



揭阳职业技术学院

艺术与体育系 教案

(2025-2026 学年第二学期)

专业 艺术设计

班级 艺设（自主招生）251/艺设（自主招生）252

课程 文创设计

学时 54 学时

任课教师 曾晨浩

包装设计教案

第一单元 包装设计发展、分类、功能

教学目的与要求：

了解包装的基本概念，理解包装设计的历史文化发展，理解包装的功能与需求；融入课程思政，引导学生感悟中华传统包装文化底蕴，树立文化自信、传承工匠精神，树立绿色环保、诚信设计的职业价值观。

教学基本内容：

1、包装的定义 2、包装的历史发展

教学重点、难点：

重点：了解包装设计的定义和包装设计的起源、发展及演变。

难点：初学包装设计者需要建立包装的概念，正确认识包装与商品、流通环境等之间的关系；立足传统文化视角，理解传统包装蕴含的造物智慧与文化精神。

教学方法：

教学中采用图文并茂的手法展开理论讲解，将较为枯燥的理论变得生动；结合中华传统包装案例思政融入，以文化传承、匠心精神浸润课堂，使学生爱听，也能较好的掌握重点，实现专业知识与思政素养同步提升。

教学过程：

提前在班级 qq 群提醒上课时间和教室，要求同学们准备好教材和笔。提前通知学生带手绘的工具（铅笔、橡皮、颜色、尺子），也可以用手绘板如苹果 IPAD。

教学内容讲解——提问互动环节——教学内容讲解——提问互动（总结）——课后作业安排

一、课程介绍 15 分钟

介绍本门课程相关内容，课程定位、课程整体设计、课程的实施、课程评价四大部分内容。

二、讲授理论知识 65 分钟

1、包装设计的定义 15 分钟

（1）包装设计的定义

“包装”字面意思，“包”指包裹，“装”指装饰、修饰、打扮之意。

中国国家标准 GB/T4122.1-2008 中规定，包装的定义是：“为在流通过程中保护产品、方便贮运、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。”

其他国家或组织对包装的含义有不同的表述和理解，但基本意思是一致的，

都以包装功能和作用为其核心内容，一般有两重含义：

- ① 关于盛装商品的容器、材料及辅助物品，即包装物；
- ② 关于实施盛装和封缄、包扎等的技术活动。

狭义包装：

包装 (packaging)为在流通过程中保护产品,方便储运,促进销售,按一定的技术方法所用的容器、材料和辅助物等的总体名称;也指为达到上述目的在采用容器,材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等的操作活动。承装没有进入流通领域物品的用品不能称之为包装,只能称为“包裹、箱子、盒子、容器”等。因为包装除了有包裹盒承装的功能外,对物品进行修饰,获得受众的青睐才是包装的重要作用。

广义包装:一切进入流通领域的拥有商业价值的事物的外部形式都是包装。

课程思政融入:引导学生深刻认识包装兼具实用功能、商业价值与文化价值,严格遵守行业标准与职业规范,坚持合规设计、真实表达,坚决抵制虚假包装、过度包装与夸大宣传,恪守设计诚信底线。

提问:1、包装设计的定义是什么?2、狭义包装和广义包装的区别是什么?

2、包装的历史发展 50 分钟

和人类的发展史一样,包装也同样的经历了一个漫长的发展历程。从刚开始利于携带的功能开始,慢慢的演变成了今天集展示、携带、宣传于一体的现代化包装,其中经历过了漫长的岁月演变。

从大的角度来说,所有用于包裹物品的东西都可以叫做包装,从小的角度来说,用于流通的商品的包装才叫包装,在中华五千年的变迁中到底包装经历了哪些转变,就让我们拨开历史的迷雾,一步步的来探寻真相吧。

1、原始包装

在原始社会由于人们对于生产技能的掌握程度极低,所有的包装都来源于自然的粗加工,比如为了保护原始社会缝衣的骨针而特意挑选的中空的骨管,为了方便携带而采自大自然的藤条、叶子,为了方便取水加工而成的葫芦瓢,总之这个阶段的包装主要是自然形成的可以说是来自大自然的包装。

由于这种包装简单,取材容易,直到现在还有很多的用到的地方,比如端午节我们吃的粽子,外面的粽叶就是这种包装在现代社会的体现。

此阶段相当于原始社会的旧石器时代。植物叶、果壳、兽皮、动物头角、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。

2、陶器及编织物

到了新石器时代后期,由于人类的生产力已经极大的得到了发展,这一时期出现了用土烧制的制陶艺术,这种简单易于制造的方式,使得原来依靠自然的模式转向了自给自足的开端,包装得到了很大的发展,同时由于染料的初步发现,在这些陶器上有了初始的美学设计。这一时期的代表就是以茅草藤蔓为原材料进行精加工的各种绳子包装,以泥土为原材料加工陶罐。

3、青铜器

到了新石器时代的后期,由于社会分工的出现,冶金技术的发展以及商人的出现,于是青铜器登上了舞台,这个时代最有代表的就是装肉的鼎和喝酒的酒爵,同时由于商人的出现,于是出现真正意义上的包装,小时候的故事:“买椟还珠”就是那个时代包装的最好证明。由于青铜武器的出现,一些简单的漆器已经能生产出来了。

4、竹子、纸

到了新石器时代的后期，由于社会分工的出现，冶金技术的发展以及商人的出现，于是青铜器登上了舞台，这个时代最有代表的就是装肉的鼎和喝酒的酒爵，同时由于商人的出现，于是出现真正意义上的包装，小时候的故事：“买椟还珠”就是那个时代包装的最好证明。由于青铜武器的出现，一些简单的漆器已经能生产出来了。

5、漆器

在浙江姚河姆渡遗址中发现了距今 7000 年左右的木胎漆与漆筒。商周时代漆器工艺已经具有相当高的水平。1973 年在藁城西商代墓葬中发现了的几十片漆器，朱红底，黑漆花纹，构成多种精美的图案。

6、铁、玉、布

由于中国很早之前就开始养蚕制造丝绸，所以在造纸术之前，绸缎普遍都是用来作为包装的材料在古代贵族之间流行，同时由于稀有性，一些价值不菲的珠宝玉器开始成为贵族之间的最爱。同时炼铁技术的发展，还带动了铁器的发展，由于古代的稀缺性，所以直到近代，虽然绸缎价格已经非常的低，但是在包装行业，它依然是高档的象征。

7、瓷器

中国最具有代表性的工艺品首先是瓷器，它是中国传统文化的象征。东汉——唐朝——清朝技术的辉煌成熟。青瓷——白瓷——彩瓷三阶段。

8、工业革命后—塑料、铁盒等

直到英国工业革命发生，机器取代人成为生产的主力军，产品得到了极大的充足，于是包装作为宣传第一次登上了历史的舞台，加上技术的不断变革，印刷技术的不断飞跃，作为包装终于摆脱了过去的从属地位，翻身做了主人，正式的进入了现代社会的舞台，而中国由于封建社会的闭关政策，直到民国时期包装才得以发展，远远的落后于外国，不过经过这么多年来发展，包装行业已经取得了长足的发展，无论从设计到生产都形成了自己独特的文化。

9、现代包装设计-玻璃、纸张、木头等综合材料

受后现代主义设计思潮的影响，包装设计中一反现代主义设计简洁的原则，强调设计的装饰性，同时大胆采用鲜艳的色彩及醒目的文字，主张从传统文化中吸收素材进行创作，追求一种风趣、幽默之感。后现代包装设计形式多样，内容广泛，它丰富了设计层面，推动了设计的发展。

课程思政融入：系统梳理中华包装发展史，从粽叶、陶器、漆器、丝绸、瓷器等传统载体中，体悟古人天人合一、就地取材、匠心造物的东方智慧。增强民族自豪感与文化自信，倡导从传统纹样、民俗工艺、非遗文化中汲取设计灵感，做到古为今用、守正创新；正视近代行业差距，激励学生勤学专业本领，以设计助力中国包装文化与国货品牌走向世界。

提问：1、瓷器分为哪三个阶段？2、现代包装设计有哪些材料？

三、小结 10 分钟

包装设计是一个立体的多元化的艺术处理过程：造型、材料、印刷、视觉整体效果。包装是一门综合性学科，它包含多学科知识：社会学、心理学、经济学、管理学。

讲解作业：1、放学后去学校周围大型超市调研查看各种食品包装设计，并购买一个，保留外包装，下次上课带到教室里，请5个同学回答包装盒外部图形的问题。

2、临摹包装作品至少1张，手绘A4尺寸，彩色精细绘制。可用电脑或IPAD绘制，也可手绘，临摹作品图片学生自定。

补充内容

1、浏览学校图书馆中包装设计书籍查看包装设计案例；

2、浏览国内顶尖的品牌设计公司网站、其他专业网站搜集成功的商业案例；

3、去学校周围大型超市调研查看各种食品包装设计，并购买一个，保留外包装，下次上课带到教室里，请5个同学回答问题。

第一单元 包装设计发展、分类、功能

教学目的与要求：

了解包装的分类，理解包装设计的功能与需求；思政融入：树立绿色低碳、节约资源、以人为本的设计理念，强化社会责任与环保意识。

教学基本内容：

1、包装的分类 2、包装设计的功能

教学重点、难点：

重点：了解包装的四大分类，理解包装设计的六大功能。

难点：初学包装设计者需要建立包装的概念，正确认识包装与商品、流通环境等之间的关系；

树立绿色设计、适度设计的职业理念，杜绝过度包装、资源浪费。

教学方法：

教学中采用图文并茂的手法展开理论讲解，将较为枯燥的理论变得生动，使学生爱听，也能较好的掌握重点；结合低碳环保、节约资源思政理念案例教学，使学生爱听，也能较好的掌握重点。

