

最新包装设计开题报告(通用5篇)

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。报告的格式和要求是什么样的呢？下面是小编为大家带来的报告优秀范文，希望大家可以喜欢。

包装设计开题报告篇一

文化是在人类经历了历史经验过程中所积累的.文明总和。世界上每个国家在发展中都有形成各具特色的传统文化，而这个传统文化都与民族设计的发展息息相关，并且都离不开特定的文化体系也脱离不了各自的民族精神。

在这个商品经济迅猛发展的世界里，有着这么一些人，他们认为传统文化在随之落伍，并且企图摆脱掉传统文化对现代文化发展的束缚。然而包装设计的民族性与世界性是相辅相成的，只有体现传统特色的包装设计才能蕴涵这深厚的文化根源。现代包装设计与传统文化并不是相互分离的，它们应该相互渗透，辅助，并且完美的相结合，在不断发展的中实现对现代文化的传承，才能做出具有民族特色又不失现代感的包装设计。

在欧洲，个性化设计成为主流，也兴起了许多年轻的设计师，他们在设计中不仅保持了自己的民族风格，又有许多创新并一直遵守着国际标准。在包装设计这块他们有成熟的知识理论与保护体系，正真做到将现代包装与民族传统元素有机的相结合。而中国，虽然不乏老一辈的设计师一直坚持中国传统文化元素，但在新人辈出的年代，还是有一些人以模仿为荣，抛弃了中国传统文化，抄袭国外设计并以为模范，在有一段时间内这是一个主流现象。以至于很多不同品牌的设计亦趋于雷同。这是一个弊端。

中国五千年的文明产生了许多传统文化元素，为什么我们不能为之利用，更好的与现代包装相结合呢？还是有这样的设计师，他们一直坚持着传统文化元素的美，充分的理解了传统艺术的特征和表现手法，将其与现代理念结合，不仅具有传统的神韵又不失现代设计的意味。将传统元素符合现代人的审美习惯，在现代包装中设计中又注入传统的文化内涵，达到形与意的契合。

（一）研究目标

昨日的创新是今日的传统，今日的设计将是明日的文化。中国的传统文化绵延的数千年而未被淘汰，不仅在上世界上反映了人们心理需求还与审美标准达到共识。成为全球华人共通的视觉象征。更是贯穿与我们生活中。在以前传统文化之所以落伍甚至于摈弃，是因为未能求新变通，创造新的表现方式。但今日，我们重拾传统文化元素的美好，将其丰厚的文化资产更好的应用发挥，结合现代设计理念和手法，创造出符合时代需求的产品，使传统文化元素的生命形象更加生机盎然。文章将试从将各个传统文化元素方面与现代包装设计如何有机的相结合的问题入手，就结合方式，如何运用，表现手法进行思考。

（二）内容

绪论

1. 中国艺术文化元素的语言表达

1.1 戏剧在现代包装中的表现

1.2 现代包装中的书法意境

2. 中国民间文化元素的语言表达

- 2.1 融入于现代包装中的中国传统图案
- 2.2 传唱于现代包装中的民间元素
- 3. 中国传统文化元素在现代包装设计中的理念构想
 - 3.1 传统文化在包装装饰中的运用
 - 3.2 传统文化在包装结构中的运用
- 4. 解读设计作品《红之影》
 - 4.1 传统元素与包装设计的互动
 - 4.2 传统图案的融入

结束语

（三）难点及关键

中国传统文化元素蕴涵着许多宝贵的设计元素，是东方文化的一处独特的财富，不仅题材广泛，内容丰富，形式多样，更是其他艺术形式难以替代的。但是有很多人不懂得合理运用这些元素，将其粗俗，低级的表现形式呈现在大众面前，完全贬低了中国文化传统元素。许多厂家在国外打着中国传统的名号，胡乱的运用中国元素在包装设计中造成毫无美感而言的效果。不仅使产品毫无销量，更糟糕的是让没有中国文化认知的外国人误以为中国文化浅薄低俗。

为了中国传统文化元素在现代包装中的发展，理应让更多的设计师或是对艺术感兴趣的学者，认知到不一定只要是中国的特色就能与每一种产品的包装相结合。我们要了解到各个方面的知识及常识。中国传统文化是针对中国文化的传承而言的，它强调的是中国文化的渊源和传承下来的客观存在的文化遗产，也并不是一定适合西方的包装设计。当然也不是

