# 包装设计毕业论文

来源：网络 作者：水墨画意 更新时间：2024-07-24

*第一篇：包装设计毕业论文XXXXXXXXXXX学院毕业综合实践项目项目名称： 静态军事模型-侦察车包装设计 作者： 学号： 系别： 专业： 指导老师： 专业技术职务摘要静态军事模型作为特殊的商品，属于一种奢侈品，都是被...*

**第一篇：包装设计毕业论文**

XXXXXXXXXXX学院

毕业综合实践项目

项目名称： 静态军事模型-侦察车包装设计 作

者： 学

号： 系

别： 专

业： 指导老师： 专业技术职务

摘要

静态军事模型作为特殊的商品，属于一种奢侈品，都是被国内外模型爱好者所购买收藏。外形完全根据各国各年代军事设备武器按不同比例缩小仿制而成，具有真实性和历史性，大多由高级工程塑料ABS或PS塑成板件。模型产品含蚀刻片、水贴纸、彩页、说明书和包装盒。市场上，比例较小的塑胶模型外包装基本上采用天地盒，内装物如蚀刻片一般采用塑料薄膜覆盖在正面，塑胶板件包装材料一般采用侧边封的塑料袋。一些比例较大的模型，会采用木盒，包含展示托架。本文以模型的水贴纸、彩页、说明书和包装盒的制作过程，设计要求，设计要素和注意事项以及印前处理等问题做了简要的归纳和探讨。

关键词

专色 涂装 包装装潢设计 印前处理

目 录

摘 要...............................................................................................................................................2 第一章 水贴纸的制作...................................................................................................................4

1.1 水贴纸设计过程.............................................................................................................................4

1.1.1 图形设计...........................................................................................................................4 1.1.2 专色处理...........................................................................................................................4 1.1.3 排版.....................................................................................................................................5 1.1.4 打样板................................................................................................................................6

第二章 彩页的制作.......................................................................................................................6

2.1 彩页的设计过程.............................................................................................................................6

2.1.1 根据线图给模型上色（涂装）.....................................................................................6 2.1.2 标色.......................................................................................................................................7 2.1.3 标水贴纸..............................................................................................................................7 2.1.4 建立图框..............................................................................................................................8

第三章 包装盒的制作...................................................................................................................8

3.1包装盒的设计过程.........................................................................................................................8

3.1.1绘制包装盒的刀模线........................................................................................................8 3.1.2确定包装盒的装横设计....................................................................................................9 3.1.3印前处理...............................................................................................................................9 3.1.4 打样板..................................................................................................................................9

第四章 说明书的制作.................................................................................................................10

4.1说明书的设计过程.......................................................................................................................10

4.1.1图文编辑.............................................................................................................................10 4.1.2修改初稿.............................................................................................................................10 4.1.3输出菲林.............................................................................................................................11

结

论...........................................................................................................................................11 致

谢...........................................................................................................................................12 参 考 文 献.................................................................................................................................13

第一章 水贴纸的制作

1.1 水贴纸设计过程

本章主要介绍一些水贴纸的制作过程，具体而言，制作过程一般包括五个方面：

1、图形设计

2、专色处理

3、图形排版

4、试贴

5、打样板。下面就针对以上的5个方面分别进行论述。1.1.1 图形设计

水贴纸，顾名思义，是指泡在水里才能使用的贴纸，是利用水作载体把图案与底纸分离再转移到承印物上，实现间接印刷的原理。不同的模型出现的水贴纸的数量也不同，根据以往的经验，一般飞机模型的水贴纸数量较多，图形和文字也较为复杂，舰船、坦克和装甲车辆相对来说水贴纸要少很多，图文较为简单。

本次探讨的美国M3A1“怀特”侦察车（早期型）模型，水贴纸的数量总共17个，图文难易程度属于中等。该款模型上的水贴纸只要有两款，其中一款是美军军旗标志红色正圆上有一个白色五角星居中，五角星内含蓝色正圆居中，数量为2个，大小不一。还有车辆的白色车牌号码；另一款是白色正圆环上有一个白色五角星居中，数量只有一个，黑色车牌号码，另外还有一些特殊的标志（如图一），（图一）

该款侦察车的仪表板上有9个水贴纸，是两款水贴纸通用的。以上所说的图形都是根据真实的历史图片使用Adobe Illustrator 或CorelDRAW设计软件进行抠图，得到图文的基本轮廓。

1.1.2 专色处理

专色是指在印刷时，不是通过印刷C，M，Y，K四色合成这种颜色，而是专门用一种 4

特定的油墨来印刷该颜色。专色油墨是由印刷厂预先混合好或油墨厂生产的。对于印刷品的每一种专色，在印刷时都有专门的一个色版对应。使用专色可使颜色更准确。尽管在计算机上不能准确地表示颜色，但通过标准颜色匹配系统的预印色样卡，能看到该颜色在纸张上的准确的颜色，如Pantone彩色匹配系统就创建了很详细的色样卡。

对于设计中设定的非标准专色颜色，印刷厂不一定准确地调配出来，而且在屏幕上也无法看到准确的颜色，所以若不是特殊的需求就不要轻易使用自己定义的专色。在完成制作水贴纸图形设计时，就要在Adobe Illustrator中的色标簿中Pantone solid coated设置所需要的专色，黑白色可以不用设置专色，水贴纸的胶位也可以不用设置，一般胶位的大小是图形文字转成曲线后外轮廓偏移路径为0.5mm，圆角连接，用C50%来设置胶位颜色，如图二所示

（图二）

用于在打板印刷时起到说明的作用，待真正印刷时胶位是无色透明的。由于专色具有不透明性，专色油墨是一种复盖性质的油墨，它是不透明的，可以进行实地的复盖，所以除了图形颜色为黑白色的不用加白色底色以外，其他颜色的水贴纸图形都要叠加白色底色，以免在印刷时出现偏色。1.1.3排版

为了整体美观，节约成本，一般把许多零零碎碎的水贴纸排版成正方形或长方形，每一个水贴纸之间的距离大约为5mm，如图三所示;

（图三）

因为收藏者在制作模型时，会把水贴纸单个地用剪刀剪下，所以要间隔，避免把傍边的水贴纸损坏。在排版过程中，还需注意图形内容和大小，有些图形可能是贴在模型的折弯地方，这时就必须把图形分割成几部分，然后拼在一起，再单独地贴在模型上。图形排完后，要给水贴纸标号，标号需注意的是同一款贴纸的尽量放在一起，编号相连，对于水贴纸比较多的模型，这样就方便寻找。1.1.4打样板

完成以上四个操作后，最后就要检查文件，输出打样板。打样之前需要确定文件图形文字已经全部转成曲线，设置专色，裁切标记，尺寸大小，颜色数量。即可交由印刷厂打样，带样板回来后，确定无色偏，大小一致，就可以批量印刷。如图四所示：

（图四）

第二章 彩页的制作

2.1 彩页的设计过程

本章主要介绍彩页的制作过程，在整个产品包装设计过程中，这一过程比较重要，花费时间最长，有时候在制作一些比较复杂的模型，花费将近一个星期的时间，具体而言，制作过程一般包括四个方面：

