

最新毕业设计思路 毕业设计方案思路(模板5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

毕业设计思路篇一

一、活动背景

在这荔枝飘香的六月，孩子们即将离开生活六年的母校。最近，班上悄然流行的一本本同学录，让我深深地感受到孩子们对小学的不舍与和对即将到来的初中生活的憧憬。的确，小学毕业才意味着真正的走完多彩的童年，走向如花的少年时代，具有里程碑式的意义。

二、活动目的

通过简单而又庄严的毕业仪式，激发毕业班同学对小学习生活、学习的怀念，增强学生对母校的留恋、感恩之情，培养学生的光荣感、自豪感和使命感。

三、活动准备

- 1、每个学生准备两种照片：一是刚读小学时的照片，一是现在的照片。
- 2、准备相关的活动，做好成长纪念卡，邀请家长、科任老师、校长参加。
- 3、制作课件，主持人做好准备。

四、活动过程

第一环节：照片引出父母恩

1、小组内分享课前准备的两种照片：刚读小学时的照片和现在的照片。大家在笑声中感受生命神奇的成长，感激父母的养育之恩。

2、采访家长说说自己看到小孩这种变化的感受。

设计意图：那张张小时和长大后对比鲜明的熟悉照片和灿烂的笑脸，让孩子一下子就沉浸在生命成长的神奇中，沉浸在六年来的往事中；而父母沉甸甸的爱和辛苦的养育之恩在采访家长的互动中自然会展露无遗！

第二环节：游戏激活师生情

1、游戏名为“猜猜我们的骄傲”，规则是，将班里孩子们的荣誉、班集体的荣誉写在纸条上，放在纸箱内。每组派一名同学举手，谁先举手，回答权就交给那一组。让同学们猜一猜，是哪个同学获得的荣誉，或者是我们班级在什么时候获得的荣誉。

2、班主任寄祝福语。

设计意图：在轻松的游戏里，同学们六年来的成长足迹一点一滴的浮现在孩子们的眼前。曾经拼搏奋进、团结一心、“班级光荣我光荣”的往事定将平时深埋在大家心底的情感一一激活。

第三环节：赠礼以表学子心

播放学校校园景观宣传片，浏览美丽的校园，感受校园迷人的景色。学生代表致辞并赠送纪念礼物给母校！

设计意图：在优美的音乐中，那些平凡得可能被眼睛忽视的风景，从大屏幕里一一呈现时，活动气氛将会推向高潮，这就是我们一起生活六年的母校啊！而这一切美丽的景色将成为记忆被珍藏！

第四环节：寄语激励我成长

- 1、校长寄语后亲自为每一位同学颁发印有我校校徽的毕业彰及成长纪念卡，全体合照留影。（成长纪念卡就是课前师生一起将每个孩子最大的优点进行归纳分类并亲自制作的卡片。）
- 2、全班集体朗诵《少年中国说》。

设计意图：空洞的说教永远比不上这样事实教育的力量。这一环节就是孩子们在庄严的氛围中，让师长们见证自己已经不再是无知懵懂的儿童，而已成长为光荣的少年！而校长充满鼓励、祝福的寄语和成长纪念卡定能让孩子充满自信地迎接初中生活的到来。

五、活动反思

有人说，童年是一个虚怀若谷的包袱，小时藏进什么，长大就能摸到什么。所以，我虔诚地希望我的学生们除了在童年收藏了知识、快乐，更要收藏感恩、奋进与梦想！这节主题班会就是让孩子们在铭记美好的童年时，学会感恩；在庄严的“毕业仪式”上，学会自信；而在师长面前集体宣誓般背诵《少年中国说》定能让孩子们领悟到自己肩上所担负的光荣感、使命感和责任感！

