

<<表现的突破。 包装>>

图书基本信息

书名：<<表现的突破。
包装>>

13位ISBN编号：9787560519173

10位ISBN编号：7560519172

出版时间：2005-1

出版时间：西安交通大学出版社

作者：伍胜

页数：64

字数：52000

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>

<<表现的突破。 包装>

内容概要

面对现代的商业活动的繁荣景象，平面包装设计精彩无限，用纯情的感觉触动设计的走向与潮流；每一次创意和设计的过程都是烦躁与激情的载体，寻找知觉的过程或许多是瞬间的亮点。

本书介绍烟酒、药品、生活类包装为主流设计的探索；同时，本书中介绍实战的过程是抛砖引玉，相信读者会从中获得裨益，本书适合艺术院校教材，也适合专业平面设计工作借鉴参考。

<<表现的突破。 包装>

书籍目录

前言 技术篇 关于包装设计 包装设计的一般程序 印刷色样与印刷流程提高篇 以人为本的设计追求 包装设计的创意 包装设计的设计追求 包装项目研究的基本要素 工艺流程篇 包装设计与色彩应用 包装设计与印刷 包装设计与制版 包装设计与纸张实用设计篇 食品类包装设计 烟酒类包装设计 药品类包装设计 生活用品类包装设计 手提纸袋包装设计 瓦楞纸包装箱设计 包装结构篇 包装结构的造型设计

媒体关注与评论

书评现代设计创意与表现系列。

艺术设计遵循形象思维的规律。

它从灵感的激发、捕捉而产生创意，再到形象的构成、表现，最后到达创作目的的实现，其间经历一个又一个形象变换组织交叉揉合等等复杂的思维过程。

这一过程从艺术的角度讲，并不追求完整、连续或全面，设计者可以从中撷取某一片段、某一方面，或从某一局部有意识地予以突破，有时往往会达到意想不到的效果。

当然，这是相对于那些已有一定基础的设计者讲的。

真正有价值的作品，常常是有突破性的作品。

这种突破，可能是某种思维定势的突破，可能是构思环节的突破，也可能是某一技法手段的突破，还可能是某种完整的破坏或某些已有形象的超越，等等。

本套丛书的作者们正是从他们的艺术设计实践中，提炼出或创意、或表现、或构思、或制作的某一局部某一方面某一环节进行突破的经验，以供同行和初学者参考。

本套丛书的作者是美术院校或高校艺术专业的教师，丛书内容是他们设计和教学经验的结晶。

丛书可作教材亦可为同行借鉴。

伍胜，副教授，1988年毕业于西安美术学院附属中等美术学校，1992年毕业于西安美术学院工艺设计系，中国出版工作者协会装帧艺术研究会会员，中国大学出版社协会装帧艺委会副秘书长，西安交通大学出版社美术编辑。

获奖，1994年《现代平面广告设计》，获全国大学首届书籍装帧整体设计特等奖。

1999年《设备故障诊断手册》，获第二届全国高等院校书籍装帧设计一等奖。

出版及设计，1995年编著《现代平面广告设计CIS企业战略》（西安交通大学出版社），1999年《图案大观系列》（陕西旅游出版社），2001年主编《Photoshop6.0理论与实例同步教程》（航空工业出版社），2004年专著《平面设计实践》（西安交通大学出版社），2001年设计中国移动通集团公司《通信中国系列》等电话卡，2001~2002年西凤酒（十五年陈酿、六年陈酿及友缘酒等）系列包装，2004年风凤酒（1952酒）系列包装，2004年长安酒（古坊、古酿酒）系列包装，2004年社会康酒（酒祖贡酒）系列包装。

<<表现的突破。 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>