VISION PARISIENNE LA VITRINE 吉林美术出版社

Paris 视觉巴黎

[橱窗]

图书在版编目(CIP)数据

橱窗/樊哲主编.—长春：吉林美术出版社，
2007.1（视觉巴黎）

I.橱... II.樊... III.橱窗布置—巴黎—现代—图集
IV.J535.2

中国版本图书馆CIP数据核字
（2006）第162701号

视觉巴黎·橱窗
VISION PARISIENNE · LA VITRINE

出版人/石志刚

主编/樊哲

副主编/雷思茵

责任编辑/李丹

美术编辑/廖哲曦

封面设计/Z·亚力

版式设计/Graig Transaout

技术编辑/赵岫山　郭秋来

出版发行/吉林美术出版社（长春市人民大街4646号）

印刷/辽宁印刷集团美术印刷厂

版次/2007年1月 第1版第1次印刷

开本/787×1092mm　1/16

印张/8.5

印数/1—3 000册

书号/ISBN 978-7-5386-2197-6

定价/49.00元

本书由法国自由巴黎设计联盟、法国来自国际传播机构在巴黎供稿，并授权中国吉林美术出版社独家出版发行。未经出版者书面许可，任何单位和个人均不得以任何形式复制或传播本书的部分或全部内容。

丛书策划

法国 · 来自国际传播机构
Original International Communication

法国 · 自由巴黎设计联盟
Alliance de Design Lib é paris

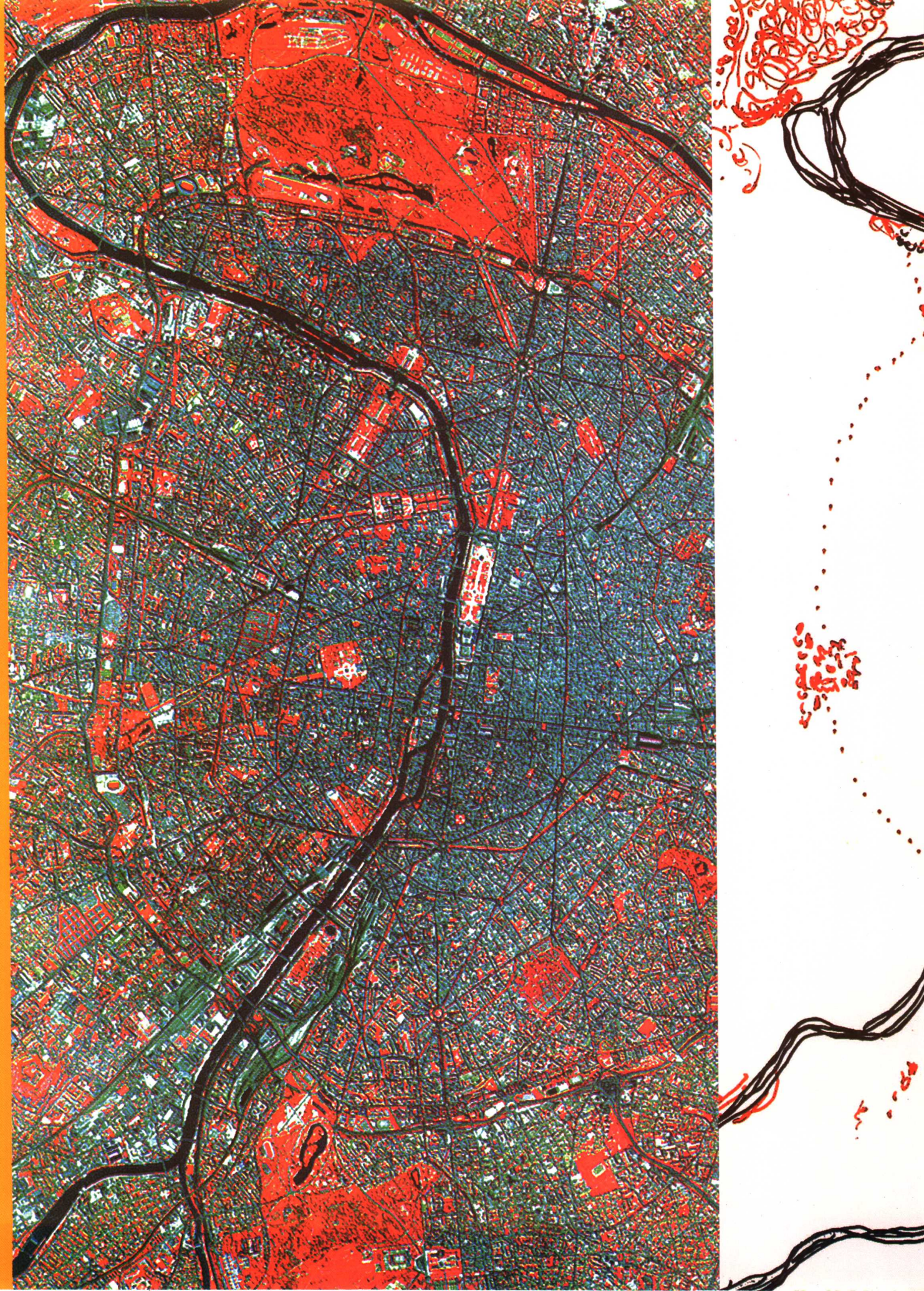
Paris
视觉巴黎
[橱窗]

