

<<服饰卖场设计与行销艺术>>

图书基本信息

书名：<<服饰卖场设计与行销艺术>>

13位ISBN编号：9787122026309

10位ISBN编号：7122026302

出版时间：2008-7

出版时间：化学工业出版社

作者：张巧玲，任雪玲 主编

页数：204

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>

## <<服饰卖场设计与行销艺术>>

### 内容概要

服饰卖场陈列设计与行销艺术是成功完成终端销售环节并实现服装品牌的产品价值的一个重要因素，作为一门新兴的交叉学科，本书内容包括服饰卖场的综述、服饰卖场空间设计、服饰卖场色彩设计、服饰卖场商品陈列与展示设计、服饰卖场照明系统设计、服饰卖场外部环境设计、服饰卖场广告设计及服饰卖场设计与管理。

本书专门针对服饰卖场与行销进行设计，不但可作为高职高专服装设计与工程、服装营销与管理专业的教材，也可作为服装企业、零售企业等从业人员的参考书。

# <<服饰卖场设计与行销艺术>>

## 书籍目录

第一章 服饰专卖综述 第一节 服饰卖场的概述 一、服饰卖场的定义 二、服饰卖场的由来 三、服饰卖场设计概述 第二节 服饰卖场的形态与流派 一、服饰卖场的形态 二、服饰卖场的流派 第三节 服饰卖场发展 一、服饰卖场的演变历史 二、服饰卖场的演变规律 思考题第二章 服饰专卖空间设计 第一节 服饰卖场空间元素解构 一、商品空间 二、顾客空间 三、导购空间 第二节 服饰卖场空间元素组合运用 一、高架(柜)与低架(柜) 二、展台与人台 三、灯光与灯箱 四、试衣室与储藏室 五、收银台 六、休息区与营业区 七、天和地 八、各种道具 思考题第三章 服饰专卖色彩设计 第一节 服饰卖场色彩构成 一、色彩的基本常识 二、色彩的相关名词 三、色彩的对比与调和 四、色彩的混合 五、色彩的共感觉 六、色彩的呼应 七、色彩的性格与象征 八、色彩的嗜好顺序 第二节 服饰卖场色彩功能 一、色彩的识别功能 二、色彩的聚焦功能 三、色彩的引导功能 四、色彩的营造气氛功能 五、色彩的个性塑造功能 第三节 服饰卖场色彩管理 一、门面色彩计划 二、色调的选择 三、店内环境色彩 四、营销装色彩 五、橱窗色彩计划 六、商品在卖场中的色彩配置计划 思考题第四章 服饰专卖商品陈列与展示设计 第一节 服饰卖场商品组合模式 一、按基本商品分类的组合模式 二、商品组合计划的制定 三、服饰卖场商品组合的原则和方式 第二节 服饰卖场商品陈列与展示 一、服饰卖场商品陈列 二、服饰卖场商品展示 三、服饰卖场商品陈列与展示的关系 思考题第五章 服饰专卖照明系统设计 第六章 服饰专卖外部环境设计 第七章 服饰专卖广告设计 第八章 服饰专卖设计与管理参考文献

## &lt;&lt;服饰卖场设计与行销艺术&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 服饰专卖综述 第一节 服饰卖场的概述 一、服饰卖场的定义 服饰卖场通常指将服装商品陈列、展示并完成销售的场所。

“卖场”也称“店铺”、“铺”“或”“铺位”，与英语“Store”、“Outlet”、“Shop”相对译。作为流行术语，卖场是20世纪90年代后期中国服装品牌营销的产物，其深层含义是在一块特定的销售物理场所内，不同品牌经营者为之投入精力和财力，其经营以消费定位明确、品牌风格独特、销售促进灵活和营销管理合理为内容。

二、服饰卖场的由来 商铺，由“市”演变而来，《说文》将“市”解释为“集中交易之场所”，也就是今日之商铺。

即商铺是经营者为顾客提供商品交易、服务及感受体验的场所。

和过去商铺的定义相比有相同的地方，即商铺首先是商品交易的场所。

区别之处是现代商铺的概念不仅包含了交易功能，而且包含了服务功能和感受体验的功能。

最早开设店铺的是手工工匠，后来随着生产力的发展和交换规模的日益扩大，出现了专门从事店铺经营而不从事商品生产的商人，随之便产生了独立化的专业商店。

专业商店独立化是“行商”发展为“坐商”的结果。

最初的西欧商人，大多以长途贩运为主，统称为行商。

随着城市的兴起，一些行商开始定居于城市并加入城市行会。

早在路易十三时代，就有一些行商告别浪迹生涯，在城市中开小店铺，与工匠为邻。

除了一些杂货店外，还出现了一些专门形式的商店，诸如按斤两售货的食品店；按尺寸售货的绸布店；按件数售货的五金店等。

到17世纪，零售业迅速发展，但由于当时受各方面条件的限制，商店不可能开成样样齐全的像现在那样的店铺，受商店自身规模、店主经营能力及当时商品丰富程度的限制，一般商店都以主要经营一类商品为主，所以当时的专卖店是店主自发地专卖经营，而非有意识地进行市场细分、有意识地去满足特定消费的需要。

18世纪，西方零售业的主要形式是杂货商店，常采取物物交换和赊销的形式，提供日常所需用的物品。

19世纪初，是西方专卖店发展最为迅速的时期，但大多以小店铺为主。

城市的发展，使城市居民产生了对特定产品的选择性需求，各类专业化销售应运而生。

工业浪潮的兴起，大大改变了人们传统的生活方式，休闲阶层产生，漂亮的女士们掀起了一股消费潮流，这股潮流使店铺发生了分化。

一部分成为满足人们日常生活需要的专业店铺，例如，肉店、面包店、鞋店、帽店和食品杂货店；另一部分成为满足人们新消费的精品店，例如，时装店、珠宝店、首饰店、香水店、化妆品店等。

这种专业商店常常汇集着各种名牌产品，质量优良，价格也较昂贵。

<<服饰卖场设计与行销艺术>>

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>