<<商品展览设计精华>>

图书基本信息

书名:<<商品展览设计精华>>

13位ISBN编号: 9787538832815

10位ISBN编号: 7538832815

出版时间:1998-4-1

出版时间:黑龙江科学技术出版社黑龙江科学技术出版社 (1998-04出版)

作者:肖尔斌

页数:190

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

<<商品展览设计精华>>

前言

在设计领域中,展览设计因其独特的内容和形式而成为一项独立的设计职业。

在当今的商品大潮中,引起越来越多的人的兴趣和关注。

的确,展览设计不同于一般的设计作品,它的艺术性远不及商业性,它是一种商业环境的创造,是商品经济条件下市场竞争的工具。

展览设计的特征表现在: 设计中注入商业信息的多少,质量的讷氏,直接影响展览会的成功与否; 在商业展览设计中过分追求设计技巧会直接影响展览会目的的表现; 展览设计是创造销售环境而 不仅仅是艺术设计。

展览设计也有自己独特的设计特点: 为参观者提供简洁、方便的观赏路线; 传递顾主的市场意愿; 具有引人注意,简单的视觉形象; 既与整体气氛协调,又有其独特的设计构思; 能使参观者容易理解; 具有零售商品的贮藏空间; 清晰表达展览会举办者的意图: 不仅仅是创造美丽的外观而不抓住市场机遇,树立企业形象。

很难说展览设计对展览会的成功有多大影响,但目前能肯定的是好的展览设计有助于达到展览会的预期目的。

展览设计应是经济、有效、安装方便,逻辑性强,并能引起人们的注意力。

好的展览设计,无论其规模大小,必须具有商业意识——能完善、准确地传递企业与展览商品的所有 信息。

因此展览设计者必须做到:(1)理解举办展览会的目的,如果展览会的目的尚不明确的话,设计得应与举力者积极合作,共同商讨,明确目的,以便在设计中准确表达意图和传递信息。

- (2)舍行花费时间和精力去理解商品特点、生产情况市场发展、况能力等一切信息,这样才能使展览设计有利于对企业的整体表现,而不仅是商品本身。
- (3)设计者还要抓住顾主的心态,所他们的想法和需求通过设计表现出来。

此外,设计者还要具有空间设计,产品设计与图示表达,结构和材料方面的知识。

应该指出的是,展览设计不是个人的创作活动,而是集体智慧的结晶,整个设计过程需要紧凑,融洽的合作关系。

包括与企业、顾客、展览举办者,专业人员,甚至制作人的合作。

<<商品展览设计精华>>

内容概要

在设计领域中,展览设计因其独特的内容和形式而成为一项独立的设计职业。 在当今的商品大潮中,引起越来越多的人的兴趣和关注。 的确,展览设计不同于一般的设计作品,它的艺术性远不及商业性,它是一种商业环境的创造,是商 品经济条件下市场竞争的工具。

<<商品展览设计精华>>

书籍目录

第一章 小型展览第二章 中型展览第三章 大型展览第四章 多层展览

<<商品展览设计精华>>

章节摘录

插图:

<<商品展览设计精华>>

编辑推荐

《商品展览设计精华》是由黑龙江科学技术出版社出版的。

<<商品展览设计精华>>

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