没有可能，这也要靠我们能够完美的将其结合，而不是盲目的运用。

根据本课题：融入于现代包装设计的中国传统文化元素将采用以下研究方式：

1. 市场调查
2. 引经据典，参考国内外相关文献、书籍及报刊资料；
3. 统计收集国内外相关数据；
4. 互联网搜集相关资料；
5. 群众访谈；
6. 请教指导老师，并与同学们进行沟通讨论；
7. 分析资料，处理数据，提炼观点，撰写论述。

2□20xx年12月13日20xx年12月24日，提交开题报告，完成开题工作；

3□20xx年2月21日20xx年4月15日，毕业设计（实验、上机、制作等）；

4□20xx年3月14日20xx年4月8日，撰写论文初稿；

6□ 20xx年4月25日20xx年4月29日，提交毕业设计；

7□ 20xx年5月2日20xx年5月6日，答辩资格预审；

包装设计开题报告篇二

古典文学中常见论文这个词，当代，论文常用来指进行各个学术领域的研究和描述学术研究成果的文章，简称为论文。以下就是由编为您提供的。

(一)国内外对本课题的研究动态：

书——借助于文字、符号、图形，记载着人类的思想、情感、叙述着人类文明的历史进程。书籍装裱作为书籍的重要组成部分，发挥着极其重要的作用，并具有独立的审美价值，随着社会的不断发展，书籍装裱的形式更加多样化，从而形成巍然壮观的书籍设计艺术。

书籍装裱设计包含了书籍所需的材料与工艺的总和。它是书籍设计者以情感与想像来创作和表达，把握、反映书籍内容的特殊方式。传统意义上的书籍的功能主要是记述史实和保存知识，书籍装裱设计的工作仅限于美化、保护书籍。现代意义上的书籍装裱设计始于工业化时代，书籍在传播文明的同时，自身形成了一个造就全球性阅读空间的流通产业。书籍既是思想意识的结晶，又具有商品流通的一般功能。设计师除要考虑书籍开本、材料、形式、字形、印刷形式等一系列因素以外，还要考虑如何使图书畅销。

完美的书籍形态具有诱导读者视觉、触觉、嗅觉、听觉，味觉的功能：通过手的触摸，材料的硬挺、柔软、粗糙、细腻，都会唤起读者一种“触觉”的新鲜感；打开书的同时，纸的气息，墨的气味，随着翻动的书页不断刺激着读者的“嗅”觉；厚厚的辞典发出的啪嗒啪嗒的强烈响声，柔软的线装书发出的好似积雪沙啦沙啦的微弱的声音。如同“听”到一首演奏美妙的乐曲；随着眼视、手触、心读，犹如品尝一道菜肴，常常使读者分泌唾液，一本好的书也会触发读者的“味”觉，即品味书中音韵；而作为整个读书过程，“视觉”是最直接、

最重要的感受。这五种感觉的综合作用，使读者完成了阅读的心灵体验，形成了对书籍的总体印象，因此我们认为书籍装帧设计是一种“构造学”，是关于营造书籍外在造型的物性构造和内在信息传递的理性思考的综合学问。在对内容进行准确地阅读、理解、整理后，设计师需进入一系列有条理、有秩序的立体思考行为，来构建出设计者心中的“构筑物”。

(二) 依据和意义：

1. 依据：

概念书籍装帧设计是现代人对书籍设计提出的一种新的设计观念，它的出现是对未来书籍装帧设计的一种探索。概念书籍装帧设计不是凭空产生的，它是在现代设计的过程中产生的。

《漫》概念书籍装帧设计，是对书籍装帧设计的探索，立足自然，着眼真实的内心感受。对装帧对象内容的进行解读，并且通过装帧设计运用视觉的语言做出新的直观的诠释。

《漫》概念书籍装帧设计强调装帧中各种元素的集成与合作。即《漫》概念书籍装帧设计作为一个大的构造学系统，由各个子系统构成。它一般包括装帧形态、视觉元素、装帧材料、装帧形式以及所要传达的视觉风格，等等。在不断强调人类精神文明的社会，各种风格思潮百花齐放，书籍对于当前大多数群体将是实用的，其装帧设计不容小觑，当前市面上大多数的设计都如出一辙，一套新颖、充满创意又贴近心灵的概念书籍装帧设计——《漫》将是一场久违的春雨，涟动视觉，触诱心田。

