
بسم الله الرحمن الرحیم

مسابقه طراحی بسته بندی ایران استار ۹۷

(IRANSTAR Packaging Award)

امروزه با توجه به خیل عظیم محصولات و وجود بازارهای رقابتی رو به رشد، تقاضا در راستای طراحی بسته بندی های متمایز که باعث ایجاد مزیت رقابتی برای محصول شوند نیز رشد فزاینده ای داشته است، لذا افرادی که در این حوزه تخصص دارند، همان طراحان بسته بندی ، می بایست نه تنها به گرافیک جذاب بسته توجه کنند بلکه باید عملکردهای بسته از حفاظت و نگهداری محتوی تا تولید محصول ارزان با درنظر گرفتن مسائل زیست محیطی را نیز در طراحی های خود مد نظر قرار دهند. دومین مسابقه طراحی بسته بندی با هدف شناسایی توان بالقوه وبالفعل ایران در این رشته در راستای ترویج و تقویت کیفیت بسته بندی های محصولات ایرانی و ارائه خلاقیت و نوآوری در طراحی بسته ها برگزار میگردد. با توجه به عضویت کشور عزیزمان در سازمان جهانی بسته بندی(WPO) و اتحادیه بسته بندی آسیا(APF)، این امکان فراهم آمده است تا توانمندی های طراحان بسته بندی کشورمان در جهان مطرح گردد. این مسابقه تنها مورد تایید سازمان جهانی بسته بندی (World Packaging Organization) و همچنین اتحادیه بسته بندی آسیا (Asian Packaging Federation) در ایران است، منتخبین این مسابقه مجوز شرکت در مسابقات منطقه ای و بین المللی را خواهند داشت و بدینوسیله گام های رشد و ترقی در زمینه طراحی بسته بندی توسط استعدادهای کشورمان برداشته خواهد شد و جایگاه محصولات و برندهای ایرانی پیش از گذشته در سطح دنیا تثبیت شده و ارتقا خواهد یافت. از میان طرح های ارسالی طرح های برگزیده مورد تقدیر قرار گرفته و جوایز متعددی اعطا میگردد،و طرح های منتخب جهت شرکت در مسابقه WorldStar و AsiaStar معرفی میگردند.

مسابقه در ۱۰ گروه کالایی برگزار میشود و طرح های ارسالی توسط داوران بین المللی متشکل از اعضای هیئت مدیره و متخصصین سازمان جهانی بسته بندی (WPO) و اتحادیه بسته بندی آسیا (APF) مورد بررسی و داوری قرار خواهد گرفت.

اهداف:

- ارائـه فرصـت بـه طراحـان و متخصصیـن در راسـتای حضـور در سـطوح بیـن المللـی و نمایـش توانمندی¬هـا
- شناسایی استعدادهای موجود در کشور و ایجاد فضایی رقابتی
- ارتقـاء دانـش در صنعـت بسـته بنـدی بـا پیشـتازی در عرصـه علـم و فنـاوری
- ارتقاء سطح کیفیت بسته بندی محصولات ایرانی
- ایجـاد و تقویـت هویـت نـام تجـاری محصـولات بسـته بنـدی شـده در بازارهـای جهانـی

مسـابقه در چهـار حـوزه بسـته سفارشـی، بـازار* ، ایـده و SaveFood در رده هـای حرفـه ای و دانشـجویی/دانش آمـوزی بـا داوری هیـات مدیـره سـازمان جهانـی بسـته بنـدی برگـزار مـی گـردد.

* منظـور از حـوزه¬ی بسـته سفارشـی ، موضوعاتـی اسـت کـه شرکـت هـای متقاضـی جهـت طراحـی بسـته بنـدی محصـولات خـود مشـخص کـرده انـد.

*منظـور از حـوزه¬ی بـازار بسـته¬هایی می¬باشـد کـه توسـط طـراح بـرای یـک شرکـت تولیـدی طراحـی و بـه تولیـد انبـوه رسـیده باشـد کـه بایـد شرکـت کننـده در ایـن بخـش فـرم تأییدیـه تولیـد کننـده را نیـز تکمیـل و ارسـال نمایـد.

این مسابقه تنها مسابقه مورد تایید سازمان جهانی بسته بندی (World Packaging Organization) و همچنین اتحادیه بسته بندی آسیا (Asian Packaging Federation) در ایران است.

مقررات مسابقات:

ماده یک : نحوه ارسال طرح

شرکت کنندگان میبایست پس از ثبت نام اینترنتی و دریافت کد رهگیری اقدام به دانلود فرمهای ارائه طرح نموده و پس از تکمیل و درج کد رهگیری به همراه طرح خود آن را به آدرس دبیرخانه جشنواره ارسال نمایند. شایان ذکر است که طرح میبایست به دو صورت :

۱. الکترونیکی

ارسال نمونه با مشخصات زیر در دی وی دی :

- دو تصویر با کیفیت (۶*۵) ۳۰۰ dpi
- توضیح در خصوص طرح حداکثر ۱۰۰ کلمه در فایل ورد به فارسی و انگلیسی
- فایل تصویری حاوی توضیح در خصوص طرح حداکثر ۲ دقیقه

۲. فیزیکی با مشخصات زیر:

- حداکثر حجم = m^3 1/125 MAX = طول *عرض*ارتفاع
- وزن = Max 5 Kg

نکته:

- تمام هزینه های پست به عهده شرکت کننده می باشد و طرح ها عودت داده نخواهند شد.
- آدرس پستی : تهران – خیابان ولی عصر بالاتر از خیابان ظفر ، خیابان بابک بهرامی – پلاک ۴۷ طبقه چهارم واحد شماره ۱۱۱ – کدپستی ۱۹۶۸۶۵۴۹۸۱
- انستیتو بسته بندی ایران

ماده دو : برخی از ارزیابان مسابقه

نام داور	جایگاه سازمانی	کشور
پاینار پیر	رییس سازمان WPO	استرالیا
کیت پیرسون	دبیر کل سازمان WPO	آفریقای جنوبی
لوسیاناپلگرینو	معاونت بازاریابی سازمان WPO	برزیل
ژوهانس برگمر	معاونت پایداری و ایمنی غذا سازمان WPO	اتریش
کارل السمیت	معاونت اقتصاد و علم بسته بندی سازمان WPO	سوئد
یان بایریک	مدیر برگزاری مسابقه WorldStar	انگلیس
راشل بروکس	سرپرست برگزاری مسابقه WorldStar	انگلیس
نارایان ساها	مسئول امور آسیا در سازمان WPO و دبیر کل اتحادیه APF	هند
جین کی شیم	معاون اتحادیه APF	کره
آنابل تان	معاون اتحادیه APF	سنگاپور
جی پررا	معاون اتحادیه APF	سری لانکا
آسلیهان آریکان	معاون اتحادیه APF	ترکیه

ماده سه : معیارهای ارزیابی

طرح های ارسالی در این مسابقه توسط هیئت داوران بین المللی طبق معیارهای زیر مورد ارزیابی قرار خواهند گرفت.

معیارهای ارزیابی :

- حفاظت، نگهداری محتوی
- حمل و نقل آسان ، پرکردن ، بستن ، باز کردن و دوباره بستن آسان
- طراحی گرافیکی
- ترغیب در فروش
- کیفیت تولید
- کاهش هزینه و کاهش مصرف مواد اولیه
- دوستدار محیط زیست و قابل بازیافت
- مناسب با شرایط بازار محلی (از نظر تولید ، مواد اولیه و بازار)

جهت کسب اطلاعات بیشتر به بخش مسابقه طراحی در سایت www.lripack.com مراجعه نمایید.

دسته بندی مسابقه:

- نوشیدنی ها
- الکترونیک (بسته بندی تمام وسایل الکترونیکی)
- غذا(تمام انواع بسته بندی مواد غذایی اعم از تازه ، یخ زده و غیره)
- بهداشتی و آرایشی(شامل بسته بندی لوازم آرایشی، بهداشتی ، مکمل های، ویتامین ها ، عطر و ادکلن ها ، انواع داروهاو...)
- لوازم خانگی(شامل بسته بندی تمام وسایل خانگی ، اسباب بازی ، وسایل بهداشتی ، هدایا ، لباس ، تجهیزات باغبانی ، وسایل تزئیناتی و..)
- وسایل تجملاتی و تزئینی (شامل بسته بندی محصولات گران قیمت مانند عطر و جواهرات که بسته بندی آنها مشتریان را شگفت زده میکند.)
- دارویی و پزشکی(بسته بندی داروها شامل ظروف دارو و بسته بندی تجهیزات پزشکی)
- توزیع وفروش(شبکه پخش)
- حمل ونقل
- سایر

زمانبندی برگزاری مسابقه طراحی بسته بندی ایران استار ۹۷:

مهلت ارسال آثار : آخر اسفند ۹۶

ارسال برای داوران : فروردین ۹۷

اعلام نتایج: اردیبهشت ۹۷

-لازم به ذکر است به طرح هایی که بعد از تاریخ ۲۹/۱۲/۹۶ به دبیرخانه جشنواره تحویل داده شوند ترتیب اثر داده نخواهد شد.

مسابقات جهانی طراحی بسته بندی

WorldStar Packaging Awards

هر سال تقریبا 200 شرکت و برند معتبر دنیا در این مسابقه از کشورهای مختلف شرکت میکنند.

برخی از کشورهای شرکت کننده در مسابقه WorldStar :

۱	استرالیا	۱۲	مجارستان	۲۳	اسلوانی
۲	اتریش	۱۳	هند	۲۴	آفریقای جنوبی
۳	برزیل	۱۴	اندونزی	۲۵	اسپانیا
۴	کانادا	۱۵	فلسطین اشغالی	۲۶	سری لانکا
۵	چین	۱۶	ایتالیا	۲۷	سوئد
۶	کرواسی	۱۷	ژاپن	۲۸	سوئیس
۷	جمهوری چک	۱۸	جمهوری کره	۲۹	تایلند
۸	دانمارک	۱۹	لیتوانی	۳۰	ترکیه
۹	فنلاند	۲۰	نروژ	۳۱	اوکراین
۱۰	فرانسه	۲۱	روسیه	۳۲	انگلیس
۱۱	آلمان	۲۲	سنگاپور	۳۳	آمریکا

برخی شرکت ها و برندهای معتبر برنده در مسابقه WorldStar :

Lipton /Anchor	Tetra Pack	Amcor	Nestle
Pepsi	CoCa-Cola	DHL Packet Gmbh	Gmbh
Kellog	Bosch	Smurfit Kppa	BASF
TOTO	ANADOLU	Ecobliss	Lenovo
Panasonic	McDonald	DS Smith	Caffé Lattesso

IRAN STAR
IranStar Packaging Award

برخی از شرکت کنندگان در مسابقه طراحی ایران استار ۹۵:

از کلیه شرکتها و صاحبان پیشرو در صنایع کشور، طراحان، اساتید دانشگاهی، دانشجویان ،دانش آموزان و دیگر فعالان در زمینه صنعت بسته بندی دعوت می گردد در این مسابقه شرکت نمایند.

شرکت کنندگان
مسابقه ایران استار ۹۵

نام و نام خانوادگی : مرتضی محمدی

۰۶
بازار
اسپیکرگرین

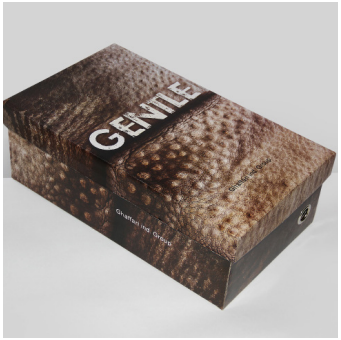
جعبه مورد نظر متعلق به اسپیکر های رو میزی بوده که عموما به جهت اتصال به رایانه به کار می رود، اما با توجه به چند کاره بودن آن، طوری طراحی گردید تا این ویژه گی در نگاه اول نمایان باشد. در رنگ بندی، علاوه بر رنگ سازمانی شرکت از طیف رنگی متناسب استفاده گردید. جایگذاری مشخصات و تصاویر محصول نیز طوری اعمال گردیده تا از بی نظمی پرهیز و توجه بیننده را به خود جلب نماید. اشکال هندسی در پس زمینه بیانگر هویت، هماهنگی و تناسب بوده تا نمایانگر هویت کاربردی محصول باشد.

نام و نام خانوادگی : مهـرداد نـوتـاش

۰۰۲

ایده

کفش ایمنی کار



۰۰۸

ایده

کفش ایمنی کار

نام و نام خانوادگی: علـــی علیـــزاده

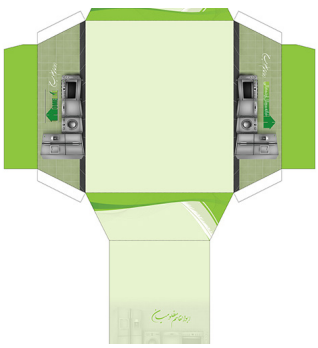
۰۰۳

بازار

عروسکهای اقوام و ملل
چوب پا

ایجاد جذابیت خرید بدلیل فرم عروسکی جعبه
استفاده از گرافیک نمادین از لباسهای سنتی ایرانی
طراحی دو طرفه جعبه با شخصیت زن و مرد همزمان
چفت شدن درب بوسیله زبانه مقوایی
استفاده بصورت ایستاده و آویز
چاپ تک رنگ روی مقوای بازیافتی
قابلیت تولید انبوه بدلیل تکنولوژی ساده در بازار محلی

نام و نام خانوادگی: هـامـان قدسـی



۰۰۴

ایده

بسته لوازم خانگی

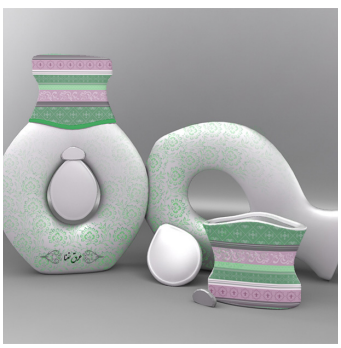
۰۰۹
ایده
چای گیلان

بر روی جعبه تصویری از یک بانوی چای کار شمال ایران قرار داده شده است تا یادآور اصالت چای شمال باشد. رنگ های به کار رفته بر اساس رنگ طبیعی برگ چای و خود چای در نظر گرفته شده است.

۰۱۰
ایده
چای گیلان

بر روی جعبه تصویری از یک بانوی چای کار شمال ایران قرار داده شده است تا یادآور اصالت چای شمال باشد. رنگ های به کار رفته بر اساس رنگ طبیعی برگ چای و خود چای در نظر گرفته شده است.

نام و نام خانوادگی: النـــاز حمیـدی



۰۰۵
ایده
نوشیدنی

طراحی این بسته نوشیدنی الهام گرفته از جام رامشگر- دروان ساسانی در بیشابور می باشد. که با توجه به فرم و شکل ظاهری حال و هوای ایرانی بودن و اصالت در آن حفظ شده است. این بطری طراحی شده از یک بدنه اصلی که در ان عصاره عرق مورد نظر قرار گرفته و در مرکز آن شیره شکر تعبیه شده که هر کس به میزان دلخواه از آن استفاده نماید. همچنین در بطری حالت یه لیوان را برای آسان نمودن مصرف قرار داده ام.

