

南阳豆腐包装设计,豆腐礼盒设计案例,农产品包装定制

产品名称	南阳豆腐包装设计,豆腐礼盒设计案例,农产品包装定制
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

从商品文化和市场发展规律来看，产品流通的时间进程是商品的主要特征。在长期的发展过程中，保持了良好的质量形象和声誉，受到广大民众的喜爱，能够赢得消费者的青睐，长期立足于市场。在满足消费者物质需求的等量中，蕴含着浓厚的民族精神和文化氛围，陶冶和升华了消费者对产品的情操。

色彩是视觉冲击具表现力的元素之一，也是具表现力的艺术语言。在长期的生活积累和感受中，色彩在人们的心理中产生了各种各样的情感联想。包装的色彩不仅要表现商品的品质和属性，还要触动人们对美的欣赏，唤起人们对美的联想，寄托他们的个性表达。

产品的包装是基于自身的特点和市场文化，也是为了扩大市场。因此，要在了解市场文化整体趋势的基础上，认真分析研究产品和市场的具体现状，找出发展趋势与包装设计形式的结合点，善于有选择、有选择地借鉴和运用其相关设计元素，使产品的包装开发设计既能跟上市场的步伐，又能保持自身的文化特色。

运用各种方式抓住和强调产品或主题本身与众不同的特征，并把它鲜明地表现出来，将这些特征置于广告画面的主要视觉部位或加以烘托处理，使观众在接触言辞画面的瞬间即很快感受到，对其产生注意和发生视觉兴趣，达到刺激购买欲望的促销目的。在广告表现中，这些应着力加以突出和渲染的特征，一般由富于个性产品形象与众不同的特殊能力、厂商的企业标志和产品的商标等要素来决定。突出特征的手法也是我们常见的运用得十分普遍的表现手法，是突出广告主题的重要手法之一，有着不可忽略的表现价值。

包装具有民族和地域文化特色，其形式不仅取决于设计师的设计风格，还取决于消费者的审美倾向。我们经常会有这种体验，一些有特色的商品包装与实际想象中的形态相差甚远，尤其是一些乡镇企业的产品，典型的。在产品开发过程中，未能开发色彩品种，包装设计泛化，未能突出特色。这是一个有待解决的问题。任何产品的包装设计都要考虑产品和消费两个因素，有了明确的定位，才能制定出产品开发和包装设计的一整套方案。找准产品对市场文化影响的切入点，将定位的转化为形象。

对比是一种趋向于对立冲突的艺术美中突出的表现手法。它把作品中所描绘的事物的性质和特点放在鲜明的对照和直接对比中来表现，借彼显此，互比互衬，从对比所呈现的差别中，达到集中、简洁、曲折变化的表现。

因为消费者对企业产品的认识往往是一个从包装形式上的感性识别过程。包装形式的清晰与否和形象的个性是决定包装形式是否容易被接受和强化印象的条件。人们的常规形式(如传统包装借鉴、仿古)往往具有共性，这就是所谓人类视觉经验基本规律的反映。产品转化为商品依赖于包装形象，尤其是产品在突出个性特征方面更注重包装形象。

无论是在设计构思阶段，还是在改进过程中，一个成功的包装都是从初心开始的。如果规划不明确，改进设计只能称之为对原包的一种整容处理。随着社会的进步，人们的生活、审美、消费意向都在不断变化。设计重要的不仅仅是企业产品的性能，还要与时俱进。很多企业都忽略了这一点。其中一个原始的原因是，这些企业悄悄地沉迷于产品品牌，很少关注产品开发和包装改进。结果，他们只能毁掉企业产品市场的发展。

产品的包装是基于自身的特点和市场文化，也是为了扩大市场。因此，要在了解市场文化整体趋势的基础上，认真分析研究产品和市场的具体现状，找出发展趋势与包装设计形式的结合点，善于有选择地借鉴和运用相关设计元素，使产品的包装开发设计既能跟上市场的步伐，又能保持自身的文化特色。