毕业设计思路篇二

摘要：化妆品作为女性消费领域的重要商品，其包装设计对现代女性的消费视角起着重要的导向作用。本文以现代女性

的消费情意为背景，对化妆品包装设计的艺术表现特征进行了更进一步的探讨，旨在研究化妆品包装设计中的文化特征、品牌效应、人性化等特征，对当前化妆品包装设计的材料、包装容器的人性化表现、包装装潢设计等方面影响深远。掌握这些变化特征，有助于化妆品包装设计在新经济条件下迎合现代女性的消费情意，探索化妆品包装设计新的表现样式。

关键词：现代女性；消费情意；化妆品包装设计

一、化妆品包装设计的特征分析

1、化妆品包装设计的文化特征

文化源于中国儒家经典古籍《周礼》，其中有“观乎人文，以化成天下”之说，自古以来中国就非常重视文化对人和社会的引领作用。在艺术设计中，文化是价值观、审美观、情感观等方面所表现出来的总体倾向与基调，在潜移默化中影响着人们的价值判断与审美情趣。近当代，包装设计艺术与现代科学技术结合，使其成为一门相互促进、相互渗透的综合性创造艺术活动，可以说包装是蕴含了设计文化要素的物质载体，要求设计者做到文化内涵与设计形式的完美统一。随着当代民族化与国际化的融合，一件包装设计作品想出类拔萃，就必须在包装设计中完美的体现文化内涵与艺术特色。包装设计作品如果凭借表现技巧而丢弃文化内涵势必是无源之水，必然会空洞乏味失去生机。具有强烈民族文化特色与文化底蕴的化妆品包装设计才能适应本国消费者的审美需求，引起人们的关注。因此在化妆品包装设计中折射出企业的文化形象，赋予产品包装文化特征，就会给产品注入了强大的生命力而显得与众不同。

2、化妆品包装设计的品牌效应

品牌效应是指由知名品牌或强势品牌这个无形资产所引发的，能够为其所有者或经营者带来新的经济效益的现象。在日常

生活中，部分消费者更是“非名牌不买”。其中原因就在于品牌产品是高品质和高信誉的象征，凝聚企业的精神风格和特征，能给消费者带来使用价值和可信度。女性在购买化妆品时，主要依靠品牌效应引发购买行为。一个品牌如果知名度高，即便消费者未经使用，也会因品牌价值而购买。品牌可以成为一种信念，知名品牌给采购者带来了安全承诺，可以帮助消费者识别和选择商品。一个企业要取得良好的品牌效应须要体现品牌独特内涵，既要树立与众不同的形象气质，更要提高产品质量，在宣传力度与视觉传达上给消费者直观的信息。品牌文化内涵是企业生命力的根本所在，包装是品牌文化与产品特性的综合体现，直接关系到消费者对产品的认知，在销售过程中起到至关重要的促销作用。包装为产品形象而设计，包装设计正是企业品牌形象最直观的体现。对企业来说成功介绍明确的品牌信息，也是为树立企业形象，提高产品的附加值与竞争力为目的。消费者在购买时首先是对品牌产品的认同并产生信赖、优质的情感，才去享受对产品消费以外的一种象征意义上的审美体验，这就是品牌效应的魅力所在。化妆品品牌的形象大都以女性为主体，品牌文化与包装设计也是女性消费者关注的重要维度，她们的消费行为已成为购买者获得品牌形象象征意义的活动。因此，产品的品牌效应与企业文化理念要体现在化妆品包装设计中，才能赢得女性消费者的芳心。

3、化妆品包装设计的人性化特征

所谓“人性化”就是以人为本的理念，是设计师注入设计作品情感、生命和情趣个性的表达，通过对设计物的形式和功能方面赋予了人的因素。注重消费者的消费情感倾向，用有形的物质外在形态表现和承载抽象的情感寄托，以此作为产品设计的创作动机，使作品在精神与情感上满足消费者的双重需求。“人性化”强调的是设计中对人性的尊重与人文关怀，而人的需求不断推动设计的发展为设计创造提供了动力。包装设计在满足人的精神需要、调解情感方面的作用不容置疑，包装设计的人性化特征取决于人类自身的需要特点对包