1、根据线图给模型填色（涂装）

2、标色

3、标水贴纸

4、建立图框。下面就针对以上的4个方面分别进行论述。2.1.1 根据线图给模型上色（涂装）

画涂装是制作彩页的关键步骤，彩页能直观描绘了模型上色后的整体效果和表现细

节。涂装的要求一般根据真实的历史图片，来设置模型的整体色调。以该款侦察车为例，首先，要把在ProEngineer 画好的模型立体效果图导出五视图到AutoCAD，再把线图转到Photoshop中，设置线图粗细为0.1mm，颜色为K100%，由于彩页是需要四色印刷的，避免线图泛白，需要设置线图该图层的模式为正片叠底，然后开始给线图上底色，由于该款侦察车有两种涂装，第一种颜色采用橄榄绿，第二种颜色采用橄榄褐，根据郡仕硝基漆颜色，在Photoshop颜色调板中设置相同色调。然后在模型的细节上给予不同的颜色，如轮胎，机枪，斧头，铁铲，车灯，窗和座椅等。最后，就是要在模型上绘制出明暗效果，让模型在视觉上产生立体感，这非常关键，涉及到光线从哪个角度照射下来以及画笔笔触的设置，这需要有一定的美术基础。在第一种涂装中，还绘制了车辆造旧的效果，把车身上的雨水侵蚀痕迹和铁皮生锈的效果绘制得栩栩如生。在第二种的涂装中，车身上有迷彩，这时就需要观察真实的历史图片中，迷彩的走向和色块面积大小，而且两侧车身的迷彩不能镜像，不统一的。2.1.2 标色

标色的作用是让模型收藏者在制作模型时，利用彩页上的颜色代码，获得具体的油漆颜色，然后选择所需要的品牌，在模型上喷涂。一般模型油漆的品牌有Mr.Hobby、Vallejo、ModelMaster、Tamiya、Humbrol五种。郡仕（Mr.Hobby）是日本乃至全世界最有名的模型涂料与耗材的专业厂商。其生产的涂料几乎已经成为业界标准。郡士的模型涂料和耗材的质量一般认为要比田宫（Tamiya）的稍高一些。也有部分不如田宫或和田宫不相上下。彩页中出现在右下角的表格中标注了该款模型所用到的涂料编码。如图五所示：

（图五）

2.1.3 标水贴纸

在第一章的内容中，了解到水贴纸的制作，现在就要把它移到涂装相应的地方。由于水贴纸是粘贴在模型上，所以在彩页中反应出来的效果要真实，不要简单机械地把贴纸放在涂装上，而是让贴纸产生透视的效果。如图六所示：

(图六)

2.1.4 建立图框

由于该模型需要制作两种涂装，一般彩页的尺寸大小是A4 210X297mm拼版双面，打样大小为A3 297x420mm。彩页的图框大小一般是根据模型比例来设计，对于一些比例较大的为1：32飞机或者1:350舰船，基本上采用的图框大小是A3篇幅。最终完成的效果如图七所示：

（图七）

第三章 包装盒的制作

3.1包装盒的设计过程

包装盒的表面装潢设计风格基本上是根据客户的要求来变化的。一般盒子颜色根据不同种类模型来确定的，盒子正面是模型的电分画稿，侧面是画稿的缩小图和模型的涂装，包括左视图和右视图，另外，还有模型的中英文简介以及产品包装要求的元素。制作过程包括以下几个方面：

1、绘制包装盒的刀模线

2、包装盒的装横设计

3、印前处理

4、打样板。

3.1.1绘制包装盒的刀模线

该款包装盒的尺寸大小为30x14.5x5.8cm，结构为天地盒，所以结构相对来说比较简单。在绘制过程，要注意的是压痕线使用0.3mm的虚线表示，绘制完毕，创建裁剪标记。

3.1.2确定包装盒的装横设计

该款侦察车属于坦克装甲车辆之类，所以包装盒的版面设计要与其他坦克产品系列的统一。首先，盒子正面是模型的电分画稿，包括商标HobbyBoss、模型名称的中英日文和模型的长宽尺寸。侧面（左右）是画稿的缩小图、模型名称的中英日文、商标HobbyBoss、比例和产品编号。侧面（上下）是模型的涂装、蚀刻片、中英文简介、条码、说明语、警告语和版权等。完成后需在3D MAX制作渲染图，效果如图八所示：

（图八）

3.1.3印前处理

完成包装盒的结构和装潢设计后，在给输出公司印刷时需要检查一下几点：

1、规格（即实际尺寸、包括正图大小、侧图、角线等）

2、检查折边位是否正常（是否存在图像文字越界、骑界或靠界太近太远）

3、各元素是否齐全（Logo、条码、厂地、警告语、名称、规格、比例、编号、版权以及说明语）

4、图像检查（清晰度是否够、有无色差、色阶是否正常、图形有无污点、残缺、图像裁切后是否主题突出、有无明显的修正笔触以及Logo完整和大小、图像色彩模式是否已转成CMYK，链接图片是否已经嵌入。

5、文字检查（首先文字或字母有没有漏打或多打，有无错别字，标点符号、行距、间距是否合适，文字是否以及转成曲线）。3.1.4 打样板

打样板的材质为225g的灰底白卡纸。颜色为4C，菲林药膜向下，网线175，阳片，待打板后，检查是否为实际尺寸大小、色偏等。

第四章 说明书的制作

4.1说明书的设计过程

在整个包装设计的过程中，说明书的制作相对来说是最简单的。制作过程具体包括以下几个方面：

1、图文编辑

2、修改出稿

3、输出菲林。下面就针对以上的3方面分别进行论述。4.1.1图文编辑

在制作说明书的过程，利用Adobe Illustrate 10.0对AutoCAD的dxf格式文件进行转换，得到ai格式文件。颜色模式为CMYK。说明书的制作对于不同品牌的模型产品，设计要求也有所变化，款侦察车属于HobbyBoss商标的产品，所以图形和文字的编辑要按这品牌来统一要求制作。

首先，对图层的内容处理。模型的线条中实线有两种规格，细线的大小为0.1mm,轮廓线为0.3mm，虚线为0.1mm，颜色都为K100%单黑。中文字体大小为黑3.2mm,英文字体为Arial3.2mm，箭头引线为0.15mm,标注线为0.1mm。然后，对部分零部件标色和标水贴纸，填充K50%。最后，设置图框大小为202X274mm，说明书的封面需要添加模型的画稿，颜色模式为灰度，如图九所示：

（图九）

4.1.2修改初稿

该说明书总共12页，图文编辑完成后需要打印出来，核对模型的塑胶板件的线图和编号，对部分零件的标色需要根据该款车的真实历史图片来核对，标色的水性油性编号要查找色盘核对。

4.1.3输出菲林

由于说明书颜色是单黑的，避免在图文编辑的过程中，部分线图或文字还存在4色，需要对文档导出JPG格式，再将图片在PhotoShop中打开，在通道面板中，取消黑色，检查有无杂色存在或叠印的情况。完成以上操作后，对文字转成曲线，即可输出菲林，不需要打样。

结

论

综上所述，我们可以通过图形设计、文字设计和色彩设计达到对包装设计的视觉传达。包装设计的视觉传达中最重要的因素应是传达包装中的商品。对于模型这种商品来说，包装的设计必须要求图文并茂，特别强调模型信息资料的准确性。与此同时，在包装设计过程中，熟悉有关印前处理方面的知识是必要的，能让设计的稿件正常输出，不存在色偏等问题。因此，对包装设计而言，了解产品，合理巧妙地运用设计软件对图像进行分析，已达到所需效果。

