

5、《传播学视域下服装展示形态及创新设计研究》

出版社：吉林大学出版社

时间：2018.08 / 作者：周科、崔潇月

传播学视域下服装展示 形态及创新设计研究

周科 崔潇月 著



图书在版编目(CIP)数据

传播学视域下服装展示形态及创新设计研究 / 周科
著. —长春: 吉林大学出版社, 2018.8
ISBN 978-7-5692-3241-7

I. ①传… II. ①周… III. ①服装设计—研究 IV.
①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第218543号

书 名: 传播学视域下服装展示形态及创新设计研究
CHUANBOXUE SHIYUXIA FUZHUANG ZHANSHI XINGTAI JI
CHUANGXIN SHEJI YANJIU

作 者: 周 科 崔潇月 著
策划编辑: 邵宇彤
责任编辑: 邵宇彤
责任校对: 韩蓉晖
出版发行: 吉林大学出版社
社 址: 长春市人民大街4059号
邮政编码: 130021
网 址: <http://www.jlup.com.cn>
电子邮箱: jdcbs@jlu.edu.cn
印 刷: 定州启航印刷有限公司
开 本: 710mm×1000mm 1/16
印 张: 11.75
字 数: 204千字
版 次: 2021年1月第1版
印 次: 2021年1月第1次
书 号: ISBN 978-7-5692-3241-7
定 价: 30.00元

版权所有 翻印必究

前 言

在展示设计的大家族中,服装展示设计可以说是其中靓丽多彩的一员。当今,服装作为人类衣、食、住、行中的一方面,其商业促销、文化传播及服装信息的发布推广与交流活动的需要催生出各种类型的服装展示活动。服装博物馆与陈列室对于服装文化的交流、保存、研究和陈列展出有着独特的功能;服装展会作为会展业的组成部分,在我国会展业的发展中扮演着活跃的角色;而服装商业卖场以其特有的形象魅力和气质成为构成城市繁华与活力的一道亮丽风景。

我国是当今世界最大的服装生产国和出口国,服装产业举足轻重。然而,我国的服装产业也面临着从服装大国向服装强国、从中国制造向中国创造的产业升级的严峻局面。在这方面,服装展示设计将对我国服装品牌文化的传播、对服装产业竞争力的提升和产业升级发挥它特有的影响和作用。

近些年来,伴随着现代展示业在我国的蓬勃发展,大多数国内艺术设计院校陆续开设了展示设计课程。服装展示设计作为服装学科构成体系的一部分,也作为一门课程在一些学校的服装专业中开设。有关展示设计的书籍日趋丰富,但是专门针对服装展示设计的书籍,特别是教材还很少。为了满足我国高等院校服装展示设计课程教学的需要,在充分借鉴、吸纳前人和同行已有成果的基础上,我们将平时在教学和社会实践中的积累整理编写成这本教材。本书以服装终端销售场所的展示和服装的商业展览展示设计为主要内容,期待本书能对服装展示设计课程的教学及学习服装展示设计课程的学生有所帮助。

本书由中南大学周科、郑州轻工业大学崔潇月共同撰写完成。具体撰写分工如下:第一章、第二章和第六章由周科撰写(共计7.9万字);第三章至第五章由崔潇月撰写(共计12.5万字)。本书项目编号:《以工匠精神推动河南文化品牌建设》河南省哲学社会科学规划项目,2019CYS036。全书由周科统稿完成。

目 录

第一章 大众传播与服装展示概述	1
第一节 大众传播的特点和社会功能	1
第二节 服装展示的本质和意义	14
第三节 服装展示的审美对象和特征	23
第二章 传播学视域下的服装展示形态	38
第一节 以受众为主的服装展示设计	38
第二节 服装展示中的形态要素分析	45
第三节 中国当代服装展示设计的问题	52
第三章 服装展示审美活动与传播效果研究	55
第一节 服装展示审美活动的特性	55
第二节 服装展示审美活动的过程	59
第三节 服装展示实践活动的传播效果分析	71
第四章 传播学视域下的服装展示创新设计	84
第一节 新媒体艺术与服装展示设计	84
第二节 服装展示与交互设计的融合	93
第三节 绿色环保理念下的服装展示设计	102
第四节 “跨界合作”概念下的服装展示设计	114
第五章 服装展示设计艺术性的作用和意义	127
第一节 服装表演在服装展示艺术中的地位	127



ISBN 978-7-5692-3241-7



定价：30.00 元