

<<包装设计培训教程>>

图书基本信息

书名：<<包装设计培训教程>>

13位ISBN编号：9787532257461

10位ISBN编号：7532257460

出版时间：2009-01-01

出版时间：上海人民美术出版社

作者：比尔·斯图尔特

页数：222

译者：张益旭 等译

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>

## <<包装设计培训教程>>

### 内容概要

本书介绍了包装的基本原理，内容涵盖包装设计的全过程：从进行市场调研、建立设计概念，到确定主要的设计元素——包装的结构以及平面设计，再到品牌拓展和环境问题。书中还附录了来自专家的实践指导以及从业人员的相关建议，是所有包装设计专业学生的必备读物。

## <<包装设计培训教程>>

### 作者简介

比尔·斯图尔特是英国谢菲尔德哈勒姆大学艺术与设计研究中心的高级研究员，也是该校自设专业包装设计咨询公司（“包装合作”）的创始人及独立顾问，长年在英国本土及海外从事各种类型的商业设计，曾出版著作《包装设计的策略》和《包装，一种有效的市场工具》。

## <<包装设计培训教程>>

### 书籍目录

第一章 回顾与展望 包装概述 后现代时期的包装 社会和经济变革 技术的进步 零售业 设计业的变化 结论第二章 了解目标受众 从大众到目标市场 定义市场门类 发现人们的渴望 调查目标受众的方法 准备有效的情绪板 结论第三章 包装设计师的工具箱 选择包装材料 材料 表面装饰 色彩 字体 照片和插图 结论第四章 建立设计概念 从事包装设计的方法 理解简报 做相关调研 灵感的源泉 工作方式—概念的产生 概念展示 结论第五章 设计的展开 包装设计的展开 选择和舍弃备选方案 设计概念的展开 模型和样品 展示设计方案 结论第六章 品牌设计 包装和品牌 品牌是什么？ 品牌的类型和价值 品牌的形态和声音 标志设计 创建品牌、子品牌和衍生品牌 结论第七章 包装的义务和责任 负责任的设计 环境影响—事实和预测 年龄、性别、性和种族问题 企业的责任 结论第八章 找到你的角色 第一步 包装设计的未来 设计咨询 包装生产 品牌所有者 以后…… 结论参考索引 参考文献 信息资源 索引 图片版权、译后

## <<包装设计培训教程>>

### 章节摘录

插图：第一章 回顾与展望包装概述我们不知道在远古文明中，那些埃及的玻璃生产商、中国的造纸商，或者世界上其他地方制造草编容器的人们是否认为自己是包装供应者。

但是历史上每个社会都在发明容器，这些容器我们现在称之为满足人们需要的包装。

水、蜂蜜、种子、盐、药还有生活中的其他必需品在运输和储存过程中都必须好好保护。

随着人口的增多，乡村和城市形成，对于包装的需求也日益增长，人们需要将某地生产的有价值的商品包装并运输到更远、数量更少的地方，在此过程中形成了早期包装技术与文化并行发展的局面，并沿续至今。

从最基本的层面上讲，对于包装的需求一直没有改变。

它仍然必须容纳、保护和储存产品，并把内容信息传达给使用者。

容纳和保护的功能是必不可少的，而对于许多其他种类的包装产品来说，如外科绷带，清晰的说明也非常重要。

然而，在消费者市场上，我们拓展它的信息功能，也是为了扮好市场角色，卖出产品，并体现品牌价值。

本章将深入这一主题，考察当代包装的状况，看看技术随着社会文化中某些关键因素的改变而产生的变化。

我们从1945年，第二次世界大战结束、原子能时代开始谈起；当时，由于战争的推动，技术在飞速地发展。

这也是社会和经济发展的一个关键时期，最后，和平孕育了空前的社会变革，并重建了商品贸易。

对这一主题的探讨将持续到当今社会，并略微预测一下未来的2015年，以提醒我们注意将来可能发生的变化。

从历史上到现在，影响包装设计的三条最重要的线索，分别是社会经济的变革、技术的进步和零售业的发展。

本章将这三条过去交织在一起的线索分离开来加以考察，并列出一条线索，即包装设计本身作为一种专业的设计功能是如何建立起来的。

<<包装设计培训教程>>

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>