致 谢

在这次毕业论文设计中，我第一次亲身尝试到了作为一个缺乏社会实践经验的学生所面临的困难。使我学会了如何利用所学的知识,把理论结合于实践中, 社会在不断的进步，而我们要跟上社会的步伐而前进，要想为社会贡献自己的一份力量，就必须全面提高我们的基础知识、基本能力和基本素质，同时专业知识要宽，只有将实际与理论相结合，那才是知识的真谛！在论文即将完成之际，从开始进入课题到论文的顺利完成，在老师的指导下完成的，在此，谨向老师表示崇高的敬意和衷心的感谢！同时也离不开同学和朋友的帮助与鼓励。在这里请接受我诚挚的谢意！

参 考 文 献

[1] 查宝传.模型世界［M］北京：体育博览杂志社，2024,4-78 [2] 孙 诚.纸包装结构设计［M］北京：中国轻工业出版社，2024，36-136.[3] 李立群.商品包装装潢设计［M］北京：机械工业出版社，2024，77-124.13

**第二篇：包装设计类毕业论文**

包装设计类毕业论文(如何让包装设计打动顾客论文):

在商品同质化现象日趋严重的今天，我们总是希图能够借助一种方法，让原本雷同的商品以差异化形态展现在顾客眼前。无疑，跳眼的包装设计以其出众的视觉识别力所形成的感官高度评判，会帮助我们的商品从众多竞品中脱颖而出，使消费者留意、停顿、观察，赞赏并产生购买行为，这也是每个商家所追求的最理想化的包装设计。

于是由设计师提出的种种设计方案总是遭受到来自市场一线人员的否定，但是这些一线营销人员又很难给最具诱惑的商品包装提出清晰的概念，或者提供比较有创造力的设想轮廓，但又总是给设计师带回一两件他们认为具有销售煽动性的包装。在花里胡哨的产品包装总是让人摸不着头脑，搞不清楚厂家在卖什么时，怎么样才能够设计出打动顾客的包装呢？

关于包装的思考

包装的作用

在讨论快速消费品包装的话题之前，我们有必要对包装的作用进行思考，只有弄清楚了包装对于产品真实作用，并在具体设计时兼顾这些要求，才能设计出有征服力的快速消费品包装。

首先，包装使产品具有一定形态。很多情况下，没有形态的产品是很难陈列或者展示的，如饮料、卷烟等产品，没有包装的陈列成本大且不说，也达不到预期效果；其次，包装对产品质量有一定保护作用。如“洽洽”香瓜子的包装有不透气腹膜，这样“洽洽”“百煮口口香”的独特销售主张才得以保全，否则“香味”都变了，消费者拿什么钟爱你？ 再次，包装可以使产品区别于竞争对手。以薯片为例，“品客”的薯片由于采用纸桶包装，便很容易与其它塑胶袋包装的薯片产生差异，易于消费者产生识别；另外，包装要兼具消费说明作用。很多产品具有的特殊卖点决定了它的消费方式不径相同，此时包装设计上就必须要有足够的信息让消费者认知其特殊性，否则就会造成产品信息沟通不畅；最后，包装使产品具有了便携性。以饮料为例，从散装到玻璃器皿装，一直发展到如今的PTT瓶，更主要的是考虑了消费的“移动性”。另外瓶装饮料和纸包饮料之所以在容量上产生差异，也主要是考虑到了消费者的移动性。

再了解了包装的基础作用后，对比一下你周围的产品包装，不难发现这样一个事实：很多快速消费品的包装设计 基本上只体现了包装的一到两点作用，根本不存在打动消费者的可能性。

包装设计的常见弊端

琳琅满目的包装中，顾客总是只选择自己所喜好的产品，除了产品本身的知名度和满意度以外，包装设计的话语权正在影响着消费者做出购买决定。兼具了上述包装的主要作用后，包装就从此高枕无忧了？其实不然，包装设计中的一些弊端，常使原本从货架拿起产品的顾客的手又放下了，转而选择了其它同类产品，这个时候必须要知道包装的弊端究竟在哪里？

在快速消费品的包装中，常见的设计弊端如下：包装没有凸显产品的销售主张产品通过包装设计可以满足消费者的诉求及归属，而当一个产品的包装设计缺乏主题时，就很容易输给有主题的竞品，这是产品的销售主张受到抑制。当消费者在选择袋装喜糖时，同样的价钱他会选择有喜庆字样及红色图案的品牌还是一般的只有字样的品牌呢？结果是不言而喻。

包装图案与产品内涵南辕北辙

有的企业的包装设计是由印刷厂承担的，而印刷厂的设计能力往往参差不齐，一些小印刷厂的设计通常令人大跌眼镜。如明明设计的是食用话梅的包装，却在袋子上印上了花草的图案，这个时候消费者就会觉得莫名其妙，在仔细观察后通常会因为质疑产品层次而放弃购买。

包装华而不实

一些产品为了达到差异化的目的，往往习惯走“捷径”，即不通过产品本身形成差异，而是通过包装的“豪华路线”形成差异，往往却得不偿失。如某牌子的禽蛋，包装搞得像奢侈品，有消费者开玩笑说，这东西买回去都舍不得吃，那盒子也舍不得扔，结果干脆不买了。由此可见，包装的过度奢华如果缺乏有品质的产品支撑，往往会被当作是噱头，最终落个华而不实无人喝彩的结果。

包装不符合行为习惯

国内某个牌子的功能型饮料，其目标消费者是运动量大的人，而其包装却是玻璃瓶。这里就有个问题了，玻璃本身是易碎品，处于对自己身体的保护的行为习惯，玻璃瓶的功能型运动饮料显然很难受推崇。再则，一些野外休闲食品在包装设计时往往忽略了一个问题，就是包装的过重，很多产品由于重量大或者不便于携带，或者包装容易变形而失去了更多的市场机会，这些都是忽略行为习惯的结果。

包装与潮流格格不入

如今的包装虽然是企业行为，但切实存在着潮流现象，如环保包装的悄然流行就不可以等闲视之。环保包装最直接的反映了企业对消费者的关注程度，这样的企业容易得到消费者的认同。如直销的安利产品，基本都采用环保再生包装，这样的包装不但可以保护生态环境，而且也可以最大程度上的保护产品性质不发生改变。

在包装设计规避了缺陷并含盖其一般功能时，我们的包装从此就无往不利了？答案是否定的，我们需要的是可以打动消费者的包装，怎样才可以获得设计出此类包装的设计灵感呢？

靠什么打动消费者？

灵感来源于生活

好的包装设计应该是具有灵性，它自己本身就会说话；好的包装来源于生活，它可能是某个生活细节的追溯。包装的灵性是指包装可以使产品的内涵呼之欲出，最能反映出产品本身打动消费者的特质。

市面上有一种叫做“野果生活”的果汁包装就很吸引人，但是一开始吸引人的是这种果汁的名字，当你将果汁拿到手上时，你就会被一副图案感动，那是两个小人用竹竿打野果子的场景，其中一个小子挥竿打野果，一个女娃正在用布兜在底下接着。很多消费者，尤其是曾经在农村生活过的消费者对这个场景肯定是记忆颇深，虽然记不清打的是什么野果了，但对场景的记忆仍是那么的深刻，那种快乐和收获是希望回味的，即使不曾有这些经历的消费者也会因图案的生动而开始憧憬那种生活。这就是一款源于生活的包装设计的影响力。

