

<<包装设计>>

图书基本信息

书名：<<包装设计>>

13位ISBN编号：9787532253777

10位ISBN编号：7532253775

出版时间：2008-1

出版时间：上海人美

作者：克里姆切克

译者：李慧娟

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>>

内容概要

《包装设计:品牌的塑造:从概念构思到货架展示》的基本宗旨就是为生产商、营销商、设计事务所(包装、品牌咨询、广告、平面设计及工业设计领域)、研究者、产品开发人员、印刷商以及从事消费品品牌营销的所有其他专业人士们提供份参考指南。

包装设计及平面设计、市场营销与传播学、广告、展览及展品设计、产品开发、加工制造、工业设计和工程等学科领域内的师生们都会发现《包装设计:品牌的塑造:从概念构思到货架展示》是一本不可多得的参考资料。

由于多数消费者都无法了解一种产品及其包装开发的复杂程度,因此他们也可通过阅读《包装设计:品牌的塑造:从概念构思到货架展示》对商家们将产品投入零售市场的全过程有番深刻认识。

《包装设计:品牌的塑造:从概念构思到货架展示》详细解释了包装设计中各类专业人员的不同角色以及设计工作的系统方法,目的在于使读者了解包装设计作品是如何被开发出来的,以及这些包装是如何作为消费型产品的宣传工具而发挥具体作用的。

通过《包装设计:品牌的塑造:从概念构思到货架展示》开头部分对包装设计历史的简要回顾,读者们可对如今我们所知的包装设计行业有一番更为全面的认识。

接下来的各个章节则分别介绍了对包装设计影响重大的各个方面,如视觉元素、设计原则、从概念构思到成品生产的全过程、市场营销策略、法律事宜、环保问题以及各种全球性考虑因素。

消费型产品的成功取决于包装设计:读者可在《包装设计:品牌的塑造:从概念构思到货架展示》中看到300多幅相关图片,其中涉及对字体版式的研究、概念草图的演示、设计开发过程、主要展示版面、包装的再设计作品,以及对成功个案的详细分析。

书中还收录了一些趣闻轶事、设计小提示和反映包装设计从业者们一周生活的日程表。

<<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>