

<<系列化包装设计>>

图书基本信息

书名：<<系列化包装设计>>

13位ISBN编号：9787302267751

10位ISBN编号：7302267758

出版时间：2011-9

出版时间：清华大学出版社

作者：过山 等编著

页数：141

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>

<<系列化包装设计>>

内容概要

《系列化包装设计》基于包装设计发展现状和趋势，系统地介绍了系列化包装设计的理论与方法。具体内容包括：系列化包装设计概论、系列化包装设计策略、系列化包装设计的展开、系列化包装设计与品牌创建、包装版面设计、视觉传达设计、系列化包装形态设计、系列化包装设计的新趋势。书中结合经典的包装设计案例对系列化包装设计原理进行诠释，案例选择具有代表性和针对性。

《系列化包装设计》的主要特点是为解决系列化包装设计及打造品牌视觉形象提供基本思想、基本理论及解决方法，注重挖掘包装的人文内涵，体现创新理念。

《系列化包装设计》既可以作为高等艺术院校艺术与设计类专业用书，也可以作为广告企业和包装设计公司从业者的职业教育与岗位培训教材，对于广大艺术爱好者也是一本非常有益的参考读物。

<<系列化包装设计>>

书籍目录

- 第一章 系列化包装设计概论
 - 1.1 系列化包装设计的历程
 - 1.2 系列化包装概述
- 第二章 系列化包装设计策略
 - 2.1 系列化包装设计的原则
 - 2.2 系列化包装设计的表现形式
- 第三章 系列化包装设计的展开
 - 3.1 目标受众分析
 - 3.2 产品市场调研
 - 3.3 设计执行
- 第四章 系列化包装设计与品牌创建
 - 4.1 品牌的概念
 - 4.2 品牌的塑造
 - 4.3 品牌标识设计
- 第五章 包装版面设计
 - 5.1 版面设计的形式法则
 - 5.1.1 和谐带来的统一美
 - 5.2 系列化包装的版面经营
 - 5.3 系列化包装的版面设计策略
- 第六章 视觉传达设计
 - 6.1 字体设计
 - 6.2 图形设计
 - 6.3 色彩设计
- 第七章 系列化包装形态设计
 - 7.1 包装材料
 - 7.2 系列化包装的造型
 - 7.3 系列化包装的结构
 - 7.4 包装容器造型与结构设计软件的应用
- 第八章 系列化包装设计的新趋势
 - 8.1 体验经济时代的系列化包装
 - 8.2 概念包装设计
 - 8.3 可持续系列化包装设计
- 参考文献

<<系列化包装设计>>

章节摘录

版权页：插图：进入科技信息飞速发展的今天，生活形态和消费形态都发生了巨大的变化。

20世纪初，超级市场的普及逐渐改变了人们的消费形态。

如今网络时代到来，互联网又给人们的生活带来了新的体验，网上交易、网上购物等新的消费形态也渐渐被越来越多的人所接受。

此外，为便利而诞生的自动售货机也遍布大街小巷，尤其是地铁车站等公共区域。

种种消费形态的变化，都给包装设计提出了新的课题和挑战。

包装设计是为消费者服务的，从消费者使用、喜好的角度考虑是包装设计最基本的出发点。

因此，消费形态的变化对包装设计产生着重要的影响。

从需求方来看，现代人为了工作所付出的精力越来越多，时间也变得越来越珍贵。

人们为节省时间享受着互联网上购物的轻松，可一旦时间允许，人们依然愿意置身商场，感受自选购物的乐趣。

总之，在这个物质充裕的年代，商家们不得不重视“以顾客为中心”的经营策略。

为了使企业更具竞争力，其业务开始引入一种新的概念——体验。

这是经济价值自然的递进过程，如同我们在20世纪50年代从工业经济转向服务经济一样，现在步入了新的时代——体验经济时代。

<<系列化包装设计>>

编辑推荐

《全国高等院校艺术设计规划教材:系列化包装设计》为浙江省“十一五”重点建设教材之一。

<<系列化包装设计>>

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>