教学过程：

教学内容讲解——提问互动环节——教学内容讲解——提问互动（总结）——课后作业安排

二、课程回顾 1分钟

快速回顾上两节讲授的知识点：包装的定义、包装的历史发展。

二、讲授理论知识 59分钟

1、包装的分类 39分钟

（1）按照产品行业进行分类

现代包装的分类可以从不同的角度进行，以行业分可分为工业包装与销售包装。

工业包装：又称为运输包装，是物资运输、保管等物流环节所需要的必要包装。工业包装要在满足物流要求的基础上使包装费用越低越好。

销售包装：销售包装又称内包装或小包装。是直接接触商品并随商品进入零售网点和消费者或用户直接见面的包装。销售包装应符合商品市场竞争的要求，突出创新。

（2）按照包装材料进行分类

纸器：包括各种纸材料，有纸片、纸卡、纸套、纸盒（一版成型的折叠纸盒、硬纸板的裱糊盒）、纸盘（各类纸盘、衬盘）、纸杯、纸罐、纸筒（纸管）、纸袋等。

塑料容器：包括各种塑料，有塑料膜（各种薄膜）、塑料片（硬片、软片）、塑料盒、塑料罐、塑料盘（衬盘）、塑料瓶、塑料杯、塑料桶、塑料袋（包括编织袋）、塑料软管等。

金属容器：包括钢、马口铁、铝合金、银、金、铅、锡等多种金属，有金属箔、金属箔袋、金属罐（听）、金属桶（销售包装用小桶）、金属盖、金属盘（衬盘）、金属瓶（多用于药品与危险品包装）、金属软管等。

玻璃、陶瓷容器：包括了各类玻璃和陶瓷的瓶、盒、盘、罐及坛等。

各种天然材料：包括了竹、木、藤、柳、草、麦秆、高粱秆等，可以做成各种天然材料盒、天然材料编织的筐、篓、篮等，也可用天然材料来进行捆扎。

（3）按照包装工艺进行分类

开窗包装：展示商品形象的一种包装形式，一般是开窗纸盒包装，有全开窗、半开窗、大开窗、小开窗之分，将盒壁一部分挖去，再贴上 PVC 片，适合在自选市场销售，大多为中低档产品。

透明包装：通过透明包装材料能见到全部或部分内装物的包装形式，适合在自选市场销售。

吸塑包装：又称为泡罩包装，是将产品封合在用透明塑料片形成的泡罩与底板（用纸板、塑料薄膜或薄片、铝箔或它们的复合材料制成）之间的一种包装方法、包装形式。

真空包装：将产品装入气密性包装容器，抽去内部的空气，达到原定的真空度的一种包装形式（多用于食品的保鲜与羽绒制品以及收缩包装体积）。

充气包装：将产品装入气密性包装容器，用氮、二氧化碳等惰性气体置换容器中原有空气的一种包装形式以保鲜。还有利用充气将袋状包装鼓起来，防止酥脆产品（如：油炸土豆、爆米花、白薯片等）被压碎的包装形式。

（4）按照销售需要进行分类

简装：简易包装，商品价值低又不用特殊保护的大众化商品。为了尽快推出产品采用简装，包装成本低。

套装：一套产品采用同样的材料、包装装潢。如成套化妆品包装，成套销售利于消费者使用又促进销售。

系列包装：一个企业或一个商标牌名的不同产品，采用共同包装特征来统一的包装。突出企业形象，加强产品的视觉冲击力，促进产品的销售。

礼品包装：适用于送礼的包装，一般不要求直接传达商品，使其带有神秘感，而讲究华贵的装潢与喜庆的色彩。

挂式包装：方便陈列，挂在超级市场货架上的包装，节约货位，方便识别选购。

POP广告式包装：方便陈列展示商品，利用小型集合包装容器的展示结构，作为销售广告（POP），既方便出售也有相应的广告宣传效果。

思政融入：引导学生优先选用环保可降解、可回收、天然可再生材料，践行绿色设计、减量设计、适度包装理念，拒绝奢华过度包装，践行生态文明建设要求，培养节约资源、爱护环境的职业素养。

提问：1、按照产品行业进行分类，可以分为哪两类？

2、按照包装材料进行分类，可以分为哪五类？

2、按照包装工艺进行分类，可以分为哪五类？

2、包装设计的功能 20分钟

包装的功能主要有两方面：一是自然功能，即对商品起保护作用；另一是社会功能。

1、保护与盛载

保护与盛载被包装物是包装制品的最基本功能。被包装物品的复杂性决定了它们具有各样的质地和形态，有固体的、液体的、粉末的或膏状的等。这些物品一旦形成商品后，就要经过多次搬运、贮存、装卸等许多过程，最后才能流入到消费者手中。

2、储运与促销

由于包装与被包装物都属于商品，商品在流通领域中就存在着运输储存等客观因素。各类商品大小形态不一，这样会给运输或储存带来许多不便，而包装恰恰能够解决这一问题，它可以统一商品的大小规格，以方便贮运或流通过程中的搬运或数量的清点。

3、美化商品与传达信息

包装中视觉效果的传达是包装中的精华，是包装最具商业性的特质。包装通过设计，不仅使消费者熟悉商品，还能增强消费者对商品品牌的记忆与好感，贮存对生产商品企业的信任度。

4、卫生与环保

包装就是将各类物品盛装在特定的容器中，在盛装之前包装物都要经过清洗、干燥、消毒、除尘等几道工序的处理。

5、循环与再生利用

包装制品有许多是可以多次循环使用的，有的可以通过回收处理后反复使用，有的通过有效的方式进行再加工处理，也可制成包装制品。包装制品的这种循环与再生利用功能，一方面可降低包装制品的成本，另一方面又可充分利用和节省资源，更符合可持续发展的要求。

6、成组化与防盗功能

成组化是指将同一种商品或同一类商品或不同类商品，以包装为单位，通过中包、大包的形式将其组合包装在一起，使包装后商品的功能更加完备，从而达到一个新的商品价值和使用效果的过程。

防盗功能是保护功能的延伸，是为防止被包装的商品遗失而设计的一种特殊功效。如包装药品罐的铅封一旦被打开，就会留下明显的开启痕迹，从而起到报警作用。

思政融入：重点讲解卫生安全、环保再生、诚信传达三大思政要点；要求设计师坚守食品安全底线、严把包装卫生标准，坚持信息真实传达，不夸大宣传、不误导消费者；践行循环再生理念，助力双碳目标与可持续发展。

提问：1、包装的功能主要有哪两方面？

2、包装设计的功能主要有哪六大方面？

三、小结 5 分钟

总结包装的分类、包装设计的功能。

讲解作业：1、学生课后去红旗超市查看食品的充气包装有哪些品牌，拍照记录下来。下次上课回答为什么这些食品必须使用充气包装？

2、收集优秀的包装案例，不少于 15 个主题，PPT 呈现。

四、临摹包装作品 10 分钟

临摹包装作品 1 张。手绘，A4 尺寸，彩色精细绘制。

1、手机网上查找难度适宜需要临摹的包装设计图；

2、准备好铅笔、橡皮、颜色、尺子或 IPAD 平板；

3、起型、勾线、上色、处理细节；

4、11 周上课老师检查作业。

思考题、讨论、作业、技能操作：

【作业】

收集优秀包装案例，不少于 15 个主题，PPT 呈现。目的：通过调研了解设计项目。

参考资料（含参考书籍、文献、网络资料）：

使用教材：张瑞著《包装设计》，第二版，武汉大学出版社，2022 年 8 月。

（二）参考资料：

（1）王炳南著《纸版墨色工》，第一版，清华大学出版社，2019 年 5 月。

（2）张如画 欧阳慧 吴琼主编《包装结构设计制作》第 1 版，中国青年出版社，2017 年 7

月。

(3) 木村刚 孙琳编《日本纸盒包装创意设计》第一版，化学工业出版社，2013年07月。

(4) 魏洁著《创意包装设计》第一版，上海人民美术出版社，2018年3月。

第二单元 包装设计流程

教学目的与要求：

了解包装设计流程；思政融入：培养严谨务实、精益求精的工匠精神，树立诚信调研、原创设计、团队协作、服务国货品牌的职业理念。

教学基本内容：

- 1、市场调研
- 2、设想计划
- 3、确定材料
- 4、确定造型
- 5、设计图稿
- 6、小量生产
- 7、包装定稿
- 8、设计说明

教学重点、难点：

重点：包装设计的市场调研、设想计划。

难点：包装设计的设计图稿、包装定稿；思政难点：培养脚踏实地的调研态度、拒绝抄袭剽窃，坚守原创设计底线。

教学方法：

教学以理论讲授，案例分析和市场调查结合展开；融入工匠精神、诚信自律、国货赋能思政元素。

教学过程：

教学内容讲解——提问互动环节——教学内容讲解——提问互动（总结）——课后作业安排

三、课程回顾 3分钟

快速回顾上两节讲授的知识点：包装的分类、包装设计的功能。

二、讲授理论知识 85分钟

包装设计，从构想到最终的加工生产，要经过项目解读—市场调研—概念发想—草图推敲—形态结构分析—客户再沟通—修改调整—绘制展开图—纸盒制作—制作版面—展示汇报—印刷生产等多个步骤。

1、项目解读

分析主题：设计一款方便携带的食品包装结构(如面包、糕点、饮料等)或设计一款仿生形态的包装结构(如人物、动物、植物、水果等)。要求构思新颖、独特；造型简洁、结构合理、安全、方便携带；制作精良，整体视觉效果较好。