2. 意义：

概念书籍装帧设计的意义及其必要性仍然是设计界和出版界争议的一个话题。对现代概念书籍装帧设计的研究，不应只着眼于书籍装帧设计的商业性目的，应该通过对概念书籍装帧设计的探索和研究，注重其对现代书籍装帧设计的思考方式、设计材料的运用、印制工艺的发展等方面的积极影响。概念书

籍装帧设计是书籍装帧设计的新形态,能激发设计师更加努力地探索书籍的艺术形态和结构形式美,使书籍装帧设计保持创新的特征。当然这其中还包括了对印刷工艺、装订、材料等各方面表现力的进一步挖掘,这就使得书籍装帧设计必须包含更为广泛的内容和形式,并且突破了传统表面装饰的狭隘观念,由内及外全面介入书籍内容的核心,跨入新的书籍装帧设计领域。在新的书籍装帧设计观的引导下对书籍结构、材料、印制工艺进行新的探索和研究,对当代书籍装帧设计具有重要的引导意义。发达国家提出五“w”设计思想定位,很值得我们借鉴与学习,即:什么东西(what)?指设计首先得告诉消费者,这是什么商品;为谁设计的(who)?指这种商品的销售对象是谁;什么时间(when)?什么地点(where)?指的是设计师不要忘记商品的时空定位;为什么(why)?指的是设计师为什么用这样的视觉形象作设计。

包装设计开题报告篇三

(一)课题来源:虚拟

1、中国传统建筑中的设计元素和观念在平面设计中的应用

中国是世界四大文明古国之一,有着悠久的历史,劳动人民用自己的血汗和智慧创造了辉煌的中国建筑文明。中国的古建筑是世界上历史最悠久,体系最完整的建筑体系,从单体建筑到院落组合、城市规划、园林布置等在世界建筑史中都处于领先地位,中国建筑独一无二地体现了的“天人合一”的建筑思想。

中国传统建筑在图形、文字、色彩、造型结构的几个特点:

通过以上的中国传统建筑的特点介绍,例如故宫--故宫是我国也是世界上目前保存最完整、规模最大的古代皇宫建筑群。它的艺术语言和表现手段非常丰富,通过图形、文字、色彩、

造型结构等许多元素的完美结合，共同构成了中国传统建筑艺术的造型美。把中国传统建筑的风格表现的淋漓尽致，形成完美的“天人合一”的建筑思想，同时将这些传统建筑特点运用到“泥人张”世博会纪念品的平面海报中，充分突出其中国元素。

2、在“泥人张”包装设计中体现出中国传统建筑的独特魅力

“传统包装”主要是指人类的传统文化包装而言。而传统文化是人类在过去的漫长历史时期中，在生产、生活等各方面所逐渐积累起来的文明成果，也是已有的人类智慧的结晶，是后人不断继承与发展前人知识及技能的基础。各个地区或国家有不同的传统文化，例如(“泥人张”的泥人工艺品，泥人张的彩塑，把传统的捏泥人装饰以色彩、道具、形成了独特的风格，同时突出了中国传统文化的特点。)通过“泥人张”的泥人工艺品的介绍，充分体现了“传统包装”就是传统文化包装。

如何把传统建筑中的设计元素融入到“泥人张”世博会纪念品传统包装结构中去，把包装盒作为一个宏伟的殿堂来进行设计把传统的建筑元素充分融入到“泥人张”世博会纪念品传统包装中去(殿堂形象壮丽，格局严谨，给人强烈的精神感染。中国传统文化注重巩固人间秩序，与西方和伊斯兰建筑以宗教建筑为主不同，中国建筑成就最高的就是殿堂。同时它是中国传统建筑元素大气、生气、富力、重山林风水等表现最为突出的建筑。)将殿堂中的传统元素运用到包装盒的六面体中去，做成代表中国特色的包装盒。

