

<<挺进零包装>>

图书基本信息

书名：<<挺进零包装>>

13位ISBN编号：9787122145659

10位ISBN编号：7122145654

出版时间：2012-9

出版时间：刘秀伟 化学工业出版社 (2012-09出版)

作者：刘秀伟

页数：107

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>

<<挺进零包装>>

内容概要

纵观世界绿色文明的发展趋势，21世纪必将成为“绿色世纪”。与之相配套的绿色包装设计也将成为商品的必然选择。包装企业和包装设计师也应积极采取应对措施，尽快走上绿色包装轨道。因此，作者编写《挺进零包装》供广大的包装设计工作者以及相关专业的学生使用参考。

《挺进零包装》主要以绿色包装案例为主，作品极具启发性和参考价值。对全球众多“绿色”环保包装成功案例设计，从艺术性和环保性角度解读分析。提出了在绿色包装设计中，包装设计师要综合考虑材料、装潢、结构等设计要素的有机结合，只有这样才能完成既符合绿色包装设计的要求又符合大众审美需求的绿色包装设计作品。

<<挺进零包装>>

书籍目录

1.迎接绿色包装设计时代的来临 1.1内涵引领绿色包装设计 1.2符号指导绿色包装设计 2.阐述绿色包装设计的人本主义 2.1出发点来源于人性化的设计 2.1.1变单调与情感化 2.1.2集便利与人性化 2.2终结点人与自然的和谐关系 2.2.1反思过去的设计 2.2.2总结现在的设计 2.2.3探索未来的设计 3.探寻绿色包装设计的方案 3.1装潢与图形的“绿色”语言 3.1.1色彩中给受众以“绿色”暗示 3.1.2文字与图形推动“绿色”设计 3.1.3构图与空间追求“绿色”理念 3.2“零包装”保护我们的地球 3.2.1“零包装”设计在各国推进 3.2.2瘦身绿色包装逼近“零包装” 3.2.3酒业低碳风从瘦身包装刮起 4.思考材料在绿色包装中的角色 4.1融材料之美与设计之中 4.1.1发现材料之美 4.1.2表现材料之美 4.2绿色材料正在全球领跑 4.2.1纸制材料在日本普及 4.2.2绿色美丽在瑞士倡导 4.2.3可降解性材料在法国盛行 4.2.4塑料袋在全球“失宠” 4.3时尚宣言设计师与材料 4.3.1时尚名流中“绿色的奢华” 4.3.2“希德玛芝效应”与环保 4.3.3奥斯卡携手袋走上红地毯 5.展现文化内涵延包装生命周期 5.1包装的生命周期与设计 5.1.1包装生命周期 5.1.2设计与生命力 5.2注入文化提升绿色包装 5.2.1取精华去糟粕——学会扬弃 5.2.2看传统重文化——学会创新 5.2.3人民间讲延续——学会继承 6.回归自然包装再设计绿色包装 6.1向自然学习完成生态设计 6.1.1来自于自然的日本包装 6.1.2来自于自然的中国包装 6.1.3来自自然的以色列包装 6.1.4来自自然的菲律宾包装 6.2再现历史感唤起往昔回忆 6.2.1演艺八十年代的音乐理念 6.2.2怀旧酒业包装在中国上演 6.2.3取自然元素再认识牛仔裤 6.2.4棒棒糖让儿童亲近自然 7.利用包装结构实现低碳新理念 7.1用简化结构做不简单设计 7.2一次成型不需黏合的结构 7.2.1五金组合包装无需黏合 7.2.2易碎品的包装一次成型 7.3二次组装创新酒包装结构 7.3.1高脚杯包装的华丽转身 7.3.2木盒酒包装的再次使用 7.4改变常规鞋盒包装新结构 7.4.1彪马和他聪明的小包 7.4.2游戏和匡威童鞋包装 7.5完美结合服装包装新结构 7.5.1“瘦”身到底的牛仔裤包装 7.5.2另类“无印良品”T恤包装 7.6随型而作完成无结构包装 7.6.1巧妙折叠能包裹任何形状 7.6.2就地取材包裹所有的祝福 7.7展开结构内壁印制说明书 7.7.1希腊优盘包装的理性与人性 7.7.2美国化妆品坚持可持续发展 8.完成绿色包装设计再循环使命 8.1炫酷纸袋Lee从不浪费 8.2Hanger Pak包装变衣架 8.3变废为宝Tom的电视柜 8.4红点赢家纸袋变成衣架 8.5为孩子们设计的梦幻球 8.6瓦楞纸成为环保的代言 8.6.1环保瓦楞纸座椅争相亮相 8.6.2环保瓦楞纸书桌闪亮登场 结语 参考文献

