

<<包装设计研究>>

图书基本信息

书名：<<包装设计研究>>

13位ISBN编号：9787535616876

10位ISBN编号：7535616879

出版时间：2002-9-1

出版时间：湖南美术出版社

作者：曾景祥,肖禾

页数：263

字数：210000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<包装设计研究>>

内容概要

《包装设计研究》一书正是住所上述的研究对象和内容而展开研究的，全书分为概论篇、理论篇、方法篇、应用篇、教育教学篇五个部分，分别就包装设计的整体框架、基本概念，包装设计的基础理论，包装设计的方法论，包装设计的应用，包装设计的教育教学等几个方面进行了较为深入的探讨。

概论篇从包装设计的起源与发展、包装设计与包装装潢的基本概念、包装设计的基本要素、包装设计的特点和住所等几个方面展开论述，给包装设计学构筑了一个较为完整的研究框架，形成了一个明晰的、基本的概念。

理论篇以辩证的观点、发展的观点，结合国外经验和国内实际，侧重从包装设计基本概念的扩展与延伸、包装的艺术特点、包装在国民经济中的地位、包装设计与市场经济、包装的民族风格与地域特点、包装的文化策略与文件品位、包装的设计思维、包装的美学意义、包装设计的传统与创新、包装设计中的资源意识与环保意识、包装政策与包装法规等诸多方面进行了较为深入的而广泛的研究。

以提示这些问题的本质特征、基本规律和相互之间的内在联系。

方法篇主要是从包装设计的方法论上来进行探讨，先就包装的系列化设计、设计的合理性、包装设计的人机工学观等方面论述了包装设计的科学性设计方法。

然后从包装设计定位、绿色包装设计等角度，剖析了包装设计的实践性设计方法。

最后从包装造型设计、包装容器造型的合理性、包装容器的盖部设计、包装视觉传达设计等方面探讨了包装造型设计的基本概念和具体设计方法。

应用篇认为，一个较为完美的包装设计不能只从画面上评价其优劣，还要以市场情况和消费者的接受程度为标准。

否则，精心树立起来的商品视觉形象就只能停留在脆弱的自我表现之中。

包装设计艺术专业，就高等教育来讲，只能说是新入伍的“小兄弟”，没有现存的经验模式和模式，故研究包装设计艺术专业的办学思想、教育教学的规律与方法，就成一项非常重要而又紧迫的任务，教育教学篇结合我院的办学实践，就包装设计艺术专业设置本科专业的必要性与可能性、包装设计艺术专业的教学改革、包装设计艺术实践性教学方法、艺术设计学专业基础课教学的改革、包装设计艺术人才的素质、包装设计艺术人才的供求矛盾等方面进行了有益的探索，提示和总结了包装设计艺术专业教育教学的基本规律和方法。

<<包装设计研究>>

书籍目录

前言概论篇 包装设计的起源与发展 包装设计的包装装潢的概念 包装设计的基本要素 包装设计的特点与设计依据理论篇 中国传统包装的艺术特点 包装装潢设计 新世纪包装新概念 包装在国民经济中的地位 包装设计与市场经济 包装设计的“中国风” 中国书画在现代包装设计中的创新与应用 包装设计的传统与创新 中国民间美术与现代包装设计 包装设计的文化策略 包装设计的文化品位 包装设计与社会文化的互动关系 包装设计的设计展开 包装设计的艺术与设计的思维转换 商品性在包装设计中的地位 商品性在包装设计中的地位 中、欧包装的比较及建议 烟花的艺术美学 陶瓷包装与装潢 完善包装法规与制止包装歪风方法篇 包装整体系统化设计 包装设计的合理性 包装设计的人机工学观 包装设计定位 绿色包装设计 包装造型设计 包装容器造型的合理性 包装容器造型的盖部设计应用篇 包装设计的形象思维 销售包装的货架生命力 加入WTO后出口商品包装设计的注意事项 肌理纹在包装设计中的应用教育教学篇后记

章节摘录

我们知道,在视觉艺术中,对技法的选择不是孤立的。作为包装设计视觉冲击力的艺术表现,对技法的选择不是孤立的,作为创造的手段,技法的实施是以材料、工具为基础,以功能为目标,为再造特定视觉形象的具体知觉特征。我们在材料、工具和技法的运用中不能求全责备,更不能只讲究表面材料、工具的正统性和技法的规范性,而忽视了创造和形式与内容的和谐性。

恰到好处的包装设计的设计展开,不仅体现为内容与内容载体的谐调,而且还应体现为设计展开内容与具体形式结合时所体现的合理性与分寸感。

如包装材料的巧妙搭配问题,作为系列化的包装设所要实现不同层次的消费和不同场合的消费,因为对象环境和意义不同所以要求达到的知觉特征的要求就有重大差别,因而在材料和搭配上就应有所不同,这种情况还表现在材料作为突出包装的某种特性上,同一面的组成或者组成一个统一体,不同材料的搭配其视觉效果的差异是十分明显的。