灵感来源于历史

有很多商品本身是很有文化底蕴的，但是由于后续的设计者缺乏对该产品历史及人文内涵的了解，设计出的包装往往并不能彰显产品的品位。一旦一种产品能够将其历史原貌较接近的复原，往往也会使消费者折服，“雾里青”名茶就是个很好的例证。在恢复这种历史名茶前，其包装设计者也查阅了大量的茶叶历史资料，虽然没有得到图片的佐证，但是结合各种信息设计师得出的结论是历史上的“雾里青”是用瓷罐包装的。经过分析当时的瓷罐器型，设计师设计出了现在使用的“雾里青”包装瓷罐。后来瑞典的歌德堡沉船被打捞上来，上面的在海水中浸泡了近一百多年的“雾里青”所采用的包装竟与设计师所设计的十分接近！这种接近历史原貌的包装使得此茶叶品位凸显而备受消费者关注和青睐。

灵感来源于感情

真正的好包装是蕴涵感情诉求于其中的，没有了情感诉求的商品销售是很低级的“叫卖”，打动消费者是无稽之谈。市面上有个牌子的巧克力，其设计总是可以打动人，火红的玫瑰让你送给最爱的人，白雪配合房子造型让你送给你最眷念的家人……包含了丰富情感诉求的巧克力不再只是甜润的化身，不同的包装设计可能使它幻化成天使、圣诞老人、友谊，这样的包装总是会令消费者感动，以至忘记了它的不菲价格。灵感来源于细节

有人说如今是个分众营销时代，消费者需要商家去观察、了解并从细节上去满足他。包装同样如此，一款打动消费者的包装更应该反映厂家对关乎消费者的细节的注意。

浙江有个小家伙果奶，它推出了一种旋转盖成功的解决了使用吸管引用果奶时的二次污染问题。儿童是个备受重视的群体，而儿童又是最“马虎”的消费者，用脏手拿吸管去饮用果奶产品似乎是司空见惯的事，而小家伙的旋转盖包装通过旋转打开封口后就可引用，杜绝了使用吸管的二次污染，同时也使得饮用果奶更加方便。这个细节为小家伙公司赚取了丰厚利润，仅乐百氏、今义奶支付的侵权赔偿就已达数千万元，这就是关注细节的包装的成功。在超市购物时，有个现象是值得关注的，一家产品的外包装棱角分明，另一些包装则四角圆润，圆角的卖得总是要比直角的快一点，为什么呢？你有否被直角包装划伤过皮肤，如果有的话，该明白为什么圆角的要比直角的畅销了吧。

除了灵感可以成就一款包装外，包装的设计其实还是遵循某些原则的。

包装设计的4C原则

包装和营销一样同样存在着4C组合，客户的欲望和需求Customer need、满足需求的成本Cost、实现需求的便利性Convenience、实现需求所需的沟通Communication，都将对包装设计产生重要影响。

顾客的心理包装需求

首先，作为一款好的包装，设计者必须要搞清楚顾客对于产品的真实需求。例如礼品的话，消费者可能更关心它的包装档次，而对于包装的大小则会依据礼品的用途作出选择。送给情人的也许很精致同时忌讳体积过大，而送一般的往来客人还是青睐包装堆头稍大的。

有些产品是用来彰显消费者的尊荣和地位的，此时市场上常见的包装设计及材料就很难满足消费者的尊贵与猎奇心理了，惟有做一些颠覆性的设计才可以使产品品位无与争锋，比较典型的是Absolute Vodka绝对牌伏特加。

需求的包装成本

如果是消费者长期需要的快速消费品，则消费者不会希望为包装支付更多的购买成本。还有一种情况就是希望包装简化，因为某些包装消费者会认为扔掉可惜，不扔掉又占空间，最典型的要属茶叶的铁罐包装。

包装是用来体现产品价值，而非弱化产品价值的一种手段，过高档或者过低档的包装都会弱化产品价值，因此必须弄清楚顾客对于产品所愿意承担的包装需求成本。

大瓶的雪碧汽水价格是不是比小瓶的更划算？散装的饼干与同一厂家出的纸盒装的相比较是不是也要便宜点？这就是省略了部分包装后使得环节费用降低，而更能够引起理性消费者的购买欲望。

实现需求的包装便利性

一款包装的自重，包装的易打开程度，包装携带的便利性等等，都会影响消费者所作出的购买决定。消费者所期望的包装往往暗含消费便利性于其中，以前的很多塑料包装要想打开必须借助牙齿或者剪刀，而现在多数此类包装都有个小口，轻轻一扯便可以打开消费，这就是考虑到了需求的便利性。

实现需求的包装沟通

细心的消费者会发现，如今的很多包装上不再只是简单的文字或图案，往往一款容易打动顾客的包装总是图文并茂的。如“旺仔”牛奶的卡通图形以及罐身“再看，再看就把我喝掉”的文字，消费者看到了旺旺的卡通造型已经感到快乐，再看到这句煽情的广告语，怎能不随手拿一罐喝掉呢？

**第三篇：艺术设计毕业论文(包装设计)**

届本科毕业设计报告

存档编号:＿＿＿＿＿＿＿

艺术学院

毕业设计（论文）报告

题目：京剧脸谱在运动型饮料包装中的应用

学生姓名：

学

号：

专业班级：

指导教师：

职

称：

二○一二年三月

京剧脸谱在运动型饮料包装中的应用

摘 要：现代的平面设计艺术受西方文化思潮的影响，不断介入新的设计概念,同时民族传统文化也在设计中得到体现和运用，因此现代设计风格趋于多元化,社会上对设计风格也产生了新的设计需求。我基于京剧脸谱这一传统设计元素装饰性突出的特点,发现京剧脸谱具有相对独立的欣赏价值和审美意义,并已广泛运用到现代平面设计上,并且展示了它较强的设计生命力。所以我以京剧脸谱在运动型饮料包装中的应用进行探索和研究，用这个设计元素在传统文化、装饰色彩、多元化艺术风格等多个方面进行组合，创造出具有民族特色和现代感强的设计包装。

关键词：传统元素、京剧脸谱、运动型饮料、包装设计

引言

现代饮料发展很快，种类越来越多。但是饮料的包装设计受到国外包装的影响严重，缺乏自身的特色，市场上充斥着西方风格的包装且风格雷同，所以我选择运用中国传统元素来进行饮料包装设计。运用中国元素来设计饮料包装，并与现代设计相结合，使饮料包装具有民族特色，又不失现代感，这样既可以扩大商品的销售，又能走向世界市场。中国传统元素有很多，我这次以中国京剧脸谱为设计元素，以京剧脸谱在运动性饮料中的应用为研究课题，力争让传统特色的国产品牌饮料的系列包装设计有所创新和突破。

一、传统元素在包装上运用的价值

中国传统元素在包装上运用，是继承和发展民族文化的重要举措。当前包装借用和模仿国外设计风格很多，对于民族性不够重视，中国的产品没有中国的特色。而运用传统元素进行设计并与现代设计风格相结合，可以增强整个中华民族产品的时代感和民族感。

我选择应用的传统元素是京剧脸谱。京剧脸谱来源于传统舞台，但在现代社会中一些大型建筑物，商品的包装，各种瓷器上以及人们穿的服饰上都能看到风格迥异的脸谱形象。这远远超出了京剧脸谱在传统中应用的范围，足以见得京剧脸谱艺术在人们心目中所占据的地位，说明京剧脸谱在现代生活中仍具有很强的