请同学回答如果让你设计一款仿生动物的饼干盒包装，你会选择哪种动物去做包装的外型结构？

思政融入：设计立足民生需求，以人为本，服务大众生活；挖掘本土地域文化、民俗元素融入设计，助力地方特色食品、文创产品品牌发展。

2、市场调研及定位

市场调研

调查对象：市场上现有销售的食品包装，尤其是便携式包装结构的种类，更重要的是针对本次主题进行调查。

调查方法：实地考察，通过观察、拍摄、记录及寻访经营者等方法，开展深入细致的调研，到图书馆查阅国内外食品包装的资料；通过搜索相关网络资料，了解国际上最新的包装动态。

(1) 文案调研：主要是二手资料的收集、整理和分析，主要的渠道来自网上资料搜索和图书馆等书籍信息搜索。

(2) 实地调研：实地调研可分为询问法、观察法和实验法三种。

(3) 竞争对手调研：竞争研究的根本目标是通过一切可获得的信息来查清竞争对手的状况，包括：产品及价格策略、渠道策略、营销（销售）策略、竞争策略、研发策略等，发现其竞争弱势点，帮助企业制定恰如其分的进攻战略，扩大自己的市场份额。

调查内容：围绕设计主题进行，下面来讲下具体如何调研。

(1)、收集基本信息

(2)、与委托人沟通

所了解的情况具体包括：

- a、了解产品本身的特性
- b、了解产品的使用对象
- c、了解产品的销售方式
- d、了解产品的相关经费
- e、了解产品包装的背景

(3)、调研计划

- a、确定市场调研的目的
- b、选定市场调研对象与内容

在调研的内容方面，则根据产品、市场的特点、经费及其他各方面的因素，确定与包装设计相关的调研内容。

(4)、实施市场调研

(5)、总结市场调研结果

定位

包装定位设计是在市场调研分析的基础上，按照产品的档次、销售地区和销售对象，决定包装设计的风格。包括品牌定位、产品定位和消费者定位。

品牌定位：

产品品牌的定位要求：在包装画面上主要突出产品的品牌，凸显品牌的色彩、图形和字体形象。

- (1) 突出品牌的图形
- (2) 突出品牌的文字

(3) 突出品牌的色彩

产品定位

①类别定位

②档次定位:

③功能定位:

消费者定位

深入了解目标消费者希望得到什么样的利益和结果，然后针对这一需求提供相对应的产品。

思政融入：培养求真务实、严谨细致的治学与职业态度，调研坚持真实客观，不敷衍、不造假；尊重知识产权，坚决杜绝抄袭、照搬套用他人设计成果，坚守学术诚信与职业诚信；关注国货品牌发展，主动为本土品牌做设计创新。

3、概念发想

通过前期项目解读及市场调研，从包装结构的实用性、安全性出发。如：定位确定想解决使用方便，想重点考虑如何用简单的一张纸来完成便携式的结构，通过思维的发散和整合，展开想象的翅膀，寻找最佳的解决方案。

4、草图推敲

通过概念发想和关键词的寻找，勾画出方案的草图，再进行反复斟酌筛选，尤其是结构的细节要充分考虑到位，如果是进行仿生形态的设计构思，要充分考虑仿生形态与包装结构上的内在联系，而不是简单的模仿。

5、形态结构分析

根据前期创作的形态和结构草图，对每一个细节进行完善的修改，有些局部结构还需要用纸先做一些实验，反复调整，使设计的包装结构更加科学合理，方便快捷。

6、客户再沟通

通过与客户有效的沟通，进一步听取客户提出的修改建议，明确设计最终的需求和客户达成一致的意见。

7、修改调整

根据客户提出的修改意见，做必要的调整和完善，形成最终的设计方案。

8、绘制展开图

包装结构展开图是最终生产制作盒子的依据。将设计的方案画出包装结构展开图，标注出准确的尺寸。展开图的绘制应该按照规范要求来画，尤其是折叠线的形式，要根据具体的设计要求，来选择适当的线条准确地表达。如：实线是裁切线；虚线是折叠线；点画线是弧度线等。

9、纸盒制作

根据设计展开图，通过裁切、折叠就可以做成包装盒。如果有包装彩盒数控切割机，可以直接将完成的包装结构展开图线稿，导入与包装切割机相连接的电脑中，便会自动切割成型，然后用手工折叠或粘贴成盒。

10、制作版面

将设计的包装展开图及最终完成的盒子拍成照片，写出设计说明及使用环境，以展板的形式向客户做汇报，为企业的生产提供可靠的依据。

11、展示汇报

成果的展示是很重要的，尽量做好展示的效果以获得企业的认可，必要时可以把设计的全部内容做成 PT 汇报效果会更直观、更全面。

12、印刷制作

纸质包装设计稿最终由客户确认后，送印刷厂付印，完成后期加工工艺，整理成型，成品出厂。印刷及后期加工阶段非常关键，一件优秀的纸质包装设计作品需要精良的印刷质量才能使作品得到完美的体现。

思政融入：全程贯穿精益求精、耐心打磨的工匠精神，每一个尺寸、每一条线条、每一处结构都严谨规范；对接印刷生产环节，树立节约耗材、低碳生产意识，坚持设计落地贴合绿色环保要求。

提问：1、产品品牌的定位要求有哪三点？

2、竞争对手调研包含哪些内容？

三、小结 2 分钟

包装设计流程。

四、讲解作业 30 分钟

选择一个大广赛的命题，对其品牌进行市场调研，进行包装设计的概念发想。

1、第 15 届全国大学生广告艺术大赛 www.sun-ada.net，参赛作品必须按照大广赛组委会统一指定的命题和规定的企业背景资料进行创作；

2、产品与包装：图案、插画、趣味涂鸦、瓶身、产品组合形态、外观、礼盒及箱体设计等；

3、网上提交：文件格式为 jpg，色彩模式 RGB，规格 A3（297×420mm），分辨率 300dpi，作品不得超过 3 张页面，单个文件不大于 5MB；

4、作品网上提交起止日期为 5 月 15 日至 6 月 15 日 16:00，各赛区截稿时间以各赛区通知为准。

五、收集优秀包装案例作业 60 分钟

1、手机网上查找优秀的包装设计案例 15 个主题；

2、制作 PPT 模板；

3、进行图形、文字的排版。

思考题、讨论、作业、技能操作：

【作业】

学生登录第 15 届全国大学生广告艺术大赛网站，对命题进行下载。针对平面组的产品与包装：图案、插画、趣味涂鸦、瓶身、产品组合形态、外观、礼盒及箱体设计等，对选择的品牌进行市场调研、包装设计的概念发想、绘制草图。

参考资料（含参考书籍、文献、网络资料）：

使用教材：张瑞著《包装设计》，第二版，武汉大学出版社，2022年8月。

（二）参考资料：

（1）王炳南著《纸版墨色工》，第一版，清华大学出版社，2019年5月。

（2）张如画 欧阳慧 吴琼主编《包装结构与制作》第1版，中国青年出版社，2017年7月。

（3）木村刚 孙琳编《日本纸盒包装创意设计》第一版，化学工业出版社，2013年07月。

（4）魏洁著《创意包装设计》第一版，上海人民美术出版社，2018年3月。

第三单元 包装盒的材料、结构类型

教学目的与要求：

了解包装盒的材料、结构类型；思政融入：践行绿色环保、节约资源、匠心造物理念，传承传统纸盒结构智慧，树立低碳设计职业操守。

教学基本内容：

1、纸盒结构设计类型 2、纸盒包装结构形态

教学重点、难点：

重点：纸盒结构设计类型。

难点：纸盒包装结构形态；思政难点：理解传统纸盒结构蕴含的中西造物美学与节约用材智慧，自觉践行低碳减材设计。

教学方法：

教学以理论讲授，案例分析和市场调查结合展开；；融合绿色低碳、传统工艺传承思政教育。

教学过程：

教学内容讲解——提问互动环节——教学内容讲解——提问互动（总结）——课后作业安排

四、课程回顾 3分钟

快速回顾上两节讲授的知识点：包装设计流程。

二、讲授理论知识 85分钟

1、纸包装材料的性能特点

良好的保护性能

保护被包装物的机能是包装材料最基本的机能，为了防止被包装物品变质或者其他的，包装材料应对水分、水蒸气、气体、光线、气味、热量等具有一定的阻隔能力。

可靠的安全性能

包装材料本身毒性要小，不会释放出有毒物质而影响人们的身体健康。为了使被包装物品免受生物或细菌的侵蚀而遭受损害，包装材料应具有防虫、防蛀、防微生物、防静电等性能。

易于加工

利用纸张或纸板等，纸包装材料装逐渐成为趋势的今天寻求更长足的发展。

经济方便

资源丰富、取材方便。使用后的包装容器和包装材料，应易于处理，而且不污染环境。所以使用的包装材料应该易于处理，而且不污染环境。

绿色环保，易于回收利用

纸制品包装可回收利用和再生，废物容易处理，不造成公害，节约资源。

印刷装潢适性好

纸和纸板作为承印材料，具有良好的印刷性能，印刷的图文信息清晰牢固，便于复制和美化商品。尤其是面对当前仓储式超市，印刷精美的商品包装会强烈刺激消费者的购买欲。

纸包装优点：

原料充沛，来源广泛，可以大量生产，且价格低廉。便于机械化或手工加工，折叠性能优异。具有一定的弹性，可以根据商品要求做出各种盒型或箱型。既可以做出符合透气性的包装，又可以做出完全密闭的包装。卫生无毒，保护性能良好，适于各种印刷，重量轻，方便储运与使用，易于回收处理再生等。

