

ICS 55.020  
CCS A 82

T/HZGY

团 体 标 准

T/HZGY XXX—202X

## 快消类饮料食品容器包装设计规范

Specification for packaging design of fast-moving consumer goods  
beverage food container

(征求意见稿)

202X - XX - XX 发布

202X - XX - XX 实施

杭州市工业设计协会 发布

## 目 次

前言.....	II
1 范围.....	1
2 规范性引用文件.....	1
3 术语和定义.....	1
4 总体要求.....	1
5 设计因素.....	2
6 设计流程和要求.....	2
7 评价与改进.....	4

## 前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由杭州冉色科技有限公司提出。

本文件由杭州市工业设计协会归口。

本文件起草单位：杭州冉色科技有限公司、杭州品物智核科技有限公司、杭州零到一工业设计有限公司、杭州飞鱼工业设计有限公司、中国计量大学、杭州市工业设计协会。

本文件主要起草人：张越人、杨斐、李文凯、余飏、肖金花、屠晓俊、马聪、于丹、周朝彧、孙灿灿、李郝标静、尹文月。

# 快消类饮料食品容器包装设计规范

## 1 范围

本文件规定了快消类饮料食品容器包装设计的总体要求、设计因素、设计流程和要求、评价与改进。本文件适用于快消类饮料食品容器包装的设计服务。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB 23350 限制商品过度包装要求 食品和化妆品

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**快消类饮料食品** fast-moving consumer goods beverage food  
消费频率高、保质期较短、包装需便于携带与展示的饮料及食品类别。

## 4 总体要求

### 4.1 基本要求

快消类饮料食品容器包装设计应符合GB 23350的规定。

### 4.2 安全性

设计应使包装材料符合国家相关食品安全标准，不含有害物质，不与食品发生化学反应。

### 4.3 功能性

设计应满足快消类饮料食品的储存、运输、展示和使用需求，结构合理，便于开启、携带。

### 4.4 环保性

设计应考虑环保因素，宜选择可回收、可降解或易于处理的材料。

### 4.5 经济性

设计应在保证产品质量和安全性的前提下，控制包装成本，提高材料利用率，降低生产成本。

### 4.6 美观性

设计应注重包装的外观造型和色彩搭配，符合目标消费群体的审美需求，提升产品的吸引力和市场竞争力。

## 5 设计因素

### 5.1 材料选择

设计应根据快消类饮料食品的性质和储存条件，选择合适的包装材料，如塑料、玻璃、金属、纸质等，并考虑材料的阻隔性、耐高温性、耐压性等性能。

### 5.2 结构设计

设计应合理规划容器的形状、尺寸和结构，确保容器具有足够的强度和稳定性，便于堆码、运输和展示。同时，宜考虑容器的开启方式、密封性能。

### 5.3 视觉设计

设计应注重容器的视觉效果，包括色彩搭配、图案设计、文字排版等，以吸引消费者的注意力，传达产品信息，提升品牌形象。

### 5.4 标识与说明

设计使容器能清晰标注产品名称、规格、生产日期、保质期、使用方法、注意事项等信息。

### 5.5 特殊需求

针对特定类型的快消类饮料食品，如含气饮料、热灌装饮料等，设计应考虑压力承受、热封性能等特殊需求。

## 6 设计流程和要求

### 6.1 咨询与接单

6.1.1 应与委托方开展前期沟通，明确项目目标、包装类型、设计范围、预算、周期及交付内容。前期沟通可通过会议、书面函件或线上沟通等方式。

6.1.2 应对委托方提供的资料进行整理与分析。

6.1.3 应收集产品定位、品牌视觉基础、竞品信息、目标成本、认证要求等信息，作为设计工作的依据。

6.1.4 与委托方达成一致后，应签订设计服务合同，明确服务内容、工作流程、权责划分、交付内容、付款方式及违约责任等条款。

### 6.2 需求分析

6.2.1 应对快消类饮料食品的产品特性、使用场景、销售渠道、陈列方式、开箱体验、目标人群开展分析。宜考虑不同场景下的消费频次与消费方式。

6.2.2 应分析产品在零售终端、电商平台、自动售卖机等销售渠道中的分布情况，宜结合渠道特性制定相应的销售策略。

6.2.3 应开展竞品包装拆解、结构可行性评估、材料与工艺（CMF）初步确定设计方向。

6.2.4 应梳理品牌视觉逻辑，形成差异化设计策略，输出设计需求分析报告，与委托方达成一致。

### 6.3 初稿设计

6.3.1 应根据需求分析进行创意构思，绘制概念草图，提出不少于 3 个创意方案，完成初步盒型结构设计，制作三维效果图，并开展消费者沟通点的模拟。

6.3.2 初稿设计阶段中应确保各创意方案之间具备可比性，明确各方案的核心卖点、视觉逻辑与差异化特点，与委托方达成一致。

6.3.3 初稿设计阶段应形成概念设计展板、初步三维效果图。

### 6.4 细节设计

6.4.1 优化选定方案的视觉表现，完善结构细节设计，优化拆件与装配设计方案，明确 CMF 要素，与委托方达成一致，完成印前最终稿件制作，并编制包装制作的技术文件。

注：CMF——色彩（color）、材料（material）、表面工艺（finish）。

6.4.2 设计内容符合以下要求：

a) 图形：

- 1) 具体图形具有写实感；
- 2) 抽象图形有较强概括性；
- 3) 牌号、标志、商标等图形符号形象突出，易于辨认和记忆。

b) 色彩：

- 1) 基色的选用符合内装物的特性、企业形象和包装意图；
- 2) 包装整体的配色具有和谐、明快、醒目的美感情调；
- 3) 考虑规范性、习惯性色彩的运用。

c) 文字：

- 1) 主体文字的造型考虑艺术性和可读性；
- 2) 说明性文字清晰、整齐，宜采用印刷体；
- 3) 选用的字种、字体符合规范性要求；
- 4) 文字的大小、造型配色、布局、排列等与包装件整体装效果相协调。

6.4.3 细节设计阶段应形成高保真效果图、CMF 色板与工艺说明、印前完稿文件、爆炸图、尺寸图和用于验证比例与效果的增强现实（AR）模型。

### 6.5 打样与验证

6.5.1 应根据细节设计开展虚拟打样或实物打样，对结构强度、密封性、色彩、工艺、装配效果进行测试。

6.5.2 应对不符合要求的内容进行优化调整，直至满足设计与使用要求。

6.5.3 打样与验证阶段应形成可交互 AR 模型文件、实物打样/色彩打样（如有）、打样测试报告。

### 6.6 方案确定

6.6.1 应根据打样与验证结果优化最终设计，输出生产级三维数据、二维工程图、刀模文件、CMF 规格书、分色印前文件和物料清单。

6.6.2 双方对最终方案进行书面确认，完成设计定稿。

### 6.7 设计交付

6.7.1 应向委托方完整交付全部设计成果。

6.7.2 交付成果应清晰、规范、可直接用于生产与印刷。

6.7.3 双方完成验收与结案确认。

## 7 评价与改进

- 7.1 设计项目完成后，应定期开展项目复盘，评价设计目标的达成情况、委托方满意度及设计过程的规范性。
  - 7.2 应建立设计质量反馈机制，收集委托方、生产方、终端用户等对包装设计的意见和建议。
  - 7.3 应根据评价结果和反馈信息，识别设计流程中的改进点，并采取相应措施，持续优化设计流程和设计质量。
  - 7.4 评价与改进记录应予以保存，保存期限不少于设计服务合同约定的质保期。
-