

走进包装设计的世界

陈磊 著



中国轻工业出版社



陈 磊

1970 年出生于陕西省西安市

1989 年毕业于西安美术学院附中

1993 年毕业于中央工艺美术学院
装潢设计系

同年留校任教至今

现为清华大学美术学院（原中央
工艺美术学院）装潢设计系讲师

走进包装设计的世界

陈磊 著



中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

走进包装设计的世界 / 陈磊著. —北京: 中国轻工业出版社, 2002.1

ISBN 7-5019-3172-6

I. 走… II. 陈… III. 包装-设计 IV. TB482

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 084410 号

责任编辑: 崔笑梅 张皓颖
责任终审: 孟寿萱 封面设计: 陈磊 版式制作: 谷健鹏 张成
责任校对: 方敏 版式设计: 陈磊 责任监印: 胡兵

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

联系电话: 010-65241695

印 刷: 北京国彩印刷有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2002 年 1 月第 1 版 2002 年 1 月第 1 次印刷

开 本: 889 × 1194 1/32 印张: 11

字 数: 280 千字 印数: 1-3000

书 号: ISBN 7-5019-3172-6/TB·038

定 价: 56.00 元

· 如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换 ·

走进包装设计的世界

陈 磊 著



中国轻工业出版社

目 录

序	001
第一章 包装设计的概述	003
一、什么是包装	004
二、包装的功能	006
三、包装的分类	014
四、包装与市场销售	017
五、优秀的包装设计应该具备的特征	023
第二章 包装设计的发展足迹与未来	031
一、包装的功能与形态演变	032
二、包装设计中的经典	057
三、环保型包装的发展	064
四、包装设计的新形态和发展因素	068
第三章 包装设计要素及表现	075
第一节 包装的立体形态设计要素	076
一、包装材料的设计应用	077
二、纸包装结构设计	088
三、容器造型设计	128
第二节 包装平面设计要素	149
一、文字设计要素	149
二、图形设计要素	177
三、色彩设计要素	201
四、版面编排设计要素	223
第三节 包装设计的印刷与工艺	235

一、印刷的种类·····	2 3 5
二、印刷的要素·····	2 3 8
三、印刷工艺流程·····	2 4 1
四、印刷加工工艺·····	2 4 2
五、制版稿制作基本要求·····	2 4 4
第四章 包装设计的流程与运作 ·····	247
一、包装设计的流程·····	248
二、现代包装策略·····	256
三、包装设计的定位·····	261
四、包装设计运作对设计人员的素质要求	— 264
第五章 包装设计的文化特征 ·····	271
一、包装设计的文化性·····	273
二、包装设计的民族化与国际化·····	277
三、包装设计与商业文化·····	284
四、日本包装设计的文化特征·····	289
第六章 包装设计作品赏析 ·····	301
一、食品包装的发展概况·····	302
二、洋酒的包装设计·····	314
三、CD 包装设计欣赏·····	322
四、包装的“面孔”·····	325
五、其他类别的包装设计·····	328
六、作者个人的包装设计作品·····	332
参考书目 ·····	342

序

20世纪70年代末，媒体曾报道我国出口产品由于包装不善造成每年100亿元人民币的经济损失，这里指的只是运输包装，至于销售包装的情况又是怎样呢？应该说也同样是设计“不善”而造成过商品的滞销、积压或降价处理，它所造成的经济损失虽然难以统计，但我估计，这个数字也将会使人大吃一惊。当时曾有过这样的说法：“一等产品，二等包装，三等价格”，这是我国产品在国外市场上的真实反映。

20世纪80年代初，我国加强了对包装工作的力度，1980年成立了“中国包装技术协会”，开展了大量的工作。20年来，随着经济的转轨，从体制上形成了商品的市场经济竞争，从而也促进了包装事业的迅速发展。但是，这一进步更多的还是体现在包装的材料和工艺方面，应该说这是可喜的进步。然而对于包装设计来说，其水平更应该体现在全方位的生产、存储、运输、销售、使用、回收处理等各个环节上，最终真正起到使销售包装达到保护商品、宣传商品和推销商品的积极作用。从这一点来讲，我认为我国目前销售包装的设计并未达到成熟阶段，或者说还有某些误区。企业为了取得更高的附加值，对销售包装不恰当地运用高档材料和制作工艺，这就是所谓的“过分包装”，即小容量大包装，普通商品高档包装。而对于设计来说往

