

第 1 章

商品包装设计的理论

包装设计的概念 \ 包装设计元素 \ 包装设计与商品品牌内涵

商品包装是一种实现商品价值和使用价值的手段，也是品牌形象的再次延伸。包装设计主要从以下几点进行研究：包装图形、包装文字、包装色彩等。包装图形分为具象图形和抽象图形，可使商品形象更加完美，引导观察者想象；包装文字分为基本文字、资料文字和说明文字，是对产品进行的一个整体介绍；包装色彩主要是明暗、冷暖、纯度等多种构成的设计，可以反映出商品的文化特色，进而给人留下深刻印象。



1.1 包装设计的概念

包装设计是产品特性与消费心理的综合反映，可以直接影响消费者的购买欲望。包装设计又可以称为形体设计，“包”是对产品进行精细的包裹；“装”是对产品的装设，它们是以视觉形式美表现出来的，既能保证产品的安全，又能带来视觉美感，而且还具有相适应的经济性。包装设计要根据产品的个性特点为产品进行准确定位，可以将一个企业的形象很好地呈现出来。





1.2 包装设计元素

包装设计的四大元素有：商标设计，可分为文字商标、图形商标和文字与图形结合的商标；图形设计，可分为实物图形、装饰图形；文字设计，主要是传达信息和进行思想感情的交流；色彩设计，能够美化包装形象，使产品特性得以突出。

