

<<服装展示设计>>

图书基本信息

书名：<<服装展示设计>>

13位ISBN编号：9787564030407

10位ISBN编号：7564030402

出版时间：2010-2

出版时间：北京理工大学

作者：张晓黎|主编:刘瑞璞//张晓黎

页数：111

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>

<<服装展示设计>>

前言

无论是服装品牌的终端卖场设计,还是专业展会展场设计,服装展示设计作为一门融合了视觉艺术、听觉艺术、空间设计、营销管理等多方面知识的学科。

随着时尚产业的发展在我国迅速发展起来。

在竞争日益激烈的市场中越来越多的企业认识到服装展示陈列设计在市场营销中的重要作用。

随着这一认识的不断深入,展示陈列设计师已成为服装行业急需的人才之一。

我国高级成衣品牌“白领”的经营者认为:以艺术的方式,让“视觉”通向终端市场去体现商业价值

。这充分说明服装展示设计的重要性。

本教材从服装展示的概念、设计过程、设计思潮、形式语言、空间构成、一般设计原则等方面入手,针对设计理论和实际操作进行了系统的阐述。

同时本教材还对服装展示设计的原理和创新手段进行了系统研究,通过对国内外一些主流品牌的最新服装展示规划方案的收集。

以及对卖场的考察。

分析了具有普遍性和典型性特征的服装卖场展示的基本规律,加强了理论与实践的可操作性。

本书既可作为高等院校服装及相关专业学生的教科书,又可供从事服装展示设计工作的人员学习和参考。

本教材是在服装设计专业开设的服装展示陈列课程的基础上,对相关资料进行了广泛的收集、整理,经过集体讨论研究,进行归纳总结之后编写而成的,是编者近几年研究与教学实践的成果。

本教材有以下几个特点:一是从视觉营销角度来研究阐述服装展示的知识和技能二是将服装展览会中的动态展示即时装表演纳入服装展示艺术,三是在阐述中注意结合服装营销理论及其发展趋势。

并希望体现出以人为本的人性化设计理念。

本书由四川师范大学服装服饰文化研究所所长、服装学院名誉院长、教授、硕士生导师张晓黎教授主编,四川师范大学服装学院教师王立松、张婉玉、陈艾担任副主编。

其中第1章由王立松、张婉玉、张晓黎编写,第2章由王立松编写。

第3章由陈艾编写。

第4章、第5章由张婉玉编写。

第6章由张晓黎、陈艾编写。

第7章由全体人员共同编写。

全书由张晓黎教授统稿。

四川师范大学服装服饰文化研究所张梅参与了本书的整理工作,并在与编辑沟通联系方面做了大量工作。

研究所胡逢、胡小松协助修图。

本书部分图片由以下人员提供:中国流行色协会理事、专家委员会委员缪维,教育部语言文字网站站长于桂英,中国服装设计师协会职业模特委员会主任委员、中国著名时尚编导张舰,四川城市职业学院教师匡森。

四川师范大学服装学院2004、2006级学生。

<<服装展示设计>>

内容概要

本书从服装展示设计基础入手，以服装销售场所的展示设计和服装商业展览展示设计为主要内容，对服装展示设计进行阐述。

全书中的基础理论、精美图片和必要的文字说明相辅相成，并结合大量展示实例，从服装展示空间基础、形态角度、色彩设计、照明设计和橱窗设计出发研究其展示设计艺术规律，对服装商业卖场设计、服装展览会中服装静态展示、动态展示的策划及表现技法均有介绍。

《21世纪高等院校专业创新型精品规划教材：服装展示设计》注重时尚性和可操作性。每章节后均附有思考题和项目练习。

<<服装展示设计>>

作者简介

张晓黎，四川师范大学服装服饰文化研究所所长，服装学院名誉院长，四川城市职业学院副院长、教授、硕士生导师。

2。

09年全国优秀教师。

现任中国服装设计师协会理事、时装艺术委员会委员、中国流行色协会理事、专家委员会委员、色彩教育委员会副主任委员、亚洲时尚联合会中国理事、省级教学团队带头人等。

曾获中国十佳时装设计师。

在国内外30多种刊物上发表200多套设计作品，著有《从设计到设计》《服装设计—创新与实践》《见证中国服装30年》等多部著作。

丛书主编简介：

刘瑞璞，北京服装学院设计艺术学科带头人、教授、硕士生导师。

从事服装纸样设计系统（PDS）和服装语言与技术的教学、实践与科研工作20余年。

曾获国家级教学成果二等奖和部级科学进步三等奖。

出版《服装纸样设计原理与技术》、《男装语言与国际惯例》等多部专著、教材，发表论文40余篇。

获北京市高等学校教学名师称号及纺织服装领域“桑麻教育奖”。

其他责任者简介：

钱晓农，大连工业大学服装学院院长，教授、硕士生导师。

国家教育部纺织服装教学指导委员会服装设计与工程分会委员，亚洲时尚联合会中国主任委员，中国服装设计师学术委员会主任委员、中国服装设计师协会理事，辽宁省服装设计师协会副会长。

