

包装设计教程



第一章 概述

- 第一节包装的定义
- 第二节包装的功能与分类
- 第二节包装的历史与发展



第一节包装的定义

我国在1983年国家标准中,对包装的定义是:"为在流通中保护产品、方便储运、促进销售,按一定的技术方法所采用的容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等操作活动"。在其他版本的教材中,也有对包装定义为:"为了保护商品的原有状态及质量,在运输、流动、交易、存储及使用时不受到损害和影响,而对商品所采取的一系列技术手段叫包装。"

日本包装工业规格JIS为包装下的是:使用适当的材料、容器等技术,便于物品的运输,保护物品的价值,保持物品原有的形态的形式。

美国包装学会对包装的定义:符合产品之需求,依最佳之成本,便于货物之传送、流通、交易、存储与贩卖,而实施的统筹整体系统的准备工作。



英国对此的定义是:为货物的存储、运输、销售所技术、艺术上的准备工作。

加拿大认为包装是将产品由供应者送达顾客或消费者手中而能保持产品完好状态的工具。

虽然每个国家和地区对包装的定义略有差异,但都是以包装的功能为核心内容的。对于包装设计师而言,包装是一项复杂的系统工程,要求设计者具备视觉语言的把握能力、技术环节的驾驭能力和掌握相当的电脑辅助设计手段。此外,还要对消费市场、企业形象推广战略有充分的认识。



一、包装设计的基本概念

- 什么是包装设计----包装设计是以商品的保护、使用、促销为目的、 将科学的、社会的、艺术的、心理的诸要素综合起来的专业技术和 能力。
- 2.其内容主要有造型设计、结构设计、装潢设计等。
- (1)包装造型设计——造型设计是运用美学法则,用有型的材料制作,占有一定的空间,具有实用价值和美感效果的包装型体,是一种实用性的立体设计和艺术创造。
- (2)包装结构设计——包装结构设计是从包装的保护性、方便性、复用性、显示性等基本功能和生产实际条件出发,依据科学原理对包装外形构造及内部附件进行的设计。
- (3)包装装潢设计不仅旨在于美化商品,而且旨在积极能动地传递信息、促进销售。它是运用艺术手段对包装进行的外观平面设计,其内容包括图案、色彩、文字、商标等。



第二节 包装的功能与分类

一、包装的功能

现代包装具有多种功能, 其中最主要的是以下三种功能:

- 保护功能——是最主要的功能。保护商品的意义是多重的;如物理性(保护商品防止外力损坏)和化学性(防止商品变质,如深色啤酒瓶能防止辐射变质,真空包装防止商品接触空气氧化)。
- 促销功能——它好比一个传达媒体, 传达包括识别、推销广告及说明。
- 便利功能——即方便贮藏、运输。



二、包装的分类

- 包装是一个集合总体,它包括了种类繁多的包装产品和产品包装。 其分类如下:
- 1.按包装材料为主要依据的分类,可分为:纸包装、塑料包装、金属包装、玻璃包装、陶瓷包装、木包装、纤维制品包装、复合材料包装和其他天然材料包装等。
- 2.按商品不同价值进行的包装分类, 可分为:高档包装、中档包装 和低档包装。
- 3.按包装容器的刚性不同分类,可分为:软包装、硬包装和半硬包装。
- 4.按包装容器造型结构特点分类,可分为:便携式、易开式、开窗式、 透明式、悬挂式、堆叠式、喷雾式、挤压式、组合式和礼品式包 装等。



- 5.按包装在物流过程中的使用范围分类,可分为:运输包装、销售包装和 运销两用包装。
- 6.按在包装件中所处的空间地位分类,可分为:内包装、中包装和外包装。
- 7.按包装适应的社会群体不同分类,可分为:民用包装、公用包装和军用包装。
- 8.按包装适应的市场不同分类,可分为:内销包装和出口包装。
- 9.按内装物内容分类,可分为:食品包装、药包装、化妆品包装、纺织品包装、玩具包装、文化用品包装、电器包装、 五金包装等。
- 10.按内装物的物理形态分类,可分为:液体包装、固体(粉状、 粒状和块状物)包装、气体包装和混合物体包装。



第三节 包装发展史

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。包装发展的历史, 大致可分为原始包装的萌芽、古代包装、近代包装和现代包装四个基本阶段。其中古代包装和近代包装又可统称为传统包装。

包装的发展史:

原始包装的萌芽

古代包装

近代包装

现代包装



萌芽阶段

一、原始包装萌芽阶段

此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,学会使用植物茎条进行捆扎,学会使用植物叶、果壳、兽皮、动物膀胱、贝壳、龟壳等物品来盛装转移食物和饮水。这些几乎没有技术加工的动、植物的某一一部分,虽然还称不上是真正的包装,但从包装的含义来看,已是萌芽状态的包装了。



二、古代包装

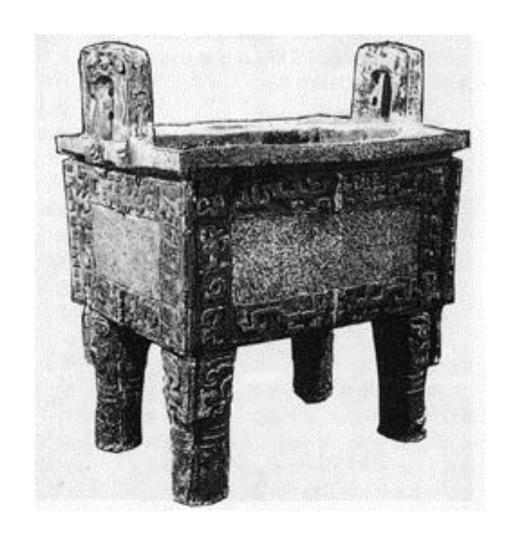
此阶段历经了人类原始社会后期、奴隶社会、封建社会的漫长过程。在这个阶段中,人类文明发生了多方面的巨大变化,生产力的逐步提高使越来越多的产品用于交易目的,产生了商品和商业。商品的出现即要求对其进行适当的包装以适应远距离运输和交易的便利。人类开始以多种材料制作作为商品的生产工具和生活用具,其中也包括了包装器物。

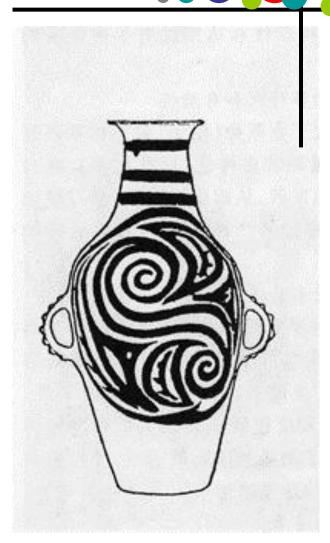


古代包装材料

1. 在包装材料上, 人类从截竹凿木, 摹仿葫芦等自然物的造型制成包装容器, 到用植物茎条编成篮、筐、篓、席, 用麻、畜毛等天然纤维粘结成绳或织成袋、兜等用于包装, 经历了一个很长的历史阶段。而陶器、玻璃容器、青铜器的相继出现, 以及造纸术的发明使包装的水平得到了更明显的提高。



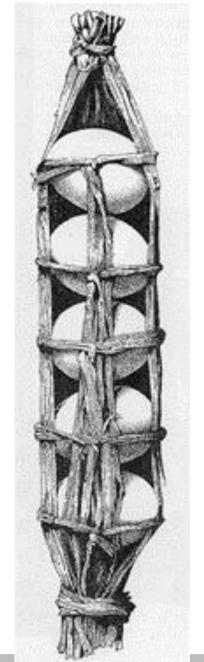






古代包装技术

2. 在包装技术上, 已采用了透明、遮光、透气、密封和防潮、防腐、防虫、防震等技术及便于封启、携带、搬运的一些方法。





运用稻草包装鸡蛋

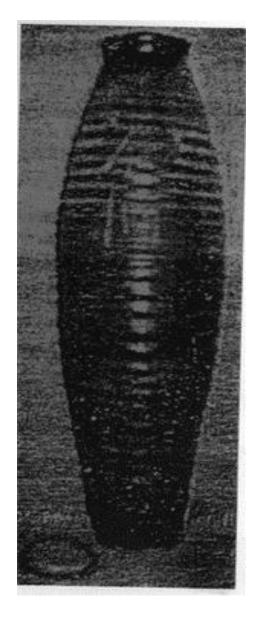


运用纸包装针线的 包装



古代包装造型

3. 在造型设计和装演艺术上, 已掌握了对称、均衡、统一、变化等形式美的规律, 并采用了楼空、镶嵌、堆雕、染色、涂漆等装饰工艺, 制成极具民族风格的多彩多姿的包装容器, 使包装不但具有容纳、保护产品的实用功能, 还具有审美价值。