装设计的内在要求。化妆品包装设计的人性化特征集中体现在设计的形式与功能方面，需要从包装的外观材料和色彩装饰等方面进行探索变化，在造型设计上激发人们的心理共鸣和强烈的情感体验，达到“以情动人”的效果。还可以在功能属性中赋予平等关爱等人文关怀的优秀思想，通过功能要素对设计物开发和挖掘创造方便于人的产品，让人体会到温馨亲切的真实情感，也就是作品中所表达的“以义感人”。另外，恰如其分的命名也可以体现设计物品的人性化特征，将语言文字与设计物品巧妙结合产生新的消费认知和品牌风格从而实现“知名识物”的设计目标。因此在化妆品包装设计人性化特征表现过程中，只有将产品的使用功能与形式要素相结合，才能体现包装设计作品所体现的人性化设计理念。

二、迎合现代女性消费情意背景下的化妆品包装设计

1、化妆品包装材料应用

科技的迅速发展为艺术设计所需要的材料提供了多样性，化妆品包装的材料种类繁多。主体容器通常有：玻璃、塑料、PET材料等，化妆品的外包装一般应用纸盒作为辅助材料。化妆品消费对包装的外观要求越来越高，需要更优良的材质应用于化妆品包装，凸显时尚性，提高性价比。塑料具有强度大质量轻的特点，凭借其坚固耐久性成为化妆品包装中的主选材料，塑料在化妆品包装材料中占据重要地位。玻璃材质具备璀璨夺目的外观，透明度好，可塑性强，非常适合于易挥发、易散失香味的化妆品包装。PET材料具有质轻、透明、高阻隔的属性，利于再加工，是化妆品包装中应用最适合最广泛的环保材料，另外可利用PET材质的光滑细腻感易于表面装潢设计表现。对于这种复合材料，经过配置其它材质，在视觉上能给人美妙奇特的审美体验，触感上也比较柔软，是当今化妆品市场最好的包装材料，前景将更广阔。化妆品包装的材料选择对于当今的绿色设计意义重大，选择可以循环利用和便于加工处理的材料适合当前工业文明的需要，绿色环保材料将在化妆品包装设计中占据主导地位。

2、化妆品包装容器的人性化设计

化妆品包装设计中“容器”的选择及其商品竞争中所占比重正日益增强，由于竞争加剧而导致化妆品包装造型设计多样化，外观形态设计通过一定的材质不断变化而得以明确具体的体现，满足不同年龄阶层的不同需求。如针对青年女性的品牌设计在造型上更加可爱，可模仿动植物等外形作为包装容器，在色彩的选择上多采用粉嫩高调的色彩，满足青春少女期的消费心理，体现花季美好的心理愉悦感。而针对成熟的女性群体的消费需求在容器造型选择上以简洁大方、实用为基础，体现高雅和审美特征，颜色多以暖色调的女性色为主，重点表现女性群体柔和优美的视觉印象。化妆品包装容器造型设计可通过造型上的不同变化，整体应具有强烈的形式美感和醒目的个性特征，迎合女性的审美心理，在设计中体现柔和秀美的特点，强调包装造型的趣味性。设计产生不同视觉美感的外在表现形态，满足众多消费群体的审美需求，才能最终实施购买行为促进销售。

3、化妆品包装的装潢设计

在新经济条件下，企业之间的工艺水平日益缩小，产品科技含量不断提高，产种类品丰富多样，加之人们的物质生活不断提高，消费趋向表现在精神需求的领域而更为个性化多样化。消费者更注重个人情趣和爱好，千人一面的商品包装难以维系广大消费群体的不同需求。包装是沉默的诱惑，包装的作用完全体现在真确地突出商品的特点、美和个性之中。包装装潢的表达要直接，虽然形式上可以含蓄，但目的只是为了更好的表达，孔子曰“里仁为美”便是这个道理。而那些独具魅力的化妆品包装装潢设计，从视觉艺术的角度讲，就是在包装的结构、色彩、选材以及外观上个性鲜明独具匠心，设计风格上充满个性、时尚特点，这样才能满足人们与众不同的心理需求。以表现女性柔美特征的“shocking”香水为例，设计师采用模拟人体曲线为设计元素表现容器瓶身，形状酷似穿着胸衣的女人身体，以流畅的线条，优美的造型洋

