

<<分众包装设计>>

图书基本信息

书名：<<分众包装设计>>

13位ISBN编号：9787500684947

10位ISBN编号：7500684940

出版时间：2008-12

出版单位：中国青年出版社

作者：[英]马克·汉普希尔,[英]基斯·斯蒂芬森

页数：207

译者：杨茂林

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>

<<分众包装设计>>

前言

美国近来的一项调查表明：60%的受访者在下午4点时还不知道他们准备为晚饭买点什么，只有购买时他们才能做出决定。

竟然有60%的选择都是在购买时做出的，这着实令人吃惊。

如果找一个案例来证明包装设计的力量的话，那这个就很合适了。

如果说包装能够促进人们的购买行为，那么毫无疑问，杰出的包装设计完全能够增强或改变一种产品或一个品牌给消费者留下的印象。

我花费了职业生涯中很长的时间去解释好的包装设计为品牌所有者、市场主管和企业家所带来的好处。

我坚信好的包装设计是品牌的核心，它反映了品牌的价值，传递品牌的承诺。

我还相信，富有创新性的设计能够在竞争日益激烈的市场环境中增强品牌的区分度并建立新的高标准。

同时，我认为重点突出的消费群划分对于提出有效的包装设计解决方案是十分关键的，这也是本书的重点所在。

那为什么了解所针对的目标消费群体是如此重要呢？

只针对很少一部分人拓展一个品牌有什么好处？常常有人问我这样的问题。

我要说，正确的目标定位所带来的利润是相当可观的。

为了解释这一观点，让我们举两个例子来说明怎样针对不同的人群来销售美容产品。

<<分众包装设计>>

内容概要

“分众”是建立在性别、年龄、社会经济地位、可支配收入、职业和购物习惯等方面具有差异的基础之上的。

《分众包装设计》通过独特的视角，按照年龄和性别进行大致的分类，解释了如何通过“分众”来设计出色的包装。

除此之外，通过对设计师和品牌所有者的采访和案例研究，分析了如何做出各种特定的选择，解释了设计方案是如何起作用的，以及怎样将一个设计雏形或者概念转换成为成功的，以使用者为中心的设计成果。

本书为设计师提供了一种思维、选材和创意的模式，帮助他们设计特定的受众包装。

本书适用于设计师、企业、广告公司以及研究市场的专业人员和学生。

<<分众包装设计>>

书籍目录

前言 章节1 儿童男孩和女孩 章节2 儿童男孩 章节3 儿童女孩 章节4 青少年男性和女性 章节5 青少年男性 章节6 青少年女性 章节7 成年人男性和女性.. 章节8 成年人男性 章节9 成年人女性 章节10 中年人男性和女性 章节11 中年人男性 章节12 中年人女性 附录主要设计公司 索引

<<分众包装设计>>

章节摘录

繁忙的城市生活节奏以及对食品质量要求的上升，都使消费者更加注重饮食的品质和效率。英国餐饮服务品牌Villandry完成了这样一种整合，将食品店、饭馆和酒吧合一，消费者可以在Villandry享受三道菜的晚餐，还可以和朋友来一个工作后的小聚。或者，买些原料在家花点时间做一顿丰盛的晚餐。Dalziel+Pow设计公司帮助Villandry设计了出色的包装，在针对目标人群的销售上，与品牌零售概念一样，都无懈可击。Identica设计公司的两个案例给高档包装的惯常设计方式带来了个性化。一家高档咖啡屋和街角的杂货店聘请了国际品牌设计专家来为其品牌发展设计识别形象。Kitchenand Pantry的品牌设计巧妙地使用了一颗树的图形，整个包装由令人产生食欲的土色和银色色调构成。另一个创意解决方案是UrbanGarden Honey Co的蜂蜜包装设计。众所周知，蜜蜂从花中采蜜，但是在这款蜂蜜罐子上出现的花却都是石刻花朵照片，这些美丽的石刻花柱正是来自公司附近的街道。

<<分众包装设计>>

编辑推荐

按照年龄和性别细分，消费群的成功包装设计作品及案例分析。

本书闪光点： 第一本阐述关于设计、市场和目标受众之间重要商业关系的专业书籍，结合实际案例，色彩运用、材料和字体选择等专业知识讲述设计原理，将理论、设计作品、调研究统计资料和坚实有力的数据巧妙地结合起来。

<<分众包装设计>>

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>