

图书基本信息

书名：<<Photoshop商业产品包装表现技法>>

13位ISBN编号：9787113094683

10位ISBN编号：7113094686

出版时间：2009-2

出版时间：中国铁道出版社

作者：温鑫工作室

页数：317

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>

前言

商品生产是以交换为目的的生产。

交换的过程是生产者与消费者共同参与的过程，早在18世纪，商人们就已经注意到在运输过程中会出现货物破损的问题。

于是产生了以保护商品安全为功能的商业产品包装。

之后，人们又发现，当商品被摆放在开放的货架上任人选购时，包装就成为一种无声的诱惑：在对产品品质没有把握的情况下，大多数的消费者会把对包装的感觉转移到产品上，从而影响购买决策。

精美的商品包装可起到美化商品、宣传商品和促进销售的作用。

此外，包装上的绘图、商标和文字说明等内容，既能方便消费者辨认，又介绍了商品的成分、性质、用途、使用和保管方法，起着方便与指导消费的作用。

最后，合理的包装可以使零散的商品以一定数量的形式集成为一个整体，从而大大提高装载容量并方便装卸运输，可以节省运输费、仓储费等项支出，有利于降低成本、提高经济效益。

由此可见，商品包装设计、制作在商品的生产过程中占有十分重要的地位。

本书正是一本介绍如何进行包装设计的专业图书。

在流行的商品包装设计中，专业图像处理软件Photoshop因其操作简便、修改随意、具有独特的艺术性而受到包装设计者的青睐。

本书通过精心的结构编排，由浅入深地以实用案例带动读者学习设计各种特效字体，使读者能快速掌握和设计出具有专业水平的字体作品。

本书从包装的基础知识讲起，第1章~第3章介绍了包装的历史和分类、纸制品造型和容器造型；第4章~第12章，按照商品包装设计的特殊效果或者组合应用介绍实例的设计方法，内容包括饮料类、酒水类、食品类、日用品类以及礼品盒类包装设计。相信在读者完整地学完本书后，不但能掌握商品包装的设计方法，还能对商品包装的风格特点、设计要素有所领悟，并开阔设计思路。

为了方便读者学习和参考，随书附赠一张光盘，其内容为书中实例设计的源文件及素材图片。

读者按照实例设计过程中的提示，打开光盘相应文件夹找到素材图片，就可以按照书中的操作步骤完成包装设计。

读者也可以直接使用实例源文件，稍加改动就能应用在日常的设计工作中，达到事半功倍的效果。

内容概要

商品包装充斥于人们日常生活中的各个领域，例如食品、药品、日用品和各种礼品等。经过设计而特意制作出的包装，不仅能展示商品内容、突出商品特点，还具有实际的商标宣传效果。在商品包装的设计制作过程中，专业图像处理软件Photoshop因其操作简便、修改随意、具有独特的艺术性而受到包装设计者的青睐。

本书共分12章，分别介绍了：包装的历史和分类，纸制品与容器的造型，饮料类、洒水类、食品类、日用品类、药品类、保健品类和礼品盒类包装的制作方法，CD盒外包装设计，以及海报招贴画设计。