往只注重画面效果,不注重包装结构,虽重视画面,但很不讲究艺术性,信息传递不准确或含糊不清,影响了消费者对商品真实内容的了解。总之,这反映了对真正意义上包装的误解,在没有对商品属性作出充分的研究、对市场行情进行分析、对工艺制作成本充分了解、对消费者需求给予考虑的情况下,那么这种设计必然是盲目的,其结果也必然会造成商品的不对路,不畅销。

陈磊撰写的《走进包装设计的世界》一书,在理论的高度和设计实践方面进行了很好的结合,以现代包装设计的视点,结合了国际包装设计新的发展特点,对我国现代包装设计的理论和设计教育进行了补充和完善,适应了这个时代发展的需要。

陈磊是我的学生,现在是清华大学美术学院(原中央工艺美术学院)的青年教师,他在积累了一定教学经验的基础上,于1999年到日本东京的一家包装设计公司工作实习了一年多,其间设计了上百件包装作品,并且有许多设计已经投入到日本市场,所以说他对包装设计有更多更新的认识。这本《走进包装设计的世界》,正是他的经验总结,我想此书对于从事包装设计的人员和在校的相关专业的学生来说会有很好的参考价值。

陈汉民

中国包装协会设计委员会主任

清华大学美术学院教授

2001年10月

第一章

包装设计的概述



第一章 包装设计的概述

前些日子参加了一个朋友的婚礼，很是热闹，新郎的西装很合身，但第一次见到他这个样子，还是觉得有些别扭，好笑，倒是新娘给我留下了很深的印象。穿着婚纱的她非常美丽动人，与往日便装的形象简直判若两人，举止好像也变得雅致许多，究竟是什么使这一切发生了改变？难道就是一身漂亮的婚纱吗？

以前听过这样的说法，说“包装是产品的嫁衣”，那么像我们从事包装设计的人就应该是裁缝，为了能裁制出好的作品，我们先要量出顾客的身高、胸围、腰围、臀围，并且在客人身上做立体裁剪，还要根据客人的气质和个人喜好推荐适合的款式。此外，还须根据客人的经济承受能力，选择最适合的面料和服饰等。当看着客人由于我们的精心设计而变得美丽并因此兴奋时，我们心中也会充满喜悦、满足和成就感。其实，包装设计何尝不是如此呢？

一、什么是包装

“包装”这个词在不同的时期有着各种各样的意义，在过去只是被认为能够良好地保护内容物即可，今天，随着时代的发展，其所涵盖的意思还在不断地扩大。比如说，我们现在常常在电视娱乐节目里听到“包装”这个词，是指对艺人们公众形象的推广策划。甚至在说到城市规划时也用到“包装”这个词，就是指在城市规划中要体现自己独特的城市视觉形象和文化特征。当然，在这里我们不会涉及到那么多超出自己专业的内容，

而是在商品包装设计这个专业领域内来探讨包装设计世界里的
问题。

今天的包装,已不再仅仅是将内容物包好而已,同时也需要它能保护和保存商品,具有运输、携带的方便性,使用的经济性和科学性,同时还能够促进产品的销售,更不能造成大量的包装垃圾来破坏人类的生存和发展。因此,新的包装材料、包装技术和资源回收再利用也就显得十分重要。随着流通时代的到来和发展以及销售竞争的日益激烈化,世界各国对“包装”的解释虽说有些区别,但也日趋一致。

美国对包装的一般解释是:“包装,是使用适当的材料、容器,配合适当的技术,使其能让产品安全地到达目的地,并以最低的成本,为商品的运输、配销、储存和销售而实施的准备工作”。英国对包装的定义为:“包装是为货物的存储、运输、销售所做的技术、艺术上的准备工作”。加拿大包装协会对包装的定义为:“是将产品由供应者送至顾客或消费者,而能保持产品处于完好状态的手段”。日本包装工业规格JIS为包装所下的定义为:“包装是使用适当的材料、容器、技术等,便于物品的运输,并保护物品的价值,保持物品原有形态的形式”。

