第一图书网, tushu007.com

<<包装再设计>>

图书基本信息

书名：<<包装再设计>>

13位ISBN编号：9787532246021

10位ISBN编号：7532246027

出版时间：2006-1

出版时间：上海人民美术出版社

作者：斯黛茜·金·高登

页数：160

译者：胡心怡

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

《包装再设计：适应市场变化的平面再设计》简单介绍了33个案例。
设计师们成功调整了原有包装的不足之处，并进行了有效的更新。
无论是预算紧张的小公司，还是有着百年历史的国际企业，这些客户在这一点上是相同的：他们都需要向世界展示新的形象，并在稳步向前发展和提升自身地位之间保持完美的平衡。
包装设计是多元的，它有一部分是科学，也有一部分是直觉，它也是对消费者心理的一种掌握和熟知。
但真正的成功属于具有“魔力”的设计——一种神秘的方程式——它能够激发、诱导并最终促进销售。
《包装再设计：适应市场变化的平面再设计》收入了大量产品包装再设计的经典案例，从食品到化妆品到玩具，涉猎广泛。

●《包装再设计：适应市场变化的平面再设计》用照片全程跟踪了包装重新设计的全过程：改造前、再设计过程中以及最终的包装新形象。

●《包装再设计：适应市场变化的平面再设计》包括了包装再设计的色彩计划、草图、字体处理等各方面的信息，并着重通过图解的形式来说明优秀的设计师是如何实现设计概念的。

无论一家公司成立了多少年，历史或长或短，再设计对于具有大量分支的商业经营都是不可避免的，而且费用也比较高。
虽然再设计成为了如此普遍的现象，但是我们依然不能轻视和忽略它。
《包装再设计：适应市场变化的平面再设计》对包装再设计进行了解析，为企业经营管理者和设计师们提供了大量至关重要的信息。
他们中前者在再设计过程里扮演了决策者的角色，而后者则是再设计的执行者。
设计巧妙的包装可以对社会受众产生巨大的影响。
消费者会有选择地购买适合自己消费水平的产品，而他们最初的判断就是通过对产品包装的印象和理解来决定的：勤俭持家的消费者会更多的被外表看上去并不昂贵的包装吸引，而高层次消费者如果要选购高档化妆品的话，他们会选择包装精美而华丽的产品。

设计师需要使用很多策略和手段来吸引消费者的注意力，所以在当今竞争激烈的市场上要获得成功，理解不同的市场需要怎样的设计是至关重要的。
《包装再设计：适应市场变化的平面再设计》向读者介绍了多种包装设计的方法，这样设计师和商业经营者都可以从中找到适合自己的产品和目标市场的策略。

作者简介

作者：(美)斯黛茜·金·高登 译者：胡心怡斯黛茜·金·高登是旧金山海湾地区一名出色的作家和编辑。
她是《How》杂志的长期撰稿人，也是《杂志设计秘诀》(《Magazine De—sign That Works))，Rockport出版社，2001年)的作者。

书籍目录

序言新销售定位制造商改变重点 Adobe AcrobatPrimoAngeli：Fitch设计公司 Balducci ’ sPearlfisher设计公司 Cafe de LyaIdeas Frescas品牌设计顾问公司Ciao BellaWallace Church设计公司都乐水果碗(Dole Fruit Bowls)Addis设计公司成功的秘诀制造商改变重点Fruit to goKaracters设计公司La MilitaIdeas Frescas设计公司Live a LittleIngalls＆Associates设计公司OriginWink设计公司珍珠橄榄(Pearls Olives)Tesser有限公司彻底翻新摒弃无效设计必富达王冠宝石琴酒(Beefeater Crown Jewel)Fitch设计公司佳运(Canyon Road)MOD／Michael Osborne设计公司Fai rytale Brown iesLee设计工作室FruiterCincodemayo设计公司成功的秘诀摒弃无效的设计南多斯沙拉酱(Nando ’ s Salad Dressings)Cross Colours设计公司Sir Laurence Oliver, 《圣经》——音乐CD套盒Sussner设计公司Tend BlendsHornall Anderson设计公司W．M．BarrProteus设计公司提升品位更新过时的设计雅芳(Avon)雅芳芭比娃娃(Barbie)Parham Santana策划团队DelormeLMS设计公司莱诺(Lionel)火车模型One Zero Charlie设计公司成功的秘诀更新过时的设计古风(Old Spice)Interbrand品牌形象公司LensCraftersChute Gerdeman设计公司Schroeder牛奶Bamboo有限公司沙皇(Tsar)Curiosity有限公司变脸保持竞争力的再设计AveenoLMS设计公司 清澄加拿大(Clearly Canadian)Karacters设计公司爱普生(Epson)SooHoo设计公司 成功的秘诀保持竞争力的再设计 力保健(Lipovitan)Blackburn ’ S设计公司 Sackets港牌1812年战役战争麦酒(Sackets HarborWarof 1812Ale)Iron设计公司 SomerfieldTAXI设计工作室 施乐(Xerox)Dunn and Rice设计公司 索引 关于作者

章节摘录

插图

编辑推荐

本书简单介绍了33个案例。
设计师们成功调整了原有包装的不足之处，并进行了有效的更新。
无论是预算紧张的小公司，还是有着百年历史的国际企业，这些客户在这一点上是相同的：他们都需要向世界展示新的形象，并在稳步向前发展和提升自身地位之间保持完美的平衡。
包装设计是多元的，它有一部分是科学，也有一部分是直觉，它也是对消费者心理的一种掌握和熟知。
但真正的成功属于具有“魔力”的设计——一种神秘的方程式——它能够激发、诱导并最终促进销售。

第一图书网, tushu007.com

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