主编/樊哲

吉林美术出版社

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

巴黎地面／悬挂的塞纳河



我们的位置——

燃烧的都市巴黎 NOUS SOMMES A PARIS

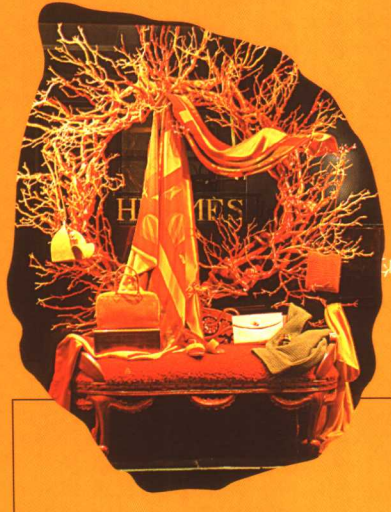
在巴黎做艺术，是一件幸福的事情，因为它有着丰富的艺术资源等待你去汲取，在丰厚的艺术积淀中源源不断地获得灵感。这是一张普通的巴黎卫星图片，红色是巴黎近郊的几片森林，蜿蜒穿越的是塞纳河，隐约看见巴黎的环城路把巴黎市区隔离开来。20个行政区域的形状像一片叶子，塞纳河则如同叶脉一般，是生命之源。视觉巴黎的标志由此延伸而来，中间部分用燃烧过的火柴取代了河流。这是我们的位置——燃烧的都市巴黎。

目录 SOMMAIRE

9 大商场的橱窗策划

大商场的橱窗策划大商场的橱窗策划大商场的橱窗策划

53 时装品牌的橱窗



101 小件商品的展示

时装品牌的橱窗时装品牌的橱窗时装品牌的橱窗

OS.COM

大商场的橱窗策划

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

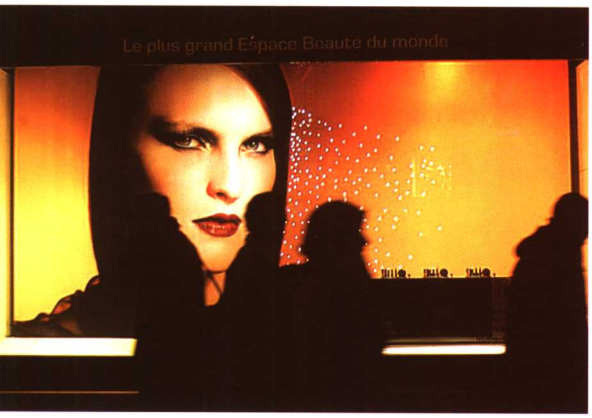
春天百货

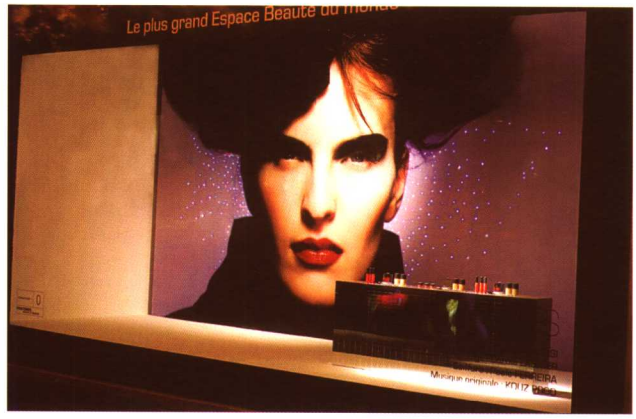
春天百货的夏季促销。这是一季众多品牌的联合展示，在春天百货的统一策划下，以往个性鲜明的多个服装、化妆品品牌被统一在一种气氛之下。以阔叶植物的叶面为背景，银色金属质感的模台冷静地矗立在橱窗构图的黄金分割点上。

