

最新商业展示

节假日
主题设计
Jiejiari
zhuti
sheji

设计

ZUI XIN SHANG YE ZHAN SHI
SHE JI

- 节假日商业展示设计的范例
- 营造商场节假日氛围的指南
- 商家促销的高参
- 美术设计专业的教辅读物

摄影 夏勤治等

撰文 陆华祥 郭常明

new Design



上海人民美術出版社

最新商业展示

设计

ZUI XIN SHANG YE ZHAN SHI
SHE JI

节假日

主题设计

jièjiari
zhuti
sheji

上海人民美術出版社

图书在版编目(CIP)数据

最新商业展示设计 / 陆华祥, 郭常明编著; 夏勤治等
摄. —上海: 上海人民美术出版社, 2004. 1

(最新展示设计系列)

ISBN 7-5322-3779-6

I. 最... II. ①陆...②郭...③夏... III. 商品-陈列
设计-上海市-图集 IV. J525.2-64

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第108136号

最新商业展示设计

著 者: 陆华祥 郭常明

摄 影: 夏勤治等

责任编辑: 汤德伟

装帧设计: 张 璿

出版发行: 上海人民美术出版社

(上海市长乐路672弄33号)

经 销: 全国新华书店

印 刷: 上海精英彩色印务有限公司

开 本: 889 × 1194 1/16 印张5.75

版 次: 2004年1月第1版

印 次: 2004年1月第1次

印 数: 0001-6100

书 号: ISBN 7-5322-3779-6/J · 3509

定 价: 38.00元

序

节日，是人们休闲度假的好时光，也是商家获取商业利润的最佳时机。凡在此时，商家都施展各种手段吸引人群，促进销售。节日中对商业环境的装饰布置，就是商家采用的重要手段之一。因此，节日商业装饰设计布置不仅越来越得到商家的重视，甚至也成了一种重要的竞争形式。由此，这也促进了节日商业布置的大发展，使设计师们英雄本色大显、极品创意连连，把节日的都市街头装扮得万紫千红、流光溢彩。

我国民族众多、文化灿烂，传统节日在“百里不同风、千里不同俗”的传承和发展中，丰富多彩。近年来，在改革开放春风的沐浴下，我国传统的节日纷纷被商家所“开发”殆尽，洋节日也尽数被商家纷纷“引进”。这些还不够，商家又大显睿智，不断地创造“节日”。例如，茶文化节、酒文化节、家电节、时装节等等，还有各类水果节也尽显风头。在林林总总的节日里，各商家都使出浑身解数，刻意创造节日主题的整体装饰设计。节日的吉祥物、吉祥语言、吉祥纹饰都被设计师们悉数搜入创意之囊，极尽全力营造出充满魅力的节日氛围，使购物环境面目全新，以最终达到节日的商业效应。