零售酒包装





零售酒包 装



三、近代包装阶段

此阶段相当于16世纪末到19世纪。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 经济都得到较快的发展。自18世纪中期到19世纪晚期, 在西万国家所经历的两次工业革命中,先后出现了蒸汽 机、内燃机,以至电力的广泛使用,使人类的社会生产力 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。大量的商品包装使一些发展较快的国家开 始形成机器生产包装产品的行业。此阶段的发展主要表 现在以下方面:



1. 包装材料及容器

18世纪发明了马粪纸及纸板制作工艺, 出现纸制容器; 19世纪初发明了用玻璃瓶、金属罐保存食品的方法, 从而产生了食品罐头工业等。

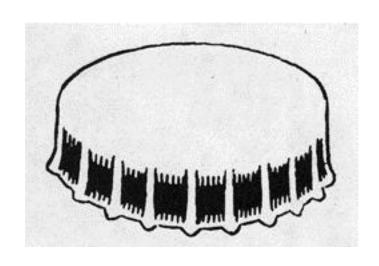




近代包装技术

2.包装技术

各种容器的密封技术更为完善。16世纪中叶,欧洲已普 遍使用了锥形软木塞密封包装瓶口。如17世纪60年代 香槟酒问世时就是用绳系瓶颈和软木塞封口,到1856年 发明了加软木垫的螺纹盖, 1892年又发明了冲压密封的王冠盖, 使密封技术更简捷可靠。





近代包装标志的应用

随着商品经济的高速发展,商品日益丰富多彩,为了诱导顾客,扩大销售,厂商开始重视印刷标记的作用。如1793年西欧国家开始在酒瓶上贴挂标签。1817年英国药商行业规定对有毒物品的包装要有便于识别的印刷标签等。

4.包装机械的发展

前述近代包装材料及包装技术的发展均与包装机械的发展密切相关,主要表现在印刷、造纸、玻璃和金属容器制造等方面生产机械的发展。



四、现代包装阶段

现代包装实质上是迸人20世纪以后开始的,伴随着商品经济的全球化扩展和现代科学技术的高速发展,包装的发展也迸人了全新时期。主要表现有如下几个方面:

- 1.新的包装材料、容器和包装技术不断涌现
- 2.包装机械的多样化和自动化
- 3.包装印刷技术的进展
- 4.包装测试的进展
- 5包装设计进一步科学化, 现代化