نام و نام خانوادگی: سروش یـــــگانه

۰۰۶

بازار

میوه های خشک

بسته بندی صادراتی میوه های خشک 50 گرمی به سفارش شرکت Noble Queen: دستور کار اولیه در طراحی محصولات فوق، ارائه بسته بندی مناسب قابل عرضه در دستگاههای Vending Machines در بازار هدف یعنی آمریکای شمالی بوده است. محصولات ارائه شده می بایست قابلیت رقابت با سایر محصولات که عموما انواع چیپس سیب زمینی می باشد، را داشته و به علاوه با بیان برتری نسبت به محصولات موجود، پتانسیل جایگزینی در سبد کالای مصرف کنندگان را نیز داشته باشد. با توجه به گسترش روز افزون فرهنگ تغذیه سالم و پیشرفت سریع Health Food Industry در بازار مورد بحث، با در نظر گرفتن رده سنی 13 سال به بالا برای مصرف کنندگان این محصولات، ارائه بسته بندی مناسب در قالب پکیج های ورزشی با محصولات متنوع برای سلایق گوناگون، در انتخاب روش طراحی مد نظر قرار گرفته است. کلیه طرحهای ورزشی نیز با توجه به بازار هدف از رشته های ورزشی مورد علاقه همان منطقه انتخاب و اجرا گردیده است. در این طراحی ایده ی جدیدی با عنوان Golden Heart معرفی گردیده که ارائه ای خلاقانه از روشهای متداول Smart Labeling می باشد. این ایده با تکیه بر تکنولوژی QR Coding اطلاعات فراوانی را در باره هر پکیج به مشتریان ارائه داده و هر قلب طلایی به راحتی با نرم افزارهای موجود جهت اسکن بار کد قابل اسکن بوده و با فرستادن مشتری به Webpage آن محصول انبوهی از اطلاعات تغذیه ای مفید را با زبانی ساده در قالب انواع دیاگرام های رنگی و متنوع، به مشتری ارائه می دهد. به این ترتیب دیگر نیازی به مراجعه به جداول Nutrition Facts که همگی حاوی اسامی و اطلاعاتی پیچیده و نامفهوم می باشد وجود نداشته و مشتری کلیه اطلاعات تغذیه ای مربوط به بسته مورد نظر را در زمانی اندک کسب می نماید

نام و نام خانوادگی : امیر ملک تبریزی

۰۷
بازار
ساک دستی

عکس بند شلوار را روی ساک دستی قرار داده و علاوه بر شکل زیبا، دسته ی ساک دستی هم ادامه بند شلواری است که خود جذابیت بیشتری ایجاد میکند

۰۱۱

بازار

بسته لباس مردانه

مناسب برای بسته بندی لباس مردانه است علاوه بر شکل بسیار زیبا و گیرا،در نحوه باز و بسته شدن هم خلاقیت دارد و به آسانی با استفاده از برچسب انجام میشود

۰۱۲
بازار
صنایع دستی

این طرح به منظور تجاری سازی صنایع دستی، با چوب زیبای بلوط و برشکاری مناسب با محصول و باز و بسته شدن در به صورت کشویی و البته استفاده از شیشه شفاف به منظور خودنمایی بیشتر ایجاد شده

نام و نام خانوادگی : مینـــا بابایـــی

۰۱۶

بازار

کافی میکس

۰۱۷

بازار

دمنوش میوه ای

۰۱۸

بازار

چای شاهسوند

نام و نام خانوادگی : محمـد خرمیـان

۰۱۹

ایده

روغن گیاهی نوشاد

شرکت نوشاد تصمیم داشت برای اولین بار روغنهای گیاهی (دارویی) را با بسته بندی خاص (و نه به روش سنتی) ، با تنوع زیاد و در قالب برندی قدرتمند به بازار عرضه کند.
در طراحی بسته بندی نکات زیر مد نظر قرار گرفت:
۱-محصولات از نوع دارویی و در ابعاد کوچک بودند ، پس باید از نظر فرم و ساختار ساده باشد.
۲-در این محصولات می بایست حس طبیعی بودن به مخاطب القا شود، از اینرو از تصاویر طبیعی محصولات و گیاهان در فضای قطره (روغن) و نمادی از بته جقه (نقشی برای بیان سنتی بودن این داروها) استفاده شد.
۳-برای متمایز کردن محصولات از یکدیگر از ترکیبهای رنگی متفاوت و هماهنگ با محتوا بسته استفاده شد.
۴-با توجه به قابلیت توسعه پذیری محصولات در آینده و همچنین رعایت سلسله مراتب بسته و راحتی در بخشهای تولید ، بسته بندی ، انبارداری و حتی سفارش محصول و جلوگیری از اشتباهات احتمالی بدلیل تنوع محصولات از شماره استفاده گردید.
۵- استفاده از جلوه بصری و هویت یکپارچه در سطوح مختلف بسته بندی (لیبل، بسته اصلی، بسته ۱۲ تایی ، کارتن بزرگ و ساک خرید) و دیگر ابزارهای معرفی و تبلیغاتی محصول که همگی در خدمت برندینگ میباشند.
۶- برای درمان بعضی بیماریها لازم بود ۲ یا ۳ نوع روغن با هم مورد استفاده قرار گیرند جهت جلوگیری از اشتباه نیاز به بسته جدید بود، از طرفی قرار دادن آنها در یک بسته جدید دو مشکل اساسی داشت : اول، گرفتن مجوز که بسیار زمان بر بود دوم صرف هزینه زیاد برای بسته جدید. بنابراین ایده ایی مبنی بر گذاشتن نیم جعبه هایی در کف و درب جعبه و معرفی بعنوان پکیج داده شد.
۷- ساختار بسته بندی ۱۲ تایی به نحوی است که با برش از محل پرفراژ تبدیل به استند محصول میشود.
۸- برای نمایش ویژه محصولات نیز استندی از جنس پلکسی شفاف طراحی گردید تا همه محصولات در کنار هم جلب توجه نمایند.
۹- دیگر نکات: استفاده از برگ برای نمایش گیاهی بودن محصولات در جعبه و در لوگو ، برش خاص برای باز کردن درب محصول و دیده شدن رنگ درب که هماهنگ با روی جعبه است ، استفاده از حداکثر ۲رنگ در طراحی بسته جهت نمایش سادگی و دادن حس آرامش به مخاطب، استفاده از شعار طبیعت بهترین طبیب است .

۰۲۰
ایده
خوراک دام

شرکت سامان دام تولید کننده خوراک دام میباشد که بنا داشت محصولات مختلفی را برای گروه های متفاوت دامی به بازار عرضه کند.
در طراحی کیسه ها که بصورت دو رنگ چاپ شد تلاش گردید :
۱-بسته بندی محصول ، کاملا متفاوت با کلیشه های موجود در بازار باشد (کیسه های موجود به رنگ سفید و صرفا با نوشته ساده بود) به همین خاطر برای جلب توجه از سطح رنگی وسیع و همچنین خطوط افقی برای القای مفهوم حصارهای گاوداری استفاده گردید.
۲-بدلیل تنوع محصولات و جلوگیری از اشتباهات پرسنل گاوداری ها از ترکیبهای رنگی متفاوت استفاده شد.

۰۲۱

ایده

داروی گیاهی آراس دارو

نام و نام خانوادگی : آیدا جـامـوسـی

۰۲۲

بازار

شوکولوپ کورن فلکسی

محصول شوکولوپ کورن فلکس شوکولاتی برند ثبت شده شرکت الفی اینترنشنال است.
بسته بندی این محصول برای استانداردهای بالای بازار صادرات و بازار داخلی طراحی شده است. در استراتژی و طراحی این بسته بندی با ایجاد حرکت و هیجان و همچنین ایجاد حس سلامتی مصرف کننده را برای خوردن یک صبحانه مغذی ترغیب و وسوسه می‌کند.

۰۲۳

بازار

پلاس کورن فلکس

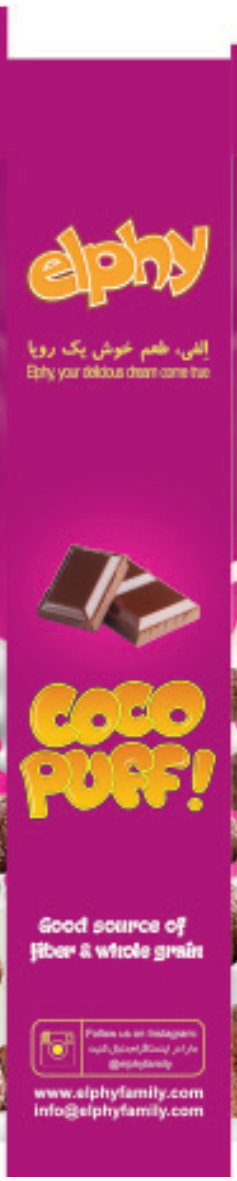
محصول پلاس کورن فلکس با تکه های سیب و دارچین است که برند ثبت شده شرکت الفی اینترنشنال است.
طراحی بسته بندی این محصول به گونه‌ای است که پاسخگوی استانداردهای بالای بازار صادرات و بازار داخلی ایران باشد.
تمام المان‌های تصوی این بسته بندی به گونه‌ای طراحی شده اند تا مصرف کننده را برای استفاده از این محصول برای صبحانه‌ای حاضر آماده، سالم و مغذی ترغیب کند.

۰۲۴

بازار

داروی گیاهی آراس دارو

محصول کوکی غلات صبحانه یا کورن فلکس برند ثبت شده شرکت الفی اینترنشنال است.
این محصول برای خردسالان و جوانان طراحی شده و در استراتژی طراحی این محصول انتقال حس سلامتی، ارزش غذایی بالا رعایت شده است. انتخاب رنگ، طراحی لوگو و ترکیب بندی در این محصول برای القای حس سلامتی و شادابی و شیوه زندگی سالم انجام پذیرفته است.



۰۲۵

بازار

کوکوپاف غلات صبحانه

محصول کوکوپاف غلات صبحانه یا کورن فلکس برند ثبت شده شرکت الفی اینترنشنال است.
این محصول برای خردسالان و جوانان طراحی شده و انتخاب رنگ، طراحی لوگو و طراحی کلی بسته بندی به گونه این انجام پذیرفته که کودکان را به خوردن صبحانه‌ای سالم، مقوی و حاضر آماده ترغیب کند

نام و نام خانوادگی : احسان اکبـــری

۰۲۶

بازار

مواد غذایی

۰۲۷

بازار

داروی گیاهی آراس دارو

نام و نام خانوادگی : نفیس مـاتریس

۰۲۸
ایده
کلوچه نادی

۱- استفاده از تکنولوژی هایبرید برای ایجاد جلوه‌های مات و شفاف به طور همزمان بر روی محصول و حذف هزینه های یووی موضعی
۲- تقویت جلوه های بصری در دیده شدن بهتر رنگ ها و بدست آوردن گستره وسیعی از رنگ ها (رنگ های متالیک)
۳- حذف هزینه ها در بدست آوردن افکت های خاص در یک بسته حذف هزینه هایی مثل ساخت کلیشه برای طلا کوب و نقره کوب و حذف ضرب طلا کوب و نقره کوب و حذف خرید فویل طلا و نقره و بالا بردن کیفیت با حذف این موارد
۴- چاپی با براقیت و درخشندگی بالا

۰۳۲
بازار

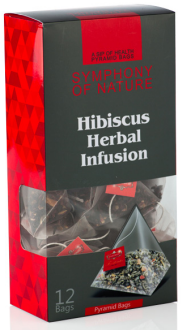
۱- استفاده از تکنولوژی هایبرید برای ایجاد جلوه‌های مات و شفاف به طور همزمان بر روی محصول و حذف هزینه های یووی موضعی
۲- تقویت جلوه های بصری در دیده شدن بهتر رنگ ها و بدست آوردن گستره وسیعی از رنگ ها (رنگ های متالیک)
۳- حذف هزینه ها در بدست آوردن افکت های خاص در یک محصول حذف هزینه هایی مثل ساخت کلیشه برای طلا کوب و نقره کوب و حذف ضرب طلا کوب و نقره کوب و حذف خرید فویل طلا و نقره و بالا بردن کیفیت با حذف این موارد
۴- چاپی با براقیت و درخشندگی بالا

نام و نام خانوادگی : میثم شریف نژاد

۰۳۳

بازار

دمنوش گیاهی



۰۳۴

بازار

دمنوش گیاهی

۰۳۵

بازار

بسته بندی تقویم

۰۳۴

بازار

قهوه

۰۳۷

بازار

چای کودک

نام و نام خانوادگی : علی بانـی شـرکـا

۰۳۸

بازار

خشکبار مانی

۱. فایل چاپی خیلی خاص به علت استفاده از فقط یک رنگ spot
۲. استفاده از یک فرمول ریاضی برای فرم گیری
۳. وجود گاید بوک

۰۳۹
بازار
آبمیوه

۱. مخاطب جوان
۲. طراحی و تصویرسازی میوه ها با استفاده از تکنیک دست آزاد
۳. ساخت تایپ فیس مخصوص فارسی و انگلیسی مخصوص این بسته که حس دست آزاد را هم داشته باشد.

۰۴۰

بازار

پسته ۱۰ کیلویی

پسته ۱۰ کیلویی راشا برای صادرات در روسیه و هند طراحی شده، رنگ سبز از الزامات طراحی بود، در طراحی می بایست با حفظ فرم کلاسیک برند مخاطب جوان را نیز جذب کند که از ترکیب فرم کلاسیک در عکس و استفاده از تایپ فیس هند رایت بر روی عکس این حس را بوجود آوردم.

۰۴۱
بازار
شربت

۱.استفاده از پترن مثلثی اجباری بود
۲.متریال متالایز برای ایجاد حس لوکس بودن استفاده و انتخاب شد
۳.اولویت دیده شدن با لوگو بود و بعد از آن طعم

۰۴۲

بازار

سیروپ

۱. ایجاد تفاوت بین سیروپ و آبمیوه و شربت های سنتی سن ایچ

۲. استفاده از تایپ فیس جدید و مخصوص فارسی و انگلیسی با الهام از ریزش سیروپ بر روی زمین

نام و نام خانوادگی : نگین صـــــدری

۰۴۳
بازار
چـــای

چای فامیل در دو نوع ساده و عطری طراحی شده است. نوشیدن چای یک سنت ایرانی است برای همین در طراحی این چای از المان فنجان سنتی ایرانی استفاده شده است. با توجه به اینکه چای داخل پاکت از هندوستان تهیه میشود در پشت زمینه از موتیفهای آن منطقه استفاده شده است.

۰۸۳
بازار
چـــای

چای کیسه ای مانی در انواع ساده، عطری، دارچین، هل و زعفرانی طراحی شده است با توجه به هندی بودن چای داخل پاکت در طراحی این چای از موتیفهای آن منطقه استفاده شده است. برای
ایجاد جلوه بهتر در طراحی خطوط اطراف کادرها طلاکوب شده است.

نام و نام خانوادگی : محمدرضا اسلام پرست

۰۸۳
بازار
دمنوش

دمنوش های گیاهی کاملا طبیعی هستند و از دل طبیعت چیده و بسته بندی می شوند. برای اینکه این حس را القاء کنم روی در بسته بندی از برش دو برگ در هم استفاده کردم و همچنین از زمینه روشن استفاده کردم تا القاء آرامش و درمان داشته باشد.
در ضمن نوع قفل و باز و بسته شدن جعبه هم کاملا نوآورانه بوده و در برند دیگری وجود ندارد.

۰۴۵
بازار
پسته

در بسته بندی پسته لرک، ابتدا به یک رنگ سازمانی که قبلا در پسته استفاده نشده فکر کردم. بنفش کبود که از رنگ مغز پسته گرفته شد، گزینه مناسبی برای ایده ام بود. طعم نمکی را با بنفش و طعم ساده را با سرمه ای طراحی کردم... و برای کار پنجره بزرگ در نظر گرفتم.
ایده اصلی دربسته بندی های لرک این بود که خریدار بعد از خرید بسته را به عنوان زباله نبیند و به نوعی از جعبه به عنوان ظرف هم استفاده کند و در عین حال جذابیت بسته باعث تحریک مخاطب به خرید شود، در ضمن هدف اصلی این هم بود که مردم برند لرک را در شکل جدید ومتفاوت ببینند.

۰۴۶
بازار
پسته

چای کیسه ای مانی در انواع ساده، عطری، دارچین، هل و زعفرانی طراحی شده است با توجه به هندی بودن چای داخل پاکت در طراحی این چای از موتیفهای آن منطقه استفاده شده است. برای
ایجاد جلوه بهتر در طراحی خطوط اطراف کادرها طلاکوب شده است.

