

<<服装店展示设计宝典>>

图书基本信息

书名：<<服装店展示设计宝典>>

13位ISBN编号：9787122153210

10位ISBN编号：7122153215

出版时间：2013-1

出版时间：化学工业出版社

作者：吴爱莉，马跃跃 主编

页数：187

字数：251000

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>

<<服装店展示设计宝典>>

内容概要

本书分五部分，介绍了服装店展示设计的思路和方式方法。

第一部分介绍了设计前应该做的工作以及服装店建筑设计师的不同风格；第二部分分析了服装店展示设计的新形式，包括照明设计、材料运用、设计手法创新、装置的运用、建筑结构的变异以及内部空间的橱窗化设计等。

第三部分为服装店展示设计新作集锦；第四部分为服装店展示设计的前瞻理念；第五部分为附录，收录了宝贵的服装店展示设计常用数据资料集和背景音乐的灵性。

本书可供展示设计行业相关人员、专业设计人员、高等院校相关专业师生、服装行业管理者等阅读使用。

<<服装店展示设计宝典>>

书籍目录

引言

第一章

前奏曲

——写在设计之前

第一节 服装不仅仅是服装——服装包裹的故事

一、当你找不到合适的服装时就穿香奈尔

二、体现地中海的万种风情，就选择Dolce&Gabbana（杜嘉班纳）

第二节 模特不仅仅是模特

第三节 设计不仅仅是设计

一、设计是什么？

是文化？

是艺术？

是生活方式？

二、H&M品牌文化的传奇故事

第二章

建筑设计师的追求与服装店展示设计

一、大卫·奇普菲尔德（David Chipperfield）

——对服装店的抽象表达

二、费鲁奇奥·拉维安尼（Ferruccio Lavian）

——对服装店的绚丽释义

三、彼得·马瑞诺（Peter Marino）

——设计师中的魔术师

四、罗伯特·巴希奥奇（Roberto Baciocchi）

——精致的浪漫

第三章

服装店展示设计新形式

第一节 新的照明设计方式

一、新的光影技术的发展与应用

二、“Louis Vuitton”（路易·威登）日本六本木“丘陵”（Hills）店的射灯照明技术

三、路易·威登并木街店

——透光纸感的另类建筑

四、光纤照明的奇观

——迪奥（Dior）东京表参道店

五、H&M店变幻多姿的照明设计策划

六、多媒体幕墙在服装店的运用

第二节 材料运用的多层次、多方位思维趋向

一、罗意威（Loewe）在瓦伦西亚（Valencia）的旗舰店

二、普拉达（Prada）在美国科罗拉多洲皮特金郡的“白杨”（Aspen，阿斯蓬）店

三、普拉达东京旗舰店

四、杰尼亚（Ermenegildo Zegna）在美国纽约第五大道663号开设了首家美国旗舰店

第三节 设计手法的新发展

一、普拉达（Prada）的巴黎专卖店

二、东京表参道、香港中环

<<服装店展示设计宝典>>

路易·威登旗舰店

三、巴塞罗那的H&M旗舰店

第四节 装置的重要性

一、拉斯维加斯的普拉达旗舰店

二、帕多瓦 (Padova) 店

三、日本东京的英国皮具品牌帕特里克·考克斯 (Patrick Cox) 专卖店

四、日本东京青山“柴油牛仔” (Diesel Denim) 专卖店

五、巴林“别墅时装” (Villa Moda) 高级时装店

六、连卡佛北京新店

七、日本东京奈尔·贝瑞特 (Neil Barrett) 旗舰店

第五节 通过变异的建筑结构打造独特的服装店气氛

一、埃里温恩 (Elevation) 设计的宋·马克斯 (Song Max) 服装店店面设计

二、阿玛尼旋风楼梯

三、墨尔本名人议事堂 (Fame Agenda) 服装店设计

四、河床 (Runway) 专卖店设计

第六节 “可变性”使内部展示空间“橱窗化”

一、橱窗设计概念的发展

二、耐克 (Nike) 品牌旗舰店的“橱窗化”设计举例

三、耐克·波威体育场纽约店铺设计

第四章

服装店展示设计新作集锦

一、意大利前卫女装弗拉娜 (Fornarina) 品牌店

二、吕西安 (Lucien Pellat-Finet) 服装专卖店

三、皇蛾 (Emporor Moth) : 幻境般的时尚服装店

四、芭比 (Barbie) 上海首家旗舰店

五、“浪漫一身”服装店

六、苍鹭 (Cenerino) 儿童服装店

第五章

服装店展示设计的前瞻理念

第一节 服装展场将多种经营功能融为一体

——经营理念上的革新

一、日本东京银座大厦阿玛尼概念店

二、杜嘉班纳米兰新店GOLD

第二节 崇尚环保的绿色理念

——可持续发展观的实际行动

一、路易·威登地下临时店, 位于东京池袋商业区西武百货店

二、三宅一生青山店

三、三宅一生的24概念店 (24 Issey Miyake concept)

四、力+霓虹灯 (Lik+Neon)

五、爱马仕 (Hermes) 2010春夏新品系列展示

第三节 全景呈现流程的“服装体验店”

第四节 打破服装专卖店概念的

“流动展示中心 (Mobile Art)”

本书小结

一、展示设计概念的发展

二、让设计发出“声音”

三、美学观的发展

<<服装店展示设计宝典>>

四、商业空间——新的城市理念

五、展示设计的观念与误区

附录

附录A 服装店展示设计常用数据设计资料集

一、百货商店展示环境设计资料

二、专卖店展示环境设计资料

三、设计施工图参考资料

四、播牌服装店调研设计资料

(调研:姜禹含、吕尹秀)

五、服装店方案设计资料

附录B 背景音乐的灵性

后记

<<服装店展示设计宝典>>

编辑推荐

吴爱莉、马跃跃撰写《服装店展示设计宝典》的最重要的目的和意义，是打破以往的思维方式，通过揭示通往服装展示设计的心路之门，融会贯通地去理解灵感与设计的缘起是什么，以及这种创作的源泉通过何种方式、如何在头脑中孕育并发展起来，直至点燃设计的激情并达到对作品的完整展现，希望它可以为您带来一种洞察、一种思考的方式及方向，也希望可以启发您的设计的灵性、灵感……

本书涉及的主要内容，绝不仅仅只为了让读者按图索骥地去寻找服装店设计所需要的平面关系、人体尺寸、图纸大样、装置细部，也不仅仅是为了阐述服装展示的陈列与相应的管理之道。

<<服装店展示设计宝典>>

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>