3、“泥人张”世博会纪念品包装设计中图形、文字、色彩的表现

包装设计中图形、文字、色彩等要素是传递商品信息，提升企业品牌形象的主要内容。

在图形上运用了中国传统装饰纹样(回纹)，它在中国的传统建筑中运用的蛮多，(例如一楼、阁、亭中在横梁和其他部位都有很广泛的运用)，我国传统装饰纹样中蕴涵的吉祥观念反映了我国源远流长的文化底蕴。历史的积淀使中国的传统文化让人不由地有种神秘感，通过感知中国传统文化，研究传统吉祥图案，使我们更加了解不同时代人的审美情趣和对美好事物的表达方式。把传统建筑的装饰纹样(回纹)运用到包装盒中，突出了中国传统的元素，最终达到将“泥人张”世博会纪念品包装推向一个更高的层次。

字体是传递商品信息，提升企业品牌形象的主要内容。字体和图形一样同属视觉符号，是视觉传达设计的重要组成部分。它主要承担着信息传递视觉化作用，是视觉传达中进行沟通的主要媒介物。

在传统建筑上运用字体突出庄重等特点(例如宫殿匾额——书写效果略微宽扁，横画长而直画短，讲究“蚕头燕尾”、“一波三折”)，在设计中，运用繁体字体对“泥人张”的标志进行设计，突出包装的特征，并将产品信息更好的传递给消费者。

在包装的色彩上采用红色为主体色调，红色象征着热量、活力、意志力、火焰、力量、愤怒和血液的循环。例如我们古代宫殿基本上运用红色为主色调，我运用红色一要表现包装盒上的大气，宏伟，还有就是表现出中国人们对上海世博会的热情和活力。

(二)目的和意义：

以“泥人张”世博会纪念品包装设计为研究对象，将其内容和形式充分结合起来，并将包装盒作为宏伟宫殿进行设计将信息最简洁、明确、清晰地传递给观众，引起他们的兴趣，努力使他们信服传递的内容，并在审美的过程中欣然接受宣传的内容，诱导他们采取最终的行动。

(三) 传统元素在国内外现状:

中国传统设计元素是东方文化的一处独特景观和宝贵财富，它题材广泛、内涵丰富、形式多样、历史悠久，是其他艺术形式难以替代的，在世界艺术之林中，它那独特的东方文化魅力正熠熠生辉。

传统文化在现代广告中的应用

广告创意从商品世界深入到传统文化深厚的土壤中，既为广告灌注积极的文化内涵，又构建了新的价值取向，实施合理的广告策略，这是十分重要的。

广告创意来源于生活，来源于文化。文化同时也会提升广告创意的内涵，为广告产品带来文化附加值。而一个民族的文化因其独特性必然会给广告创意带来独特的个性，从而提升创意的吸引力与认可度。在当今的消费时代，广告产品如何取得竞争力，关键在于其传达的文化价值，塑造的品牌形象是否具有个性，是否区别于同类且被消费者认可的特点，是否能满足消费者的心理需求。因而，独具特色的、丰富的民族文化资源，可以增加广告创意的力，为广告主带来意想不到的效果。

以某系列的地产报纸广告为例，用传统建筑形式作为广告的切入点；结合了中国传统艺术作品中对中国画艺术高度，在设计领域创新运用，突出了东方意识形态和完美家居生活品质理念。设计者通过对水墨、书法等中华艺术精粹的准确把握，形成自己那种带有很强东方文化的表现风格，完美地把民族传统文化艺术糅和到现代设计观念里面。

中国传统元素运用如此广泛，如何让外国人喜欢中国的传统元素

日本当代的平面设计中，对传统元素的深入研究和利用可以

说早于我们，但日本设计师主要是从传统元素的形式美的角度去寻找可用的平面设计元素。我们可以见到大量的以传统元素为形，用中国传统元素的表现方式加入现代平面构成理念的作品。从中我们感受到了中国文化的魅力和传统元素对世界平面设计领域独特的影响力。当代中国设计师在中国传统文化的基础上，试图从不同的视角去表现以传统元素为代表的中国平面艺术，利用中国传统建筑元素作为平面设计元素来表现观念。相对于外国设计师来说，中国设计师似乎更愿意从传统元素所蕴藏的中国文化的深层意义中去探寻一些设计元素和灵感，去表现纯正的中国传统文化特色。