۰۴۷
بازار
پسته

۰۴۸
بازار
پسته

در بسته بندی پسته لرک، ابتدا به یک رنگ سازمانی که قبلا در پسته استفاده نشده فکر کردم. بنفش کبود که از رنگ مغز پسته گرفته شد، گزینه مناسبی برای ایده ام بود. طعم نمکی را با بنفش و طعم ساده را با سرمه ای طراحی کردم... و برای کار پنجره بزرگ در نظر گرفتم.
ایده اصلی دربسته بندی های لرک این بود که خریدار بعد از خرید بسته را به عنوان زباله نبیند و به نوعی از جعبه به عنوان ظرف هم استفاده کند و در عین حال جذابیت بسته باعث تحریک مخاطب به خرید شود، در ضمن هدف اصلی این هم بود که مردم برند لرک را در شکل جدید ومتفاوت ببینند

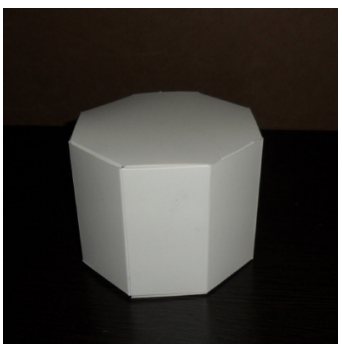
۰۴۹
بازار
پسته

در بسته بندی پسته لرک، ابتدا به یک رنگ سازمانی که قبلا در پسته استفاده نشده فکر کردم. بنفش کبود که از رنگ مغز پسته گرفته شد، گزینه مناسبی برای ایده ام بود. طعم نمکی را با بنفش و طعم ساده را با سرمه ای طراحی کردم... و برای کار پنجره بزرگ در نظر گرفتم.
ایده اصلی دربسته بندی های لرک این بود که خریدار بعد از خرید بسته را به عنوان زباله نبیند و به نوعی از جعبه به عنوان ظرف هم استفاده کند و در عین حال جذابیت بسته باعث تحریک مخاطب به خرید شود، در ضمن هدف اصلی این هم بود که مردم برند لرک را در شکل جدید ومتفاوت ببینند.

نام و نام خانوادگی : محمدرضا شکاری

۰۵۰
بازار
گلاب

مشتری احتیاج به بسته بندیی برای شیشه گلاب داشت. از انجا که محتوی بسته بندی شکستنی و حساس بود سعی کردم برای جلو گیری از ضربه به محصول از چند هلدر نگهداری و محافظ برای طراحی استفاده کنم تا محصول به راحتی از بالا و پایین نسبت به بیرون جعبه فاصله داشته باشد و موقع ضربه به بسته بندی به شیشه گلاب آسیبی نرسد. در ضمن برای اینکه جذابیت شیشه محصول که ارزش بالایی دارد نیز پیدا باشد از ویندو پک برای نمایش آن استفاده کردم.



۰۵۱
بازار
نان شیرینی

محصول این بسته بندی نان شیرینی نازک است با سطح هندسی دایره، من برای اینکه هم بسته بندی جذابیت بصری داشته باشد و هم اینکه نگهدارنده خوبی برای نان باشد از این طرح استقاده کردم.
همچنین می توان بوسیله ویندو پک در طراحی بسته محصول رو از بیرون ببینیم که برای کمتر شدن هزینه ها برای مشتری از این کار صرف نظر کردم.

۰۵۲
بازار
تقویم رومیزی

به دلیل اینکه در اکثر اوقات تقویم رومیزی را به افراد و موسسات هدیه می دهند . سعی کردم بسته بندی تقویم یعنی جعبه آن را به صورتی طراحی کنم که شبیه جعبه هدیه و لوکس به نظر بیاید و در نگاه اول حکم جعبه هدیه پیدا کند.
این بسته بندی بدون استفاده از چسب و جعبه چسبان و براحتی اسمبل می شود. در ضمن روی جعبه نیز با ویندو پک از قسمت پرفراژ جدا شده تا تقویم از بیرون نیز دید داشته باشد.
در طراحی گرافیکی این بسته بندی از رنگ سال ۹۴ یعنی قرمز آجری و رنگ سازمانی شرکت یعنی سرمه ای استفاده کردم. در پشت صفحات تقویم نیز از تصاویر و تجهیزات شرکت استفاده کردم.

۰۵۳

بازار

جعبه دی وی دی

مشتری سفارش جعبه ای داد تا برای جابجایی و فروش دسته جمعی دی وی دی ها از ان استفاده کند و من جعبه زیر رو پیشنهاد دادم که هم جعبه محصول است و هم بعد از خرید و جدا کردن پرفراژ تبدیل میشه به استند تبلیغی برای آن موسسه.

تا زمانی که بسته می خواهد جابجا شود این بسته بندی حکم جعبه محافظ و نگهدارنده دی وی دی ها است و موقعی که به فروشگاه می رسد با جدا کردن قسمت پرفراژ تبدیل می شود به یک استند تبلیغاتی

نام و نام خانوادگی : ندا علیپور جاویدی

۰۵۴

بازار

خشکبار و آجیل

با توجه به جذابیت و نوع مصرف که در شاخه مواد غذایی غنی قرار میگیرد و همینطور بازار رقابتی که در بین محصولات مشابه وجود دارد سعی شده است کاری نو و متفاوت ارائه شود.

۰۵۵
بازار

با توجه به رده بندی سنی سعی شده کاری جذاب با رنگ بندی های شاد و در نظر گرفتن ذائقه های مختلف طعم بندی های متفاوت ارائه دهیم

۰۵۶

بازار

بادام زمینی

با توجه به جذابیت و نوع مصرف که در شاخه مواد غذایی غنی قرار میگیرد و همینطور بازار رقابتی که در بین محصولات مشابه وجود دارد سعی شده است کاری نو و متفاوت ارائه شود.

۰۵۷
بازار
بستنی

بستنی معمولا پرطرفدارترین محصول در تابستان می باشد از این رو طرح های متنوع و بسیاری در بازار می بینیم بنابراین سعی داشتیم متفاوت حرکت کنیم و با طعم ها و المان ها طرحی نو بسازیم که کاری متفاوت برای تمام رده های سنی باشد.

۰۵۸
بازار
کیک

با توجه به جذابیت و نوع مصرف که در شاخه مواد غذایی غنی قرار میگیرد و همینطور بازار رقابتی که در بین محصولات مشابه وجود دارد سعی شده است کاری نو و متفاوت ارائه شود.

نام و نام خانوادگی : محمد کـاری علی آبـادی

۰۶۰
ایده
پسته

در این طرح از شکل پسته در هندسه جعبه ، و به حالت فرورفتگی تقریباً مقعر در هندسه بسته ، برای نمایش هر چه بهتر هویت بسته به شکل پسته ، استفاده شده است .
بواسطه شکل هندسی پسته ، هنگام استفاده انگشت شصت در روی فرورفتگی فرم پسته قرار می گیرد . تا در ضمن ایجاد تسلط در نگه داشتن جعبه ، لذت استفاده و حس خوشایندی را در استفاده گر ایجاد می شود .
مدل درب جعبه از نوع بالشتکی طراحی شده است . این نوع از درب ها به راحتی باز و بسته می شوند :
جنس بسته از مقوا میباشد ، گرماژ جنس بسته می تواند بر اساس وزن تولید مناسب سازی گردد .
ایران یکی از تولید کنندگان این محصول کشاورزی پر سود و با ارزش غذائی فراوان است . به همین خاطر با طرح پسته ای که به صورت یک جزء اصلی و کاربردی در گسترده دیده میشود هویت ایرانی قابل رویت است .
و همانطور که در طرح گسترده جعبه مشخص است نقشی از هندسه ایرانی با حالت مقرنس و محراب دیده میشود

نام و نام خانوادگی: محمد تشکری کریم زاده

۰۶۱

ایده

طرح رویا

این بسته برای نگهداری ظروف لوکس(نظیر مینا،شیشه یا سنگ) که آسیب پذیری بالایی دارند استفاده می شود و ایده آن بر اساس طرح های باستانی و معماری ایرانی است و از این جهت مشتریان داخلی و خارجی را به خود جلب می کند.

کلیه اجزای این بسته بندی دارای قابلیت بازیافت و سازگاری با طبیعت هستند. (بدنه چوب و پارچه- داخل پارچه)

کلیه مواد اولیه استفاده شده در این بسته، در ایران در دسترس است و به دلیل مقاومت مناسب در برابر آسیب پذیری و وزن پائین (حدود ۲۵۰ گرم) هزینه های نگهداری و حمل و نقل محصولات لوکس را کاهش می دهد.

۰۶۲

ایده

طرح ترمه

این بسته بندی برای نگهداری بشقاب مینا بر اساس طرحی ایرانی که در راستای هویت صنایع دستی ایرانی باشد، صورت پذیرفته است. بدنه این محصول از چوب و رویه آن از پارچه ترمه(از پارچه های ایرانی) پوشانده شده است. وزن این جعبه در حدود ۲۵۰ گرم بوده و محصولات در داخل آن در جای خود ثابت می شوند تا در هنگام حمل و نقل آسیب نبینند.

این بسته بسیار زیبا بوده و می توان از آن به عنوان یک محصول دکوراتیو استفاده نمود. کلیه مواد اولیه این محصول در ایران به سادگی یافت می شود.

۰۵۸

ایده

طرح شـــیما

این بسته از جنس چوب است که سطح آن با پارچه ایرانی ترمه پوشانده شده است. این بسته بندی از طرفین باز و بسته می شود و بشقاب لوکس (مینا) در آن قرار می گیرد. فرم باز شدن این بسته و نوع قرار گرفتن بشقاب در آن، خریداران را ترغیب می کند تا از این محصول استقبال کنند. این بسته سبک (حدود ۲۵ گرم) و استحکام قابل ملاحظه ای دارد. این بسته قابلیت استفاده به صورت دکوراتیو را دارد. مواد اولیه استفاده شده، در ایران در دسترس بوده و کاملا قابل بازیافت است.

۰۶۴

ایده

طرح ققنوس

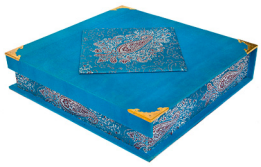
این بسته بندی برای گلدان های مینا یا شیشه ای یا سنگی طراحی و تولید شده است. گلدان در بخش مرکزی بسته قرار می گیرد. بدنه این بسته از جنس لوله پلیمری و تمام سطح داخل و بیرون آن از پارچه پوشانده شده است. این بسته بندی سهولت قابل توجهی برای حمل و محافظت از محصول لوکس دارد.وزن این بسته کمتر از ۲۵۰ گرم است. البته می توان بخشی از سطح خارجی را به کمک شیشه یا طلق شفاف پیاده سازی کرد تا محصول از بیرون قابل مشاهده باشد. مواد اولیه مورد استفاده در این محصول در ایران کاملا در دسترس است.

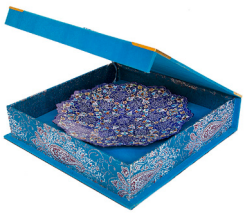
۰۶۵

ایده

طرح دیبا

این بسته بندی بر اساس معماری ایرانی ساخته شده و قابلیت بسته بندی بشقاب های مینا را دارد. این بسته بندی سبک (حدود ۳۰۰ گرم) و قابلیت نگهداری از بشقاب هایی با قطر ۳۰ cm را دارد. خود این بسته بندی به همراه ظرف داخل آن قابلیت نمایش دکوراتیو را داراست. سطح روی این بسته با پارچه ترمه پوشانده شده و یک المان لوزی شکل برجسته بر روی در آن، زیبایی خاصی بخشیده است. این بسته از جنس چوب و پارچه بوده، در ایران در دسترس است و به سادگی بازیافت می شود.





۰۶۶

ایده

طرح شیدا

این بسته بندی از سه بخش تودرتو(۲تا متحرک و یکی ثابت) تشکیل شده و برای نگهداری بشقاب های لوکس(بخصوص مینا) به کار می رود. این بسته بندی از طرفین باز شده و فرم باز شده به همراه ظرف داخل آن قابلیت دکوراتیو دارد. کلیه سطوح این بسته بندی از چوب ساخته شده و با پارچه پوشانده شده است که قابلیت بازیافت سریعی دارد. وجود ۳ بخش تودرتو، استحکام قابل توجهی به آن داده است. این بسته توسط دو نوار از طرفین بسته می شود. ابن بسته دارای وزنی کمتر از ۳۵۰ گرم داشته و مواد اولیه آن تماما در ایران به وفور در دسترس است.

۰۶۷

ایده

طرح پاسارگاد

این بسته بندی برای محصولاتی نظیر فرش و گلیم طراحی و تولید شده است، کاملا دست دوز بوده و جنس آن از چرم طبیعی است که ایران در آن مزیت رقابتی در بازارهای بین المللی دارد. با توجه به اینکه فرش یا گلیم به خودی خود زیبا هستند، تلاش شده در طراحی این بسته بندی این زیبایی ها نمایش داده شود و این کمک شایان توجهی به ترغیب مشتریان نسبت به محصولات فرش و گلیم می نماید. این بسته بندی قابلیت حمل فرش یا گلیم را افزایش داده و در رویدادهای سازمانی و خصوصی قابلیت هدیه دادن را به محصولات می بخشد.

۰۶۸

ایده

طرح پتینه

این بسته بندی دارای بدنه چوبی است که در فضایی مکعبی شکل ۳ بخش برای قرار دادن ۲ گلدان و یک بشقاب به کار گرفته می شود. بدنه داخل این بسته بندی توسط پارچه مخمل پوشیده شده است. سطح روی این بسته بندی نیز توسط نقاشی های ایرانی وترکیب فلز پوشیده شده است. محل های قرار گرفتن گلدان ها، قابلیت حرکت روی ریل چوبی ثابت داشته و پس از حرکت دادن آنها، بشقاب در میان بخش ثابت قرار می گیرد. وزن این بسته بندی پائین(حدود ۴۰۰ گرم) و قابلیت حمل و محافظت بالایی دارد. کلیه مواد اولیه به کار رفته در این بسته بندی(چوب، پارچه، فلز) سازگار با طبیعت بوده و در ایران در دسترس است.

۰۶۹

ایده

طرح درســـا

سطوح این بسته بندی از جنس مقوای فشرده بوده و سطوح بیرونی و داخلی آن از پارچه ترمه پوشانده شده است. این بسته برای نگهداری یک ست ظرف مینا شامل ۲ گلدان و یک بشقاب استفاده می شود. این بسته بندی با سایز ۵۰*۴۰*۱۵ و وزن کمتر از ۵۰۰ گرم، کاملا شبیه یک کیف کلاسیک است. در بخش بالایی این بسته بندی یک دسته چرمی مانند دسته کیف نصب شده و قابلیت حمل قابل ملاحظه ای به این بسته می بخشد. یک قفل فلزی که هویت ایرانی دارد روی درب این بسته نصب شده و امکان بسته و باز شدن را می بخشد. کلیه مواد اولیه این محصول در ایران وجود داشته و قابلیت سازگاری با محیط زیست را دارد.

نام و نام خانوادگی: مـهدی نقـــاش زاده

۰۷۱

ایده

خشکبار برادران حسینی

این بسته بندی برای هدیه های فردی و سازمانی طراحی و تولید شده است. این بسته ظرفیت حدود ۱۰ کیلوگرم خشکبار را دارد و بیشتر برای جای دادن حجم بشتری خشکبار هدیه و بسته های ویژه سازمانی استفاده می شود. این بسته فرمی هندسی (ذوزنقه) دارد و دارای دسته های کنفی است که قابلیت حمل مناسبی به آن داده است. رنگ کاهی به کار رفته در آن هم کاملا فضایی سنتی به آن داده است. مواد اولیه این بسته (مقوا و کنف) کاملا قابل بازیافت و سازگار با محیط زیست هستند.

۰۷۲

ایده

صابون های سوپکس

صابون های سوپکس دارای تنوع زیادی، نزدیک به ۱۵ نوع صابون متفاوت در چندین گروه است. در این پروژه علاوه بر هویت بصری طراحی شده، بسته هایی جذاب با رنگ های متفاوت و دارای ویژگی های ممتازی نظیر استفاده از مقوای بهداشتی، درب آسان بازشو، تکنیک های چاپی نظیر برجسته و طلاکوب است. در داخل هر بسته مقوایی، یک بسته پلاستیکی مقاوم قرار دارد، که صابون در آن قرار گرفته است. با توجه به ذهنیت مردم ایران نسبت به محصولات خارجی در این زمینه، بسته های این صابون ها، فرمی لوکس و جذاب به این محصولات داده است.

۰۷۳

ایده

طرح درســـا

این بسته، به عنوان هدیه خشکبار ایرانی برای برند برادران حسینی (یکی از برترین تولید کنندگان خشکبار در ایران) طراحی شده است. ۶ نوع از خشکبار ایرانی (پسته، بادام و...) در این بسته قرار گرفته است. هر یک از محصولات در یکی از ۶ بخشی که در بسته پیش بنی شده است، ریخته شده و روی آن به وسیله پلاستیک شفاف پوشیده شده است و مشتری به سادگی کیفیت محتویات داخل آن را می بیند. این بسته برای بازارهای داخلی و بین المللی ساخته شده است. در چاپ این بسته از تکنیک های طلاکوب و برجسته استفاده شده است.

