

<<店铺陈列>>

图书基本信息

书名：<<店铺陈列>>

13位ISBN编号：9787504597038

10位ISBN编号：7504597031

出版时间：2012-5

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：熊庆 编

页数：89

字数：71000

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>

<<店铺陈列>>

内容概要

《店铺陈列》根据人力资源和社会保障部职业能力建设司颁布的市场营销专业教学计划和教学大纲编写。

本书以零售商业店铺陈列的原则、方法为切入点，分四个模块，对店铺布局设计和商品陈列的基础知识与技能进行了系统、全面的阐述。

具体内容包括店铺陈列基础知识、店铺陈列中的色彩搭配、各类卖场布局、专业化经营商品陈列，每个模块包括若干个课题。

本书结构清晰，知识讲解深入浅出，理论联系实际。

书中采用了大量的现场实物照片。

课后练习强调训练学生对所学知识的实际应用能力。

本书也可用于职业培训或在岗人员自学。

《店铺陈列》由熊庆主编。

<<店铺陈列>>

书籍目录

模块一 店铺陈列基础知识

课题一 店铺陈列的概念及基本原则

课题二 商品陈列的主要类型与方法

模块二 店铺陈列中的色彩搭配

课题一 色彩基础知识

课题二 色彩搭配

模块三 各类卖场布局

课题一 大型超市布局

课题二 百货商场布局

课题三 便利店布局

课题四 专卖店布局

模块四 专业化经营商品陈列

课题一 服饰陈列

课题二 日用百货商品陈列

课题三 电器商品陈列

课题四 农副产品陈列

<<店铺陈列>>

章节摘录

版权页：插图：一、百货商场布局 百货商场作为现代零售业态的重要组成部分，在卖场布局上有别于其他业态。

百货商场布局设计，不仅要满足品牌陈列和出样的要求，而且还要考虑到品牌与品牌间、区域与区域间、品牌与卖场间的过渡和联系，使品牌陈列和出样既可满足要求，又能使品牌成为卖场有机的组成部分。

其他卖场则更加关注公共区域与品牌间的关系、各品牌自身的陈列和展示，不会特别强调与其他品牌间的过渡与衔接。

百货商场平面形状一般有线形和辐射形，线形包括“—”字形、弧线形、折线形；辐射形包括L形、U形、V形。

“—”字形和L形百货卖场最为常见，所以重点介绍这两种百货卖场的布局。

1.“—”字形百货商场布局（1）中岛区格局设计 中岛区为商场每层的中心展台位置。

中岛的高度设计根据顶棚的高度、业种品类陈列的要求而定。

百货卖场中岛区高柜货架高度一般以2.4米或2.6米为主。

中岛区的柱子应尽可能包含在货柜中间，但如果处于公共区域中间应考虑陈列面或氛围渲染处理。

中岛区的高柜长度，应结合品牌结构、建筑体量而定。

品牌较好、认知高的中岛区设计，可以考虑将货柜做得长一些。

（2）电梯的两侧处理 电梯两侧如果是次边厅，应考虑高柜和低柜结合，或通透高柜与高柜结合的方式。

其中高柜背面作为公共区域的一部分应考虑统一处理，以提升卖场的视觉效果，特别应注意的是次边厅尽可能不要做门楣，因为次边厅的位置是客流较大的节点，如果流向或空间过于拥挤，会造成人流的不畅。

电梯两侧如果是通道，应考虑一部分采用低柜处理，既可充分利用有效的面积，同时也可提升商业氛围，还可以保证卖场的通透性。

中空四周的格局设计。

中空作为卖场的公共空间，要确保其视线的合理穿越，因此在中空周边不宜四面全部做高柜，应确保至少有两个面为消费者提供可以停留的点。

这样可以使中空真正成为卖场的核心和热点，同时也可以确保中空四周的有序互动。

2.L形百货商场布局 L形百货卖场与“—”字形百货卖场的区别在于L形卖场客流方向更加复杂，单一平面上聚散的节点多于“—”字形百货卖场，但如果处理得当，L形百货卖场的视觉效果会更加丰富，卖场陈列更加饱满，购物氛围更加强烈。

<<店铺陈列>>

编辑推荐

《全国中等职业技术学校市场营销专业教材:店铺陈列》结构清晰，知识讲解深入浅出，理论联系实际。书中采用了大量的现场实物照片。课后练习强调训练学生对所学知识的实际应用能力。《全国中等职业技术学校市场营销专业教材:店铺陈列》也可用于职业培训或在岗人员自学。

<<店铺陈列>>

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>