

<<商品包装设计>>

图书基本信息

书名：<<商品包装设计>>

13位ISBN编号：9787040109481

10位ISBN编号：7040109484

出版时间：2002-8

出版时间：高等教育出版社

作者：王国伦，王子源 主编

页数：121

字数：150000

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>

<<商品包装设计>>

前言

自改革开放以来。

商品经济的发展、设计交流的频繁在很大程度上刺激了设计教育的普及和发展，包装设计领域面临新的发展机遇。

1980年我国成立了“中国包装技术协会”，以及“设计委员会”，从包装产生的发展到包装设计领域的进步起到了领导的作用。

但我国至今每年因包装不善而引起的经济损失仍然数目巨大。

因此我国现代包装设计的发展仍具有很大的空间。

今天重视设计的中等教育、重视设计的基础教育和职业教育应是我国包装设计水平整体提高的新契机。

本书配合教学基本要求编写，从中国包装文化及发展状况入手，从包装传统的历史文化到现代包装的概念。

从包装平面设计要素到立体设计要素.从包装的设计程序到包装的创意构思，尽可能深入浅出地介绍包装设计文化、包装设计规律及所面临的新的发展环境。

考虑职业教育的特点，本书尽可能以典型和新颖的图例对知识点加以分析，既体现设计教育的相对规范化，又给学习者提供了自学的参考。

本书编者分别在清华大学美术学院、中央美术学院、北京广播学院和中国包装技术协会等专业院校和包装研究机构工作，具有较丰富的教学经验和实践工作经验.同时又非常关注包装设计领域的新的知识点和包装设计新的发展趋势。

主编王国伦负责全书的规划和修正；王子源负责全书的统稿并编写了第二章和第五章；樊友志编写了第一章；杨蕾编写第三章和第四章。

本书在编写过程中汇集了一些优秀包装专业资料，力图以较全面、翔实、准确的信息来体现包装设计学科发展的成就和方向，从而达到职业教育的目的.在此谨向提供资料的同仁表示诚挚的谢意。

本书由清华大学美术学院教授杨永善担任责任主审。

清华大学美术学院何洁、华健心审阅了本书，并提出了宝贵的意见.在此一并表示感谢。

由于时间的仓促。

文中多有不足，恳请读者批评指正。

<<商品包装设计>>

内容概要

本书是中等职业教育工艺美术专业国家规划教材。
是依据2001年教育部颁发的"中等职业学校工艺美术专业课程设置"及"商品包装设计教学基本要求"编写的。

全书共分五章,内容包括中国装潢历史沿革概述、现代包装设计概述、包装设计的程序及构思、包装设计的平面要素、包装设计的立体要素等。

在论述中精选了大量国内外包装设计优秀作品供分析和鉴赏。

本书从中国传统包装文化入手,在每一章中都努力做到体现相对完整的知识结构和世界最新包装设计成果;既体现设计教育的相对规范化,又给学生个人以发展空间;既做到设计理论理性的分析和阐述,又能以形象化的图例丰富加深学习包装设计的感性认识,使学生在广阔的包装设计领域中,了解包装设计原理,掌握包装设计技能。

本书可作为中等职业学校工艺美术专业学生使用,同时可作为岗位培训教材。

<<商品包装设计>>

书籍目录

第一章 中国装潢历史沿革概述 习题第二章 现代包装设计概述 第一节 现代包装的定义及发展 第二节 包装的功能 第三节 包装的分类 第四节 包装的材料分析 习题第三章 包装设计的程序及构思 第一节 包装设计的程序 第二节 包装设计的构思 第三节 包装设计的定位 习题第四章 包装设计的平面要素 第一节 包装图形设计 第二节 包装色彩设计 第三节 包装文字设计 第四节 包装编排设计 第五节 其他平面视觉设计元素 习题第五章 包装设计的立体要素 第一节 纸容器造型设计 第二节 容器造型设计 习题参考书目

章节摘录

版权页：插图：超级市场的出现使得包装的发展面临着新的挑战。

美国战后由于人力的缺乏和人力成本的上升，市场中出现“自我服务”体系的概念，即顾客自我挑选商品。

所以有人曾讲过：“包装之所以被重视的原因，就是行销制度逐渐走向自我服务之途，这种趋势是不可避免的。

”包装就是商品自身最好的推销员。

没有好的包装甚至会被拒绝进入超市。

专卖店为一些个性化包装、特殊包装创造了条件。

有的产品品牌借助专卖店直至实行VIP（重要客人）服务，特色商品使得其包装形象也要求与众不同，包装可以采用新的材料和形式来突出品牌个性。

随着现代技术的进步和世界经济的发展，小到口香糖大到飞机机械，包装超越了原始意义上的“装饰”、“容纳”等功能。

如同穿衣戴帽，在物质条件不充裕的情况下，人们只注重它的保暖功能，与其他艺术形式产生的背景相似，一旦人们的物质生活得到满足，所谓的“盛世出华衣”，此刻的服装就要超越最原始的功能而提升为精神的享受。

第二节包装的功能 一、容纳与保护功能“装”，藏也。

容纳和保护是包装的基本功能，我们也可以从身边的生物体得到直观的理解。

橘子表皮的柔韧，珍珠蚌外壳的坚硬，都可以看作是包装容纳与保护作用的形象比喻。

一般来说，产品的流通过程中会有储存、运输、陈列、携带等多个环节，包装必须能有效地防止商品受到损害，降低产品的破损率，这对于节约资源、增加经济效益具有重要的作用。

第一章提到我国从建国初期到20世纪70年代，由于忽视包装产业的发展而使出口商品面临过“一等质量，二等包装、三等价格”的尴尬局面。

可至今我国产业界每年因为包装设计不合理而损失的商品价值仍然高达上百亿元，所以包装设计的首要问题就是要避免哗众取宠，要切实起到保护商品的作用。

对包装实施保护的情况有多种，不同类型的产品会有不同的要求，尤其是危险品的包装，国家甚至会有相关的法律法规，同时对包装产生环境问题加以关切。

如一次性消费的包装对资源的浪费等。

还有盒装类产品包装成箱堆积后的耐压力要求；玻璃类产品包装的防震保护功能；粉末状产品包装的防潮功能；时尚类产品包装的展示功能等等，甚至会有许多新型产品的特殊保护要求，如电器类产品包装的防磁要求，所以必须针对产品进行有的放矢的设计。

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>