

<<时装橱窗艺术>>

图书基本信息

书名：<<时装橱窗艺术>>

13位ISBN编号：9787806784167

10位ISBN编号：7806784160

出版时间：2005-10

出版时间：上海书店出版社

作者：冷芸

页数：107

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>

<<时装橱窗艺术>>

内容概要

橱窗作为品牌的窗口，对引导消费具有不可小觑的作用。

本书以“看图说话”的形式，向读者展现了欧洲极具创意及艺术特色的时装橱窗，并以此希望帮助中国的时装品牌，在竞争日益激烈的环境中，能够通过橱窗这一最靠近消费者的舞台，独树自己的品牌风格。

本书适合时装营销类、橱窗陈列类专业工作者、对商业平面设计、环境设计等相关工作人员也当具有一定参考价值。

<<时装橱窗艺术>>

作者简介

冷芸，女，十二生肖中，有幸与鲁迅先生笔下的“俯首甘为孺子牛”结下一生缘。

A型血，水瓶座。

按照星象学之说，在星座与血型的配合上，以A型血及水瓶座的搭配最为极端。

A型血思想古板墨守成规，水瓶座却自由散漫喜好所有新生事物；A型血客观公正水瓶座却主观顽固；A型血擅长理性分析水瓶座却充满感性。

所以人性的矛盾常常在这种人身上体现得较为突出。

父母皆为上海支边知青，出生于新疆塔里木盆地，在建设兵团度过自己的幼年，后在有“梨乡”之称的库尔勒完成中学学业。

16岁时，政府发布政策，允许上海知青子女户口返回上海。

就这样，千里迢迢，乘了100个小时的火车，从“鸡形”地图的最西端搬迁到阳台东端。

故遇见陌生人最难回答的问题就是“哪里人？”

说“新疆人”别人觉得长得不像，说“上海人”却又缺少“根”的感觉。

学校毕业后不久进入外交企业工作，过着标准的“白领生活”：领着比一般企业高几倍的工资，说着还算像样的洋文，偶尔可以出出国门开开眼界，乘飞机的频率高于常人但还不至于是“空中飞人”。

做过秘书，翻译，IT，直到进入全球最大体育用品公司NIKE开始从事销售及相关工作。

2003年怀着对fashion的满腔热情，前往伦敦时装学院学习时装营销与管理并获取硕士学位。

同时在中央圣马丁艺术设计学院进修创意型打版设计并获得研究生水平证书。

利用学习空闲，在当地设计师工作室做设计助理，对英国设计师他是意能力及设计师品牌运作羡慕不已。

这是有本系列丛书诞生的背景原因。

回国后任某服装品牌产品总监，负责产品开发管理。

并任中国美术学院上海设计学院客座讲师。

现为服装自由职业者。

<<时装橱窗艺术>>

书籍目录

欧洲的时候橱窗卖故事而不是卖衣服陈列小贴士1——展示中如何摆放模特儿细节决定一切陈列小贴士2——模特儿的选择将艺术融入商业陈列小贴士3——橱窗内照明灯的使用大众时装品牌：快速、时尚、低价ZARA——百变女郎，创造一个西班牙神话H&M——瑞典的“她与他”，尽显北欧风情Miss Selfridge——活力四射的英国“塞尔弗瑞吉小姐”New Look——英国的“新面貌”高级品牌店：艺术，创意，高贵Dickens&Jones(迪更斯与琼斯)Harvey Nichols（哈维尼可斯）男装店

章节摘录

影响模特儿摆放的因素主要有以下几点：首先要确定模特儿是用于橱窗展示，还是用于室内陈列？

如是橱窗展示，则需要确定是封闭式橱窗，还是开放式橱窗？

其次，陈列主题是什么？

陈列风格究竟是前卫的，还是成熟稳重的，或者其他什么风格？

橱窗内的照明条件如何？

需陈列的商品是什么风格、色调？

商品的主要特征是什么？

影响模特儿摆放的因素有很多，但总的来说，陈列员的专业水平与想象力非常重要。

摆放模特儿的方式则通常有以下几种：模特儿与模特儿之间应当让人感觉有互动感，就像在观赏现实生活中的人一样。

陈列员可以从生活中获取灵感，想象一种生活场景。

然后根据场景设计并赋予每个模特儿生活化的个性情感。

模特儿与其周围环境的协调非常重要，必须让人有视觉上的愉感。

放置模特儿时，一定要考虑到它能够与顾客产生互动，并引顾客的注意。

同一个模特儿从不同的角度看会让人产生不同的感觉。

不妨多看选择什么角度最能体现陈列的主题。

在某种场合，比如女装专卖店或童装专卖店，可以混合放置男性女性、儿童模特儿，制造一种家庭式的氛围，让人感觉亲切温馨。

橱窗内所布置的场景应让人感觉像是在诉说一个故事。

如果消费者看了橱窗不知所云，那么这种陈列则是失败的。

在有限的资金情况下，可以通过经常调换模特儿的位置来保持橱窗陈列的“新鲜感”。

如果常年累月将模特儿放置在同一位置，顾客会把它们当成是固定的道具而对它们视而不见。

<<时装橱窗艺术>>

编辑推荐

本书以“图说”的形式，毕现了当代欧洲城市中的一些极具艺术创意与装置特色的时装橱窗。这些时装橱窗照片，都是作者在她的亲历所见中，以其慧眼之识而有所选择地拍摄的。它想要告诉我们的是：让中国的橱窗也亮起来!橱窗亮了，品牌自然熠熠生辉了。

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>