۰۷۴

ایده

زرشک سحرخیز

این بسته برای زرشک های تولیدی بازارداخل و صادراتی شرکت سحرخیز طراحی و تولید شده است. این زرشک ها در وزن های ۵۰، ۱۵۰ و ۳۰۰ گرم تولید شده است. این بسته دارای بخش شفاف است و در طراحی آن از حداقل رنگ استفاده است. بافت این بسته از ترکیبی از طرح زرشک و بافت های معماری ایرانی است. این بسته بندی مقاومت خوبی در برابر رطوبت و حرارت داشته و قابلیت نصب در استندهای ایستاده فروشگاهی دارد.

۰۷۵

ایده

نبات سحرخیز

این بسته بندی برای شرکت سحرخیز(از برترین برندهای حوزه خشکبار در ایران) جهت بسته بندی نبات چوبی طراحی و تولید شده است. این بسته بر اساس طرح های ایرانی و نقوش گل طراحی شده که بخش هایی هم به وسیله پلاستیک شفاف پیاده شده تا مخاطب به راحتی محتوای داخل آن را ببیند. ۳۰ عدد نبات چوبی در داخل فضای مشبک این بسته، کاملا ثابت و بدون حرکت هستند.در چاپ این جعبه از تکنیک برجسته و طلاکوب استفاده شده است.

۰۷۶

ایده

لامپ بروکس

این بسته برای لامپ های LED تولیدی شرکت بروکس شامل لامپ های حبابی،رفلکتوری، شمعی، اشکی و... طراحی و تولید شده است. این بسته از دو بخش مستقل شامل یک جعبه کاغذی و یک بسته پلاستیکی محکم که در لامپ در داخل آن کاملا در برابر ضربات احتمالی در حمل و نقل مصون است، تشکیل شده است. در این بسته بخشی از بسته بندی برش خورده، تا لامپ داخل بسته قابل مشاهده باشد. در طراحی این بسته هر رنگ معرف یک وات مشخص لامپ است و از این جهت تشخیص لامپ برای مشتریان و فروشندگان بسیار آسان است.

۰۷۷

ایده

دستمال توالت نرمه

دستمال های توالت نرمه در بسته های ۲تایی، ۴ تایی و ۶ تایی بر اساس هویت بصری محصولات نرمه، طراحی و تولید شد. استفاده از پلاستیک مقاوم، شفاف و بهداشتی و وجود دسته متصل به بدنه از مهمترین ویژگی های این بسته بندی است. ترکیب رنگ نارنجی با رنگ سرمه ای (رنگ سازمانی نرمه) جذابیت بصری قابل ملاحظه ای به آن داده است. این بسته، از بخش پائینی بوسیله محصول نهایی پر شده و دوخته می شود. پلاستیکی به کار رفته کاملا در ایران به وفور یافت می شود و قابلیت بازیافت دارد.

۰۷۸

ایده

دستمال کاغذی نرمه

نرمه قدیمی ترین تولید کننده محصولات سلولزی در ایران است. با توجه به عادتی که مشتریان نرمه نسبت به طرح های قدیمی محصولات تولیدی این شرکت داشتند، اعمال هرگونه تغییراتی، برای مدیران شرکت چالش برزگی بود. بر اساس طرح مطالعه بازاریابی انجام شده، بسته هایی با طرح های مختلف یک هم نوآوری و جدید شدن را نشان دهد و هم هویت اصلی محصولات نرمه را حفظ کند، طراحی و تولید شد. این بسته ها برای دستمال های ۲۰۰ و ۳۰۰ برگی طراحی شده و در تولید نسخه نهایی تغییراتی نظیر بازطراحی لوگو، طراحی لوگوی انگلیسی، طراحی یونیفرم و طراحی ساین اعمال شده است. با توجه به اهمیت بهداشتی این محصول،کلیه موازین بهداشتی در طراحی و تولید این بسته بندی ها رعایت شده است.

نام و نام خانوادگی : سحـــر اکـــــــبری

۰۷۹

ایده

بسته بندی ماکارونی
و چای

طراحی بسته بندی این محصولات بر پایه سادگی،حذف اطلاعات غیر ضروری،تاکید بر تصویرسازی با توجه به محتوای درون بسته ها، استفاده از زمینه روشن و رنگ های درخشان در تصویرسازی و متن روی بسته ها در جهت تسریع در خواندن اطلاعات کالاها توسط تمام مصرف کنندگان و بخصوص افرادی که به عیوب انکساری بیماریهای چشمی مبتلا هستند.استفاده از خط بریل جهت خواندن اطلاعات روی بسته توسط افراد نابینا و نیز در طراحی فرم بسته ماکارونی و چای به نگهداری این محصولات در خانه جهت استفاده در دفعات بعدی توجه شده است .

۰۸۰
ایده
بسته بندی شیر

طراحی بسته بندی این محصول بر پایه سادگی،حذف اطلاعات غیر ضروری،تاکید بر تصویرسازی با توجه به محتوای درون بسته ها، استفاده از زمینه روشن و رنگ های درخشان در تصویرسازی و متن روی بسته ها در جهت تسریع در خواندن اطلاعات کالاها توسط تمام مصرف کنندگان و بخصوص افرادی که به عیوب انکساری بیماریهای چشمی مبتلا هستند.استفاده از خط بریل جهت خواندن اطلاعات روی بسته توسط افراد نابینا و نیز استفاده از فرم خاص برای سهولت در دست گرفتن بسته توسط همه افراد خانواده و ریختن شیر در لیوان حتی توسط کودکان .

۰۸۱

ایده

بسته بندی پنیر پیتزا و ماست

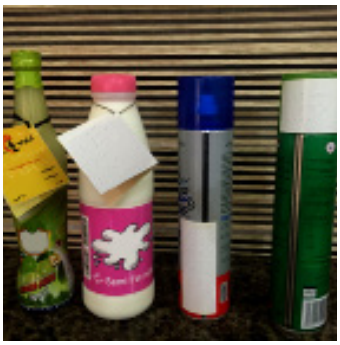
طراحی بسته بندی این محصول بر پایه سادگی،حذف اطلاعات غیر ضروری،تاکید بر تصویرسازی و فرم بسته در جهت جذابیت و ترغیب در خرید با توجه به محتوای درون بسته ها، استفاده از زمینه روشن و رنگ های درخشان در تصویرسازی و متن روی بسته ها در جهت تسریع در خواندن اطلاعات کالاها توسط تمام مصرف کنندگان و بخصوص افرادی که به عیوب انکساری بیماریهای چشمی مبتلا هستند.استفاده از خط بریل جهت خواندن اطلاعات روی بسته توسط افراد

۰۸۲
ایده
بسته بندی شیر

امروزه احترام به حقوق مصرف کننده به عنوان یک برتری جهانی است . وجود بسته بندی های مشابه در شکل و ساختار ظاهری اما با کارکردهای کاملا مختلف افراد نابینا را با مشکلات زیاد و گاه جبران ناپذیری روبرو نموده است .بنا به گزارش سازمان بهزیستی کشور،ایران در ردیف شانزدهمین کشور جهان از نظر اختلالات بینایی قرار دارد .

با توجه به ماده ۲ قانون جامع حمایت از حقوق معلولین مصوب ۱۳۸۳ و نیز قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان مصوب ۱۳۸۸ با عنایت به اینکه اطلاع از مشخصات کالاها و خدمات یکی از مصادیق حقوق مصرف کننده می باشد.

این طرح در جهت حمایت از حقوق مصرف کنندگان نابینا در خصوص آگاهی از اطلاعات ضروری کالاهای موجود در بازار که شامل نام کالا،تاریخ تولید ،تاریخ انقضاء و قیمت که خود باعث کاهش وابستگی این افراد و استقلال بیشتر آنان می شود،با الصاق لیبل و آویختن تگ بر روی بسته بندی های موجود در بازار باعث کاهش هزینه ها در خط تولید بسته بندی و در نهایت زمینه فرهنگی عدالت اجتماعی و تن دادن به حقوق انسانها را سامان می دهد .



نام خانوادگی : محمدرضا عمادیان مهر

۰۸۴

بازار

بسته بندی سُس

این طرح دارای قابلیت تولید و اجرای آسان در ایران میباشد. فرم درب سس که کلاه مکزیکی است حالت نوستالژی داشته و ترغیب به فروش میکند و قیمت مناسب بسته بندی، رعایت اصول سادگی در طراحی گرافیک، کیفیت بالای تولید و پر کردن و استفاده آسان تا آخرین ذره نیز از دیگر ویژگیهای این بسته بندیست

۰۸۵

بازار

بسته بندی شکرپاش

این طرح که بسته بندی یک شکرپاش می باشد دارای متریال مصرفی قابل بازیافت بوده و دارای قابلیت تولید و اجرای آسان در ایران میباشد. محافظت اصولی محصول شکننده و قیمت مناسب بسته بندی، رعایت اصول سادگی در طراحی گرافیک، رعایت اصول هویت سازمانی، کیفیت بالای تولید و باز کردن و دوباره بستن آسان نیز از دیگر ویژگیهای این بسته بندی می باشد. این بسته بندی دارای استحکام بالا نیز میباشد.

نام و نام خانوادگی : محمـــد راحلـــی

۰۸۶

ایده

خشکبار بهشت

در طراحی و مدل سازی بسته بندی خشکبار بهشت سعی شده که کلا طرح و مدلی متفاوت در نظر گرفته شود. با توجه به صادراتی بودن این محصول سعی شده در طراحی این محصول، سبکی متفاوت و رقابتی و با طرح های همتای خود داشته و با هدف اینکه مخاطب را به طرف خود جذب کند، طراحی شده است. این بسته بندی در نوع خود متفاوت و جالب میباشد که مدل آن بصورت جعبه کبریتی میباشد که محصول داخل آن قرار دارد و کاوری که دور آنر قرار گرفته، طراحی شده و حاوی تصویر و برند محصول میباشد. این بسته بندی برای هر محصول متمایز بوده که وجه تمایز آن در رنگ های بسته بندی میباشد.

در طراحی بسته بندی پسته آجیلی سعی شده است که اصیل بودن این محصول با طرحی جذاب و گرم حفظ گردد و با توجه به قرار دادن طرح در چهارچوب یک محصول کلاسیک و لوکس و همچنین طراحی مدرن و خلاق برای صادرات نیز در نظر گرفته شده است که توان رقابت را در بازارهای هدف داشته باشد.

۰۸۷
ایده
پسته آجیلی

۰۸۸
ایده

در طراحی کارتن های کشمش هنامه سعی شده با تلفیق المان های مدرن و همچنین انتخاب رنگ های مناسب برای طرح ها، طرحی مناسب با بازارهای صادراتی طراحی گردد. همچنین با توجه به تغییر هر محصول (نوع کشمش) کارتن های هر محصول نیز متمایز گردیده است که این وجه تمایز در کارتن های با تصویر هر محصول و تغییر رنگ باند های حاشیه ای کارتن ها میباشد که مخاطب با نگاه در همه از جهات کارتن ها در یکجا، میتواند وجه تمایز را تشخی دهد. در سبک طراحی این کارتن ها هم، با توجه به تنوع در طرح های بسته بندی های مشابه، در این طراحی سعی شده سبکی ساده و مدرن برای این کارتن های در نظر گرفته شود که مخاطب یا انتخاب کننده را زیاد خسته و اذیت نکند.

۰۸۹

ایده

خشکبار تالین

شرکت یاس آذربایجان (تالین) در زمینه تولید و بسته بندی انواع آجیل و خشکبار فعال است که با همکاری و مشاوره آی پک در زمینه طراحی بسته بندی های تولیدی این شرکت فعالیت بسته بندی خود را آغاز کرده است. در طراحی بسته بندی آجیل و خشکبار تالین سعی شده است که اصیل بودن این محصول و همچنین جذابیت بسته بندی حفظ گردد و با توجه به قرار دادن طراحی در سبکی مدرن و استفاده از رنگ های جذاب و گرم و متفاوت کردن طراحی بسته بندی دو محصول پسته و بادام زمینی، که دو محصول پر فروش بوده، برای صادرات نیز در نظر گرفته شده است که توان رقابت را داشته باشد

۰۹۰
ایده
دوغ مرحبا

در بسته بندی یکی از اولویت های مناسب برای جذب مصرف کننده در مرکز خرید، سادگی و گیرایی بودن و همچنین استفاده از رنگ های مناسب و در کل متفاوت کردن بسته بندی محصول از بسته بندی محولات مشابه میباشد. در بسته بندی پیشنهادی برای دوغ مرحبا، سعی شده است اولویت های مذکور تا حد امکان رعایت شود و از تفاوت نوع طراحی این بسته بندی با سایر محصولات مشابه استفاده گردد. همچنین با تغییر در طراحی و همچنین با در نظر گرفتن سادگی طرح، طرح های موجود رو به عنوان طراحی های نهایی ارائه گردیده است که همانطور که گفته شد سعی در ارائه طرح با سادگی، تفاوت و همچنین جذابیت بالا شده است.

۰۹۱
ایده
شیر انشعاب آبافرین

در طراحی کارتن شیر انشعاب آبافرین سعی شده است مضمون و رشته کاری نیز در سبک طراحی رعایت شده باشد، طوری که در طراحی از المان های طبیعت و آبیاری و مزرعه استفاده شده است و رنگ سبز که نشانی از طبیعت میباشد در این طرح گنجانده و همچنین نمونه ای از تصویر این محصول (شیر انشعاب) در روی کارتن قرار داده شده استتا مخاطب در یک نگاه محصول داخل کارتن را تشخیص دهد.

۰۹۲

ایده

دوغ مرحبا

۰۹۳

ایده

خرمای ارگانیک مانا

طراحی بسته بندی خرمای مضافتی و ارگانیک مانا در طرحی و رنگی آرام و شیک، سعی شده بیشتر محصول داخل بسته بندی معرفی گردد و همچنین سنتی بودن این بسته بندی و مهم تر از آن ارگانیک بودن این بسته بندی بیشتر مورد توجه قرار گیرد و با قرار دادن این طراحی در سبک و رنگی ساده و آرام و استفاده از المان های مخصوص خود، سعی در ساده و جذاب کردن بسته بندی بوده است که مخاطب خود را از نگاه کردن به خود خسته نکرده و آن را به صحبت و تماس با خود جذب کند !
این بسته بندی برای بازارهای داخلی بیشتر طراحی شده است که مناسب برای جایگیری در شلف های فروشگاهی است

۰۹۴

ایده

حبوبات تالین

شرکت یاس آذربایجان (تالین) در زمینه تولید و بسته بندی انواع آجیل و خشکبار و حبوبات فعال است که با همکاری و مشاوره آی پک در زمینه طراحی بسته بندی های تولیدی این شرکت فعالیت بسته بندی خود را آغاز کرده است. در طراحی بسته بندی آجیل و خشکبار تالین سعی شده است که اصیل بودن این محصول و همچنین جذابیت بسته بندی حفظ گردد و با توجه به قرار دادن طراحی در سبکی مدرن و استفاده از رنگ های جذاب و گرم برای صادرات نیز در نظر گرفته شده است که توان رقابت را داشته باشد.

۰۹۵

ایده

خرمای کشمش

بسته بندی های صادراتی کشمش اغلب بدون طرح یا بصورت طرح های کارنشده میباشد که متاسفانه در بازارهای جهانی دید خوبی نسبت به بسته بندی و طراحی ایران نداشته و باعث بسته بندی مجدد در کشورهای اروپایی میگردد، آی پک به پیشنهاد شرکت سنای صادرات خاورمیانه با مشاوره و طراحی توانست طرحی در سبک ساده و زیبای و همچنین با اطلاعات تکمیلی و کامل طرحی رو با عنوان مذکور به شرکت سنای صادرات خاورمیانه ارائه دهد که با حفظ سبک برای دیگر محصولات با تغییر رنگ قابل ارائه میباشد.

نام و نام خانوادگی : مریم رجـــب پـــور

۰۹۶

بازار

شیرخوری زنبور

هدف از این نوع بسته بندی داشتن جلوه ای کودکانه، شاد و از نظر اقتصادی مقرون به صرفه می باشد. مطابق سفارش، محل جایگیری محصول در فروشگاه ها و داروخانه ها بر روی استند است.