生命力。所以我选择京剧脸谱做为包装设计元素，更能使消费者接受。在某种意义上京剧脸谱就代表着中国，代表中国独有的民族传统文化，这种设计更有利于产品在设计风格中体现民族性，并代表中国走向世界市场。

二、京剧脸谱适合在运用型饮料包装中运用

在现实设计中,可根据京剧脸谱的艺术特征提炼出对现代平面设计有意义的元素加以创新,例如提炼京剧脸谱的色块进行抽象化,形成装饰性强，且具有脸谱特征的图案，运用到书籍装帧或服装设计上,使其具有传统艺术和现代气息交融的设计效果。根据京剧脸谱图案提炼出丰富多变的脸谱图案,以线条概括,可运用到与中国传统文化相关的标志设计中,它不仅仅对传统脸谱进行引用,而且是对中国文化艺术精神的继承。随着社会经济的飞速发展,传统文化开始以这种更快更新的渠道传播。

在进行京剧脸谱的创新设计时,可借助多种手法将不同谱式的脸谱矢量化,创新设计出一系列具有趣味性的个性脸谱。用颜色、图案的组合，塑造脸谱的性格和表情状态,如整脸、三块瓦脸、十字门脸、六分脸、碎脸等都可作为性格识别的标志，这是将脸谱文化融入到现代设计理念的一种方式,可以使脸谱艺术与现代设计接轨,创造出具有民族特色的设计作品。

现代饮料的品类越来越多，而且深受人们欢迎。但是很多饮料的包装，受到国外包装的影响，缺少了民族风格所以我选择运用传统元素来设计饮料包装。我认为利用中国元素来设计饮料包装，使饮料包装更具民族特色，这样既容易被国内消费者接受，又能走向世界市场。我以中国京剧脸谱为设计元素，打破京剧脸谱在构图上整齐划一的传统格式，运用其多样化的色彩形式，设计出具有中国传统特色的国产品牌饮料的系列包装。

京剧脸谱运用大致可以归纳为两大类，一类京剧脸谱是工艺美术品。这类脸谱是作者根据自己的思维想象，用绘画、编织、刺绣、雕刻等手法制作出形态各异，色彩图案变化多样的脸谱制品，这类脸谱工艺品具有一定的观赏价值。另一类是舞台京剧脸谱。这类脸谱是根据剧情和剧中人物的需要，演员用夸张的手法在脸上勾画出不同颜色，不同图案和纹样的脸谱。

在舞台上有这样一句话：“台上一分钟，台下十年功”，京剧的唱、念、做、打是是各种不同的运动，而运动因为人物角色的不同其运动形式也不同。脸谱又是人物角色的特殊象征，所以京剧脸谱与运动是可以相结合的，京剧脸谱在运动型饮料的包装中运用可以将运动与脸谱形象联系的更加密切。京剧脸谱色彩鲜明、对比强烈、线条流畅、动感十足，能很好的体现出运动中的速度感和动态美。运动型饮料运用京剧脸谱元素，可以使运动型饮料包装色彩更加强烈，突出包装的视觉感受。

三、京剧在运动型饮料包装中的具体设计手法

京剧脸谱的作用，是通过脸谱的色彩、图案来表现角色的性格、品质、身份、特长、相貌等。京剧脸谱表现这些丰富的内容大体上采用了两种手法：一是颜色的变化组合，二是图案的构成。

从色彩上说。现在的京剧脸谱有红、紫、黑、白、蓝、绿、黄、老红、瓦灰、金、银等色，这是对人物自然肤色的夸张描写，发展为性格象征的寓意用色。一般说来，红色描绘人物的赤胆忠心，英勇善战；紫色象征智勇刚义；黑色体现人物富有忠耿正直的高贵品格；水白色暗寓人物生性奸诈、手段狠毒的可憎面目，；蓝色喻意刚强勇猛；绿色勾画出人物的侠骨义肠；黄色意示残暴；老红色多表现德高望重的忠勇老将；瓦灰色寓示老年枭雄；金、银二色，多用于神、佛、鬼怪，以示其金面金身，象征虚幻之感（引自《中国京剧脸谱》 赵梦琳 朝华出版社）。我在运用京剧脸谱进行毕业设计时，将红、黑、蓝、绿、黄等多种颜色进行组合，描绘成装饰性更强的设计元素运用到饮料包装中，并在统一的装饰中力求多元变化，形成系列包装。如绿色的底色中红、黑、白三色相间，色彩既强烈又协调，有雅的感觉。而黄色的底色与红、黑、白三色组合则视觉对比强烈，使得整个包装视觉效果引人注目。

从构成上说。京剧脸谱的构图多种多样，装饰性强的使人眼花潦乱，产生神秘感。其实脸谱的构图方案归纳起来也不过有十几个类型，由于相互借鉴和相互变化，就派生出许许多多的谱式。这些谱式都是以各种人物的形貌、性格特征为依据的，即使是同一类型的谱式，因人物性格不同，各部位的线条勾画与色彩处理也就各异，使每个人物都富有独特的个性，而绝不雷同。我在运用京剧脸谱时，没有照搬脸谱的原有构图，而是将脸谱的部分特征进行夸张，把图案的多样性进行归纳和重组，把腮部以上的五官和胡子作为设计主体，创造出属于自己设计形象的新谱式，运用到运动型饮料色彩包装上。

从品牌设计上说。我选择的是健力宝品牌这一运动型饮料。健力宝已在国人心中有极高的知名度和美誉，也是我国运动型饮料的奠基者，健力宝一直主打运动品牌，又属于国产品牌，与我研究的课题相符。所以就选择了健力宝这个品牌，现在健力宝公司旗下拥有健力宝、第五季、爱运动等几个知名系列品牌的运动型饮料，而我决定在现有系列品牌中，创立一个新的品牌——力。选择“力”为产品名称的原因有三点：①“力”是“健力宝”其中的的一个字，用文字和品牌之间产生内在的联系，这样借助老品牌的知名度，可以使新品牌更容易被消费者接受。②因为力和运动之间存在千丝万缕的关系。没有任何运动是不费力的，运动肯定就会用力，一个“力”字可以让产品和运动型饮料的产品本质相挂钩。③“力”现在属于流行语句，例如“很给力”、“不给力”，在各大媒体和网络上都比较流行这类词语，年轻人都喜欢时尚，热爱运动更喜欢上网，而“给力”是当今最流行的词语。这个词语在年轻人中使用率比较高，所以更容易被年轻人接受。

“补体力，要给力”借助的是同一“力”字，这句话是我设计的这一新品牌的广告语，体现了新品牌运动型饮料的宗旨。大家都知道现在的一个品牌“旺旺”，其中一个句广告语是：“给我旺旺”，为什么它的销售一直都很好，就是因为大家都想要旺，所以过节送礼很多人都会买“旺旺”，也象征着一种寓意和祝福。本产品的名称与广告语和“旺旺”有异曲同工之妙，那就是“给力”，每个人做事都想自己很给力，所以“力”就是我设计的新产品名称。这样产品在名称和京剧脸谱之间就产生了一定的联系。

