

<<包装品牌塑造与促销设计>>

图书基本信息

书名：<<包装品牌塑造与促销设计>>

13位ISBN编号：9787800008993

10位ISBN编号：7800008991

出版时间：2009-12

出版时间：印刷工业出版社

作者：周越

页数：144

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>

## <<包装品牌塑造与促销设计>>

### 内容概要

包装设计的历史与人类文明的发展有着密不可分的联系。

技术、材料和生产的发展，以及不断演进的消费型社会所创造的各种条件都为包装开辟出一个全新的需求市场。

包装设计的萌芽是从人们对自身的保护和衣食的需求而开始，早在公元前8000年，人们就已经开始利用各种天然材料，诸如植物的茎、叶、果实，动物的皮毛、骨，贝壳、黏土陶器和粗糙的玻璃器皿等来制作盛装物品的容器了。

进入经济社会以后，产品的包装已成为各种商品进行市场营销最主要的载体。

## <<包装品牌塑造与促销设计>>

### 书籍目录

01 品牌与品牌文化的基本概念 01 品牌观念的形成与发展 02 品牌文化的内涵与特征 03 品牌构成与品牌设计  
02 品牌策划与品牌视觉形象设计 01 品牌名称的选择 02 品牌视觉形象设计  
03 包装品牌定位方法与营销策略 01 包装品牌定位方法 02 包装品牌设计 03 包装与品牌营销策略  
04 包装促销设计与品牌延伸 01 包装促销设计的功能与意义 02 包装促销设计的形式与表现方法 03 品牌延伸与策划  
04 包装品牌推广设计  
05 包装品牌自我保护 01 品牌保护的意义 02 包装品牌使用过程中的保护策略 03 包装品牌的法律保护  
附录 《中华人民共和国商标法实施条例》 《驰名商标认定和保护规定》

## <<包装品牌塑造与促销设计>>

### 编辑推荐

品牌的一半是文化.....包装设计是企业气质、品牌个性的塑造，教你打造最炫的包装品牌！

在信息相互交错，媒体竞相争夺消费者关注力的时代企业只有率先实施品牌定位 才能简化信息传播内容 使消费者在最短的时间内记住最有用的信息，这是企业品牌信息通向消费者心智的一条便捷通道。

品牌文化作为一种文化现象是社会物质形态和精神形态的统一体，是现代社会消费心理和文化价值取向的结合，一方面品牌以文化来增强其商品的附加值，另一方面品牌在吸收借鉴文化时本身也在创造一种新的文化。

品牌塑造就是企业依据自身的资源和外部的市场环境采取一系列针对性营销活动不断为品牌输送新鲜成分创造品牌形象和活力的过程这一过程需要企业遵循品牌成长规律。

<<包装品牌塑造与促销设计>>

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>