

萬有文庫

第一集一千種

王雲五主編

窗飾術

弗爾著 朱武叔譯

商務印書館發行



窗 飾 術

譯叔武朱 著爾弗

書 叢 小 學 商

編主五雲王

庫文有萬

種千一集一第

術飾窗

譯叔武朱 著爾弗

路山寶海上
館書印務商

者刷印兼行發

埠各及海上
館書印務商

所行發

版初月十年九十國民華中

究必印翻權作著有書此

The Complete Library
Edited by
Y. W. WONG

MODERN WINDOW DISPLAY
By
L. M. FEERY
Translated by
CHU WU SHU

THE COMMERCIAL PRESS, LTD
Shanghai, China
1930
All Rights Reserved

譯者序

窗飾術者，現代廣告法之一也；零賣商用之以爲競爭之利器。此術之發明，至今不過三數十年耳；然其進步之速，實有足令人驚服者。溯其源，有謂創始於美國，故今美之窗飾，爲其他各國冠。此則未知其確否，姑誌之，以資考證。

窗飾之價值，今已爲全世界人民所公認，並稱之爲『無聲售貨員』。售貨員者，商店中最重要要素之一；蓋宏麗之建築，有效之廣告，祇能盡引誘與指示之職，而其交易之最後一步，除通信販賣外，必經售貨員與顧客之面談，而談之成敗，即營業之得失；售貨員之責任巨矣哉！今窗飾一物，吾人目之爲無聲售貨員，則其重要，亦可得而想見矣！

歐美商店，對於窗飾，大都聘有專門家專司其事，此等專門家，又均能鉤心鬬角，故其列式，日新月異，而貨物亦以是而暢銷。反觀我國，各商店每以窗飾重事，付諸夥友；此等夥友，既無普通商業觀念，又乏專門窗飾之學識經驗，是其所作概可想見。爲國內零售商之競爭勝利計，此等專門書籍之

介紹，實刻不容緩也。

英美出版之窗飾書籍，據余等之查考，亦僅見五六種而已，吾國則前此未之見也。近讀英人弗爾氏之著，覺其論陳列之原理，方法，及其他重要經驗，均頗詳盡，殊可爲我國窗飾界之導師，因操筆濡紙，譯爲中文，歷一月之時，纔得完篇。非敢云有所成，特終當不無小補於國中商人耳。惟以菲才薄學，謬誤知所難免，邦人君子，能加以校正，則幸甚矣！

一九二四年四月朱武叔序於上海復旦大學

原序

一完好櫥窗之於店主，其重要有不可喻者。蓋零賣商之營業也，其勢力，其名譽，要皆得力於彼陳列衆前之貨物形狀者也。

零賣商櫥窗中優美之陳列，爲其發達營業之利器，一若戲院中之主角，爲成功之要素，是則櫥窗者，商業中之主角矣。伶人之服務於戲院也，獻其使人快樂之歌舞，蓋以完美之設備，以吸引顧客，而召滿座。至於商店之櫥窗也，如能繼續陳列最新式之貨物，則該業之牛耳執焉；再命其助手，幫同陳列，使彼櫥窗陳列之外貌，益臻完善而收吸引滿意買客常來照顧。

我國（英國）於櫥窗陳列之書，著作甚夥，即有亦爲吾所隸之會所刊印（譯者按：著者爲英國窗飾員聯合會會員），蓋此會現雖僅屬發軔之時，然已能改良陳列之方法，與增益陳列者之智慧；故凡人之蒞觀吾國著名商業中心點之諸大零賣商店所陳列之窗飾者，當知我英倫陳列貨物販賣術之有效，已足與巴黎，紐約，芝加哥等諸大商場相頡頏矣。

余作是書之本旨，非爲我同會諸君也；蓋我同會諸君與余皆任陳列之職者，余書所論者，彼等當早洞曉。然余書之作，謂爲一般店主之自行陳列櫥窗者而著，則庶乎近矣。余知吾國而外，尙有多數小商人對於最新陳列，有不少應行研究之處，故余於下文，將詳述余陳列之經驗與結果，以及個人之意見。當知此書非惟有利於已職斯業者，卽助人陳列或將來希望成一陳列員者，亦不無小補也。

