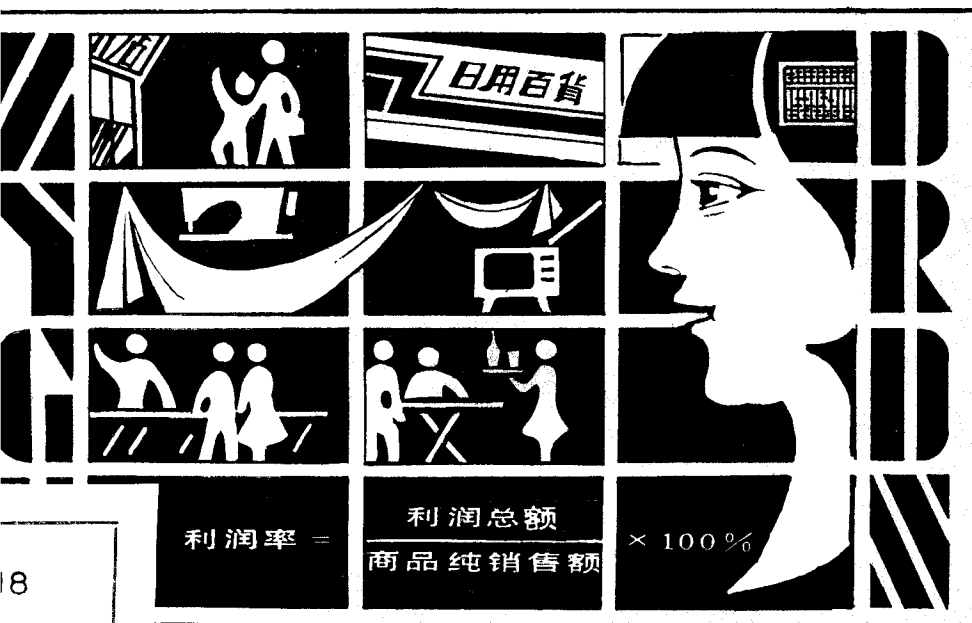


怎样搞好店容店貌

郭振华



8

山东人民出版社

怎样搞好店容店貌

郭 振 华

★

山东人民出版社出版

(济南经九路胜利大街)

山东省新华书店发行 * 济南市植物园印刷厂

787×1092毫米32开本 5 印张 85 千字

1986年6月第1版 1986年6月第1次印刷

印数1—11,930

书号 4099•560 定价0.80元

搞好店容店貌是商业部
门引导消费的重要形式，也
是社会主义两个文明建设的
组成部分。

刘方斌

八五年
五月

出版说明

零售商店搞好店容店貌非常重要，不仅可以提高顾客进店率，扩大销售额，而且还可以促进整个社会的精神文明建设。近几年来，商业工作迅速发展，广大商业工作者对搞好店容店貌越来越重视。但许多零售商店、特别是如雨后春笋般建立起来的中小型零售商店，从业人员多是新手，缺乏搞好店容店貌的知识，给工作带来了困难。本书就是为了满足广大商业工作者的需要而编辑出版的。

本书从店容店貌既指“物”、又指“人”的认识出发，除了着重谈了店前装饰、店内装潢、商品陈列与摆布的艺术和技术以外，还谈了商店的营业员与经理应该具有的素养和能力。本书强调通俗性，实用性和技术性；附有技术性插图100多幅；书后还附录了“商店实用美术知识问答”及“店堂应时标语形式图例”、“店前广告牌形式图例”、“商品陈列道具造型图例”。本书适宜于商业工作者、特别是中小型商店的职工阅读，亦可作为商业学校师生的参考读物。

目 录

第一章 搞好店容店貌的作用与具体要求	(1)
第一节 店容店貌的含义.....	(1)
第二节 搞好店容店貌的作用.....	(3)
一、突出商店形象, 利于扩大销售.....	(3)
二、传播市场信息, 沟通产销联系.....	(4)
三、反映社会面貌, 促进精神文明建设.....	(5)
第三节 搞好店容店貌的具体要求.....	(5)
第二章 店前装饰和店内装潢	(7)
第一节 店前装饰.....	(7)
一、店面装饰.....	(7)
二、招牌和匾额.....	(10)
三、霓虹管灯广告.....	(17)
四、商业专用对联.....	(18)
五、商店橱窗.....	(27)
六、店前商品宣传广告牌.....	(46)
第二节 店内装潢.....	(47)
一、店内装潢的职能原则.....	(47)
二、店内装潢的几种表现形式.....	(49)
三、店堂内环境布置.....	(54)

