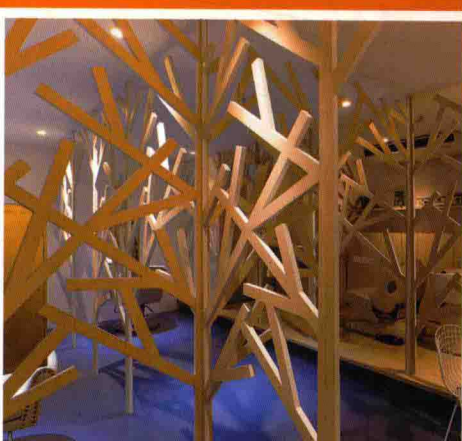
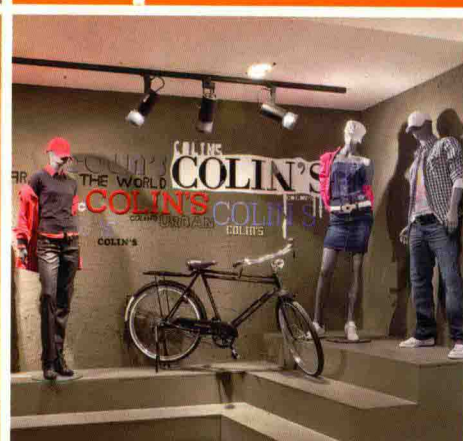
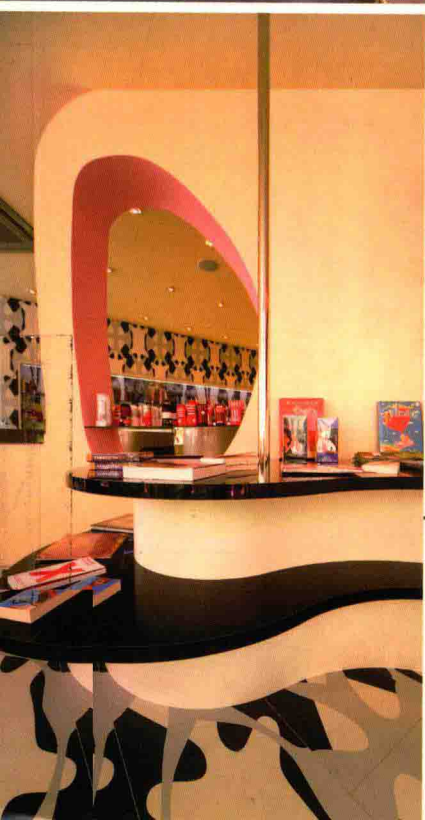




FASHION SHOPS
DESIGN&DECORATION

设计带动商机
精品店装饰
展陈设计

(美) 安德鲁·布兰格 编
凤凰空间 译



FASHION SHOPS

DESIGN&DECORATION



设计带动商机

精品店装饰 展陈设计

(美) 安德鲁·在格 编
凤凰空间 译



图书在版编目 (CIP) 数据

设计带动商机：精品店装饰展陈设计 /

(美) 布兰格编；凤凰空间译. — 南京：江苏科学技术出版社，2014.8

ISBN 978-7-5537-3199-5

I. ①设… II. ①布… ②凤… III. ①商店—室外装饰—建筑设计②商品陈列—陈列设计 IV. ①TU247.2
②J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第095736号

设计带动商机：精品店装饰展陈设计

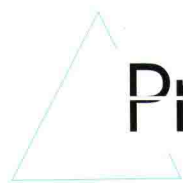
编 者 (美) 安德鲁·布兰格
译 者 凤凰空间
责任编辑 刘屹立

出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司
江苏凤凰科学技术出版社
出版社地址 南京市湖南路1号A楼，邮编：210009
出版社网址 <http://www.pspress.cn>
总 经 销 天津凤凰空间文化传媒有限公司
总经销网址 <http://www.ifengspace.cn>
经 销 全国新华书店
印 刷 北京建宏印刷有限公司

开 本 1 016mm×1 194 mm 1 / 16
印 张 23
字 数 184 000
版 次 2014年8月第1版
印 次 2014年8月第1次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5537-3199-5
定 价 320.00元

图书如有印装质量问题，可随时向销售部调换（电话：022-87893668）。



Preface

序言

I'm creating all kinds of spaces-residences, shops, offices, and recently I've been asked at times to create space for advertising.

