

## 糕点打包盒印刷，展现我们的特色！

产品名称	糕点打包盒印刷，展现我们的特色！
公司名称	成都美赛包装有限公司
价格	1.10/个
规格参数	编号:002 规格:230*331 支付方式:网上支付
公司地址	四川省成都市金牛区罗家工业园
联系电话	028-87514545 18123275436

## 产品详情

我们的地址：四川省成都市金牛区罗家工业园电话：028-87514545联系手机：18123275436 期待您的咨询

我们知道不管是怎样的产品在很多之前

，或者说在古时候就会有包装

了，每个时代的包装都是不一样的，那么对于近代的包装在一定的时期有着怎样的特色呢?可以说那时候的包装也是反应了那个时代的特色以及文化的，那么接下来我们就来详细的为大家讲解一下近代包装的特色吧。

唤起注意是成功的开始市场营销学研究的主要内容之一

从商品包装

的审美效应来看，引起消费者的注意是第一步，而且是促销过程中很重要的一步。因为注意是认识事物的开端，是消费者产生消费动机、采取消费行动的前提。消费心理学的研究告诉我们，一般情况下，商品包装作用于消费者的心理过程有四个阶段：唤起、注意(Attention)、引起兴趣(Interest)、启发欲望(Desire)、导致行动(Action)，简称"AIDA"。由此可见，唤起注意就是促销成功的开始。审美心理学认为，注意的唤起本身就是欲望的初步满足，随之而来的就是兴趣的产生，以及购买欲望的出现。当然，这就要

求商品的包装，必须具有审美艺术魅力。

消费者的需要是企业营销成败的决定因素。因此，有关消费者需要的特点、购买动机、购买行为等，就成为商家关注的焦点。按照心理学的观点，需要是由于客观因素的刺激，在消费者心里产生的一种复杂的心理过程。这里，刺激是引起消费者产生需要的诱因。当然，这种刺激首先引起的是消费者对商品的注意。

在商品的销售过程中，商品的包装能否唤起人们的注意，是商品包装能否起到无声的"促销员"作用的关键。教育家乌申斯基说过，注意是人们心灵的唯一门户。只有打开这个门户，才能引起消费者的兴趣，使消费者产生购买欲，从而导致促销成功。