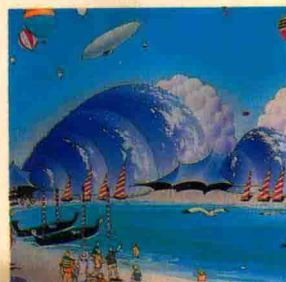
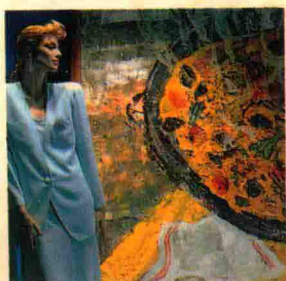
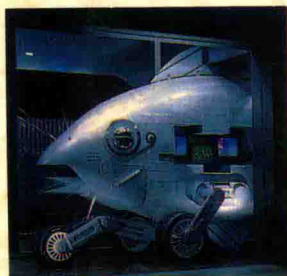
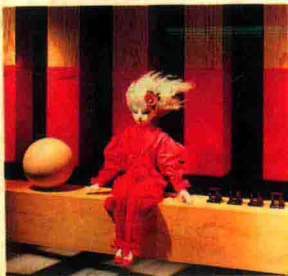


◎為消費者提供豐富的資訊及賣場的展示方法

櫥窗廣告美術設計

林碧玲/編譯



櫥窗廣告美術設計 特價260元



譯 者：林 碧 玲
發行人：何 天 賜
發行所：信 宏 出 版 社
地 址：台南市崇德路550巷46號
總代理：大 坤 書 局
郵政劃金0039806-1 何天補 帳戶
地 址：台南市崇德路550巷46號
印刷所：亞洲彩色美術印刷廠
地 址：台南市國安街242號



