第一图书网, tushu007.com

<<商品展示环境色彩设计>>

图书基本信息

书名：<<商品展示环境色彩设计>>

13位ISBN编号：9787500682233

10位ISBN编号：7500682239

出版时间：2008-8

出版时间：中国青年出版社

作者：缪维

页数：152

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

前言

进入21世纪以后，随着中国经济的持续发展，以及国际经济一体化、文化全球化时代的到来，国内设计界越加感到色彩的重要。
事实上，色彩的重要性不仅体现在美化生活、优化产品、启迪心灵，而且在商业时代，色彩还成为经济发展的重要推动力量。
于是近年来“色彩经济”、“色彩消费”、“色彩管理”、“色彩营销”以及“城市色彩”、“流行色”、“色彩设计”、“色彩顾问”等已经发展成为重要的流行词汇。
从国外，特别是日本近50年的色彩发展历程与成功经验来看，一个国家的整体色彩设计水平和国民色彩素质的提高要依赖于色彩教育的普及。
为此，中国要想实现一个色彩强国的梦想，当务之急就是要充分意识到色彩教育的重要性及迫切性。
中国自20世纪初期引进西方色彩教育以来，大体经历了三个发展阶段，即装饰色彩时期（1910年至1980年）、色彩构成时期（1980年至2002年）和色彩设计专业时期（2002年至今）。
每个时期可谓是各具特色，并且都为国内设计的发展做出了重要贡献。
“百年大计，教育第一”。
因此，中国未来色彩事业发展的牢固基石还是在于色彩教育的普及与提高。
整体上看，“普及”可以通过国内一些专业机构、色彩公司等团体来完成，如色彩设计师资格认证、色彩设计培训等形式，主要实现大众化的色彩教育任务。
而“提高”则更多地依靠具有教育优势的高校来进行，主要为社会和行业培养高素养、高技能的色彩专业人才。
现代教育实践表明，教材是教学之本。
因此，建立符合当代色彩设计艺术发展规律和教学特色的色彩教材体系就势在必行了。
北京服装学院作为目前国内重要的艺术设计院校之一和国内第一个建立了色彩专业的院校，近年来结合色彩设计专业的教学需要，在教材建设方面花费了大量心血。
此次出版的《高等艺术设计院校色彩教育丛书》是向国内色彩学同行、读者系统地介绍本院在色彩教学、色彩研究、色彩实践等方面取得的阶段性成果，目的是借此机会与国内同行进行专业交流，同时促进国内色彩教育、色彩研究、色彩出版的发展和繁荣。
因此，我希望借助《高等艺术设计院校色彩教育丛书》，对国内高等色彩设计教育理念、形式的改革以及教学水平的提高起到促进作用。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

在高度市场化和“眼球时代”的今天，任何一个拥有广大市场或者知名度的商品制造者都不会轻视其终端形象系统，即由店面、橱窗、卖场构成的商业展示环境的营造及建设。
实践表明，商品展示环境，是品牌完成“由产品到商品惊人的一跃”的关键环节，同时也是企业赢得经济效益和树立品牌形象的重要舞台。
《高等艺术设计院校色彩教材丛书》共八册，其中《商品展示环境色彩设计》，主要通过对商品展示环境色彩设计的基本概念、设计原则、设计方法、设计范畴、设计要素等予以系统地介绍，向对此领域有兴趣的学习者、爱好者提供一种学习与研究的方法，特别是希望相关领域的设计人士能够从中吸取一些有益经验，从而为尽快提高国内商品展示环境色彩设计水平起到实际的指导意义。

作者简介

毕业于北京艺术设计学院，高级工艺美术师；现为中国流行色协会理事、中国漆器协会理事、中国工艺美术学会理事等；曾任中国工艺美术总公司海外企业部经理；20世纪90年代开始长期在美国工作，曾任美国洛杉矶“中国商品展示中心”负责人，现任北京美欧亚澳国际经济文化交流

<<商品展示环境色彩设计>>

书籍目录

第一章 概论 1 商品展示环境色彩设计的概念及范畴 1.1 商品展示环境色彩设计的概念 1.2 商品展示环境色彩设计的构成要素 2 商品展示环境色彩设计研究的目的及方法 2.1 商品展示环境色彩设计的研究目的 2.2 商品展示环境色彩设计的研究方法第二章 商品展示环境色彩设计的原则 1 营造良好的视觉营销效果 2 体现品牌文化的魅力 3 反映品牌的市场定位 3.1 根据不同目标消费群进行的色彩设计 3.2 根据不同产品类型进行的色彩设计 3.3 根据不同产品档次进行的色彩设计 4 创造别具一格的色彩效果 5 无彩色应用原则第三章 设计创意 1 混融组合法 2 打散构成法 3 逆向思维法 4 想像联想法 5 维度转换法第四章 材质与色彩 1 对不同材质色彩的应用 1.1掌握不同材料的色彩气质 1.2 培养敏锐的材料色彩感觉 1.3 培养塑造材料的能力 2 材料应用工艺设计 2.1 工艺设计是造物的方法 2.2 材料组合的工艺设计第五章 灯光照明与影形艺术设计 1 商场环境照明 1.1 通亮照明 1.2 明暗变换 1.3 聚焦光照 2 利用光照塑造形象 3 阴影、阳影、剪影的塑造 4 色光气氛的营造第六章 店面色彩设计 1 店面色彩设计的概念及其构成要素 2 店面色彩与所在商业区环境要和谐与统一 3 高彩度色彩应用方案 4 聚焦视线 5 店面标牌色彩设计 6 国外店面设计的基本概况第七章 橱窗色彩设计 1 橱窗色彩设计的概念及其构成要素 2 橱窗、展台、样品色彩的选择 2.1 选择流行色引领市场 2.2 重视色彩搭配 3 店面橱窗色彩构图 3.1 色彩拉近和推远的透视效果 3.2 色彩膨胀和收缩的视觉效应 3.3 色彩的轻与重第八章 卖场色彩设计 1 卖场色彩设计的概念及其构成要素 2 色彩设计方法 2.1 高彩度色彩排列 2.2 邻近色列 2.3 同类色排列 2.4 复色排列 2.5 无彩色排列 2.6 色彩排列方式第九章 信息采集与应用 1 信息的获取渠道 2 信息捕捉的方法 3 信息的应用 4 信息的过滤第十章 设计流程 1 《色墙》作品的设计流程 2 其他案例 2.1 高密市展会设计 2.2 山东如意集团展位设计 2.3 山东绮丽女装卖场设计后记

第一图书网, tushu007.com

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