

<<畅销品包装设计>>

图书基本信息

书名：<<畅销品包装设计>>

13位ISBN编号：9787506067959

10位ISBN编号：7506067951

出版时间：2013-9-1

出版时间：东方出版社

作者：[日] 日经设计

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>

<<畅销品包装设计>>

内容概要

对于商品策划者来说，了解设计的判断标准，与设计师之间的沟通是必须的。

应该从客观出发，了解他们对市场上充斥的各类产品设计的看法是什么。

本书由日本《日经设计》杂志旗下的设计分析部门“品牌提升委员会在过去数年间对100多款商品的包装和设计展开持续综合评价的基础上编撰而成。

对难以量化的设计指标采用数字和金额等进行定性分析，并在此基础上对相关数据进行评价。

日经设计编的《畅销品包装设计/精益制造》的目的不是对历史数据进行简单地归纳总结，而是对相关结果进行再分析。

从大量调查中重点选取30条铁则，按不同性别、年龄、地域的消费者设计的喜好程度、色彩使用、外形和文字运用等分类探索“畅销设计”背后的奥秘。

<<畅销品包装设计>>

书籍目录

前言

- 铁则1 50岁男性消费者攻略之“不以色取物”
- 铁则2 50岁女性消费者之“暖色攻略”
- 铁则3 “蓝色”表现“浓重”
- 铁则4 “绿色”营造“香气”
- 铁则5 男性爱“蓝”，女性爱“绿”
- 铁则6 “银色”彰显高端
- 铁则7 传递“甜蜜”，非“白”莫属
- 铁则8 “红黑配”之忌
-
- 铁则9 年轻都市型男最爱之“浓粉色”
- 铁则10 关西消费者喜爱的“时尚色”
- 铁则11 心情低落时的追求之“新绿”
- 铁则12 吸引男性消费者驻足的“粗线条”
- 铁则13 用“触感”打动年轻型男
- 铁则14 用“简单明了的图案”吸引年轻女性
- 铁则15 孩子们喜欢的形状也是高龄群体的最爱
- 铁则16 装饰风适合中年女性消费者的口味
- 铁则17 丢弃之前都是设计
- 铁则18 解读“size感”的畅销秘诀
- 铁则19 用“形状”打动关东消费者
- 铁则20 用“实惠”吸引中部地区消费者
- 铁则21 打动年长男性用“情”，打动年长女性以“理”
- 铁则22 表现力的能量点在“左侧”
- 铁则23 用“品牌”抓住中年男性的心
- 铁则24 妙不可言的效果音
- 铁则25 男人爱“幽默”，女人好“端庄”
- 铁则26 在展示产品功效的基础上推荐

<<畅销品包装设计>>

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>