

<<包装设计实务>>

图书基本信息

书名：<<包装设计实务>>

13位ISBN编号：9787302308638

10位ISBN编号：7302308632

出版时间：2013-1

出版时间：清华大学出版社

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>

<<包装设计实务>>

内容概要

《美术与设计类专业理论及实践教学系列教材:包装设计实务》对包装设计流程所面对的市场调研、消费心理、设计策划、包装印刷、纸盒结构、包装容器,以及包装装潢中的字体、图形、色彩等问题进行了较详细的阐述,便于学习包装设计课程的在校学生及从业人员对理论知识和操作技巧进行系统化学习,同时在包装整体化设计观念下对食品包装、酒包装、化妆品包装、医药品包装、礼品包装以及绿色包装方式进行了分类阐述和图解,便于读者在包装专题设计过程中进行比对学习。

<<包装设计实务>>

作者简介

彭建祥，男，1972年4月生，满族，籍贯山东省济南市，出生于宁夏银川市。

本科，硕士毕业于湖南工业大学包装设计学院，山东工艺美术学院视觉传达设计学院副教授，湖南环境生物职业技术学院客座教授，中国包装联合会设计委员会全国委员，中国包装联合会设计委员会“CDC中国设计师”，中国包装创意设计大赛评审委员会专家，湖南省文化厅主办期刊《艺海》理事会理事，山东省高校青年骨干教师，主持国家社科基金艺术学课题1项，省部级课题5项，校级课题4项。

发表论文20余篇，“彭建祥包装设计个人展”，参展“2012中国包装博览会包装名家展”，设计作品入选中国美术出版总社出版的《中国当代艺术》，设计作品入选中国包装联合会汇编的《中国设计30年》等成果集，设计作品和论文多次获奖，获中国包装联合会“中国包装之星”、“中国包装创意大赛”一等奖等奖项，个人多次获得省校级嘉奖，2011年荣获中国包装联合会“中国设计先锋人物奖”，长期以来为食品、医药、烟酒企业设计制作了众多的包装设计作品，为企业创造了良好的经济效益。

书籍目录

第一篇包装设计内容与实训 第一章包装设计流程实训与操作 第一节针对性包装市场调研 一、包装市场调研的内容 二、包装市场调研的方法 三、包装市场调研的结果 第二节包装设计可行性分析 一、消费心理分析 二、包装结构可行性分析 三、销售成功可行性分析 第三节包装设计展开 一、设计策划 二、设计创意 三、设计执行 第四节包装印刷 一、包装印刷的分类 二、包装印刷的特点 三、包装印前图文处理 第二章包装纸盒结构设计实训与操作 第一节盒盖结构设计 一、常见折叠纸盒盒盖开启方式 二、常见折叠纸盒盒盖的形式 第二节盒底结构设计 一、框架式盒底结构 二、托盘式盒底结构 第三节盒身结构设计 第四节典型纸盒类型设计 第三章包装容器设计实训与操作 第一节包装容器造型方法实训与操作 一、几何形造型法 二、三视图造型法 三、容器部位分段造型法 四、器形渐变造型法 五、形面装饰线造型法 六、模拟自然形态造型法 第二节包装容器模型的制作 一、石膏模型的特点 二、石膏模型的制作 三、有机玻璃等其他材质模型的制作方式与途径 第三节人体工程学与包装容器 一、人体工程学 二、包装容器 第二篇包装设计实践 第四章包装装潢设计实训 第一节字体设计实训 一、概述 二、汉字字体设计 三、拉丁字体与数字 四、包装中的字体设计 第二节图形设计实训 一、图形的概念 二、图形设计的类别 三、图形创意手法 四、构图的法则和方法 第三节色彩设计实训 一、色彩设计的功能 二、色彩设计的相关因素 三、色彩的心理联想 四、色彩设计与构图视觉元素 五、色彩设计与外包装容器 六、色彩的配置 第四节标签与包装纸设计实训 一、标签设计 二、包装纸设计 第五章包装系统设计 第一节系统的概念与内涵 第二节系统思维方式及其程序 一、系统思维方式 二、系统思维方式的程序 第三节包装系统设计概述 一、多学科交叉下的包装系统设计 二、包装系统设计的构成 第四节包装系统设计方法 第六章食品包装设计 第一节食品包装的作用和功能 一、食品包装的作用 二、食品包装的功能 第二节丰富多彩的食品包装形式 一、方便使用的形式 二、方便销售的形式 三、扩大销售的形式 第三节食品包装的色彩 第四节食品包装设计及表现手法 一、食品包装设计的表现手法 二、食品包装设计的表现手法 第五节现代食品包装设计新视点 一、现代食品包装新概念 二、丰富的现代食品包装 三、现代食品包装的层次 四、现代食品包装设计的空间 第七章酒与饮料包装设计 第一节酒包装容器造型设计 一、酒包装容器造型设计的要求 二、酒包装容器造型与结构设计原则 三、酒包装容器造型与包装结构的相互关系 四、酒瓶造型设计 五、酒包装容器造型的设计方法 第二节酒包装结构设计 第三节中国酒包装设计中的民族文化特性 一、中国酒包装的民族性 二、传统酒包装中的绿色文化特性 第四节饮料包装设计 一、纸容器在饮料包装中的应用 二、纸容器使用与保管注意事项 三、饮料包装设计的趋势 第八章化妆品包装设计 第一节化妆品包装设计的依据与特点 一、化妆品包装设计的依据 二、化妆品包装设计的特点 第二节化妆品包装设计的定位 一、突出表现商品的品牌 二、强调产品的特性 三、针对不同消费对象的设计表现 第三节香水的包装设计 一、令人神往的香水 二、香水包装设计的特点 三、独具魅力的香水瓶形设计 第四节化妆品包装设计的趋势 一、力求创新,突出个性 二、注重文化性与传统性 三、追求高品位的设计风格 第九章医药品包装设计 第一节医药品包装设计的商品属性 第二节医药品包装设计的色彩设计 第三节不同种类的医药品包装设计 一、医疗用药和大众药品的包装设计 二、中药包装设计与西药包装设计 三、保健药品包装设计 第四节医药品包装设计的新思路 第十章礼品包装设计 第一节礼品包装的意义与作用 第二节礼品包装的种类 第三节礼品包装设计的表现要求 第四节礼品包装的文化内涵与传统性 第五节 民族性与民间艺术在礼品包装中的体现 第六节礼品包装的商业性与艺术性 第十一章绿色包装设计 第一节绿色包装设计概述 一、绿色包装的兴起与发展 二、绿色包装的内涵与标识 第二节绿色包装设计的原则 第三节绿色包装设计的方法 一、减量化 二、再生材料的利用 三、可重复使用化 四、能再生的再循环化 五、自然素材的有效利用 六、抛弃容易化 第四节绿色包装设计趋势 一、绿色包装设计的目标任务 二、绿色包装设计的展望 第三篇包装设计实训案例 一、山东工艺美术学院视觉传达设计学院包装设计与包装工程专业学生作品选 二、湖南工业大学包装设计艺术学院包装设计与包装工程专业2011届毕业生设计作品选 参考文献

