _108

05

第五章 包装设计与市场 _115

- 一 Dirty Girl 脏女孩——赋予一件普通产品全新的意义 _116
- 二 Fossil 化石手表——包装可以像产品那样诱人 _119
- 三 Superdrug 超级连锁店——产品至上主义 _122
- 四 Tazo Tea 泰舒茶——将品牌领入一个新的未知领域 _125

06

第六章 各类商品的包装设计应用 _129

- 一 糕饼礼盒的包装设计 _130
- 二 食品、调味品的包装设计 _132
- 三 酒水的包装设计 _134
- 四 茶、饮料的包装设计 _136
- 五 医药、保健品的包装设计 _137
- 六 美容化妆品的包装设计 _138
- 七 日用品的包装设计 _140
- 八 文教、视听用品的包装设计 _141

参考文献 _143

教学进程安排

课程介绍

包装设计是视觉传达设计专业方向的主干课程,是集容器结构、视觉传达为一体,涉及商标、文字、图形、色彩、版式等内容的系统性设计工程。本课程教学系统讲授有关包装整体配套性及视觉设计的基本理论知识;并通过设计训练,使学生掌握包装装潢的基本设计理论和设计方法,培养学生具备与社会密切结合、理论联系实际、整体的策划理念及动手能力。通过本课程教学要求学生掌握:容器造型、纸盒结构设计,并符合包装基本功能要求;单体包装设计;配套性系统包装设计。

课题一

“玩”——互动性包装设计

作业要求:强调包装设计的互动性,通过产品包装形态的变化,促进设计与受众的沟通,改善信息传达的效果,提高产品包装在存储运输、销售展示、受众使用等各环节与人的互动成效。

作业数量:单体包装设计

建议课时:12—16课时

作业呈交方式:实物模型、效果图电子文档

尺寸:210mm×285mm,精度:300dpi

作业提示:

1. 利用视错觉的特点,以互动性和趣味性的概念贯穿所要设计的产品包装。设计不再是单方向传达的设计,使静态的元素产生了动态感。
2. 包装的职能贯穿消费者购买、使用的全过程,使产品的包装在任何一个环节都有可能带给消费者惊喜,与之产生更多层面的沟通交流。



舒肤佳香皂包装/设计_徐子雯 指导_魏洁

这是一款舒肤佳香皂包装，设计的理念是包装外形是一艘飞船，符合增强产品本身的性能，强有效地抵抗、去除细菌。同时舒肤佳是理想的家庭香皂，在包装的互动性上就以小朋友为主体设计富有趣味性。

怪兽糖果/设计_张文杰 指导_崔华春

设计说明：本产品共四款包装，分别是四个怪兽，代表四种口味的糖果的怪兽其表情可爱搞怪，包装颜色鲜明突出。小朋友对于糖果的抵抗力本身就很低，加之鲜明的色彩，可爱的怪兽图案，一定会吸引他们的眼球。另外本包装设计作为趣味性包装还有一大亮点就是可以看得到的糖果口味，抽拉式的设计，每拉开一段就会看到不一样的糖果，更加具有趣味性，一定深受小朋友的喜欢。





派德電池/设计_王霜 指导_崔华春

在设计这款电池包装时采用了图形创意手法。将产品的属性与包装上的图形相结合,从而产生创意与趣味。电池本身的诉求点就是电力强劲、耐用等特质,而这些特质的外在表现就是分量上的沉重,给人以强劲感,因此将剧中的杠铃替换为产品电池来表达这一特征。加上趣味和夸张的图形表现更突出了“玩”这一概念的提出。在整体的风格上采用收回的形式,把电池原本冰冷、严肃的感觉转化得更更为亲切,消除了与消费者的距离感。颜色上采用亮色调,比以往沉重的灰黑色调更能吸引消费者的眼球,产生购买欲。整体的外形采用了异形切割,挂在货架上的效果会区别于同类的产品,产生特殊性从而促进销量的增加。



漂浮宝贝儿童沐浴露/设计_王琪 指导_崔华春

以“玩”的概念,通过按压鳄鱼的嘴巴和长颈鹿的脖子产生趣味性。瓶子的造型和动物的形象都十分可爱。针对孩子在洗澡过程当中,喜欢在水中放各种漂浮物,边洗澡边玩耍的特点,所以名称为漂浮宝贝。主题宣扬是属于孩子的水上世界。它们不仅可以当做沐浴露,还可以一起玩耍。此外,还可以保存下来当做玩具,因此这也是非常环保的设计。



牛奶包装/设计_龙亦柯 指导_姜靓

把图形印在透明的奶瓶上,在喝完牛奶以前我们只看到女孩的头和四肢,却不知道她穿的是一件什么样的裙子。当喝完牛奶后,印在瓶子上的白色裙子就会显露出来。我们就知道她穿的是一条什么样的裙子啦。整个系列有许多不同的裙子,你期待喝出哪一款呢?

