

2008 年美国纸盒包装大赛部分获奖作品赏析

作者：杨萍编译

【内容提要】迄今为止，PPC 颁发了数千个杰出的纸盒包装作品奖。2008 年，美国纸盒包装大赛对纸盒包装加工商在产品质量、服务和创新水平上都提出了更高的要求。本刊精选了 2008 年美国纸盒包装大赛部分获奖作品，与读者分享。“美国纸盒包装大赛”由美国硬纸板包装委员会（PPC）发起网印，每年一届，旨在从众多纸盒包装中评选出最具成本优势和货架效果的作品，并授予纸盒包装加工商荣誉。

PPC 成立于 1967 年，由美国折叠纸盒协会（成立于 1933 年）和优质包装研究院（成立于 1929 年）两所机构合并而成，其任务是扩大、促进和保护纸盒包装工业的发展 RIP，并为其成员提供一个有序的竞争平台。

迄今为止，PPC 颁发了数千个杰出的纸盒包装作品奖。2008 年，美国纸盒包装大赛对纸盒包装加工商在产品质量、服务和创新水平上都提出了更高的要求。本刊精选了 2008 年美国纸盒包装大赛部分获奖作品，与读者分享。

McCain Foods USA Ellio 比萨饼包装盒

加工商：Cascades Boxboard Group, Montreal, Quebec

购买商：McCain Foods

购买商需求分析：

客户的主要要求是降低包装成本。

加工商策略：故障分析与排除

叠纸盒和内置的基座组合成一体，这也是包装加工商在结构上的创新之处。采用传统油墨进行 3 色胶印和水性上光 CTP 在中国，提高了加工效率和原材料的利用率。

Brain Toniq 四罐装饮料包装盒

加工商：All Packaging Company, Aurora, Colo.

购买商：Brain Toniq

购买商需求分析：

产品要在消费者心目中树立高品质的认知感，包装的最大挑战是要体现出这种饮料与普通运动型饮料的不同。

加工商策略：《中国印刷业年度报告》

从纸盒的外观上就能看出这是一组饮料的包装，盒子侧面不是方正的展会，而是沿着两边放置的两个饮料罐的形状成型，显出流动的线条美感，这无疑增加了它的货架效果。通过模切成型的“IQ”字样非常醒目，同时又清楚地将饮品的信息传递给消费者，增加了包装的趣味性投资采购，能够立刻抓住消费者的眼球。

纸盒采用了一种简便而安全的组装方式。盒子顶部开孔的设计使得消费者可以在不破坏整个外包装的情况下便捷地从纸盒中一次取出一罐饮料。

Apple Mac OS X Leopard 软件包装盒

加工商：All Packaging Company, Aurora, Colo.

购买商：High Country Orchards

购买商需求分析：

这是 APPLE 公司软件操作系统升级版的外包装盒，他们期望产品的外包装盒能够反映升级版带来的变化，希望包装盒的设计能够提升 APPLE 的品牌形象，并在零售货架上给消费者带来视觉震撼。

将色调分明、现代感强的光栅图像层压在 SBS 卡纸上，以达到最佳的视觉效果。升级版软件操作系统的包装盒比老版本的包装盒尺寸更小（从 7 英寸×9 英寸降到 5 英寸×5 英寸）《中国印刷业年度报告》，所以也从整体上减少了原材料的使用，符合当前包装减量化的要求。曼罗兰

Mineral Fusion Mascara 展示盒

加工商：Curtis Packaging, Sandy Hook, Conn.

购买商：Elizabeth Arden

购买商需求分析：

客户要给一款矿物睫毛膏制作销售包装，要求包装盒里能装 24 只睫毛膏和 2 只试用装。包装购买商提供了包装设计草图，为了增加纸盒在结构上的可观赏性，他们想把包装盒做成多层圆形展台的式样。

根据包装购买商提供的设计草图人民币，通过模切工艺使各个组件相互搭接，组合成弯曲的展台，展台的上层有两个平齐的孔穴，用来放置 2 只试用装。该包装的特点在于所有的部件之间都不是采用胶黏剂黏结起来的，使得该包装的组装环节既简洁又可控。

The Devil Wears Prada DVD 包装盒

加工商：Great Western Industries 出版，Dallas, Texas

购买商：Graphic Press

购买商需求分析：

福克斯电影公司需要一个独特的图形效果使这张 DVD 在零售货架上“璀璨夺目”，且包装正面的大红色高跟鞋看起来要有皮制的感觉，但不想使用全息烫印工艺。

加工商策略：饮料包装

这是第一个采用 HoloEmboss 技术制作的 DVD 包装盒，考虑到运输要求以及加工速度要比传统烫印速度快等因素大族冠华，HoloEmboss 技术是最佳选择。作品完成后，正面的大红色高跟鞋带有全息效果，这与影片时尚、奢侈的风格极为相符。

Britney Spears Believe 包装盒

加工商：Curtis Packaging, Sandy Hook, Conn.

购买商：Elizabeth Arden

购买商需求分析：

Elizabeth Arden 的目标是为新系列产品 Britney Spears

Believe 设计一个引人注目的外包装，用耀眼的图形来吸引消费者的眼球。

加工商策略：展会

纸盒在结构上的独特之处在于其外观像一个蛤壳，是全闭合的装订，从顶部折叠打开。这种设计的优点在于增大了表现和展示的空间，盒子打开后内部的造型很好地配合了外观的视觉和触觉。纸盒没有使用油墨印刷，所有的细节都是通过六次热烫印得到的。将纸

盒关闭后，又可恢复长方体的形状，便于堆码、运输和储存。此外原稿，另类的外观有效地增强了 Britney

Spears Believe 的品牌效应，促进了产品销售。

Usher 包装盒

加工商：Shorewood Packaging

购买商：Liz Claiborne

购买商需求分析：

包装购买商希望为两款化妆品寻求一种高端、奢侈的外包装，这两款化妆品分别针对男士和女士消费者，包装看起来要有织物的感觉。

男士用化妆品采用以灰色为主色的包装盒，女士用化妆品采用以金色为主色的包装盒。两款纸盒均采用凹版印刷色序，为女士设计的纸盒采用 3 色印刷，达到小山羊皮的视觉效果，非常柔软，商品的标识“USHER”经过了压凹凸和烫印处理；为男士设计的纸盒采用 5 色印刷，包括两种黑色、两种灰色（其中一种作为打底）和银色太阳化学，整个作品既具备了浮雕效果，又制造出了皮质外观。