

<<服装卖场陈列艺术设计>>

图书基本信息

书名：<<服装卖场陈列艺术设计>>

13位ISBN编号：9787564030391

10位ISBN编号：7564030399

出版时间：2010-2

出版时间：北京理工大学出版社

作者：吴立中，王鸿霖 主编

页数：121

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>

<<服装卖场陈列艺术设计>>

前言

服装作为一种商品进入市场,无论是批发还是零售,直营还是加盟,每个环节都离不开陈列。简单的陈列就是按服装的种类进行摆放,便于客户选购:但是能代表品牌形象乃至传播品牌文化的陈列,更要显示其独特的艺术性。

陈列设计是一门涵盖美学、营销学、心理学、视觉艺术等多种知识的综合性学科。

陈列设计是服装设计专业的一门重要课程,同样也是服装设计专业展示与陈列设计方向的一门主打课程,是一专多能型服装专业人才必备的素质。

陈列设计是静态的艺术展示,服装专业的学生应当了解服装展示的基本知识,掌握其基本技能,并能以较好的展示方式表达服装设计的真正内涵。

这就要求学生必须通过对品牌服装展示的解读,领会品牌服装真正的文化寓意,深刻理解消费者的消费心理,把握消费者的文化品位,以较好的展示行为向消费者传达一种对服装的情感。

服装卖场是服装商品终端销售的重要场所,是展示服装商品形象、传播服装文化的平台,是连接服装商品和消费者最关键的纽带。

即使是很好的设计,如果只是简单地陈列往往不能打动顾客,并且服装的形象和价值也要大打折扣。相反,一个具有创意的艺术性很强的陈列设计,不但会吸引顾客的“眼球”,而且能使顾客置身于一种文化氛围之中。

因此,每个品牌都在通过陈列设计打造品牌的终端形象,以个性化的陈列风格展示品牌形象、传播品牌文化。

21世纪最具潜力的职业之一就是陈列设计师,他们是品牌制胜、商业成功的重要因素,有着广阔的发展空间。

在陈列展示的过程中,陈列设计师不仅要展示商品,而且要借助陈列展示生活方式。

陈列设计师是整个品牌的形象塑造师,也是营造视觉生活的专家。

作为一名优秀的服装陈列师,除了要有陈列方面的基本知识外,还要对品牌文化、风格定位、顾客的消费心理有充分的理解和把握,只有这样才能进行创造性设计。

陈列设计是一门创造性的视觉与空间艺术,包括店面设计、装修、橱窗、通道、模特、背板,道具、灯光、音乐、POP广告、产品宣传册、商标及吊牌等零售终端的所有视觉要素,是一个完整且系统的集合概念。

本书以培养服装专业复合型人才为目标,以提高陈列技能为切入点,重点介绍服装商品卖场陈列设计部分,让学生了解和掌握更多的陈列技能。

由于编者水平有限,且时间仓促,书中难免有疏漏和不足之处,恳请各界人士及读者斧正。

<<服装卖场陈列艺术设计>>

内容概要

本书共由九章内容组成,包括陈列概述、服装卖场色彩设计、服装卖场陈列、服装陈列的分类、橱窗设计、服装陈列的灯光照明、陈列的管理与维护、案例分析和学生陈列作品欣赏等。以培养服装专业复合型人才为目标,以提高陈列技能为切入点,重点介绍服装商品卖场陈列设计部分,可以帮助学生了解和掌握更多的陈列技能。

本教材适合高等院校艺术设计、服装设计等专业使用,也可供服装卖场陈列设计及管理人员以及其他从事艺术设计的专业人员阅读使用。

<<服装卖场陈列艺术设计>>

书籍目录

第一章 陈列概述 第一节 陈列基本知识 第二节 服装陈列设计 第三节 陈列设计师的基本任务
第二章 服装卖场色彩设计 第一节 色彩基本原理 第二节 服装卖场的色彩特点 第三章 服装卖场陈列
第一节 服装陈列的基本形式 第二节 服装陈列的组合方式 第三节 服装陈列的构成方式 第四章 服装
陈列的分类 第一节 女装陈列 第二节 男装陈列 第三节 运动服装陈列 第四节 童装陈列 第五节
陈列的细节 第五章 橱窗设计 第一节 橱窗的分类、作用与设计原则 第二节 橱窗的设计手法 第六章
服装陈列的灯光照明 第一节 灯光照明的基本形式 第二节 橱窗照明的运用 第七章 陈列的管理与维
护 第一节 终端卖场位置的选择 第二节 卖场陈列管理的原则与陈列的维护 第八章 案例分析 第九章
学生陈列作品欣赏 参考文献

<<服装卖场陈列艺术设计>>

章节摘录

2.把握卖场的色彩平衡感一个围合而成的卖场，通常有四面墙体，也就是四个陈列面。而在实际的应用中，最前面的一面墙通常是门和橱窗，实际上剩下的就是三个陈列面——正面和两侧。这三个陈列面的规划，设计师既要考虑色彩明度上的平衡，又要考虑三个陈列面的色彩协调性。如卖场左侧的陈列面色彩明度较低，右边的色彩明度高，就会造成卖场一种不平衡的感觉，好像整个卖场向左边倾斜一般。

卖场陈列面的总体规划，一般要从色彩的一些特性进行规划。如根据色彩的明度原理，将明度高的服装系列放在卖场的前部：明度低的系列放在卖场的后部，这样可以增加卖场的空间感。对于同时有冷暖色、中性色系列的服装的卖场，一般是将冷暖色分开，分别放在左右两侧，面对顾客的陈列面可以放中性色，或对比度较弱的色彩系列。

3.制造卖场色彩的节奏感 一个有节奏感的卖场才能让人感到有起伏，有变化。节奏的变化不仅体现在造型上，也体现在不同的色彩搭配上。色彩搭配的节奏感可以打破卖场中四平八稳和平淡的局面，使整个卖场充满生机。卖场节奏感的制造通常可以通过改变色彩的搭配方式来实现。

三、卖场色彩的陈列方式卖场色彩的陈列方式有很多，这些陈列方式都是根据色彩的基本原理，再结合实际的操作要求变化而成的。

主要是将千姿百态的色彩根据色彩的规律进行规整和统一，使之变得有序列化，使卖场的主次分明，易于消费者识别与挑选。

在掌握了色彩的基本原理后，根据实际经验，设计师还可以创造出许多的陈列方式。主要有如下几种。

1.对比色搭配法对比色搭配的特点是色彩比较强烈、视觉的冲击力比较大。因此这种色彩搭配经常在陈列中应用，特别是在橱窗的陈列中（图2 - 9）。对比色搭配在卖场应用时还分为服装上下装的对比色搭配，服装和背景的对比色搭配。

<<服装卖场陈列艺术设计>>

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>