第一图书网, tushu007.com

<<品牌服装视觉陈列实训>>

图书基本信息

书名：<<品牌服装视觉陈列实训>>

13位ISBN编号：9787566900043

10位ISBN编号：7566900048

出版时间：2012-7

出版时间：东华大学出版社

作者：汪郑连

页数：188

字数：336000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《品牌服装视觉陈列实训》以服装品牌的陈列设计为核心，以市场为导向。
形成视觉陈列概述、陈列构成、服装陈列布局与动线设计、卖场陈列氛围营造、橱窗设计、卖场陈列调研、专项陈列这七个任务单元。
本教材每一个任务单元都具有相应的知识点论述，且每一个任务单元都有相应的项目和项目学时安排、基本程序、项目总结等内容，使学员在学习中。
都能实现一对一的过程指导。

《品牌服装视觉陈列实训》结合大量的案例、时尚图片，内容生动、形式丰富，使理论对实践更加具有指导意义，适合职业院校视觉陈列营销专业和方向的学生以及有陈列技巧、陈列展示等相关课程的学生；也适合有志于从事卖场陈列等相关行业的人员参考和学习。

第一图书网, tushu007.com

<<品牌服装视觉陈列实训>>

书籍目录

序言
项目一 视觉陈列概述
 项目引言
 项目实施
 任务一：视觉陈列师的任务与要求
 任务二：以某品牌为例，分析其店铺陈列风格与服装品牌风格的契合性，并提出建议
 项目达标记录
 项目总结
 学习资料索引
 知识点一：视觉营销和陈列的概念
 知识点二：陈列方案制作和手册制作
 知识点三：视觉陈列部门的职责和管理
项目二 陈列构成
 项目引言
 项目实施
 任务三：某品牌卖场色彩陈列分析
 任务四：壁式货柜色彩和形态构成练习
 项目达标记录
 项目总结
 学习资料索引
 知识点一：陈列构成原则
 知识点二：陈列色彩构成
 知识点三：陈列的形态构成及规范
 知识点四：陈列组合构成
项目三 服装陈列布局与动线设计
 项目引言
 项目实施
 任务五：服装品牌卖场陈列布局与动线调研以及商品空间陈列布局练习
 项目达标记录
 项目总结
 学习资料索引
 知识点一：服装陈列布局工作内容
 知识点二：卖场陈列空间构成
 知识点三：卖场陈列布局
 知识点四：顾客通道规划
项目四 卖场陈列氛围营造
 项目引言
 项目实施
 任务六：根据给定的任务。
进行相应的系列道具设计
 项目达标记录
 项目总结
 学习资料索引
 知识点一：灯光照明
 知识点二：道具设计

知识点三：POP海报设计
知识点四：其他
项目五 橱窗设计
项目引言
项目实施
任务七：一定规格的橱窗设计与陈列实施
项目达标记录
项目总结
学习资料索引
知识点一：橱窗的分类和作用
知识点二：橱窗设计的基本原则
知识点三：橱窗主题提炼
知识点四：橱窗创意要素
知识点五：橱窗设计法则
项目六 卖场陈列调研
项目引言
项目实施
任务八：对某品牌卖场进行实地陈列调研并撰写调研报告
项目达标记录
项目总结
学习资料索引
知识点一：陈列市场调研概述
知识点二：陈列市场调研原则
知识点三：卖场市场调研内容
知识点四：陈列市场调研报告的撰写
卖场陈列调研案例
项目七 专项陈列
项目引言
项目实施
任务九：一定规格的品牌女装卖场陈列练习和陈列手册制作
任务十：一定规格的品牌男装卖场陈列练习和陈列手册制作
任务十一：一定规格的品牌童装卖场陈列练习和陈列手册制作
任务十二：一定规格的品牌休闲运动装卖场陈列练习和陈列手册制作
项目达标记录
项目总结
学习资料索引
知识点一：女装陈列
知识点二：男装陈列
知识点三：童装陈列
知识点四：休闲运动装陈列
参考文献