溢着东方静泌的优雅与神韵。此种个性化的设计使包装的魅力超越了里面的香水，让消费者印象深刻而深受她们的喜爱。因此，化妆品包装装潢设计需要迎合个性化发展的审美情趣，致力于包装装潢的个性特点，来满足消费者的审美需求。

三、结语

在商品经济高速发展的时代，女性消费者的审美情趣正日益提高，消费理念与消费心理也产生很大变化。化妆品包装须要以迎合现代女性的消费情意，在设计中体现个性化特征，将情感化设计与人性化设计融合，突出时代特征，与社会文化潮流接轨，更进一步的对化妆品包装美的有益探索，充分发挥化妆品包装设计的优势与作用，才能更好地体现其设计的价值而时刻被人们所注意，实现广大接受群体的消费情意需求。

毕业设计思路篇三

（一）低碳礼品包装设计历史。礼品包装有千年的历史，东西方对于礼品包装都有各自不同的风格，中国春秋战国时代就已十分注重礼品包装，常常采用十分名贵的包装材料对商品进行烘托修饰，甚至发生了“买椟还珠”这样的历史趣事。发展到现代，工业经济、商品经济高速发展，商家为了追求更高的利润，往往在包装上大下功夫，包装华丽而内容贫瘠的商品屡见不鲜，严重侵害了消费者的利益且对环境造成了巨大的负担。人们于是开始寻求一种融合平衡美观、适度、创意、温情等等不同元素的设计理念，继而就研发设计出了低碳理念下的包装风格。

（二）设计原则。低碳包装设计要求符合国际的3r+1d原则，即保证包装是轻包装、可回收利用、可重复使用且使用材料可降解。3r+1d原则可以说从材料层面对包装设计进行了规定。另外，包装设计还要把握审美原则和适度原则，保证包装设计能够凸显商品的卖点和吸引力，且符合受众的审美习惯和

年龄、社会阶层。

二、设计材料分析

一个包装样本，能够体现低碳元素的是其材料部分，低碳包装可选择的材料是非常丰富的，包括可降解材料、可食用材料、可重复利用材料和原生材料等等。采用可降解材料的包装在其丧失使用效能之后，被丢弃后可在短时间内被微生物降解为有机物质，为土质增添营养或者用于再生产，不会使环境产生负担。原生材料是使用自然界现有的材料雕琢美化后作为包装，比如贝壳雕刻美化后可以当作项链、戒指的包装盒，木料经加工雕刻成为木盒，木屑可用于造纸、建筑吸水等，岩石磨薄镶嵌是很好的古董包装盒，可食用材料常作为快餐食品的包装材料，同时具备可降解材料的优秀品质，在无限的创意中，为食品提供优良的包装。参考3d+1r原则，常用的设计材料具体有：

（一）纸。纸在包装设计中的运用非常广泛。包装用纸分为再生纸和原浆纸，原浆纸价格比再生纸略高且环保程度不如再生纸，但原浆纸可以制作高品质的材料，显图效果也比再生纸强。包装设计要根据客户需求和产品效果综合考虑选用电纸的类别，当然，从实用和环保角度，还是建议用再生纸作为包装设计材料。

（二）竹木。竹子和树木因其硬度、韧性、轻便、容易加工、取材便捷等优点，在包装设计中常备作为原材料，另外，竹木包装因其古朴、民族的特色也常常被一些设计师、客户青睐而选用。