阔叶植物的象征意义是橱窗构思的重点，代表着旺盛的夏日生命力。在橱窗的右下角标记着品牌的标志，这是唯一一点品牌的印迹。

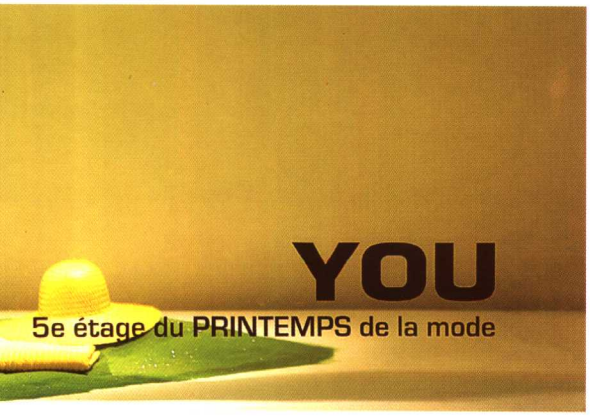
vertige
YOU
5e étage du PRINTEMPS de la mode

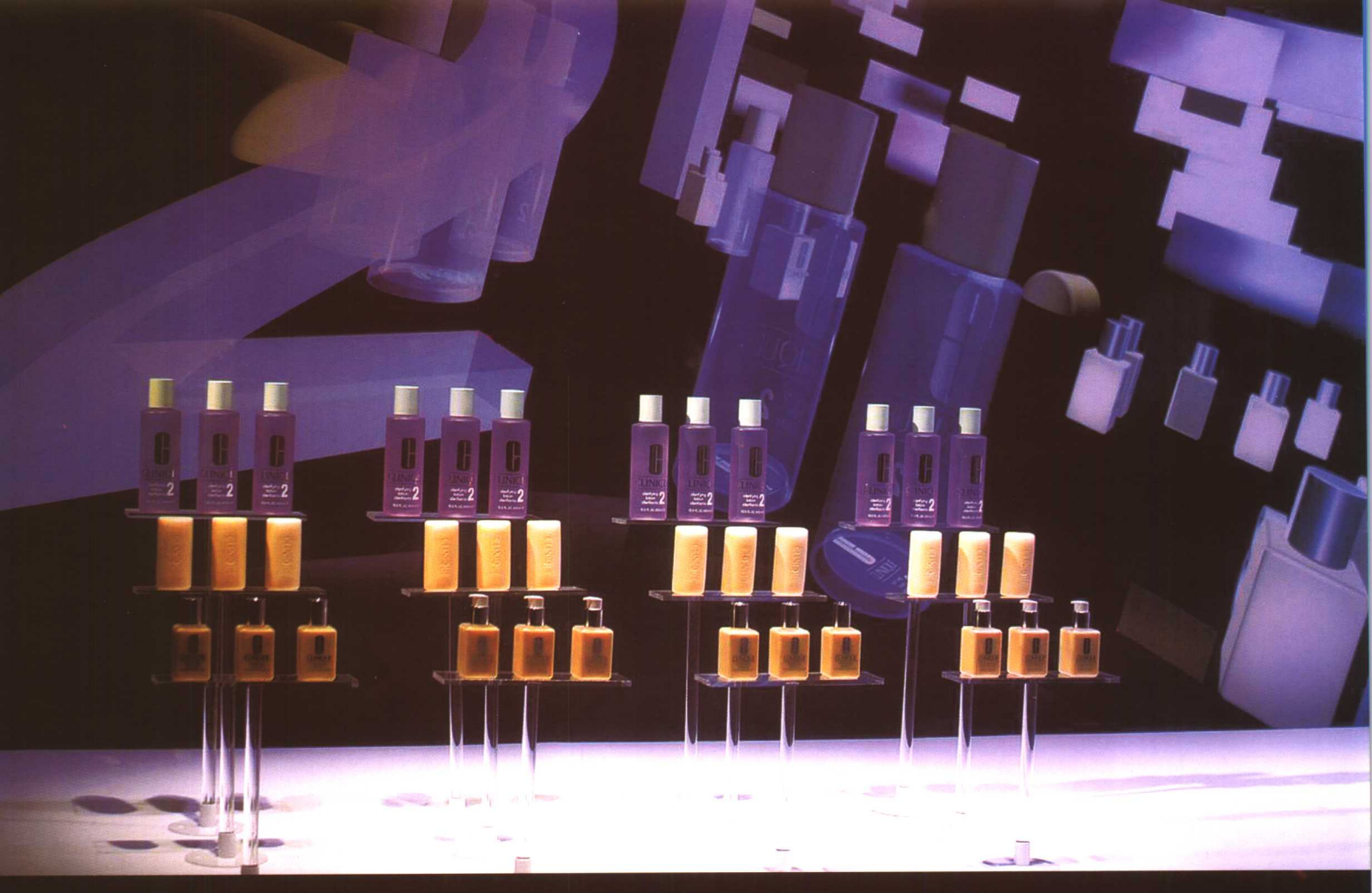
vertige
DIESEL



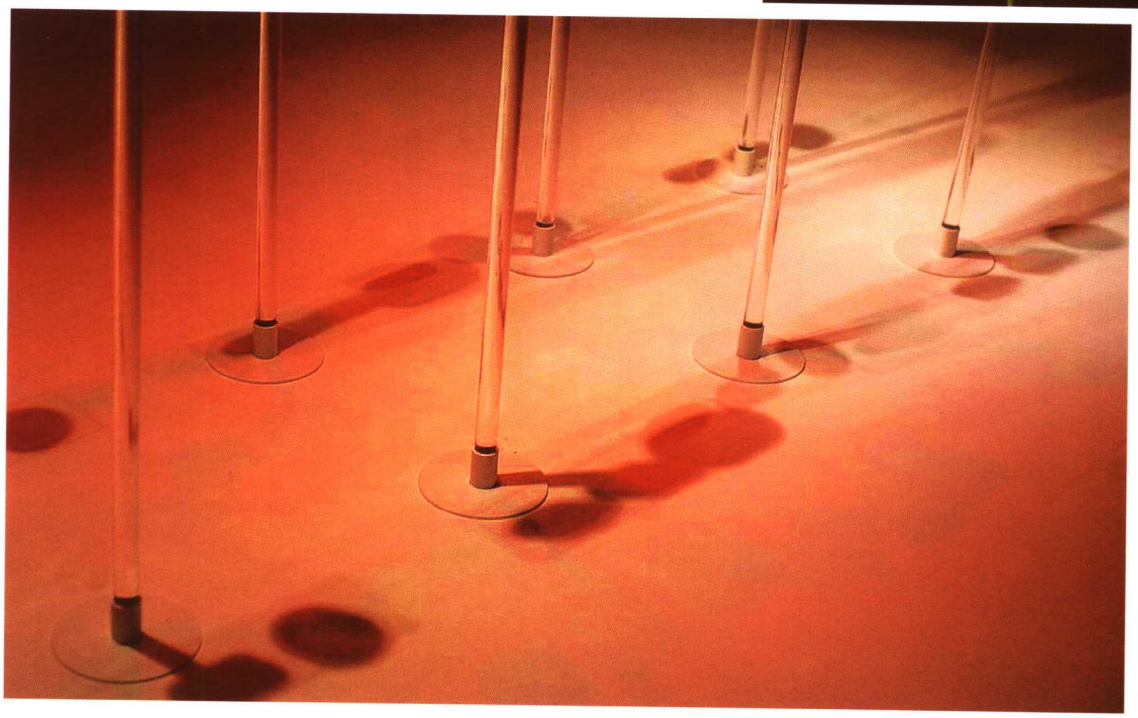