总之，无论是对传统的继承还是对外国文化的借鉴，都要重视做好创造性转换工作，做到“古为今用，洋为中用”。继承传统不是食古不化；讲设计的民族特色、中国气派，决不是要将中国符号生搬硬套到现代设计作品中。

(一) 课题研究的主要内容：

中国传统建筑元素在包装设计中重要的应用，也是包装设计诸要素中最重要的一项。从信息化、视觉化、艺术化的视角来审视包装设计，可以领略到它是一种巨大的生命力和感染力的设计元素，它有其它设计元素和设计方式所不可替代的设计效应。结合本人的毕业创作，进一步分析如何使标志应用于包装设计中，希望人们对这些信息正确接收、把握，并在让顾客采取行动的同时使他们得到美的感受。

- 1、大量搜集相关资料，了解中国传统建筑元素的起源、发展及特征。追溯中国传统建筑的表现及特点，收集上海世博会中国馆建筑特点进行比较。再从构图、表现形式、色彩上面进行具体的设计分析。

- 2、了解包装的发展和内涵，及传统包装设计的现状，特别是传统元素造型包装。收集大量传统包装设计的素材，特别是分析中国传统建筑元素在“泥人张”世博会纪念品包装中的

应用。

3、进行设计创新，在毕业创作中体现中国建筑元素在泥人世博会纪念品包装设计中的具体运用。

(1) 创作目的

随着生活水平的日益提高，旅游已成为人们生活中不可或缺的一部分。在旅游中肯定会买些和旅游有关的纪念品，同时上海世博会是面向世界的活动，会有很多的国际游客，于是我的泥人包装设计就是要突出中国文化和韵味来吸引国际游客。

(2) 创作观念

这次的包装设计大胆的运用中国传统建筑元素(世博会中国馆)为元素，以最直观的方式展示中国的文化与韵味和中国的特色。

(3) 创作思路

本人的包装盒设计除了本身形式达到与众不同外，其最主要的就是包装盒的盒盖在设计上巧妙的层次的原理，突出其盒盖整体性，同时运用平面构成原理，让其整体上达到立体构成的效果。通过中国传统建筑元素(世博会中国馆)与包装盒的组合，使整个包装充满了中国传统文化气息。

1.1 包装的定义；

可以这么说，从有产品的那一天起，就有了包装。包装已成为现代商品生产不可分割的一部分，也成为各商家竞争的强力利器，各厂商纷纷打着“全新包装，全新上市”去吸引消费者，绞尽脑汁，不惜重金，以期改变其产品让消费者心中的形象，从而也提升企业自身的形象。就象唱片公司为歌星

全新打造、全新包装，并以此来改变其在歌迷心中的形象一样，而今，包装已融合在各类商品的开发设计和生产之中，几乎所有的产品都需要通过包装才能成为商品进入流通过程。

包装理解与定义，在不同的时期，不同的国家，对其理解与定义也不尽相同。以前，很多人都认为，包装就是以转动流通物资为目的，是包裹、捆扎、容装物品的手段和工具，也是包扎与盛装物品时的操作活动。20世纪60年代以来，随着各种自选超市与卖场的普及与发展，使包装由原来的保护产品的安全流通为主，一跃而转向销售员的作用，人们对包装也赋予了新的内涵和使命。包装的重要性，已深被人们认可。对于包装的定义，在高级汉语大词典里对它的定义为：

1) 把东西打捆成包或装入箱等容器的动作或过程

2) 包装商品的东西，即起覆盖作用的外表、封套或容器；特指储藏或运输商品时用的保护性的单元我国在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。在其它版本的教材中，也有对包装定义为：“为了保证商品的原有状及质量在运输、流动、交易、贮存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。”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。

1.2 包装的作用

1.2.2 便利功能；所谓便利功能，也就是商品的包装是否便于使用、携带、存放等。一个好的包装作品，应该以“人”为本，站在消费者的角度考虑，这样会拉近商品与消费者之间的关系，增加消费者的购买欲，对商品的信任度，也促进消费者与企业之间沟通。我想，很多人购买易拉罐装的饮料时，都喜欢开盖时的那一声“啪”带来的快感。