我国已经在国标 GB4122-83 中明确表达了包装的定义:“包装是为在流通中保护产品、方便储运、促进销售,按一定技术方法而采用的容器、材料及辅助物等的总体名称。也指为了达到上述目的而采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等的操作活动”。由这个定义可知,现代包装实际上包含两层意义,若静态地理解,包装就是指容器、材料和辅助物等,也就是包装企业部门可提供的产品;若动态地理解,包装就是指为了制造出这类产品所用的包装技术、方法及加工过程。因

此,包装作为一门科学有着明确的研究对象和研究范围。

今天的包装,已经形成了规模庞大的包装产业,因此,做为产业的包装业,各国都有着严格的产业规格和标准,像美国的ASTM、日本的JIS、英国的BS,德国的DIN等。因为包装业对整个社会的效率、环境、国民的安全、卫生等,都有着密切的关系,所以严格的生产标准和规格是必不可缺的。

对于包装设计师而言,包装设计具有很强的综合性。它要求设计者具备结构造型能力,对图形、文字、色彩等视觉造型语言的把握,对制作工艺、制版印刷、包装材料、包装生产成型等技术环节要有充分的了解,还需掌握电脑辅助设计的手段。此外,对市场营销、消费心理学、企业形象推广战略还需有足够的认识。看来成为一名优秀的包装设计师是非常不容易的。

二、包装的功能

包装具有不少功能,尤其是随着时代的发展,包装所被赋予的功能还会增加。不过,我认为有两点是最基本的:一是包装上所承载的信息情报,包括文字、色彩、图形、形态等内容;二是对物品的形态和性质起到保护的作用。这两种基本功能也就构成了我们狭义上所理解的包装的概念。

现代一般把包装的机能归纳为以下四类:①、保护功能(Protective Function);②、便利功能(Convenient Function);③、商业功能(Commercial Function);④、心理功能(Psychological Function)。下面我们来看一下各种功能的具体含义。

1. 保护功能

这是包装的主要功能,就是要保护商品,避免商品在流通

过程中,受到外来的各种物理的、化学的、力学上的损害和影响。在我们学校的包装结构课程中,就曾经尝试过让同学们用折纸包装的形式来包装生鸡蛋,然后从1.5m的高度落下,以检验包装对鸡蛋的保护性。作业要求在一件包装内装三个鸡蛋,在18位同学中,有5位同学得了满分,因为他们设计的包装里的鸡蛋落到地上后没有一个破损。以折纸包装来包装鸡蛋不一定经济、科学,但让同学们从力学的角度来探索包装对内装物的保护方法,我认为是非常值得的。

产品从生产厂家到消费者手中,要经过许多过程和运输,其间必然会受到各种外力的冲击。在仓库中堆积码放时,包装也要经受过高的积重、温度、湿度变化的考验。另外,像一些食品、啤酒、饮料等,还要考虑到避光、真空保鲜、冷藏、防腐蚀等措施,一些特殊商品更要考虑到防菌、防辐射或挥发等因素。像下列所提到的一些保护性内容,作为包装设计人员应该考虑到并结合具体的行业标准来进行设计。

(1)防止振动、冲击 产品在公路、铁路、飞机、船舶等运输过程中会因各种原因产生振动。在装卸、搬运过程中为提高效益,会将货物堆积码放,这时,下面的货物就要承受上压货物的重量,这就要求包装自身有一定的防外力冲击能力和承重强度才行。

(2)防水、防潮 一般的防水,主要指产品在搬运途中,不至于被雨水侵袭。此外,空气的湿度对包装也会产生相当复杂的影响。在我国,北方的气候干燥,冬天,许多家庭都使用加湿器来增加空气里的湿度。这种情况在南方是见不到的,南方空气潮湿,有许多家庭使用除潮电器。由于湿度的变化和地域

的差异,尤其是食品类,较大的湿度会促使商品腐化变质,同时也会助长虫害的发生。

(3)防止温度的冷热变化 温度的激烈变化,产生热胀冷缩而造成包装和产品变形、干裂、破损。另外,也会使包装材料的含水量随之产生变化,这也是影响包装和产品品质的重要原因。还有,由于大多数包装都具有密闭性,一些有机物产品由于空气不流通和温度上升而加速变质,所以在包装设计上应考虑到透气性。比如,可采取在包装上留出通气孔或放置干燥剂等方法。

(4)防光线和辐射 许多商品具有不适于光照、紫外线、红外线等放射线直射的特点。比如感光材料、化妆品、药品、碳酸饮料和啤酒等。像啤酒瓶大多采用深色瓶,目的就是为了减少光照程度,延长保质期。这些在包装设计时都应考虑到。