انتخاب زنبور برای بسته بندی:

رنگ زرد و جنبش و پر تحرکی آن و بال برای در آغوش گرفتن محصول، به منظور دادن جذابیت کودکانه به بسته بندی می باشد.

حمل و نقل:

قرار گیری بسته بندی روبروی یک دیگر و قفل شدن آن در هم، باعث عدم آسیب دیدگی در حمل و نقل و همچنین انتقال آسان می گردد.

نوع بسته بندی: بسته بندی به صورت کامل محصول را نمی پوشاند تا مصرف کننده به راحتی جنس محصول را هنگام خرید لمس کند.

۰۹۷

بازار

شیرخوری پروانه

هدف از این نوع بسته بندی داشتن جلوه ای کودکانه، شاد و از نظر اقتصادی مقرون به صرفه می باشد. مطابق سفارش، محل جایگیری محصول در فروشگاه ها و داروخانه ها بر روی استند است.

انتخاب پروانه برای بسته بندی:

دلیل انتخاب پروانه به جهت داشتن بال های رنگارنگ و قابلیت در آغوش گرفتن محصول بوده و با رنگ هایی چون زرد برای القای حس اعتماد و دوستی در کنار حس آرامش رنگ آبی به منظور بیشتر کردن جذابیت کودکانه بسته بندی می باشد.

حمل و نقل:

قرار گیری بسته بندی روبروی یک دیگر و قفل شدن آن در هم، باعث عدم آسیب دیدگی در حمل و نقل و همچنین انتقال آسان می گردد.

نوع بسته بندی: بسته بندی به صورت کامل محصول را نمی پوشاند تا مصرف کننده به راحتی جنس محصول را هنگام خرید لمس کند.

۰۹۸

بازار

شیرخوری کفشدوزک

هدف از این نوع بسته بندی داشتن جلوه ای کودکانه، شاد و از نظر اقتصادی مقرون به صرفه می باشد. مطابق سفارش، محل جایگیری محصول در فروشگاه ها و داروخانه ها بر روی استند است.

انتخاب کفش دوزک برای بسته بندی:

رنگ قرمز بلندترین طول موج را داشته، تحریک کننده و قدرت مند است. قرمز این ویژگی را دارد که نزدیکتر به نظر برسد و توجه را در اولین نگاه جلب کند. داشتن بال برای در آغوش گرفتن محصول، به منظور دادن جذابیت کودکانه به بسته بندی می باشد.

حمل و نقل:

قرار گیری بسته بندی روبروی یک دیگر و قفل شدن آن در هم، باعث عدم آسیب دیدگی در حمل و نقل و همچنین انتقال آسان می گردد.

نوع بسته بندی: بسته بندی به صورت کامل محصول را نمی پوشاند تا مصرف کننده به راحتی جنس محصول را هنگام خرید لمس کند.

نام و نام خانوادگی : صمـــد افـــزونـــی

۰۹۹
بازار

ترکیبی از پلی اتیلن، آلومینیوم، کاغذ با فرمول از قبل طراحی شده مواد، بسته بندی اسپیتک را شکل می دهد. مواد بسته بندی طول عمر مصرفی مایعات را افزایش داده و تاریخ انقضای مصرف را تا حد ۹ تا ۱۸ ماه افزایش می دهد

نام و نام خانوادگی : میتـــرا جنـیـــدی

جعبه های فوق در راستای روش فروش رستوران لیردف طراحی گردیده است. در طراحی جعبه های فوق به مسأله بیرون بر بودن و یا پلمپ شدن جعبه به طور تعمدی توجه نشده است زیرا این بسته بندی برای استفاده در داخل رستوران طراحی گردیده.
درقسمت جلوی جعبه محفظه ای برای استقرار قاشق و چنگال و بسته های نمک و فلفل و ... منظور گردیده است.

۱۰۰

بازار

غذای پرسی لیردف

۱۰۱
ایده
لیردف ساندویچ

ساندویچ لیردف در ظرفی به شکل غیر متعارف (بیضی شکل) ارائه می گردد. در طراحی جعبه فوق سعی شده هماهنگی هارمونیکی بین طراحی ساختار و گرافیک آن ایجاد شود این مسأله با المان گیری از شکل ذوزنقه جعبه اصلی و رنگهای استفاده شده در آن صورت گرفته است

۱۰۲

ایده

دستمال کاغذی دایانا

جعبه فوق به منظور دستمال کاغذی همراه و بر اساس رنگهای سازمانی برند دایانا طراحی گردیده است (این مسأله در صورت رویت سایر جعبه های این برند مشهود می باشد).
نکته قابل توجه این است که جعبه فوق بر مبنای دور ریز یک کار چاپی پر تیراژ طراحی شده.
طراحی جعبه طوریست که پس از باز کردن پلمپ، قابلیت بسته شدن نیز دارد.
در صورت تولید انبوه به منظور رعایت موارد بهداشتی زبانه های کناری با چسب حرارتی بسته می شوند در غیر این صورت قابل استفاده در کیف، خودرو و ... با قابلیت پرکردن مجدد می باشد.

۱۰۳

ایده

کارت ویزیت

این جعبه برای ارائه ی نمونه های کارت های تولیدی شرکت مانی کارت طراحی گردیده. در عین حال پس از ملاحظه نمونه، می توان از آن به عنوان جای کارت ویزیت رومیزی استفاده کرد.

۱۰۴

ایده

جعبه سمپل کارت ویزیت
و تقویم رومیزی

این جعبه برای ارائه ی نمونه های کارت های تولیدی شرکت مانی کارت طراحی گردیده. در عین حال پس از ملاحظه نمونه، می توان از آن به عنوان جای کارت ویزیت رومیزی استفاده کرد.
با نصب قطعات تعبیه شده در جعبه می توان از آن به عنوان تقویم رومیزی نیز استفاده کرد. لازم به ذکر است ایده ی تقویم به دلیل فضای دور ریز موجود در شیت چاپی به ذهن طراح رسیده و در واقع تقویم فوق مجانی تولید شده است

۱ـ طراحی گرافیک گروهی و ایجاد ارتباط بین کلیه طرح ها با استفاده از عناصر گرافیکی یکسان. ۲ـ برداشته شدن آسان محتوای داخل بسته ها.
۳ـ تطابق برش با طرح گرافیک (اشاره به کیفیت تولید).
۴ـ چیدمان مونتاژ به صرفه برای صرفه جویی در مصرف مقوا.
۵ـ استفاده از مواد اولیه با کیفیت.
در طراحی کلیه طرح ها سعی بر این بوده که مقطع کارتن مادر همه ی جعبه ها، یکی باشد این مسأله کمک زیادی به انبارداری، مدیریت فروش، طراحی استندها و قیمت تمام شده نمود.

۱۱۵
ایده

جعبه زیپ کیپ فسیل
کیسه فریزر و کیسه زباله

نام و نام خانوادگی : زینـــت قدیـــری

۱۱۶

بازار

جعبه لباس نوزاد ۳
تکه نی نی سان(طرح کلبه ای)

جعبه فوق برای لباس نوزاد طراحی گردیده. در قسمت های دور ریز فرم چاپی جعبه قطعاتی طراحی گردیده که جعبه فوق را به کلبه ی اسباب بازی تبدیل می کند. این امر یک مزیت برای مشتری ایجاد می کند که با خرید یک جعبه یک اسباب بازی نیز جایزه گرفته است. لازم به ذکر است متأسفانه به دلیل گذشت زمان جعبه فوق از نظر کیفی افت کرده است.

۱۱۷

بازار

جعبه لباس نوزاد ۵ تکه نی نی سان و متعلقات (طرح رنگین کمان)

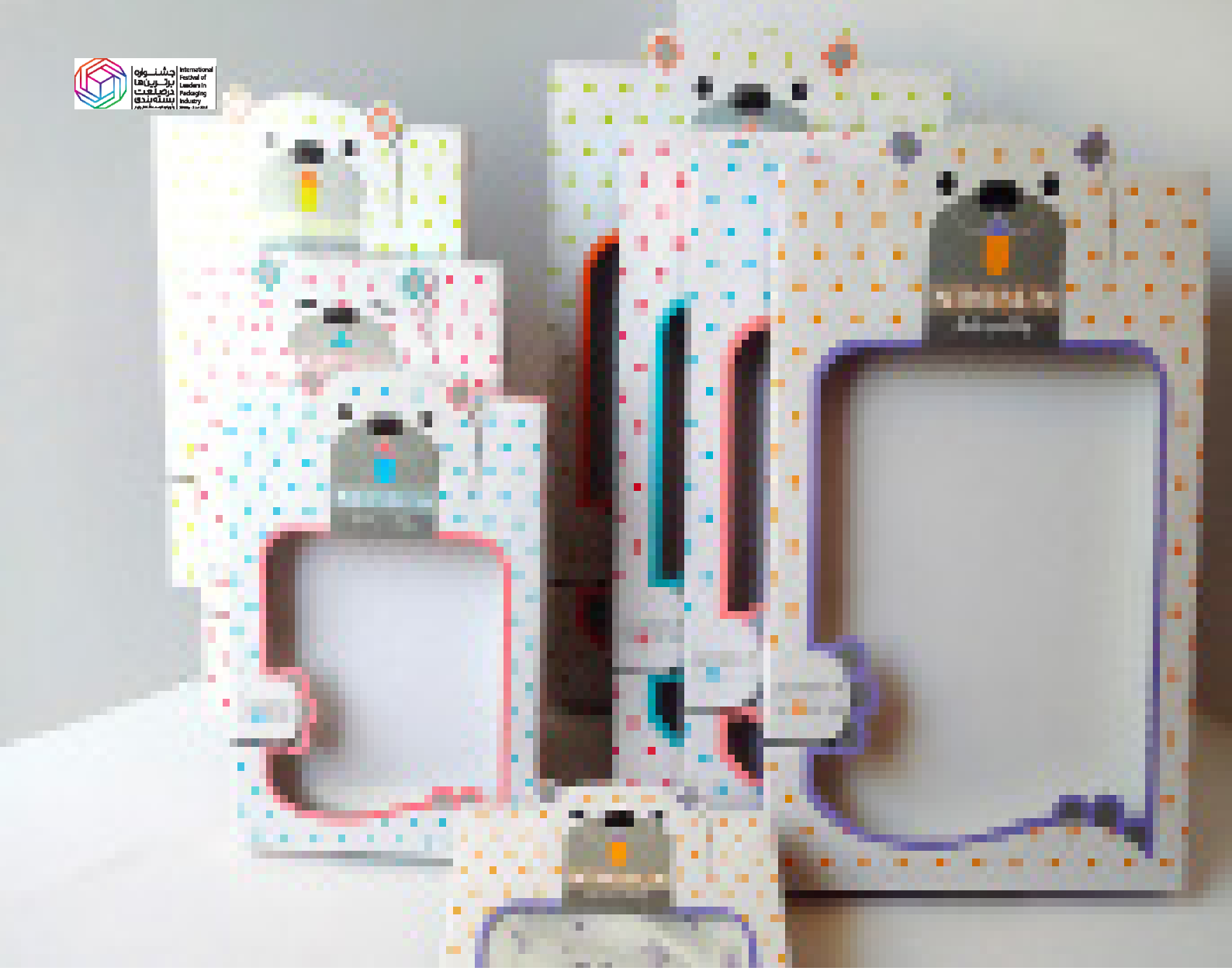
جعبه فوق به دلیل خواسته مشتری و نیاز بازار پنجره ی بزرگی دارد. از نظر ساختاری از شکل متفاوتی برخوردار است. از قسمت پنجره ی فوق همیشه استفاده های دیگری شده؛ در یک سفارش، بدنه ساعت رومیزی از آن تولید شده و در سری های بعدی با انجام یک مرحله عملیات لمینت و چسباندن قطعه های به دست آمده از پنجره به پشت هم و دایکات، چوب لباسی و خط کش بچه گانه به دست آمده که با توجه به نیاز مشتری به جالباسی تبلیغاتی، ۳۰% در هزینه بسته بندی صرفه جویی شده است.

در جعبه های فوق از نظر ساختاری با حرکت سر خرس به سمت بالا و پایین، به حالت خواب و بیدار تبدیل می شود. این ایده تأثیر زیادی در توجه مشتری به کالا ایجاد کرده است. طرح فوق در ۴ گروه (هر گروه شامل ۲ رنگ اصلی) جمعاً ۸ رنگ اجرا گردیده که با توجه به تعدد رنگ پارچه ها، طرح ها و تنوع سلایق بازار، هر گروه از تولیدات تولید کننده در جعبه ی همرنگ و هماهنگ بسته بندی می شود.

۱۱۸

بازار

جعبه لباس نوزاد ۵ تکه
نی نی سان در۴ رنگ
(طرح خرس کوچک)



۱۱۹

بازار

جعبه لباس نوزاد ۱۹ تکه نی نی سان در۴ رنگ (طرح خرس بزرگ)

در جعبه های فوق از نظر ساختاری با حرکت سر خرس به سمت بالا و پایین، به حالت خواب و بیدار تبدیل می شود. این ایده تأثیر زیادی در توجه مشتری به کالا ایجاد کرده است. طرح فوق در ۴ گروه (هر گروه شامل ۲ رنگ اصلی) جمعاً ۸ رنگ اجرا گردیده که با توجه به تعدد رنگ پارچه ها، طرح ها و تنوع سلایق بازار، هر گروه از تولیدات تولید کننده در جعبه ی همرنگ و هماهنگ بسته بندی می شود.

در جعبه های فوق از نظر ساختاری با حرکت سر زنبور به سمت بالا و پایین، به حالت خندان و لب خند تبدیل می شود. این ایده در راستای طرح های قبلی این برند طراحی گردیده است. طرح فوق در ۴ گروه طراحی و اجرا گردیده که با توجه به تعدد رنگ پارچه ها، طرح ها و تنوع سلایق بازار، هر گروه از تولیدات تولید کننده در جعبه ی همرنگ و هماهنگ بسته بندی می شود.

۱۲۰

بازار

جعبه لباس نوزاد ۵ تکه نی نی سان(زنبور خندان)

جعبه فوق به دلیل خواسته مشتری از نظر دیده شدن بیشتر کالا به شکل فوق طراحی گردیده. با سطح وسیعی که در داخل جعبه به وجود آمده جعبه فوق در ویترین مغازه نمود بیشتری نسبت به سایر رقبا خواهد داشت. استحکام جعبه و کیفیت اجرا از نکات قابل توجه در طرح فوق است.
در طراحی گرافیک به منظور همراهی و هماهنگی با انواع رنگ لباس ها از تنوع رنگی استفاده شده.

۱۲۱

بازار

جعبه لباس نوزاد ۱۹ تکه نی نی سان (ویترینی)

نام و نام خانوادگی : میلاد هـداونـدی

۱۲۲

بازار

بسته بندی صندلی تاشوی ایتوک

طراحی ساختار هندسی منطبق بر فرم جمع شده صندلی می باشد و از ترکیب هر دو جعبه یک مکعب مستطیل کامل به دست می آید. بنابر این حدود ۴۰% هزینه حمل ونقل را از نظر حجمی کاهش می دهد.

این بسته بندی از نظر اجرایی با توجه به عدم امکان لبچسب کردن چنین کاری از یک سو و ۵ لایه بودن آن از سوی دیگر قابل تعمق می باشد. لازم به ذکر است مرکز ثقل این جعبه در شرایط قرار گرفتن صندلی در آن، در نظر گرفته شده است

۱۲۳

بازار

بسته بندی صفحه کلاچ های اسپایدر ۳۵۰ میلیمتری

با توجه به وزن بسیار بالای صفحه کلاچ کامیونها، نوع طرح ساختار جعبه و نگهدارنده های داخلی، انتخاب متریال، توجه خاص به باز و بسته شدن و برداشتن راحت کالا، از جمله موارد خاص این بسته بندی می باشد.اطلاعات فنی کالا در بسته بندی فوق توسط لیبل امنیتی که وظیفه ی پلمپ کردن را نیز دارد ارائه می گردد. شکل گرافیکی جعبه فوق از ترکیب یکسانی با سایر کالاهای این برند برخوردار است و در چند سایز که دو مورد آن تاکنون تولید گردیده، طراحی شده است.