My work, no matter what I design, is often critiqued by others around me as being very architectural in approach, but I am not sure what that "architectural approach" means. What I'm conscious of is very simple – to think without stereotyping and avoid being captivated by the thought "this type of thing ought to be this way".

Although it's naturally not so easy to escape from what I've seen and heard to date, I try to think carefully and concretely about each of the countless points and link them together without cutting short the thinking process. It is my hope that this process will lead me to create a free and refreshing space that liberates us from what has been taken for granted until that time.

At the same time, I'm aware of how difficult it is to build a relationship with the society to realize such spaces. A major task, as a planner, is how to present the possibilities of the forms that exist there, how to incorporate the "otherness" that opposes them, and what kind of values should be shared in that process.

我正在建造各种各样的空间：居民区、商店、办公楼等，最近有人多次邀请我为广告创建空间。

无论设计什么，我的工作都会受到周围人的评论，他们认为我所采用的方法建筑色彩太浓，但是我并不能够确定所谓的“建筑手段”是指什么。我所在意的很简单——灵活地进行思考，避免被“这种事情应该这样做”的想法所束缚。

虽然不去理会我所见到及听到的东西比较困难，但是我仍然努力认真地思考，具体地考虑不计其数的关键点并将它们紧密联系起来。我希望这个过程将为我提供自由、新鲜的空间，让我们不必想当然地做事情。

同时，我意识到为了实现这样的空间，与社会建立一种关系有多么困难。作为一个计划者，主要的任务是如何体现已存在物的形式，如何吸取异己的精华以及在这个过程中应该如何分享价值。

Chikara Ohno / Sinato



Contents

目录

Stella McCartney Project, Paris	008	104	Pimkie Store Concept
Stella McCartney Flagship Store, Milan	014	108	V2K Nisantasi
Marni Boutique	020	114	Ellassay Retail Design Store
Bridal Magic	026	120	Ellassay First
Alexander McQueen, LA	032	126	Eva Ouxiu
Max Mara Store, Paris	036	130	Larusmiani
Vakko Nisantasi	042	136	Eger
Zara Rome	048	144	Uniqlo Megastore
NY-11-18-02-10	056	148	Ferrari Factory Store
Rolls	060	152	Replay Concept Store, Florence
Nature Factory	066	156	Eclecticism
Lurdes Bergada	072	160	Lauren Jasmine
Colin's	078	164	Karis
Flight Club	084	170	Delicatessen
Tally Weijl	090	174	Lik+Neon Design Shop
Galaxie Lafayette, Berlin	096	178	MayGreen
Campus Store Concept	100	182	Patrick Cox Shop



Vive Flagship Store	186	276	Barbie
Tucano Store	192	284	Pilar's story
Dr. Martens Pop Up Store	198	288	COEO – House of Good Deeds
Munich L'illa Diagona	202	294	Modrijan Bookstore
Street Gallery	208	300	Mendo
Fittlop	212	306	Le Merle Moqueur Bookshop
Hirshleifer's Shoe Store	216	310	Foldaway Bookshop
Sigrun Woehr, Karlsruhe	220	314	T-magi
Hofstede Optiek Store	228	318	Omonia Bakery
Jin's Global Standard Nagareyama	234	322	16 Handles Yogurt
The Bluebird	240	326	One 2 Free Shop
H&M Home Reflection	242	330	Ahava Beauty Capsule
H&M Interactive	248	336	Soan Hair
Moooi Gallery, Amsterdam	252	340	CaCa
Karim Space	258	346	Donato Salon + Spa
Shoe Supply	262	352	Propaganda Hair Salon
Station 999	266	358	80's Studio Hair Salon
Britto	272	364	Designers' Biographies



