

تا حرف از صنعت پوشاک به میان می‌آید اولین مسئله رنگ پوشاک می‌باشد بعد طرح و مدل آن.

البته در این مقاله قرار است راجع به بسته‌بندی پوشاک و رنگ آن صحبت کنم.

بسته‌بندی پوشاک متأسفانه در کشور ما آن‌چنان‌که باید پیشرفت چشمگیری نداشته و نسبت به سایر محصولات کمی عقب‌مانده.

البته بسته‌بندی پوشاک در خیلی از کشورها هم پیشرفت چشمگیری نداشته و تنوع در دوخت و رنگ و طرح البسه می‌باشد تا بسته‌بندی آن.

در حال حاضر برای بسته‌بندی پوشاک در اکثر مواقع کاورهای ساده یا سلفون‌های شفاف، صدفی بکار می‌رود.

یعنی برای پوشاک هیچ بسته‌بندی خاصی مورد استفاده قرار نگرفته است.



ولی می‌توان مثل بقیه محصولات موجود در بازار مثل مواد غذایی این کار را انجام داد: مثلاً برای کت و شلوار، کروات، شال و روسری، کاپشن و ...

شاید بزرگ‌ترین مشکل برای بسته‌بندی لباس سایز متعدد آن باشد.

برای این صنعت فقط در سطح دانشگاهی اتودهایی زده می‌شود و این اتودها به بازار هدف یا فروش ارائه نمی‌شود و این می‌تواند یک معضل باشد.

ولی ما در همان سطح دانشگاهی و تئوریک راجع به رنگ بسته‌بندی پوشاک کمی صحبت می‌کنیم.

پوشاک کودکان: ۱- پسر ۲- دختر.

۱- پسر: رنگ پسران نارنجی، قرمز، قهوه‌ای، آبی، سبز، طوسی، سفید.

۲- دختر: رنگ دختران صورتی، زرد، طوسی، قرمز، بنفش، سبز، سفید.

پوشاک نوجوانان: پوشاک برای ۲ گروه دختر و پسر برای سنین نوجوانی در همان تم‌های گفته‌شده می‌باشد ولی در ترکیب با رنگ‌های دیگر اجرا می‌شود، به فرض مثال یک پسر ۱۳ ساله اصولاً دوست دارد که لباسش جذابیت خاصی از نظر رنگی داشته باشد و جلب‌توجه کند چو او دیگر کودک نیست و جهان اطرافش را بیشتر از یک کودک می‌فهمد.

برای سنین جوانی و بزرگ‌سالی هم همین‌طور، ولی انتخاب رنگ برای افراد مختلف با توجه به سلیقه فردی و شخصیت فرد مورد استفاده فرق می‌کند.

تا به اینجا از رنگ پوشاک برای سنین مختلف صحبت کردیم حالا وقت انتخاب رنگ و طرح برای بسته‌بندی همان پوشاک می‌باشد:

برای بسته‌بندی پوشاک می‌توان از ساختار کلی پوشاک استفاده کرد مثلاً برای بسته‌بندی پیراهن می‌توان از ساختار سرشانه و یقه آن بهره برد یا برای شلوار هم از ساختار و قسمت اصلی آن بهره برد.

نیازی هم نیست که هزینه‌های اضافی برای این کار پرداخت کرد چون وقتی یک کار به صورت سری و تیراژ تولید می‌شود هزینه روی کل تیراژ تولید شده سرشکن می‌شود اما در عوض به راحتی می‌توان با یک بسته‌بندی خوب و مناسب یک برند را در اذهان ثبت کرد.



همان‌طور که دلیل اصلی بسته‌بندی محصولات ارائه شیک، نوین و جذاب به مشتری می‌باشد در واقع بسته‌بندی یک محصول یعنی حفظ و نگهداری آن در حین عملیات انبارداری، حمل‌ونقل، توزیع، ذخیره، فروش و مصرف بکار برده می‌شود تا یک محصول به‌صورت سالم به دست خریدار برسد.

همان‌طور که یک لوگوی ساده به راحتی دلچسب می‌شود و در ذهن مخاطب ثبت می‌گردد یک بسته‌بندی خوب هم می‌تواند چنین حسی را برای مخاطب به وجود بیاورد و اینجاست که یک بسته‌بندی خوب می‌تواند کمک بزرگی به فروش محصول کرده و جای خود را در بازار رقابت بین رقبای پیدا کند و به فروش موردنظر و رضایت مشتری دست پیدا کند.

می‌توان برای انتخاب رنگ بسته‌بندی پوشاک از روانشناسی رنگ برای افراد مختلف با عواطف و احساسات خاص انتخاب کرد یا مهم‌ترین عامل، رنگ سال می‌باشد که شاید ۸۰٪ افراد برای خرید پوشاک این عامل را مدنظر قرار می‌دهند.

پس می‌توان گفت برای انتخاب رنگ مناسب برای بسته‌بندی پوشاک، رنگ سال، منطقه و کشور تولیدکننده آن، اعتقادات مردم آن جامعه و سلیقه فردی نقش مهم و بسزایی دارد.

[خرید آنلاین انواع لوازم بسته بندی، لباس و پوشاک](#)