（三）玻璃。目前玻璃制作技术非常成熟，钢化玻璃等玻璃类别已经让自身脱离了易碎这个标签，玻璃包装往往显得华贵优雅，加以染色技术，又有琉璃的古朴之感，常常为高档商品所选用。同时玻璃作为一次成型的包装材料，也可以重复利用，例如可口可乐公司的汽水瓶，就是重复利用的一个

典范。

（四）金属。金属因其高延展性、高韧性、可回收、丰富的类别和合金的多种复合可能被包装设计师所青睐，设计师往往可以通过金属材料制作出精美绝伦的包装艺术品。另外，金属包装产品的实用性能也很高，例如口香糖常用镀膜纸作为包装，以保证产品的干燥，贵重物品也常用金属进行包装，能起到防水防火防盗的作用。

（五）蔬菜。蔬菜中淀粉含量高以及纤维含量高的作物根据其特殊性往往可以当作包装材料。例如面粉和鸡蛋可以做成油炸食品的盒子，加工过后的蔬菜叶子可以用来包裹饼子等有馅料的食物，马铃薯粉制作马铃薯制品的包装盒也常有新奇的生活艺术效果。

三、印刷油墨

印刷所使用的油墨也关乎产品包装是否低碳，如果油墨材料不够环保，那材料即便可降解，也会使环境产生负担。目前常用的三种油墨有：

（一）水性油墨。水性油墨是采用水作为溶剂而得名，不会对人体产生伤害。同时水性油墨成本低廉，且印刷成品的颜色靓丽美观，且干燥效率比有机溶液的油墨效率高，常被食品、药品生产厂商运用，有着世界级的安全水准。

（二）植物种子油墨。采用较为广泛的是大豆油墨，由豆油、树脂、蜡质、颜料等材料，按照一定比例调配加工而成，对环境0负担，也无挥发性有机物质污染空气，不会对呼吸系统造成负担。新型的植物种子油墨还有亚麻种子油墨，这种油墨在性能上均优于大豆油墨，成为美、日、韩等国的印刷新宠儿。

（三）蔬菜油墨。蔬菜油墨的优势在于颜料源自纯天然，不

含任何添加剂，甚至可以达到可食用的标准，一般也常与可食用的包装材料配合使用，同时这种油墨像蛋糕着色一样采用喷枪，更富创造力和想象力。

四、从设计结构方面提升礼品包装的低碳品质

（一）为包装“瘦身”。与中国传统的华贵繁复的包装结构不同，低碳理念下的包装结构设计遵循的准则是简约、小巧、实用，甚至达到“零包装”的程度。零包装不是指没有包装，而是包装简约到与产品浑然一体，不会像传统包装一样喧宾夺主，为产品增加过多的不必要的附加成本。但在瘦身模式下的包装设计，其创意和艺术性的体现就更加困难，这对于包装设计师有着更高的要求。

（二）摒弃粘合剂。对于包装材料的连接设计，丝绸、布艺制品可以采用缝纫的手法将材料连接在一起；硬质的材料现也多参考古代的“楔”手法，将材料拼接起来，例如木盒的仿古设计，既有历史韵味，又有现代的低碳理念；对于可降解塑料等不适宜以上两种方法的材料，则应当一次成型或者采用热熔手法将不同部分连接在一起，减少粘合剂的运用；对于纸板等材料，可以使用金属条装订，一方面保证了连接的稳固性，另一方面金属条和纸板都能回收再利用，符合低碳的理念。

（三）礼品包装结构要在遵循礼品本身及礼品品牌的基础上创新。过度包装往往会造成浪费，甚至会喧宾夺主掩盖礼品本身的立意。例如送一只古意盎然的毛笔，用一个高级檀木雕花盒子做外壳，内衬绣着精工苏绣的上好的雪缎和羽绒，这样的礼品，乍一看非常有档次，但毛笔的高雅风骨就被包装冲淡了许多。