1.2.3销售功能;以前,人们常说“酒香不怕巷子深”、“一等产品、二等包装、三等价格”,只要产品质量好,就不愁卖不出去。在市场竞争日益强烈的今天,包装的作用与重要性也为厂商深谙。人们已感觉到“酒香也怕巷子深”。如何让自己的产品得以畅销,如何让自己的产品从琳琅满目的货架中跳出,只靠产品自的质量与媒体的轰炸,是远远不够的。因为,在各种超市与自选卖场如雨生春笋般而起的今天,直接面向消费者是产品自身的包装。好的包装,能直接吸引消费者的视线,让消费者产生强烈的购买欲,从而达到促畅的目的。设想一下,某一产品,在媒体里,把它描绘的无比神奇,不管是功能作用,还外观质量,让人听了都蠢蠢欲动,恨不得马上一亲芳泽,可谓一旦拥有,别无所求。可当你一拿到东西时,跳出你视野的是一个包装粗陋,溢着浓浓的“土”味与“腻”味,色彩让人看一眼就目炫的东西,你会对其产品产生信任感吗?恐怕你第一想到就是,是不是媒体搞错了,广告宣传的那么好。还没打开,就开始失望了呢。如今,很多聪明的厂商与策划公司,都把包装列为企业的4p策略之一(4p:position市场-product产品-package包装)。把包装容入ci之中,在推销产品的同时,也提升了自身的企业形象。

正如人们常说的一样“包装是沉默的商品推销员”二、的分类商品种类繁多,形态各异、五花八门,其功能作用、外观内容也各有千秋。所谓内容决定形式,包装也不例外。所以,为了区别商品与设计上的方便,我们对包装进行如下分类:

2.1按产品内容分:日用品类、食品类、烟酒类、化妆品类、医药类、文体类、工艺品类、化学品类、五金家电类、纺织品类、儿童玩具类、土特产类等。

2.2按包装材料分:不同的商品,考虑到它的运输过程与展示效果等,所以使用材料也不尽相同。如纸包装、金属包装、玻璃包装、木包装、陶瓷包装、塑料包装、棉麻包装、布包装等。

2.3按产品性质分

2.3.1销售包装销售包装又称商业包装，可分为内销包装、外销包装、礼品包装、经济包装等。销售包装是直接面向消费的，因此，在设计时，要有一个准确的定位（关于的定位，在后面有详细介绍）符合商品的诉求对象，力求简洁大方，方便实用，而又能体现商品性。

2.3.2储运包装储运包装，也就是以商品的储存或运输为目的的包装。它主要在厂家与分销商、卖场之间流通，便于产品的搬运与计数。在设计时，并不是重点，只要注明产品的数量，发货与到货日期、时间与地点等，也就可以了。

2.3.3军需品包装军需品的包装，也可以说是特殊用品包装，由于在设计时很少遇到，所以在这里也不作详细介绍，也不是本书的重点。

2.4包装的形状分：

2.4.1个包装个包装也称内包装或小包装。它是与产品最亲密接触确触的包装。它是产品走向市场的第一道保护层。个包装一般都陈列在商场或超市的货架上，最终连产品一起买给消费者。因此我们设计时，更要体现商品性，以吸引消者。

2.4.2中包装中包装主要是为了增强对商品的保护、便于计数而对商品进行组装或套装。比如一箱啤酒是6瓶，一捆是10瓶、一条香烟是10包等等。

2.4.3大包装大包装也称外包装、运输包装。因为它的主要作用也是增加商品在运输中的安全，且又便于装卸与计数。大包装的设计，相对个包装也较简单多。一般在设计时，也就是标明产品的型号、规格、尺寸、颜色、数量、出厂日期。在加上一此视觉符号，诸如小心轻放、防潮、防火、堆压极限、有毒等等。

包装设计开题报告篇四

包装起源于贮存人类持续生存的食物需要，当人类社会发展到有商品交换和贸易活动时，食品包装逐渐成为食品的组成部分，起着越来越重要的作用；现代包装已成为人类日常生活消费中必不可少的内容。食物易腐败变质而丧失其营养和商品价值，因而必须适当包装贮存和成为商品流通[1]。在五谷杂粮包装设计过程中，通过设计特殊的结构和美丽的装潢能给人以视觉冲击，引起人们的购买欲望，促进商品的销售，从而增加经济效益。

