

<<包装设计>>

图书基本信息

书名：<<包装设计>>

13位ISBN编号：9787040214062

10位ISBN编号：7040214067

出版时间：2008-5

出版时间：高等教育出版社

作者：龙兆曙

页数：104

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>

<<包装设计>>

前言

今天，包装在人的生活中占有重要的地位。我们每天要接触的包装多不胜数。如果缺少了包装，人类的生活文明要倒退至久远的年代。中国在改革开放之后，市场经济发展一日千里。包装设计，亦从“装潢”的旧观念变成“设计”的新概念。设计师不单只要掌握“装饰”的审美观念，更要掌握现代设计造型美学，新材料、新科技的生产条件，容器构造的保护性能，视觉传达的表现手法，市场环境的调研分析，品牌建立与消费定位，还要认识包装法例、营销、环保与经济等各种条件。包装设计是一门多元性的综合学科，是设计教育的重要环节。

“包装设计”课程教科书的编写是一项非常重要、又不容易的工作。编著者必须具有深厚的理论修养与丰富的工作经验，亦要掌握教与学的互动关系。本书有幸请得包装专家龙兆曙先生执笔，必能完成一册高水平的专论。龙先生从事包装设计专业工作约20多年，优秀包装个案不少，在中外比赛中屡次获奖，包括在1993年我参与评选的第一届“平面设计在中国”，展的包装金奖，令人印象深刻。他长期投身设计教育工作，主持包装设计课程。我曾诚邀龙先生到汕头大学长江艺术与设计学院教授包装设计，使我院学生受益匪浅。他一方面了解包装专业的要求，将正确的设计概念授予学生，另一方面又洞悉学生学习的需要，引导及鼓励学生自主创新，严格要求学生打破常规，追求原创，推出不少独特的创作。

现在这本《包装设计》新著作将快出版，我乐意写此短文，向各位老师和同学们推介。

<<包装设计>>

内容概要

“包装设计”课程教科书的编写是一项非常重要、又不容易的工作。编著者必须具有深厚的理论修养与丰富的工作经验，亦要掌握教与学的互动关系。《包装设计》有幸请得包装专家龙兆曙先生执笔，必能完成一册高水平的专论。龙先生从事包装设计专业工作约20多年，优秀包装个案不少，在中外比赛中屡次获奖，包括在1993年我参与评选的第一届“平面设计在中国”，展的包装金奖，令人印象深刻。他长期投身设计教育工作，主持包装设计课程。

<<包装设计>>

作者简介

龙兆曙，1954年6月生于湖南省长沙市，早年就读于湖南师范学院艺术系美术专业。现为湖南大学艺术设计系主任、教授，深圳大学龙兆曙设计工作室高级工艺美术师，国家有突出贡献中青年专家，国务院政府特殊津贴享受者，深圳市杰出专家。

从事专业设计艺术工作30余年，其中从事外贸出口商品包装设计12年，在教学单位工作16年。曾为全国外贸行业劳动模范、全国优秀包装工作者、第九届全国美展设计展评委、深圳市平面设计协会首任主席。

作品涵盖包装、海报、标志、产品造型、建筑等设计，作品曾在美、英、法、德、日、韩等国展览并被收藏，曾获得国家、省、市包装设计奖多项，亚太地区“亚洲之星”包装设计奖两项，联合国WPO“世界之星”包装设计奖六项，中国建筑学会建筑学术特别奖、中国首届青年科技奖等。

<<包装设计>>

书籍目录

引论第一章 包装概论第一节 包装的保护作用一、自用性保护二、流通性保护第二节 包装的传达作用一、标识性传达二、销售性传达第二章 包装设计定位理论第一节 标志定位定义一、产品标志与生产者标志的明确二、系列产品标志的系列化使用三、可能拓展标志第二节 产品定位定义一、必须表现产品使用的理由二、必须明确给消费者以怎样的印象三、必须预计在货架上与同类产品并列的视觉反映第三节 消费者定位定义一、必须适应人性化的使用功能二、必须明确传达产品的使用信息三、必须明确传达产品的市场价值第四节 联合定位定义一、标志独立定位二、标志与产品联合定位三、标志与消费者联合定位四、产品独立定位五、消费者独立定位六、产品与消费者双联合定位七、标志、产品、消费者三联合定位第五节 定位设计实践一、命题性主题作业二、作业三、作业点评第三章 产品名称与产品标志设计第一节 产品名称一、产品名称文字设计的辨认特征二、产品名称的含义象征第二节 产品标志设计一、明确的视觉传达形式二、强烈的视觉冲击力量三、标志设计实践第四章 包装造型与结构设计第一节 造型设计一、使用功能性造型二、形象塑造性造型三、容器实验造型第二节 包装结构一、材料二、结构设计三、纸盒结构设计实践第五章 包装装潢设计第一节 文字设计一、文字规范二、字体特征三、字体设计欣赏第二节 图形设计一、照片图像拍摄二、手绘(含电脑设计)三、系列产品设计四、包装设计欣赏第三节 体面设计一、接口处的结合二、圆柱体设计三、体积的确定第四节 视觉秩序设计一、视觉轻重节奏二、视觉先后秩序第六章 包装与广告第一节 平面广告设计一、路牌广告二、灯杆广告三、商场货架广告第二节 电视广告一、影像拍摄广告二、动画制作广告第七章 包装设计技巧第一节 思维方式一、打破常规二、变换思路第二节 特征一、表现特征二、货架冲击力附录附一：龙兆曙在深圳大学的学生作业汇报展览及教学实录附二：龙兆曙在湖南大学的教学实录附三：龙兆曙在汕头大学的教学实录

<<包装设计>>

编辑推荐

其他版本请见：《包装设计》

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>