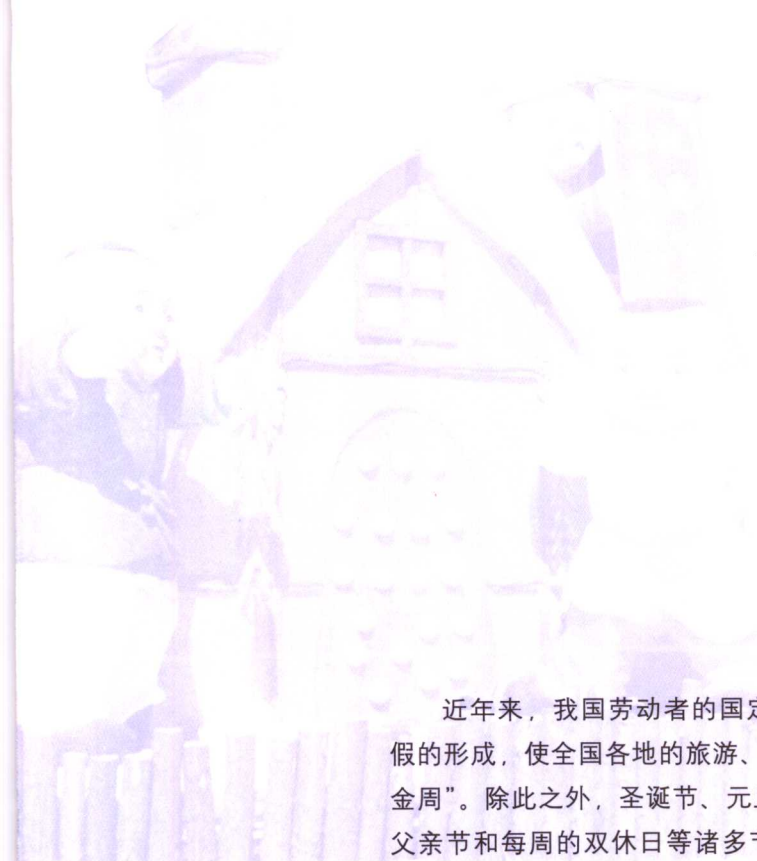
上海，作为一个国际型的大都市，近年来的城市现代化建设发展，已经引起全国各地乃至国际社会的充分注意，吸引投资商、企业家、销售商等纷至沓来。作为国际化的商业中心城市，不仅集中了世界各地的经典商品，而且其商业装饰也吸收了世界各地的优秀文化，在节日的商业装饰上更是海纳百川、精华集粹。本书精选了最近几年上海的大商厦、大卖场、购物中心、专卖店、市场和商业街展示布置的实况图片。这些，无疑是不可多得的实用参考资料。而在国内出版的展示设计书籍中，专门论述节日商业展示设计且以图片为主的几不多见。本书的编辑出版，填补了这方面的空白，适应了市场的需要，相信能得到广大读者的欢迎。

节日商业展示布置有其自身的特点。在节日商业展示活动中，重要的是创意设计，设计中的审美观决定了展示活动的艺术性。本书通过对设计图片的点评，期望能起到提示和归纳创意设计思路的作用，使这些图片资料的参考价值得到提升。希望本书能够给广大商业广告装潢设计师、相关工作者以及商业企业家带来些许有益的帮助，在工作和创意上有所借鉴、有所突破。



目录

序	1
概述	1
节日消费现象浅析	1
节日商业展示策划	2
节日商业展示实践	3
商厦外立面	5
商厦门面	13
商业街牌坊	27
商厦立柱	30
商业橱窗	37
商厦中厅	54
商业彩旗	59
主题造型	70



概述

近年来,我国劳动者的国定节假日逐渐增加和集中,春节、国庆节、劳动节三大长假的形成,使全国各地的旅游、购物活动异常火爆,商家形象地把这三大节假日称作“黄金周”。除此之外,圣诞节、元旦、儿童节、中秋节、情人节、端午节、重阳节、母亲节、父亲节和每周的双休日等诸多节假日也逐渐被商家重视,被商家炒作。商家如此重视一系列的节假日,究其原因,是节日消费现象日趋明显和集中,有资料表明,节假日和夜市的商业营业额要占整个商业营业额的50%以上。

为了适应新的节假日消费形势,商业企业的管理者有针对性地延长营业时间,推出各式各样、五花八门的节假日促销活动,来迎合节假日消费人群的口味,做足生意;其中很重要的一环就是在商场建筑空间和购物环境中增添节日喜庆气氛的展示设计,布置成广大消费者所喜闻乐见的节日装潢形式,在商场环境布置中求新求异,以期引起消费者的注意和好感,为顾客创造良好的节假日购物环境。

改革开放以来,随着人民生活水平的不断提高,消费需求标准也越来越高,市场需求产生了量与质的变化,市场竞争更趋激烈,那种一成不变地以销售方为中心的经营理念(卖方市场)已无法适应市场的形势发展。商业企业的营销策划管理者和广告企划工作者不断总结经验,逐渐认识到,如果墨守成规,仍按传统的思路开展营销工作和广告企划工作,已难以在今天的市场上立足。“哪个企业能集中一切力量努力满足消费者的需求和欲望,哪个企业就能在市场竞争中生存、发展和壮大。”商业企业也不例外。