五、结语

低碳包装还需要更多的创新来迎合纷繁复杂的产品设计需求，

低碳是一种理念而不是一个固化的思维模式，要不断推陈出新，摒弃对自然环境、对身体健康有害的包装材料和印刷材料。低碳理念的全球化并不是一蹴而就的，但只要设计师群体有一个低碳的理念，常出品符合客户需求和产品特色的低碳设计，低碳型的礼品包装必然会成为一个长久的潮流趋势。

毕业设计思路篇四

电子元器件的加工精度越来越高，电路越来越细薄。有些电子产品如平板电视，整机越来越大，但产品厚度越来越薄。因此，需要有针对性的从包装设计、引入包装新材料和新技术来提高电子产品包装的防护功能。包括：

(1)防震，通过包装箱结构设计和采用高性能缓冲包装材料，提高电子产品的防震功能。比如，采用天然原材料制备的可完全降解的轻质纸浆模塑材料取代泡沫塑料以及瓦楞垫片，采用气垫薄膜减少包装材料消耗等。

(2)防水防潮。电子产品零部件中各个元器件越来越小，相互之间的距离越来越近，在潮湿环境中容易出现毛细管结露，短路损毁电子产品。在产品内包装加一层塑料薄膜、铝箔纸、蜡纸等防水包装材料，以及在包装中置放干燥剂防止电子产品生锈或结露。近年来，高阻隔材料塑料膜、具有红外反射功能的铝箔纸以及纳米改性的隔热高阻隔涂料等新型防水材料逐渐在电子产品包装中应用。有些电子产品采用遇水(潮)图文消失或图文显示或图文模糊等智能标签显示该电子产品是否经历过遇水(潮)过程。

(3)防静电。随着电子元件集成度越来越高，电路中绝缘层的厚度越来越薄，承受静电电压能力越来越低，而且产生和积累静电的高分子材料大量使用，使得静电危害越来越严重。静电对电子产品的破坏表现主要有四个方面：静电吸附灰尘，降低元件绝缘电阻；静电放电直接破坏电路或元件；静电放电电场或电流产生的热使元件受损；静电放电产生幅度很大，

频谱极宽(从几十兆到几千兆, 达几百伏/米)的电磁场使电子产品受电磁干扰损坏。完全消除静电十分困难, 电子产品在装卸、运输、储存过程中振动、摩擦、碰撞、挤压过程中还会新产生静电积累。电子产品静电防护唯一可依赖的就是包装。国际电工委员会(iec)根据产品的静电敏感度和性能要求的高低, 将静电包装分为三个等级, 静电屏蔽包装, 要求包装材料的体电阻小于 1000ω □静电导电型包装, 其体电阻 10000ω □静电逸散型包装, 其体电阻介于 $10^4\sim 10^{11}\omega$ □静电敏感电子元器件通常采用多层防静电屏蔽袋包装, 内层是不易产生静电或消散静电的材料, 中层为导电材质提供静电屏蔽保护, 最外层为静电屏蔽材料, 降低外界电场对电子元器件的影响。新材料技术的进展提供了多种性价比不同的新型防静电材料。

(4)防氧化。采用气调技术降低包装中的氧气和水蒸汽含量, 产品包装特别是一些军用印制板备件, 应装在防静电铝箔薄袋内并充氮气封口, 以防印制板面及元器件被氧化。四川国营长虹机器厂生产的军事电子装备采用了聚乙烯薄膜干燥空气密封封存技术, 不仅延长了产品储存期, 而且节约了机器返修费; 南京长江机器制造厂等军工产品的包装, 推广应用了气相防锈和除氧封存工艺技术, 不仅提高工效3倍, 还降低了包装成本30%左右, 而且延长了产品封存期, 保证了产品的稳定性和可靠性。

