广告设计 画册设计 创意设计【画册设计】

产品名称	广告设计 画册设计 创意设计【画册设计】
公司名称	上海三羊广告有限公司
价格	1.00/册
规格参数	开本:32开 规格:285X210 赠送光碟:是
公司地址	青浦区新业路599号3幢65房
联系电话	86 21 62250351 13002138132

产品详情

开本	32开	规格	285X210
赠送光碟	是	装帧	精装

公司简介：

上海三羊广告有限公司出卖智慧，专注品牌核心创意、策划、设计。核心创意团队前身是上海jingcheng广告创意有限公司的创意团队（jingcheng广告创建于1997年2月）。成员中有十几年来专注品牌核心创意的创意导师，有擅长品牌管理的管理学博士，有获得《中国杰出策划人》称号的策划大师。有在世界创意中心英国深造的mba品牌规划师。有创造“ 四两拨千斤 ”奇效的广告策略家，也有在名牌大学任教的广告艺术设计权威。还有青出于蓝胜于蓝的设计新锐。
团队十几年来沿袭原jingcheng广告的创意风格，追求创新、注重实战、谋求不战而屈人之兵。 创意团队在2004年为上海市政府《郑和下西洋600周年展》进行了创意、策划，方案得到了市府领导的认可和赞扬。创意团队还成功地为“ 上海市迎世博600天行动社会动员指挥部 ”进行了形象包装，设计方案得到了市有关部门领导的肯定并加以实施。团队策划设计《黑鹰杀虫、与众不同》的广告使黑鹰蚊香一夜扬名、惠利天下。还受邀将经典作品刊登在《麦迪逊丛书》。创意讲座《无中生有理念在品牌营销中创新作用》先后在上海师范大学、上海复旦科技园区开讲，品牌策划论文《四两拨千斤，做小不做大》因受市场欢迎而致《点击中国策划》一书热销。 十几年来，与创意策划设计团队合作过的跨国企业有日本住友、日本味之素、jvc、德国卡柏、英国myf、德国科贝隆。国内合作过的有上海市政府、上海市精神文明办、上海市科委、上海交通大学、上海大学、中国联通、东航集团、中国太平洋保险、上海大众保险、上海城投置业、飞乐股份等。合作过的民营企业有中财股份、上海新航星集团、百明实业、南通家信日化、上海赛维、上海恒协等。 上海三羊广告有限公司被市场认可被客户追捧的秘诀是创意为先。为客户规划管理的品牌叫好又叫座。无中生有创意理念被越来越多的企业家青睐。

联系方式

公司名称：上海三羊广告有限公司-无中生有专家

联系人：吴小姐

手机：13636379436 qq:2233842805

电话：021-62250351

邮箱：wuzhuyu8008@sina.com

地 址：上海市静安区武定路1135弄1号楼304室

公司网址：www.sanyang-88.com

http://sanyangg.cn.alibaba.com

□ 怎样开始设计项目？答：从双方进行设计项目的沟通反馈，意向确定后开始项目运作。□
设计初稿时间？答：在沟通完善，合约期内七个工作日内（各别较大项目随项目合约而定）。□ 设计初稿接纳方式？答：在确认收到预付款后，我们将以客人最便利的方式提案电子邮件、速递上门、在设计师面前提案等方式。□ 对设计修改的咨询答：在无特殊情况下，修改一至二次则可圆满完成。(极少数特殊情况将保障客户利益的前提下灵活处理)□
如设计初稿中任何一种都不满意？答：双方协商后重新设计方案，最多三次提案机会。□ 如果我对设计有自己的思路怎么办？答：将把握“ 尊重而不非理性尊从 ”的原则，尊重企业文化理念，结合实际情况协调设计让设计更为贴切。□ 设计物品颜色和我在电脑上看到的不一样？答：色值是无法用眼睛定位的，只有标准的色卡对比才能区别差异。我们尽可能的
打版校对色样及内容(稀有工艺及高成本另行协商)。□ 预付款支付方式答：银行转帐，支票，现金。□
你们为产品设计标志吗?答：站在市场或营销的角度上看问题，有必要的我们会提出整合意见。□
最终提供的源文件是什么?答：世界通用的文件,无论到哪,色值永远不变。□
我能自己编辑我的商业名片和信纸、信封吗?答：肯定，我们提供的源文件是世界通用的。□
我不在上海，可以设计吗?答：当然可以！我们可以通过网络、视频、电话、快递、或上门的方式。