现代包装



1917年设计的香 烟包装



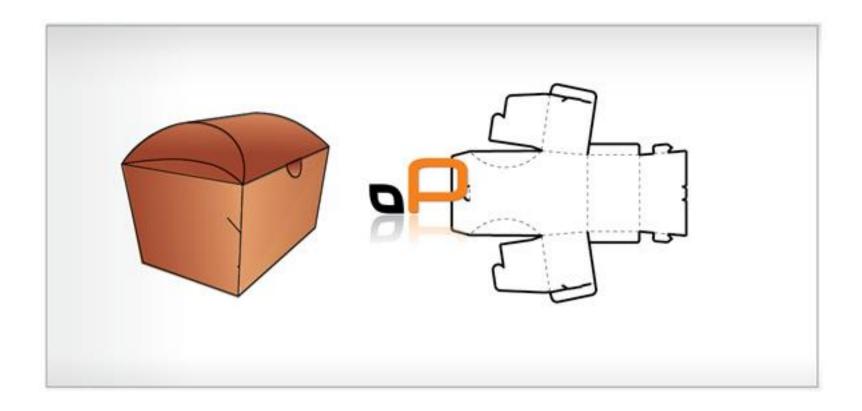
60年代的系列化包 装

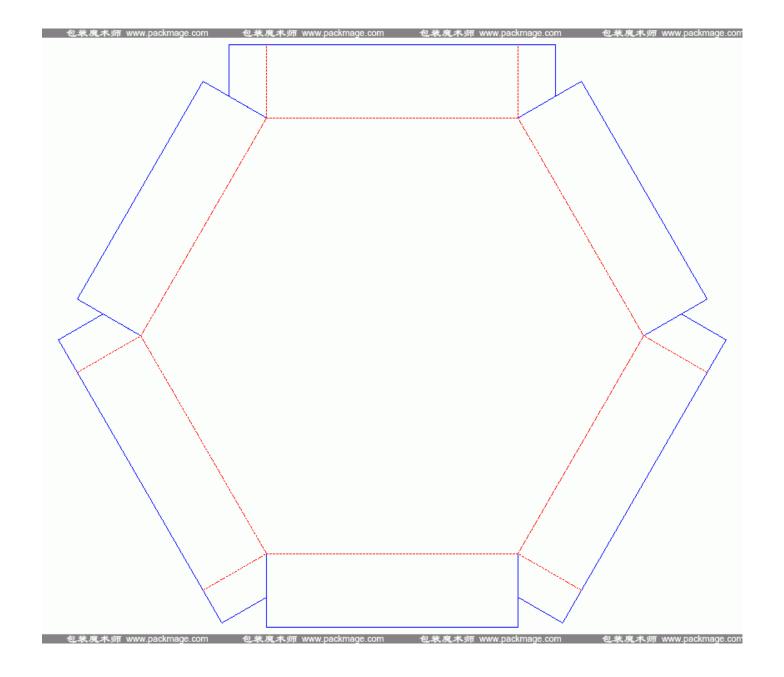


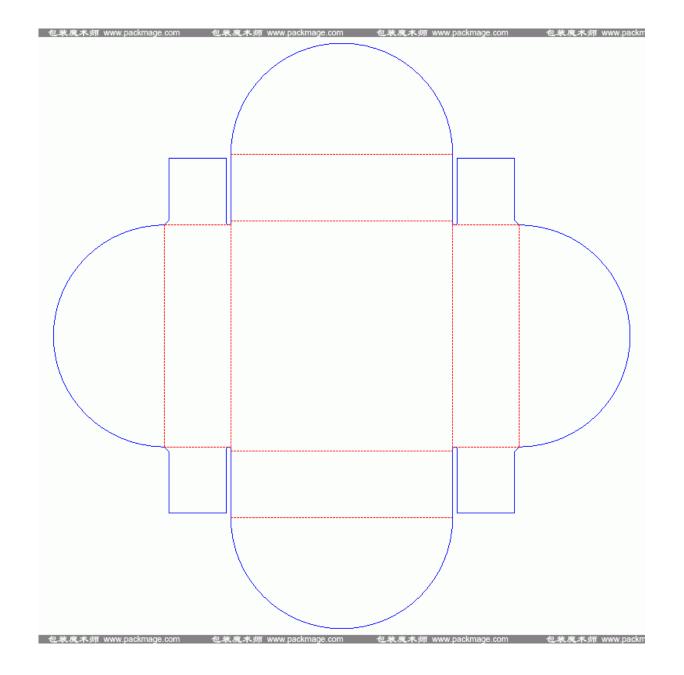
1913年设计的香 烟包装

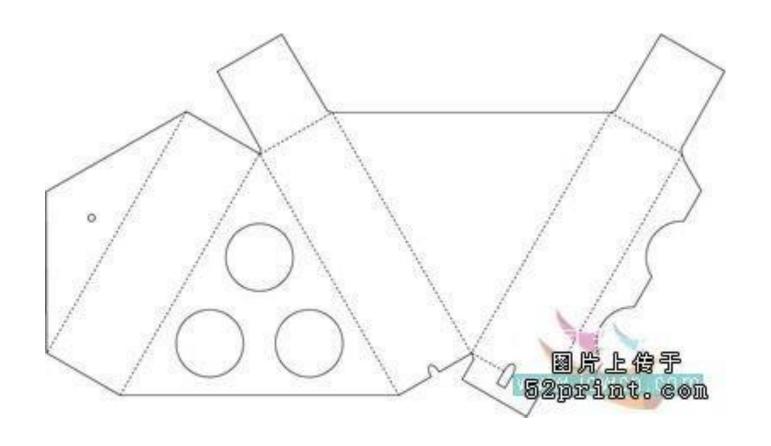


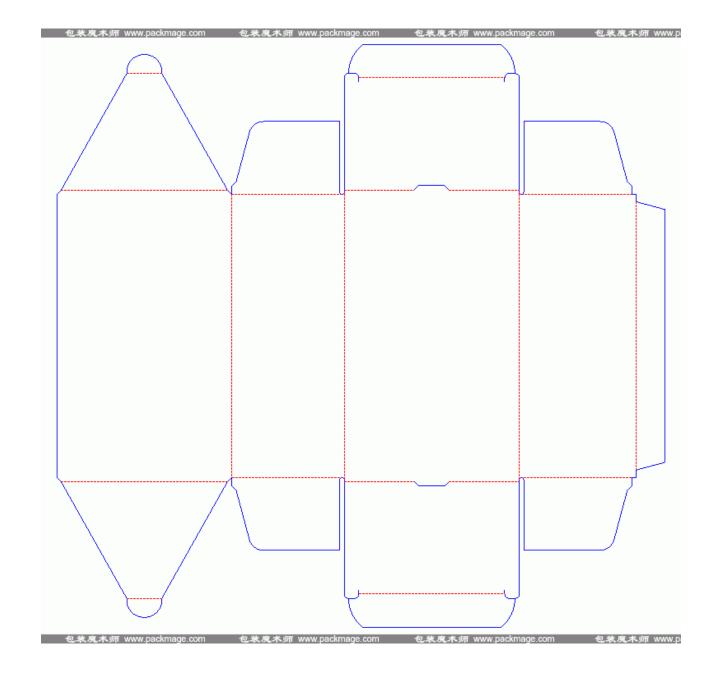
作业

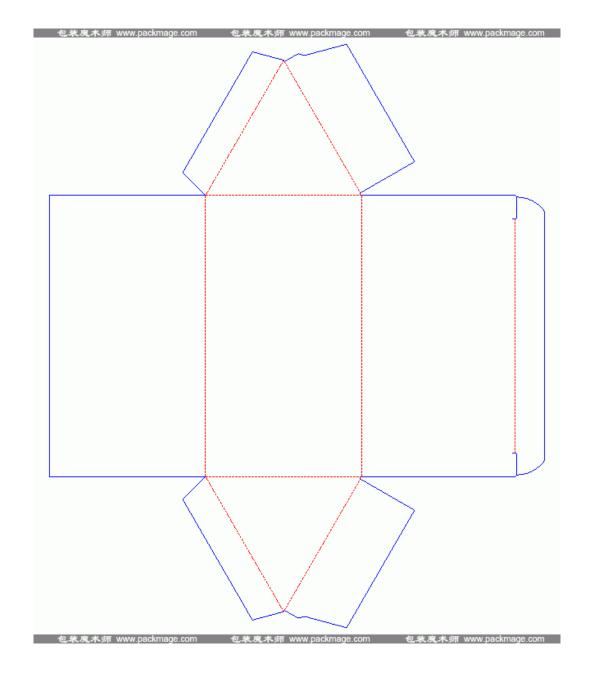


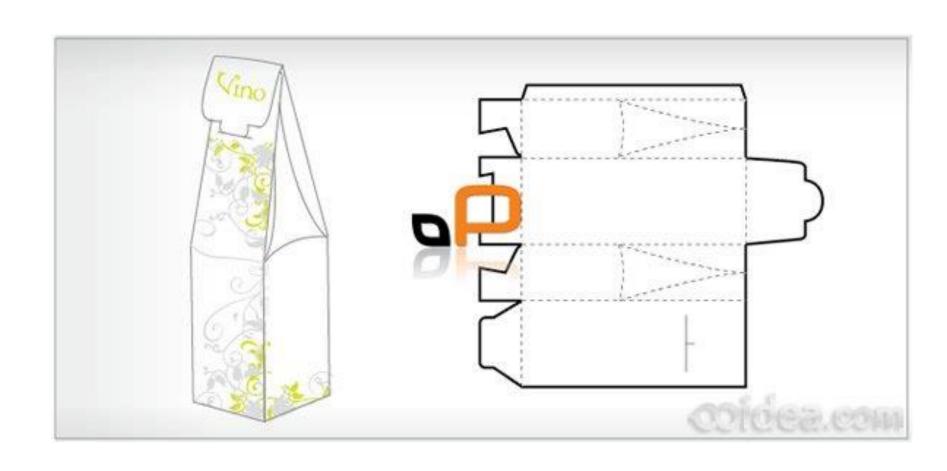




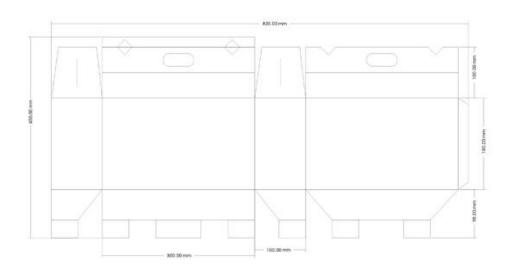














酒类包装





















化妆品包装设计











食品包装









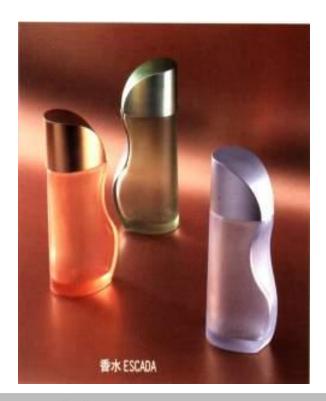


第二章 包装容器造型设计

- •一.定义
- •二.作用
- •三.包装设计与结构的关系
- •四.容器设计的基本要求
- •五.容器设计的艺术规律
- •六.容器设计的步骤

一、定义

包装容器造型设计是根据被包装商品的特征、环境因素和用户的要求等选择一定的材料,采用一定的技术方法,科学地设计出内外结构合理的容器或制品。







二、作用

造型是包装容器设计中不可缺少的重要构成部分与前提。

