

畅销品包装设计



[畅销品包装设计_下载链接1](#)

著者:[日] 日经设计

出版者:东方出版社

出版时间:2013-9-1

装帧:平装

isbn:9787506067959

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。对难以计量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。

作者介绍:

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“sizzle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

· · · · · (收起)

[畅销品包装设计_下载链接1](#)

标签

设计

艺术设计

略懂

我的2018

市场调研

包装

0115_包装设计

评论

[畅销品包装设计_下载链接1](#)

书评

[畅销品包装设计_下载链接1](#)