

《产品包装设计与制作》

图书基本信息

书名：《产品包装设计与制作》

13位ISBN编号：9787512112513

10位ISBN编号：7512112513

出版时间：2013-1

出版社：北京交通大学出版社

作者：胡娉 编

页数：198

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《产品包装设计与制作》

前言

古人言“酒香不怕巷子深”，这句对品质的美言在今日是否依然？看看我们的生活，一个时尚而丰富的社会：琳琅满目的超市、分类齐备的专卖店、方便快捷的网络，这些使得商品充斥消费者的视觉，消费者在商品海洋中如何作出自己选择？这时产品自身可能难以完全胜任商品宣传工作，而包装无疑是首先的无声商品广告，因而包装产业随着商品的丰富而蓬勃发展。“产品包装设计”是设计艺术专业的主干课程之一。包装设计是一门集艺术与科学及社会的综合性学科，作为包装设计行业的主要从业人员——包装设计师，都应该把包装设计实践结合理论全面展开学习。包装设计方法和包装效果图的制作是包装设计从业人员必须掌握的专业语言和工具。本书的特色就是通过大量的包装设计案例，由浅入深地指导练习者进行科学有效的训练，提高包装设计制作能力，达到理想的设计效果。

。

《产品包装设计与制作》

内容概要

《产品包装设计与制作》

书籍目录

第1章包装设计理论基础 1.1包装设计概述 1.2包装设计程序 第2章包装设计及表现 2.1包装盒结构设计 2.2瓶型包装设计 2.3包装装潢设计 第3章包装设计方法之探讨 3.1符号 3.2品牌运作 3.3色彩 3.4不同点 3.5个性 3.6幽默与恰当 3.7材料 第4章包装设计制作实例 4.1材质表现 4.2单个产品包装设计制作 4.3系列产品包装设计制作 第5章包装设计欣赏 参考文献

章节摘录

版权页：插图：1.1.3 优秀包装的特征 包装本身具有的销售力，因为超市商品是无声的推销员。同时，要了解顾客的消费心理：求实惠、审美、时尚、品牌、从众。消费行为的心理过程为：注意 兴趣 联想 欲望 比较 信心 决心 行为。优秀包装具有以下三个方面的特征。 科学性：技术含量。 准确性：信息传递——意识易记；市场定位——5W（What，Why，Who，When，Where）；商品属性——是什么档次。 经济性：成本低，节能环保。1.1.4 包装新宠 随着新产品的出现，时尚文化的影响及消费方式的改变，包装的种类也在推陈出新。现代包装新宠为：音像、手袋、礼品、保健休闲食品、POP（见图1—64～图1—67）。产品销售方式也变为：国际连锁、专卖超市、直销、传销、按揭、网吧、会员制、限量版。

《产品包装设计与制作》

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:www.tushu000.com