

视觉识别艺术 · 百货零售篇



[视觉识别艺术 · 百货零售篇 下载链接1](#)

著者:李耀杰

出版者:江西美术出版社

出版时间:2005-1

装帧:平装

isbn:9787806905371

这是个商品泛滥的社会，我们已被各种各样的商品包装和宣传品包围。走进商场，无论你有没有留意，不知不觉之中，已受到各种产品包装和推广物料的影响和指引，喜爱并购买某个品牌的产品。

中牌视觉识别搭建了产品与消费者沟通的桥梁。没有标志没有包装的产品，犹如一块未经雕琢的璞玉，很少人能看穿它内在的价值。只有通过标志、包装、海报等各种视觉手段的传递，产品才能与消费者进行沟通，提醒消费者要买什么产品及

作者介绍:

目录: 无声推销员
喜之郎产品系列
喜之郎cici
喜之郎水晶之恋
奥赛山楂

我点食品系列
骆驼唛食用油系列
杨协成“爽”系列
青岛啤酒
江氏蜂王浆
维达“蓝色经典”纸巾
衣洁露/家洁露/手洁露日化产品系列
奥素洁清洁剂
威露士消毒水
O-COLOR化妆品
纯点纸巾
奥斯曼服装<br
· · · · · (收起)

[视觉识别艺术 · 百货零售篇 下载链接1](#)

标签

随处可见点线面

管理

李耀杰

平面设计

字体

商业设计

品牌

评论

[视觉识别艺术 · 百货零售篇 下载链接1](#)

书评

[视觉识别艺术 · 百货零售篇 下载链接1](#)