本书所列范例大都在展示策划过程中充分考虑到我国的地域文化、民族习俗、人民群众审美习惯,还有引进的外来文化及商品消费等特点,创造出我国广大消费者所喜闻乐见的商业展示方式和艺术形象,让人们赏心悦目、近悦远来,吸引更多的顾客光顾,从而促进节假日的消费,丰富人们的假日休闲生活。

■ 节日消费现象浅析

节日有特定的节日消费。因节日而产生特殊的节日消费现象,由来已久。如中国传统节日的春节期间,在除夕夜放爆竹的习俗,产生对爆竹的消费;正月里包饺子、拜会亲友的习俗,产生对饮食类、礼品类商品的消费;元宵时吃汤圆、逛灯会,也产生对饮食类、文化类商品的集中消费。

进入20世纪90年代以来,我国国民经济持续快速健康发展,人们的生活水平有了很大的提高,节日消费的形式也有了很大的变化。因为人们平时吃与穿的消费水准都已经

基本与节日期间的消费水平持平，因此，人们的节日消费更多地转向文化消费，趋向于娱乐、旅游、购物、休闲。节日消费中最引人注目的是旅游消费：城市人喜爱到城外畅游大自然的山山水水，小城市的居民和乡村的农民则更多地是涌向大城市，观赏大都市楼宇景观和繁华的商业街市。实际上，对节日商业装饰的观赏、审美，已经成为节日消费的重要组成部分。人们甚至是为观赏节日的装饰而来，而购物等商业消费则成为其次的行为。节日的文化消费超过商业消费，或者说节日的商业消费必然有文化特征的附加物，已成为当代显著的节日消费现象。

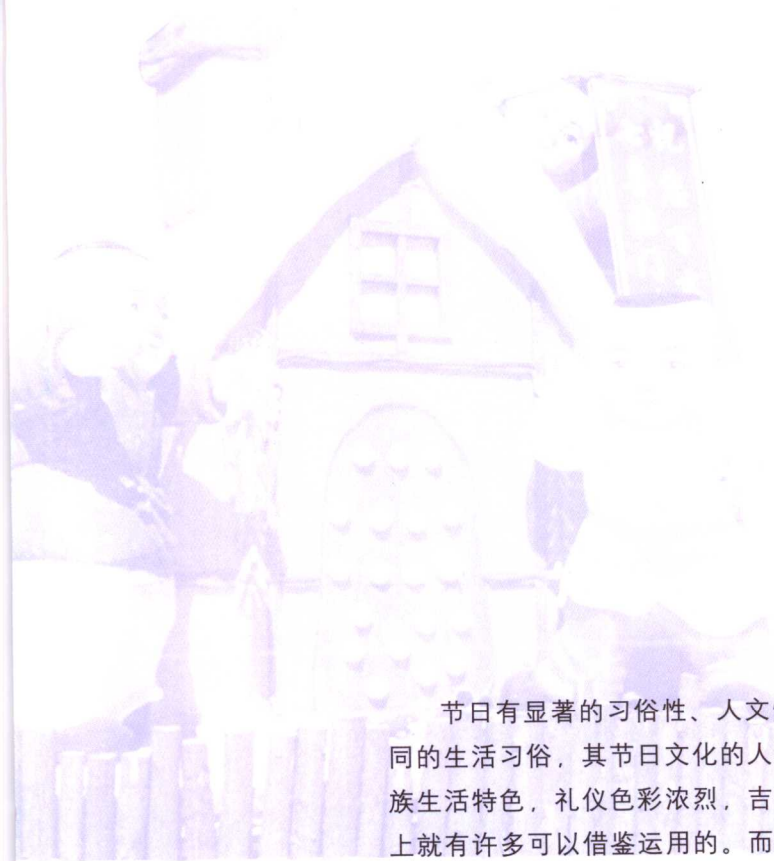
节日消费现象的产生，是由节日消费心理所支配的。节日中人们更多地是注重心情愉悦、心境放松，更加讲究生活质量，关怀亲情，追求生活的情趣。而节日商业装饰布置恰恰是迎合了这样的心理活动。正是这个原因，使得商家在激烈的节日商业市场竞争中，把节日商业装饰布置放到了极为重要的位置，当成了吸引商业消费人群的一个重要手段。在当今开放、信息流动快和科技程度高的大背景下，人们的审美情趣有了很大的提高，对节日商业装饰的需求也在提高。因此，商家为了满足大众节日消费心理的需求，对节日商业装饰布置的要求也更高。

