

<<包装装潢与造型设计>>

图书基本信息

书名：<<包装装潢与造型设计>>

13位ISBN编号：9787800009280

10位ISBN编号：7800009289

出版时间：2010-5

出版单位：印刷工业出版社有限公司

作者：黄彬 主编

页数：110

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>

<<包装装潢与造型设计>>

内容概要

包装装潢与造型设计是一门综合性和专业性较强的专业设计类课程，它主要涵盖的内容是产品包装外观的结构和设计表现。

本书作为专业教材，本着为高职高专培养应用型人才的目地，力求做到系统规范、科学合理、先进前沿、实用实践。

编者在撰写此书时，试图由浅入深，由承袭到创新，用大量包装设计与结构实例去印证各种理念，以此为线索希望把基础与创造、艺术与商业、造型与设计、传统文化与现代理念等相关问题一一展示，从而让读者知晓从认知（体验）、感受（觉悟）到创造（设计）的教学及思维过程。

本书共分为包装概论、包装装潢设计原理、包装装潢设计要素、纸包装造型设计原理、包装纸盒造型结构设计、包装装潢设计与造型设计运用详析六个章节，构成一个完整的教学体系。

内容的设定注重设计思维和分析能力的训练、理论讲授和作业实践能力的训练、帮助学生掌握包装结构和造型设计的基础原理和基本技巧，具备基本设计能力和实践操作能力。

本书图文并茂地运用了实例相互印证、理论联系实际的手法，具有一定的说服力。

<<包装装潢与造型设计>>

书籍目录

第一章 包装概论 第一节 包装概述 一、古代包装 二、现代包装 三、包装设计发展趋势 第二节 包装的功能和分类 一、包装的功能 二、包装的定义和分类 第三节 包装设计 一、内容 二、材料与性能第二章 包装装潢设计原理 第一节 包装装潢的目的 一、商品介绍的目的 二、标识的目的 三、沟通的目的 四、占货架空间的目的 五、刺激购买欲的目的 六、自我销售的目的 七、促销的目的 第二节 包装装潢设计的原理特性 一、科学性原则 二、可靠性原则 三、创新性原则 四、便利性原则 五、经济性原则 六、独创性原则 七、环保性原则 第三节 包装装潢设计的构思与程序 一、包装装潢设计的构思 二、包装装潢设计程序 第四节 包装装潢设计品牌的文化魅力 一、包装外观 二、品牌文化内涵第三章 包装装潢设计要素 第一节 包装装潢设计的功能与意义 一、视觉传达作用 二、商业促销作用 第二节 包装装潢设计的表现形式与特征 一、包装装潢设计的主体形象 二、包装装潢设计的风格特征 三、包装装潢设计的表现方法与形式 第三节 包装装潢设计视觉要素的主要表现技法 一、视觉要素与流程设计 二、版式设计 三、图形设计 四、色彩设计 五、字体设计第四章 纸包装造型设计原理 第一节 纸制品包装结构绘图基础 一、绘图设计符号 二、设计尺寸标注 三、纸包装各部分结构名称 第二节 纸制品包装制作基础知识 一、恰到好处的尺寸观 二、纸盒正面、背面的用途说明 三、国际标准中小型反向盒盖纸盒主要尺寸公式 四、三种基本盒型的上下盖 第三节 人类工程学对包装的影响 一、人类工程学第五章 包装纸盒造型结构设计第六章 包装装潢设计与造型设计运用详析参考文献

<<包装装潢与造型设计>>

章节摘录

3.电子商务销售的现代商品的包装设计 网络作为传递信息的一种新载体，已渗透到世界的每一个角落。

早在2001年的日本总务省就研究出网络技术传递花香的技术，虽然目前仅限于苹果等有限香型，但却改变了以前网络传递仅限于传递图像和声音的视觉和听觉的传递技术，增添了嗅觉传递技术。运用这些技术将增强如化妆品、香水等具有气味的商品的网络销售，图、声、味三者的结合必将对电子商务销售起到积极的作用。

许多传统企业正面临挑战，网络技术彻底改变了顾客的消费行为和方式，包装装潢的促销功能也将随之被淡化，失去它昔日耀眼的光环。

进入到电子商务时代，社会对包装的功能提出了新的要求，随之商品的包装设计也遇到了新的问题。

由于电子商务使商务活动呈现出电子化、网络化、信息化、虚拟化等特点，企业可以通过网络直接发布商品销售信息，消费者可以直接在网上查询自己需要的商品信息，并通过网络进行交易，进而通过网络支付、网下派送的方式，彻底改变了商品的传统销售方式，去掉了中间环节。

既节约了大量的原材料，又实现了商品、物资的优化配送，提高了运输效率，免去了对电子商品的人工、机械装卸、运输，降低了交易成本，扩大了广告宣传和商品销售，网络经济逐步成为世界经济的强劲推动力！

4.适合于防伪的包装设计 现代科技的高速发展，造假者对一般的包装防伪技术的掌握已非常熟悉。

研究远东包装设计与技术的专家克里斯廷·罗梅尔指出中国内地在包装设计中的模仿抄袭已成为很多小型企业实际操作中所采取的策略。

他们与市场上的名牌产品的包装以细微的变化来混淆视听，如五粮液酒厂生产的金六福酒被一小厂仿制成“金大福”。

我们可以在包装设计中采用特殊纹理的纸张、特定的颜料与包装工艺技术，如全息图像、正品检验封印、浅浮雕压纹等来获得特定的效果，使那些假冒伪劣商品因复制成本过高或效果不逼真，知难而退。

因此包装设计的创新方法要与高科技印刷工业技术融合，追求精辟独到的原创性和独特视觉效果。

<<包装装潢与造型设计>>

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>