

包装设计



[包装设计 下载链接1](#)

著者:成朝晖

出版者:中国美术学院出版社

出版时间:2001-1

装帧:

isbn:9787810197441

《平面港之包装设计》在众多商品中，包装本身就是一种传达媒体，无言地回应顾客的所有询问，因此才有所谓商品+包装+广告的销售体制。包装的趋势反映出公众的集体意识与需求，同时，包装设计也反映了孕育它本身的历史时空的背景。尤其是近年来，工业对于消费品的关注焦点，使原本对产品实用性的强调，转而注重营销技巧。换言之，现今已是“时尚引导商品”或“商品流行化”的时代了。对包装设计的需求，着眼在顾客的心理、感觉、品味以及使用方便与否，能否经久保存及用后的处理等功能的需求。包装成为市场营销中重要的一环。在浩瀚商海中，企业为使产品增强竞争力，想方设法在包装上下功夫，以保持一种鹤立难群、独占鳌头的良好发展态势。

作者介绍:

目录:

[包装设计 下载链接1](#)

[标签](#)

[评论](#)

[包装设计](#) [下载链接1](#)

[书评](#)

[包装设计](#) [下载链接1](#)