局限：

纸包装的生产过程需要大量活水，如果排污处理不当，容易污染水源。具有一定的吸湿性，易吸湿受潮，当含水量超过 12% 时，会发生纸质松软、变色，甚至霉变，牛皮纸受潮会收缩、起皱。也不适用于干燥高温的环境，当含水量低于 9% 时，纸质会变得干脆，容易翘曲，甚至开裂。

思政融入：重点强调纸包装可回收、可降解、低碳环保优势，引导学生优先选用绿色环保纸张与天然材料；树立节约用材、合理设计结构的意识，不浪费资源、不做冗余结构。

2、纸盒包装结构与造型设计

纸箱包装结构与造型设计

(1) 纸箱包装设计原则

- A. 尺寸合理，选材适当
- B. 结构科学
- C. 降低成本，经济实用
- D. 统一标准，加强管理

(2) 常见纸箱包装的基本结构形式

纸箱多以瓦楞纸板制成，常见的纸箱结构种类有开槽型纸箱、套盒型纸箱和折叠型纸箱。

纸盒包装结构与造型设计

(1) 纸盒包装设计的原则

- A. 纸盒造型具备保护性
- B. 结构合理
- C. 具有展示性

(2) 常用纸盒包装的基本结构方式

套盖式

摇盖式

开窗式
抽屉式纸盒
陈列式纸盒
提携式纸盒
易开式纸盒
异形纸盒
连体式纸盒
封闭式纸盒

常见折叠纸盒的造型使用前后都不可以折叠的纸盒，称为固定纸盒。使用前后都可以折叠的纸盒，称为折叠纸盒。

- (1) 盒状
- (2) 筒状
- (3) 袋装
- (4) 异形

思政融入：解读中国传统榫卯、折叠纸盒结构中的极简造物、巧思便民的东方智慧；传承传统民间纸盒、礼盒的结构工艺精髓，在现代设计中传承中式结构美学与匠人精神。

讨论：分析结构设计制作要点。

提问：1、纸包装优点缺点是什么？

2、纸盒包装设计的原则是什么？

3、常用纸盒包装的基本结构方式有哪些？

三、小结 2 分钟

纸盒结构设计类型、纸盒包装结构形态。

四、讲解作业 30 分钟

选择一个大广赛的命题，对其品牌进行市场调研，进行包装设计的概念发想。

1、打开第 15 届全国大学生广告艺术大赛网站（www.sun-ada.net），学生带笔和纸张，一共有 8 个命题和包装有关，选择一个写下命题中包装设计的要求。

2、结合命题项目开展商业调研，明确项目思考路径，并进行调研素材收集。

3、开发想象力，对命题进行发散性思维训练，写出和命题包装设计有关联的 5 个创意点，选择其中 1-2 个创意点，深入发散写出对应的词组，针对这些词组寻找图文资料，确定品牌定位。

五、命题项目调研报告 60 分钟

通过归纳、梳理调研资料。结合项目要求，完成调研分析及定位总结，并制作 PPT（PPT 中应含有：命题项目、商业调研、品牌定位、创意思路、草图绘制）。

补充内容

1、学生携带饼干的食品包装纸盒来教室，每个同学带一个，并把立体的纸盒拆成平面展开形状。

2、学生带笔和纸张，登录第 15 届大广赛网站统一指定的命题，一共有 8 个命题和包装有关，写下

命题中包装设计的要求。

3、课堂中选好命题，开发想象力，对命题进行发散性思维训练，写出和命题包装设计有关联的5个创意点，选择其中1-2个创意点，深入发散写出对应的词组，针对这些词组寻找图文资料。

思考题、讨论、作业、技能操作：

【作业】

学生登录第15届全国大学生广告艺术大赛网站，对命题进行下载。针对平面组的产品与包装：图案、插画、趣味涂鸦、瓶身、产品组合形态、外观、礼盒及箱体设计等，对选择的品牌进行市场调研、包装设计的概念发想、绘制草图。

参考资料（含参考书籍、文献、网络资料）：

使用教材：张瑞著《包装设计》，第二版，武汉大学出版社，2022年8月。

（二）参考资料：

（1）王炳南著《纸版墨色工》，第一版，清华大学出版社，2019年5月。

（2）张如画 欧阳慧 吴琼主编《包装结构设计制作》第1版，中国青年出版社，2017年7月。

（3）木村刚 孙琳编《日本纸盒包装创意设计》第一版，化学工业出版社，2013年07月。

（4）魏洁著《创意包装设计》第一版，上海人民美术出版社，2018年3月。

教学后记：

授课题目 主题包装整体设计实训

教学目的与要求：

了解包装设计实物；思政融入：培养脚踏实地的实践精神、敬畏行业标准、坚守环保与诚信设计底线。

教学基本内容：

市场调研

教学重点、难点：

重点：包装设计的市场调研。

难点：包装设计的市场定位；思政难点：实地调研求真务实，尊重市场、尊重传统文化，拒绝主观臆断与抄袭。

教学方法：

教学以案例分析和市场调查结合展开。

教学过程：

市场调查——提问互动（总结）——课后作业安排

一、外出市场调查 175 分钟

走访查看实际包装的盒型、包装上的图形、字体、色彩、版式以及印刷工艺。

步骤 1：考察包装设计的成品，查看包装成品所属的品牌，了解品牌故事；

步骤 2：对包装的盒型进行深入考察，细致观察包装整体设计并多角度拍摄照片；

步骤 3：对包装盒的材料进行考察，记录包装材料的特点，特别是观察纸包装材料的厚度、克数、纹理、色彩，触摸纸张手感；

纸张分类：1. 新闻纸、2. 铜板纸、3. 哑粉纸、4. 牛皮纸、5. 字典纸、6. 双胶纸、7. 艺术纸、8. 特种纸等。

纸张的定量：纸张的定量又称克重，是指每平方米纸张的重量，常以 g/m² 为单位表示，也记为 gsm，或简记为 g，克重是纸张最基本的一项重要指标。

纸张的纹路：纸张的纹路是指纸张纤维的走向，即与造纸机运动方向平行，也称为纵方向，与造纸机运行方向垂直的称为横方向。卷筒纸经裁切成平张后，其纹路就有两种名称：

长纹，也称直纹，简称 LG，其纹路沿长边走，即纸张纤维与长边平行。

短纹，也称横纹，简称 SG，其纹路沿短边走，即纸张纤维与短边平行。

步骤 4：对包装的创意设计进行仔细观察揣摩，研究印刷工艺在不同包装中的运用，并做好细节拍照记录工作；

对印刷加工工艺进行详细考察：1. 覆膜（亮膜、哑膜）2. 上光 3. 过油（局部、全部）4. UV（局部、全部）5. 普通模切（直角、圆角、圆、椭圆）、异形模切 6. 烫金、烫银 7. 凹凸压印 8. 裱糊（手提袋、包装盒、卡盒）。

提问：1、设计师为什么喜欢选用特种纸？

答：包装设计与纸张有机结合能产生特殊的效果，利用纸张本身的颜色、肌理、特性，可产生很好的效果。设计师利用纸张的颜色、质感来表达设计的理念。特种纸张的某些特性是普通纸张所无法达到的，很多纸张颜色、纹路和肌理具有常规印刷无法实现的效果。

2、特种纸与包装设计如何完美的结合？

答：纸张纹路与包装设计图案相结合、纸张质感与设计主题相结合、纸张概念与设计概念相结合、纸张特性与印刷工艺相结合、纸张特性与盒型结构相结合。

三、小结 5 分钟

用心观察和感受纸盒结构设计类型和纸盒包装结构形态，实际触摸了包装设计实物，对包装设计流程中市场调研、包装材料、包装造型均有深入理解。

思考题、讨论、作业、技能操作：

【作业】

针对全国大学生广告艺术大赛网站，对自己选定的主题包装设计命题进行思考。对品牌、产品和竞争对手进行市场调研，确定包装的市场定位。针对主题开展概念发想、绘制包装设计草图。

参考资料（含参考书籍、文献、网络资料）：

使用教材：张瑞著《包装设计》，第二版，武汉大学出版社，2022年8月。

(二) 参考资料：

(1) 王炳南著《纸版墨色工》，第一版，清华大学出版社，2019年5月。

(2) 张如画 欧阳慧 吴琼主编《包装结构设计制作》第1版，中国青年出版社，2017年7月。

(3) 木村刚 孙琳编《日本纸盒包装创意设计》第一版，化学工业出版社，2013年07月。

(4) 魏洁著《创意包装设计》第一版，上海人民美术出版社，2018年3月。

教学后记：

授课题目

包装盒的材料、结构类型

教学目的与要求：

了解纸盒包装设计的设计要点，熟悉纸盒结构的专业名称，掌握纸盒结构图纸的绘制；思政融入：培养精准严谨、一丝不苟的工匠精神，尊重工艺规范、节约耗材、传承传统结构技艺。