章节摘录

版权页：插图：第一节字体设计实训一、概述文字是平面设计的主要构成元素，几乎所有的平面设计都离不开文字的使用，特别是包装中商品本身的各种属性、使用方法、品牌、名称、生产商情况等有关信息，都必须依靠文字来传达。

包装装潢画面可以不用图形，却不能没有文字，文字不仅起到介绍商品的作用，也是美化商品的一种具有形式美的表现手段。

设计师通过对字体的塑造，清晰而艺术地传达商品的特性，给人以美的享受，抓住顾客的视线。

文字设计应服从于包装装潢的总体设计构思，因此包装设计中构图、色彩、字体应同时进行，互相映衬，达到造型功能化、构图特殊化、色彩理想化、文字形象化的目标。

成功的包装设计能够达到三种效果：远效果——令人瞩目；近效果——引人入胜；久效果——印象深刻。

而要达到这三种效果，装潢画面中主题字体的造型编排，以及各项说明文字起了极其重要的作用。

文字在视觉传达设计中的作用主要有两个方面。

一方面，文字是信息记录和传达的最重要载体。

文字是记录语言、传达思想、表达情感的符号系统，只有文字才能完整、准确、清晰无误地传达信息。

另一方面，文字又是一种能产生视觉效果及视觉传达作用的造型符号。

不同文字，如汉字、拼音字母、拉丁字母及其他种类文字，其本身的造型差异很大，在同一种文字中也存在着不同的书写或印刷字体，即使同一种字体还有大小、粗细、方圆等方面的变化，所以字体设计也会影响包装设计的最终效果。

文案设计对包装设计来说尤为重要，无论是何种品牌和性质的商品，都必须在其销售包装上印有相关的说明文字，其内容包括品牌名称、产品名称、主要说明文字、辅助说明文字、配料单、生产商和代理商详情、生产日期、保质期、价格、法规信息等。

文字作为语言符号有明确的语义传达作用，文案设计即为了实现语义传达。

这些必不可少的文字要经过反复核对，确保准确无误，使消费者在选择过程中能做出正确的判断，使产品获得良好的信誉。

在部分商品上还包括一些广告宣传的文字，如广告语、促销广告、有奖销售等信息。

<<包装设计实务>>

编辑推荐

《美术与设计类专业理论及实践教学系列教材:包装设计实务》插入大量说明图片,以便于读者更好地理解文字内容,使读者在学习包装设计过程中进行参考。

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>