<<挺进零包装>>

章节摘录

版权页：插图：美国人本主义心理学家奥尔波特认为：人是多种因素相互作用构成的统一体，每一成人都不同于他人而以他自身独特的内在和谐方式对待世界。

美国设计家普罗斯也曾说过：“人们总以为设计有三维：美学、技术和经济，然而更重要的是第四维：人性。

”春秋时期，老子提出的“天人合一”的思想，虽然其本意是希望人们虚静无为，能像原始社会初期一样融入天地万物之中，但是去除其思想中消极处世的成分外，这其中与自然和谐相处的观念对我们今人而言仍是大有借鉴之处的；只不过我们把眼光放得更加长远一些，把心态摆得更加进取一些，将“以何为本”的“本”放在人类社会的可持续发展上了。

那么，面对诸多异化造成的危机，实现可持续发展，必须始终依赖科技进步，始终高扬“绿色、人文、科技”的旗帜。

绿色包装设计实际上就是“人本主义”在包装设计中的体现。

在包装设计领域里，设计师们慢慢地从传统包装设计转向了绿色包装设计，反映了人们对于现代科技文化所引起的环境及生态破坏的反思，也体现了设计师道德和社会责任心的回归。

从人类发展的角度来看，绿色包装设计将着眼于人与自然的生态平衡关系，尽量减少对生活环境的破坏这一战略高度来构架设计策略，以绿色包装设计促进经济文化与社会的发展；绿色包装设计充分体现了环境保护与经济发展相互协调、可持续性发展的思想策略，保护环境、发展绿色包装设计已成为世界各国发展包装的必然选择，绿色包装将成为包装业发展的必然趋势。

2.1出发点来源于人性化的设计 绿色包装设计中的以人为本，其中一个宗旨就是通过造型、文字、名称和声音去设计一种对人有意义、有亲切感的商品保护、承载物。

绿色包装设计不仅要做到吸引消费者，增加产品的竞争能力；更要做到方便消费，提高消费者的生活水平和质量；最终实现绿色包装集约设计的理想层面。

建立一种人与物、人与环境和谐统一的美妙境界。

2.1.1变单调与情感化 当代设计呈多元化趋势，各种设计风格如雨后春笋先后出现。

人们对以“功能主义”为中心，强调标；佳化、规范化生产的国际主义风格开始厌倦。

主张包装设计中在保证保护功能的基础上以更多的形式美感满足人们更高层次的需求。

这时包装的情感化设计成为引人注目的亮点，并逐渐形成商品绿色包装设计的一种发展趋势。

简单说绿色包装的情感化设计就是从过去对功能的单一满足上升为对人的精神层面的关怀。

在设计中赋予更多情感的、文化的、审美的内涵。

以丰富多彩的面貌适应不同层次的消费者。

<<挺进零包装>>

编辑推荐

《挺进零包装》编辑推荐：纵观世界绿色文明的发展趋势，21世纪必将成为“绿色世纪”。与之相配套的绿色包装设计也将成为商品的必然选择。包装企业和包装设计师也应积极采取应对措施，尽快走上绿色包装轨道。因此，《挺进零包装》供广大的包装设计工作者以及相关专业的学生使用参考。

<<挺进零包装>>

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>