教学基本内容：

纸盒包装设计的设计要点。

教学重点、难点：

重点：普通纸盒包装结构。

难点：异形纸盒包装结构；思政难点：培养精益求精、规范标准、耐心细致的职业素养。

教学方法：

教学以理论讲授、纸盒结构图纸分析和往届学生折叠纸盒作业分享结合展开；融入规范严谨、匠心敬业思政元素。

教学过程：

教学内容讲解——提问互动环节——教学内容讲解——提问互动（总结）——课后作业安排

一、讲授理论知识 90分钟

纸盒包装作为一种常见的包装形式，被广泛应用于日化、食品、电子产品、化妆品、烟酒等产品。通过具有创意的平面与结构设计，纸盒包装能在货架上脱颖而出，吸引消费者注意。

基本术语，以国际标准中小型反相合盖纸盒为例。

根据图纸中1-7的标示：

1-纸盒长度，即纸盒开口处，也就是纸盒的第一个尺寸。

2-纸盒宽度，即纸盒的第二个尺寸。注意糊头处的盒宽已减去一张纸厚，其用意是修正纸盒。糊好后，盒宽的纸边不会从糊头处凸出，甚至割手。

3-纸盒深度（俗称盒高），其是纸盒收纳物品的深度。

4-糊头，是纸盒成型的主要结合部位。所谓胶合处，两头各向内收15度。在糊盒后，组立时，不会阻碍防尘翼的盖合。至于糊头的尺寸，一般与纸盒的大小成正比，通常是15-20mm。

5-插舌，插入盒身（或盒底），固定盒盖用的。盒盖多采用摩擦式插舌，可多次开合，不至于损伤盒盖。

6-公锁扣、母锁扣，是插舌锁合处，公锁扣应小于母锁扣2mm，以确保锁合后的紧密性。母锁扣应比公锁扣大0.2cm。

7-防尘翼，其作用不止是防尘，对纸盒整体强度也有关键性的帮助。没有防尘翼，整个纸盒会松懈无力。防尘翼可为1/2宽+1/2插舌，或多于或少于此尺寸，完全视需要而定，但不得大于1/2长，否则左右两片会重叠在一起。

（各种折合线样式）

纸盒包装常见结构：管式包装盒和盘式包装盒。

管式包装盒在日常包装形态中最为常见，大多数彩盒包装如：食品、药品、日常用品等都采用这种包装结构方式。其特点是在成型过程中，盒盖和盒底都需要摇翼折叠组装（或粘接）固定或封口，而且大都为单体结构（展开结构为一整体），在盒体的侧面有粘口，纸盒基本形态为四边形，也可以在此基础上扩展为多边形。管式包装盒结构特征的区别主要体现在盖和底的组装方式上，下面就分别看一下管式包装盒不同的盒盖和盒底结构。

管式包装盒的盒盖结构

盒盖是装商品的入口，也是消费者拿取商品的出口，所以在结构设计上要求组装简便和开启方便，既保护商品又能满足特定包装的开启要求，比如多次开启或一次性防伪的开启方式。

管式包装盒盒盖的结构主要有以下几种方式：

1、插入摇盖式：这种盒盖有3个摇盖部分，主盖有伸长出的插舌，以便插入盒体起到封闭作用。设计时应注意摇盖的咬合关系问题。这种盖在管式包装盒中应用最为广泛。

2、锁口式：这种结构通过正背两个面的摇盖相互产生插接锁合，使封口比较牢固，但组装与开启稍有些麻烦。

3、插锁式：插接与锁合相结合的一种方式，结构比插入摇盖式更牢固。

4、摇盖双保险插入式：这种结构使摇盖受到双重咬合，非常牢固，而且摇盖与盖舌的咬合口可以省去，更便于重复多次开启使用。

5、粘合封口式：这种粘合方法密封性好，适合自动化机器生产，但不能重复开启。主要适合于包装粉状、粒状的商品，如洗衣粉、谷类食品等，一旦拆开，无法重复使用。

6、一次性防伪式：这种包装结构形式的特点是利用齿状裁切线，在费者开启包装的同时使包装结构得到破坏，防止出现有人再利用包装进行仿冒活动。这种包装盒主要用于药品包装和一些小食品包装中，像胶卷包装/纸巾抽纸包装盒目前也都采用这种开启方式。

7、正撇封口式：利用纸张的耐折和韧性的特征，采用弧线的折线，撇下压翼就可以实现封口。这种结构组装、开启、使用都极为方便，而且最为省纸，造型也优美，适合用于小商品的包装。

8、连续摇翼窝进式：这种锁合包装结构方式造型优美，极具装饰性，但手工组装和开启较麻烦，适合于礼品包装，应用于婚礼糖果包装盒，圣诞节礼品包装盒。

管式包装盒盒底主要有以下几种方式。

1、别插式自锁底：利用管式包装盒底部的4个摇翼部分，通过设计使它们相互产生咬合关系。这种咬合通过“别”和“插”两个步骤来完成，组装简便，有一定的承重能力，在管式包装盒中应用较为普遍。

2、自动锁底：自动锁底包装盒采用了预粘的加工方法，但粘接后仍然能够压平，使用时只要撑开盒体，盒底就会自动恢复锁合状态，使用极其方便，省时省工，并且具有良好的承重力，适合于自动化生产，一般承载高重量物品的包装设计选用此种设计结构。

3、摇盖双插口式封底：结构同摇盖插入式盒盖完全相同，这种设计结构使用简便，但承重力较弱，通常适合包装食品、文具、牙膏等小型或重量轻的商品，是最为普遍的包装盒设计结构。

4、间壁封底式：间壁封底式结构是将管式包装盒4个摇翼设计成具有间壁功能的结构，组装后在盒体内部会形成间壁，从而有效地分隔固定商品，起到良好的保护作用。其间壁与盒身为一体，可有效节省成本，而且这种包装盒结构抗压强度较高。

盘式包装盒结构是由纸板四周进行折叠咬合、插接或粘合而成型的纸盒结构，这种包装盒在盒底上通常没有什么变化，主要结构变化体现在盒体部分。盘式包装盒一般高度较小，开启后商品的展示面较大，这种纸盒包装结构多用于包装纺织品、服装、鞋帽、食品、礼品、工艺品等商品，其中以天地盖和飞机盒结构形式最为普遍。

盘式包装盒的主要成型方法：1、别插组装：没有粘接和锁合，使用简便。2、锁合组装：通过锁合使结构更加牢固。3、预粘组装：通过局部的预粘，使组装更为简便。

别插组装

盘式包装盒的主要结构

1. 罩盖式：盒体由两个独立盘型结构相互罩盖而组成，常见于服装、鞋帽等商品的包装。
2. 摇盖式：在盘式包装盒的基础上延长其中一边设计成摇盖，其结构特征较类似管式包装盒的摇盖。
3. 连续别插式：其别插方式较类似管式包装盒的连续摇翼窝进式。
4. 抽屉式：由盘式盒体和外套两个独立部分组成。
5. 书本式：开启方式类似于精装图书，摇盖通常没有插接咬合，而是通过附件来固定。

（双保险插锁带盖式结构展开图）

（书本式结构展开图）

（三角形盘式包装盒结构展开图）

三、小结 2 分钟

用心观察和感受纸盒包装设计。

思考题、讨论、作业、技能操作：

【作业】

手工折叠纸盒 4 个。

参考资料（含参考书籍、文献、网络资料）：

使用教材：张瑞著《包装设计》，第二版，武汉大学出版社，2022 年 8 月。

（二）参考资料：

- （1）王炳南著《纸版墨色工》，第一版，清华大学出版社，2019 年 5 月。
- （2）张如画 欧阳慧 吴琼主编《包装结构设计及制作》第 1 版，中国青年出版社，2017 年 7 月。
- （3）木村刚 孙琳编《日本纸盒包装创意设计》第一版，化学工业出版社，2013 年 07 月。
- （4）魏洁著《创意包装设计》第一版，上海人民美术出版社，2018 年 3 月。

教学后记：

授课题目

包装设计的构成要素

教学目的与要求：

了解包装设计平面视觉语言。

教学基本内容：

包装设计平面视觉语言。

教学重点、难点：

重点：包装设计平面视觉要素。

难点：包装设计平面视觉要素的设计与制作。

教学方法：

教学以理论讲授、案例分析结合展开。

教学过程：

教学内容讲解——提问互动环节——课后作业安排

一、课程回顾 2分钟

快速回顾上两节讲授的知识点：包装结构的设计要点。

二、讲授理论知识 85分钟

提问：请同学们思考：包装设计的视觉元素有哪些？

1、文字

商标类、商品名称类、功能规格及其他说明文字等。

2、图形

具象类、抽象类（点线面）、字体类图形、插画类（各种风格）、偶然图形（如泼墨、甩等产生的偶然图形）

提问：同学们知道了包装中有品牌标志、图形、文字还会注意到包装上有什么？

1、品牌外的其他图形标志

QS 标志

无公害农产品标志

农产品地理标志

绿色食品标志

营养强化食品标志

安全饮品标志

有机食品标志

保健食品标志

质量认证标志，是行业组机对商品质量成标准的认证，有的商品上会同时出现几种认证标志。如：CCIB 安全认证标志(中国进出口商品检验局检验标志)、强制性产品认证标志、绿色环保标志、纯羊毛标志、有机食品标志、无公害农产品标志等，这类标志在包装设计中一般被放置在次要位置，以免喧宾夺主。

其他类型符号标识，在包装设计中，还需要使用一些特殊的符号标识，如运输包装盒上的标志就是为了保证安全、有效地运输、储存、装卸商品，引起从业人员的注意，使他们按图示标志的要求操作。如：小心轻放、向上、吊起、易碎品、防湿、防雨淋等标志，即使是没有语言描述也使人能读懂。

1、商品条形码

所谓条形码是一组宽度不同的平行线，按特定格式组合起来的特殊符号。它可以代表一组数字信息，是一种为产、供、销信息更换提供便利的通用代码，就像一条纽带将世界各地的生产制造商、