Contents

目录

Stella McCartney Project, Paris	008	104	Pimkie Store Concept
Stella McCartney Flagship Store, Milan	014	108	V2K Nisantasi
Marni Boutique	020	114	Ellassay Retail Design Store
Bridal Magic	026	120	Ellassay First
Alexander McQueen, LA	032	126	Eva Ouxiu
Max Mara Store, Paris	036	130	Larusmiani
Vakko Nisantasi	042	136	Eger
Zara Rome	048	144	Uniqlo Megastore
NY-11-18-02-10	056	148	Ferrari Factory Store
Rolls	060	152	Replay Concept Store, Florence
Nature Factory	066	156	Eclecticism
Lurdes Bergada	072	160	Lauren Jasmine
Colin's	078	164	Karis
Flight Club	084	170	Delicatessen
Tally Weijl	090	174	Lik+Neon Design Shop
Galaxie Lafayette, Berlin	096	178	MayGreen
Campus Store Concept	100	182	Patrick Cox Shop



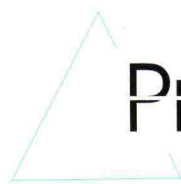
Vive Flagship Store	186	276	Barbie
Tucano Store	192	284	Pilar's story
Dr. Martens Pop Up Store	198	288	COEO – House of Good Deeds
Munich L'illa Diagona	202	294	Modrijan Bookstore
Street Gallery	208	300	Mendo
Fittlop	212	306	Le Merle Moqueur Bookshop
Hirshleifer's Shoe Store	216	310	Foldaway Bookshop
Sigrun Woehr, Karlsruhe	220	314	T-magi
Hofstede Optiek Store	228	318	Omonia Bakery
Jin's Global Standard Nagareyama	234	322	16 Handles Yogurt
The Bluebird	240	326	One 2 Free Shop
H&M Home Reflection	242	330	Ahava Beauty Capsule
H&M Interactive	248	336	Soan Hair
Moooi Gallery, Amsterdam	252	340	CaCa
Karim Space	258	346	Donato Salon + Spa
Shoe Supply	262	352	Propaganda Hair Salon
Station 999	266	358	80's Studio Hair Salon
Britto	272	364	Designers' Biographies

FASHION SHOPS
DESIGN&DECORATION



设计带动商机
精品店装饰
展陈设计

(美) 安德鲁·布兰格 编
凤凰空间 译



Preface

序言

I'm creating all kinds of spaces-residences, shops, offices, and recently I've been asked at times to create space for advertising.

My work, no matter what I design, is often critiqued by others around me as being very architectural in approach, but I am not sure what that "architectural approach" means. What I'm conscious of is very simple — to think without stereotyping and avoid being captivated by the thought "this type of thing ought to be this way".

Although it's naturally not so easy to escape from what I've seen and heard to date, I try to think carefully and concretely about each of the countless points and link them together without cutting short the thinking process. It is my hope that this process will lead me to create a free and refreshing space that liberates us from what has been taken for granted until that time.

At the same time, I'm aware of how difficult it is to build a relationship with the society to realize such spaces. A major task, as a planner, is how to present the possibilities of the forms that exist there, how to incorporate the "otherness" that opposes them, and what kind of values should be shared in that process.

我正在建造各种各样的空间：居民区、商店、办公楼等，最近有人多次邀请我为广告创建空间。

无论设计什么，我的工作都会受到周围人的评论，他们认为我所采用的方法建筑色彩太浓，但是我并不能够确定所谓的“建筑手段”是指什么。我所在意的很简单——灵活地进行思考，避免被“这种事情应该这样做”的想法所束缚。

虽然不去理会我所见到及听到的东西比较困难，但是我仍然努力认真地思考，具体地考虑不计其数的关键点并将它们紧密联系起来。我希望这个过程将为我提供自由、新鲜的空间，让我们不必想当然地做事情。

同时，我意识到为了实现这样的空间，与社会建立一种关系有多么困难。作为一个计划者，主要的任务是如何体现已存在物的形式，如何吸取异己的精华以及在这个过程中应该如何分享价值。