造型独特性的塑造,对于包装设计的设计展开来说,并不是指在忽视展开设计所确定的造型基础上的标新立异,而是在原造型的基础上的追求变化。

如同样是纸盒结构的酒包装,用绒丝绳作为提手的效果就比不用绒丝绳要好,但用不用绒丝绳在展开设计阶段属于可考虑也可不 考虑的问题。

至于包装外观装潢的处理,则是包装设计中设计展开的重点。由于包装的外观部分一般由方形、圆形、三角形、菱形等规则或不规则的形状构成,而作为艺术的表现手法来说,平面的艺术处理又离不开点、线、面,所以,实质上是对包装的各个面进行艺术处理。这种艺术处理 实际上包括以下几个方面: 其一,指作为对普通意义上的平面艺术设计。

在包装过程中,用各种平面组合的包装是十分普遍的,怎样使这些平面产生美的艺术效果呢?这里除牵涉到我们熟知的商品“品名”、“牌名”及商标等文字和图案的位置排列以外,还有大多数设计者不太注意的以上位置排列的技术处理,诸如印刷、制版、裁切、氧化、腐蚀等,使表现的肌理也可以是局部的或全体的鑿、锤纹、焊接、熔迹等,提升气质,产生层次感、明暗对比等艺术表现力。

这一切,最终可以归结为是平面的美形设计。

其二,是指对作为球体造型的艺术。

包装设计中,尤其是包装容器造型中,以球体为造型的情况相当普遍。尽管球体有真圆球、卵形、半球、歪球形等众多形状,但是,具体到球体的任何一部分来说,实质上都是平面性设计的一种延伸,因为一个球体是由众多的分散的平面构成的立体三次元作品。由于球体具有这样一特征,所以无论是在预先进行的设计中,还是设计展开,都可以对其部分的单位面作美观独立设计,如用线、板等对照产品效果形成新姿态。

其三,是指对于曲面的艺术设计。

包装设计中,不仅是容器本身,而且外包装均涉及到曲面。曲面除了功能性的要求以外,好的表现形式可产生无穷的艺术魅力。这就如同我们所见到的汽车的外观造型是否是流线形的效果一样。外观形状大而不规则的外包装,由于采用方形给人以笨重之感,而设计者往往通过一些曲面来缓解这种笨重感,但单纯的曲面如果不作美形,甚至会产生画虎不成反类犬的效果,因此,曲面美形的重要性使得设计展开尤为重要。

那么如何进行曲面设计呢?事实证明,行之有效的办法是使曲面赋予强烈的动感。这种动感可以用高速公路的互通、乡村古寺的屋顶、梁等动态背景作为创作设计之源,如切细长纸可以做成流动面。

曲面的美形对于以金属板材作为材料的包装来说,是十分必要的。尽管现代科学技术能使金属制成品的弯曲变得十分自然,但毕竟同一材料在一定的范围内展延性不同,所以无论是在理论上,还是在实际的制作效果上,曲面和平面还是有区别的,这种区别是包装设计所要解决的问题,也就是说,要通过包装来掩盖这种因曲面而对材料造成的物理变化。

<<包装设计研究>>

于是，根据物理变化特点，决定面的表现形式和装饰风格。

其四，是指对于线的艺术设计。

线的形式很多，在包装设计中被广泛运用。

有直线、曲线、圆线、方线、平线、锯齿线、螺旋形线、捻线、条纹线、蔓草纹线、表面有变化的线等多种。

这些线无论以何种形式出现，可以说它是自然物态化的概括和提炼，具有深邃的内涵和强烈的表现力，具有强烈的抒情性和感染力，具有强烈的节奏感和韵律美。

不同的线，无论是出于功能性的要求，在展开设计中加以确定，还是在设计展开中被认为有必要添加，都要进行美形的适当变化。

这种适当的变化，总的要求是设计与制作要有效地发挥线的艺术特点和表现力，如重点突出闪光点、弯曲处等。

当然，发挥这些特点也不排除用适当的线条来表现图形、平面和营造空间气氛。

有商品就有包装，这是一般的常识。

中国陶瓷包装适应陶瓷商品交换当有几千年的历史，出口陶瓷包装自唐代以来，也有1000多年的历史。

陶瓷包装，虽罕见于史书记载，但至今天的某些内销陶瓷器草扎藤捆的包装方法，大件陶器绳捆人抬的装运方式等，还可看到古代陶瓷包装与运输的影子。

据南朝鲜西南部新安郡海底发现的中国元代沉船，其中有成箱的瓷器，“一捆捆的碗、碟整整齐齐地搁在箱子里”的记述，说明在元代以前的出口瓷器早已采用捆扎与箱类结合的包装。

