

<<包装装潢设计>>

图书基本信息

书名：<<包装装潢设计>>

13位ISBN编号：9787531803669

10位ISBN编号：7531803666

出版时间：1996-8-1

出版时间：黑龙江美术出版社

作者：高中羽

页数：71

字数：38000

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>

## <<包装装潢设计>>

### 内容概要

现代设计带来了现代社会的物质文明和精神文明，同时也在这一过程中不断取得自我发展。现代商品包装设计作为现代经济与文化的一个交汇点，呈现出非常活跃、多彩的风貌，它广泛地、无时无刻不渗入公众生活之中，不仅促进了企业经济的发展，又推动了大众的消费水平的发展，已成为现代商业设计中最具有影响力的一个重要环节。

本书可适合大、中专包装装潢设计课程教材参考，也可供企业设计人员从事有关设计工作参考，在内容上不涉及包装纸盒结构和包装容器造型设计部份，主要为包装之装潢设计部分。在写法上，一个内容一个段落，并附参考图例。

## <<包装装潢设计>>

### 作者简介

高中羽，1942年生，1966年毕业于中央工艺美术学院装潢设计系，现任中央工艺美术学院装潢设计艺术系副教授。

讲授商业美术设计概论、包装设计、企业形象识别设计等课程。

多年来设计大量作品投入市场，并著有《包装设计》、《视觉表现28谈》及《包装装潢设计基础》等。  
在

## <<包装装潢设计>>

### 书籍目录

一、概述 自然界包装形态 传统民间包装 商业包装 现代包装二、市场缘与社会缘 产品发展 消费发展 行销发展 传播发展 文化与时代精神 CI与包装三、信息力与形象力四、设计要素 (一) 信息要素 标志信息 品牌信息 产品信息 生产者信息 (二) 形象要素 色彩形象 文字形象 编排构成 表象 其它五、设计构思 (一) 理性思考 (二) 感性激发六、设计定位 品牌定位 产品定位 消费者定位 品牌+产品定位 品牌+消费者定位 产品+消费者定位 品牌+产品+消费者定位 差别化定位 传统化定位 文案定位 礼品性定位 纪念性定位七、设计表现八、评估与忌点九、制稿十、包装设计的二重性十一、分类实例十二、练习参考题

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>