五谷杂粮是我们从出生就赖以维持生存的食物，是中国几千年来，老百姓一直奉为圣品的“五谷为养”、“五谷为厚”、“五谷丰登”，是现代人的餐桌上的时尚回归。由五谷杂粮为原料，派生而来的食物，成为具有真醇品质的食物。随着人们环境保护意识的增强，绿色食品越来越受到广大消费者的青睐，“绿色消费”逐渐成为一种流行和时尚，为营销者提供了无限商[2]。随着我国在外贸中地位的上升，把我国农产品推向世界已成趋势，但是光靠产品本身是不够的，我们还要开发它，尤其是在包装上做文章，以此提升产品的经济效益，产品质量。

杂粮种类繁多，包括：高粱、小米、荞麦、燕麦、大麦、黑小麦、绿豆、红小豆、芸豆、黑豆、蚕豆、大豆、特用玉米、薏米等。杂粮在日常生活中食用量少，包装小，每袋重量轻，便于携带。随着人们对食品质量要求的提高，包装的材质越来越向高端化、绿色环保化方向发展，包装结构越来越多元化、精美化，以此提高食品的商品价值。传统杂粮在运输中一般使用麻袋、布袋等透气性包装，在销售过程中，杂粮一般采用散装形式，人们通过看、抓、闻、嗅来购买，最后用塑料袋散装回家，这是普通超市销售过程。

现代商品社会中，包装对商品流通起着极其重要的作用，包装的科学合理性会影响到商品的质量可靠性，及传达到消费

者手中的完美状态，包装的设计和装潢水平直接影响到商品本身的市场竞争力乃至品牌、企业形象[3]。杂粮由于营养丰富容易生虫、发霉、滋生细菌，不好保管，其使用品质就会明显下降。杂粮还易受到虫害和鼠类的影响，造成储藏杂粮数量上的损失，因此杂粮包装的要求是防霉、防虫、保鲜。当前杂粮包装有以下几种形式：

a.散装：裸露在高温高湿的环境中，容易受到影响，品质劣变非常快，使产品既不美观，也不利于保存，使消费者易产生产品低下的错觉，影响产品档次，难于国外品牌相竞争。

b.常规塑料袋包装：这种方式很直观，可是却使杂粮无包装可言。

c.麻袋和布袋包装：在运输和搬运过程中容易破损和泄漏，并且不能起到防虫害、防潮、防菌、保鲜等效果。

d.复合型塑料袋：由于密封性和抗压性，在运输过程中容易出现破袋现象，用后难以分解对环境也起到不利影响，以及塑料制品有毒性使塑料袋使用受到一定的制约。

中国的文字源远流长，经过历史的锤炼，岁月的琢磨，使汉字本身即已具备了形象之美而达到艺术的境界。许多企业的形象标志就是汉字的抽象变形、组合。其视觉效果已成为设计民族风格的一种形式特征。

色彩是视觉传达力最活跃的因素。在竞争激励的商品市场上，要使包装具有明显区别各类产品的视觉特征，增强人们对商品的认识和记忆，更富有吸引消费者的魅力等等，这都离不开色彩的设计与运用[4]。杂粮色彩丰富多彩，在包装设计中，可利用色彩多，在设计时利用色彩的象征性，表现杂粮的精神属性；也可以采用清雅、乳白、牙黄、谷黄、淡绿等纯天然色彩，会令人产生卫生健康舒适的感觉，其次是让消费者通过色彩看到优质杂粮的品质纸质包装可利用其本身色调，让

人产生回归自然的感觉。同时色彩也要求简洁、大方。再次是让杂粮的陈列和叠放产生更好的效果，从包装外表提高杂粮的品质。有针对性的对杂粮包装的色彩进行设计，促进产品的推广。杂粮包装的造型、图形、文字这些可以都相同，但是色彩必须要有变化，才能产生视觉冲击力。

