



日本櫥窗藝術

攝影 潘學成

PDG

攝影 馮 學



日本櫥窗藝術

RI BEN CHU CHUANG YI SHU

上海畫報出版社

PDG

日本橱窗艺术

上海画报出版社出版

新华书店上海发行所发行

开本787×1092 1/20 印张 4

1991年2月第1次印刷 印数 00,001—5000

书号: ISBN7-80530-035-6/J·036 定价: 17.80 元

日本
橱窗
艺术

PDG

日本櫥窗藝術

櫥窗作為時裝和商品的先行視覺藝術，它所傳遞給人們的信息，不僅僅是商品本身的展示，更引人注目的是它體現了當時的藝術風格。當今代表世界水準的流行時裝，以紐約、巴黎、東京為中心，櫥窗藝術，是伴隨着流行時裝的發展而發展的。日本時裝櫥窗藝術，借鑒於紐約櫥窗設計色、光、造型統一的審美藝術，形成東京獨特的藝術風格。代表東京高層次財團的大店，如高島屋、三越、西武、伊勢丹、松屋、松坂屋、東急等櫥窗設計，藝術風格不乏其統一的共性與協調的個性，而和光櫥窗特有的藝術風味，更使東京時裝櫥窗增添藝術魅力。

日本櫥窗所展示的商品，以男女服飾為主體，從總體款式劃分，可分為和服（日本傳統民族服裝）、洋服兩大類，而女性服裝占較大比例，日本女性洋裝以衣裙為主，另外，也展示了女性內裝、風衣，以及服裝以外的裝飾品、鞋帽、首飾用品等。

男性服裝主要以西服、襯衣、領帶為主體，通過色彩、圖案上的微妙差異，反襯出不同層次的款色和風格。其次，兒童裝、玩具、日用品、家庭裝潢、娛樂器材、食品、酒類等也陳設於櫥窗內。

日本櫥窗的組合設計具有統一繁雜的形體，排除單調的和諧，突出審美主題旨意，再現自然的動態、色調、造形的裝潢風格。櫥窗設計的風格，首先體現在櫥窗組合特點上。

日本櫥窗組合一大特點，在於鮮明的季節感。從外形款式看，女式衣裙、男式西服均有四季相通的共感。因此，除了服裝質地的厚薄差異為季節標志之外，主要的季節特徵是色彩的配置，以冷色、暖色為劃分春、夏與秋冬的基點，在同一色調上，與淺的藝術加工也起到了顯示季節的效果，如服裝的濃重色彩與寒冬的氣氛統一，淺淡的色調，暗示了輕捷明快的春夏氣息。是偶然也採用季節反向的色彩藝術加工，如黑色的夏裙，同樣收到強化季節感的藝術效果。其次，以季節性的物品為點綴，花草、食品、酒類、化妝品等都以不同角度點明了服裝的季節感。

另一特點是主體的鮮明性。日本櫥窗的主題結構為單一結構，如女性衣裙、大衣、首飾或男性西服、領帶、禮帽為主體，有以男女服裝綜合性結構主題，同一環境下色彩、款式的統一、協調的男女情侶式的美感，另外還有日用品與人物時裝款式、調和諧為主題，每一種櫥窗給人的藝術感觀是單一而突出的，形成了雜而不亂，少而不單調的藝術風格和效果，其次再是它綜合藝術性。櫥窗設計不僅僅以介紹時裝、用品為目的，更重要的是體現藝術審美價值，用時裝、用品本身具有的線條、組藝術造形；或借助於藝術品（塑像、花草、彩帶等）構成藝術造形；同時使用現代激光、音響技術造成藝術效果，這樣，既展示了時裝和物品的實用性，也深化了它們的美感藝術性。

櫥窗設計是一門綜合藝術，它集舞台美術設計、室內裝潢設計、造形藝術設計、色彩配置、聲流和光環結合之大成。東京的櫥窗所體現的藝術手段大致分為這幾類：

突出統一的光和效果。以單一的光色效果，使各種物品的不同色彩統一在協調的色調中，形成整體的色彩。例如在紅色光下，全部物品浸染在鮮紅的色彩之中，給人一種熱烈而沉靜的藝術感。

突出局部的光和效果。在主體的色彩中，加入局部的反色調，形成色彩的冷暖對比。如紅色光影下的黑色衣裙，體現高雅的光感。束光投影法，更加突出了服裝的色調。常見熾烈光下的深藍色，柔和藍色光下的紫色，強調了冬季服飾的暖色調。光的作用，不僅體現服飾色彩特徵，而且也起到強化局部造型特徵的藝術效果。束光投影法，使時裝具有特徵的領部、前胸裝飾部得到了個性的強化，形成舞台造型的美感，利用有限的空間組合，給人以實感與幻覺的藝術想象，其中有再現現實生活中的家庭布局。在特定的環境和有限的空間內，利用門、窗、傢俱的藝術布局，襯托模特兒的形體服裝、物品，給觀賞者一種身臨其境的藝術審美感。另外，還有虛構性和幻境布局，形象地再現了時裝的超時代感。

捕捉物品動態意向特徵，形成動靜統一的藝術效果。身著時裝的模特兒，幾乎均以不同動作為姿態基點，既深化了審美者的實用感，也加強了櫥窗的藝術動感，更體現了服飾的年齡層次感。