- 1、造型是为产品的功能服务, 优美的包装造型有利于强化包装的实用与方便功能, 美化产品, 吸引消费者, 促进商品的销售。
- 2、包装造型是包装装潢的载体, 优美的造型为包装的视觉传达设计奠定了良好的基础, 可以说包装造型在整个包装设计体系中占有重要的位置, 是优秀包装设计的关键所在。



三、包装造型与结构的关系

任何包装容器的造型都必须借助一定 的材料和各部位具体的结构来支撑组合完 成。

在包装造型设计中,由于对包装功能要求的不同和制造包装容器的材质与工艺技术的不同制约,又导致在包装造型与结构设计上的不同侧重与要求。如陶瓷、玻璃、塑料等包装容器,通常在封盖(头)与底(足)结构不变的情况下,只改变容器(体)的造型。

































四、容器设计的基本要求

功能第一性,功能决定形式,是容器设计的最基本的要求。

根据茶壶的使用特点, 考虑如何设计茶壶?

1、功能要求

物理性: 容器的性能、构造、耐久性等;

生理性: 容器使用的方便性和操作的安全性等

心理性:满足人类对于型与色的爱好或对于装饰的

要求;

社会性:由于社会的地域性或习俗等原因对于容器 造型新的要求。



2、经济要求

包装容器设计要注意与经济成本的关系, 使设计的容器与商品销售价格相匹配, 要以设计的合理性来减少生产、流通中的破损和浪费。

3、美感要求

在功能得以满足的基础上, 将材料质感与加工工艺的美感充分体现于容器造型本身。

4、生产技术要求

必须了解包装容器制作的工艺流程以及特点要求,使设计适合工艺生产。

5、创造性要求

设计具备独特的风格、便利的功能、和新颖的容器造型。



五、容器设计的艺术规律