省级教学名师，省级专业带头人，省级教学团队带头人，大连市人大常委。

从事服装专业教育工作20余年，曾担任多项国家级科研项目负责人及多项赛事评委。

<<服装展示设计>>

书籍目录

第1章 绪论

- 第一节 服装展示设计概述
- 第二节 服装展示设计的研究内容和学习方法
- 第三节 服装展示设计师应具备的基本能力

第2章 服装展示中的形态设计

- 第一节 服装展示设计中的形态要素
- 第二节 常见的服装陈列形态
- 第三节 形态要素的构成原则与形式

第3章 服装展示中的色彩设计

- 第一节 服装展示色彩设计概述
- 第二节 服装展示色彩规划及组合技巧
- 第三节 服装展示区域与色彩设计要点
- 第四节 色彩与其他设计要素的关系

第4章 服装展示中的照明设计

- 第一节 照明基础
- 第二节 照明控制
- 第三节 卖场照明艺术
- 第四节 卖场照明光位设计与区域照明

第5章 服装展示中的橱窗设计

- 第一节 服装卖场橱窗的分类、作用及设计原则
- 第二节 橱窗的风格
- 第三节 橱窗模特
- 第四节 橱窗的色彩与照明
- 第五节 橱窗装饰材料
- 第六节 橱窗道具

第6章 服装展会展示设计与策划

- 第一节 服装展会概述
- 第二节 服装展会静态展示设计与策划
- 第三节 服装展会动态展示设计与策划

第7章 服装展示陈列与经典案例

- 第一节 服装展示陈列的职责及管理
- 第二节 服装展示经典案例

参考文献

<<服装展示设计>>

章节摘录

服装展示设计是服装经营空间的核心内容之一,是物化过程中人与人、人与物、物与物之间关系价值的构建要素,是通过构成、功能、审美的空间设计形式所衍生出的可用、可感、可视的基本条件,其最终目的就是视觉营销的角度,提高顾客对服装品牌形象及服装品牌终端形态的认知和评价。可见服装展示设计是一种信息的传播,也是一种文化的交流,因而在设计时应注意以下前提条件:

(1) Way (为什么) Why指的是针对目标服装品牌进行展示设计的目的、意义和要求,确定所从事展示设计活动的方向。

(2) Who (谁) who一是指目标服装品牌公司,即其企业形象和文化理念,二是指目标品牌服装的消费人群,即其文化背景和审美要求,三是指展示设计师,即其设计风格和设计要领。把握好这三个方面,才能更好地从事展示设计活动。

(3) When (什么时候做) When指的服装展示活动的推出时期,即如何顺应当下社会经济、文化背景和流行发展趋势,针对即将上市的服装特色和时间波段建立有效的设计模式。

(4) what (做什么) What指的是搜集各种信息作为评估指标,确定规划出最终的设计主题和实施方案,以推进展示设计活动的实施。

(5) How (怎么做) How指的是寻找有效技术途径,实施设计方案,完善展示设计活动,实现终极目标——展示效应。

具体学习方法(主要针对设计流程)主要包括以下几个方面:(1)理论研究 了解服装展示设计的发展与沿革,掌握基本的理论知识,如空间的构架、形态的组合形式、色彩的配搭关系、灯光的技术处理等,融合美学原理,训练必要的表达能力。

(2)市场调研 针对目标品牌服装和相关品牌服装及其展示设计进行横向、纵向的调研,针对目标品牌服装的消费人群进行生活状态的细微调研,包括其生活方式、消费心理、文化素养、审美需求等方面,针对当下社会发展和流行趋势进行宏观考察,针对装饰、道具、配件等材料特点和性能进行有效的考察,形成完整的有针对性的调研报告,作为展示设计的支撑素材。

<<服装展示设计>>

编辑推荐

《21世纪高等院校专业创新型精品规划教材：服装展示设计》既可作为高等院校服装及相关专业学生的教科书，又可供从事服装展示设计工作的人员学习、阅读和参考。

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>