怎样将传统元素用于设计，其意义是设计者赋予的。靳埭强设计大师就是把中国书法的意境，加入现代符号，让传统与现代结合，实现了设计中中国文化与世界文化的结合。所以传统元素在现代设计中的使用，是如何给予传统元素新的内涵和意义，它的应用增加了产品的新鲜感，突破了饮料包装过度模仿国外饮料的局限性，让产品中更多的带有民族特色，让消费者看了就知道这是中国的产品，更容易使消费者接受。京剧脸谱强烈对比的色彩，新的构图形式，结合产品品牌，联系最流行的产品名称，创造出新的运动型饮料的包装设计，这就是我研究的课题。

四、结语

京剧脸谱在现代包装设计中的应用还处在初级阶段。在一些包装设计中,几乎是一种对脸谱式样的简单搬用和脸谱尺寸的简单缩放,生搬硬套的痕迹随处可见,这样使得京剧脸谱艺术在现代包装设计中丧失了时代的个性。这是我这次毕业设计要突破的主要问题，我要找到京剧脸谱艺术中色彩、图案、构成等与现代平面设计元素的契合点,在此基础上将传统的脸谱文化融入现代设计的观念里进行创新设计,进行一定的夸张变形和艺术的再加工，使京剧脸谱艺术在设计中更加鲜活,同时让中国传统文化借助产品媒介得到更好的弘扬和继承。

京剧脸谱的这一元素只是中国传统文化的凤毛麟角，还有很多的传统文化没有被挖掘出来。中国传统文化源远流长，中国元素的应用能让产品有更浓厚的中国气息。利用中国悠久的历史文化，让国有产品走出国门，占领世界市场。

参考文献：

[1] 潘鲁生.民艺学概论[M].济南:山东教育出版社,2024 [2] 左汉中.中国民间美术造型[M].长沙:湖南美术出版社,2024 [3] 周旭.中国民间美术概要[M].北京:人民美术出版社,2024 [4] 孙建君.中国民间美术[M].上海画报出版社.2024 [5] 杨学芹、安琪.民间美术概论[M].北京:北京工艺美术出版社.1994 [6] 田自秉.中国工艺美术史[M].上海:东方出版中心.1985 [7] 杨琪.艺术学概论[M].北京:高等教育出版社.2024 [8] 邓福星.中国民间美术学导论[M].黑龙江美术出版社.2024 [9] 吕胜中.再见传统[M].三联书店,2024 [10]唐家路.民间艺术的文化生态论[M].清华大学出版社.2024

致谢

行文至此，我的这篇论文已接近尾声；岁月如梭，我四年的大学时光也即将敲响结束的钟声。离别在即，站在人生的又一个转折点上，心中难免思绪万千，一种感恩之情油然而生。

生我者父母。感谢生我养我，含辛茹苦的父母。是你们，为我的学习创造了条件；是你们，一如既往的站在我的身后默默的支持着我。没有你们就不会有我的今天。谢谢你们，我的父亲母亲！

育我成才者老师。感谢我的指导老师，这篇论文是在的悉心指导与鼓励下完成的。在教授渊博的学识、严谨的治学态度、精益求精的工作作风和诲人不倦的高尚师德，都将深深地感染和激励着我。

感谢我的素质导师和专业老师，谢谢他们在这四年中为我们全班所做的一切，他们不求回报，无私奉献的精神很让我感动，再次向他们表示由衷的感谢。在这四年的学期中结识的各位生活和学习上的挚友让我得到了人生最大的一笔财富。在此，也对他们表示衷心感谢。

本文参考了大量的文献资料，在此，向各学术界的前辈们致敬！

毕业设计展示效果

**第四篇：电视栏目包装策略毕业论文定稿**

目录

摘要.....................................................1

一、电视栏目包装的背景和意义.............................1

二、电视栏目包装以及栏目包装的必要性.....................2

三、电视栏目包装的现状分析...............................2

四、电视栏目包装的原则与策略.............................4 1．电视栏目包装的原则....................................4（1）统一原则...........................................4（2）规范原则...........................................4（3）渐变原则...........................................4（4）超前原则...........................................5（5）特色原则...........................................5 2．电视栏目包装策略分析..................................5（1）和谐统一的整体风格.................................5（2）鲜明凸显的个性特征.................................5（3）以人为本的包装理念.................................6（4）个性化、单纯化的包装效果...........................6（5）栏目包装中文化底蕴的体现...........................6 结语.....................................................7

电视栏目包装的现状与策略分析

——以渭南电视台《卫生与健康》栏目为例

叶康

（渭南师范学院传媒工程学院文化传播系广播电视编导专业092班）

摘 要：本文结合渭南电视台《卫生与健康》栏目，从电视栏目包装背景、必要性以及我国现阶段电视栏目包装的优势和存在的客观问题入手，通过电视栏目与观众需求之间的联系，结合自己在栏目包装实践中摸索的经验，分析电视栏目包装需要遵循的原则，从而研究出电视栏目包装风格、特色、理念等方面的策略。

关键词：包装；原则；特色；策略

一、电视栏目包装的背景和意义

随着文化产业体制改革进程正在加快和深化，电视台已经从计划经济时期的“供给”制，转化为市场经济体制下的“自给”制[1]。电视台要想获得生机并且得到发展，应当全力以赴加大创收力度，除了常规的卖出广告经营以外，电视栏目也要承担一定的运营创收任务。因此，如何运营电视栏目，实现节目质量与创收效益的统一，实现口碑与经济的双丰收，已经变成电视工作者重点讨论和研究的不可忽视课题。

近十年来，中国电视业的发展已步入成熟期，电视的栏目化特征日渐突出，出现了频道专业化分工的趋势，栏目的类型更加广泛，有新闻类、财经类、纪实类、体育类、娱乐类、音乐类等等，为广大观众提供了丰富多样的选择空间,频道资源的竞争也日益激烈，如何在各种各样节目中做到更加突出，这就要看栏目是否有个性，有冲击力，能否吸引观众的眼球[2]。

电视节目品牌不断加强是电视行业发展壮大形势的必经之路，特别是新兴的网络媒体对传统媒介的猛烈冲击，电视栏目的改变就显得愈加重要和紧迫了。电视业的不断进步让电视栏目的内容的吸引力明显增强。在电视受众选择的余地更加广阔的情况下，怎样才能让观众把目光锁定在自己的栏目上，解决的办法就只有创新。

在前期策划的过程中，广泛调研各地各电视台栏目的风格类型，研究多元化受众，透过多种渠道对收视率跟踪，整合成电视栏目包装的前期创作方法。并且以市场化的分析方法来检验包装方法的可行性，然后整理分析结果和数据，仔细研究包装各个环节的受关注程度，并加以调整和总结，制定出符合电视观众收视的包装效果。

到了在电视的发展，从科研的投入上看，每年都会研发出几十种处理软件，加上对现在已经运行的软件升级维护，包装的硬件大氛围已经得到了飞跃性的发展。制作节目包装的公司目前是数不胜数，而且都在努力向大型专业化制作公司推进。从规划整理到整体技术流程的翻新，都是遵循着图形软件发展的脚步和思路体系，它急待我们去研究整理，在各类型栏目中的运用不同的包装体系，使得栏目包装在多样化的发展面上能进一步多元化，相互融合发展出更多的包装理念振兴我们民族的包装体系和风格[4]。如渭南电视台现在所用的编辑系统就是中科大洋E-EDIT3，虽然 在全国的诸多电视台里不是领先的，甚至是落后的，但是在陕西的众多地市电视台里还是属于较为先进的了，对于一些常规的栏目包装的应用是完全可以处理的。

