

<<橱窗里的琐碎>>

图书基本信息

书名：<<橱窗里的琐碎>>

13位ISBN编号：9787501968732

10位ISBN编号：750196873X

出版时间：2009-7

出版时间：中国轻工业出版社

作者：曹赢超，马赛 著

页数：195

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：<http://www.tushu007.com>

<<橱窗里的琐碎>>

内容概要

橱窗首先是为了吸引消费者而布置的，但与此同时，这些橱窗也吸引了小众的摄影爱好者。或许应该这样讲，每一个优秀的橱窗设计者至少是懂摄影的，否则他们很难设计出能吸引消费者的橱窗来。

设计、布置好一个橱窗，设计者和实施者必须具备一定的专业知识和技能，比如色彩知识、空间知识、比例知识、材料知识、灯光知识，此外还有关于特定商品的专业知识、关于传播的专业知识和关于消费者消费心理的专业知识等。

如前面所说的“橱窗设计师和摄影的关系”，他们要会用很多不相关的角度衡量他们设计的橱窗。

橱窗是一种美术，是美的技术，设计者以美感为基调去营造整个橱窗的画面，凭意境去组合各种材料和元素，其中最基本的因素就是色彩的美，无可挑剔的色彩搭配在一起组合的美。

橱窗展示的主要商品有一个主色，若有几种商品就会有好几种主色；和商品展示相关的附属物品、商品也有属于自身的色彩；放置这些商品的装置还会有色彩；此外背景和灯光也有不同的色彩，再加上建筑物的色彩，品牌商标的色彩，隔壁橱窗的色彩等，呈现出一个五彩斑斓的色彩世界。

<<橱窗里的琐碎>>

作者简介

曹赢超，河南省郑州市人，1982年毕业于吉林大学经济系国民经济管理专业，曾任中国家具协会秘书长。

天天家具网（www.365f.com）顾问。

<<橱窗里的琐碎>>

书籍目录

序曲开场白橱窗展示的概念橱窗展示的源流与发展橱窗展示的设计目的橱窗展示的设计要素的分析橱窗展示的空间橱窗展示的商品陈列橱窗展示的平面元素橱窗展示的道具橱窗展示的色彩橱窗展示的采光与照明橱窗展示的形式美法则的运用结语参考文献

<<橱窗里的琐碎>>

章节摘录

橱窗展示的源流与发展 世界上的任何事物彼此间都存在着千丝万缕的内在联系，周边事物的发展变化或直接或间接地影响与之关联的事物。

虽然人们普遍认为是工业革命和近现代的日趋激烈的商业竞争催生了橱窗，但是橱窗的出现并不是凭空出现的，它的产生经历了漫长的演变，尽管在此之前它不是以现有的形式存在，但通过追根溯源，理清前因后果，才能抓住它的本质，更好地认清它在现实社会中的地位，发挥其应有的作用。

橱窗的“前身” 自从橱窗出现以来，虽然橱窗的大小、所处的位置以及橱窗的设计风格存在很大的差异，但有一点是共同的，那就是无论在哪个橱窗中，都必然要出现真实的商品，橱窗设计不管采用何种风格，都会围绕着商品的形象、特点展开，这是橱窗设计与其他商品宣传推广最大的区别。

在平面广告、电视广告中，人们可以看到精美绝伦的影像，然而这些影像普遍是经过摄影师、设计师艺术化处理过的，与真实的物品总归存在着一定的差距，例如现今发展迅速的网上购物方式，人们通过查看网页中卖家贴出的商品的图片，根据图片来选择是否购买，这种便捷的购物方式受到那些白天忙于工作的人们，尤其是年轻的上班族的喜爱，但是也经常有人在接到实物时大失所望，甚至因此产生纠纷。

而橱窗展示设计，在消费者和商品之间建立最直观的感性接触，甚至把这种感性通过设计加以放大，这也是橱窗最具特色的地方。

<<橱窗里的琐碎>>

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:<http://www.tushu007.com>