

<<现代商品包装设计>>

图书基本信息

书名：<<现代商品包装设计>>

13位ISBN编号：9787560986777

10位ISBN编号：7560986773

出版时间：夏甸清、宗林、胡达丰 华中科技大学出版社 (2013-03出版)

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>

<<现代商品包装设计>>

作者简介

夏甸清, 宗林, 胡达丰武昌理工学院; 孙明海, 湖北工业大学。

<<现代商品包装设计>>

书籍目录

第一章现代商品包装设计概论 第一节现代商品包装的概念 第二节现代商品包装的价值 第三节现代商品包装设计研究的范围 第二章传统图形在现代设计中的应用 第一节商品包装的功能 第二节商品包装的方针 第三节商品包装的种类 第四节常用的包装材料 第五节生活方式与商品包装 第六节消费结构与商品包装 第七节家庭结构与商品包装 第三章特殊的包装形式 第一节礼品包装 第二节怀旧包装 第三节系列化包装 第四节独特的包装 第五节复用包装 第四章商标设计 第一节商标在商品生产和销售中的作用 第二节商标设计的基本要求 第三节商标设计的素材与技巧 第四节商标的创意及构成方法 第五章包装容器设计 第一节容器造型的约定俗成与创新 第二节容器造型与人体工程学 第三节容器造型与结构设计 第六章设计定位 第一节设计定位三要素 第二节七种定位方式 第七章构图、色彩、字体与形式法则 第一节商品包装主要展销面的构图 第二节商品包装的色彩搭配 第三节美术字的设计与应用 第四节包装设计中形式法则的运用范例 第八章商品性研究 第一节商品性的含义 第二节如何突出商品性 第三节民族风格与商品包装 第九章视觉传递与设计程序 第一节视觉传递的技巧 第二节商品包装设计程序 第三节计算机辅助设计 第四节商品包装设计发展趋势 第十章商品广告设计 第一节商品包装与商品广告的关系 第二节商品广告的功能 第三节广告策划 第四节广告创意 第五节广告的设计与制作 第六节广告的信息反馈与评估 附录学生作品

<<现代商品包装设计>>

章节摘录

版权页：插图：第五节 生活方式与商品包装 现代生活方式与商品包装的发展变化有极密切的关系。

它直接影响商品包装的形式、包装材料、包装机械、包装工艺、包装技术、包装设计及销售方式。

改革开放以来，我国的经济发展迅速，综合国力增强，人民收入普遍提高，人们的生活方式发生了很大的变化。

新的观念、新的生活节奏改变了传统的观念和生活模式。

量贩店、平价超市大量涌现，传统的售货模式在超级市场里不复存在了，没有售货员推荐商品，所有商品依品种类别陈列在货架上，由消费者自行选购。

看中了哪一件商品，就自行拿取，这样的销售方式，就对包装设计提出了新的要求——商品包装必须在极短的时间内吸引消费者的注意，否则就会失去销售的机会。

工作、休闲、旅游、健身等各方面也对商品的消费需求产生了影响，也必然引出对商品包装设计新的要求与思考。

新的观念、新的生活方式的改变，对商品包装的影响最大的方面，可以概括成一句话——“一切要求方便”，即商品包装要方便使用、方便携带、方便陈列、方便回收利用。

生产厂家给经营者和消费者方便，实际上是生产厂家，通过商品包装这个载体向消费者提供更优质的服务，这是市场激烈竞争的必然结果。

从商品的价格竞争到质量竞争，从质量竞争又上升到服务竞争，应该说是一种进步。

消费者在市场激烈的竞争过程中，得到了更合理的价格、更优质的商品和更配套完善的服务。

下面从“方便使用，方便携带，方便陈列，方便回收利用”等方面对商品包装设计在新形势下的发展和应用进行详细讲解。

一、方便使用 商品销售的终极目标是消费者。

商品包装的设计一定要使消费者在使用商品的时候感到方便，否则就不是一件适应市场需求的好包装。

如果其他厂家的同类商品更好地解决了“方便使用”这个问题，那么商品就失去了竞争力，很可能被挤出市场。

因此，商品包装设计要从消费者的角度去考虑，一定要解决好“方便使用”这个问题。

从某种意义上说，对“方便使用”的追求是没有穷尽的，生产厂家都在激烈竞争，没有最好，只有更好。

洗涤剂看似一个小商品，可是它与每一个人的生活都密不可分，人们几乎天天都要用到它。

洗涤用品的用量大，销售广，使用频繁，它实际上是一件“大商品”。

大凡洗涤物件时消费者的双手都不可避免地粘上水或洗涤液，洗涤剂被倾倒后极易附着在瓶身上，使容器变得很光滑，容易从手中滑落而造成直接经济损失，这个问题不解决就会影响消费者使用产品。

<<现代商品包装设计>>

编辑推荐

《高等院校艺术设计专业"十二五"规划教材:现代商品包装设计》包括现代商品包装设计概论,传统图形在现代设计中的应用,特殊的包装形式,商标设计,包装容器设计,设计定位,构图、色彩、字体与形式法则,商品性研究,视觉传递与设计程序,商品广告设计等十章的内容。

<<现代商品包装设计>>

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>