

<<绝对包装>>

图书基本信息

书名：<<绝对包装>>

13位ISBN编号：9787807490272

10位ISBN编号：7807490276

出版时间：2006-12

出版时间：江西美术出版社

作者：张小艺

页数：219

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>

<<绝对包装>>

前言

现代包装设计顺应时代潮流的发展，具有了相当重要的地位，所承担的任务远远超越了原有的包装机能，其水平更广泛地体现在生产、存储、运输、宣传、销售、使用、回收处理等各个环节上。包装除了保护、宣传和促销等作用外，已成为产品的重要组成部分，而且还显示出塑造品牌形象、产品形象乃至提升企业形象的强大能力。

世界上最大的化学公司杜邦公司的营销人员经过周密的市场调查，发明了著名的杜邦定律：63%的消费者是根据商品的包装和装潢进行购买决策的：到超级市场购物的家庭主妇，被精美的包装吸引，所购物品通常超过她们预期购买数量的45%。

可以看出，包装是商品的脸面和衣着，它作为商品的视觉形象进入消费者的视线，强烈地刺激着消费者的购买欲望。

在经济迅猛发展的今天，各式各样的产品充满着整个市场，竞争之激烈，已促使各企业通过多种途径来引起消费者的注意，比如通过电视广告、报刊杂志广告、他人的介绍、品牌的信誉等，但这些并不足以最终导致购买行为的发生。

在超级市场的零售方式中，消费者的购买信心很大程度上是通过比较完成的，残酷的商业竞争使设计师面临着前所未有的机遇与挑战。

现代大型超级市场中的商品大都在两万种以上，商品被按照类别摆在货架上供人自行挑选，没有推销人员，完全要靠包装本身的说服力。

越是优秀的包装设计，其销售力也就越强。

好的包装设计会与消费者发生关联，产生共鸣，并会让消费者情不自禁地购买。

<<绝对包装>>

内容概要

作者系2006《包装与设计》新星奖设计大赛三项金奖得主指导老师，此书体现了其包装设计创新的精华理念。

她以大量成功经典作品为案例，对其创意的关键所在进行深入分析。

食品、非酒精类饮料、酒精类饮料、CD、化妆品、生活用品、礼品盒等包装精品光彩夺目、美伦美奂；作者的点评文字，敏锐精当，每每切入作品独特奥妙之处。

该书是在校大学生必备参考书，开启设计者创造思维的良好良师益友。

<<绝对包装>>

作者简介

张小艺，出生于山东青岛，苏州大学艺术学院装潢设计系教师，1999年，举办个人绘画作品展，2001年，参加“中国平面设计大展”获优秀奖，作品被广大东美术馆收藏，2001年，作品入选《中国创意百科》，2002年，视觉传达作品获“王嘉廉艺术设计奖”一等奖。多年包装设计作品获国家专利认证，2005年，出版《纸品包装设计教程》，2006年，第四届新星奖设计大赛中获“指导教师奖”。

<<绝对包装>>

书籍目录

导论 包装概述 自然的包装 包装的概念 历史上的包装 近代包装的诞生及沿革 包装的分类 包装的机能性 经典包装 食品 非酒精类饮料 酒精类饮料 化妆品 生活用品 其他

<<绝对包装>>

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>