行政院新聞局局版台業字第1859號
中華民國八十一年一月卅日初版

目次



Part 1 櫥窗空間

展示完成之前

1. 設計	10
2. 對象物的製作	11
3. 現場施工	14

展示品的表現手法

表現季節感的櫥窗	18
----------------	----

現場製作 資料 1

阿比恩化粧品總公司的玄關	19
--------------------	----

製作：工作室

1. 由天花板懸吊藝品物的準備
2. 以鐵線懸吊藝品物
3. 加附船隻
4. 配置霓虹燈
5. 完成

表現節慶日的櫥窗展示	30
具有故事的櫥窗展示	34
利用人偶的櫥窗展示	38

**現場製作
資料2**

山葉家具櫥窗展示.....42

製作：設計室

1. 利用保麗龍製作玩偶
2. 玩偶穿上衣服

**現場製作
資料3**

池袋車站通道的櫥窗.....46

製作：HEADS+ 現代工作室

1. 擺設玩偶
2. 在玻璃上粘貼剪裁紙
3. 撒散細砂以表現出海氣氛
4. 擺置商品和 POP 則大功告成

利用假人的櫥窗展示.....54

利用光源的櫥窗展示.....58

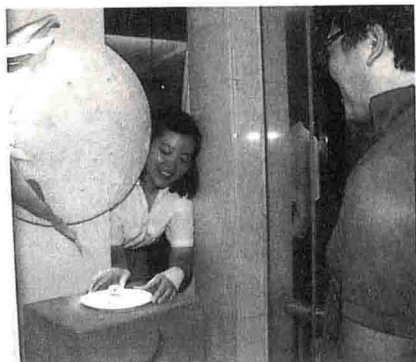
表達意念的櫥窗展示.....62

**現場製作
資料4**

石橋宣傳空間.....65

製作：工商美術

1. 兩翼塗敷燕子
2. 搬進零組件
3. 組立零組件
4. 裝置驅動部分
5. 懸吊兩翼
6. 裝飾小道具的燕子





活用素材

自然物的形·····	78
布料·····	81
日常用品的形·····	82
金屬質·····	86
自由造形·····	88

現場製作 資料5

FRP 成形的過程·····	90
----------------	----

製作：木材

1. FRP 的原材料
2. 以原型製作石膏的型
3. FRP 溶液倒入型內（第 1 次）
4. 倒入 FRP（第 2 次）
5. 接合分割的兩方
6. 等硬化即告完成

Part 2 展示的基本知識

展示的開始、現在、未來·····	94
櫥窗展示的週期·····	98
展示工作的趨向·····	100
展示的成本計算·····	104

預防糾紛的訂貨方法	109
-----------------	-----

展示的道具

假人	114
具象假人	115
半抽象假人	116
抽象假人	118
時代和假人	120
雜器	122
雜器系列	124
小附件	126

賣場的視覺廣告

利用假人的 VP	128
利用雜器、器具的 VP	130
利用庫存商品的 VP	132
利用專用雜器的 VP	133
展示場所的工作者	134

百貨店的VP計畫

配合顧客層的誘導	136
商品、宣傳、展示的一體化	140



Part 3 商業空間設計

百貨店的重新計畫	146
流行大廈的設計計畫	154
商業空間設計的過程	156
購物中心的內裝計畫	158
店鋪正面的設計計畫	162
商業空間設計的工作者	165
展示和商品的綜合設計	166
利用照明的空間演出	170

Part 4 樣本展示會 展覽會 博覽會

展示會

新創作發表	174
音響廠商的行銷計畫	182

各種展示手法

空間的展示	190
感覺的展示	194
資料的展示	195
展示會的設計重點	196

樣品展覽

汽車展覽的攤位計畫	198
博覽會館	206
表演室	214
舞台空間展示	218



為訂貨者提供豐富的資訊

這是介紹櫥窗或賣場的商品展示，以及文化設施等包括在內的廣範圍的展示方法。

首先，在街上的櫥窗展示中可以看到的制作現場詳細介紹如下。

其次，以不同季節的展示或不同素材為主，解說各種各樣的陳列作品。

而第 2 章則將展示、陳列的基本知識予以歸納在一起，如不同季節的展示品、製作的流程、一般的價錢、預防糾紛的訂貨方法等，對訂貨者提供更多的情報。

多方面的展示技術解說

如櫥窗內的假人或器具等展示中不可缺少的道具，及其道具的應用例等也附述在內。

至於第 3 章則解說有關商品空間設計、樣本展示會、博覽會、表演室、舞台空間，等多方面的展示、陳列的技術都介紹在內。

此外，百貨店的專櫃、樣本的賣場計畫、博物館的展示計畫，以及企劃概念、設計圖等都以實例介紹，以供諸位參考之用。



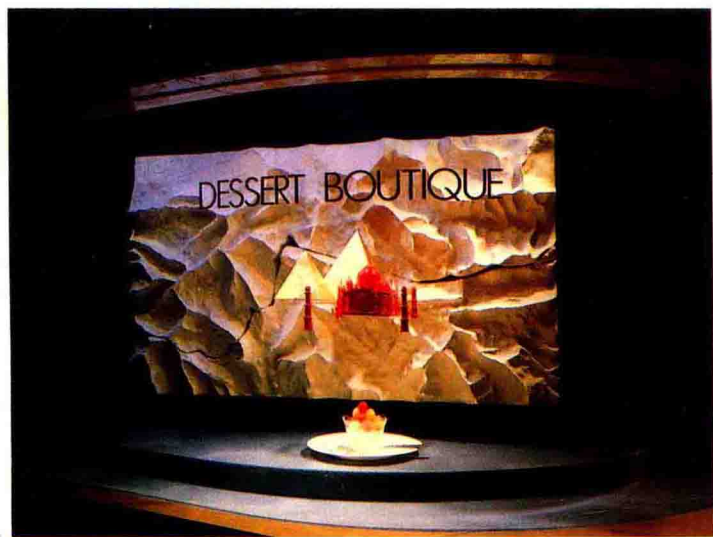
●櫥窗展示

面向通路的（商店的門面）。如何將商品的魅力展示於顧客面前最重要。衣料品的展示，利用假人來登場最具效果。同時也可以表現出季節感或店鋪的形象。（銀座鐘紡流行服裝中心）



●店內 V P 展示台

凡是店內面向通路的場所或電扶梯前面，使用假人來展示商品，這就是 V P，而不同於櫥窗的展示。（伊勢・新宿店）



●櫥窗展示

為展示用的藝品，每次都要重新設計，並使用木材、布料、塑膠、金屬……等各種素材製作，以表現出展示設計的感性。（高島麗康攤位）



●博覽會

利用展示物、映像等所構成的與平日不同空間的展示館。

●商業空間設計

把商業空間全體予以配置後，再設計雜器、室內裝飾等。如何善用商品？最重要的是來自於商品的構想。

(日本橋 三越)



