

<<包装沟通设计>>

图书基本信息

书名：<<包装沟通设计>>

13位ISBN编号：9787301225905

10位ISBN编号：7301225903

出版时间：2013-8-11

出版时间：北京大学出版社

作者：[瑞典] 拉尔斯·G.瓦伦廷

译者：刘敏,刘乔

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>

<<包装沟通设计>>

内容概要

怎样的宣传和设计能帮助产品畅销？

面对产品包装，我们该如何判断它的优劣？

怎样才能拥有顶尖的包装设计创意，并付诸实施？

负责雀巢公司品牌创意设计40余年的拉尔斯·G.瓦伦廷，以其充满激情的惊人洞察力、多年的实战经验与创作反思，结合众多国际经典品牌案例，聚焦于常常被低估的沟通策略元素——包装沟通设计，提出了诸多新颖的设计观点和实用的操作方法，凝缩成世界上第一本关于包装沟通设计的书籍，引人深思，也给人以启迪，被誉为设计师、市场人士、广告工作者及沟通领域人士的必读书目。

作者简介

拉尔斯·G.瓦伦廷 Lars G.Wallentin 出生于瑞典，一个可以说欧洲多国语言的纯欧洲人，一个热情的爵士迷，还曾经是乒乓球冠军以及业余摄影师，在雀巢公司总部负责雀巢、雀巢咖啡、美极、布宜托尼、雀巢巧伴伴以及奇巧等几个战略性品牌的创意设计发展，将近40年。

他现在致力于设计与包装的写作，同时从事各种消费品公司的咨询工作。

他也是一位著名的包装设计鼓吹者，是众多设计奖项的评审。

他的设计哲学来自于他任教的课程，可以被概括为三个字：简洁、惊奇、综合。

<<包装沟通设计>>

书籍目录

- 序言 灵感与刺激
- 第一课：爵士与设计
- 爵士乐对创造性包装设计的影响
- 第二课：基本原理
- 写给初学者的包装设计
- 第三课：加强品牌
- 品牌认知、创意、风格及其强化
- 第四课：提高
- 十种方式提高你的包装设计
- 第五课：迎合欲求
- 食品造型
- 第六课：事物的形状
- 商标、排版印刷 & 产品图标
- 第七课：如何改善罐头
- 健力士啤酒案例
- 第八课：好设计就是好生意
- 将设计作为战略工具
- 第九课：为什么草图很重要
- 包装设计从一个“点子”开始
- 第十课：更大往往更好
- 做“大”设计，还是卧床休息
- 第十一课：媒介渠道
- 全方位交流
- 第十二课：我最喜欢的材料
- 木纤维
- 第十三课：如何保持印象中的第一
- “形”而至上
- 第十四课：低价销售的食品包装
- 管类
- 第十五课：要阅读的书籍
- 包装设计者应该阅读的书籍
- 第十六课：代理机构
- 如何同代理机构合作
- 第十七课：承运
- 承运即广告
- 第十八课：我的字母
- 从A到Z的包装设计
- 第十九课：吸引眼球
- 布局
- 第二十课：意大利的精髓
- 最好的意大利包装设计
- 第二十一课：幻想
- 我们需要更多的幻想
- 第二十二课：不要忘记装饰
- 先设计，然后装饰

<<包装沟通设计>>

第二十三课：心得

我们从纯真品牌中可以学到什么？

第二十四课：实例

冰淇淋案例

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>