出口商、批发商、零售商和顾客有机地联系在一起，也为行业间的管理、销售以及计算机应用提供了快速识别系统。

条形码为纯数字码，一般运用的是 EAN-13 标准条形码，它由四部分信息标识组成，即：条形码管理机构的信息标识、企业的信息标识、商品的信息标识、条形码检验标识。

- ① 690、691、692、693 是国际物品变码协会 EAN 组织分配给中国的代码；
- ② 标是厂商代码，用于对厂商的唯一标识。由中国物品编码中心进行负责人分配和管理；
- ③ 商品项目代码；
- ④ 检验码为 1 位数字。

通常应用到商品包装上的条形码基本可分为两类：

一类是原印条码，是指在商品生产过程中印在包装上的条形码，适合于批量生产的产品。

另一类是店内条码，它是一种专供商店印贴的条形码，只能在店内使用，不能对外流通，在超市中购买散装商品用这类条形码。

三、小结 3 分钟

用心观察和感受包装设计平面视觉语言中的字体、图形、色彩、品牌标志、图形标志、商品条形码。

补充内容

1、全班集体购买 300 克牛皮纸，为 12 周的实践教学课提前做好准备。

2、下课后准备好美工刀、橡皮、铅笔、长直尺、剪刀、双面胶工具。

思考题、讨论、作业、技能操作：

【作业】

同学们放学后超市购买商品，细心观察纸盒包装上的字体、图形、色彩、品牌标志、图形标志、商品条形码。

参考资料（含参考书籍、文献、网络资料）：

使用教材：张瑞著《包装设计》，第二版，武汉大学出版社，2022 年 8 月。

（二）参考资料：

（1）王炳南著《纸版墨色工》，第一版，清华大学出版社，2019 年 5 月。

（2）张如画 欧阳慧 吴琼主编《包装结构设计与制作》第 1 版，中国青年出版社，2017 年 7 月。

（3）木村刚 孙琳编《日本纸盒包装创意设计》第一版，化学工业出版社，2013 年 07 月。

（4）魏洁著《创意包装设计》第一版，上海人民美术出版社，2018 年 3 月。

教学后记：

授课题目 任务二：纸盒结构设计与制作训练

教学目的与要求：

了解纸盒结构设计。

教学基本内容：

学生根据作业要求参照图纸绘制线稿、折叠纸盒。

教学重点、难点：

重点：图纸的尺寸比例计算数字准确。

难点：线稿绘制精确、纸盒成型吻合度好。

教学方法：

教学以学生实践练习为主，教师根据学生动手实际情况适当指导。

教学过程：

内容讲解——作业讲解——实践环节

二、内容讲解 5 分钟

纸盒主要是由平面纸经过模压、切割，以结构面形成立体，创造出有价值的被包装空间。设计中必须要在物理功能及审美两方面求得统一，将二次元变为三次元时，结构处理是关键。当平面某部分竖起来做成立体面时如何固定、各面组合时的互锁关系及盒盖的关闭等应以手工试折方式进行研究，找到合理的方法。另外还需要利用一些辅助材料，或切割，或利用摩擦或用粘合剂等帮助解决。

1、切：纸能构成各种形式，是其可以被自由切割的缘故。这种切割后的纸强度减弱，可塑性增强，利用切割后的纸进行交叉、重叠，就会形成新的形状。

2、折：使用前后都可以折叠的纸盒，称为折叠纸盒。

3、插：插与接合有密切关系，它是不使用粘胶剂而进行的一种面与面固定的方法，是纸盒封口常用的一种形式。

4、贴（或裱糊）：常见折叠纸盒的造型，使用前后都不可以折叠的纸盒，称为固定纸盒，也称作裱糊纸盒。

5、组：组是一种只要一次操作就能组合主要部分的单一工程型纸器，是指将强度高的纸切割成一种形，经过组合，构建成一种合乎理想的纸器造型。

二、作业讲解 5 分钟

制作不少于 4 个纸盒设计制作。其中规则造型 2 个，异型结构不少于 2 个，尺寸约 10-15cm，300g 牛皮纸制作，递交实物，拍照存盘。

1、下载教师提供的《包装盒型模板设计手册 200 款》、《肖多皆包装纸盒图纸》110 款盒型案例或同学们上网自己收集感兴趣的盒型结构图纸。

2、课堂所需工具：四开 300 克牛皮纸 4 张，纸盒绘制的工具铅笔、橡皮、直尺、剪刀、双面胶。

3、讲解刀版图的图纸中标示的线：

三、纸盒结构制作 170 分钟

1、根据图纸大小算好尺寸；

2、根据纸张大小把原有图纸中的尺寸等比例放大；

3、绘制线稿；

4、根据线稿进行裁剪；

5、根据细虚线折叠盒型；

6、后续工作，如粘贴固定；

思考题、讨论、作业、技能操作：

【作业】

递交4个纸盒立体实物，拍照存盘。

参考资料（含参考书籍、文献、网络资料）：

使用教材：张瑞著《包装设计》，第二版，武汉大学出版社，2022年8月。

（二）参考资料：

（1）王炳南著《纸版墨色工》，第一版，清华大学出版社，2019年5月。

（2）张如画 欧阳慧 吴琼主编《包装结构设计与制作》第1版，中国青年出版社，2017年7月。

（3）木村刚 孙琳编《日本纸盒包装创意设计》第一版，化学工业出版社，2013年07月。

（4）魏洁著《创意包装设计》第一版，上海人民美术出版社，2018年3月。

教学后记：

授课题目

包装设计的构成要素

教学目的与要求：

了解包装设计中的文字设计；思政融入：挖掘汉字文化底蕴，传承书法艺术与中式字体美学，树立文化自信，坚持文字信息真实合规、文明设计。

教学基本内容：

包装设计中的文字设计。

教学重点、难点：

重点：文字创意设计原则。

难点：包装文字表现技巧；思政难点：将中华汉字、书法文化融入现代包装字体设计，坚守文字信息真实、不误导消费者。

教学方法：

教学以理论讲授、提问互动、案例分析结合展开。

教学过程：

教学内容讲解——提问互动环节——课后作业安排

一、讲授理论知识 80分钟

包装设计包含三个视觉元素：文字、图形、色彩

在包装设计中，使用最多的构图元素是文字。文字不仅以商标、品牌名出现，还以各种说明性文字描述的方式出现。另一类构图元素为图形，它多以符号、图案、插画、摄影等方式出现。

文字

1、包装装潢设计的字体元素种类

包装装潢上的文字包括商品的牌名（即商品名称）、企业名、商标（有文字类商标和图形类商标）、说明文、广告语等。

说明性文字不仅有关于商品本身的信息介绍，包括产品重量、功能、用法、注意事项、批准生产的文号、出厂批号或日期、保质期等工商部门规定出现的文字描述，还有企业为了更好的推销产品而做的背景资料介绍。

文字较少的包装：只有商标、商品名称和简单的广告语。

提问：同学们思考：商品名称是什么？商标是什么？

同学们思考：这种瓶装的包装商品名称在哪？商标在哪？主图上有些什么内容呢？说明文字包括的哪些内容？附加信息有哪些？条形码和生产许可证在哪里？

同学们思考：这个包装中你发现有什么特点？独特的商品名称设计还有较少的文字？

药品包装和食品包装是比较特别的，要求说明性文字齐全。

2、字体

中文字体可以大致分为四类：黑体、宋体、书法体、艺术体，每种字体都有自己的特色。

黑体：给人以冷静、理性、现代之感。

宋体：有现代与古典结合之感，最易于阅读。

书法体：可以创造古朴、艺术的气氛。

艺术字体：艺术字体变化很多，新颖别致，个性鲜明的。

3、文字分类

装饰性文字“既是字，又是画”常常以暗纹或背景图样的形式出现，或完整或残缺，字体风格多样，组成形式不一，强调装饰性和形式美感。

应用性文字说明商品的重要信息。

主体文字

资料文字

广告文字

4、文字创意设计原则

限定字体种类

既要个性，又要易读

结合产品特点，体现产品属性

创建版面层次

设计编排形式多样化

5、包装文字表现技巧

手写书法有很好的表现力，体现不同的性格特点，是包装装潢设计的生动语言。印刷体字形清晰可辨，应用普遍。

包装文字表现技巧

文字编排技巧

主次分明

以字为主设计

正反包装袋的文字，正面强调商品名称、品牌

二、小结 2分钟

包装文字字体需要突出商品特征、加强文字感染力、注重文字的识别性、把握字体的协调性。让你想表达的内容清晰，醒目。让阅览者一开始就可以明白你的意思。

三、讲解作业 8 分钟

1、结合第 15 届全国大学生广告艺术大赛 8 个命题（雕牌、XPpen、HBN、爱华仕、云南白药、葵花药业、娃哈哈、100 年润发），根据学生自己选择的主题进行文字创意设计 1 张。

注意：原有注册商标中的字体不要重新设计；可以从商品名称、广告语中选择一项进行创意字体设计。

2、分析 2019 级学生毕业设计“藏酥阁”宫廷糕点包装设计的“藏酥阁”的字体设计创意过程。该同学的毕业设计“藏酥阁”宫廷糕点包装以唐代文化为背景，设计中高端精美礼盒，从中国唐朝文化元素中提取灵感。

“藏酥阁”的字体设计：采用中国的印章与糕点轮廓相结合的设计思路。使用正负空间设计出“酥”字。字体造型从中国房檐提取灵感，颜色选择唐三彩中的红、黄、绿来表现整个方案的理念。

思考题、讨论、作业、技能操作：

【作业】

结合第 15 届全国大学生广告艺术大赛 8 个命题（雕牌、XPpen、HBN、爱华仕、云南白药、葵花药业、娃哈哈、100 年润发），根据学生自己选择的主题进行文字创意设计 1 张。