第三章 商品陈列与摆布..... (61)

第一节 商品陈列艺术..... (61)

一、商品陈列的一般要求..... (61)

二、商品陈列应做到“实”、“巧”、“新”、“美”..... (63)

三、零售商店的商品陈列..... (66)

四、批发商店的样品陈列室..... (67)

五、陈列商品选样的要求与方法..... (68)

六、几种常用的商品陈列方法..... (69)

七、陈列品的损旧因由与预防..... (75)

第二节 商品摆布艺术..... (77)

一、商品摆布的一般要求..... (77)

二、商品摆布的必备物：货架、架口与柜台..... (79)

第四章 营业员与经理必需具备的素质修养..... (86)

第一节 营业员的素质修养..... (86)

一、经营思想..... (87)

二、柜台纪律..... (87)

三、仪容仪表..... (88)

四、售货技术..... (88)

五、熟悉商品知识..... (100)

六、服务态度..... (102)

七、柜台语言艺术..... (103)

八、柜台接待心理..... (106)

第二节 经理的素质修养..... (109)

一、分析、判断、决策的能力..... (109)

二、组织、指挥与协调各种关系的能力..... (110)

三、知人善任的能力·····	(110)
四、不断创新、探索的能力·····	(112)
五、熟悉、掌握和善于运用各种促进 销售的方法·····	(112)
附录一： 商店实用美术知识问答 ·····	(115)
1.怎样利用美术字为宣传商品服务? ·····	(115)
2.商品陈列常用的装饰材料有哪些? ·····	(117)
3.怎样使用吹塑纸? ·····	(121)
4.怎样使用吹塑纸制作花卉及图案? ·····	(122)
5.怎样使用聚苯板? ·····	(125)
6.电炉丝锯的结构和使用方法是怎样的? ·····	(126)
7.在水泥墙壁上用油漆和油画颜料绘制 广告或店名等怎样才能保持长久? ·····	(128)
8.怎样刷出的油漆广告牌才格外鲜亮? ·····	(129)
9.在新油漆的广告牌上用广告色书写时 不着色怎么办? ·····	(129)
10.石纹装饰纸可自制吗? ·····	(129)
11.怎样用漆仿制石纹板? ·····	(131)
12.匾额贴金是怎样处理的? ·····	(132)
13.应用水粉色绘制商品广告时, 应避免 出现哪些弊病? ·····	(133)
14.室外油画广告退色老化了, 不重画 也能反新吗? ·····	(134)
15.怎样用手帕折叠蝴蝶与荷花等图案? ·····	(135)
16.商品宣传橱窗每月陈列的重点是什么? ·····	(136)

附录二： 图例..... (138)

1. 店堂应时标语形式图例..... (138)

2. 店前广告牌形式图例..... (139)

3. 商品陈列道具造型图例..... (140)

第一章 搞好店容店貌的作用与具体要求

第一节 店容店貌的含义

零售商店，不仅担负着直接为消费者服务的重要任务，而且是宣传社会主义精神文明、展示社会主义物质文明建设成就的重要阵地。就为消费者服务而言，零售商店存在着如何扩大经营，促进国民经济发展，并把生产出来的商品迅速地送到消费者手中，使消费者买到质价相等、称心如意的商品，进而提高商店经济效益的问题。就反映社会文明而言，零售商店不但担负着贯彻、实行党和国家有关商业的方针政策、社会主义商业的经营作风和三大观点（政治观点、生产观点、群众观点）的任务，而且，作为反映人民经济生活的橱窗，还起着展示祖国“四化”建设大好形势和伟大成就的作用。为了实现零售商店所担负的重要任务，搞好店容店貌是至关重要的。

什么叫店容店貌？顾名思义，就是商店的“容貌”。完美的店容店貌，不仅表现在商店的门面装潢、环境布置、商店陈列和摆布等物象表现方面，同时也包括商店经营者（营业员和经理）在经营活动中的气质、语言、服饰、仪表乃至