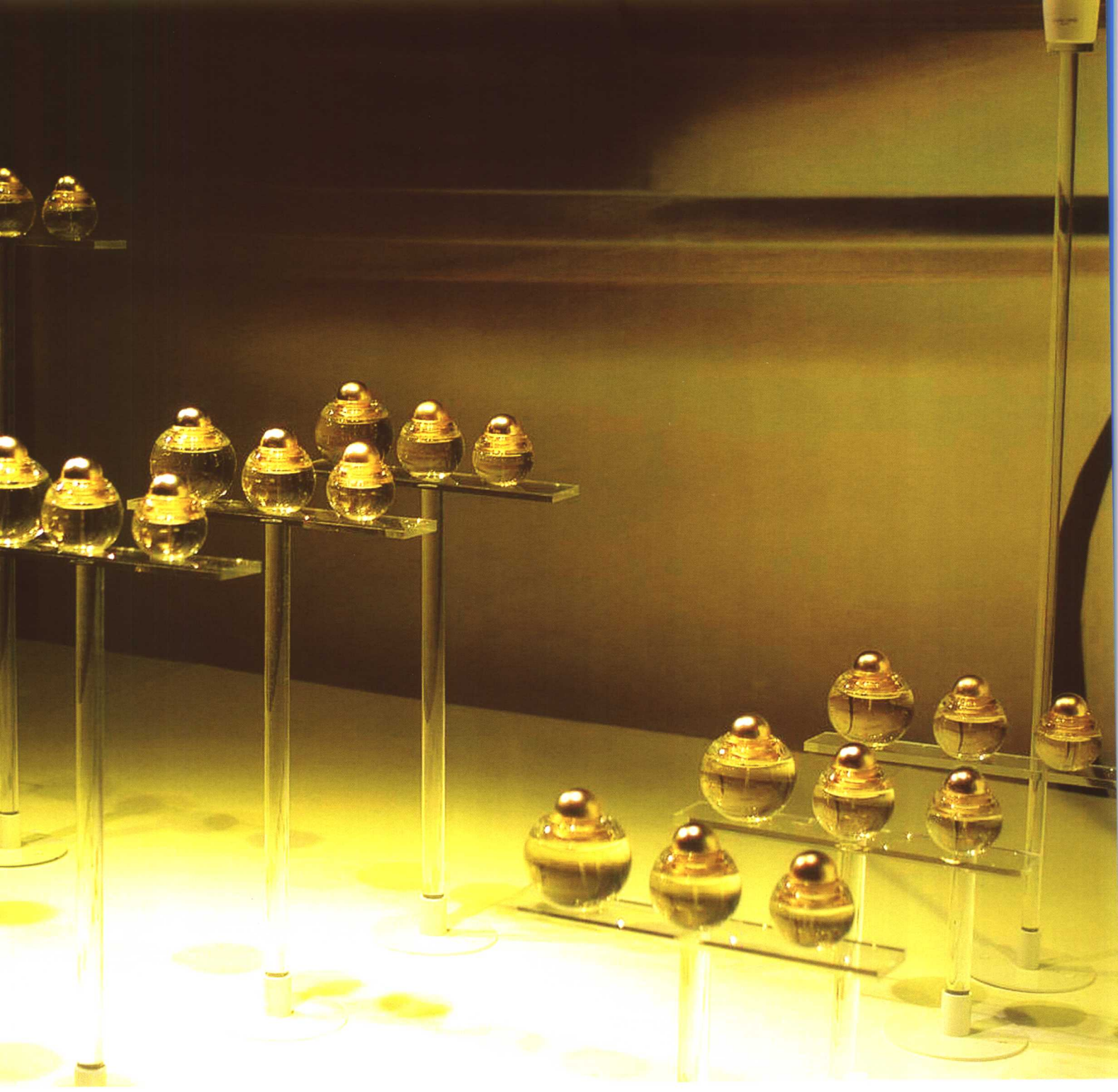
春天百货的橱窗发布。以模特脸部特写为背景，用聚光灯营造画面气氛，使之成为人们的视觉中心。这一系列橱窗打破了以往化妆品橱窗的惯例，将化妆品实物摆放在巨大无比的空间中，配合极大尺寸的图片，突显空间感和包容性。品牌标识张贴在橱窗的右下方，并标记出此品牌所在的楼层位置。





Visualisation SOFY ARASSE et PHILIPPE CUXAC
Musique Amon Tobin avec l'autorisation de Ninja Tune
Communication holographique www.visueldense.com





这款香水的展示窗有效地利用了有机透明材质制成的展台，展台本身的承载功能大于装饰功能。香水瓶的造型在橱窗展示中很重要，一排排香水瓶高低并置，犹如圣水瓶悬浮在空间，香水的高贵气质被充分释放。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com