

<<中小城市户外广告控设体系研究(平装)>>

图书基本信息

书名：<<中小城市户外广告控设体系研究(平装)>>

13位ISBN编号：9787810904469

10位ISBN编号：7810904469

出版时间：2004年12月1日

出版时间：苏州大学出版社

作者：王伟明

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>

内容概要

城市，尤其是中小城市在户外广告的“控设”，即户外广告的规划和控制、设置和管理方面亟需全方位的示范个案。

前者对科学合理地建立城市户外广告规划体系具有指导意义，后者则从解剖个案出发，依据不同的城市基础、不同的城市个性、不同的户外广告资源、不同的客房投放主体、不同的广告人才、不同的管理机制和队伍素质“量体裁衣”，具有微观操作的示范价值。

任何规划都是根据今天的实际情形和可能性对未来进行理想化的展望，户外广告设置的规划也是如此。

对于中小城市来说，今天户外广告的情形已远非一张白纸，可以去画最新最美的图画，相反，户外广告的设置经历了20世纪80年代、90年代无序无规划的超常发展后，已达到了杂、乱、差的极点。

同时，中小城市的市政规划也正处在急剧变化阶段，城市面积在扩大，城市结构形态在调整。

因此，在对户外广告设置进行引导、控制、规范的同时，本身也受之于许多因素的影响和控制。

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>