节日消费的文化特征现象，给商业营销企划部门和相关广告设计工作者提出了一个新的课题。即，如何制造节日文化概念，树立节日商业文化理念，包装商业企业的节日文化形象；如何挖掘和充分利用文化底蕴，增强愉悦性，注重参与性，提升节日的文化附加值，强化节日的吸引力，成为“节日经济”发展的亮点。

■ 节日商业展示策划

节日商业展示策划，关键在于构思创意。这里的创意，当然要按思维惯例，采用发散性思维、逆向思维等等。但是，节日商业装饰布置仍然要注意主题明确、形象生动、表现力新颖等主要因素。更重要的是，节日有显著的文化特征，节日布置必须注重文化创意，注意扩充文化内涵的张力。

节日有鲜明的时令性、季节性，其商业装饰布置创意要因时而宜。节日渗透于一年四季，不同的季节有不同的气候、气温，人们的审美习惯及其向往方向和程度都不相同。在圣诞节的寒冬里，人们希望有热烈的氛围；在春天即将来临的春节，人们向往春暖花开的温馨；在仲夏的端午节，人们期盼有习习凉爽；在合家团圆的中秋节，人们需求有丰厚收获的满足。商业装饰布置设计就要根据人们对不同季节、时令的需求，有所对应地创意。



节日有显著的习俗性、人文性，其商业装饰布置创意要因人而宜。各个民族都有不同的生活习俗，其节日文化的人文性也有很大的区别。中国的春节习俗有很强的中华民族生活特色，礼仪色彩浓烈，吉祥性的祝福祈盼物化象征丰富。因此，在节日装饰布置上就有许多可以借鉴运用的。而西方的圣诞节吉祥物较少，礼仪性、吉祥性的象征就相对缺乏，在设计上就需要有大量的全新创意。在不同的民族节日中，商业装饰布置就要反映出不同的民族文化特色。

节日有特殊的地域性、环境性，其商业装饰布置创意要因地制宜。近年来新落成的一些商厦大楼由于结构的关系或建筑设计风格等因素，商厦门面或裙房表面往往有粗大的立柱，使用了花岗石贴面及金属材质等一些硬质建材，虽说坚固又气派，但也给人以生硬冰冷的感觉。我们的设计创意就要顺应商厦建筑结构、利用商厦装潢材料的质感，运用装饰、灯光、陈列、广告等手段，与地域结构、环境条件形成一个整体，并且改变一些商场环境原本冰冷生硬的面貌，让商厦面貌热情、生动起来，使商业企业形象具有人情味，充满亲和力。

节日有特定的主题性、审美性，其商业装饰布置创意要因“文”而宜。每一个节日都有特定的文化含义，都反映出人们对一个事物的审美、或是对一个事件的寄托。设计师在商业装饰布置创意中就要充分表达出人们的这些意念、理想，就要在整体设计中突出主题性、强化审美性。而且，不同的商业机构、不同的行业、不同的季节，对应不同的节日、适应不同消费群体的需求，都可以创意出不同的主题、不同的审美情趣。

节日商业展示策划还必须充分调动一切艺术手段，利用一切表现形式。在艺术手段上，可以运用写实的或写意的，也可以是抽象的；在表现形式上，可以运用夸张、模拟、对比、反衬等方法；在实际效果上，可以是唯美型的，也可以是功利性的。唯美型的效果可以吸引众多的人群，但不一定具有购买引力；功利性的效果是配合整个销售战略的组成部分，能够在节日期间就有销售成果的。

