

<<包装设计>>

图书基本信息

书名：<<包装设计>>

13位ISBN编号：9787810192385

10位ISBN编号：7810192388

出版时间：1993-10-1

出版时间：中国美术学院出版社

作者：靳斌

页数：174

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

中国社会的今天，人们政治地位的解决，文化素质的提高以及经济生活的改善，强烈地表现在对自我形象的塑造，充分表达自我的存在价值和希冀得到社会的尊重。

这种强烈的意识，不同者仅是表露的方式有所区别而已。

这是一个有趣的也是值得研究的社会现象。

我们从市场学角度审视。

人们由于经济条件充裕，从温饱进入小康或更高水平。

他们在购买行为上，往往表现得更为苛刻，更懂得挑剔，“挑精减肥”。

多种多样、各尽其态。

真是“上帝”的架式！

商品经济的发展，市场由“卖方”变为“买方”，给社会消费提供了更为有利的购买条件。

同时，又给企业的生存带来程度不同的威胁！

竞争激烈，优胜劣汰。

随着国家计划经济向市场商品经济的转换与经济管理政策的完善，为企业家施展现代企业管理才能创造了良好的外部条件。

而注重企业形象的塑造，重视企业文化素质的提高，强化品质观念，竞争观念、市场观念、人才观念、信息观念等等，则是先进与陈旧的管理思想的根本区别。

## <<包装设计>>

### 作者简介

靳斌，一九五七年生于吉林省通化市。  
一九八二：浙江美术学院工艺系装璜专业毕业，获文学学士学位。  
现任浙江美术学院工艺系广告、包装专业讲师。  
经历：一九八二年任中国电影公司美术编辑，中国美术家协会浙江分会会员，中国包装协会杭州分会会员，浙江民族，美术研究会理事。

## <<包装设计>>

### 书籍目录

概述1．小学生和物理学家2．确认包装的定义3．包装的分类4．认识包装的功能设计前的思考1．让消费者告诉你2．出奇才能制胜3．成功者的误区4．临时搬运工的设计方法5．谎言难成真理构思与表现1．设计的基本原则2．要求的一致性3．针对消费者考虑4．独树一帜5．体现高级感6．塑造商品形象  
商标、色彩、图形和文字1．关于商标2．关于色彩3．关于图形4．关于文字系列化设计1.10比12．有益的设计策略3．确定系列范围4．系列表现的基本规律

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>