第一图书网, tushu007.com

<<包装设计>>

图书基本信息

书名：<<包装设计>>

13位ISBN编号：9787515308579

10位ISBN编号：7515308575

出版时间：2012-7

出版时间：中国青年出版社

作者：金旭东，欧阳慧，谢丽　等编著

页数：124

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

本书讲述了包装设计的各个方面，对包装设计的渊源及发展、功能和分类、调研和分析、定位和构思、表现和形式、制作规范、构图元素、构图原则、构图形式、容器造型、外观造型及内部结构进行了详细介绍，还包括对包装的材料、印刷工艺，包装容器的制作材料及印刷工序，系列化包装的理念和视觉传达设计形式，绿色包装的理念、发展、材料和原则等进行了全面的讲解。

<<包装设计>>

书籍目录

Chapter 1包装设计概述
1.1 包装设计课的教与学
1.1.1 包装设计的教授方法
1.1.2 包装设计的学习方法
1.2 包装设计的渊源及发展
1.2.1 包装设计的原始时期
1.2.2 包装设计的发展时期
1.2.3 包装设计的未来时期
1.2.4 欧美包装事业的发展
1.2.5 中国包装事业的发展
1.3 包装设计的功能和分类
1.3.1 包装设计的目的
1.3.2 包装设计的功能
1.3.3 包装的分类
1.3.4 包装设计与品牌文化
1.3.5 包装设计的人性化特征
Chapter 2包装设计的流程
2.1 调研和分析
2.2 定位和构思
2.2.1 设计的定位
2.2.2 设计的构思
2.3 表现和形式
2.3.1 具象表现手法
2.3.2 抽象表现手法
2.3.3 夸张概括的表现手法
2.4 设计原则
2.4.1 视觉醒目原则
2.4.2 信息明确原则
2.4.3 情感表达原则
2.5 制作规范
2.5.1 包装设计的创作流程
2.5.2 包装设计的规范
Chapter 3包装视觉传达设计的构成元素
3.1 构图的元素
3.1.1 文字
3.1.2 图形
3.1.3 色彩
3.1.4 商标
3.2 构图的原则
3.2.1 主体与陪衬
3.2.2 对称与平衡
3.2.3 对比与协调
3.3 包装的文字设计与应用
3.3.1 品牌字体的设计原则
3.3.2 品牌字体设计的变化范围

3.3.3 品牌字体设计的表现手法
3.4 包装的色彩设计
3.4.1 色彩与产品
3.4.2 色彩与营销
3.4.3 色彩与卖场
3.5 各国包装设计禁忌
3.5.1 禁用的包装材料
3.5.2 禁用的标志图案
3.5.3 使用文种的规定
3.5.4 使用色彩的要求
Chapter 4包装的设计造型
4.1 包装设计民族文化表现
4.1.1 国外包装设计
4.1.2 中国传统包装设计
4.1.3 现代包装设计
4.2 包装设计的容器造型
4.2.1 包装容器造型的意义
4.2.2 包装容器造型的分类
4.2.3 包装容器造型的设计原则
4.2.4 包装容器造型的形式法则
4.2.5 包装容器造型的设计制图与制模
4.3 包装设计的纸盒造型
4.3.1 包装纸盒的分类
4.3.2 包装纸盒造型的设计要点
4.3.3 包装纸盒造型的设计形式
4.3.4 包装结构与包装容器的关系
4.3.5 纸盒包装设计发展趋势
Chapter 5包装设计的材料和印刷工艺
5.1 包装与材料
5.1.1 包装材料的分类
5.1.2 包装材料的发展趋向
5.2 包装与印刷工艺
5.2.1 彩色印刷设计标准
5.2.2 包装印刷的主要类型
5.2.3 印刷的要素
5.2.4 印刷工艺流程
5.2.5 印刷后期加工工艺
5.2.6 制版稿制作基本要求
5.3 印刷与包装防伪设计的关系
5.3.1 纸张防伪
5.3.2 油墨防伪
5.3.3 多工艺组合防伪
5.3.4 激光全系图像防伪
5.3.5 数码防伪标示及电讯识别系统
5.3.6 图案安全设计
Chapter 6系列化包装的视觉设计
6.1 系列化包装的理念

6.1.1 企业品牌的树立与推广
6.1.2 良好的陈列与展示效果
6.1.3 广告宣传的价值
6.1.4 新产品的开发
6.2 系列化包装的视觉传达设计形式
6.2.1 不同规格与内容的商品系列化包装
6.2.2 同类商品不同容量规格的系列化包装
6.2.3 不同品种的同类商品系列化包装
6.2.4 造型与规格相同的商品系列化包装
6.2.5 多品种不同造型的系列化包装
6.2.6 同类产品组合性系列化包装
Chapter 7绿色包装设计
7.1 绿色包装的理念
7.2 绿色包装的发展
7.3 绿色包装的材料
7.3.1 高性能的包装材料
7.3.2 可重复利用或再生的包装材料
7.3.3 可食性包装材料
7.3.4 可降解包装材料
7.3.5 利用自然资源开发天然生物包装材料
7.4 绿色包装设计的原则
7.4.1 3R1D原则
7.4.2 经济性原则

章节摘录

在包装发展的过程中，人们对包装的认识也是逐渐深化的。
以包装物的含义而言，就有广义和狭义之分。
广义上的包装物，是指人们用来盛放和包裹食品或用品的器物。
狭义上的包装物，则是指市场所流行的销售包装——商品包装，它不仅是某种看得见、摸得着的器物，而且更多地蕴含着保护商品品质、传达商品信息、促进商品销售的内在意义。
对于这两种含义，在远古时代是不能明确区分的，随着商品交换的出现，商品经济的发展和市场竞争的加剧，商品的包装才逐渐被人们所认识。
包装与产品是一对孪生子，有了产品就要有包装加以保护，中国古文字中的“包”字就是一个育子于子宫中的象形字，它反映了古人对包装的认识与理解。
根据中国《辞海》中的解释以及传统上被人们所接受的含义，“包”有包藏、包裹、收纳等意思，而“装”则有装束、装扮、装载、装饰与样式、形貌等意思。
如果我们将传统的包装设计概念概括一下，它具有以下意义：保护，即通过一定方法将物品包容、保护起来，使之在质量上免受损害；整合，即将一些无序杂乱的物品按照一定的容量或数量单位，组合统一在一起；运输，即通过包装使物品便于运输、搬运；美化，即通过包装使物品显得更加漂亮、吸引人。
与对其他客观事物的认识一样，人们对包装的认识也是随着社会生产实践的不断加深而不断更新的。
在今天大生产与大市场的背景下，现代包装的概念及其内涵与过去相比有了极大的改变。
通观包装设计历史发展的全过程，可分为包装设计的原始时期、包装设计的发展时期和包装设计的未来时期。
……

编辑推荐

《中国高等院校“十二五”精品课程规划教材系列：包装设计》深入浅出地呈现了包装设计的各个阶段、步骤和要素，让读者能够全面掌握包装设计的精要，从而有更深刻的理解和更好的设计成果。

深度挖掘包装历史，全面洞悉包装内涵，牢固掌握包装精髓，灵活开发包装创意。

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