明万历年间沈德符所著的《野获编》中记载：“于京师见北馆伴口夫装车，其至三余丈，皆鞅鞞、女真诸部及天方诸国贡夷归装所载，他物不论，即以瓷器一项，多至数十车。

余初怪其轻脆何以陆行万里？既细印之，则初买时每一器内纳细土及豆麦少许，叠数十个辄缚成一片，置之湿地，频洒以水，久之，则豆麦生芽，缠绕胶固，试投牢确之地，不破损者始以登车，既装驾时，又以车上掷下数番，其坚如故者，始登以往，其价比常加十倍。

”这是对明代瓷器长途运输包装的一段详尽实录。

当时的包装检验与现在陶瓷包装跌落测试何其相似，一理相通。

至清代，在《荷兰东印度公司与瓷器》一书中多处记述，精美的出口瓷器，采用桶类包装外运；《国朝图录》刊载的《陶冶图》中也有“束草装桶”的包装图解；《陶说》中还有“茭草直缚于内，竹篾横缠于外”的景德镇陶瓷茭草包装的记载等等。

我国陶瓷包装发展源远流长，方式多样，有优良的传统和悠久的历史。

但在新中国建成前，由于陶瓷生产萧条，陶瓷包装基本停留在清代传统包装方式的基础上。

（二）针对性 礼品包装一般多用于节、庆、婚、寿、访亲、慰问等场合，在其包装设计上应突出针对性，并体现各类不同礼品的特殊性及其用途。

如中秋佳节的月饼礼盒包装，除了选取高档材料作包装外，设计者还应注意其针对性。

中秋佳节是中国人的传统节日，因此，设计师所用的手法哪怕再现代、再西化，但包装所传达的语言必须具有中华民族文化的特色，这些需在包装的造型、图案、字体、色彩等方面充分体现出来。

如许多的图案均有花好月圆的感觉，色彩也多是红色或金色系，这些都为节庆里的人们所喜好。

再如圣诞节到了，珠宝饰店就有推出用塑胶和绒面材料制成的圣诞礼品盒，有圣诞老人、小雪人、圣诞树等造型，小小的礼品包装也烘托出节日的气氛。

礼品是用来送亲人朋友的，当然应针对不同的对象。

性别不同，年龄不同，其喜好也必然不同。

如为男性设计的礼品包装应该突出阳刚之气；而为女性所设计的包装则应体现阴柔之感；为儿童设计的礼品包装应该有天真活泼的特点，如卡通图案，红、黄、蓝等纯度较高的色彩，都比较受小朋友的喜欢；为青年朋友设计的礼品包装则应具有时尚、朝气感；为老年人设计的礼品包装则应沉着、典雅，有深度，如一些为老年人设计的礼品包装则应注意这一点，过于花俏反而不受老年人的喜欢。

（三）情调性 送礼本身就是传情，因此礼品包装不可忽视情调性。

珠宝首饰往往是传情的使者，它的包装便是非同一般，过去的首饰包装只是一个掀开式的塑料盒或是

<<包装设计研究>>

丝织品小锦袋，但在目前追求设计的潮流下，过去仅仅以简单造型的盒或袋包装的情况现已改变，有许多具有情调性的包装出现。

有一款首饰盒，为圆形礼盒，用红色蛇皮纹纸封面，盒顶有红色蝴蝶结，真是温馨、浪漫；另一款更别致，白色的塑胶盒，圆拱形的盒盖在顶部分两边打开，中间有金属扣开关，似一只旧式的财宝箱。这些礼盒虽小，却都别有情调。

最近上市的吉林产的野生山葡萄酒包装，与同类产品所不同的是瓶贴上多了一只动感极强的纸制蝴蝶，蝴蝶斑斓、美丽，扑扇着双翅停留在葡萄酒瓶上，似迷恋酒的芳香，包装仅仅多了这一点点，却传达了许多不言而喻的内容。

（四）特色性 不同的礼品产自不同的地方，因此礼品包装应强调设计创意；突出民族或地方风格，体现具有文化品位的个性特点。

如荣获“华北地区第四届包装设计大奖赛”创意设计金奖的高档礼品“蒙古王酒”，其包装就别具匠心，在一尺余高的墨绿色花瓶式的酒瓶瓶体上，用银色的锡箔镶嵌成各种民族花纹和图案，高雅华贵，气度不凡，充分体现“蒙古王酒”的不俗身价。

又如“三星堆”古酒的包装设计，灵感来源于当地的商代出土文物，造型特异、神秘莫测，似与古代传说中的“千里眼”、“顺风耳”相应，拉开了与同类产品的距离，创造出强烈的个性与地域特色，赢得了市场。

……

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>