

南阳开心果包装案例,开心果包装设计,坚果包装定制

产品名称	南阳开心果包装案例,开心果包装设计,坚果包装定制
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	卧龙岗汉画街118号建工集团院内
联系电话	15225602960 18238118463

产品详情

为了让商品看起来更好，很多品牌的包装都选择了黑色。比如，日本化妆品牌宝丽（POLA），今年就有一款经典系列换了新装，从里到外都是黑色，给人一种神秘尊贵的感觉。再比如，果酒的外包装，一般走的都是清新路线，但日本有一个品牌，把果酒外包装打扮成了红酒的模样，纯黑色的外瓶，搭配黑白配色的标签，立刻就不廉价了。我们看到很多品牌选择黑色或者白色，从心理学的角度来说，是在降低色彩本身对于人情绪的影响。第二点，简洁的包装不好设计，但设计好了可能会很出彩。比如，达美乐披萨过去外卖的包装盒，上面堆满了没用的信息，自己品牌标志反而被挤到了角落。为了让标志更醒目，达美乐把之前多余的元素都去掉了，只留下了品牌独特的双色标识，蓝色与红色，搭配醒目的白色圆点。这个新包装，一举夺得了今年的高荣誉——钻石奖。第三点，食品包装，越来越追求本色出演，也就是用各种方式把包装里面的产品展示出来，这样能传递一种新鲜的感觉。过去的食品包装，一般都是外包装上印上一个诱人的图片，下面写一行小字：“产品以实物为准，图片仅供参考。”但现在人们消费越来越追求健康，好吃看得见，才能让人吃得放心，所以食品包装越来越强调本色出演。比如，希腊有一家生产有机蜗牛食品的厂商，他们的包装上除了印着logo，还有一块透明的部分，直接就能看到里面的产品。这么做，一来可以让人迅速知道自己买的是什么，二来也传递了商家在产品定位方面的品牌自信。第四点，就算是密封式的包装，明确、醒目地告诉用户产品本身的信息也很重要。比如，比利时有一家连锁超市，在生产自己的面包产品的时候，会在包装袋上用插画的形式，把种植小麦的过程画出来，希望让人联想到从农场直供超市的新鲜感。再比如，日本有一家老牌染织企业，他们也是在手帕的包装上画了插画，把擦汗、擦嘴这些手帕日常的用途，简洁有趣地表达了出来。

第五点，包装设计还能被当成追热点的营销利器。比如，为了追赶美国总统大选这个热点，百威啤酒把自己的营销主题定为了“美国在你手中”，并且推出了两款限量版包装，一款是自由女神主题，另一款则干脆把品牌名“百威”换成了“美国”，还把logo从“AB”换成了“US”，瓶子上的口号也换成了美国国徽上的格言。还有一个爱凑热闹的品牌是汉堡王。去年万圣节，汉堡王设计了一组万圣节招牌汉堡，外包装用了拟人化的设计，杰克灯笼、小妖精和食尸鬼都在其中，还有面具和头冠，据说万圣节当天这款汉堡。河南省智慧云码广告传媒有限公司为企业设计打造好线上线下物联网品牌，广告就是创造一种场景，并让消费者无限接近这个场景，若能身临其境，就是广告的最高境界。在场景时代更多的图片、更多的文字、更多的互动能把人们拉入到广告场景。通过让场景前置、优惠前置，让消费者在阅读广告时就身临其境并拿到优惠，实现把未知客户变成已知客户的过渡阶段。