(5)防止与空气、环境的接触 有些商品如食品、药品中的血浆、液态药剂等,与空气接触会加速产品的变质。另外,不洁净的环境产生出的微生物、细菌,也会使产品品质劣化。所以,这些产品往往采用密闭性好的材料,或抽真空的方法来起到保存的作用。

(6)防偷盗 外包装的破损,往往会导致产品失窃,所以包装的安全性也要有所考虑。对于价值不菲的商品包装,更要考虑到封闭方法和一些特殊的包装手段。比如在封缄材料和开启方法上下些功夫。

除了以上这些,像防虫害、防挥发、防酸碱腐蚀等许多因素都应根据产品的实际要求来考虑。这就要求设计师对材料有充分的掌握,了解不同的材料和包装方式所起到的不同保护效

果。另外，为了加强保护性，可以考虑材料的综合使用，像发泡材料、海绵、纸屑等填充物的使用，可以起到固定产品的作用；中药丸采用封蜡包装可以起到防潮、密封的作用；瓶装啤酒的纸箱包装里，用瓦楞纸做隔断以起到缓冲的作用等。

2. 便利功能

一件良好的包装，从生产厂商到消费者手中，直到它的废弃回收，无论从生产者、仓储运输者、代理销售者还是消费者的立场，都应该感到包装所带来的便利。

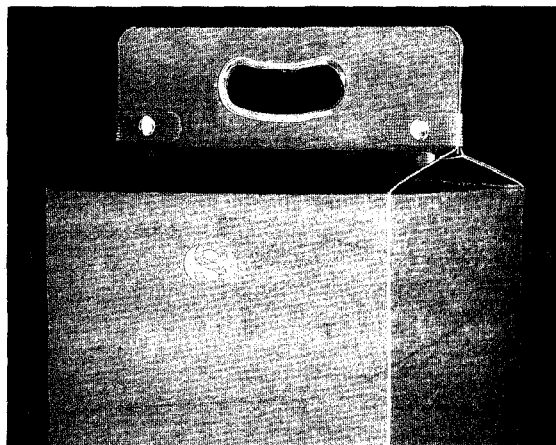
(1)制造、生产者的便利性 在搬运、库存保管过程中包装尺寸及形状是否能配合运输、堆码的机械设备；包装工序是否简单、易操作；空置包装能否拆叠、压平、码放以节省空间；开包、验收、再封包的程序是否便利易行；包装可否便于回收再利用以降低成本。这些针对生产者的便利功能实际上最终都会直接体现为经济效益。

(2)仓储运输者的便利性 主要体现在保管和搬运方便，规格统一的集合包装简便易行、移动简单、装载效率高。另外，包装上商品名、规格、各种标志的识别性要强，以便于工人们高效率操作。

(3)代理销售者的便利 主要体现在搬运、保管容易；识别性强、陈列简单易行；陈列、展示、宣传效果好；展示及销售时开启、封闭容易。这要求设计师必须具备专业的包装结构知识，无论是采用POP式、吊挂式，还是其它形式的包装，不但要考虑到展示、宣传效果，更要知道在零售店中实际操作这些过程的人并不是专业的包装人员或专门的销售人员，而是一般的售货员，让他们能够简便地操作尤为重要。

(4)消费者的便利性 首先体现在使用上的便利。比如，易

拉罐的开口方式，即保鲜又方便，而且开启时那“啪”的一声响，给消费者带来的还有品质、信誉的保证和一刹那的快感。有些商品不能一次性用完，像茶叶、药品、食品等，就要考虑到包装的重复使用。还有些商品有一定的重量，像小家电，组装饮料等等，就要考虑采用提手式的包装结构，以便于消费者携带。我们大都有过用螺丝刀和菜刀等工具开启铁皮罐头的经历，甚至你还曾经被弄伤过手吧，这些包装现在看来太缺乏人性关怀了。现在许多罐头配上了开罐器，有的采用了便于开启的方式，这些都进一步体现了服务于消费者的理念。我想在包装设计里以人为本的原则不仅是对“上帝”们的尊重、关心，在现代激烈的市场竞争中，也是争取消费者、提高效益的最有效途径之一。



便于消费者携带的提手式包装结构