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：9787810197441

10位ISBN编号：7810197444

出版时间：2001-1

出版时间：中国美术学院出版社

作者：成朝晖

页数：71

字数：20000

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

在众多商品中，包装本身就是一种传达媒体，无言地回应顾客的所有询问，因此才有所谓商品+包装+广告的销售体制。
包装的趋势反映出公众的集体意识与需求，同时，包装设计也反映了孕育它本身的历史时空的背景。
尤其是近年来，工业对于消费品的关注焦点，使原本对产品实用性的强调，转而注重营销技巧。
换言之，现今已是“时尚引导商品”或“商品流行化”的时代了。
对包装设计的需求，着眼在顾客的心理、感觉、品味以及使用方便与否，能否经久保存及用后的处理等功能的需求。
包装成为市场销售中重要的一环。
在浩瀚商海中，企业为使产品增强竞争力，想方设法在包装上下功夫，以保持一种鹤立难群、独占鳌头的良好发展态势。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

包装设计概说 包装回顾 包装的分类 包装的作用与机能 包装设计的视觉传达 包装设计的表现手法 包装的图文意象包装的色彩 色彩的机能 包装结构的重要性 包装一览 ·饮料类 ·食品类 ·化妆品类 ·其它 ·手提袋

章节摘录

包装设计的表现手法　　包装可以说是心理探索的媒介物，人的心理活动是人类特有的活动，人脑不断地接收各类信息，引发消费者的购买欲望和购买动机。
因此，包装设计的表现手法就大为重要。
由于市场千变万化，企业经营策略也必然随之而调整，包装的表现手法自然也具有伸缩性与延展性。
（1）个性化展现　　在竞争性商品中，尤其是在超市星罗棋布的商品中，包装设计要独树一帜，有明晰的识别性和醒目的形象，并有独创的个性化的特征，这样的包装才能抓住消费者的“第一眼”。
（2）情调渲染　　设计不是在抒发情感，而是在创造情感。
绿色和运动造型给人以青春活力的感觉；粉色和柔美的线条，传达以高雅、温馨的气息。
根据产品的不同渲染符合产品特质的情调，以达到包装和产品的协调一致。
（3）情节刻画　　企业很多产品的名称往往来自于民间传说或传统故事，其包装形象也常常反映了人们对于传统文化的缅怀、复古情绪。
因此，表现了文化艺术和生产生活故事情节的题材往往运用在包装设计中。
将充满浓厚文化和历史色彩的情节融入现代包装设计中，图文并茂，可增加商品的可读性与收藏性，同时使包装设计形式更为活泼。
（4）图案装饰　　图案，以其有限的空间浓缩了自然万物，高度精炼地展现了其生命运动。
无论是传统纹样，还是现代图案，它们或含蓄精炼，或奔放强烈，或简洁优雅。
　　单纯、凝重，无一不是人类对生活和自然的爱，靠着设计师的独特构思，将优美图案运用于设计中，增加节奏感与韵律感，使设计更显丰富、精致。
包装设计应针对不同的消费群和不同的产品，采用小同的表现形式、表现技巧，以达到良好的预期效果，展示出其包装设计的个性魅力。
随着电脑技术迅速渗入设计领域，包装设计的表现形式更加随心所欲，然而却回归到对包装设计本土化的追求，这说明带有浓郁的民族文化传统特征的包装，真实地反映了人民大众的思想感情与审美情趣。

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