

<<视觉识别艺术·百货零售篇>>

图书基本信息

书名：<<视觉识别艺术·百货零售篇>>

13位ISBN编号：9787806905371

10位ISBN编号：7806905375

出版时间：2005-1

出版时间：江西美术出版社

作者：李耀杰

页数：91

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>

<<视觉识别艺术·百货零售篇>>

内容概要

这是个商品泛滥的社会，我们已被各种各样的商品包装和宣传品包围。

走进商场，无论你有没有留意，不知不觉之中，已受到各种产品包装和推广物料的影响和指引，喜爱并购买某个品牌的产品。

品牌视觉识别搭建了产品与消费者沟通的桥梁。

没有标志没有包装的产品，犹如一块未经雕琢的璞玉，很少人能看穿它内在的价值。

只有通过标志、包装、海报等各种视觉手段的传递，产品才能与消费者进行沟通，提醒消费者要买什么产品及购买何种品牌的产品。

品牌识别在不知不觉之中已充当了产品销售的推销员，我们把这种推销称为“无声的推销员”。

标志是品牌视觉识别的基础，是品牌核心概念的抽象演绎。

围绕品牌标志及其核心概念，延展而出的产品包装、门头、展台、堆头、手提袋、POP等等，通过不断累积传播，潜移默化地构建了消费者的“品牌印象”。

围绕品牌标志及其在推广中的应用，本书展示了食品、饮料、日化用品、电子科技、时尚产品等几大种类的商品视觉识别设计范例以供参考。

<<视觉识别艺术·百货零售篇>>

作者简介

李耀杰

中国包装设计委员会全国委员，中国十佳企业标志设计师，其设计的中国建设银行IV等作品荣获“中国之星”多项设计大奖。

1988年，与合作者共同组成广州新境界设计群，是国内首家运用IC战略经营理念的设计机构之一。

1990年，设计科龙电器股份有限公

<<视觉识别艺术·百货零售篇>>

书籍目录

无声推销员喜之郎产品系列 喜之郎cici 喜之郎水晶之恋 奥赛山楂 我点食品系列 骆驼唛食用油系列 杨协成“爽”系列 青岛啤酒 江氏蜂王浆 维达“蓝色经典”纸巾 衣洁露/家洁露/手洁露日化产品系列 奥素洁清洁剂 威露士消毒水 O-COLOR化妆品 纯点纸巾 奥斯曼服装 雅戈尔服装 美时利皮具 铂朗皮具 TCL显示器 TCL音响 品格电器

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>