2. 电子产品包装的生态设计、应用新型环保包装材料

生态设计是指在产品设计、选材、生产、包装、运输、使用到报废处理的整个生命周期全过程中, 充分考虑产品的环境属性和资源属性, 将可拆卸性、可回收性、可制造性等作为设计的目标, 在产品设计时, 选择与环境友好的材料、机械结构和制造工艺, 在使用过程中能耗最低, 不产生或少产生毒副作用, 使产品及其制造过程、使用过程和报废处理后, 对环境和资源消耗的总影响减到最小。首先全面了解产品的结构特点。它包括产品结构强度设计(六面承受的允许强

度)、产品底面结构状况、外表的耐磨性、内部结构件的布局及强度、导线的编扎固定牢度、元器件安装长短、各种支架的强度及机壳使用材料等。对于电子产品,一般采用全面缓冲设计方案,缓冲形式可有左右套衬和上下天地盖两种。大型电子产品常用的外包装是瓦楞纸箱,部分大而重的产品采用蜂窝纸板包装箱。衬垫结构一般以成型衬垫结构形式对电子产品进行局部缓冲包装,衬垫结构形式应有助于增强包装箱的抗压性能,有利于保护产品的凸出部分和脆弱部分。棱角边应有垫条、垫块、垫片等保护;在外包装箱内填充碎纸屑、碎泡沫等缓冲。包装箱要装满,不留空隙,减少晃动,可以提高防潮、防振效果。内包装的最主要功能是提供内装物的固定和缓冲,有多种内部包装材料及方法可供选择。

(1)发泡塑料是传统的缓冲包装材料,有质量轻、保护性能好、适用范围广等特点。特别是发泡塑料可以根据产品形状预制成相关的缓冲模块。目前,电子产品内包装材料以聚苯乙烯(eps)和聚乙烯(epe—珍珠棉)为主,尽量选用价格低的可降解材料—epe目前在国际上是比较认可的环保材料,主要用于易碎品的包装,成本比较高—eps可以模塑成型,成本低,但不可降解和回收,导致白色污染。

(2)气垫缓冲膜是在两层塑料薄膜之间采用特殊的方法封入空气,使薄膜之间连续均匀地形成气泡。气泡有圆形、半圆形、钟罩形等形状。气泡薄膜对于轻型物品能提供很好的保护效果。作为软性缓冲材料,气泡薄膜可被剪成各种规格,可以包装几乎任何形状或大小的产品。气垫薄膜的缺点在于易受其周围气温的影响而膨胀或收缩。膨胀将导致外包装箱和被包装物的损坏,收缩则导致包装内容物的移动,从而使包装失稳,最终引起产品的破损。而且其抗戳穿强度较差,不适于包装带有锐角的易碎品。小型电子产品常用包装纸盒进行包装。纸盒有单芯、双芯瓦楞纸板和硬纸板。在保证电子产品包装防护功能的前提下,尽量减少包装物的使用量和选用轻质包装材料、其它工业的废料(纸张裁切后的边角料)。同

时，包装材料的生产以及废弃后可以进一步回收利用。目前纸蜂窝、纸浆模塑等环保材料已经在格力、长虹、海尔、海信、美的等知名家电企业得到了广泛的应用，取得了很好的成效。收缩与拉伸薄膜包装在海尔集团得到推广应用。

毕业设计思路篇五

摘要：将交互设计运用于包装设计中，一方面可以使包装与消费者间产生共鸣，包装不再仅仅起保护产品的作用，更重要的是突出一种情感化的交流，从而达到促进销售的作用；另一方面可以使包装设计突破原有的设计模式，顺应时代的发展，不再只是单调的平面装饰带给消费者的视觉感受，而更多地结合了新媒体和新技术，给包装设计一个全新的发展空间。

关键词：青铜器；包装设计；交互设计；广告传播

1包装设计、广告传播与交互设计的关系

交互设计中的包装设计主要是让包装不再只是单纯地发挥包裹、保护产品的作用，也可利用新技术使得包装更具功能性，设计新型的包装设计，使得在保护和推销产品的同时增进产品与人的关系。包装不应只是刺激人们消费的产品，还应成为使用者的有用工具，要达到的最高境界是在传达信息的同时多为使用者考虑，使产品与人合为一体，成为人们所需要的设计。