注意：1、原有注册商标中的字体不要重新设计；

2、可以从商品名称、广告语中选择一项进行创意字体设计。

参考资料（含参考书籍、文献、网络资料）：

使用教材：张瑞著《包装设计》，第二版，武汉大学出版社，2022 年 8 月。

（二）参考资料：

（1）王炳南著《纸版墨色工》，第一版，清华大学出版社，2019 年 5 月。

（2）张如画 欧阳慧 吴琼主编《包装结构设计制作》第 1 版，中国青年出版社，2017 年 7 月。

（3）木村刚 孙琳编《日本纸盒包装创意设计》第一版，化学工业出版社，2013 年 07 月。

（4）魏洁著《创意包装设计》第一版，上海人民美术出版社，2018 年 3 月。

教学后记：

授课题目

包装设计的构成要素

教学目的与要求：

了解包装设计中的图形设计；思政融入：深挖中华传统纹样、民俗文化、非遗元素、地域特色，以图形设计传承弘扬中华优秀传统文化，坚持原创插画、拒绝盗版抄袭。

教学基本内容：

包装设计中的图形设计。

教学重点、难点：

重点：图形元素的种类。

难点：包装中图形的提炼方法。

教学方法：

教学以理论讲授、提问互动、案例分析结合展开。

教学过程：

教学内容讲解——提问互动环节——课后作业安排

五、课程回顾 1 分钟

回顾上两节讲授的知识点：包装设计中的文字设计。

包装设计的字体元素种类、字体、文字分类、文字创意设计原则、包装文字表现技巧

二、讲授理论知识 58 分钟

包装设计图形元素的种类

1、装饰性图案类

通常由线条和色块组成，具有浓郁的装饰趣味和抽象意味。在构图中，可与文字、符号相匹配，衬托插图、摄影，从而加强各个构图元素间的联系。

2、插画类

是一种介于装饰性图案与摄影之间的视觉艺术，因对象、技法、创作手法与风格的不同有各种不同的表现。插图可以充分发挥想象的空间，比写实的摄影手法更具灵活性。

3、摄影类

设计中常通过摄影的表现形式，准确的传达视觉形象，以强化消费者的印象与注意力，发挥促销的功能。尤其是食品包装，常以实物摄影的方式，展现内在食品的可口形象，以激发消费者的食欲和购买欲望。同时，印刷技术也为摄影图片的印刷提供了更好条件。在装潢设计中使用摄影的做法，已呈现出越来越多元的发展趋势。

4、手绘类

借助手绘的效果，如素描、水彩、彩铅等形式，在纸张上绘制，通过电脑处理用来做包装的插图，这类插图的特点有肌理效果和质感，非常生动。拥有特殊的原生态和质朴的味道。

5、文字类

借助中文汉字和英文字体来进行创意表现，这类包装具有强烈的文化感。

主题包装中图形的提炼方法

1、与主题产品直接相关

2、与地域环境相关

3、与企业形象相关

案例分析：

这个项目有五款产品，桂花香薰、蓝风铃香薰、晚香玉香薰、小苍兰香薰、薰衣草香薰，香气清雅，沁人心脾。我们用素描的形式来设计主视觉，将香型用色块来表现，与素描插画叠加，让人从视觉上就能体验到扑面而来的清香。也能使画面更有层次，视觉更突出，提升传播效率。

提问：

1、包装装潢设计的图形元素的种类？

2、主题包装中图形的提炼方法有哪些？

3、你的包装设计作品是采用哪种风格的图形？

三、小结 1 分钟

包装设计中的图形设计：图形元素的种类、主题包装中图形的提炼方法

四、讲解作业 30 分钟

1、结合第 15 届全国大学生广告艺术大赛 8 个命题（雕牌、XPpen、HBN、爱华仕、云南白药、葵花药业、娃哈哈、100 年润发），根据学生自己选择的主题进行图形创意设计 1 张。

2、分析 2019 级学生毕业设计“藏酥阁”宫廷糕点包装设计的图形创意过程。

图形设计思路：

想法一：唐朝宫廷嫔妃人物

针对想法一收集文字资料：唐朝是中国古代历史中经济、政治、贸易都达到了巅峰时期的一个朝代，也是文化方面繁荣的时期之一，宫廷人物的服饰、头饰融合了其他民族的特点。

收集图片资料

进行图形设计

想法二：唐朝服饰纹样设计

针对想法二收集文字资料：唐朝作为全面开放的国家，人们的思想与物质生活达到了历史的鼎盛时期，唐朝不断学习不同的服饰造型和服饰纹样，经过长时间的发展，唐朝的服饰造型和服饰纹样达到最高水平。

收集图片资料

进行图形设计

想法三：唐朝宫廷糕点

针对想法三收集文字资料：唐朝宫廷糕点不仅种类多样且讲究造型，从唐朝宫廷糕点造型中提取灵感和设计构思。对唐朝宫廷糕点蛋黄酥、桃酥、枣泥酥等糕点外轮廓进行提取设计，以简洁的糕点轮廓元素向消费者传达唐朝宫廷糕点的独特性。

收集图片资料

进行图形设计

思考题、讨论、作业、技能操作：

【作业】

结合第 15 届全国大学生广告艺术大赛 8 个命题（雕牌、XPpen、HBN、爱华仕、云南白药、葵花药业、娃哈哈、100 年润发），根据学生自己选择的主题进行图形创意设计 1 张。

参考资料（含参考书籍、文献、网络资料）：

使用教材：张瑞著《包装设计》，第二版，武汉大学出版社，2022 年 8 月。

（二）参考资料：

（1）王炳南著《纸版墨色工》，第一版，清华大学出版社，2019 年 5 月。

（2）张如画 欧阳慧 吴琼主编《包装结构设计制作》第 1 版，中国青年出版社，2017 年 7

月。

(3) 木村刚 孙琳编《日本纸盒包装创意设计》第一版, 化学工业出版社, 2013年07月。

(4) 魏洁著《创意包装设计》第一版, 上海人民美术出版社, 2018年3月。

教学后记:

授课题目 包装设计的构成要素

教学目的与要求:

了解包装设计中色彩的运用; 思政融入: 传承中式传统色彩美学(国风红、青、黄、玄色等), 倡导简约适度色彩设计, 拒绝浮夸艳俗、过度视觉营销, 坚守健康审美导向。

教学基本内容:

包装设计中色彩的运用。

教学重点、难点:

重点: 色彩的象征性。

难点: 色彩的搭配。

教学方法:

教学以理论讲授、提问互动、案例分析结合展开。

教学过程:

教学内容讲解——提问互动环节——课后作业安排

六、课程回顾 1分钟

回顾上两节讲授的知识点: 包装设计中的图形设计。

包装设计图形元素的种类、主题包装中图形的提炼方法

二、讲授理论知识 30分钟

色彩是影响视觉感受的最活跃因素。因此, 在包装设计中, 色彩设计尤为重要。它不仅起着美化商品的作用, 而且还能增加商品的竞争力。在包装设计中, 色彩的搭配要考虑色彩的心理和社会因素。

1、色彩的象征特性

色彩的搭配

包装上的色彩是影响视觉最活跃的因素, 因此包装色彩设计很重要。

(1) 确定总色调

包装色彩的总体感觉是华丽还是质朴, 都是取决于包装色彩的总色调。

(2) 面积因素

除色相、明度、纯度外, 色彩面积大小是直接影响色调的重要因素。

(3) 视认度

视认度是讲配色层次的清晰度。良好的视认度在包装、广告等视觉传达设计中非常重要。

(4) 强调色

强调色是总色调中重点用色, 是面积因素和视认度结合考虑的用色。

(5) 间隔色

间隔色运用是指在相邻而呈强烈对比的不同色彩的中间用色, 做间隔或做共用, 可以加强协调, 减弱对比。

(6) 渐层色

渐层是渐渐变化的用色，色相，明度，纯度都可作渐层变化。

(7) 对比色

对比色不同于强调色，这是面积相近而色相、明度加以对比的用色，这种用色具有强烈的视觉效果，从而具有广告性。

(8) 象征色

这是不直接模仿内容物色彩特征，而是根据广大消费者的共同认识加以象征应用的一种观念性的用色。

(9) 标志色

这里讲的标志色不是商标的色彩，而是用色彩区别不同种类或同类不同品种产品系列包装的用色。

(10) 辅助色

这是与强调色相反的用色，是对总色调或强调色起调剂作用的辅助性用色方法，用以加强色调层次，取得丰富的色彩效果。

2、色彩搭配的分类

(1) 单色设计

以单一色彩进行设计，在色彩上能够较容易地掌握整体性的问题，使包装的形象更为鲜明，使商品具有较强的视觉冲击力。

在单色的设计中需要注意以下问题：

- ①如何紧密结合产品的属性和自己的创作意念，正确地选择色相；
- ②如何根据设计概念和产品属性确定色彩布局和色彩的形状；
- ③打破固有色的概念而进行大胆创新，要注意考虑到色彩的识别性和独特品牌。

(2) 协调色和对比色的设计

色彩可以分为两大色系：红黄为主的暖色系和蓝紫为主的冷色系，各个色系之间的色彩的调配都可以称之为协调色的色彩设计。

在协调色的设计中需要注意以下问题：

- ①要控制好协调色之间的对比技巧；
- ②要在明度、纯度等方面多下些功夫，要利用好中性色，如：黑、白、灰色等。这样运用会使色彩更为协调，具有媚而不俗、柔和不怯的效能。

(3) 互补色的设计

互补色即是在色相环上相对的颜色，由于我们视觉的关系，在单色的环境中视觉要求有其对比色来平衡。

互补色的设计中需要注意以下问题：

- ①尽量利用对比的关系处理色彩，要切实把握好色彩的主色调，并使主色调与产品属性和创作意念相吻合；
- ②在色彩因素增多的情况下，要保持好设计要素的秩序性和完整性。