■ 节日商业展示实践

节日的商业展示，从某种意义上来说，是一种特定的广告形式。设计者与施工者也必须从这个理念或角度去理解并具体实践。这就要求策划者首先要明确进行节日展示包装的商业企业的定位，充分了解商业企业领导阶层制定的整个销售战略的计划和特点，要熟悉商业企业所服务的对象——这一特定范围消费者的喜好和需求。有针对性地作出新

颖的创意、形式，设计出有很强视觉冲击力的画面，才能满足消费大众求新、求变心理，即潜意识里“喜新厌旧”的心理，才能让人们认可，留下深刻印象。

节日商业展示的实践，要具备很强的专业素质。专业人员要对美术工作具有专门经验与知识，对方案实施具有指导能力，尤其要对新事物具敏感性、对时尚潮流具预见性，有强烈的超前意识和创新意识，并需要不断了解当前最新的制作工艺、装饰材料、灯光技术、媒体形式，还要掌握大量的最新参考资料，从中汲取养分、启发灵感，从而创作出全新的节日商业展示形象，最大限度地满足消费大众在节日里购物和休闲的双重需要。

目前从事商业广告设计的工作人员早已不是当年“画画剪剪、钉钉贴贴”，即传统概念意义上的美工，他们之中年轻的大都具有大专以上学历专业文凭，其余的经过多年的自学和进修，掌握了丰富的专业美术设计理论和技能，通过评审具有相当的专业职称，活跃在商业广告设计领域这个广阔的天地里。

策划者需要掌握的知识和技能包括：广告学概论、传播理论、展示设计学、营销原理、消费者行为学、广告设计、电脑美术设计、广告媒介、广告摄影、广告策略和企划、广告制作工艺和技术、广告法规与伦理、广告文案、广告心理学、公共关系学、市场分析学、视觉心理学、色彩学、绘画、制图、广告英语、美学概论、现代艺术欣赏、美术史纲、民间美术形式等。

进行节日商业展示策划和布置工作需要提前一段时间开始准备，并得到商厦其他部门的配合与支持。因为节日商业展示布置具有很强的时间性，为了不误工期，可以事先做好周密的工作流程计划。

节日商业展示工作流程为：

1. 了解商业企业决策层意图及展示计划、经费，确定展示的主题、形式和内容；
2. 调查掌握场地、空间（包括面积、高度、色彩、环境）等数据；
3. 收集有用的信息和查阅参考资料；
4. 进行创作构思，展开设计工作（包括立体效果图、平面图和施工图）；
5. 明确经费预算；
6. 设计方案与商业企业决策层见面、沟通，修改并获通过，进入实施阶段；
7. 带领或委托制作部门（或承包商）开始施工，并予以关注和监督；
8. 现场组装、布置及验收阶段。

商厦外立面

设计点评

在江南古建筑风格的酒楼外饰面点缀“中国结”与元宵灯饰，可谓珠联璧合、相得益彰。



设计点评

这座近代欧式建筑被改造成高消费档次的商厦；在新春佳节里，以大红色彩节日包装起来的建筑立柱装饰上，象形文字的书法显得气度磅礴，富有中华文化神韵。



设计点评

又一个成功运用“中国结”图案装饰江南古建筑风格商厦的范例。其与农历马年时节相结合的变体创意，使“中国结”看上去与建筑的栏杆花板融为一体。



设计点评

“羊”的象形文字灯饰，节日夜晚观赏时更为好看。

设计点评

广告喷绘技术制作成本的降低，使采用大幅广告喷绘布覆盖建筑物外墙成为可能。通过大胆的创意设计，整个商厦建筑覆盖以礼品包装及奶油蛋糕纹样的广告喷绘布，突出了“礼在东方”的主题。



设计点评

硕大的剪纸图案是用泡沫板制作而成的，将其装饰在现代化商厦建筑表面，倒也别具一格。



设计点评

近年来外企的进入，同时也引进了一些西方节日喜庆布置的创意。现代化设施的大商厦往往有大面积的墙面，这例圣诞节的节日布置设计因地制宜，墙上的图案是采用泡沫板切割加铝箔纸敷贴的方法制作而成的。





