第一图书网, tushu007.com

<<食品包装设计与营销>>

图书基本信息

书名：<<食品包装设计与营销>>

13位ISBN编号：9787122022080

10位ISBN编号：7122022080

出版时间：2008-5

出版时间：化学工业出版社

作者：张新昌

页数：230

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

现代食品包装设计以消费者为中心，运用市场营销的理念进行包装产品的市场调查、产品定位、品牌策划和商标设计、包装造型与装潢设计、包装结构与形式创新、促销宣传策略以及包装印刷方案确定等。

本书共分十章，在简要介绍食品包装设计概论、程序与定位的基础上，详细介绍食品包装的造型设计、材料及容器设计、装潢设计、产品开发与品牌策划、促销包装与产品形象设计等，最后结合实例详细分析基于营销策略的设计全过程：产品特性、产品定位、包装材料、包装形式、装潢设计等。本书探讨角度新颖，内容实用，全书附有较多的设计图例并提供了运用市场营销观念进行的一种典型食品包装设计实例。

本书可供从事食品包装设计、营销的相关人员参考，也可作为包装工程专业相关课程的辅助教材。

<<食品包装设计与营销>>

书籍目录

第一章　食品包装设计概论　第一节　食品包装设计的特点与功能　　一、食品包装设计的特点　　二、食品包装设计的功能　第二节　食品包装的分类　第三节　食品包装设计的基本内容与设计原则　　一、食品包装设计的基本内容　　二、食品包装设计的原则　第四节　食品包装设计与营销策略　一、包装与市场营销的关系　　二、包装设计与营销策略第二章 食品包装设计的程序与定位　第一节　食品包装设计的程序　　一、食品包装设计的程序　　二、消费者的购买行为分析　　三、市场调查　第二节　食品包装设计的定位　　一、什么是定位设计　　二、定位设计的三个基本因素第三章 食品包装的造型设计　第一节　食品包装的造型设计原则　　一、包装造型对消费者心理影响分析　　二、造型设计的原则　第二节　食品包装造型的形态　　一、包装容器造型的形态要素　　二、包装容器与形体　　三、包装造型与材料　第三节　食品包装造型设计的原理与方法　　一、食品包装造型设计原理　　二、包装造型设计方法　　三、包装造型中的人体工程学设计　　四、食品包装造型设计的步骤　第四节　食品包装造型设计技法　　一、食品包装的纸盒造型　　二、食品包装的硬质容器造型第四章 食品包装材料及容器设计　第一节　食品包装材料及选择　　一、常见食品的包装防护性要求　　二、各种包装材料的特点和性能　　三、食品包装材料的选用原则　第二节　食品包装容器结构设计　一、食品包装结构设计概述　　二、纸包装结构设计　　三、塑料包装容器结构设计　　四、金属包装结构设计　　五、玻璃包装容器结构设计　　六、陶瓷包装容器结构设计第五章　食品包装装潢设计　第一节　食品包装与消费心理　　一、商品包装对消费者心理产生的作用　　二、消费者心理对包装设计的要求　　三、消费者购买心理中的包装设计策略　第二节　食品包装装潢的构思和构图　　一、食品包装装潢的构思　　二、食品包装装潢设计的构图　　三、包装装潢的设计意识　第三节　食品包装的色彩设计　　一、色彩与心理　　二、色彩对不同消费者的心理影响　　三、包装色彩的选择和应用　第四节　食品包装的文字设计　　一、字体的类型　　二、包装上的字体类别　　三、包装文字设计要点　　四、字体的组合排列第六章　食品包装产品开发与品牌策划第七章　促销包装与产品形象设计第八章　国际贸易中的食品包装第九章　食品包装印刷概述　第十章　基于营销策略的食品包装设计实例参考文献

章节摘录

第一章　食品包装设计概论　　我国有句古话“民以食为天”，可见食品在人们生活中具有重要的地位。
食品包装是包装产业的“大户”，在经济发达国家，食品包装的产值占整个包装工业产值的70%以上。
随着经济的发展，人民生活水平的提高，我国的食品包装业也已逐步走上规模化和现代化的发展道路，并成为国民经济中的一个重要组成部分。
饱而求精，富而求美，是食品消费的必然趋势。
根据马斯洛的“需求层次论”，在精神、艺术、技术与媒体空前发展的现代社会里，人们更加注重食品包装设计的独特风格，更加关注自我心理层面的需求。
包装是为了在流通中保护产品、方便储运、促进销售，按照一定的技术方法所采用的容器、材料以及辅助物等的总称，也指为了达到上述目的而在采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等的操作活动。
包装以具体的形式向消费者传递着商品的使用价值，同时又代表企业与顾客直接接触，传递着品牌价值和产品的内在价值。
当顾客购买产品时，首先会通过包装判断产品的价值，而他们对价值的判断不仅仅是从审美的角度，更在于包装所传达的一种满足感和那些引导他们潜在消费需求的信息。
食品包装的目的，一方面是保护商品，也就是使用一定技术手段，使其以完好的状态送达消费者手中；另一方面则是起到促进销售的作用，即采用各种不同的包装设计，美化商品，达到促进销售的目的。
食品包装设计是将包装技术与视觉传达艺术相结合，根据不同食品的包装要求、经济成本、加工工艺、社会背景、审美心理、市场需求等情况，利用一定的材料、容器、辅助物，构思出一种或系列的、适用于该食品的包装形式。
一件好的食品包装设计作品，除了能给人以美的观感外，更是作为传达该食品的品牌特性、功能、质量、信誉、选购对象等多种信息的载体，它的终极目的不是为欣赏，而是为了销售；不是为了短期的利益，而是为了长远的市场需求。
基于上述分析，对于现代食品包装设计而言，要求包装设计者除了掌握产品包装设计的技术要素之外，还必须灵活运用市场营销的理念进行包装诸要素的设计。

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