萬有文庫

第一集一千種

魏編纂者

王雲五

商務印書館發行

窗飾術目錄

第一編 陳列之原理

第一章 陳列之進步

一

第二章 陳列之首要原則

四

第三章 有效之櫥窗陳列

八

第四章 指示陳列術

一四

第五章 輔助品與蠟製模型

一七

第二編 櫥窗陳列術

第六章 陳列設計——雜貨店

二〇

第七章 效力之獲得

二八

第八章 背景佈置法

三三

第九章 顏色之調和……………三九

第十章 意象及其取得法……………四六

第十一章 靜物之助售……………五二

第十二章 小牌與示價……………五七

第十三章 陳列牌與大招牌……………六二

第十四章 燈光之獲效及經濟……………六五

第十五章 製造家與零售商……………六九

第十六章 廣告與售貨窗……………七三

第十七章 各業陳列術……………七九

第二編 店前問題……………八六

第十八章 最近計畫與重修……………八六

第十九章 櫺窗保護法……………九二

窗飾術

第一編 陳列之原理

第一章 陳列之進步

近年來之進步——有意象陳列之目的——昔時之店主——櫺窗有銷售力——最新
店前——陳列計畫與燈光法——使觀客購買——陳列專家——意象實行

新法陳列，爲現代零賣商成功之一大要素。余之所以將新法二字，冠諸陳列上者，實因年來零賣商用陳列制以銷售貨物之方法，非常進步，是以十年前所盛行之陳列法，在今日已棄而勿用矣。蓋窗飾一術，在吾儕零賣商中，行之已久。夫窗飾之目的，在陳列商品於窗中，以引起一般觀客之興趣與愛慕，而生其購買之心，一變觀客而爲買客，此則窗飾之本旨也！

吾儕試取零售業之歷史而讀之，則覺昔之零賣商頗輕視窗飾，且有不知其爲何物者；昔者，商店之前，每留有廣地一方，以作買主進出之用，然未嘗有試陳列商品，以引起過客之注意，而使之停足者。

在昔之業零賣商者，輒視其業爲無可不可者，其店員常坐於店口出入處，設有購物者進門，則起立而迎之。惟於絲織品，則常允顧客之需求，而披於臂上，使顧客得細察其貨品；是則賣買之手續已進一步矣。昔之商人，我人每顏之曰，『斯文，有禮貌。』但此等商人，有時又出其阿諛手段，以減價爲迎合顧客之唯一妙法，實則徒以欺購主耳。

稍後，商店之窗，漸成普及，此等窗，該用一方尺之玻璃製成；惟此時之玻璃窗，僅用以爲房屋取光之具而已。余猶憶數年前見一排老式房屋，每所屋前，均有鐵杆一條，此等欄杆，昔亦不過用爲阻止他人，勿近其門窗耳。

吾儕處現時期中，且得大用窗飾，以作零售商售貨法之一種。設有人欲設肆，其第一要事須解決者，即店前問題是也。吾儕須設法裝置最大之玻璃窗於店前。要知木石之架無論如何美麗，並不

能助吾儕陳列商品於營業之始。余曾見某零賣商店，於門前樹有精美之大石柱數株，以壯觀瞻；殊不知此巨大之石柱，適足以妨礙過客之視線，及阻止過客之走近櫥窗；所幸此種石柱，今已無存，而易以精美之店前陳列，此實一良好之招徠顧客法也。

商店陳列之主物，余擬詳述於後文，因主物陳列之得失，關於陳列效果之有無，非二三語所能盡蔽之也。再零賣商店所應用之器具，可視多數同業所用者而倣之。予以爲工廠中當以裝飾品之銷路爲最廣。較大之零賣商店，每年常用大宗銀錢置備各種店前店內陳設之物件，以便陳列，而收美好之效果。

次之，吾儕當研究如何應用機器，以助陳列之方法。我儕之腦筋，幾爲此無數式樣之機器攪亂；但此等機器，實爲新窗飾中不可或缺之物件；且此等機器，對於商人之時間及銀錢，均甚經濟，因此等機器既耐久，而且靈便也。至何種機器，則當視別而定。

今則吾儕當研究人工之取光法矣，此事戲院可助吾儕解決窗飾時應用光亮之多寡強弱。夫戲院所用門外之弧光燈，及極強無罩耀光燈，吾儕零賣商早已不用矣；但我儕今用一種不見燈之

裝置法以代之，使顧客於看商品時，得不受強烈之燈光而傷其目力。

商店櫥窗陳列之方法，已大有進步，然此進步仍未已也；惟此等進步均爲我儕自日常之習慣及經驗中得來也。夫陳列之旨意，在使我儕之櫥窗有生氣，有感染力，與生產力；凡商品之陳列新奇者，其銷路必廣，且顧客購買此物時，可省店員之介紹，此卽窗飾之大用也。

