第一图书网, tushu007.com

<<时尚观潮>>

图书基本信息

书名：<<时尚观潮>>

13位ISBN编号：9787506484817

10位ISBN编号：7506484811

出版时间：2012-5

出版时间：中国纺织出版社

作者：肖海

页数：120

字数：139000

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

每一个人都期望得到更多，但正如手的五根手指不同的道理一样，每个人承担的职责和扮演的角色也是不一样的，每个人所能胜任的事情和所该得到的回报原本该是相匹配的！
企图得到一切的欲望是贪婪，强烈的占有心理往往会事与愿违；而凡事都不以为然碌碌无为也不足取。
生活没有目标，人生也就丧失了意义。
生活中常常需要抉择和放弃。
学会放弃，懂得抉择，这在艺术表现中是对虚与实关系的把握和处理。
以实对实是描摹，付之以勤勉就能达成目标；以虚对实是升华，需要攻心和技巧的操作。
而纯粹的虚是不着边际的浮华和不实在，虚张过头则为欺世。
只有虚实相生、进退有度，才能便于我们看清周围的世界，辨识周围的人和事，这样也有利于自己去做好能做的事情。
写这本书的初衷是打算集结一本论文集，但在编排的过程中我几乎推翻了原来的整个想法，也就只保留了开篇的文章，并且调整更新了全部的插图。
其余涉及展会观察的文章都是重新编写的。
我隐约意识到，与其贩卖自己未见得能被别人接受的观点，还不如就我所观察到的东西，敞开一个更大的世界。
这也就是我近两年游走西欧各地采风，以及追踪纺织与室内装饰相关领域重要国际展会的见闻、分析和思考。
我期待这本书会给感兴趣的读者带来他们想得到的信息。
今天的市场给品牌和设计文化的发展提供了发展的空间。
对于一个人来讲，谋事在人，成事在天。
与生俱来的基因左右了人的性格，好的性格奠定了人事业成功的基础，但这不等同于事业成功的本身，后天的努力和现实的磨砺才是事业成功的关键。
对于市场而言，有市场必有市场的细分。
我国国内现行的“万能”加工厂模式给中国的品牌发展造成了一个严重的误导，就是“我什么都能做”，所以我们要雄心勃勃地创建的品牌计划也必须面向全方位的市场。
这种没有取舍的态度必然导致品牌的模糊性，而一个模糊的品牌是无法定位于消费人群的。
加工市场作为中间环节需要有百变的适应能力，这只是承接加工的基本条件和赚取加工费的基础准备；面向消费者的终端品牌也要适应风云变幻的市场，越是定位高端的品牌所涉及的高风险和高附加值越是明显。
但无论哪个层面的品牌都必须考虑和消费者的关系，最重要的是品牌对消费者的忠诚度，这也是消费者对所选择品牌忠诚的前提。
忠诚就意味着要有所取舍，对于人生来讲这很不容易，对于品牌的树立和发展来讲这可能更难。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书内容包含四部分：第一部分以研究现代设计发展的文论开始；第二部分是国际展会观察，介绍和分析了法国巴黎家居装饰博览会的流行趋势、意大利米兰国际家具展和米兰全城联动的米兰设计周；第三部分是品牌文化专题展研究，结合法国时尚品牌路易．威登进入中国第二十年在北京的艺术时空之旅的盛展，分析了品牌内在的文化精神和中国当代文化的联系；第四部分是荷兰流行趋势专家及其工作室的专访纪实。
全书以国际化视野对现代设计潮流和消费文化的现象进行了分析和研究。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

肖海，北京服装学院纺织品艺术设计专业，教授。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

开放的设计
——纵览现代设计及其观念的流变
舒缓与强烈的变奏平衡
——2011年1月巴黎家居博览会流行趋势分析
花样年华五十载
——2011年4月米兰设计周及米兰国际家具展
非同寻常的“旅行”
——2011年路易·威登北京“艺术时空之旅”展览
走进米罗·凯勒的世界
——在荷兰皮尔默伦德拜访国际流行趋势专家
参考文献
致谢
后记

章节摘录

版权页：插图：如何将中国文化渗透到我们的设计之中，需要我们从历史的现实角度理解中国文化的包容性。
包容需要有坦荡的胸怀，包容需要有深厚的底蕴，包容需要谦逊的态度，包容需要有吐纳的精神，包容需要有拿来的勇气，包容需要有从容的自信。
包容意味着我中有你、有他，包容不是一成不变的我，包容是发展的，包容是开放的。
开放不是被动地掀开了潘多拉的匣子，而是主动地吸收新的血液，不断地调整和强化自己的造血机能，绵延生生不息的生命活力。
现代设计的表现形式与传统文化核心内质其实并无排：斥，表面上它们有时空的殊异，但只要我们以人为本，相同和相似的观点将会越来越多地捋出。
今天的设计师在已有的文化传统中挖掘新的表现语汇，来丰富设计的文化内涵，有利于从根本上提升自己。
我们能够赞许别人以异样新奇的目光看自己，难道就不能自许肯定，同样我们有理由欣赏别人。
世界文化的发展需要各民族文化的贡献，现代设计的丰富也需要中国精神的光大。
我们既要在自己的主流文化中找到可以培育的东西，也要在广泛的世界文化中探寻可以开发的宝藏，还要回眸自然，在自然启发中获取灵感，最重要的是当代鲜活的社会生活内容更应该是诱发现代设计创造性思维和表现形式的源泉。

媒体关注与评论

每一件事物都要符合它自己的目标。
一个人应该能够有舒适的椅子坐，在桌旁安静地进餐，在床上舒适地休息。
而不舒适的座椅、摇摇晃晃的桌子和窄小的床铺是丑陋的。
——艾伦·凯奢华……是国家最丰富的资源、工业发展的强大动力和最有力的经济杠杆。
它清除风俗习惯中所有野蛮的痕迹，创造艺术、科学、贸易和企业，增加人口，增强国力，使生活充满快乐和幸福。
——柏图赫在多数人看来，设计就是和镶嵌工艺差不多，对于我而言，设计二字绝无任何引申的含义，设计概念是一个作品的核心灵魂，而外壳只是灵魂的表达。
——史蒂夫·乔布斯

编辑推荐

《时尚观潮:家居装饰、品牌文化和趋势研究》编辑推荐：今天的市场给品牌和设计文化的发展进供了发展的空间。
对于市场而言，有市场必有市场细分，我国国内现行的万能加工厂模式给中国的品牌发展造成了一个严重的误导，就是“我什么都能做”，所以我们要雄心勃勃地创建的品牌计划也必须面向全方位的市场，这种没有聚会的态度必然导致品牌的模糊性，而一个模糊的品牌是无法定位于消费人群的。
国家倡导的文化创意产业会给现代时尚设计带来新的发展机缘，相对于西方发达国家，中国巨大的加工制造能力和单薄的自我原创设计形成了鲜明的把关，我们现在不乏走出去“拿来”，但讲述我们自己的品牌故事的时候总觉得供血不足，塑形不饱满。
其实讲故事不过是个提法而已，看到一个品牌的成功，我们需要绕开时尚的光环，分析幕后的艰辛与努力，分析文化如何成为品牌肌体的血液。

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