

《金工飾品：感性行銷的時代》

图书基本信息

书名：《金工飾品：感性行銷的時代》

13位ISBN编号：9789570180367

10位ISBN编号：9570180366

出版时间：20040830

出版社：時報外版

作者：生活美學館

页数：80

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《金工飾品：感性行銷的時代》

內容概要

以金工飾品產業為主軸，專訪個人創作者以剖析其專業養成歷程，並邀請具有文化（學術）、技術、時尚等指標性的業者，分享其技術化、產業化、國際化的know-how與經驗，並配合宣導行政院「挑戰二〇〇八國家發展重點計畫」、2004文建會文化創意產業旗艦計畫「台灣新節紀 - 金工飾品文化創意發展計畫」，依相關推廣活動及成果介紹金工飾品之示範開發與產業動態。

本期專題：金工飾品特輯

文化觀察：金工飾品是時代的表情

在地人文：台灣金工產業三部曲，探討台灣金屬工藝產業的過去、現在與未來，包括民俗、時尚、技術等面向

明日之星：國內大專院校畢業作品介紹

特別企劃：金工飾品小百科，金工飾品基本認識、購買指南、清潔與保養

公民美學特輯：與會人員鄭應諧（金雕創作者）、黃志農（民俗專家）、洪文瑞（寶鈿藝術負責人）、呂華苑（大東山珊瑚寶石股份有限公司經營行銷中心召集人）、陳立恆（法藍瓷總裁）、阮文盟（金工藝術家），談民俗工藝、社區人文、傳統產業再生

創意DIY：利用手邊素材，創造獨特的個人飾品

專題座談：公民美學講座，培養對台灣工藝的賞析興趣「工藝」是生活文化最具體的產物，過去台灣工藝產品難以突破發展空間，主因是民眾缺乏追求生活品味的熱情與認知，但隨著經濟的發展，國人視野大開，台灣民眾終於有時間、有能力開始講究生活品質，這個現象可從市面上許多談「家飾」、「設計」、「收藏」及「品牌」等出版品，加上以表現品牌個性為訴求的「文具」、「禮品」、「飾品」及「家具」等專門店如雨後春筍陸續開張，獲得印證，可惜的是國人習以國外產品為指標，反而忽視了台灣的工藝產品。

由國立台灣工藝研究所、中國時報共同企劃的「台灣工藝季刊」，以提倡生活美學為出發點，採用嶄新的報導角度、活潑的編排方式，呈現國內的優秀工藝產業、產品及相關活動，每期均設計主題專輯，搭配子題、專欄報導、推廣活動、讀者實用資訊等，並舉辦主題座談會即時探討相關議題，以提高工藝產業活動的能見度。

於出版同時並配合於中國時報系等媒體進行系列文宣行銷推廣，透過生活化、藝術化、時尚化的報導，活化台灣工藝產品的特色，為讀者營造蘊含具有台灣文化的品味生活。

《金工飾品：感性行銷的時代》

作者簡介

「生活美學館」由中國時報優秀編輯群所組成，結合記者對新聞議題及人物的敏銳觀察力，編輯對出版品視覺與讀者閱讀流暢的掌控能力，使一系列出版品兼具閱讀與收藏的價值。

《金工飾品：感性行銷的時代》

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：www.tushu000.com