

《商业空间设计与展示艺术手册 -法国（下）》

图书基本信息

书名：《商业空间设计与展示艺术手册 -法国（下）》

13位ISBN编号：9787536654990

10位ISBN编号：7536654995

出版时间：2002-1

出版社：

作者：魏积军

页数：192

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《商业空间设计与展示艺术手册 -法国（）》

内容概要

这是一套关于商品展示和商店设计的生动直观的参考手册。此手册出版的重要目的，便是为了提供给零售商与设计师一个实用的、权威的、丰富的参考书，使他们能够在这个多渠道竞争的社会背景下，做得更成功。

高品味的商店设计将会吸引大量欣赏美与风格的顾客。感性的、服务周到的、商品专卖的商店，无论何时都具有很强的市场竞争力。就像这些位于纽约、巴黎、伦敦、米兰、罗马、维也纳、佛罗伦萨、巴塞罗那等国际大都市繁华大街上的顶尖名店，它们大多具有二百年以上的悠久历史。这些设计高雅的百年老店为当今商品零售业的发展指明了方向。

章节摘录

书摘

编辑推荐

这是一套关于商品展示和商店设计的生动直观的参考手册。此手册出版的重要目的，便是为了提供给零售商与设计师一个实用的、权威的、丰富的参考书，使他们能够在这个多渠道竞争的社会背景下，做得更成功。高品味的商店设计将会吸引大量欣赏美与风格的顾客。感性的、服务周到的、商品专卖的商店，无论何时都具有很强的市场竞争力。就像这些位于纽约、巴黎、伦敦、米兰、罗马、维也纳、佛罗伦萨、巴塞罗那等国际大都市繁华大街上的顶尖名店，它们大多具有二百年以上的悠久历史。这些设计高雅的百年老店为当今商品零售业的发展指明了方向。

精彩短评

- 1、
- 2、书中有一些外国店铺的图片 and 附属的文字，让人了解到展示设计和商业的关系，这本主要是讲香水和化妆品，还有一部分鞋子的，一点点的餐馆。
- 3、虽然还是勉强把书收下了，但毕竟不是很舒服，挺贵的书，结果是本旧的。要不是着急找图片，我才不收呢！这也太成文提了，跟卓越的一贯风格差得很远啊！

章节试读

1、《商业空间设计与展示艺术手册 -法国（下）》的笔记-第14页

香水是一种身份的象征，有点儿奢侈，却令人难以抗拒。

正是利用人类喜欢芳香的天性，香水制造商和设计师们才不断地开发、制造、更新更具有内涵的香水。他们将梦想装入小小的玻璃瓶中出售给我们，使我们身处瞬息万变的世界能够珍重并保持我们个人的品味。

2、《商业空间设计与展示艺术手册 -法国（下）》的笔记-第31页

当今的消费者有大量的选择余地。店内设计应力图创造一种炫目诱人的氛围，吸引顾客去欣赏、去触摸、去购买。

一个积极的商店形象应包括顾客所能够感受到得一切——视觉的、听觉的、嗅觉的、触觉的，甚至是味觉的。

107页：富有创意的主题展示，或抢眼，或耐看；或触摸手感奇爽；或是背景音乐勾人魂魄，都能令顾客光顾再三，留恋忘返。

3、《商业空间设计与展示艺术手册 -法国（下）》的笔记-第39页

视觉推销术：

- (1) 关于平衡、反复、比例、对比、支配规律的运用；
- (2) 关于室内陈设构成要素：展示箱、平台、遮光罩、货架、隔断、环境布置、灯具；
- (3) 关于布局；
- (4) 关于色彩；
- (5) 关于墙面和材料；
- (6) 关于招牌；
- (7) 关于人体模特及其他；
- (8) 关于尺寸大小及入口处得吸引力。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com