

<<精品间店面 1>>

图书基本信息

书名：<<精品间店面 1>>

13位ISBN编号：9787538847598

10位ISBN编号：7538847596

出版时间：2005-1-1

出版时间：黑龙江科学技术

作者：赵子夫,唐利

页数：64

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>

<<精品间店面 1>>

内容概要

商店展示设计是现代艺术对实用美术装饰影响最直接的一种形式，它带有较大的前卫性。这是由于商场的所有道具，包括展架、服务台、售货柜台、展柜、展台等，以及空间区域分割形式，必须带有极强的吸引力，耐人寻味，以致驻足观赏的广告效应。

随着我国经济突飞猛进地快速发展，我国商办蒸蒸日上，十分繁荣。

消费者不但对于选购商品的要求提高，而且开始选择优良的购物环境，这使得各大商店对商品的展示需求更加殷切，他们对商场内的各种不同软、硬环境经常分析研究，力求提供既令人赏心悦目，又能表达商品特征的展示方式。

在各商家集思广益，寻求个性突破而导致竞争白热化的同时，商场装饰装修的更替时间则越走越短。一般来说，大商场每4~5年要大装修一次，每年在商场内的不同售货区，都要随时更替装修试样，否则商场便没有生机、没有刺激消费者购物心理的独特魅力。

商场装修设计主要分为两大部分，其一是一次性装修后相当一段时期内基本不用再改动的部分，如天花、地面及隐蔽工程(暖气、消防、配电等)；其二是那些可随时移动而不影响整体环境大局的活动装饰，其主要包括可以陈设、收藏、摆放商品的售货柜台、展架、展台、展柜及服务台，可以独立存在或依附于建筑房柱所构成的局部天花与柜台、隔断、展台等所形成的售货岛，以某种割断形式围合而成的独立个性特征的半封闭售货区域(精品间)。

由于这三部分与主体装饰联系不强，且具有灵活的移动特征，因而成为商场时常更换特色的主体道具。

精品间应对顾客具有独特的吸引力，除其商品精美外，环境气氛是极其重要的方面，其室内设计应根据精品间的性质和服务对象的特点及其爱好进行处理，以造成各具特色的内部空间格调。

良好的室内气氛，要在满足使用要求的物质功能基础上，满足一定的精神功能。

不论何种精品间，也要具备使用方便的商业家具和设备布置。

众所周知，对于设计者，设计中最难的就是创意，在设计与实践的教学中，我们深深感到，要有一个全新的创意，而不重蹈覆辙是何等的难啊！这里推出的商店展示设计系列丛书，其目的就是为众多的设计者提供一些商场展示中全新的创意想法。

书中图表现的质量，可能远不如众位设计师们手法表达的熟练，但她们所散发出来的一缕缕设计的清香，则沁人心扉，使人留连，也许这就是本书所表达的真意。

<<精品间店面 1>>

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>