۱۲۴

بازار

بسته بندی صفحه کلاچ های اسپایدر ۴۰۰ میلیمتری

با توجه به وزن بسیار بالای صفحه کلاچ کامیونها، نوع طرح ساختار جعبه و نگهدارنده های داخلی، انتخاب متریال، توجه خاص به باز و بسته شدن و برداشتن راحت کالا، از جمله موارد خاص این بسته بندی می باشد.
اطلاعات فنی کالا در بسته بندی فوق توسط لیبل امنیتی که وظیفه ی پلمپ کردن را نیز دارد ارائه می گردد.
شکل گرافیکی جعبه فوق از ترکیب یکسانی با سایر کالاهای این برند برخوردار است و در چند سایز که دو مورد آن تاکنون تولید گردیده، طراحی شده است

۱۲۷

بازار

بسته بندی لنت کیا

فرم طراحی ساختار به گونه ای است که از نظر حفظ و نگهداری عملکرد خوبی دارد. با رعایت ظرافتهایی در طراحی قالب جعبه فوق از نظر باز و بسته شدن به طور نسبی، دقت بیشتری صورت گرفته است. طراحی گرافیکی، از نظر استراکچر گروهی قابل ملاحظه می باشد. از دیدگاه کیفیت تولید با توجه به شرایط مواد اولیه موجود و تولیدکنندگان جعبه و کارتن در سطح مطلوبی اجرا گردیده است.

کالای فوق شامل دستگاه و متعلقات می باشد لذا در طراحی ساختار جعبه فوق بدون استفاده از چسب و امکانات بسته بندی ماشینی، در فضای داخلی جعبه به منظور جداسازی فضا برای استقرار قطعات فوق، درب دیگری منظور گردیده است.

۱۲۸
بازار
دستگاه کنترل قند خون

۱۲۹

بازار

جعبه سرم موی موپک

با توجه به دستورکار کارفرما، دیده شدن بطری شیشه ای الزامی بود، بر این اساس شکل هندسی فوق خلق گردید. طرح فوق به صورتی است که در ویترین بین بسته های چیده شده در قفسه فروشگاهها با داشتن زوایای شکسته و شکل خارج از عرف مستطیلی جلوه بیشتری می نماید. با توجه به اینکه این کار به صورت تیمی طراحی شده، کلیه عملیات طراحی ساختار اعم از جعبه مقوایی و کارتن مادر توسط تیم طراح مذکور صورت گرفته، ام بطری شیشه و گرافیک جعبه ی مقوایی طرح فوق، توسط کارفرما طراحی گردیده است. بنابراین دفاعیه ای در مورد آنها وجود ندارد.

با توجه به دستور کار کار فرما از نظر تعداد در بسته از یک سو و فرم فیزیکی جعبه مقوایی از سوی دیگر، طرح فوق ارائه گردید. نکته مورد توجه در طرح فوق زبانه های جداکننده کارتن می باشد.

۱۳۰

بازار

کارتن مادر سرم موی موپک

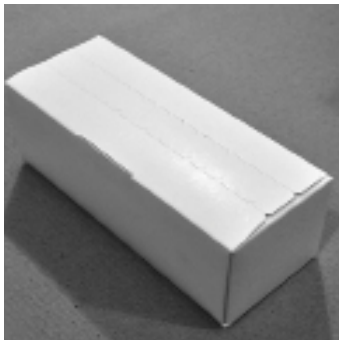
نام و نام خانوادگی: محمدحسین شهامت پور

بسته بندی فوق به عنوان جعبه هدیه طراحی گردیده است و از هر طعم از دمنوش های تولیدی در آن گنجانده شده است. در کنار جعبه ها بسته های عسل قرار دارد تا در هنگام نوشیدن چای در صورت نیاز به وسیله آن شیرین شود. باز و بسته شدن راحت و ایجاد ارتباط صمیمی با مصرف کننده از مزایای طرح فوق می باشد. لازم به ذکر است که نمونه پیوست شده ی فوق، نمونه سمپل بوده و به منظور بهتر بسته شدن درب جعبه در تولیدات بعدی تغییراتی در آن صورت گرفته است که متاسفانه به دلیل نداشتن نمونه نهایی، نمونه سری اول (نمونه پایلوت) به پیوست ارسال گردیده است.

۱۳۱

بازار

جعبه چای مهر گیاه



۱۳۲

بازار

جعبه واکسن ۱۰ عددی

امنیت بهداشتی
سرعت مونتاژ مناسب
درب آسان بازشوی زیپی
صرفه جویی در مصرف مقوا
امکان باز و بسته شدن مجدد
۴ عدد جعبه با توجه به مراحل عملکرد ارسال شده تا داوران محترم فرصت تست کامل را داشته باشند.

۱۳۳

بازار

بسته بندی سیم کارت همراه اول

دربسته بندی فوق به مساله باز و بسته شدن راحت توجه شده. همچنین مکانیزم متفاوت بازشو برای مصرف کننده حس خوبی ایجاد می کند. از نظرگرافیکی از رنگهای سازمانی مشتری استفاده شده. هر چند نمونه فوق تولید شده اما متاسفانه به مرحله بهره داری نرسید. به همین دلیل خود سیم کارت طراحی نگردید و برای نمایش از کارت شارژ «طرح زمان طراحی» استفاده شده است.

۱۳۴

بازار

جعبه ثانویه بسته بندی
سیم کارت همراه اول

جعبه - استند فوق به منظور استفاده در روی کانتر فروشگاهها طراحی گردیده.
پس از بریدن محدوده پرفراژخورده و تبدیل به تابلو، این جعبه به شکل استند در می آید.

۱۳۵

بازار

کارتن استند نانالی کیک و کلوچه نانالی

نکات قابل توجه در طرح فوق عبارتند از:
۱- ارائه یک طرح کارتن مادر برای کلیه جعبه های داخلی (۶ طعم و طرح مختلف) ۲- امکان تبدیل کارتن مادر به استند با برداشتن پوشش روی کارتن و بریدن قسمت پیشانی پرفراژ شده ۳- امکان چیدمان استندها بر روی هم تا سقف ۶ عدد ۴- صرفه جویی خیره کننده (بیش از۵۰%) در هزینه تولید کارتن و استند

v

۱۳۶

بازار

جعبه تن ماهی
دوقلوی شنگر

بسته بندی فوق به منظور معرفی و ورود برند جدید به بازار طراحی شده و هدف گذاری طراحی آن بر مبنای گیرایی و جلب نظر خریدار بوده است. لذا به مساله سرعت بسته بندی توجه زیادی نشده است. فرم انحنادار ساختار، ضمن یادآوری فرم بدنه ماهی به عنوان مظروف به دلیل وجود انحناهای آن دید متفاوتی نسبت به سایر اقلام مشابه و محصولات هم گروه در قفسه فروش ایجاد می کند.

از دیگر مزایای این بسته بندی چیدمانهای مختلفی که با در کنار هم قرار دادنشان می توان در قفسه ایجاد کرد می باشد. همچنین هماهنگی عناصر استفاده شده در طراحی گرافیکی، با طرح ساختار بسته بندی فوق مزیت دیگر این بسته بندی می باشد

۱۳۷

بازار

جعبه شکلات ناردینا

نکته قابل توجه در طرح فوق، طراحی ساختار ویژه آن می باشد که با چرخش یک مربع در مربعی دیگر نقش مهمی در بزرگنمایی وجلب توجه خریدار ایفا می کند. طراحی گرافیک جعبه فوق به منظور استفاده در مراسم سوگواری طراحی شده است.

۱۳۸

بازار

جعبه کرم ارگانیک
دکتر عبیدی

برای بسته بندی کرم فوق از ظرف شیشه ای استفاده شده تا تاکید بیشتری بر موضوع ارگانیک شود. در طراحی ساختار جعبه مقوایی توجه به مساله باز و بسته کردن و گذاشتن و برداشتن راحت و در نظر گرفتن جای بروشور و قاشق مخصوص برداشتن کرم از جمله نقاط قوت طرح فوق است. از نظرگرافیکی با توجه به اعمال سلیقه مشتری، دفاعیه ای وجود ندارد.

۱۳۹

بازار

جعبه نبات کاترین

در طراحی جعبه فوق سعی شده است بر خلاف ساختار کل و معمول این گروه از تولیدات، چیدمان نبات بر دو طبقه و به شکل متفاوت انجام شود. قرار دادن خطوط منحنی در چهار گوشه کاور بیرونی به منظور دسترسی راحت تر دست، به بدنه ی اصلی و باز و بسته کردن راحتتر کشوی جعبه می باشد.
طبقه داخل جعبه موجود نبود و از یک نمونه دستی موقتی برای نمایش استفاده شده است.

۱۴۰

بازار

بسته بندی شکر
کاترین

به دلیل اهمیت سرعت عمل در بسته بندی این کالا از طرح ته قفل ماشینی استفاده شده.
همواره دقت شده، ابعاد بسته های داخلی و خود جعبه ثانویه در به صرفه ترین حالت ممکن طراحی شود. حتی تعداد کالا در هر بسته نیز بر همین اساس تعیین گردید.
انتخاب مواد اولیه بهداشتی و کیفیت تولید از دیگر نکات بارز طرح فوق می باشد.

۱۴۱

بازار

جعبه نبات کاترین

در طراحی بسته بندی این کالا با استفاده از طراحی فیزیکی، ضمن کاهش مصرف مقوا (عموماً دورتا دور این نوع از کالاها را به صورت باند رول پوشش می دهد)، به دلیل نگاه متفاوت به بسته بندی، برای مخاطب جلوه بیشتری خواهد داشت. از دیگر مزایای این طرح، ثابت نگهداشتن قطعه گردان در زاویه ای خاص توسط زبانه های منظور شده در مقوا می باشد و با این کار ارتباط جالبی بین شکل لوگو و این قطعه ایجاد شده است. هماهنگی ایجاد شده بین گرافیک و طراحی فیزیکی این بسته بندی مزیت دیگر این طرح می باشد.

۱۴۲

بازار

جعبه تبلیغاتی
سامسونگ

جعبه فوق به منظور شبیه سازی جعبه های اصلی گوشی سامسونگ برای استفاده های تبلیغاتی طراحی شده است. با توجه به اینکه موضوع حائز اهمیت شبیه سازی و در عین حال قیمت تمام شده ارزان بوده است، با استفاده از طراحی ساختار خاص و طرح شیاری در بالای جعبه به منظور ایجاد حس دو تکه بودن جعبه (همانند نمونه های اصلی) و ترفندهای گرافیکی و چاپی مثل ایجاد رنگ سفید مضاعف با تیره کردن اضلاع جانبی و ایجاد سایه روشن روی محدوده شیار فرضی و لیبل و همچنین استفاده مناسب از پوشش یووی براق بر روی شبیه سازی لیبل ها حتی المقدور این مساله حادث شده است.

۱۴۳

بازار

صنایع دستی زنجان- بسته بندی چاروق

در بسته بندی چاروق سعی شده (به دلیل افت کیفیت تولید این گروه از صنایع دستی طی سالهای اخیر) به منظور جلوه گری بیشتر در فروشگاهها، شخصیت متفاوتی نسبت به نحوه ارائه فعلی در نظر گرفته شود. در حال حاضر این کالا یا در کاغذ پیچیده می شود و یا در جعبه هایی نا مربوط و یا نا همسان به فروش می رسد. باز شدن سه مرحله ای این جعبه حس کنجکاوی بیننده را برمی انگیزد. استفاده ازکاغذهای رنگی متضاد رنگ چاروق در داخل جعبه ها، ضمن ایجاد حس دست ساز بودن، به جلوه گری بیشتر کالا کمک می کند.
اطلاعات مربوط به کالا بر روی خود بسته بندی منظور نگردیده بلکه بر روی لیبل آن مندرج می شود. مواردی در لیبل گنجانده شده که برای خریدار ارزشمند باشد.

۱۴۲

بازار

صنایع دستی زنجان-
بسته بندی چاقو

در طراحی ساختار جعبه فوق چندین نکته حائز اهمیت می باشد:

۱- به دلیل تولید در تیراژ کم توسط هر کارگاه چاقو سازی باید طرحی مد نظر قرارمی گرفت که از آن برای کلیه تولید کنندگان این گروه محصولات صنایع دستی قابل استفاده باشد که حداقل بتوان ۵۰۰۰ عدد از طرح بسته بندی فوق تولید کرد و همچنین بتواند تعدد فرم دسته ها و شکل و ابعاد تیغه ها را در برگیرد.

۲- به دلیل تنوع خواسته مشتری از نظر تعداد درخواستی در هر خرید (از خرید تکی تا ست کامل شامل قند شکن، ساتور، چاقوی آشپزخانه و چاقوهای میوه خوری) باید طرحی در نظر گرفته میشد که امکان اعمال همه موارد در یکجا وجود داشته باشد.

اطلاعات مربوط به کالا بر روی خود بسته بندی منظور نگردیده بلکه بر روی لیبل آن مندرج می شود. مواردی در لیبل گنجانده شده که برای خریدار ارزشمند باشد.

۱۴۵

بازار

صنایع دستی زنجان- بسته بندی دیگ

طرح دیگ با الهام از گنبد سلطانیه (که در پروژه فوق اسپانسر بوده) بر مبنای شکل ۸ گوش طراحی گردیده و ابعاد آن طوری در نظر گرفته شده است که ۸۰٪ تولیدات دیگ و قابلمه مسی سوغات زنجان را در بر بگیرد.اطلاعات مربوط به کالا بر روی خود بسته بندی منظور نگردیده بلکه بر روی لیبل آن مندرج می شود. مواردی در لیبل گنجانده شده که برای خریدار ارزشمند باشد.

۱۴۴

بازار

صنایع دستی بوشهر- گلیم

در طرح فوق به دلیل تیراژ محدود تولید و ابعاد بزرگ از تکنیکهای دیگری به غیر از چاپ افست استفاده شده است. در طرح فوق با استفاده از رنگ متالایز طلایی و حکاکی مشخصات مشتری، حس شمش طلا ایجاد شده است. در عین حال که حکاکی و یا گود شدن در آن دیده می شود، در ضلع دیگر نیز نقش گل شاه عباسی به صورت برجسته که لوگوی کارفرما می باشد نیز قابل رویت است. به منظور کاهش هزینه های تولید کلیه اطلاعات مشتری توسط لیبل هایی به صورت آویز به دسته طراحی شده است که امکان استفاده از جعبه برای تولیدات دیگر را به کارفرما بدهد. به دلیل اینکه تولیدات صنایع دستی ابتدا خریداری و بعد بسته بندی شده و یا در اغلب موارد به عنوان کادو خریداری می شود، اطلاعات مربوط به کالا بر روی خود بسته بندی منظور نگردیده است.

۱۴۷

بازار

بسته بندی شربت سلام بر حسین

این بسته بندی برای نذری (هدیه مذهبی) طراحی شده و نقش خود ظرف در اینجا از شربت داخل آن بیشتر می باشد. در روش بسته بندی این شربت سعی شده ارتباط نوستالوژیکی ایجاد شود. استفاده از کاغذ کرافت و چوب پنبه برای پررنگ کردن این موضوع صورت گرفته است. استفاده از کلمه سلام بر حسین به صورت تنها بر روی بدنه، به منظور تاکید بیشتر روی جمله فوق می باشد که ناخودآگاه مصرف کننده پس از هر بار مصرف جمله فوق را زیر لب زمزمه کند. حذف بسته بندی نهایی برای ظرف فوق تعمدی بوده است به دلایل اینکه مخاطب این بسته بندی باید حضورا ً آن را دریافت نماید (به دلایل فرهنگی مذهبی و فرآیند مرسوم این نوع مراسم) از بسته بندی حمل و نقل و محافظتی آن عمدا ً صرفنظر شده تا اجبارا فرهنگ تحویل مستقیم نذری (هدیه مذهبی) برقرار بماند. به دلیل حضور مخاطب و شرکت در فرآیند تولید نیازی به وجود لیبل اطلاعات نیز حس نشده.