非线性编辑机器更新换代速度较快，同一个栏目的片头的更换十分迅速，通常都是播出时间不长就会被新的片头所替代，使片头的存在时间缩短了很多，适应观众的能力增强了不少。观众通过画面和声音感受到栏目的类型、特征和节目工作人员的用心良苦，并对其产生认同感，与观众交流沟通的途径也逐渐增多起来。在这一点上渭南电视台做的就很好，整个电视台就有这样的规定：一个季度到半年，栏目必须改版一次，基本上栏目包装的更新都是同栏目改版同时进行的。这这样栏目给个观众总是新鲜的感觉，观众就会喜欢并且乐于观看心的栏目。

现在，当我们回望这个阶段的片头制作时，不难发现，新的电脑技术的应用，虽然引起了节目片头的巨大变化，但是局限性也是非常明显的。太过于依赖于技术条件的支持，导致制作人主观的艺术思维受到限制，也就是说，在有非常局限的电脑技术所能达到的领域，节目制作者一味关注形式上的美观和特效的绚丽，而忽视了思想与艺术的完美追求，单个栏目的丰富多彩，掩盖不了整个频道的统一和谐，通常是一种新的包装手段刚刚出现时，影响了几乎所有栏目包装的表现形式，所异同的只不过是时间的先后顺序罢了。我在《卫生与健康》栏目片头制作时，用AE制作了蝴蝶翻书的效果，结果反响不错，不久之后同一频道的《教育在线》栏目也仿照这个模式制作了蜻蜓点水的效果，虽然也取得了成功，但是不得不说运用的有些牵强。

电视节目的整体宣传包装已经得到电视媒体的关注和重视，以节目为产品，以电视频道为品牌的包装模式正在变成现在大家所提倡的整体包装理念，随着频道竞争的加剧，要通过提升电视频道自己的品牌形象，从而达到稳定和提高收视，增强竞争力，就要运用好电视节目包装艺术这一利器[5]。

虽然，电视栏目的包装在电视领域得到非常大的推崇和发展，但是目前的电视栏目包装仍然存在一些较为客观的问题：

1．电视节目包装不重视前期策划及文案工作

前期的文案策划工作对于电视节目制作是表现整体的关键。如渭南电视台在推出新栏目前，整体的包装策划方案都是由同一个部门来完成的，从整个宣传片到片头、片花、字幕，甚至是演播室背景，包装都会与整个电视台的艺术风格相呼应。统一的、整体的创意策划同时也是形成电视频道宣传包装风格的重要条件。

2．电视节目包装的资料匮乏

建立相对完备的资料库：图片、影像、文字，尤其是音响、音乐，平时就要注意收集，到用的时候就会很方便。经过资料的收集整理，就会在资料整理过程中得到灵感。多多的关注别的电视台、频道做出的较为优秀的栏目包装，他山之石，可以攻玉，很有可能别人的某个手段就是突破瓶颈的关键所在。与此同时，可以参考其他的制作手段和灵感，提升技术和艺术素质。如渭南电视台制作的公共频道宣传片中表现了在不同季节里渭南电视台一如既往的坚持与观众相知相伴，服务于广众，服务于行业。虽然创意简单朴素但是构图唯美，音乐清雅，其灵感就是来源于资料整理。

3．电视节目包装过份强调视觉效果

如今电视技术的发展为电视栏目包装提供了很大的方便，但电视节目的包装只能看见复杂绚烂的特技在吸引眼球，但却忽略了包装整体的功能，那么就大大的削弱了包装的效果。过于耗费精力在包装上，但没有结合栏目实情观众是不会认可的。电视栏目包装要在完成整体包装识别要素的基础上，要多为节目深度和可观性的表达充分的考虑和铺垫。

4．品牌形象得不到巩固和深化

电视栏目、频道的包装不能够长远的考虑，我们经常可以在电视上看到过期的宣传片和预告片，这样会使电视观众心目中对电视频道的品牌形象产生负面的印象。没有长远的包装打算，就很难形成有效的信息反馈途径，从而进一步的扩大和巩固品牌形象。例如渭南电视台的一些形象宣传片总是在一段相对较长的时间里反复的播放，新的宣传片又没有，无论多么好的宣传片这样播下去也会让人产生厌倦。电视台老播放过期的预告片，就会失信与观众，将艰难树立起来的频道形象不断淡化，甚至会失掉固定的收视群体。

5．缺乏对于节目包装的评判标准

不能过的夸大或贬低栏目包装的作用，它必须是与节目的定位相一致的。只有最适合节目的包装，没有最好的包装。

恰当的电视节目包装，可以带给电视观众美的感官体验。所以电视媒体要充分利用这一点，把电视栏目的包装看做提升电视品牌形象的手段。一档栏目，肯定不会一出来就是知名栏目，而是经过市场和电视观众的评判，才可能成为品牌节目。

四、电视栏目包装的原则与策略

1．电视栏目包装的原则（1）统一原则

电视栏目包装如果不统一就会失去包装的意义。统一涵盖了四个方面：第一，与整个电视台包装风格和定位的统一；第二，频道中每个节目、栏目的包装要素不管从形象、声音还是色彩都应当相对统一；第三，整个电视台中每个频道统一，一个电视台可能要有好几个频道，每个频道的内容和涵盖的领域都不同，然而都代表整个电视台的形象、声音等，所以每个频道应该统一。在此基础上，每个频道再依据自身的特色和领域彰显自身的频道特色。整个电视台的形象永远比频道的形象重要，频道的形象远远大于每个栏目的形象。一些频道、栏目包装单独看起来还不错，但和整个电视台的包装风格和定位有所冲突，那就必须没有任何理由的依从于统一原则。

在《卫生与健康》栏目策划之处，栏目组首先学习研究了电视台整体的包装定位是贴合都市，服务农村；频道的包装风格是年轻但不浮躁，色调主要是以浅色为主。在此基础上，结合行业的特点，栏目组首先给栏目的包装定位就是成熟且突出生命的气息，色调选用生命气息浓重的绿色为主色。

（2）规范原则

第一要有整体的设计思路框架和设计要求规范明细。第二要强制实施设计规范，整个电视台要有实施规范的强制方法和明确要求。第三要有制定和实施包装规范的部门或专人。如果每个频道、栏目各自只管自己的包装，把自己包装的绚丽斑斓，不考虑电视台整体的风格和形象，那么整个电视台或频道就是混乱不堪，观众也会因为风格、色彩等因素跨越幅度太大而难以接受，继而失去收视率和运营收益。渭南电视台的这一部门就设在总编室，每个频道、每个栏目都有专门的部门，专人负责。

（3）渐变原则

每个事物都是不断在变化的，包装亦是如此。然而这个变化是一个逐渐转变的过程。我们必须了解到，树立一个品牌着实不容易，但是毁掉一个品牌是非常容易的，毁掉再重新树立，那必须要付出难以想象的代价。所以，电视栏目包装的变化必须要遵循渐变原则。渐变原则要注重考虑以下几点：第一是利用先进的手段让原来的包装形式更加能融入现代社会、更加完善，但是变换的频率不能太快。第二在不丢掉本身设计理念的基础上稍微把栏目包装的整体风格更改的更时尚、更醒目。第三在全新包装形式播出之前，可以新的和旧的包装交换使用，直到新的包装能够被受众认可接受，再彻底更换掉旧的。第四在包装的基本要素不变的情况下，改变要素组合的排列次序、形式和节奏。

