

成都乐山包装设计|手提袋设计|礼盒设计

产品名称	成都乐山包装设计 手提袋设计 礼盒设计
公司名称	四川龙腾华夏营销有限公司
价格	1.00/1
规格参数	品牌:龙腾华夏 项目:包装设计 产地:四川
公司地址	成都市青羊区光华东三路489号2栋12楼1211号
联系电话	028-82877230 13880994145

产品详情

四川龙腾华夏营销有限公司

地址:成都市青羊区光华东三路489号西环广场2栋1206室

品牌包装就是指产品包装。毕竟品牌本身是个抽象的概念,它需要通过具体的产品来表现。市场营销菲利普·科特勒认为,包装是指设计并生产容器或包扎物的一系列活动。这种容器或包扎物被称为包装。品牌包装主要由商标、图案、色彩、造型、材料等要素构成。一、品牌包装的独特价值

品牌包装本质上属于一种投资行为和广告形式,中国古代寓言故事中的“买椟还珠”,就很好地反映出包装的重要性。二、品牌包装的设计

品牌包装的设计可分为如下几种:

(一)包装图案的设计(1)形式与内容要表里如一,具体鲜明,一看包装即可知晓商品本身。

(2)要充分展示商品,这主要采取两种方式:一是用形象逼真的彩色照片表现,真实地再现商品。这在食品包装中较为流行,如巧克力、糖果、食品罐头等,逼真的彩色照片将色、味、型表现得令人馋涎欲滴;二是直接展示商品本身。全透明包装、开天窗包装在食品、纺织品、轻工产品中应用得非常广泛。

(3)要有具体详尽的文字说明:在包装图案上还要有关于产品的原料、配制、功效、使用和养护等的具体说明,必要时还应配上简洁的示意图。(4)要强调商品形象色5)“石门家族”式的包装:要将其重点体现在包装的主要展销面。凡一家企业生产的或以同一品牌商标生产的商品,不管品种、规格、包装的大小、形状、包装的造型与图案设计,均采用同一格局,甚至同一个色调,给人以统一的印象,使顾客一望即知产品是哪家品牌。

(6)要注意功效设计:包装图案中的功效设计主要表现在以下方面:

保护性能设计:包括防潮、防霉、防蛀、防震、防漏、防碎、防挤压等。

方便性能设计:包括要方便商店陈列,销售;方便顾客携带、使用等。

推销性能设计:即无须销售人员的介绍或示范,顾客只凭包装画面文图的“自我介绍”就可以了解商品,从而决定购买。(二)包装色彩设计红——血、夕阳、火、热情、危险。

橙——晚霞、秋叶、温情、积极。

黄——黄金、黄菊、注意、光明。

绿——草木、安全、和平、理想、希望。

蓝——海洋、蓝天、沉静、忧郁、理性。

紫——高贵、神秘、优雅。

白——纯洁、朴素、神圣。

黑——夜、死亡、邪恶、严肃。

1. 色彩含义的感受

亚洲人往往把灰色与廉价联系起来,这恰恰与美国人相反,后者认为灰色贵重而且有高品质。亚洲人认为紫色为富贵色,美国人却认为紫色有廉价感。不过,蓝色、红色、黄色与黑色不约而同地分别与高品质、爱、幸福及力量联系在一起。而绿色一般被认为象征着纯洁,因而值得信赖。

2. 产品包装的色彩感受

被调查者也回答了一系列关于各种不同产品包装适用什么色彩的问题。结果显示,当一种产品被全球性认为应具有某一种颜色(如蔬菜应是绿色的)时,亚洲和美洲的消费者都会认为这种色彩对于这一产品的包装是适合的。与此相反,当产品没有一种全球认可的颜色时(如洗涤剂),消费者对包装的色彩就会有不同看法。有意思的是,黄色一度与香皂和洗涤剂相联系,两种产品的功效都是清洁和除杂质,这是与黄色相联系的品质。

这些要求,在商品包装色彩设计的实践中无疑都是合乎实际的。随着消费需求的多样化、商品市场的细分化,对品牌包装设计的要求,也越来越严格和细致起来。为了更准确地掌握各类商品包装色彩设计的要求,可以将生活消费品划分为三大类别,分别提出色彩设计的具体要求:

第一类:奢侈品。第二类:日常生活所需的食品。第三类:大众化商品。