章节摘录

版权页： 插图： 知识点一：服装陈列布局工作内容 一、卖场设计中各项工作内容 卖场综合设计与管理是一项复杂的工作。
一个成功的卖场设计，主要取决于消费者生活方式和价值观念、目标顾客、企业理念、产品分类、产品构成、卖场构成、卖场产品布局、产品陈列、动线规划等几个因素及其相互之间的内在联系。
其中消费者生活方式和价值观念、目标顾客、企业理念、产品分类、产品构成等几个内容是卖场设计中的上游工作，属软性工作，需要理性分析。
而这些工作水平的高低，很大程度上决定了卖场设计的成功与否。
至于卖场产品布局、产品陈列、动线规划、磁石点设计这些因素，则是卖场设计中的下游工作，强调计划性和技术性，更多表现为硬性的工作，是顾客可以切身感受到的部分。
具体表现在以下几个方面：1.消费者生活方式和价值观念 不同地域的消费者在生活方式、价值观念、收人水平、购买习惯、饮食习惯等方面存在着很大的差距，而卖场设计与地域消费者的需求有着直接而密切的关系。
只有对商圈内消费者的生活方式、购买习惯、价值观念有充分的了解，才能创造出针对商圈顾客需求的带有生活提案的卖场设计。
2.目标消费者和企业经营理念 确定了自己的目标顾客，这只是站在自己的角度上的一种认识，而这种认识只有得到顾客识别才有意义。
目标市场的确立应具有双重的含义。
首先，商家必须明确自己是什么性质的企业；其次，要让顾客认识到你是什么性质的企业。
只有当二者一致时企业的经营才能展开。
当企业确定了目标顾客，就要围绕目标顾客确立自己有别于其他企业的价值取向、经营概念和风格，传递企业文化和形象，从而让目标消费者识别企业经营理念。
3.产品的分类和构成 产品是陈列起点和构成基础，同时也是卖场陈列的最终目的。
企业的经营理念是通过卖场中的服装产品演绎和表现出来的。
不同产品组合决定了卖场的性格和特征。
因此，这就要求对卖场进行设计时，应充分理解商品的特性、商品知识、重点商品、季节商品、新商品等，同时还要了解这些商品的购买对象以及他们使用这些商品时的生活场景，最终将服装卖点有针对性地凸显出来，并能吸引消费者进行购买。
4.卖场产品布局与动线规划 如果说以上的部分是卖场设计中的策划部分，那么卖场产品布局、动线规划等则带有鲜明的计划特征。
在策划阶段强调的是卖场设计中的理性分析，它是卖场中非可视的部分，而计划阶段则强调计划和实施，它是将企划中的思考在卖场中用视觉表现出来，使二者达到统一。
这个部分之所以带有鲜明的计划特征，是因为它们与企业的销售计划、促销计划、宣传计划等连动进行，是通过各营销技术手段，在卖场的平面与立体的空间形成视觉效果。
二、卖场产品陈列布局 （一）卖场产品陈列布局的概念 卖场是企业与顾客以货币和商品进行交换的场所。
一般来说，卖场指的就是卖场内陈列商品供顾客选购的营业场所。
卖场产品陈列布局，即产品布局、陈列布局。
简单讲就是为达到经营目的，结合卖场内外综合情况确定各类商品用何种比例，何种的陈列方式、用具，陈列于何处的工作。

编辑推荐

《纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材：品牌服装视觉陈列实训》从从业人员职业能力要求的角度出发，侧重理论与实践相结合，以项目教学为突破口，以培养技能型和应用型服装人才为基本目标，以增强学生的职业能力为中心，强调基于工作过程的动手能力培养模式，体现“知识、技能、素质”三位一体的人才教育质量观。
教材的理论知识部分讲解了各类陈列任务的特点、设计内容、设计原则、设计手法，同时配以大量时尚品牌的最新陈列案例说明；实践部分的讲述以任务导入分解的方式展开，涉及各视觉陈列实训项目的学时安排、基本程序、项目总结等内容，突出对学生项目任务过程的练习和沟通交流、协作能力，强调作为视觉陈列学生在团队实践中操作能力的提高。

第一图书网, tushu007.com

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