第一图书网, tushu007.com

<<现代包装设计理论及应用研究>>

图书基本信息

书名：<<现代包装设计理论及应用研究>>

13位ISBN编号：9787010075211

10位ISBN编号：7010075212

出版时间：2008-12

出版时间：人民出版社

作者：朱和平　主编

页数：427

字数：412000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

《现代包装设计理论及应用研究》即为该课题研究的最终成果。
尽管五位评审专家均给予了充分的肯定，全都鉴定为优秀，但作为项目主持人的我，在心里得到了一丝丝慰藉之余，心中仍有挥之不去的感慨!个中原因，最主要的莫过于研究的艰难性和困难。
细细回想起来，除了个人的学识和能力以外，还在于以下两点。
一是研究对象已有的理论基础的薄弱，多少有些出乎我们的意料。
包装与社会生产、生活息息相关，不仅有着悠久的历史，与人类的起源、发展同步，而且受制于社会经济和文化科技的发展水平，这是众所周知的事实。
也许正是它的存在缺乏自己的独立性，所以国内外对其研究一直囿于其表层，既没有系统的理论构建，也缺乏深入的个案和微观的研究。
正因为如此，在最初构建课题理论框架体系时遇到了前所未有的困难，甚至每每有推倒重来的念头。
对包装行业中存在的一系列问题，根本无法上升到理论层面，很难摆脱现象的陈述和事实的罗列。

作者简介

朱和平 男，1965年10月生于湖南省湘乡市，1983年9月至1994年7月，先后就读于湘潭大学、郑州大学、武汉大学，分获学士、硕士、博士学位。
1994年7月至1998年712月任教于郑州大学，从1999年1月起任教于湖南工业大学（原株洲工学院）。
2001年7月晋升为教授；2002年入选首批湖南省社会科学“ 百人工程专家 ”；2004年荣获“ 全国优秀教师 ”称号，并荣记湖南省一等功；2005年被批准为湖南省艺术学省级学科带头人，享受国务院政府特殊津贴；2006年评为湖南首届教学名师、株洲市“ 德艺双馨 ”文艺家；2007年入选湖南省“ 121人才工程 ”二层次人选。
从1999年12月至2007年3月热，曾任湖南工业大学（原株洲工学院）包装设计艺术学院院长。
现任湖南工业大学校办主任，兼任中国包装教育委员会常务理事、副秘书长，湖南省设计艺术家协会副主席，湖南省陶艺家协会副主席，株洲市设计家协会主席以及吉首大学等数所高校特聘、客座教授。

书籍目录

第一章　绪论　第一节　包装从传统到现代　一、关于包装概念的演变　1．传统包装　2．现代包装　3．包装设计　二、包装设计的发展历程　1．原始时期的包装设计　2．手工业时期的包装设计　3．工业时期的包装设计　第二节　包装设计与政治、经济、文化的关系　一、包装政策法规对设计的制约和影响　二、现代包装法规的完善及实施　1．我国包装法规的现状和不足之处　2．包装法规对设计的影响和制约　3．未来包装法规的完善及实施　三、包装设计的经济属性　四、包装设计的文化意蕴　第三节　科学技术对包装设计的影响　一、科学技术在传统包装发展演变中的影响　二、科学技术在传统包装设计向现代包装设计演变中的作用　三、科学技术对当代包装设计的影响　1．科学技术的发展有利于设计师和消费者素质的提高　2．现代科技的发展推动当代包装工业的发展　3．科学技术的发展将不断导致现代包装形式的变革　第四节　包装设计在社会经济、生活中的地位　一、包装行业在国民经济中的地位　二、包装设计和企业品牌的创立与维护　1．包装与品牌的关系　2．包装设计和企业品牌的创立与维护　三、包装设计对生活方式的影响　第五节　包装设计的本质、功能、目的与意义　一、包装设计的本质特性　1．实用性　2．精神性　3．欣赏性　4．文化性　5．创新性　二、包装设计的功能　1．实现包装的多方位保护功能　2．体现人性化便利功能　3．实现传递信息、美化商品、促销的商业功能　4．充分满足和适应心理要求的功能　三、包装设计的目的延伸　四、包装设计的意义第二章　包装新材料与设计新理念　第一节　包装材料对设计原创性表达的影响　一、包装和材料的关系　二、包装材料的基本属性　1．纸包装材料……第三章　包装设计创意与表现理论第四章　包装装潢的视觉传达设计理论第五章　整体包装设计理论及应用第六章　系列化包装设计理论及应用第七章　包装设计的现状及发展趋势

