

<<中国平面设计.5 包装设计>>

图书基本信息

书名：<<中国平面设计.5 包装设计>>

13位ISBN编号：9787532123049

10位ISBN编号：7532123049

出版时间：2001-9

出版时间：上海文艺出版社

作者：靳埭强

页数：193

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>

## <<中国平面设计.5 包装设计>>

### 前言

编写和出版《中国平面设计》丛书，主要有两个目的。

第一个目的是，对一批实际制作并应用于中国商业或社会实务的优良设计作品，作宏观上归纳综述和微观上分析研讨，介绍各门设计的创作原理和制作方法，介绍各设计师的工作经验与处理手法，此实构成设计专业领域的进阶。

学习设计的学生，不仅可从丛书中获得各种设计的理论和方法，更重要的是能从专业设计师的心得和经验中，吸取大量教室里不易学到的实践知识，丰富自己的阅历，增长处事的才干。

而对于专业设计师，本丛书也是他们难得的资讯，可借兹吸收和交流同业经验，提高本身创作水平。

第二个目的是，通过本丛书，有计划地把中国设计师的优秀作品介绍给中国乃至全世界的广大读者，提高中国设计的地位，促进中国设计事业的繁荣。

我们竭诚邀请全国各地设计名家、优秀的青年设计师以及各享誉的广告及设计公司提供佳作，希望本丛书能概括当今中国设计的代表名作，记录当前中国设计师的创作成果，反映当代中国设计水平。

我们对本丛书或可作为中国设计的历史性文献，抱厚望焉。

《包装设计》是这套设计丛书的第五册。

本书收录了约二百三十多件包装作品。

全书分为十五章，运用近年中国的包装实例，阐述包装的功能、种类及设计。

编著者以图文配合的形式，选择不同的实例，讲解包装的保护条件、方便条件、传达条件、经济条件、美观条件、零售包装、复式包装、系列包装、陈列包装、运输包装、礼品包装，购物包装、容器设计、品牌建立和市场策略等各项问题，加上个别设计者的自述，可使读者对包装设计的问题有一定的启发。

编写本丛书在征集专业作品时，确实要花很多时间和往返手续，其中大陆的包装还有不是较着重美术装璜，亦常见抄袭模仿。

对于市场定位，以科学的态度和创新的概念从事设计的佳作选来不易。

本书幸得多位设计家提供佳作，又从公开征集中得到不少全国各地青年设计师的优秀作品，使本书增色不少。

编著者谨向他们致敬，并致以衷心谢忱！

靳埭强 二〇〇一年二月

## <<中国平面设计.5 包装设计>>

### 内容概要

《包装设计》是中国平面设计丛书的第五册。

本书收录了约二百三十多件包装作品。

全书分为十五章，运用近年中国的包装实例，阐述包装的功能、种类及设计。

编著者以图文配合的形式，选择不同的实例，讲解包装的保护条件、方便条件、传达条件、经济条件、美观条件、零售包装、复式包装、陈列包装、运输包装、礼品包装、购物包装、容器设计、品牌建立和市场策略等各项问题，加工个别设计者的自述，可使读者对包装设计的问题有一定的启发。

本书幸得多位设计家提供佳作，又从公开征集中得到不少中国各地青年设计师的优秀作品，使本书增色不少。

## <<中国平面设计.5 包装设计>>

### 作者简介

靳埭强，男，1942年生于广东省番禺。

中央美术学院设计系。

1957年定居香港，做学徒，满师后当裁缝师，如此10年之外。

其后在香港中文大学部攻读设计课程。

1967年开始从事设计工作，屡获奖项，享负盛名；1967年创办设计公司，作品受高度评价，成为驰名中外的设计师。

。靳埭

<<中国平面设计.5 包装设计>>

书籍目录

序引言第一章 保护条件第二章 方便条件第三章 传达条件第四章 经济条件第五章 美观条件第六章 零售包装第七章 复式包装第八章 系列包装第九章 陈列包装第十章 运输包装第十一章 礼品包装第十二章 购物包装 第十三章 容器设计第十四章 品牌建立第十五章 市场策略 设计师简介

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>