6789-

**第五篇：包装技术与设计2024届学生毕业论文指导书**

西安海棠职业学院

包装技术与设计2024届学生毕业论文指导书

一、毕业论文写作的目的

通过毕业论文的撰写，可以培养学生综合运用专业知识分析问题、解决问题的能力，检验学生的学习效果，提高学生理论联系实际的能力，同时也是学生能否毕业的主要依据之一。

二、毕业论文的选题原则

为确保论文质量,充分调动学生的积极性与创造性、严格求实地撰写出高水平的毕业论文, 学生必须认真科学地选择题目，论文题目的选择应遵循以下基本原则。

1、选题须符合专业培养目标及教学基本要求，体现专业基本授课内容，从而使自己能够受到比较全面的锻炼。

2、选题应尽可能的结合当前专业的发展趋势和文化发展要求，使论文具有理论和实践意义。

3、选题要有明确的任务和研究对象，使论文既有创新的思维和观点，又能达到进行基本训练的目的。

4、选题必须具有可完成性。要能在教学计划规定的时间内，在教师的指导下，经过努力能够完成。

5、学生选题应在指导教师的指导下进行。参考选题见附件。

二、毕业论文写作的基本要求

1、论文撰写语言 论文必须用中文撰写，要求语言表达正确、得体。

2、毕业论文的体裁

应为学术性论文，议论文体。调查报告、工作总结或单纯的案例分析或其他体裁文章不能作为毕业论文。

3、论文内容总体要求

论文应观点明确，资料翔实，结构完整，层次清楚，语言通畅，格式规范。命题要有新意、有创见，观点要正确，分析要深入、全面，论据要充分、有说服力。

4、论文长度

论文正文长度为5000字以上

5、毕业论文写作格式及装订要求

参照西安海棠职业学院管理学院2024届毕业生毕业论文写作规范。

6、毕业论文写作程序和时间安排

论文写作应当由学生本人在指导教师指导下独立进行，并在规定的时间内完成各阶段任务。发现抄袭或剽窃，论文按不及格处理。

毕业班学生应在3月15日之前搜集相关材料，确定并提交论文题目、提纲，在经过指导教师认可后即可开始论文的写作。

论文的初稿应在4月10日前提交给指导教师，由指导教师审阅后提出修改意见，再由学生对论文进行修改；5月6日之前学生应向指导教师提交论文第二稿。待指导教师审阅后，再由学生进行再次修改。5月30日之前学生应将终稿提交指导教师，由指导教师审阅并打出评语，论文写作工作完成。论文答辩初步定于六月上旬进行。

附表1.毕业论文指导教师

连锁经营与管理专业：马贵民 刘 娟 姚丁菁 营销策划与管理专业：白资产评估与管理专业：水会展策划与管理专业: 物流管理专业： 印刷专业： 建筑工程与管理专业：孙电子商务专业 ：孙工程造价专业 ：孙包装技术与设计 ：待

静

涛 桂雪梅 孟璐璐 张 玉

琳

琳

琳

定 王娅妮 王 霄 古建华 附表2.毕业论文的格式要求

一、毕业论文正文格式

（一）论文题目：黑体3号居中，一般不宜超过20个汉字，必要时可加副标题。

（二）内容提要：内容提要是论文内容的概括性描述，应忠实于原文，字数控制在300字以内。

（三）关键词：关键词是从论文标题、内容提要或正文中提取的、能表现论文主题的、具有实质意义的词语，通常不超过5个，词间空一格。

[内容提要]和[关键词]用楷体小3号，内容用楷体4号。上空一行，段首空两格，回行顶格。

（四）毕业论文正文

1、正文中除标题序号和标题文字有特殊要求外均用仿宋体4号。

2、正文文中标题

一级标题，标题序号为“一、二、三、…”，和标题文字均用黑体小3号，独占行，末尾不加标点；

二级标题，标题序号为“

（一）（二）

（三）…”和标题文字均与正文字号相同，字体加粗，独占行，末尾不加标点；

三级以下标题序号分别为“1、2、3…”和“（1）（2）（3）…”，与正文字体字号相同。

（五）参考文献 按论文中所引用文献的顺序列于文后。参考文献的类型标识为专著—M，期刊—J，报纸文章—N。“参考文献”用楷体小3号，加粗；内容用楷体4号。书写格式为

期刊：

[序号]作者．文章标题[J]．期刊号，年份．卷（期）：页码． 专著：

[序号]作者．书名[M]．出版地：出版单位，出版年．起止页码． 报纸文章：

[序号]作者．文章标题[Ｎ]．报纸名，出版日期（版次）．

二、毕业论文版式编排

（一）毕业论文一律用国家标准A4型纸（297mm\*210mm）打印。页边距为：上下边距为25mm，左右边距为28mm，装订线在左边，距页边10mm。

（二）文字、图形一律从左至右横写横排，行距为固定值23。文字一律用word格式编辑，使用规范的简化汉字。忌用繁体字、异体字等其他不规范字。

（三）页码页脚居中，宋体小4号，从正文开始计数。

三、范例

论财务会计报告中的几个理论问题

【内容摘要】：本文针对国内外财务理论研究中存在的问题，提倡从环境出发，将整个财务理论体系分为财务环境理论、财务基础理论、财务战略理论和财务动作理论四个层次进行深入研究。论文对财务基础理论中的财务本质、财务假设、财务目标和财务原则以及财务动作理论中的财务治理权配置层次、配置结构和配置模式等问题提出了自己的看法。【关键词】：财务理论 研究 财务治理权

一、财务理论体系的框架结构

从已接触到的中外财务文献看，西方财务理论研究主要集中在“操作性”财务领域，尤其是股份公司在金融市场的财务动作问题（汤谷良，1997）。……

（一）财务环境理论

1、应该说，没有任何一个财务学家否认过环境对财务理论与实务的影响，在中外财务文献中，财务环境也都占有一定的篇幅。

2、尽管人们已经对财务环境的构成内容进行过多种归纳，但“重硬环境轻软环境、重经济环境轻文化环境、重股份制企业环境轻非股份制企业环境、重一般环境轻特殊环境、重一般描述轻具体分析”的现象仍然普遍存在。

3、对财务环境的研究还应克服和消除目前存在的“环境与财务板块结合”的状态，从纵横结合的“时空差异”上深入分析和把握各个维度的环境因素对财务理论、财务战略、财务机制和财务方法的具体影响。

包装技术与设计专业毕业论文题目

1、论民族传统文化在广告设计中的应用

2、女性符号在平面广告设计中的运用

3、礼品包装设计的文化特征

4、包装设计中传统文化的应用

5、对平面广告设计中版式的感悟

6、浅析汉字在包装设计中的运用

7、标志设计中传统吉祥纹样的魅力

8、论书籍封面设计的简洁之美

9、对平面设计中空白空间的思考

10、书法艺术在标志设计中的体现

11、论过度包装的心理动因

12、论现代包装个性化设计的倾向及其原因

13、药品包装设计对患者潜意识消费心理的诉求

14、包装设计的时代特征和民族关系的思考

15、包装设计中人文关系的再思考

16、论“非主流”文字设计及其在包装上的应用

17、中国传统装饰纹样在包装上的应用

18、浅议现代企业的精神的导入分塑造方式

19、论本土化包装设计

20、长安／皮影／泥人艺术对现代包装设计的启迪

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找