Chikara Ohno / Sinato

图书在版编目 (CIP) 数据

设计带动商机：精品店装饰展陈设计 /

(美) 布兰格编；凤凰空间译. — 南京：江苏科学技术出版社，2014.8

ISBN 978-7-5537-3199-5

I. ①设… II. ①布… ②凤… III. ①商店—室外装饰—建筑设计②商品陈列—陈列设计 IV. ①TU247.2
②J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第095736号

设计带动商机：精品店装饰展陈设计

编 者 (美) 安德鲁·布兰格
译 者 凤凰空间
责任编辑 刘屹立

出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司
江苏凤凰科学技术出版社
出版社地址 南京市湖南路1号A楼，邮编：210009
出版社网址 <http://www.pspress.cn>
总 经 销 天津凤凰空间文化传媒有限公司
总经销网址 <http://www.ifengspace.cn>
经 销 全国新华书店
印 刷 北京建宏印刷有限公司

开 本 1 016mm×1 194 mm 1 / 16
印 张 23
字 数 184 000
版 次 2014年8月第1版
印 次 2014年8月第1次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5537-3199-5
定 价 320.00元

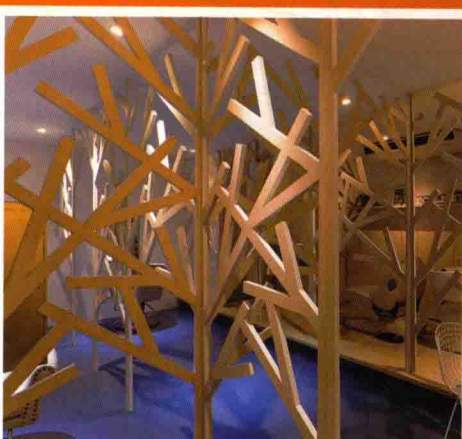
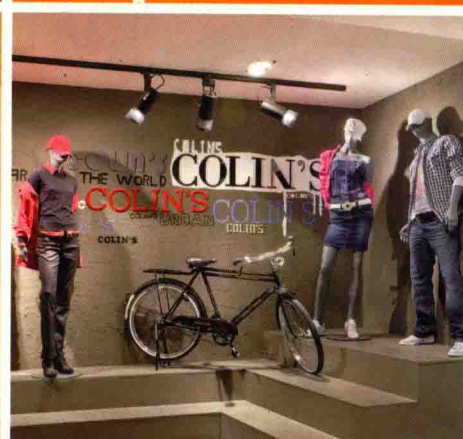
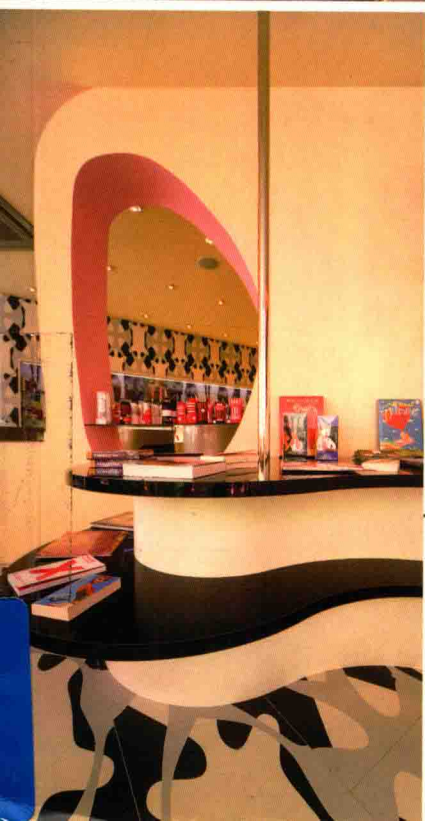
图书如有印装质量问题，可随时向销售部调换（电话：022-87893668）。



FASHION SHOPS
DESIGN&DECORATION

设计带动商机
精品店装饰
展陈设计

(美) 安德鲁·布兰格 编
 凤凰空间 译





关注凤凰空间官方微信
获得更多免费优质资源

上架建议 建筑 / 室内设计

ISBN 978-7-5537-3199-5



9 787553 731995 >

定价: 320.00元