构图要素构图是将商品包装展示面的商标、图形、文字和组合排列在一起的一个完整的画面。这四方面的组合构成了包装装潢的整体效果。商品设计构图要素商标、图形、文字和色彩的运用得正确、适当、美观，就可称为优秀的设计作品。1. 商标设计商标是一种符号，是企业、机构、商品和各项设施的象征形象。商标是一项关用工艺美术，它涉及到政治、经济法制以及艺术等各个领域。商标的特点是由它的功能、形式决定的。它要将丰富的传达内容以更简单洁、更概括的形式，在相对较小的空间里表现出来，同时需要观察者在较短的时间内理解其内在的含义。商标一般可分为文字商标、图形商标以及文字图形相结合的商标三种形式。一具成功的商标设计，应该是创意表现有机结合的产物。创意是根据设计要求，对某种理念进行综合、分析、归纳、概括，通过哲理的思考，化抽象为形象，将设计概念由抽象的评议表现逐步转化为具体的形象设计。2. 图形设计包装装潢的图形主要指产品的形象和其它辅助装饰形象等。图形作为设计的语言，就是要把形象的内在、外在的构成因素表现出来，以视觉形象的形式把信息传达给消费者。要达以此目的，图形设计的定位准确是非常关键的。定位的过程即是熟悉产品全部内容的过程，其中包括商品的性有、商标、品名的含义及同类产品的现状等诸多因素都要加以熟悉和研究。图形就其表现形式可分为实物图形和装饰图形。

实物图形：采用绘画手法、摄影写真等来表现。绘画是包装装潢设计的主要表现形式，根据包装整体构思的需要绘制画面，为商品服务。一摄影写真相比，它具有取舍、提炼和概括自由的特点。绘画手法直观性强，欣赏趣味浓，是宣传、美化、推销商品的一种手段。然而，商品包装的商业性决定了设计应突出表现商品的真实形象，要给消费者直观的形象，所以用摄影业表现真实、直观的视觉形象是包装装潢设计的最佳表现手法。装饰图形：分为具象和抽象两种表现手法。具象的人物、风景、动物或植物的纹样作为包装的象征性图形可用来表现包装的内容物及属性。抽象的手法多用于写意，采用抽象的点、线

、面的几何形纹样、色块或肌理效果构成画面，经简练、醒目，具有形式感，也是包装装潢的主要表现手法。通常，具象形态与抽象表现手法在包装装潢设计中并非孤立的，而是相互结合的。内容和形式的辩证统一是图形设计中的普遍规律，在设计过程中，根据图形内容的需要，选择相应的图形表现技法，使图形设计达到形式和内容的统一，创造出反映时代精神、民族风貌的适用、经济、美观的装潢设计作品是包装设计者的基本要求。3. 色彩设计色彩设计在包装设计中占据重要的位置。色彩是美化和突出产品的重要因素。包装色彩的运用是整个画面设计的构思、构图紧密联系着的。包装色彩要求平面化、匀整化，这是以色彩的过滤、提炼的高度概括。它以人们的联想和色彩的习惯为依据，进行高度的夸张和变色是包装艺术的一种手段。同时，包装的色彩还必须受到工艺、材料、用途和销售地区等的制和限制。包装装潢设计中的色彩要求醒目，对比强烈，有较强的吸引国和竞争力，以唤起消费者的购买欲望，促进销售。例如，食品类和鲜明丰富的色调，以暖色为主，突出食品的新鲜、营养和味觉；医药类和单纯的冷暖色调；化妆品类常用柔和的中间色调；小五金、机械工具类常用蓝、黑及其它沉着的色块，以表示坚实、精密和耐用的特点；儿童玩具类常用鲜艳夺目的纯色和冷暖对比强烈的各种色块，以符合儿童的心理和爱好；体育用品类多采用鲜明响亮色块，以增加活跃、运动的感觉……不同的商品有不同的特点与属性。设计者要研究消费者的习惯和爱好以及国际、国内流行色的变化趋势，以不断增强色彩的社会学和消费者心理学意识。4. 文字设计文字是传达思想、交流感情和信息，表达某一主题内容的符号。商品包装上的牌号、品名、说明文字、广告文字以及生产厂家、公司或经销单位等，反映了包装的本质内容。设计包装时必须把这些文字作为包装整体设计的一部分来统筹考虑。包装装潢设计中的文字设计的要点有：文字内容简明、真实、生动、易读、易记；字体设计应反映商品的特点、性质、有独特性，并具备良好的识别性和审美功能；文字的编排与包装的整体设计风格应和谐。

材料要素材料要素是商品包装所用材料表面的纹理和质感。它往往影响到商品包装的视觉效果。利用不同材料的表面变化或表面形状可以达到商品包装的最佳效果。包装用材料，无论是纸类材料、塑料材料玻璃材料、金属材料、陶瓷材料、竹木材料以及其它复合材料，都有不同的质地肌理效果。运用不同材料，并妥善地加以组合配置，可给消费者以新奇、冰凉或豪华等不同的感觉。材料要素是包装设计的重要环节，它直接关系到包装的整体功能和经济成本、生产加工方式及包装废弃物的回收处理等多方面的问题。