●展示會

不只是一要表現出商品與眾不同之點，更要把商品的特徵或企業理念等有效地傳達給消費者。還有，利用解說員或使用 A V 機器所演出的也十分精彩生動。('88 音響松下電氣攤位)



●遊樂：這是集中展示手法的表現方法。

('89 海和島的博覽會主題館 Big Wave)



●博物館

展示實物資料，或使用模型、複製品；最近利用映像的展示也十分流行，為了容易傳達訊息都使用各種手法的組合。

(橡木縣立博物館綜合展示室)

目次



Part 1 櫥窗空間

展示完成之前

- 1. 設計10
- 2. 對象物的製作11
- 3. 現場施工14

展示品的表現手法

- 表現季節感的櫥窗18

現場製作 資料1

- 阿比恩化粧品總公司的玄關19

製作：工作室

- 1. 由天花板懸吊藝品物的準備
- 2. 以鐵線懸吊藝品物
- 3. 加附船隻
- 4. 配置霓虹燈
- 5. 完成

- 表現節慶日的櫥窗展示30
- 具有故事的櫥窗展示34
- 利用人偶的櫥窗展示38

**現場製作
資料2**

山葉家具櫥窗展示.....42

製作：設計室

1. 利用保麗龍製作玩偶
2. 玩偶穿上衣服

**現場製作
資料3**

池袋車站通道的櫥窗.....46

製作：HEADS+ 現代工作室

1. 擺設玩偶
2. 在玻璃上粘貼剪裁紙
3. 撒散細砂以表現出海氣氛
4. 擺置商品和 POP 則大功告成

利用假人的櫥窗展示.....54

利用光源的櫥窗展示.....58

表達意念的櫥窗展示.....62

**現場製作
資料4**

石橋宣傳空間.....65

製作：工商美術

1. 兩翼塗敷燕子
2. 搬進零組件
3. 組立零組件
4. 裝置驅動部分
5. 懸吊兩翼
6. 裝飾小道具的燕子





活用素材

自然物的形·····	78
布料·····	81
日常用品的形·····	82
金屬質·····	86
自由造形·····	88

現場製作 資料5

FRP 成形的過程 ·····	90
-----------------	----

製作：木材

1. FRP 的原材料
2. 以原型製作石膏的型
3. FRP 溶液倒入型內（第 1 次）
4. 倒入 FRP（第 2 次）
5. 接合分割的兩方
6. 等硬化即告完成

Part 2 展示的基本知識

展示的開始、現在、未來·····	94
櫥窗展示的週期·····	98
展示工作的趨向·····	100
展示的成本計算·····	104

預防糾紛的訂貨方法	109
-----------------	-----

展示的道具

假人	114
具象假人	115
半抽象假人	116
抽象假人	118
時代和假人	120
雜器	122
雜器系列	124
小附件	126

賣場的視覺廣告

利用假人的 VP	128
利用雜器、器具的 VP	130
利用庫存商品的 VP	132
利用專用雜器的 VP	133
展示場所的工作者	134

百貨店的VP計畫

配合顧客層的誘導	136
商品、宣傳、展示的一體化	140



Part 3 商業空間設計

百貨店的重新計畫	146
流行大廈的設計計畫	154
商業空間設計的過程	156
購物中心的內裝計畫	158
店鋪正面的設計計畫	162
商業空間設計的工作者	165
展示和商品的綜合設計	166
利用照明的空間演出	170

Part 4 樣本展示會 展覽會 博覽會

展示會

新創作發表	174
音響廠商的行銷計畫	182

各種展示手法

空間的展示	190
感覺的展示	194
資料的展示	195
展示會的設計重點	196

樣品展覽

汽車展覽的攤位計畫	198
博覽會館	206
表演室	214
舞台空間展示	218

Part 1 櫥窗空間

展示完成之前

1. 設計

從各種構想中選定設計圖

把各種構想歸納於一種，這時必須考慮的條件為：

- 形像：消費者的訴求是否表現於形像。
- 成本：是否可以在有限的預算內製作？
因材料如何而設計也不盡相同。
- 交貨期：技術上能不能在限定的時間內製作完成？有必要外包？
- 大小：稍大型者，分別製作各部分，然後在現場組立，但是否可能。
- 安全性：展示期間的耐久性、安全性有沒有問題。

凡是符合於這些條件者將會成為最終企劃案，但要歸納所有的構想時，必須花費相當多的時間。



美術指導者和設計師的交換意見以收集思廣益之效。

最後決定案的製圖

