《商品展览设计精华》

图书基本信息

书名：《商品展览设计精华》

13位ISBN编号：9787538832815

10位ISBN编号：7538832815

出版时间：1998-4-1

出版社：黑龙江科学技术出版社 黑龙江科学技术出版社 (1998-04出版)

作者：肖尔斌

页数：192

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

《商品展览设计精华》

前言

在设计领域中，展览设计因其独特的内容和形式而成为一项独立的设计职业。在当今的商品大潮中，引起越来越多的人的兴趣和关注。的确，展览设计不同于一般的设计作品，它的艺术性远不及商业性，它是一种商业环境的创造，是商品经济条件下市场竞争的工具。展览设计的特征表现在：①设计中注入商业信息的多少，质量的讷氏，直接影响展览会的成功与否；②在商业展览设计中过分追求设计技巧会直接影响展览会目的的表现；③展览设计是创造销售环境而不仅仅是艺术设计。展览设计也有自己独特的设计特点：①为参观者提供简洁、方便的观赏路线；②传递顾主的市场意愿；③具有引人注意，简单的视觉形象；④既与整体气氛协调，又有其独特的设计构思；⑤能使参观者容易理解；⑥具有零售商品的贮藏空间；⑦清晰表达展览会举办者的意图：⑧不仅仅是创造美丽的外观而不抓住市场机遇，树立企业形象。很难说展览设计对展览会的成功有多大影响，但目前能肯定的是好的展览设计有助于达到展览会的预期目的。展览设计应是经济、有效、安装方便，逻辑性强，并能引起人们的注意力。好的展览设计，无论其规模大小，必须具有商业意识——能完善、准确地传递企业与展览商品的所有信息。因此展览设计者必须做到：（1）理解举办展览会的目的，如果展览会的目的尚不明确的话，设计得应与举力者积极合作，共同商讨，明确目的，以便在设计中准确表达意图和传递信息。（2）舍行花费时间和精力去理解商品特点、生产情况市场发展、况能力等一切信息，这样才能使展览设计有利于对企业的整体表现，而不仅是商品本身。（3）设计者还要抓住顾主的心态，所他们的想法和需求通过设计表现出来。此外，设计者还要具有空间设计，产品设计与图示表达，结构和材料方面的知识。应该指出的是，展览设计不是个人的创作活动，而是集体智慧的结晶，整个设计过程需要紧凑，融洽的合作关系。包括与企业、顾客、展览举办者，专业人员，甚至制作人的合作。

《商品展览设计精华》

内容概要

《商品展览设计精华》内容简介：在设计领域中，展览设计因其独特的内容和形式而成为一项独立的设计职业。在当今的商品大潮中，引起越来越多的人的兴趣和关注。的确，展览设计不同于一般的设计作品，它的艺术性远不及商业性，它是一种商业环境的创造，是商品经济条件下市场竞争的工具。

《商品展览设计精华》

书籍目录

第一章 小型展览
第二章 中型展览
第三章 大型展览
第四章 多层展览

章节摘录

插图：

《商品展览设计精华》

编辑推荐

《商品展览设计精华》是由黑龙江科学技术出版社出版的。

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