本书的内容按照实际应用领域划分章节，介绍了多种效果的实现方法，有很大的参考价值。随书的光盘，内含书中实例源文件及素材图片，供读者学习和参考。

本书适合广大美术设计人员、包装从业人员和美术院校学生作为工具书和参考书使用。

书籍目录

第1章 包装的分类 1.1 按包装形态分类 1.2 按包装机能分类 1.3 按产品销售地区分类 1.4 按包装材料分类 1.5 按产品类别分类 1.6 按包装功能分类第2章 纸制品造型 2.1 纸盒造型 2.2 包裹造型 2.3 购物袋造型第3章 容器造型 3.1 容器的种类 3.2 容器设计 3.3 结构图 3.4 制模 3.5 绘制效果图第4章 饮料类包装设计 4.1 牛奶包装设计 4.2 易拉罐包装设计 4.3 汽水玻璃瓶包装设计 4.4 鲜奶片包装设计 4.5 香浓人参咖啡包装设计第5章 烟酒类包装设计 5.1 白酒包装设计 5.2 红酒包装设计 5.3 啤酒包装设计 5.4 威士忌酒包装设计 5.5 酒盒包装设计第6章 食品类包装设计 6.1 饼干包装设计 6.2 面包包装设计 6.3 薯片包装设计 6.4 巧克力外包装 6.5 水果罐头的包装设计 6.6 脆皮雪糕的外包装设计 6.7 瓜子包装设计 6.8 纯奶糖包装设计 6.9 钙奶饼干包装设计 6.10 核桃粉外包装 6.11 心形巧克力盒式设计 6.12 夹心牛奶巧克力包装设计 6.13 意大利曲奇包装设计 6.14 中华酥糖包装设计第7章 日用品类包装设计 7.1 沐浴露包装设计 7.2 洗发水瓶外形设计 7.3 化妆品外包装盒设计 7.4 指甲油瓶形设计 7.5 精油瓶形包装设计 7.6 睫毛贴包装设计 7.7 美白滋养面膜包装设计 7.8 补水面贴包装设计 7.9 高效美白净肤霜包装设计第8章 药品类包装设计第9章 保健品类包装设计第10章 礼品盒袋类包装设计第11章 CD盒外包装 6.14 中华酥糖包装设计第12章 海报招贴画设计

章节摘录

插图：第1章 包装的分类包装，从广义上来看，是对产品的容纳和保护。

人类有史以来，就充分利用了天然材料进行包装：树叶成为最简单的包装纸，果壳成为现成的容器，葫芦可以说是最具中国传统韵味的包装容器，稻草、麦秆、芦苇所编的绳子和篮子、竹子制成的竹筒、竹篮，以及陶瓷、木材、金属都成为极好的材料。

随着工业革命的兴起，生产技术的发展一日千里。

生产成本降低，大量的消费品产生，商品生产由家庭式作坊衍变为工厂批量制造，封建的自给自足经济也变为交易经济；由少量自给自足的社会形态而至大量生产、消费局面形成市场范围也由一村一县而扩及全世界。

包装，当然随着生产、交易及运输方式的改变而有所改变。

现在，包装已经是商品不可或缺的一部分，因为“产品+包装—流通领域—商品”。

俗话说：“佛要金装，人要衣装，货要包装”。

包装不仅具有运输、保护功能，而且具有宣传、介绍、便于陈列、推销和使用等功能。

可以说，包装是产品沉默的守护者、助手和推销员。

1.1 按包装形态分类包装按形态分类，可分为逐个包装、内包装、外包装。

逐个包装是以适当的材料或容器对产品个体分别从事包装设计，通过分别进行包装设计，将商品的内容通过视觉表现出来，其目的在于提高产品的商品价值。

内包装是包装货物的内部包装，不直接显示在最外层，如图1-1所示，其目的在于以适当的材料和技术防范水、潮湿环境、光、热、冲击挤压等外在的不利因素。

编辑推荐

《Photoshop商业产品包装表现技法》通过精心的结构编排，由浅入深地以Photoshop制作实用案例形式来带动读者学习如何设计、制作商业产品包装。

全书共分12章，分别介绍了：商业产品包装设计的基础知识，如设计概述、要素和构成、创意方法等；商业产品包装的经典范例以及多种包装设计的思路和制作方法，具有很强的参考作用。

产品包装作为实现商品价值和使用价值的手段，在生产、流通、销售和消费领域中发挥着极其重要的作用，是设计关注的重要课题。

包装的功能是保护商品、传达商品信息、方便使用、方便运输并促进销售。

产品包装作为一门综合性学科，具有商品和艺术相结合的双重性。

随书附赠一张光盘，内容为书中实例源文件及素材图片，方便读者学习和参考。

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>