برای انتقال کوزه قبل از تحویل به مخاطب، از بسته بندی های مخصوص استفاده شده است

نام و نام خانوادگی : فریبا قاسمی پور

۱۴۸

بازار

جعبه هدیه نان آوران

جعبه فوق برای هدیه نوروزی شرکت نان آوران طراحی گردیده و در داخل آن ۵ قطعه از وسایل آشپزخانه (دستکش، دمکنی، پیش بند و ۲ مدل حوله) قرمز رنگ قرار می گیرد.
قطعه ی اضافه شده در کف و تابلوی زیر درب جعبه، از کناره های فرم اصلی استخراج شده است.
با توجه به اینکه که طراحی اولیه تا تولید این پروژه در ۴۸ ساعت انجام شده و هزینه ی تولید آن بسیار کم بوده و در عین حال طرح ساختار آن جدید و خاص می باشد قابل ملاحظه است.

۱۴۹

بازار

خرمای کبکاب

در طراحی ساختار جعبه فوق سعی بر این بوده که ضمن استفاده بهینه از مقوا و جلوگیری از هرگونه پرت به منظور پایین نگهداشتن قیمت جعبه به هرحال تنوعی در شکل کل آن وجود داشته باشد. به دلیل شکل صلب شده مکعب مستطیلی خرماهای کبکاب، نحوه ی استقرار آن در جعبه، در طراحی فوق مد نظر قرارگرفته است به طوری که با باز کردن زبانه های پشت جعبه به راحتی قابل استقرار در جعبه باشند. هماهنگی ایجاد شده بین طرح قالب و گرافیک در زبانه های کناری(ب الهام از شکل برگ نخل خرما) از جمله موارد قابل ذکر است. از مزایای این طرح این است که تاکنون کسی در مورد خرمای کبکاب در خصوص تهیه جعبه های با کیفیت، فعالیتی نکرده و این مورد برای اولین بار اتفاق افتاده است.

در طراحی ساختار جعبه فوق سعی شده بین کالا و بسته بندی ارتباط مناسب ایجاد شود. در بالای جعبه شکست زاویه ای ایجاد می شود که سرعت دیده شدن آن در قفسه فروشگاه را بالا می برد. در صورت آویزان کردن جعبه فوق در استند های مخصوص که به کمک شیار کناری انجام می گیرد جعبه به صورت مایل قرار می گیرد و در صورت آویزان کردن در قفسه های عادی، پرفراژی که در بالا و پشت جعبه قرار گرفته پاره می شود و از آن زبانه جعبه آویزان می شود. از نکات قابل توجه در طراحی فوق نگهدارنده داخلی آن می باشد. با ایجاد زبانه هایی در آنها، فضا برای نصب کفی روی آن تعبیه شده است. همچنین با ایجاد پله ای در وسط آن مکانی برای ثابت نگهداشتن و کوتاه کردن بروشور ایجاد شده است.
بروشورهای داخلی با فرم بسته بندی هماهنگ است.

۱۵۰
بازار
جعبه کفی مغناطیسی پا به پا

۱۵۳

بازار

جعبه هدیه رویال

طرح فوق بر مبنای قطعات داخل (ظروف سفالی دست ساز و یک جلد سررسید) طراحی گردیده است. در فرم ظاهری سعی بر این بوده که حالت معما گونه ای از داخل جعبه احساس شود. نکته قابل توجه در این بسته بندی عدم ثبات ابعاد ظرف، به دلیل دست ساز بودن آن می باشد. در واقع باید نگهدارنده ای طراحی می شد که خطای دست ساز بودن ظرف در آن لحاظ می شد. در طراحی فوق نقش شرایط و امکانات کمی و کیفی، در انتخاب متریال، شکل و فرم ظاهری کم تأثیر نبوده است.

۱۵۴

بازار

جعبه هدیه روبان

جعبه فوق هدیه تبلیغاتی یک شرکت طراحی بسته بندی می باشد. در طراحی آن از یک طرح ساختار تکراری! اما متفاوت استفاده شده است. از هر ضلع آن، پنجره ای رو به لوگوی شرکت در نظر گرفته شده است. برای باز کردن جعبه، تعمداً به نحوه ی باز کردن آن اشاره ای نشده است. در داخل جعبه یک کیسه ی" همیان شکل" شامل آجیل و یا هدایای دیگر قرار گرفته است.

نام و نام خانوادگی : فاطمه مغانلـــو

۱۵۵

بازار

پیل روغن موتور

نام و نام خانوادگی : امـــید آرام

۱۵۶

بازار

تهیه غذای آماده

۱۵۷

بازار

شیرینی شاد

طرح فوق بر مبنای قطعات داخل (ظروف سفالی دست ساز و یک جلد سررسید) طراحی گردیده است. در فرم ظاهری سعی بر این بوده که حالت معما گونه ای از داخل جعبه احساس شود. نکته قابل توجه در این بسته بندی عدم ثبات ابعاد ظرف، به دلیل دست ساز بودن آن می باشد. در واقع باید نگهدارنده ای طراحی می شد که خطای دست ساز بودن ظرف در آن لحاظ می شد. در طراحی فوق نقش شرایط و امکانات کمی و کیفی، در انتخاب متریال، شکل و فرم ظاهری کم تأثیر نبوده است.

نام و نام خانوادگی : پرستو پور رحیمی

۱۵۹
ایده
هنر سفر

هنر سفر جهت محافظت و نگهداری در برابر عوامل مکانیکی و حمل و نقل آسان آثار هنرهای تجسمی با روش های بین شهر و بین المللی طراحی گردیده است. در طراحی این ایده سعی در استفاده از مواد طبیعی قابل بازگشت به طبیعت نظیر (چوب صنعتی، کنف، فلز و ...) نموده و به اندازه ای مواد مصرفی بکار برده شده که از عملکرد محافظت از آثار کاسته نشود. با توجه به نبودن چنین محصولی در ایران و احساس نیاز بسیاری از هنرمندان جهت حمل و نقل آثار تجسمی آنها در اندازه های متفاوت می تواند قابل استفاده و مفید باشد در ضمن در این محصول تمهیدات لازم برای تبدیل به یک جعبه پستی با قابلیت بازرسی پستی پیش بینی شده است.

نام و نام خانوادگی : وحید فراغت

۱۶۰

ایده

تونیک موی سر

طراحی بسته بندی فوق بر اساس ۲ هدف مهم ، بزرگ نمایی و دیده شدن آن با رویکرد گیاهی و استحکام بنا شده است . با توجه به متعلقات جانبی محصول ، می بایست از نظر مهندسی طرحی ایجاد می شد که قابلیت جایگذاری تمامی آنها وجود داشته باشد و خصوصیاتی چون بزگ نمایی ، استحکام ، رشد و نمو را تداعی می کرد . گرافیک محصول تلاش شده از مندرجات روی قوطی جهت تکمیل شدن بسته بندی استفاده گردد . رنگ محصول مطابق بسته بندی و متالیک بودن آن نشان از گیاهی بودن آن است .

۱۶۱

ایده

کرم ضد چروک

طراحی بسته بندی فوق بر اساس اهدافی چون ، ارزشمندی ، بزرگ نمایی ، کیفیت ، لوکس بودن و همچنین کیفیت بالا بنا شده است . با توجه به اینکه متریال محصول شکننده می باشد می بایست از نظر مهندسی کاملا مقاوم با رویکرد حقظ و سلامت محصول طراحی شده است . استفاده از نشان ستاره به عنوان یک عنصر ارزشمند است که با تکنیک فویل استمپ کاملا خودنمایی می کند . این مهم در بسته بندی نهایی با روکس سلوفان کامل می گردد . هم رنگی محصول با پکیج اصلی نشان از اصالت و قدرت محصول در جهت رویکرد بهداشتی آن دارد

نام و نام خانوادگی : مهـرگان خـاتـم

۱۶۲

بازار

جعبه هدیه ای

طرح مورد نظر جعبه هدیه ای است که برای شرکت آمارنت طراحی گردیده است. دارای ۹ خانه و فضا برای طعم های دمنوش می باشد که هر طعم توضیحاتش در زیر خود نوشته شده است و به خاطر شیب دار بودن سطح مقیم زیر چیدمان تی بگها شکیل تر و قابل دسترس تر می باشد. لفاف روی بسته بصورت کشویی روی تی بگ ها را می گیرد و با روبان ظاهری زیبا دارد و مناسب جهت هدیه می باشد.

۱۶۳

بازار

تی بگ

طرح مورد نظر به صورت گوی می باشد - مناسب جهت پذیرایی و قرارگیری روی میز - این گوی از قسمت های هرمی شکل تشکیل می شود که در هر هرم تی بگ «چای» قرار می گیرد و تگ هر چای برگه روی آن است از نظر جایگیری داخل کارتن بسیار راحت روی همدیگر قرار می گیرد. این هرم قابلیت استفاده به عنوان آویز تزیینی را نیز دارد. در هر هرم ۲۰ عدد تی بگ قرار می گیرد.

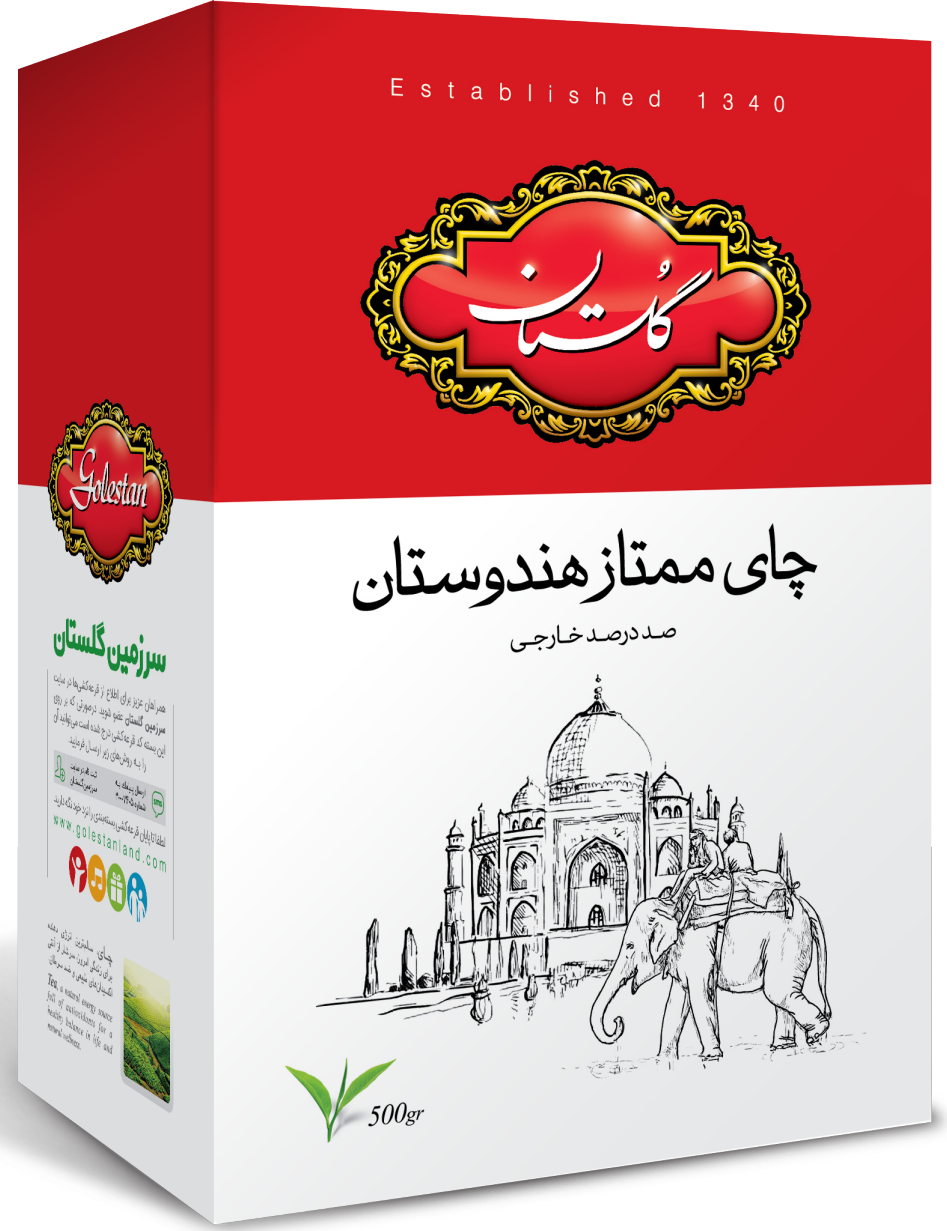
نام و نام خانوادگی : شرکت گلستان

۱۶۴

بازار

ادویه گلستان

ادویه گلستان با بسته بندی متنوع (سلفون، ایستای دارای زیپ کیپ) با قابلیت بسته شدن مجدد جهت حفظ عطر و طعم طراحی شده است. رنگبندی متمایز نسبت به بسته بندی های ادویه جات موجود در بازار باعث جلب نظر مصرف کننده در لحظه ی انتخاب می شود. ضمن حفظ یکپارچگی طراحی بسته بندی ادویه جات این گروه، تفکیک محصولات با استفاده از المان ها و رنگ های منطبق با طعم و متمایز با سایر محصولات صورت گرفته است.



۱۶۵

بازار

جعبه هدیه ای

چای گلستان چای خالص و با کیفیتی است که در سرتاسر ایران در دسترس همگان قرار دارد. هدف ما ارتقای سلامت اجتماع با ارائه نوشیدنی سالم و مفرح برای تمام ایران است. بسته بندی چای گلستان با سادگی خود در دسترس بودن برند را نمایش داده و براحتی قابل باز و بسته شدن است تا مصرف کنندگان در هر ساعتی از روز از نوشیدن چای لذت ببرند. رنگ جذاب هر بسته به همراه تصویر خواستگاه آن، به سرعت با مصرف کننده ارتباط برقرار نموده و وی را در انتخاب مناسب ترین نوع چای گلستان کمک می‌نماید.

نام و نام خانوادگی : پیام فرد مقدم(رنگ الوان)

۱۷۷

بازار

پوشرنگ روغنی براق پرینس

نام و نام خانوادگي : ميلاد طالقاني

طراحی شیشه عسل پارس کندو بر اساس فرم آشنای کندو یعنی شش ضلعی بوده است. تاکید بر فرم شش ضلعی برای نشان دادن عسل، نه تنها اشاره ای به منشاء استخراج این محصول دارد بلکه از نام برند نیز تبعیت میکند. طراحی شیشه نام این برند را در ذهن کاربر با توجه به نوع فرم آن حک میکند. همچنین استفاده از شکست ها در شیشه و ترکیب آن با رنگ طلایی عسل حس و حال ارزنده بودن محصول را به کاربر میدهد.

۱۷۸

بازار

ظرف شیشه عسل طبیعی برند پارس کندو

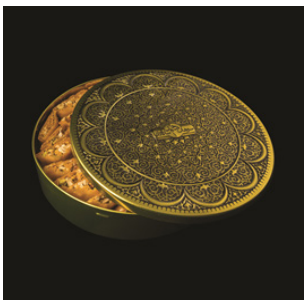
نام و نام خانوادگی : هـادی جـواهـری

طراحی قوطی فلزی سوهان بر اساس خطوط ختایی در هنر ایرانی-اسلامی بوده است. برجستگی نقوش و همچنین استفاده از رنگ های طلایی و مشکی به اصالت طرح ها افزوده و آن را از سایر بسته بندی های مشابه متمایز می سازد.

۱۷۹

بازار

قوطی فلزی سوهان برند محمد ساعدی نیا



نام و نام خانوادگی : هـادی جـواهـری و مجید رزمی خانقاه

با در نظر گرفتن اینکه استفاده این محصول برای خودرو بوده، سعی شد تا در طراحی آن از خطوط و شمایلی استفاده شود که نشان گر محصول مصرف کننده آن یعنی خودرو باشد. در طراحی این محصول سعی شد تا گالون حس و حال خودرو را داشته باشد و در عین پویایی، دارای سکون و قدرت نیز باشد.

۱۸۰

بازار

گالن ۴ لیتری روغن موتور نفت سپاهان

نام و نام خانوادگی : حنانه حاجی سیدجوادی

۱۸۱

بازار

ظرف ادویه برند ترخینه

از دیرباز ادویه عضو جدا نشدنی غذاهای ایرانی بوده و از تنوع زیادی برخوردار است. طبیعتاً نوع ایرانی آن با ذائقه ایرانی سازگارتر است. ارائه این محصولات در غالبی زیبا و در عین حال کارا می تواند زمینه رقابت با برند خارجی را ایجاد کرده و بازار فروش را تحت تاثیر خود قرار دهد. ظرف ادویه ترخینه با این تفکر طراحی و ساخته شد و اکنون با فرمی برآمده از فرم های ایرانی و اصیل در قفسه فروشگاه ها خودنمایی میکند. فرمی با صلابت، ایستا و دارای نظمی هندسی.