章节摘录

第四，优越心理需要。
由于阶级、阶层、地位、职业和生活经历等的差异性，在我们每一个人的心理活动中，常常会自觉或不自觉地形成某种所谓的“ 优越心理 ”。
这种心理表现在对物质产品的选择和使用上，存在一种要求与自己特性相符合的关系，要求其选择和使用的物质产品能满足其自尊和体面等心理需要。
在这种心理驱使下，大多数人都希望能从他人那里获得对自己的支付能力、审美能力的赞美与尊重，因此在挑选商品过程中，往往会产生不甘落后、攀比的心理，炫耀其超过常人的购买能力，以满足其优越心理。
第五，满足求实心理。
实用性是设计区别于纯艺术的重要标准，也是一切设计最基本的原则，因此，对包装设计来说，必须能够满足消费者的核心需求，也就是必须有实在的价值。
虽然对于同质量的商品，较精美的包装比起较普通的包装更能引起消费者的购买欲望。
但若过度强调包装的作用，以致包装超过质量的商品对于大多数消费者来说，不仅会滋生物非所值的感受，而且不符合社会可持续发展观的要求。
这种过度包装的行为可能在部分消费者中有一定市场，但对长远的商品销售是有百害而无一利的。
特别是作为一个社会最具消费能力的群体——中老年人，由于生活阅历等原因，他们最讲求质朴、实在，形成理性消费观。
所以，求实心理堪称是今天和今后消费心理的主流。
第六，满足求信心理。
任何一种交换行为的最终产生和实施，都是建立在诚信的基础上。
消费者在经过一系列的复杂心理活动，包括对产品的内涵有一定程度的了解之后，在最终决定其消费时，还必须具备眼前的产品就是自己所认识和理想中的商品。
所以，对于包装设计来说，充分合理、准确地反映和表现商品的品质，是包装成为承载社会责任感的要求。
这种责任感对于产品生产企业来说，是通过诚信来推动企业可持续发展。
对消费者来说，是通过诚信来满足需要，消除生产者和购买者之间的怀疑心理，达成一种互相信用的关系。

后记

经学科评审小组评议，全国艺术学科规划领导小组审批，由我主持的课题“现代包装设计理论及应用研究”于2003年8月被列为国家年度课题。
原定研究期限为两年，但实际完成却延迟至2006年年底，最终批准结项为2008年3月。
本书即为该课题研究的最终成果。
尽管五位评审专家均给予了充分的肯定，全都鉴定为优秀，但作为项目主持人的我，在心里得到了一丝丝慰藉之余，心中仍有挥之不去的感慨!个中原因，最主要的莫过于研究的艰难性和困难。
细细回想起来，除了个人的学识和能力以外，还在于以下两点。
一是研究对象已有的理论基础的薄弱，多少有些出乎我们的意料。
包装与社会生产、生活息息相关，不仅有着悠久的历史，与人类的起源、发展同步，而且受制于社会经济和文化科技的发展水平，这是众所周知的事实。
也许正是它的存在缺乏自己的独立性，所以国内外对其研究一直囿于其表层，既没有系统的理论构建，也缺乏深入的个案和微观的研究。
正因为如此，在最初构建课题理论框架体系时遇到了前所未有的困难，甚至每每有推倒重来的念头。
对包装行业中存在的一系列问题，根本无法上升到理论层面，很难摆脱现象的陈述和事实的罗列。

编辑推荐

《现代包装设计理论及应用研究》由人民出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com