

<<城市户外广告规划与设计>>

图书基本信息

书名：<<城市户外广告规划与设计>>

13位ISBN编号：9787560976761

10位ISBN编号：756097676X

出版时间：2012-1

出版时间：华中科技大学出版社

作者：岑明

页数：189

字数：287000

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>

<<城市户外广告规划与设计>>

内容概要

《城市户外广告规划与设计》共分为城市户外广告规划概论、城市户外广告规划原则、城市户外广告规划标准系统、城市户外广告规划的策略、门面招牌的规划与设计五个部分，既有户外广告相关理论知识的阐述，又有作者多年从事户外广告规划的实践经验的介绍，并以图文并茂的形式展示，填补了我国城市规划图书市场的空白，为国内外城市规划管理者和广告行业从业者提供了实践研究的方向。

《城市户外广告规划与设计》可作为城市规划专业学者的学术参考研究资料，也可为城市规划和管理的职能部门提供独特的、可操作的理论依据和实践案例。

<<城市户外广告规划与设计>>

书籍目录

第一章 城市户外广告规划概论

第一节 户外广告的发展过程

- 一、户外广告古代社会的诞生阶段
- 二、户外广告近代社会的发展阶段
- 三、户外广告现代社会的繁荣阶段

第二节 户外广告的概念与类别

- 一、户外广告的概念
- 二、户外广告的类别

第三节 城市户外广告规划内涵

- 一、户外广告规划对象
- 二、规划的深度及内容

第四节 城市规划与户外广告规划

- 一、城市总体规划与户外广告规划
- 二、城市控制性详细规划与户外广告规划
- 三、城市形象设计与户外广告规划

第五节 中国城市户外广告的特征

- 一、突显城市发展定位
- 二、切合经济发展水平
- 三、融合多元文化风格

第六节 城市户外广告规划的功能

- 一、促进城市视觉管理合法化
- 二、促进社会经济文化大繁荣
- 三、促进广告行业规范化发展

第二章 城市户外广告规划原则

第一节 遵循法律的原则

- 一、城市户外广告规划的法律形成
- 二、城市户外广告规划的法律依据

第二节 目标导向的原则

- 一、形象定位, 彰显城市个性特色
- 二、规范设置, 促进城市发展需求
- 三、创新提升, 引领行业未来发展

第三节 专业设计的原则

- 一、规划设计总体原则
- 二、户外广告设计原则
- 三、夜景照明设计原则

第四节 规范操作的原则

- 一、明确规划范围
- 二、完善规划内容
- 三、确定规划时限

第三章 城市户外广告规划标准系统

第一节 社会经济发展的标准

- 一、社会经济高速发展的体现
- 二、企业品牌发展需求的体现
- 三、广告行业发展细分的体现

第二节 商业环境优化的标准

<<城市户外广告规划与设计>>

- 一、营造商业氛围
- 二、塑造品牌形象
- 三、培育消费文化
- 第三节 区域特色文化的标准
 - 一、城市文化内涵的要求
 - 二、城市区域文化的要求
- 第四节 商务旅游景观的标准
 - 一、户外广告的媒体景观
 - 二、户外广告的动静景观
 - 三、户外广告的夜间景观
- 第五节 科技动态创新的标准
 - 一、户外广告高新技术的运用
 - 二、户外广告常规技术的运用
 - 三、户外广告创新技术的运用
- 第四章 城市户外广告规划的策略
 - 第一节 规划的指导思想
 - 一、以人为本,体现规划与建筑、街区环境、城市发展的协调性
 - 二、彰显特色,展示城市的历史文化底蕴和人文风采
 - 三、塑造形象,运用现代规划理念打造当地城市品牌
 - 四、科技主导,突出科技、环保、节能的特色
 - 五、创新思维,提升规划设计的艺术含量
 - 第二节 规划的多维分析
 - 一、区位特点分析
 - 二、功能分区分析
 - 三、空间性质分析
 - 四、道路交通分析
 - 五、建筑状况分析
 - 六、节点和广场分析
 - 第三节 规划的风格设计
 - 一、整体设计风格
 - 二、整体布局和分区
 - 三、整体色彩搭配
 - 第四节 规划的要素组合
 - 一、合理控制形态
 - 二、和谐调度色彩
 - 三、适度安排照明
 - 四、提炼商品内涵
 - 五、突出商业特征
 - 六、符合景观需求
 - 第五节 规划的流程管理
 - 一、城市户外广告的规划流程
 - 二、城市户外广告的制作设置要求
 - 三、城市户外广告的维护和管理
- 第五章 门面招牌的规划与设计
 - 第一节 门面招牌的定义和分类
 - 一、门面招牌的概念
 - 二、门面招牌的分类

<<城市户外广告规划与设计>>

三、门面招牌的设计范例

第二节 门面招牌的规划要求

一、设置原则规定

二、设置内容规定

三、设置技术规定

四、设置照明规定

五、分区设置要求

第三节 门面招牌用材及照明要求

一、用材说明

二、照明形式

第四节 门面招牌的常见问题及整改措施

参考文献

后记

<<城市户外广告规划与设计>>

编辑推荐

《城市户外广告规划与设计》一书的出版，可以说填补了我国城市户外广告规划研究的空白，也恰如其时地迎合了城市规范经营的需要。

城市户外广告是人们最直观接触的广告媒体形态。

随着我国城市化进入高速发展阶段，城市户外广告不仅以创意科技有效地搭建着生产与消费的桥梁，更以丰富多样的形式彰显着一个城市朝气蓬勃的活力。

大众媒体广告的经营主体多为国资背景，而城市户外广告的经营主体则更为多元化。

城市户外广告的多元化产生了无限生机，但由于城市发展、城市经营本身也日益成为公共管理上的重要课题，城市户外广告的科学、有序发展自然成为政府与广告界高度关心的问题。

<<城市户外广告规划与设计>>

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>