

包装设计,食品包装设计,包装与设计,下载,广告,创意

包装设计

包装设计,食品包装设计,包装与设计

包装设计,食品包装设计,包装与设计

search

包装设计欣赏,包装设计搜索 **NEW**

包装设计,食品包装设计,包装与设计,房地产广告

包装设计

包装设计:包括产品容器设计,产品内外包装设计,吊牌,标签设计,运输包装,以及礼品包装设计,拎袋设计。

包装设计包括:酒类包装计,糖果包装,医药包装,保健品包装,葡萄酒包装,药品包装,食品包装,cd包装,商品包装,茶叶包装,月饼盒包装计,手提袋包装,白酒包装,电子产品包装,纸箱包装,香水包装,服装包装等各类包装设计。

- ▣ [平面设计教程](#)
- ▣ [封面设计欣赏](#)
- ▣ [名片设计欣赏](#)
- ▣ [VI设计欣赏](#)
- ▣ [广告设计欣赏](#)
- ▣ [画册设计欣赏](#)
- ▣ [包装设计欣赏](#)
- ▣ [标志设计欣赏](#)
- ▣ [平面设计欣赏](#)
- ▣ [PS教程](#)

- [Zee Zee Matta 封面设计欣赏](#)
- [Liora Saad 包装设计欣赏](#)
- [Mary Swenson 包装设计欣赏](#)
- [Molly Mendes 包装设计欣赏](#)
- [Laura Knight 包装设计欣赏](#)
- [Wendy Wessel 包装设计欣赏](#)
- [朗涛设计 \(Landor\) 包装设计欣赏](#)
- [Angela Williams 包装设计欣赏](#)
- [michiyo nelson 包装设计欣赏](#)
- [Marilina Yang 包装设计欣赏](#)
- [Arthur Crisci 包装设计欣赏](#)
- [franz schnaas 包装设计欣赏](#)
- [Johanna Del Medico 包装设计欣赏](#)
- [数码电子产品包装设计欣赏](#)
- [精彩包装及应用设计欣赏-SEGURA INC](#)
- [Katherine Der 包装设计欣赏](#)
- [精彩食品包装设计欣赏](#)
- [Ethan burns 包装设计欣赏](#)
- [Kenneth OBrien 酒品包装设计欣赏](#)
- [Kami Nelson 包装设计欣赏](#)
- [包装设计欣赏-Alex Buga](#)
- [Jason Pearlman 包装设计欣赏](#)
- [化妆品包装设计欣赏-Lewis Peterson](#)

商品的包装反映了社会的发展水平，包装设计总的趋势是由繁到简。在今天这个大量生产和大量销售的时代，现代包装是沟通生产者与消费者的最好桥梁。各式各样的产品，应有不同的包装方法，不同的组合形式和不同的包装材料。在过去，包装只是作为保护产品使其在运输过程和储藏时防止损坏的一项措施而已。如今，由于生产力的发展，商品在销售市场中引起了激烈的竞争，因此，包装的外形能否直接抓住顾客的注意力的问题，直接关系到产品的销量。

购物者在购物时，往往会通过包装设计的外表形象去推测其内装产品的质量。因此，包装设计就被提到了一个十分重要的地位。

相关资料参考:

食品包装设计 包装设计注重考虑两个层面的表现：即“口感”和“舌感”，在做到这两点的基础上，才进一步从包装结构、材料运用、行业标准等方面继续完善。这里的“口感”指咀嚼的感受，如松软、黏稠、坚硬、酥脆、顺滑等都属于口感的范畴；而甜、酸、咸、辣等知觉品味则属于舌感的范围。大多数包装的平面设计只注意了舌感，而往往忽视了口感的表现。结果未能将产品的特性完善呈现，不能不说是一种欠缺。

通过色彩的合理运用和色彩的相互关系，可以很容易地表现食品的“舌感”。尽可能地去表现口感。要表现口感，不仅仅是通过色彩的运用，更多地可以通过包装容器的形式、材质、画面图形的专用设计来表现。要实现充分表现食品的口感和舌感，除了依靠色彩、图形元素外，照片的作用同样十分强大，尤其是一些产品本身形态比较好的食品，通过细腻的摄影画面充分表现产品细部来激发购买者的食欲。具体工作包括小食品包装设计、饮料包装设计、茶叶包装设计、月饼包装设计、礼盒包装设计等。

月饼包装设计 针对不同的消费群体，定位明确，创意灵动，我们认为月饼包装设计必须以中华民族文化风情为底蕴。中秋月饼作为一种传统的特殊的食物礼品，进行着感情沟通和祝福；我们每年都在设计上进行改革求新，质地和工艺也追求完美结合，现在的月饼包装已经是礼品不可分割的重要部分，起着传达精神与文化的语言作用，我追求在物质文明的基础上，赋予她更多的精神文明元素；多年不懈努力。月饼包装设计要简约，即精简，追求包装形式的质朴、直接。所有变化，其目的只有一个，用视觉设计和材料的创新，提升购买力。

化妆品包装设计 化妆品包装的“时尚性”及“文化性”，是在设计其包装中要始终贯穿，化妆品不仅卖功效，更出售时尚和文化。化妆品消费者由于年龄、性别、职业、文化、经济水平等差异，其购物心理活动与作用也不同。如：成熟的消费者、工薪阶层、家庭主妇、经济收入不多者多为求实型；年轻人、知识阶层、经济较好者多为求美型；白领、性格外向者多讲究“出众”。因此，应根据产品的定位的目标消费群选择不同的包装设计策略。化妆品的包装营销策略主要有以下几种：一是系列包装。在企业生产的同种产品或品牌，采用相同的图案、色彩，以便提醒顾客，这是该品牌的家族。二是组合包装。即把相关用途的产品集中在一个大包装盒或袋中同时销售。这样的好处在于方便了顾客在购买，同时也比单件产品更实惠。三是多用途包装。即产品用完后，其包装不用丢弃，易作它用。目前，比较常用的还有附赠品包装、招徕式包装、定位包装等。我们的具体工作包括化妆品整体形象设计、化妆品包装盒设计、化妆品瓶体设计、化妆品柜台陈列设计、洗涤用品包装设计等。

[优秀包装设计欣赏](#)

[设计公司](#)|[包装设计](#)|[名片设计](#)|[网站设计](#)|[封面设计](#)|[平面设计](#)|[室内设计](#)|[产品目录设计](#)|

[画册设计](#)|[样本设计](#)|[广告设计](#)|[DM设计](#)|[展示设计](#)|[专卖店设计](#)|[标志设计](#)|[VI设计](#)|[海报设计](#)|[LOGO设计](#)|[信封设计](#)|

Copyright © 2004-2005 [设计欣赏和设计教程](#) 联系我们：1380000+DOFOTONET@GMAIL.COM

©2004-2005 | [我要统计](#)