

<<包装设计>>

图书基本信息

书名：<<包装设计>>

13位ISBN编号：9787562115526

10位ISBN编号：7562115524

出版时间：1996-9

出版时间：西南师范大学出版社

作者：杨仁敏

页数：142

字数：103000

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>>

前言

20年前，当善良、执迷的中国人包裹在灰色制服中难以辨别男女老少的时候，发达国家的各种商品却打扮得花枝招展静静地窥视着那即将开启的中国市场。

20年来，各种精美的包装载着进口商品蜂拥而入——从高档豪华的洋酒到玲珑可爱的小食品——我们对此早已见惯不惊。

惶恐与震颤过去之后，告别了“灰色制服包装”的人们也终于开始思索起自己的商品包装了：算一算因为包装不擅，我们究竟付出了多少代价？想一想因为包装观念的陈旧迂阔，使多少传统的优质产品纤尊降贵，甚至濒临灭亡？

看一看因为包装设计的装腔作势、妄自尊大又让多少人失望？

在付出了沉重的代价之后，包装在现代社会中的重要作用总算在我们这个古老的国度获得了确认。

尽管它的发展还不能令人满意，进进退退，起起落落，蹒跚而行；它怀抱着那些内在质量还不大叫人放心的各种产品，它常常负载着企业家的过分渴望，它给广大消费者带来繁荣和希望的同时，也不免带来些烦恼和不安。

然而，它毕竟勇敢地迈开了步伐，迎着挑战，迎着新世纪的曙光，自信而又坚定地迈向那拥挤不堪的商品世界。

<<包装设计>>

内容概要

本丛书主要是为我国高等院校设计专业的学生和在职的年轻设地师们编写的，他们将是下个世纪中国设计领域的主力军，是中国设计界的未来与希望。

本丛书的编写力求融科学性、理论性、前瞻性、知识性、实用性于一体，观点明确，深入浅出，图文结合，可读性、可操作性强，可作教材参考及自学之用。

本书的主要内容包括前言、关于包装内涵的思、包装的起源与发展、包装的功能与分类、包装设计的风格和表现形式、包装设计务实、包装设计与商业促销、优秀包装设计作品选等内容。

<<包装设计>>

作者简介

杨仁敏，男，1949年9月生，上海市人。
1965年考入上海轻工业专科学校美术系，毕业后从事证券设计。
1982年考入四川美院学为攻读硕士学位研究生。
1985年毕业获中央工艺美院文学硕士学位，并留校任教。
毕业后，兴趣涉及绘画、设计及设计理论研究。
著作有《钢笔风景画技法》、《色

<<包装设计>>

书籍目录

前言

第一章关于包装内涵的思

第二章包装的起源与发展

第三章包装的功能与分类

第四章包装设计的风格和表现形式

第五章包装设计务实

第六章包装设计与商业促销

第七章优秀包装设计作品选

<<包装设计>>

章节摘录

一、从产品到商品 什么是包装？

走进商场，几乎任何人都明白什么是包装。

可一旦从事包装设计，却免不了常常被眼花缭乱的商品品牌、五花八门的包装形式加上七嘴八舌的“忠告”弄得把不住主脉。

尽管各个国家对包装的定义都下了简洁明了的条文，如美国为：包装是为产品的运出和销售所作的准备行为（美国包装协会包装用语集）。

英国为：包装是为货物的运输和销售所做的艺术、科学和技术上的准备工作（英国规格协会包装用语）。

加拿大认为包装是将产品由供应者送达顾客或消费者手中而能保持产品完好状态的工具（加拿大包装协会）。

我国也早就对包装下过定义：为在流通过程中保护产品，方便储运，促进销售，按一定技术方法而采用的容器、材料及辅助物等的总称（中国包装通用术语，见袁维青《包装设计概述》）。

然而，这些对设计师来说仍然远远不够。

设计师对包装内涵的理解远不是文字条款所能诠释的。

设计师一旦接受设计委托，常常会以一种超越常人的心境和情感，以其特有的职业敏感去贴近需要包装的产品，倾听产品的诉说，捕捉它与消费者之间的契合点，为它在商品世界的降临和生存做好一切准备——塑造一个能为拥塞的商品世界所接纳的新生命。

这，就是设计师心目中的包装。

多少年来，我们习惯于将产品与商品不假思索地划上等号。

这似乎也无可挑剔。

然而细想起来，产品与商品毕竟有所不同，而且在设计师眼中，从产品到商品，其区别之大犹如无生命的自然物质，进化为有生命的社会成员。

在商品社会中，产品对于广大消费者来说，往往只有存在价值，没有服务价值；只有成本价值，没有附加值；只有最基本的物质价值，没有包括文化、精神在内的综合价值。

一句话，没有商品价值。

当产品赤身裸体地来到商品世界的时候，这情景比人类在原始混沌状态要寒碜得多。

早期的人类没有“包装”虽然不雅观，尚能分辨出男女老少、高矮胖瘦，借助于动态与发音，多少能确立起一定的社会等级。

而产品离开了包装不要说“社会属性”，就连最基本的自然属性都难以保证。

<<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>