

<<商业展示与视觉导识系统设计>>

图书基本信息

书名：<<商业展示与视觉导识系统设计>>

13位ISBN编号：9787538159622

10位ISBN编号：7538159622

出版时间：2009-9

出版时间：辽宁科学技术出版社

作者：王艺湘

页数：143

字数：228000

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>

<<商业展示与视觉导识系统设计>>

内容概要

本书的内容主要从娱乐性、导向性、引导性、识别性、规则性、解说性等几方面详解环境视觉设计、环境标识设计、环境导向设计、公共建筑设计，把新的视觉设计理念与导识系统相结合，辅助丰富的设计实例。

因此，这本书是一本具有全新理念性的书，编写时力求融科学性、理论性、前瞻性、知识性和实用性于一体，观点明确、深入浅出、图文并茂。

<<商业展示与视觉导识系统设计>>

书籍目录

第一部分 商业展示设计 第一章 商业展示设计概述 一、商业展示设计的概念 二、商业展示设计的前提条件 三、商业展示设计的材料 四、商业展示配套设施的选择 作业与研究课题 第二章 商业展示设计的规划和设计流程 一、商业展示设计的程序设计 二、商业展示设计的文案设计规划 三、商业展示设计的创意设计规划 四、商业展示设计的实施计划 作业与研究课题 第三章 商业展示环境的空间设计 一、商业展示空间的特征 二、商业展示空间的分类 三、商业展示的整体空间设计 四、商业展示的平面空间设计 五、商业展示的立面空间设计 六、商业展示空间的商业格局设计 七、商业展示空间设计的宗旨和艺术处理手法 作业与研究课题 第四章 商业展示的色彩设计 一、商业展示色彩的特性 二、商业展示色彩的设计原则 三、商业展示设计中色彩的作用 作业与研究课题 第五章 商业展示的陈列设计 一、商业展示陈列的原点分析 二、商业展示的动态陈列设计 三、商业店面的陈列设计 作业与研究课题 第六章 商业展示的照明设计 一、商业展示照明设计的形式 二、商业展示照明设计的种类 三、商业展示的光源照明设计 四、商业展示照明设计的原理 五、商业展示照明设计的形式法则 六、商业展示照明设计的目的 七、商业展示照明设计流程 作业与研究课题 第七章 商业展示的展具设计 一、商业展具设计的原则 二、商业展具的分类 三、商业的扶助展具设计 第八章 商业展示的人体工学设计 一、商业展示中的尺度要素 二、商业展示中的视觉要素 三、商业展示中的心理要素 四、商业展示设计中的行为要素 五、商业展示中的无障碍设计 作业与研究课题 第九章 商业展示设计的表现与多媒体技术的应用 一、商业展示设计图的分类 二、商业展示模型的设计 三、商业展示模型的制作 四、商业展示计算机辅助设计应用 五、多媒体在商业展示设计中的应用分析 作业与研究课题 第二部分 视觉导识系统设计 第一章 视觉标识设计 一、视觉标识设计绪论 二、视觉标识设计的形式 三、视觉标识设计的分类与设计方法 作业与研究课题 第二章 视觉导向设计 一、视觉导向设计绪论 二、视觉导向设计的设计形式 三、视觉导向设计的表现类型 作业与研究课题 第三章 视觉导识系统设计 一、视觉导识系统设计绪论 二、视觉导识系统设计的设计分类 三、视觉导识系统设计的设计流程 作业与研究课题 第四章 交通环境视觉导识系统设计 一、城市道路交通视觉导识系统设计 二、地铁交通视觉导识设计 三、机场交通视觉导识设计 四、公共汽车站站台视觉导识设计 作业与研究课题 第五章 园林景观视觉导识系统设计 一、园林地图视觉导识系统设计 二、园林展板视觉导识系统设计 三、动植物科普文化视觉导识系统设计 作业与研究课题 第六章 公共建筑视觉导识系统设计 一、城市医院视觉导识系统设计 二、体育场视觉导识系统设计 三、学校视觉导识系统设计 四、办公商务楼视觉导识系统设计 五、住宅街区视觉导识系统设计 作业与研究课题 第七章 商业环境视觉导识系统设计 一、商业店面视觉导识系统设计 二、商业招牌视觉导识系统设计 三、商业橱窗视觉导识系统设计 作业与研究课题 第八章 展示空间视觉导识系统设计 一、展示空间视觉导识系统设计的类型与要求 二、展示空间视觉导识系统设计的形式与方法 三、展示空间视觉导识系统设计的材质表现与创新 作业与研究课题 第九章 旅游环境视觉导识系统设计 一、导游视觉导识系统设计 二、旅游服务场所视觉导识系统设计 三、旅游景点视觉导识系统设计 作业与研究课题 参考文献

章节摘录

第一部分 商业展示设计 第一章 商业展示设计概述 展示是具有清楚地摆出来、启示或明显地表现出演示的行为和现象的意思，主要是通过诉诸视觉、听觉感官来实现其意图的。商业展示是一种包含着目的、意图的行为，具有强烈的传达、告知和诱导的意图，必须通过特定的环境和特别的方式来获取展示效果，必须调动一切可能性，千方百计地通过有力的展示活动来吸引、诱导顾客，以取得诉求效果。

一、商业展示设计的概念 商业展示的目的是为了促销，为商家实现营销目标进行最直接、最有效的宣传。

采用一定的视觉传达手段，借助一定的展示设施，将相关的信息和内容展示在公众面前，以此达到对观众的心理、思想和行为产生重大影响，最终达到创造性的设计活动。

如图1-1a~c所示。

商业展示是信息传播的一种方式，设计者通过调查研究而明确设计目标；经过设想构思而确立设计主题；从具体设计中寻找有效途径；在设计实施上展示最佳效果；把收集到的各种反馈信息，作为最终的效果评估指标。

商业展示设计的体系特征有：（一）多维性 在当今的网络信息时代，商业展示信息的交流已经不受时间、空间的限制。

即观看者可由上到下、由左到右、由前到后、由远及近地游历于展示空间中，通过角度和位置的变化以及身临其境的感受，全方位地观看展品或接受信息，从而获得更翔实的认识 and 了解。

如图1-2所示。

.....

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>