نام و نام خانوادگی : مجید رزمی خانقاه

به طور معمول بطری های آب آشامیدنی به صورت عمومی، همه پسند و به نوعی اسپورت طراحی می شوند. شرکت وابل با رویکرد تولید آب معدنی لوکس و نسبتا گران قیمت، طرحی متفاوت از آنچه در بازار موجود است و همچنین متناسب با شخصیت برند وابل خواستار شد. سطوح و زوایای پیچیده در طراحی بطری، الهام گرفته از طبیعت و معماری مدرن، تداعی گر شخصیت قوی، جدی و لوکس این محصول است..

۱۸۲

بازار

بطری آب معدنی برند وابل

نظرات داوران

مسابقه ایران استار ۹۵

آقای **کیـــت پیرســـون**
دبیرکل سازمان جهانی بسته بندی

باعث افتخار سازمان جهانی بسته بندی است که در اولین دوره برگزاری مسابقه طراحی بسته بندی که توسط موسسه بسته بندی ایران برگزار شده است همکاری داشته است .
بدون شک مسابقه IranStar برای صنعت بسته بندی ایران به هدف ترغیب تولید کنندگان و طراحان که نهایت تلاش ایشان تولید و طراحی بسته بندی های با کیفیت و بالاترین استانداردها برای مصرف کننده نهایی است منافع معنا داری را به دنبال خواهد داشت. به واسطه برگزاری این مسابقه می بایست نتیجه مطلوب در حوزه صنعت بسته بندی حاصل گردد، به این معنا که در توانمند سازی شرکت ها به هدف دستیابی به بهبود فروش و ایجاد سود ا زطریق افزایش حجم فروش در بازارهای داخلی و خارجی تاثیر مثبت داشته باشد.
طراحان بسته بندی از فرصت هایی که توسط برگزاری این مسابقه ایجاد شده است میتوانند منتفع شوند ، چرا که آنها به واسطه این مسابقه توسط پیشگامان جهان در حوزه صنعت بسته بندی که برای تحکیم ارکان سه گانه توسعه پایدار(۳BL) صنعت بسته بندی تلاش میکنند شناسایی میشوند ، صنعت بسته بندی صنعتی جامع و گسترده است و از آنجاییکه این صنعت هم در کارخانه ها و هم برای مصرف کننده نهایی کاربرد داشته و همزمان در ایجاد سود تاثیر گذار است.
مسابقه IranStar همچنین دروازه ورود به مسابقه جهانی WorldStar است که شرکت در این مسابقه به شرکت ها و طراحان این فرصت را میدهد که با رقبای جهانی خود رقابت کنند. انتخاب در مسابقه WorldStar علاوه بر ایجاد انگیزه در حوزه طراحی بسته بندی فعالیت های بازاریابی شرکت ها را نیز حمایت میکند.
مسابقه IranStar روشی بی نظیر برای ترغیب شرکت ها در توسعه صادرات و درنتیجه ارزآوری و ایجاد سود هم برای بخش خصوصی و هم بخش دولتی و در نهایت منفعت تمام کشور ایران است.
در آخر میتوان گفت هدف مسابقه طراحی بسته بندی ایران IranStar هم راستا با چشم انداز سازمان جهانی بسته بندی « کیفیت زندگی بهتر به واسطه بسته بندی بهتر برای مردم بیشتر» است.

با تقدیم احترام

آقای **پییر پینـــار**
معاون آموزشی سازمان جهانی بسته بندی
ســـازمـان بستـه بنـدی استـرالیـا (AIP)

برای ارزشیابی، بسته بندیها را به صورت کلی در نظر گرفتم. اتصالات بسته ها چگونه اند؟ آیا ظواهر آنها تا حدودی قدیمی به نظر میرسند یا نه؟ آیا در قفسه ها جلوهای خواهند داشت؟ آیا در بین اقلام دیگر موارد مشابهی دارند؟ تفاوت ¬ها در چیست؟ طراحی آن چگونه است؟ اثربخشی بسته را در نظر میگیرم. موارد قابل توجهی در بین نمونه های ارسالی دیدم که از رنگها و طرحها به خوبی استفاده کرده اند. برخی از آنها به دلیل نوآوری و جذابیتشان به شدت توجهم را جلب کردند.

نکته ی منفی این که: تعدادی از طرح ها مشابه مواردی بودند که از قبل در بازار وجود داشته اند، بدون هیچ نوآوری، خلاقیت یا جذابیتی.

لازم است در برخی بسته ها خلاقیت بیشتری اعمال شود، و هزاران روشی که می توانند بسته بندی¬ها مخاطبان خود را تحت تاثیر قرار دهند در نظر گرفته شوند.

به ان دسته از طراحانی که در مسابقه ی ایران استار توفیقی به دست نیاوردند- قویا توصیه می کنم این موارد را در نظر گرفته، آموزش¬های بیشتری ببینند، و سال بعد مجددا در این برنامه شرکت کنند، تا به این ترتیب رشد مناسبی به دست آورند.

دستیابی به مقام اول ایران استار، یا هر نتیجه ی دیگری که از داوری در این برنامه حاصل خواهد شد، به شکل گیری آینده ی بسته بندی در ایران کمک زیادی خواهد کرد.

در پایان به تمامی دست اندرکاران تبریک گفته و چشم انتظار برنامه¬های سال آینده¬ی شما هستم که مسلما خلاقیت های بیشتری در آن به نمایش در خواهد آمد.

با تقدیم آحترام

آقای **کارل اولتسماتز**

معاون بخش اقتصاد و علوم بسته بندی، سازمان جهانی بسته بندی

برایم افتخار بزرگی است که در جمع هیات داوران اولین دوره ی مسابقات ایران استار قرار گرفتم. در میان طرح های دریافتی با موارد خوبی از طراحی مواجه شدم که هیچ کم و کاستی از نظر طراحی و جذابیت فروش نداشتند. معتقدم برخی از آن ها می توانند در مسابقات طراحی جهانی ورداستار هم موفقیت کسب کرده و جایگاه جهانی مناسب خود را بیابند.

مسلما رعایت وجوه بازاریابی در بسته بندی برای دسترسی کالای ایرانی به بازارهای جهانی ضرورت دارد. نوآوری های بیشتری لازمند تا جایگاه رقابتی خود را در آینده کسب و حفظ نمایند. به این نتیجه رسیدم که مسابقات ایران استار قادر است نقش بسزائی در کسب و کار نو و پایدار در ایران به عهده گیرد تا جایگاه بهتری در کسب و کار جهانی برای خود احراز کند. توسعه و تحقیقات چند جانبه، و نگرش جامع با دورنمائی وسیع، از عوامل مهم در خلاقیت ها و موفقیت های آتی خواهند بود.

در پایان برای برندگان مسابقه به مناسبت دستآوردهایشان آرزوی توفیق دارم و به سازمان دهندگان این برنامه ی مهم و موفق تبریک می گویم.

با تقدیم احترام

آقای **دکتر ژوهانس برگمیر**

معاون بخش پایداری و سلامت غذا سازمان جهانی بسته بندی
رئیس موسسه ی بسته بندی وین
عضو کمیته ی بسته بندی اتریش

باید بگویم از دیدن طرح های دریافتی با چنان کیفیت بالا به شدت شگفت زده شدم. طراحی های بسته بندی ها فوق العاده اند. انتخاب یکی از میان آن ها کار مشکلی است.

با آرزوی موفقیت

خانم **آریانا سوسانتی**

رییس پیشین اتحادیه بسته بندی آسیا
مدیر بخش توسعه ی کسب وکار
اتحادیه بسته بندی اندونزی (IPF)

از این که به عنوان یکی از داوران این مسابقه من را شایسته همکاری دانسته اند بسیار خوشحال هستم ،به برگزار کنندگان این مسابقه خسته نباشید میگویم.
طرح های ارسالی به طور کلی بر نمایش فرهنگ و سنت ایران تمرکز داشتند و این موضوع به نظر من هم خیلی جالب است و هم میتواند باعث افزایش توان رقابتی محصولات ایرانی در بازارهای منطقه ای و جهانی شود ، ولیکن در خصوص مسایل زیست محیطی مورد خاصی در میان طرح ها نبود با توجه به اهداف ایجاد سازمان جهانی بسته بندی و اتحادیه بسته بندی آسیا که توسعه پایدار و حفظ محیط زیست و تولید بسته بندی های دوستدار محیط زیست است بهتر است طراحان و تولید کنندگان برای دوره های بعدی از خلاقیت بیشتری استفاده کنند و بسته هایی را طراحی و تولید کنند با اهداف جهانی و حفظ محیط زیست ساز و کاهش مصرف میزان مواد اولیه سازگار باشند . در پایان مجدد از برگزار کننده مسابقه و جشنواره برترین ها درصنعت بسته بندی تشکر میکنم و به همه شرکت کنندگان تبریک میگویم

آقای **جین کی شیم**

رئیس اتحادیه بسته بندی آسیا
رئیس مرکز بسته بندی کره جنوبی

از این که به عنوان یکی از داوران این مسابقه من را شایسته همکاری دانسته اند بسیار خوشحال هستم ،به برگزار کنندگان این مسابقه خسته نباشید میگویم.
کاملا احساس میکنم که بسیاری از نمونه ها نقش مناسب بسته بندی را از لحاظ محافظت، اطلاع رسانی، بازاریابی، و کاربرد ساده نشان می دهند.
به نظر من، برای اولین دور مسابقات ایران استار، کیفیت محصولات بسیار خوب است.
اما اکثر محصولات بر استفاده از جعبه های کاغذی، طرح های دیداری، و محتویات خوراکی تاکید کرده اند.
به اعتقاد من اگر حیطه ی فعالیت خود را به کاربردهای دیگر از قبیل محصولات آرایشی، کالاهای مصرفی، ابزارآلات، تدارکات و غیره گسترش دهید نتایج بهتری در مسابقات جهانی کسب خواهید کرد.
از نظر طراحی، طرح های ساختاری/ کاربردی کارآمدتر خواهند بود.
با آرزوی توفیق

به دلیل اینکه این اولین دوره از مسابقه IranStar بوده من سعی کردم تمام طرح های ارسالی را تا جایی که میشود در نظر بگیرم .
به علاوه در طی داوری و امتیاز دهی تمام موارد و وجوه مهم از جمله انتخاب مواد ، انتخاب رنگ برای چاپ ، نوع چاپ و شکل بسته و تمام وجوه تاثیر گذار بسته بندی را در مد نظر قرار داده ام .
در نهایت ،در اینجا جا داره به همه شرکت کنندگان تبریک میگویم که با تمام توان خود به عنوان پیشگامان شرکت در اولین دوره مسابقه طراحی بسته بندی IranStar بودند. همچنین از برگزار کننده مسابقه هم برای شروع این حرکت تاثیر گذار و هدایت مسابقه تشکر میکنم. و مطمئنا این مسابقه در آینده مانند هر شروع هر کار جدید در مراحل مختلف آن از جمله دسته بندی ،معیارهای ارزیابی نیازمند توسعه و بهبود در دوره های بعدی است اما همانطور که گفتم تلاش و سعی برای آغاز این حرکت و برگزاری مسابقه و پیوستن ایران به سازمان جهانی بسته بندی و اتحادیه بسته بندی آسیا ستودنی است و بسیار تبریک میگویم.
با آرزوی توفیق

آقای **نارایان ساها**
دبیرکل اتحادیه بسته بندی آسیا
مدیر سازمان بسته بندی هند (IIP)

من طرح های ارسالی را از جنبه توسعه، گرافیک، ساختار، محیط زیست و حمل نقل مشتری ارزیابی کرده ام . استانداردهای شرکت کنندگان در این زمینه ها در مجموع خوب بود.
و لیکن تولید کنندگان در راستای دریافت تایید بازارهای جهانی و حضور پررنگ تر در این بازارها می بایست توجه بیشتری به توسعه بسته بندی داشته باشند.
بنابراین موسسه بسته بندی ایران با الهام گرفتن از تکنولوژی کشورهای موفقی که رشد خوبی در صنعت بسته بندی داشته اند و عضو سازمان جهانی بسته بندی و همچنین اتحادیه بسته بندی آسیا هستند میتواند به عنوان حلقه ارتباطی میان آنها و فعالان ایرانی خلاقیت را در صنعت بسته بندی توسعه دهد و زیرساختی در راستای توسعه ارتباطات با آنها ایجاد کند، و از طریق برگزاری سالانه این مسابقه و همچنین جشنواره برترین ها در صنعت بسته بندی استفاده از فرهنگ ایرانی در طراحی بسته بندی محصولات ایران را با بهره گیری از تکنولوژی پیشرفته در دنیا ترویج دهد.

با تقدیم احترام

آقای **جی. دی. سی په ره را**
معاون دوم اتحادیه بسته بندی آسیا
رئیس سازمان بسته بندی سری لانکا

خانم **آسیلان آریکان**

معاون سوم اتحادیه بسته بندی آسیا (APF)

دبیرکل انجمن تولیدکنندگان بسته بندی ترکیه (ASD)

به طور حتم اولین هدف از برگزاری این مسابقه ورود صنعت بسته بندی ایران به موقعیت های رقابتی در بازارهای جهانی است. کیفیت طرح های منتخب از میان شرکت کنندگان حاکی از این واقعیت است که تولید کنندگان بسیار به جذب مشتریان از جایگاه محصولات سنتی ایرانی و ترویج هنر ایرانی علاقمند هستند. و این موضوع بسیار جالب است و قطعا موفقیت به دنبال خواهد داشت چرا که بازارهای جهانی آماده مصرف محصولات و کالاهای ایرانی هستند. مطمئنا تعداد شرکت کنندگان و حتی تعداد طرح های شایسته انتخاب در سال های آینده افزایش می یابند و مسابقه IranStar میتواند به عنوان کانون ملی در حوزه رقابت طراحان در صنعت بسته بندی باشد. به عنوان نماینده انجمن تولید کنندگان بسته بندی کشور ترکیه از اینکه در اولین دوره این مسابقه به عنوان یکی از داوران بین المللی بوده ام بسیار خوشحالم و باعث افتخار من و کشور ترکیه بوده است و به تمام شرکت کنندگان ، و منتخبین و کسانیکه جایزه این مسابقه را دریافت میکنند تبریک میگویم.

با آرزوی موفقیت بیشتر

آقای **کیث بارنز**

رئیس انجمن بسته بندی انگلستان

عضو کمیته IOM3

عضو انگلیسی هماهنگ کننده مدارس تابستانی بسته بندی در دانشگاه میشیگان

به نظر می رسد تمامی موارد دریافتی بر طراحی گرافیکی تاکید داشته و توجه چندانی به جزئیات صنعت بسته بندی نشان نداده اند، بنابراین من هم تنها وجوه گرافیکی را داوری کردم. پیشنهاد می کنم به وجوه فن آوری، مواد و مصالح، و مراقبت های زیست محیطی توجه بیشتری شود.

با احترام

نتایج مسابقه

مسابقه ایران استار ۹۵

نتایج مسابقه

بخش بازار

نفراول

نام و نام خانوادگی : **علی بانی شرکا**

کد طرح: **۴۰**

نام طرح : **پسته ۱۰ کیلویی راشا**

نفردوم

نام و نام خانوادگی : **محمد تشکری کریم زاده**

کد طرح: **۶۲**

نام طرح : **طرح شیما** – بسته بندی بشقاب مینا کاری

نفرسوم

نام و نام خانوادگی : **محمد حسین شهامت پور- بکتاش دلیلی**

کد طرح: **۱۳۱**

نام طرح : **جعبه چای مهرگیاه**

نتایج مسابقه

بخش ایـده

نفراول

نام و نام خانوادگی : **محمد کاری**

کد طرح: **۶۰**

نام طرح : **پسته برادران حسینی**

نفردوم

نام و نام خانوادگی : **سحر اکبری**

کد طرح: **۷۹**

نام طرح : **بسته بندی ماکارونی و چای**

نفرسوم

نام و نام خانوادگی : **پرستو پور رحیمی**

کد طرح: **۱۵۹**

نام طرح : **بسته ی هنر سفر**