杂粮主要购买者是成年家庭主妇，其图案设计不够沉稳。设计图案的单调，不新颖，很难吸引消费者的眼光，会使得图案与杂粮形象不相符。

现在的中国随着越来越多的食品安全问题出现，人们都更加注重食品的健康与营养，健康生活也是日后的趋势。现在大家都会选择历经中国历史几千年考验的五谷杂粮。当人们的物资积累不断增加，会越来越关注养生、保持方面。现在随着人们生活水平的提高，对养生也是越来越重视了。五谷杂粮、食疗养生已被广泛认同这已是不争的事实：商场、超市五谷杂粮的销量快速增长，杂粮价格也不断上涨；网络媒体关于食疗养生的报道也是屡见不鲜，市场前景不言而喻。回归自然，返朴归真已逐渐成为新时尚，市场竞争也更加激烈。商品包装被看作是有利于促销的媒介，这已成为包装界的共识。目前，包装产业的发展趋势正朝着多样化、多功能、高效率、环保化的方向发展[5]。包装作为商品的外部载体，更是直接地影响着商品的价值和销售状况。如果既有优质的食品，又有相互完善的食品包装，就更能展现出食品的魅力，使消费者真正感受到一种从里到外的享受。同时也积极地树立了产品形象，使其面对市场，更具竞争力。

参考文献

[1]章建浩. 食品包装技术[m].北京：中国轻工业出版社□xx.

[2]李晓霞，刘剑，李晓燕，赵仕红. 消费心理学[m].北京：清华大学出版社□xx.

[3] 章建浩. 食品包装学[m].北京：中国农业出版社□xx.

[4] 尹章伟. 商品包装知识与技术回答[m].北京：化学工业出版社□xx.

[5] 程为宝. 包装经济学[m].北京：印刷工业出版社□xx.

包装设计开题报告篇五

对平面、立体进行规划，进行包装盒设计。

能够运用photoshop软件画图及后期3d效果处理。

1. 通过相关文献的参阅，结合相关理论知识，完成包装盒设计。

2. 按照规定格式完成开题报告和设计说明书。

1. 每天填写实习记录手册。

2. 完成学校的相关任务。

毕业实践课题设计研究的目的：

1. 综合运用所学专业知识，分析问题和解决问题的能力。

2. 掌握文献检索，资料查询的基本方法以及获取新知识的能力。

3. 协作配合工作的能力。

4. 熟悉三维空间设计的方法和程序步骤。

5. 熟练运用基本技能的能力。

6. 培养学生探求真理、强化社会意识、提高综合能力与素质。

课题实施的方法：

抽纸盒的外包装是很重要的，现在市场的竞争很激烈，商家要获得好的口碑，抽纸盒的外包装必须要给消费者带来新意，舒适，看到它眼前一亮，很想购买它。本文首先分析了抽纸盒外包装设计的构成，它需要哪些材料，最后才能达到需要的效果，即从内容出发，先确定品牌，制作出各个面的效果，最后做出3d的效果。

通过设计出的抽纸盒外包装，说明了photoshop在平面设计中的重要性。设计是有目的的策划，平面设计是这些策划将要采取的形式之一，在平面设计中你需要用视觉元素来传播你的设想和计划，用文字和图形把信息传达给受众，让人们通过这些视觉元素了解你的设想和计划，这才是设计的定义。设计的关键之处在于发现，只有通过深入的感受和体验才能做到，打动别人对与设计师来说是一种挑战。本设计中所使用的photoshop软件在设计方面拥有自己独特的优点与长处，从抽纸盒的设计中，让我们窥其一隅。

课题进度安排计划：

20xx年1月3日——20xx年2月28日包装盒平面设计

20xx年2月28日——20xx年3月22日包装盒立体规划

20xx年3月23日——20xx年4月10日制作3d效果

20xx年4月10日——20xx年5月7日最终测试渲染出图

20xx年5月7日——20xx年5月22日毕业论文

20xx年5月22日——20xx年5月27日准备答辩

课题预期的阶段成果及最终结果：

(1) 经过努力本设计做到了以安全，健康，环保，并对于空间能进行合理的分区规划。

(2) 熟悉展示材料的特点，使用安全经济的材料，在美观的基础上节约了成本。

(3) 从里到外、从外到里，局部与整体协调统一，正确、完整，又有表现力地表达出展厅环境设计的构思和意图。

参考文献资料：

[3] 陈征《photoshop图像处理教程》北京大学出版社20xx年

[4] 王爱民《photoshop图像处理技术》中国水利水电20xx年