

<<服装展示技术>>

图书基本信息

书名：<<服装展示技术>>

13位ISBN编号：9787506437578

10位ISBN编号：7506437570

出版时间：2006-3

出版时间：中国纺织

作者：马大力，徐军编著

页数：126

字数：74000

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>

<<服装展示技术>>

内容概要

出色的商品要靠形象去推销，出色的品牌要靠传播去推广。

当服装商品的美感成为吸引顾客瞩目和消费的动因时，就需要利用展示技术来打开顾客的心扉，通过技术组合与形象创新使商品焕发夺目的光彩。

展示设计的创造性就在于创意的新颖和艺术形象的独特。

这种创造涉及形象策划力、空间想象力、艺术感受力以及思维创新力。

本书结合展示技术的原理与方法，系统归纳和分析了展示的目标、规划以及要素的技巧；并通过对大量实例的分析和对成功技术组合的点评，使读者可以全面掌握服装展示技术的基本知识和技巧，熟悉各项技术要素的形式特点，提高展示技术水平和艺术感受力，进而提高实际应用能力和管理执行力。

本书图文并茂、形象生动，具有很强的实用性和指导性，对于从事服装商品展示设计、营销企划和店铺管理的人员具有参考价值。

<<服装展示技术>>

作者简介

马大力，天津工业大学艺术与服装学院教授，硕士生导师。
曾赴法国从事时装设计与服装市场研究，是国内服装品牌与商品管理研究的先行者。
在长期的专业教学，研究和担任企业管理咨询顾问的过程中，积累了丰富的服装商品管理及展示的实际经验，具有先进的商品管理理念。

<<服装展示技术>>

书籍目录

第一章 展示技术概述 第一节 展示的概念 一、展示的起源 二、展示的定义 三、服装的卖场展示
第二节 定位与定场 一、定位要点 二、定场原则 第三节 卖场环境 一、室外形象 二、室内空间
第四节 展示的类型和要点 一、展示的类型 二、展示的要点第二章 展示的目标 第一节 体现视觉营
销 一、创造AIAD效应 二、创造美感 三、引导理解 四、深化记忆 第二节 创造体验营销
第三节 加强沟通第三章 展示规划 第一节 环境规划 第二节 商品规划 第三节 卖场形象规划第四章
展示要素与技巧 第一节 展示要素 第二节 展示技巧第五章 展示技术实例分析 第一节 环境规划实例
第二节 分区展示设计实例 第三节 特色展示设计实例第六章 展示的整体规划与技术组合 第一节 展
示的整体规划 第二节 展示技术组合参考文献

<<服装展示技术>>

章节摘录

插图

<<服装展示技术>>

编辑推荐

如何快速掌握服装展示技术的基本知识和操作技巧？
如何提高对服装商品的实际应用能力和管理执行力？
如何通过展示技术来实现品牌形象创新、使商品焕发新的光彩？
本智囊为您开启！

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>