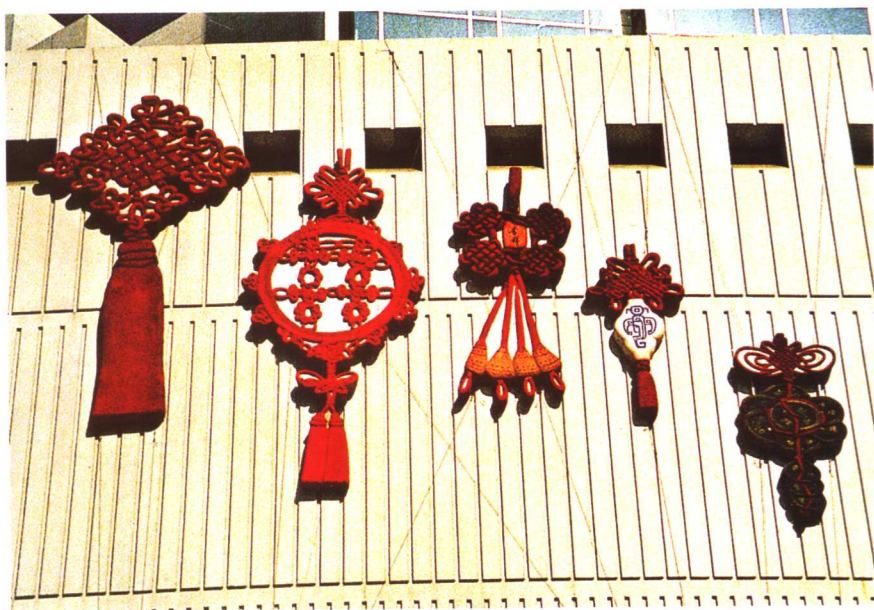
设计点评

这例圣诞节节日布置设计手法惜墨如金，用喷绘手法制作了圣诞老人与鹿群的造型及字体活泼的英文词组，并定制了一个硕大的圣诞铃铛花环，尤其是两侧的玻璃上点缀的雪花图案表现手法十分细腻，整个大门上的装饰图案搭配相得益彰、恰到好处。

设计点评

这家酒吧开设在西式古典的别墅里，其装饰设计方案根据其建筑结构的特点，特制了一些具有欧洲古典风格的旌旗，营造出一派浓浓异国情调的节日氛围。





设计点评

越是现代化的大商厦，越注重创造和演绎节日里民族传统文化的氛围。从内外装饰到商业展销主题活动，无不透出一股浓烈的民俗文化气息。这组大厦外建筑立面上的节日装饰，采用中国结主题，将传统节日的民族特色表现得淋漓尽致。