此等陳列法，頗能使人注意，且此等商人常研究用何方法，以引起他人之購買心。故凡參觀大百貨商店者，雖出門時，並無購物之心，然歸家時必已買最新式之草帽一頂，或新式之雨衣一襲也。此無他，皆因參觀者走過該店時，爲該店之陳列所感服而引其購買心也。

老式之商人，常譏笑同業中之飾精美窗飾，及從事於店內之陳列者；但彼初未知新式商店營業之所以發達，職斯故也。予於本章之末，將進忠言爲今之業零售業者告，望速運用各種方法以陳列君等之商品，使衆人注意，而引起購買之心。此則我所厚望於諸君者也。

第二章 陳列之首要原則

使大眾有所討論——陳列之間接效果——新式者能引誘大眾——披露新季貨——
一陳列最需之要素——依照目錄陳列法——煙草之陳列——商品知識——好陳列
之試驗法

櫥窗陳列之主物，余於上文曾一度提及之；蓋窗飾之主物，吾人須加特別注意，余料讀者諸君中或有疑此者，且有欲用最簡單之方法，以陳列君等之貨物；因此余以爲吾儕今當先研究窗飾之第一要事，即陳列商品之法，以引起顧客之購買心，其首數要素頗爲簡單，能使君易於明瞭，且便於施諸實用。設君等讀余文時，能得將其中各種要點一一默記於心，則諸君於陳列櫥窗時，不無小補也。

其首要之事，即爲吾儕須竭力設法以引起顧客之注意；如彼等已見吾儕之窗飾矣，則當引動其興趣，而使彼發生購買之心。若此數語，殆已成爲一般窗飾家之口頭禪矣；然我儕則須更進一步着想，即須使顧客對於吾儕之窗飾，有所討論及研究之價值，然後方得能發生觀客對此之效力也。但尚有許多人士，既觀吾儕之窗飾矣，其興趣有矣，然彼未必能發生其購買心，而爲我儕之顧客；然

彼等自己雖無力購買，但常能向友朋道及，而彼等之友朋，或有來店一視者，終則必購置數物而歸。此種情形，即所謂窗飾之間接效力是也。

以是吾儕能迅速解決一事，即凡陳列普通之貨物，及以許多種類，則必不能達我儕所希望之目的；因此吾儕所陳列之貨物，必集擇最新式者，其數量有限者，以及非尋常之諸種貨物；而萬萬不可將同一貨物反復日久陳列。常有人曰，最新式之物，能使人注意。斯言洵不誣也。吾人大都喜觀新式及新鮮之貨物，因此，吾儕必須將所陳列之貨物，時時調換，然後方能引起有購買力顧客之購買心也。

常有一種人士，其購買物必依其需用之時；是以商人窗飾時，須加區別。因對於此種人士，而即其時常調換陳列品之法，則便無效果可言。但有種貨物，若布商之新季品，雜貨店之大批新貨，四季之靴鞋，應時之毛織物，以及冬日之毛皮與夏日之草帽等，則非時常將彼更換陳列，則殊未易售去也。

因此吾儕得一重要之定理，即吾儕所陳列之貨，必須合時；亦即吾儕所陳列之貨物，常無往而

不迎合顧客之心理。由此觀之，則吾儕所陳列之貨物，亦有一定之用處在矣。當有一宗新季品及合時之商品將陳列於櫥窗中時，吾儕必須用最能使人注意之方法，以陳列此貨物而求速於售去。今又有一值得注意之要點在焉，即切勿將君所欲售去之新貨，藏於同一櫥窗中他貨之後是也。

每有一種商人，常以彼店中所有之各貨，完全陳列於櫥窗中，此種陳列法，謂之混合陳列法；此種混合陳列法，最易失敗其陳列貨物之本旨，因此種混合陳列，既不能引起過客之注意，亦遂不能助商人售去其貨物。

余有時窺入煙草商之櫥窗，但不知其中所陳列者，究爲何物；常余過時，並無何種物品，能使余注意，蓋此陳列不過能告人以本店以有煙草出售而已。余爲該商幸，社會上竟有如許多之吸煙者，但余以爲苟煙草商之櫥窗，能依有效陳列之原素而飾成者，且使每種貨物各事一機會，以示於大衆之前，則余敢必其能更得宏大之營業矣。

因其爲最易售去之貨物，吾儕乃陳列之於櫥窗之中；但營業者與陳列窗飾之人，必須熟知彼