注意：

食品包装，只要我们在食品店前稍加留意，就会察觉黄色和红色在几乎所用的包装上扮演着主要角色。这是因为，在日常生活中，食物的色彩多以红色、黄色及其它暖色为主，因此，食品包装的色彩设计应当采用明快，富有食欲感的暖色系列。

当着手设计商品包装的时候，必须先调查一下同类包装的形态和色彩倾向，以及这类商品给人的印象，是浓烈还是清爽，是暖热还是寒冷，是坚硬还是柔软，会使人产生何种感觉。有了这些认识以后，再按照商品形象色的原则，结合商品自身的特点，加以灵活运用，就会接近消费者的心理需求。

案例分析：

整体基调：新中式古典主义

扼要阐述：通过对传统文化的认识和传扬，将现代元素和传统元素结合在一起，以现代人的审美需求来打造富有传统韵味的事物，让传统艺术在当今社会得到合适的体现，表达对清雅含蓄、端庄丰华的东方式精神境界的追求，同时更好地传扬中国的特色文化。

提问：

- 1、单色设计应该注意一些什么问题？
- 2、色彩搭配的分类有哪三种？
- 3、你的包装设计作品准备采用哪些色彩？

三、小结 1 分钟

色彩的象征特性：色彩搭配的分类；食品包装设计注意事项

四、作业 13 分钟

绘制包装中的字体和图形，做好色彩搭配。

思考题、讨论、作业、技能操作：

【作业】

结合第 15 届全国大学生广告艺术大赛 8 个命题（雕牌、XPpen、HBN、爱华仕、云南白药、葵花药业、娃哈哈、100 年润发），根据学生自己选择的主题进行字体、图形绘制，注意色彩搭配。

参考资料（含参考书籍、文献、网络资料）：

使用教材：张瑞著《包装设计》，第二版，武汉大学出版社，2022 年 8 月。

（二）参考资料：

（1）王炳南著《纸版墨色工》，第一版，清华大学出版社，2019 年 5 月。

（2）张如画 欧阳慧 吴琼主编《包装结构设计制作》第 1 版，中国青年出版社，2017 年 7 月。

（3）木村刚 孙琳编《日本纸盒包装创意设计》第一版，化学工业出版社，2013 年 07 月。

（4）魏洁著《创意包装设计》第一版，上海人民美术出版社，2018 年 3 月。

教学后记：

授课题目

包装设计平面展开图的规范制作

教学目的与要求：

了解包装盒平面展开图到立体效果的绘制方法。

教学基本内容：

包装盒平面展开图到立体效果的绘制方法。

教学重点、难点：

重点：立体效果的绘制方法。

难点：立体感的呈现。

教学方法：

教学以理论讲授、学生制图、教师总结结合展开。

教学过程：

理论讲授——学生制图——教师总结

七、课程回顾 1 分钟

回顾上两节讲授的知识点：包装盒的外观造型与尺寸。

二、理论讲授 15 分钟

方法一：AI 软件绘制线稿

确定使用本盒型

长为 45mm 宽为 35mm 高为 170mm

(1) 能找到有 AI 源文件的展开图就最好了。如果没有在 AI 软件中导入参考的图片，并调整好尺寸。

(2) 等比例放大或缩小调整红色线框高为 170mm，并调整后面的图片使他的这个面完全重合，注意调整图片时一定是等比例缩放。

(3) 实线勾勒裁切线和出血线。

(4) 虚线勾勒折痕线

这里实线勾勒为 1pt 粗细

这里虚线线勾勒为 0.5pt 粗细

注意虚线是线段不是形状，避免挨着的两个面线框造成重复。

(5) 标注包装尺寸

(6) 接下来就可以开始展开图上的文字图形排版了

方法二：AI 脚本插件的使用

方法三：包小盒在线制作（不作为主推，因为要产生费用，前面有几次试用，这里不做多讲）

三、学生制图 28 分钟

学生根据自己的选题用电脑 AI 软件，绘制包装盒展开图上的文字图形排版 1 张。教师在学生绘图过程中，进行课堂巡视，检查学生的展开图排版细节。

四、教师总结 1 分钟

针对学生制图过程中出现的各种问题，进行集中汇总。

思考题、讨论、作业、技能操作：

【作业】

学生将视觉要素字体设计、图形设计和绘制的 AI 线稿图进行整合，进行展开图的设计 2 张。
注意：文字图形排版符合大广赛的命题要求。

参考资料（含参考书籍、文献、网络资料）：

使用教材：张瑞著《包装设计》，第二版，武汉大学出版社，2022 年 8 月。

（二）参考资料：

（1）王炳南著《纸版墨色工》，第一版，清华大学出版社，2019 年 5 月。

（2）张如画 欧阳慧 吴琼主编《包装结构设计制作》第 1 版，中国青年出版社，2017 年 7 月。

（3）木村刚 孙琳编《日本纸盒包装创意设计》第一版，化学工业出版社，2013 年 07 月。

（4）魏洁著《创意包装设计》第一版，上海人民美术出版社，2018 年 3 月。

教学后记：

授课题目

包装设计平面展开图的规范制作

教学目的与要求：

了解包装盒效果图制作。

教学基本内容：

包装盒效果图制作。

教学重点、难点：

重点：包装盒效果图制作。

难点：立体透视效果。

教学方法：

教学以理论讲授、学生制图、教师总结结合展开。

教学过程：

理论讲授——学生制图——教师总结

八、课程回顾 1 分钟

回顾上两节讲授的知识点：包装盒型结构与刀版。

二、理论讲授 30 分钟

动态展示效果：包小盒中可实现

效果图概述效果图是作品设计稿完成后未制成设计成品前通过图像处理软件模拟的产品的高仿真图片，以便更直观地展示视觉效果。在设计过程不同阶段，效果图的表现方式是不同的。

1、PS 包装效果图制作 袋装包装案例大小排列效果制作

- (1) 新建画布，填充背景色。
- (2) 用选区工具将需要的部分选择，并拖到当前画布中。
- (3) Ctrl+t 进行变化大小。
- (4) 对每一个对象添加投影效果。
- (5) 调整投影参数。
- (6) 制作桌面的反光投影。复制上面图片，翻装，并进行不透明度的调整。

2、奶油草莓包装效果制作

- (1) 将展开图中的每个面分别选择出来，拖到目标文件中。
- (2) 将变换区域转换为智能对象。
- (3) 将变换区域转换为智能对象后，Ctrl+t 进行扭曲变换。
- (4) Ctrl+t 进行扭曲变换到合适的位置。
- (5) 放到这个背景图的合适位置。
- (6) 对顶面继续变换，放入和前面一致。
- (7) 变换后的几个点一定要对齐。
- (8) 立体效果大致制作完成。
- (9) 调整几个面的明度和饱和度，塑造光感使它看起来效果更加逼真。

3、酒包装效果图制作

- (1) Ctrl+t 变换平面展开图的每个面。
- (2) 变换前转为智能对象，Ctrl+t 变换顶面。
- (3) 顶面调整到合适位置。
- (4) 制作倒影。复制侧面，镜像翻转，调整不透明度。
- (5) 每个面都要制作倒影
- (6) 调整细节光感变化。

4、PS 样机效果图制作制作要点提示：

- (1) 制作图中的正面效果图，建立好画布。
- (2) 将展开图中的每个面复制出来。
- (3) 变换前一定要转换成智能对象，调整位置，变换大小。
- (4) 变换顶面，变换前一定要转换成智能对象。
- (5) 制作图中的侧面效果图。将变换图形转换成智能对象，再进行变换。
- (6) 几个面都调整好，样机也就制作好了。
- (7) 点图层中的智能对象，进行图片替换。
- (8) 每个面都可以进行替换。

三、学生制图 13 分钟

学生进行包装效果图制作 1 张，教师进行课堂巡视，检查学生的效果图绘制情况。

四、教师总结 1 分钟

针对学生绘制效果图过程中出现的各种问题，进行集中汇总。思考题、讨论、作业、技能操作：

【作业】

包装效果图制作 2 张。

参考资料（含参考书籍、文献、网络资料）：

使用教材：张瑞著《包装设计》，第二版，武汉大学出版社，2022年8月。

（二）参考资料：

（1）王炳南著《纸版墨色工》，第一版，清华大学出版社，2019年5月。

（2）张如画 欧阳慧 吴琼主编《包装结构设计制作》第1版，中国青年出版社，2017年7月。

（3）木村刚 孙琳编《日本纸盒包装创意设计》第一版，化学工业出版社，2013年07月。

（4）魏洁著《创意包装设计》第一版，上海人民美术出版社，2018年3月。

教学后记：

思考题、讨论、作业、技能操作：

【作业】

临摹包装作品1张。手绘，A4尺寸，彩色精细绘制。可用电脑或IPAD绘制，也可手绘，临摹作品图片学生自定。

参考资料（含参考书籍、文献、网络资料）：

使用教材：张瑞著《包装设计》，第二版，武汉大学出版社，2022年8月。

（二）参考资料：

（1）王炳南著《纸版墨色工》，第一版，清华大学出版社，2019年5月。

（2）张如画 欧阳慧 吴琼主编《包装结构设计制作》第1版，中国青年出版社，2017年7月。

（3）木村刚 孙琳编《日本纸盒包装创意设计》第一版，化学工业出版社，2013年07月。

（4）魏洁著《创意包装设计》第一版，上海人民美术出版社，2018年3月。

教学后记：