2青铜器包装与广告传播的文化及其价值

近年来，越来越多的人喜欢在家里放置一些仿制的工艺品，从而促使仿制青铜器频繁出现。包装设计与民族文化内涵密切相关，包装的民族化是拥有民族特色的包装，可以从它的色彩、材料和风格来体现。此外，从文化心理差异、文化情调、消费文化趋向和文化品牌的创立都可以反映母文化的特

征。寻觅和收集民族艺术的精华，用现代的审美观和先进的科技手段糅合、提炼，以实现传统文化与现代创新理念的完美结合。

3包装结构设计

包装的结构多以空间最优化的形式囊括其中。青铜器虽体积小，但分量重，所以在包装的结构上要合理安排。如果空间太大，极易使青铜器在包装内摇晃受损；如果空间太小，又很容易撑破包装盒。另外，青铜器形态各异，所以在内部结构上必须合理安排。青铜器本身是很敦实的产品，而且形状不同，在运输的过程中难免受到碰撞，所以在包装盒结构的设计上，要以保护为主，盒子的空间大小和样式要与特定的产品相符，以免损坏产品。笔者结合自身经验，拟定了以下两个方案。

包装盒上的交互设计

包装结构设计得新颖，一方面可以使包装盒保护青铜器不受损，另一方面还可以使包装盒得到再次利用。这样的设计可以使包装更具趣味性，让消费者可以参与其中。此外，包装盒采用了“再次利用”的设计理念。目前，在我国的产品包装设计中，结构上的交互是最常见的一种，设计师利用包装盒的结构特点再次设计得到了新的造型，吸引了更多消费者的注意，比如在打开包装盒的过程中增加趣味性等，这些都可以拉近消费者与产品间的距离，达到无声促销的目的。笔者的设计方案是：在包装盒内安置灯管，在购买产品后放入包装盒带回家后，包装盒可以不丢弃，插入灯管后，通过包装盒的镂空形式可以透出灯光，消费者可以任意摆在自己喜欢的位置，装饰自己的房间。

包装材料上的互动设计

包装材料的选择可以很好地体现产品的质感，所以在材料的

选择上，其实有很多可利用的素材。不同的材料可以通过不同的路径来丰富，所以在设计思维上更广一些。目前，我国的包装设计也会利用很多不同的材料进行包装，这些包装都会很快地吸引消费者的眼球。不同的材料再搭配合适的颜色会产生不一样的效果。亚克力磨砂胶版为笔者此次设计的主要材料，将原木色的木材作为底座，最后再搭配灯光的照射效果，会有很不一样的设计风味。磨砂亚克力板罩住青铜器后会模糊青铜器的造型，但是在灯光的照射下，会有完整的形状透出印在包装盒上。这时，青铜器的颜色会淡淡地印在包装盒上，形成一幅很原始的包装图案。将灯关闭后，又会显现出一个模糊的形状。这样，不仅融入了交互设计的理念，还以最简单的包装诠释了笔者的设计理念。此次设计采用木质材料制作，并采用激光雕刻的方法将包装上的图文显现出来。包装要与内部产品的主题相符，便于包装保持地域的风格特点，突出品牌特征。之所以使用木材，是因为木材有良好的强度，可以承受冲击和重压，有一定的弹性；可以回收利用，是绿色包装材料的最好选择。

4结束语

交互设计虽然是从人体工程学中分离出来的，但它包含了许多设计类别，且设计本身都是有关联的。因此，将交互理念融入包装设计中是切实可行的。随着时代的发展和消费者审美观、价值观的改变，交互式包装将会成为人们生活中不可缺少的一部分。广大设计者应努力挖掘包装内部的无限可能，让包装设计在不同领域有更广的发展空间。