

<<商品包装设计构成>>

图书基本信息

书名：<<商品包装设计构成>>

13位ISBN编号：9787562137153

10位ISBN编号：7562137153

出版时间：2006-10

出版时间：西南师范大学出版社

作者：黄志雄、洪歆慧

页数：113

字数：263000

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>

<<商品包装设计构成>>

内容概要

商品生产是以交换为目的的生产。

交换的过程是生产者与消费者互通的过程。

当商品被摆放在开放的货架上任人选购时，包装就成为了一种无声的诱惑。

在对产品品质没有把握的情况下，大多数的消费者会把对包装的感觉转移到产品上，从而影响购买决策。

正如美国杜邦公司的营销人员在进行市场调查后得出的著名的“杜邦定律”那样，即63%的消费者是根据产品的包装来选购商品的；而英国的一家市场调查公司也报道，一般到超级市场购物的妇女，受到精美包装吸引，所购物品通常超出她们出门时打算购物数量的45%。

本书为包装设计教材《商品包装设计构成》，书中图文并茂，印刷精美，是高等院校艺术设计专业教材。

<<商品包装设计构成>>

书籍目录

第一章 包装设计概论 一 包装及其历史沿革 二 商品包装与商品包装设计 三 包装的功能与分类 四 包装设计的发展方向 五 包装设计的一般程序第二章 商品包装要素的构成与设计 一 商品标识设计 二 包装文字设计 三 包装图形设计 四 包装色彩设计 五 包装材料设计 六 包装纸盒设计 七 商品包装构成要素的组合设计第三章 包装设计的调研与定位 一 包装设计调研 二 包装设计定位第四章 包装设计的创意与表现 一 包装设计的创意 二 包装设计的表现第五章 包装设计的印刷与制稿 一 印刷原理与工艺 二 纸张的种类与开法 三 印刷稿的绘制 四 印前检查第六章 系列化包装设计 一 系列化包装设计的内涵 二 系列化包装的特点 三 系列化包装的分类 四 系列化包装设计的分类 五 手提袋的设计第七章 概念化包装设计 一 概念包装 二 概念化包装设计的原则 三 包装设计的概念化图版

<<商品包装设计构成>>

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>