麦先生饼干包装/设计_闫文 指导_崔华春

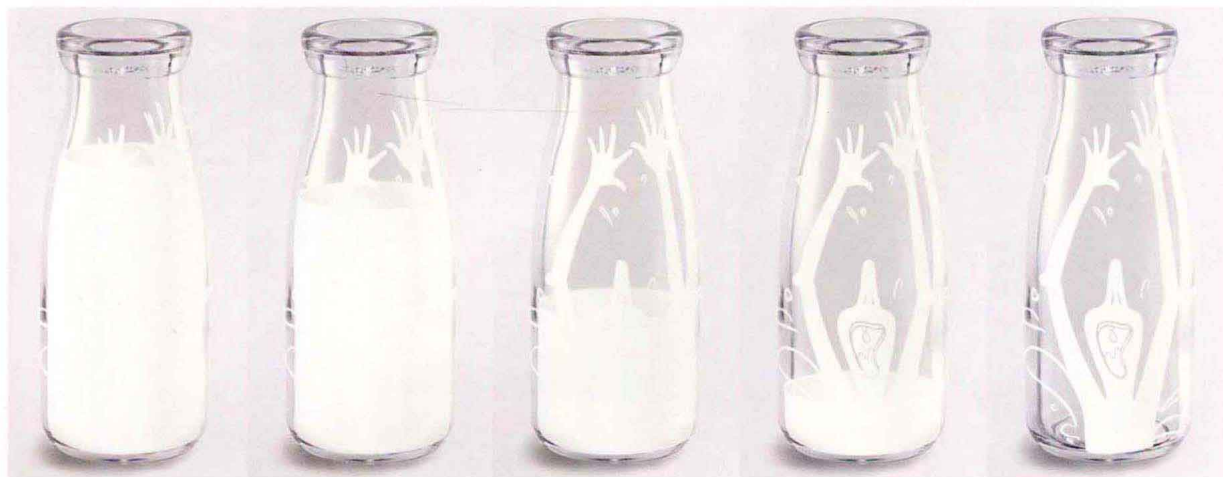
饼干包装的特别之处在于三个小孩的发型可以根据盖子盖的方向不同而改变,在享用美味的同时可以与朋友们一起分享快乐。同时,运用图形创意的手法,将标志设计成一个用饼干做的绅士的形象,既有对产品的真实认识,又贴切产品的名字“麦先生”,整体风格统一,造型生动有趣,给人一种新鲜时尚的感觉,激发消费者的购买欲望。



Muller纯牛奶“激活”系列/设计_张潜瑶 指导_魏洁

牛奶瓶将瓶身的图画制作成与牛奶一致的乳白色,在瓶子未开启之前图画还未显现,只露出两只张开的手,引发消费者的好奇心,只有牛奶喝完才会呈现出完整的图案,即一个高声呼救的落水者。随着牛奶的减少,这个落水者才会从水里逐渐露出来,像是一个逐渐获救的过程,使用者会在享受牛奶的同时观察图案的变化,并想尽快喝掉牛奶,救出落水者。

此牛奶的品牌是来自英国的Muller,我为这个品牌设定了一个“激活”系列的牛奶,牛奶给人能量,开启生命活力,同时契合奶瓶图案给人激活活力的感觉。瓶贴和标志只采用蓝色,给人纯净、简洁之感。





popcorn 爆米花

爆米花包装/设计_胡锐 指导_姜靓

爆米花包装设计, 当爆米花包装放置到微波炉内的时候爆米花外盒会变成一个炸弹的形状, 拉开绳子就会有香味扑鼻而来。拉开绳子和整个过程也是一个“玩”的体验。

风车棒棒糖包装/设计_胡锐 指导_姜靓

童年时我们爱玩的纸风车一直是我们回忆里不可或缺的玩具。这个包装是一个棒棒糖的棒状设计。撕开包装打开即是一个好玩的风筝。拆开后还是美味的棒棒糖。这个简单的“玩”的互动, 增加了包装的功能和附加值。





Big Mouth领带包装/设计_刘佳慧 指导_姜靓

这款包装是由领带引发的联想,针对礼品领带设计,将领带趣味地与舌头置换,你只需抽出它。选择你喜爱的那一款领带。

侧面结构:盒子整体采用塑料材料,因此侧面是透明的,可以看到所卖的领带的样式和图案俯视图。将嘴巴做成开口,从中取出领带,就像是超人的舌头一样,体现一种趣味性。



摩提果子
MOCHI MOUSE

和果子
WAGASHI
传统美味



和果子闲食系列/设计_杨心蕾 指导_崔华春

产品包装是和果子，一种休闲小零食。因为和果子是由糯米等材料制成的，因此产品本身非常黏腻、软糯，最主要的特点就是：白、软、糯。而这些都让我联想到羊这种动物，所以本次产品包装将羊这一元素融于其中。作为即食零食，采用了简单的塑料小包装，整体透明，将和果子完整地展现，在包装上印有羊的部分元素，与和果子融为一体，很好地体

现了和果子软糯的特点。在包装图案的部分上，不同口味的和果子采用不同形象的羊，既能增加包装的趣味性，又能很好地区分不同口味。在色彩上选择了与和果子口味不同的色调，整体色彩偏淡，以突出产品为主。整体来说，这款和果子的产品包装运用了“玩”这一设计手法，将产品特征作为主要表达对象，体现了互动趣味的感觉。