第一图书网, tushu007.com

<<酷店>>

图书基本信息

书名：<<酷店>>

13位ISBN编号：9787538157789

10位ISBN编号：7538157786

出版时间：2009-10

出版时间：辽宁科学技术出版社

作者：李亮亮，胡嘉思 著

页数：271

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

在设计商业空间时，不仅需要考虑到铺面的设计风格，而且还需要考虑到商铺所处的地理位置、经营项目，以及对环境的要求。
具备完善的基础设施是所有商业场所应具备的“大前提”，是营造高效工作环境，确保为顾客提供优质的服务的前提。
近年来，因美式风格的席卷，购物中心有向城区集中的趋势，商业空间的设计也得到了全方位的发展。
购物中心犹如雨后春笋一般，以一种新的姿态诠释着商业场所应具备的“大前提”。
包括：空间内部格局设计思维的改变(以前风格较为传统且以图表为主)；光和色彩的系统运用成为建筑中不可或缺的因素；预制材料与通透空间的运用，形成一股潮流，势不可挡。
此书如一本图片指南，指明当前以及未来的室内设计风格的趋向；另外，在全方位展示每一个项目的同时，还将项目中最重要的建筑细节呈现在读者的面前。
因此，本书收录了各式各样的施工详图，比如照片、平立面图、比例图和草图等，如同建筑师进行构想、设计一般，对作品进行详细地剖析。

书籍目录

前言阿拉纳希尔商店BIASA服饰精品店植村秀精品店伯萨书店凯丽博莱时装店北京喜彪DC鞋店东京装饰眼镜店缀饰北京芬理希梦北京芬理希梦芬迪旗舰店HUGO BOSS男装店雨果·波士橙色店RONO意大利雪糕店凯斯纳眼镜店卡路浪凡精品店路易·威登旗舰店午餐假日风格巧克力店三宅一生精品服饰金属屋米兰家居店Miss Sixty女士精品店Miss Sixty女士精品店三宅一生麦迪逊店木拉蒂·唐娜店耐克Soho旗舰店OLIJF时尚店精品眼镜店宠爱后裔服装店美酒冷餐店OLIVINO佛罗伦萨商店赛乔·罗斯喜特鞋店索尼-阿里发克斯展厅滕多家具店提诺·蓝齐奢华店“ 姿 ”家具店索引

章节摘录

在商店里，什么最吸引顾客的注意？
如何让你的店面更招徕顾客？
什么样的布局更令人流连忘返，最重要的是让人更想买东西？
经验丰富的顾客会告诉你，设计精美的商店不仅仅是一个商业机构，还是一个放松的场所，是充满激动和期待的冒险之旅。
商店成了微缩的世界，在那里顾客能体验惊喜，鼓舞，当然最后成为他们最喜爱的购物场所。
人们喜欢置身于一个格外舒适的场所，他们愿意在特别的商店里花更多时间和金钱。
我们是受习惯驱使的生物，开心时出去购物，我们把它当作奖励，而在伤心时也要购物，它就成了安慰。
在城市里，购物是人们最喜爱的活动，它已成为人们生活方式的一部分。
如今的零售行业竞争激烈，日益重要的文化角色被各家商店和精品店置之脑后，人们对创新购物体验的需求为简单的消费主义重新做了界定。
大量设计时尚的店面涌现出来，像展示艺术作品一样展示商品。
零售店中时尚的盛行，也为建筑带来了挑战。
它要求多功能、可定制的房屋骨架.可以时时更新，以满足各季展品的需求。
在世界主要城市，商店内部变得越来越古怪，富于疯狂的想象力，标准不断提高。
设计界限也以指数方式扩大。
零售店的美观形象不再仅仅是为了方便购物和加强品牌意识。
它已演变成一个公共场所，人们把大量业余时间都花在那里。
基于这个理由，建筑师和设计师在设计店铺内部时把底限推得越来越远。
结果是，创造了独特而壮观的城市景观，这些商店鼓励并娱乐了早已厌倦逛街的人士，为城市增添了活力。
各色商业网点都已经被富于冒险精神的建筑师和室内设计师重新诠释，这些店面的内部风格、装饰材料、色彩、质地、光线、家具、手绘图案、外观等本身特性比它们所出售的商品还要吸引人。
未来时代购物　　信息技术：对我们许多人而言，购物已不仅仅是简单的金钱与商品、服务之间的交换。
它是一项综合性的体验，甚至是一种自我治疗。
在过去的几年中，新技术的发展也许彻底改变了我们的购物方式，以及零售商与顾客的沟通方式。
网络技术的应用，新一代消费者的产生，以及对顾客关系本质的激进创新，大概在未来几年，购物的体验将会和今天大不相同。
未来购物的重点在于了解购物体验的演变和什么样的技术变革能在采购过程中提高消费者的经验。
这需要研究人员为消费者提供有选择的控制零售商的途径。
以提高他们的经验。
还要改变最新技术，使现在实施的后端零售转化为在前端解决，最终达到消费者和零售商的双赢。

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