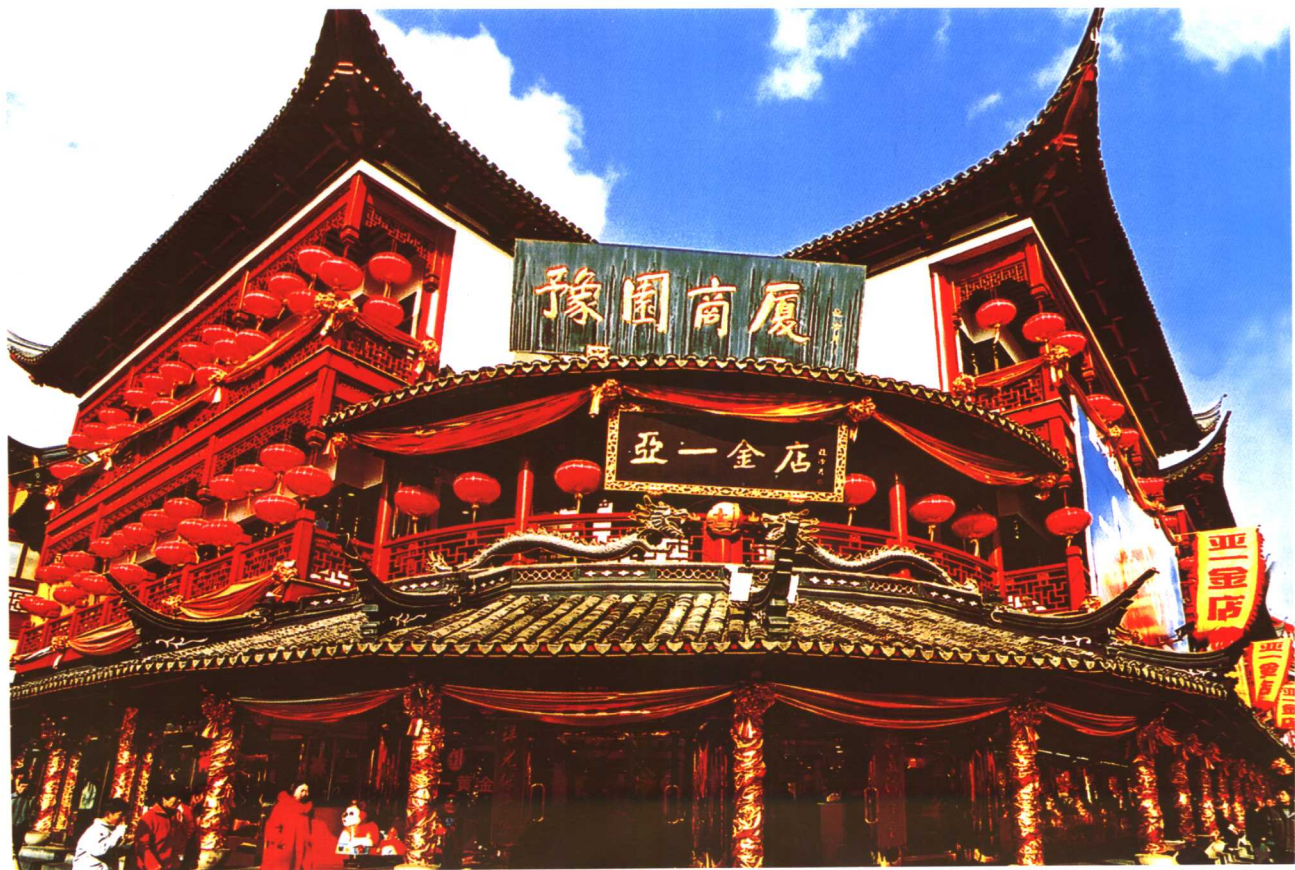


设计点评

同样地借题发挥、因地制宜，由于原有商厦建筑结构造型的不同，呈现在人们面前的这幢商厦别具一格，是节日装饰设计中西结合的典型例子。

设计点评

从某种意义上来说，节日是市民百姓情感宣泄的平台，借以表达一份内心的喜悦，期待一份属于自己的幸福。商家迎合了大众的口味，用这一片红海洋似的灯笼，把具有民族特色的商厦布置得金碧辉煌，烘托出一派节日喜庆的气氛。





设计点评

如何因地制宜、借题发挥向来是节日装饰设计中重要的课题。这家商厦借用明清故宫建筑装饰符号的打散构成，结合商厦自身建筑结构的特点，包装出一幢美轮美奂的商厦，渲染了节日喜庆的气氛。

设计点评

利用满天星灯饰和彩色灯带精心设计的节日灯光布置，与现代化商厦轮廓造型及泛光照明巧妙地结合在一起，营造了一个神秘美妙的节日夜景氛围，让人羡慕和向往，其最终的目的是塑造一个全新的颇具档次的时尚的商厦形象。





设计点评

对联与横批是中国节日特有的布置方式，这家商厦用这种装饰方法鲜明地突出了中华民族节日文化的主题。



设计点评

为了塑造夜晚的节日气氛，这家商厦在屋檐上用软性灯带组成了“欢迎您”的字句，与大红灯笼组群相映成趣，可以想像出在节日夜市中特别醒目的效果。