借助於幾何造型，形成框架構圖式藝術效果，與攝影藝術溝通的是，櫥窗藝術也離不開幾何框架的藝術作用，使有限的空間裝飾產生空間延伸感，進而突出主題。幾何線條反襯人體線條是常見的櫥窗構圖。如不等的圓形圖案與人物重疊，服裝的線條美感便一目了然。再如梭形與射線交合下的時裝，給人明快的節奏感；平行與扇形組合中的服飾，給人大方、坦然的藝術美感。另外，動物的造形也能使服裝產生奇妙的藝術聯想效果。如白鴿與夏裝的組合造型，傳遞了夏裝輕快、健美的藝術信息。疾走的豹與靜止的垂掛的布結合，再現了布的流動節奏。值得一提的是，利用幾何圖型，突出時裝色彩的藝術手腕，直感的藝術也必須借助於藝術的想象、色彩的美感，在幾何圖型的定形下，更具有色彩的魅力。

時裝是以款式、色彩贏得人們的贊賞，生活用品也不例外。櫥窗藝術作為傳遞時裝信息的媒介物，其功效都在體現時裝本身所具款式和色彩的藝術魅力之上。

櫥窗藝術，實在裝璜設計。櫥窗攝影，不僅從不同角度幫助提高和修正人們審美視線，而且留下了永恒的櫥窗美感，跨越了時空的界限，傳遞藝術信息。因此，櫥窗攝影可稱為櫥窗藝術交流、發展的使者。

本書中展示的照片，攝於日本東京商業中心地帶的銀座、赤坂、新宿等處，它所顯示的一年四季變動着的櫥窗風貌，對於我國櫥窗廣告設計藝術的發展，當不乏其借鑒作用。

櫥窗藝術淺析

徐昌酩

CHU CHUANG YI SHU QIAN XI

櫥窗的布置，不僅是商品性，也有美術性。五花八門的商業櫥窗，標街立面，為市容的繁華增光添彩，是城市景觀的一部分。它既可說明工業生產的面貌和生活水平，也能反映那裏的文化修養和素質。櫥窗的咫尺天地雖然有限，但要表現的內容却很寬廣。一個櫥窗，猶似一個舞台，商品就是演員，要演好這一獨幕劇，全憑導演的妙思營造。櫥窗不同於貨架，不能把商品作隨意的堆砌，而是有目的地推出某一商品選擇其優點作重點介紹，通過藝術的手法，顯示商品的魅力，去獲得消費者的好感，產生占有慾，這就叫櫥窗廣告。櫥窗的陳列，就像設計一幅宣傳畫，主題應該明確，手法可以含蓄。鬧市的櫥窗，櫛比鱗次，像大世界的舞台，左鄰右舍連接，大家都在演出。路人又行色匆匆，要吸引觀者駐足，除了商品本身的特殊性之外，重在櫥窗設計的藝術效果。櫥窗不是平面的，它有縱深度，既考慮正視的衝擊力，又要照顧側面的視感覺。電影中的燈光和色彩，是緊隨劇情制造氣氛。櫥窗藝術也同樣，越是珍貴，體積微小的商品就要借用聚光和色度的差異去烘托，時令性很強的商品要靠示意季節性的色彩去區別。環境要講基調，場面要求簡潔，積木道具要與商品契機做文章，避免雜亂無章或喧賓奪主。看一個設計成功的櫥窗布置，就像欣賞一幅美術作品。我出於工作的緣由，在國外期間，常擠出一點時間帶着求索的目光去觀察那些別意新穎、多彩多姿的櫥窗設計，這是一門很有學問的藝術，尤其在一些生產能力發達、商品競爭劇烈、消費水平較高的國家，櫥窗陳列的商品選擇，十分強調時髦性、時令性和現代感。記得有一年的聖誕節我在國外，發現提前一個多月滿街的櫥窗為迎節而創新，集中在聖誕老人身上大做文章，不同櫥窗的構思，宛若千姿萬態的賀年卡畫面，但目標一致，是招來觀眾去購買這些豐富的商品作禮物。尤其表現在兒童玩具、婦女服裝、化妝飾物上，層出不窮地安排了櫥窗設計的畫面。我也多次訪問過日本的許多城市，看到琳琅滿目的櫥窗藝術設計。每一櫥窗各具不同商品的自我表現，十分強調審美主題旨意。我見一個介紹男用領帶的櫥窗設計：它用幾枝不同顏色的錫管，放大制成道具，懸掛在櫥心，連接着的各式圖案的領帶實物，按其不同的基調，相對着相同色彩的管口形成流淌着下垂的姿式，涵意是明確的。我也看到日本陶瓷、漆器的櫥窗設計，古典典雅，土色土香。不同的商品以不同的情節，富有針對性地舒展商品的展示面，使之美感百出，千變萬化。隨着人類文化生活與物質文明的演進，對櫥窗藝術的思路日臻拓寬和發展。本冊所紀實攝錄的日本櫥窗藝術，為我們傳遞了藝術信息，在專業上可供研究並借鑒。

PDG

目錄

1

女性時裝

47

男性時裝

51

男女時裝

55

女 鞋

62

化妝品

65

鑽石手表

68

綜 合

鳴 謝

堀內圖片公司

圖片攝自三越、西武、伊勢丹、松屋、松坂屋、
和光、資生堂、阪急、美蛙、利薩、可安、西銀
座、勃蘭達、鐘紡、帝人、金松、貝魯比、米斯
雷高、葵店、華盛頓鞋店

馮學敏













GINZA *Kanebo*







