



中华人民共和国国家标准

GB/T 12123—89

销售包装设计程序

Designing procedure for selling packages

1989-12-30 发布

1990-07-01 实施

国家技术监督局 发布

销售包装设计程序

Designing procedure for selling packages

1 主题内容与适用范围

本标准规定了销售包装设计的基本要求、方法和一般程序。
本标准适用于各类产品的销售包装设计。

2 引用标准

GB 1.7 标准化工作导则 产品包装标准的编写规定

GB 4122 包装通用术语

GB 4857 运输包装件基本试验

3 术语

3.1 包装装潢(包装视觉传递)

利用图形、色彩、文字和外观造型等艺术手法传递产品信息。

3.2 设计定位

根据产品的类别、档次、牌号、销售市场、销售方式等,确定包装设计的整体构思。

3.3 货架效应

商品在货架陈列中,其特色对消费者产生的购买吸引力。

4 销售包装设计的基本要求

4.1 应依据项目任务书或合同书进行。

4.2 应符合 GB 1.7 等有关国家标准的规定。

4.3 应便于消费者携带、开启、使用、储存、处理。

4.4 包装容器和材料应保护内装物安全、卫生,对消费者以及环境不产生危害。

4.5 包装装潢(包装视觉传递)应清晰、准确地传递产品信息,取得明显的货架效应。

4.6 应节省资源,降低包装成本,提高经济效益。

5 销售包装设计

5.1 确定设计条件

5.1.1 产品分析

a. 类别,如食品、药品、纺织品、日用化学品、家用电器等;

b. 物态,如气态、液态、固态等;

c. 理化、生物特性,如挥发、潮解、腐蚀、氧化、霉变、蛀蚀、易碎、易燃、易爆等;

d. 其他,如贵重、精密、危险程度等。