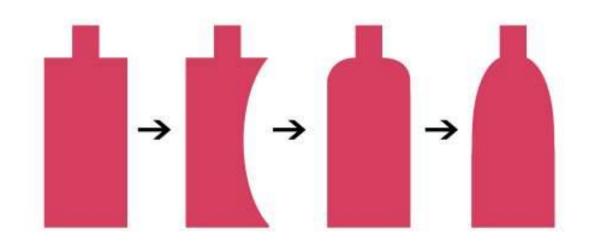
- 一、变化与统一
- 二、对比与调和
- 三、重复与呼应
- 四、整体与局部
- 五、节奏与韵律
- 六、生动与稳定
- 七、比例与尺度
- 八、透视与错视



1、变化与统一

在各种艺术创作和设计的过程中,变化与统一是一个普遍的规律。只有变化无统一的设计给人一种无条理杂乱之感,只有统一无变化的设计给人一种呆板无生气之感。

在容器设计中变化是指造型各部位的多样化,而 统一是指造型的整体感。





2、对比与调和

①线形对比:

在容器设计中所谓的线形,主要是指造型的外轮廓线,它构成了造型的形态。

线型归纳起来可以分为曲线与直线两大类,每种线 形都可以代表一种情感因素。



②体量对比:

造型的体量是指形体各部位的体积, 在视觉上感到的分量。运用它恰到好处, 可以突出形体主要部分的量感和形态特点。

如: 唐代瓷壶造型:



其利用缩小壶嘴的处理,突出主体的量感和造型特点,同时也增加了精巧与趣味感。



③空间对比:

A、实空间:每一个实体都需要一个空间位置,这种空间在造型上称实空间。

B、虚空间:是指造型本身的一些附加件所形成。

在设计时要考虑到实空间和虚空间的比例与对比关系,不能喧宾夺主。

线形要统一,体量要均衡,实空间与虚空间要吻合、协调,使 造型生动,从而加强其形式感,产生一定的艺术感染力。





④质感对比:在设计中主要从材料与装饰效果上来体现。

A、单一材料:

B、多种材料:如:



香水 CABOTINE-花儿

www.dongyunu1.com

Tel: 010-63851012

细致



创造视觉销售力!







