

<<什么是包装设计？>>

图书基本信息

书名：<<什么是包装设计？>>

13位ISBN编号：9787500666202

10位ISBN编号：7500666209

出版时间：2006-1

出版时间：青年 电脑

作者：(美)贾尔斯·卡尔弗

页数：254

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>

<<什么是包装设计？>>

内容概要

要点：包装设计完成的是一些简单任务：使产品便于销售和保存；以最有效且最出彩的方式包装产品；告诉消费者产品的特点是什么，帮助消费者了解使用产品的方法。

然而，隐藏在这些简单任务之下的，却是促成包装设计最终方案的众多因素。

《什么是包装设计》将逐一探讨，是哪些因素决定了顾客的委托要求，又是哪些因素影响了设计师采用的设计方法。

综观包装设计：《什么是包装设计》将构成包装设计的要素一一拆解开来，详加剖析。

在探讨每一个要素时，诸如包装结构、信息的编排和次序、摄影和插图，以及表面肌理，都会就这一要素单触加以论述，再讨论这一要素与其他要素之间的相互关系。

书中通过大量实例来讲解包装设计丰富而多变的设计手法，并且表明，设计师是如何可开拓进取，不断借鉴新的技术手段来满足客户的各项要求。

包装设计作品选辑：包装设计是由各种各样的设计师团体完成的。

一些设计师来自全球性的大型设计顾问公司，另一些则独立工作，为特定市场、国家工作，又或隶属于某产品公司的设计部门。

这本书囊括了形形色色的设计师团体，对他们的作品加以分析，这些设计师的精彩设计每每令人叹为观止，他们的创造力也将促使读者思考，甚或能在本书所述之外，得言外之味，弦外之响，获取全新的启示。

<<什么是包装设计? >>

书籍目录

要点 包装的作用 历史的观点 行销因素 销售组合中的包装 地方化与全球化 衡量包装设计优劣的标准 零售环境 专属品牌与自有品牌 选择的速度 自助式选购和协助式选购 包装动态 品牌展示 产品差异 系列产品和单项产品 部门行为 市场定位 关注环境 法律规范综观包装设计 结构设计 纸盒 瓶子 软管 罐头 管形瓶与广口瓶 批量包装 蚌壳式包装与透明塑料罩包装 CD 礼品包装 创新的形式 各种材料 包装上的平面设计 商标 文字编排 信息编排和次序 包装的背面 语言 摄影 插图 色彩 符号和图标 表面肌理和特殊效果 重量、尺寸和条形码包装设计作品选辑 包装设计作品选辑 Arnell Group Curiosity Dolyle Partners Duffy Worldwide Lewis Moberly Lippa Pearce Michael Nash Associates Pentagram Shiseido Slover Company Turner Duckworth附录 推荐读物 术语表 致谢

<<什么是包装设计？>>

章节摘录

简单地说，销售组合用于描述所有与产品销售有关的媒介，这是销售者们喜欢使用的一种简化说法。销售组合中包括广告、促销、销售网点、公共关系、直接销售（例如邮件直销和页面广告），还有设计。

近来，销售组合又包括了一些新的媒介类型，像在线广告和病毒营销。还有带“戏谑”，字句的招贴海报，能在一夜之间遍布街头墙壁和道路设施，令市政当局恼怒不已，今公用事业管理者痛心疾首。此外，国家广告法令的改变，也会迫使某些诸如香烟厂商之类的公司去调整自己的销售途径，例如采取直接针对销售对象的直销方式。

在理想情况下，产品销售者有足够多的预算，能够制定出营销策略和传媒计划，不同媒体都能发挥出最大作用。

广告和各种公共活动引起消费者的充分注意；有促销策略用于鼓励新产品的试售，并积极有效地与竞争者进行价格对抗；销售网点提醒消费者注意商店中的产品，并且介绍产品或提供相关信息；而包装设计则能够促使产品在销售点的出售。

但现实很少如此理想，预算总是不够，很少有充裕的时候，营销人员不得不量体裁衣，制定适当的计划。

所有的支出都要仔细核算，确保每一个环节都能达到预期的目的。

包装设计能否成为关注的焦点，取决于这样几个原因：在购买时，包装设计是否能够最大程度地引起“震惊”？

品牌主题是否被准确地传达？

是否能与其它竞争者的品牌区别开来？

……

<<什么是包装设计? >>

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>