

<<夜艳>>

图书基本信息

书名：<<夜艳>>

13位ISBN编号：9787533536077

10位ISBN编号：753353607X

出版时间：2010-4

出版时间：福建科技出版社

作者：深圳市创扬文化传播有限公司 编

页数：326

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>

## &lt;&lt;夜艳&gt;&gt;

## 前言

夜场，顾名思义，就是夜晚来消费的场所。

包括夜总会、酒吧、Disco、KTV等。

当然，餐厅、桑拿等也都有夜晚消费的情况，却不能称其为夜场。

因为夜场专指娱乐场所。

夜场中的“夜”另有一些暧昧的味道。

夜场设计有着商业空间设计的共同点。

那就是要求我们设计师，必须要了解夜场的经营流程，了解经营策略，了解市场消费心理及消费能力，这些是做好一个完美平面布局的前提。

平面布局之后，我们不但要在该场所的天地墙及各立面为其穿上美丽的外衣。而且还要制造吸引眼球的卖点。

夜场设计能否取得成功，关键是能否让消费者在该场所消费时产生共鸣，这个共鸣就是设计师和消费者在精神层面认知上的一个交叉点。

比如LOUIS VUITTON（路易威登）的方格文和GUCCI（古驰）的斜格文，是追求财富和炫耀时尚生活的共鸣和交叉点；原木、废旧金属机器和老爷车是追求浪漫怀旧、颓废的爵士生活的共鸣和交叉点等。

有共鸣就一切皆有可能，所以我们大可不必千篇一律。

这种共鸣是消费者在一个有声有色的环境下，在有酒精麻醉的作用下通过主观体验得出来的。

所以，消费者的良好感觉非常重要。

夜场消费不像餐饮消费那么必要。

不吃饭会饿，不去夜总会没什么大不了的事。

那么夜场消费靠什么吸引消费者呢？

夜场消费是消费者白天紧张生活的释放，从而展现本能和张扬个性的场所。

来夜店玩的就是心跳，我们要充分调动消费者的所有感官。

让消费者感觉到。

该场所提供给他不仅仅是音乐和美酒，还有深层次的体验和共鸣，从而达到真正的身心放松，一醉方休。

## <<夜艳>>

### 内容概要

夜场，顾名思义，就是夜晚来消费的场所。

包括夜总会、酒吧、Disco、KTV等；当然，餐厅、桑拿等也都有夜晚消费的情况，却不能称其为夜场。

因为夜场专指娱乐场所。

夜场中的“夜”另有一些暧昧的味道。

展望未来，夜场在市场竞争的作用下会更加细分，就像Disco加上酒吧产生了慢摇吧一样。

所以我们夜场设计师要紧紧跟上甚至引领市场消费的步伐。

本书收录了SIN Lounge、Lounge 18、Nisha Acapulco、Bar Lounge、+x、重庆夜色、POPO Club、乐馨时尚、量贩式KTV、畅想国度等近50个案例。

<<夜艳>>

书籍目录

SIN LoungeLounge 18Nisha AcapulcoBar Lounge+x重庆夜色POPO Club乐馨时尚量贩式KTV畅想国度量贩式KTV龙华店新前线国际俱乐部前会娱乐城麦乐迪北京中关村店麦乐迪重庆店麦乐迪KTV山西路店麦乐迪KTV富力城店王府饭店KTV会所鹏润大厦KTV会所紫水晶会所美丽神话夜总会昊柏国际娱乐会所花样年华夜总会星光灿烂会所拉斯维加斯2号金沙KTV欢乐时光旗舰店豪门夜宴音乐圣殿欢乐颂NEST俱乐部百乐门香格里拉KTV会所国汇俱乐部吧名都夜总会国宾俱乐部皇家1号天都KTV皇朝国际K王乐域GN-KTV

<<夜艳>>

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>