⑤色彩对比:材料色彩运用对容器设计的合理性和艺术性关系很大。



3、重复与呼应

①单体造型:线型与体量的重复达到一种和谐的 秩序美感和节奏美感。











②配套造型:在系列包装设计中要用到此类造型,是指在整个包装造型上重复主要的线型特征,根据不同的用途设定不同的比例和容量,达到重复与呼应的关系。









4、整体与局部

造型局部的变化是为了整体的内容丰富,不能繁琐,不能破坏整体关系的和谐统一。

造型的局部有各种线角,口部造型和底部造型结构等,在符合整体风格基调的前提下,将局部处理精确到位,使造型特点更加突出。







5、节奏与韵律

在艺术领域里,各门艺术都是相互联系的,音乐中有节奏和韵律,容器设计层画、雕塑中有节奏和韵律,容器设计同样需要节奏和韵律的美感因素。那些和谐的点、线、面、比例、均衡、材质、色彩的反复和组织,就潜伏着节奏与韵律的因素。有节奏、有韵律的形态蕴藏着一种美感。造型的节奏和韵律靠对设计中表现形态的诸因素的组织与把握来获得。



www.dongyun01.com

Tel: 010-63851012

即足忧见销售力!







6、生动与稳定

容器造型的稳定是人们对造型最基本的要求。造型中的稳定有二个方面际使用的稳定与视觉感觉的稳定。设计要求两者统一。

- 1、使用的稳定性
- 2、视觉上的稳定性
- 3、视觉上的生动性

容器要在使用中放置稳定,移动方便,但还不能过于呆板,失之生动。生动是造型中美的感人的因素。容器应该是用之稳定,观之生动。生动的获取主要是在造型的线型变化与整体情调上的吻合处理。











www.dongyun01.com

创造视觉销售力!















7、比例与尺度

无论从实用功能的角度还是从审美角度来谈造型,都离不开比例与尺度。比例是指造型的前后左右、主体与附件、整体与局部的尺寸关系,而尺度则是根据人们的生理和使用方式所形成的合理的尺寸范围。





1. 功能要求的比例

生活中的容器造型无以数计,各具形态,各有特色,各有比例。它们形成的决定因素首先是功能的要求。

瓶类造型用来盛流动的物质,如水、酒、油等,造型的口径较小,便于堵盖、封口及控制量。由于所盛物质的性质不同,瓶有大有小,瓶口也大小不同、造型比例不同。不同的容器由于不同的功能要求,造型都有各自的特点和比例。





2. 审美所要求的比例

为了满足人类对美的要求,使人类生活更加丰富多彩,设计中必须要考虑到美的因素,把握美的规律与比例。





3. 材料工艺所要求的比例

材料和加工工艺是实现设计意图的关键。抛开材料与加工工艺搞设计是绝对不行的。就陶瓷来说,它必须经过高温烧成等工艺过程,原料在高温烧成过程中有一个熔融的阶段,如果造型的比例不合理,就会出现变形现象。





4. 容器的尺度关系

日用容器的尺度与功能要求的尺寸和人们长期以来使用习惯所形成的大小概念有直接关系。拿酒瓶来说,为了单手使用的方便,酒瓶的直径或厚度不能大于手的拇指与中指展开的距离。而大香槟类酒瓶不同于一般的酒瓶尺度,由于容量较大,使用的方式为右手托住底部凹进处,左手托住瓶身。





8、透视与错视

a、透视

在容器造型设计过程中,经常见到这样一个问题:拿立体造型与图纸造型相比,尽管立体造型是完全按图纸尺寸完成的,但立体造型总感觉细小,图纸上造型总感觉宽大。还有小件造型,像球型类造型,本来图纸上最大直径以上部分尺寸与以下部分尺寸完全相等,但由于使用范围大多数是处在人的视平线以下,所以实际视觉感觉则上大下小,这种现象我们称为"透视变形"。

b、错视

错视,即是人的视觉对物象的一种错误的感觉。

设计中经常会遇到错视现象,要想获得一个线条挺拔的圆柱体的杯子,在处理腹部线条时,就必须处理成稍有外弧的线条,方能得到直线的感觉。

六、设计的步骤



容器设计的程序大致分为八个步骤:

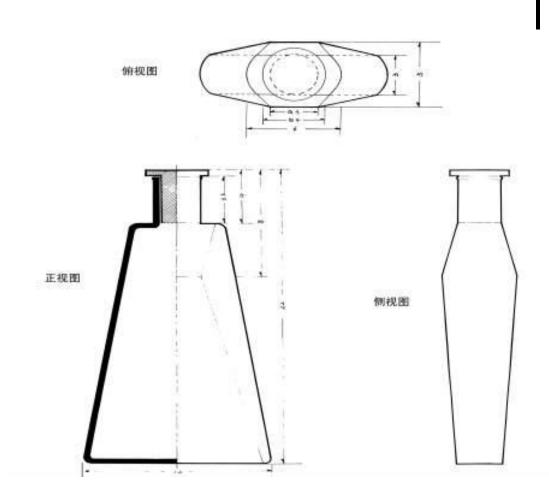
- ①就有关造型和信息等方面进行有针对性的调查和资料 搜集;
- ②汇总所调查的资料进行分析;
- ③推出设计的文字方案;
- ④选用合适的材料以及制作工艺;
- ⑤设计形象稿以及设计说明;
- ⑥计算容器的容量;
- ⑦绘制工艺制作图和产品效果图;
- ⑧制作容器的石膏模型。

绘制工艺制作图和产品效果图

A、三视图是容器设计 中必不可少的部分, 三视图是指正视图、 俯视图、侧视图。

> 正视图是指容器的正面图,绘制时要将画面用点划 线从中间分开,绘制出容器的剖面图。

B、绘制容器的三视图 一般采用专用的硫 酸纸,要按照一定 的比例严格绘制。





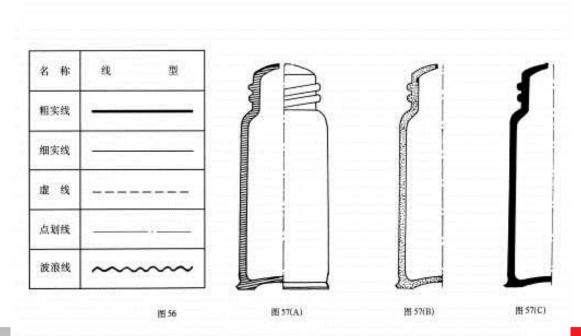
C、三视图中的线型运用非常重要, 常用的线型有以下几种:

粗实线:用来画造型的可见轮廓线,包括剖面的轮廓线。宽度为0.4—1.4毫米;也可以用斜线填充或者用点填充。

细实线:用来画造型明确的转折线,尺寸线,尺寸界线,引出线和剖面线。宽度为粗实线的1/4或者更细;

虚线:用来画造型看不见的轮廓线,属于被遮挡但是需要表现部分的 轮廓线。宽度为粗实线的1/2或者更细;

点划线:用来画造型的中心线或者轴线。宽度为粗实线的1/4或者更细。



D、尺寸标注

标注尺寸的线都使用细实线, 尺寸线两端与尺寸界线的交接处要用箭头标出, 以示尺寸范围。尺寸界线要超出尺寸线的箭头处2—3毫米, 尺寸标注线距离轮廓线要大于5毫米。

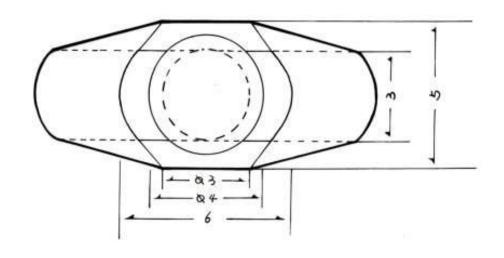
尺寸数字写在尺寸线的 中间断开处, 标注尺寸的方法 要求统一, 垂直方向的数字应 该从下向上写。

图纸上标注的造型实际 尺寸数字, 规定是以毫米为单 位的, 所以图纸上不需要再标 注单位名称。

圆形的造型, 直径数字 前标注直径符号 Φ, 半径数字 前标注半径符号R。

标志比例的字母是M, 在 M之后的第一个数字代表图形 的大小, 第二数字代表实际造 型的大小, 如1:2。





M. 1:2

制作容器的石膏模型



常用的工具有:

石膏粉:颗粒细、无杂质。

美工刀,用来切割石膏。

有机片,用刀在上面划几道线,用来磨制石膏,也可其他工具。

小锯条, 用来截锯石膏, 也可以将锯条磨成小刀, 进行石膏的雕刻。

水磨砂纸, 用来打磨石膏。

乳胶, 用来粘接造型的构件。

围筒,用来制作圆柱型或立方体,也可以直接用饮料瓶从中间切割成两部分来代替。

制作方法是把造型分成几个单独的个体制作打磨,作后粘合即可。





我们珍视与您的合作!

谢谢!

北京西风东韵企业形象设计有限公司

地址:北京市丰台区马家堡西路15号时代风帆大厦2区2002室 电话: 010-63851012 010-63857511 传真: 010-63857511

网址: http://www.dongyun01.com E-mail:dongyunkefu@126.com