

<<时尚名牌橱窗之旅>>

图书基本信息

书名：<<时尚名牌橱窗之旅>>

13位ISBN编号：9787501958603

10位ISBN编号：7501958602

出版时间：2007-6

出版时间：中国轻工业出版社

作者：孙玉婷

页数：159

字数：230000

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>

## <<时尚名牌橱窗之旅>>

### 内容概要

高品质的橱窗陈列总能成为街道的主角，在欧洲，橱窗设计已不是单纯的视觉营销手段，俨然已经成为艺术与商业的另一种完美结合。

本书以18个顶级品牌为主线，在讲述品牌自身的风格、发展、鲜为人知的推广细节的同时，着重介绍橱窗陈列技巧（模特、灯光、色彩、道具的运用等）以及一些容易被设计者所忽视但却非常重要的细节，让读者在掌握橱窗陈列技巧的基础上更深入地了解橱窗背后的故事，理解品牌陈列的内涵和理念，学习国外的陈列师是如何将视觉营销，产品和品牌完美结合，如何将不同的品牌在有限的空间里以更完美的方式表达出主题和特色，吸引更多潜在消费者。

## <<时尚名牌橱窗之旅>>

### 作者简介

孙玉婷，最大的愿望是成为一名时尚买手——这个让所有女孩都向往的职业。大学服装设计与工程专业毕业后，赴意大利欧洲设计学院学习服装品牌管理专业，现为一名服装专业教师。

## <<时尚名牌橱窗之旅>>

### 书籍目录

橱窗设计策划灯光色彩道具模特POP广告搭配空间利用童装的陈列配饰的陈列

## <<时尚名牌橱窗之旅>>

### 媒体关注与评论

序言 高品质的橱窗陈列总能成为街道的主角。

在欧洲，橱窗设计已不只是单纯的视觉营销手段，俨然已经成为艺术与商业的另一个完美结合。

这些橱窗的魅力究竟在哪里？

它们是如何被赋予光彩的？

而在策划本书的过程中，我常反复地问自己：选择作品的依据是什么？

为什么选择这些品牌而非其他？

最终得到的答案是“设计”。

没错，《时尚名牌橱窗之旅》所关心的是为何设计、如何设计、设计什么？

橱窗设计并非是自由的，陈列师无法像纯粹的艺术大师那样随心所欲，产品风格的限制、材料的限制、资金的限制，甚至商家的个人喜好都不得成为陈列师创作时所考虑的因素。

而陈列本身也需要精心策划，商品、道具、空间、灯光、色彩……都需要精心安排，以保证每个最小的细节都能传递出明确的信息，得到消费者情感上的认同。

此时此刻，橱窗已不再只是单纯的橱窗，而已将其转变成了一幕绚丽的舞台剧，消费者才是这剧中真正的主角。

本书以18个世界顶级品牌为主线，在讲述品牌自身的风格、发展、鲜为人知的推广细节的同时，着重介绍橱窗陈列技巧（模特、灯光、色彩、道具的运用等）以及一些容易被设计者所忽视但却非常重要的细节，让读者在掌握橱窗陈列技巧的基础上更深入地了解橱窗背后的故事，理解品牌陈列的内涵和理念、学习国外的陈列师是如何将不同的品牌在有限的空间里以更完美的方式表达出主题和特色，吸引更多潜在的消费者。

这些品牌的跨度很广，其中既不乏国际知名设计师娴熟老练、成熟内敛的作品，也有新锐设计师充满激情、个性张扬的设计作品，他们共同的特点是设计，表达创意、传递情感、感染顾客。

今天的设计师们或许会显得更加忙碌、浮躁。

因为数字化、信息化的革命向其提出了更高的挑战，怎样才能站在时代的前沿成为领跑者？

这也许是每位有识之士都在思考的问题。

把目光从诸多的消极因素中解脱出来，以一种成熟、一种无需张扬的厚实、一种坚定和一种充满激情的源于生命的心灵创造与体验，真正地去对待艺术，踏实地面对和感受每一个过程，构成延续、寻找未来、寻找真实，这也许才是我们应该做的。

孙玉婷 2007年1月

<<时尚名牌橱窗之旅>>

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>