服务技术、经营方式等。而这两个方面是存在着有机的联系的。

可是，近几年由于种种原因，商店通过搞好店容店貌促进经营的优良传统被忽视了，致使许多营业员参加工作若干年，还搞不清什么是店容店貌，对搞好店容店貌存在着种种片面认识：有的认为强调搞好店容店貌是形式主义；有的把搞好店堂卫生误解为就是搞好店容店貌；还有一些商店的领导，把搞好店容店貌当成了“额外负担”；更有甚者，干脆将零售商店门前展示商品的玻璃橱窗去掉，代之以售货柜。有的商店，店前装饰、环境美化、商品陈列和摆布虽然搞得比较好，但是由于经营者没有将自身在经营活动中的表现包括到整个店容店貌的范围中去，重视了物，忽视了人，所以，还是没能达到预想的效果。过去，在商业界曾有这样的说法：“货物齐而全，为啥不挣钱？买卖要兴隆，先得搞门面；店外凭广告，店内靠店员。”寥寥数语，道出了一则经商的秘诀，反映了店容店貌当中人和物相辅相成、又互为条件的关系。强调营业员在搞好店容店貌工作中的作用，是因为购买行为是通过人发生的。消费者来到商店，不仅需要购买称心如意的商品，还要获得热情周到的接待和服务。大多数消费者正是在这种心理状态支配下，对柜台接待的每一个环节产生某种心理感受，形成对商店或营业员的一般见解的。

营业员、服务员每天要接待大量的顾客，一个简单的“请”字，一声热情的“谢谢”，表示了对人的尊重，会使顾客感到亲热和愉快，如若语言粗俗，行为失礼，态度骄横，就会化友好为争执，变笑容为怒色，扩大购销者之间的隔阂。一位顾客到某商店买东西，即使这样东西因暂时缺货没有

买到，但只要营业员以诚恳、礼貌的语言说明原因，表示歉意，这位顾客仍然会高高兴兴地离店而去，而且一旦商店里有了货，还会兴致勃勃地再到这里来买。而有的商店尽管商品品种齐全，规格也较多，但往往由于营业员的语言粗俗或一时怠慢，却使一些原来想买东西的顾客也不愿意再买了。

如果一个商店，一方面在装饰店面、制作广告、陈列摆布商品方面下功夫，另一方面又在提高营业员服务水平方面作出努力，那么，这个商店一定会在消费者心目中产生极好的印象。如果这个商店店面装饰、商品陈列搞得很好，但顾客一进门，遇上的却是横眉冷眼、业务生疏、服装不整的营业员，那么顾客就会感到这个商店里的“人”和“物”不协调，对这个商店产生失望和反感。这样，营业员的表现就造成了有损于商店容貌的恶果。

所以，一个零售商店要搞好店容店貌，必须从“人”和“物”两方面着手，这样才能做到：“凡进我店顾客，皆不空手出门”。

第二节 搞好店容店貌的作用

搞好店容店貌的作用，概括起来主要有以下几点：

一、突出商店形象，利于扩大销售

对于零售商店来说，提高顾客的进店率，就等于成功。因此，我们搞好店容店貌很重要的一条，就在于能够突出商店形象，提高顾客的进店率，使商店在激烈的竞争中取得优

越的地位。可以说，衡量一个商店店容店貌搞得好不好的一条主要标准，就是看它能否吸引更多的顾客进店，能否有助于扩大销售。商店门面装饰得独特醒目，能引起顾客光顾的兴趣；商品陈列、摆布得显明突出，能为消费者挑选商品带来方便；店内通道设计得合理，会相应地扩大顾客和营业员的活动场地；商店环境布置得美观大方，会给顾客以舒心的感觉；营业员服务质量高，能给顾客带来再次光顾的愿望；商店经理的经营管理能力提高了，会给企业带来无限的活力。

总之，搞好店容店貌，不但可以加强消费者对商店的印象，引起顾客的购买兴趣，促成购买动机，节省买和卖的时间，而且还可以在广大消费者当中树立优良的信誉，在提高竞争能力方面，起到积极作用。

二、传播市场信息，沟通产销联系

零售商店在搞好店容店貌的过程中，把所经营的商品，特别是时新商品、季节商品、名牌商品及时地、有计划地向消费者进行陈列和介绍，使人们便于发现和区别不同商品的不同特征，对前来选购商品的顾客能够购买到称心的商品，起到积极的提示和指导作用。特别是有的商店，除了宣传陈列本商店所经营的商品外，有时还以租赁的方式把一部分橱窗、展柜租给工厂使用，宣传陈列该厂的产品，使产品（未正式进入消费领域的商品）直接与消费者见面，这样做，既可加深顾客对产品的印象，又可以从这里听到消费者的声音，获得必要的市场信息，及时调节产销矛盾。由此可见，搞好店容店貌还可以加强生产者、经营者、消费者三者的联系，在促使商店和工厂根据消费者的要求及市场动向改进各

自的工作，加快产品更新换代，提高竞争能力等方面，起到积极的作用。

三、反映社会面貌，促进精神文明建设

搞好店容店貌是社会主义商店为人民服务、为生产服务的宗旨决定的，是社会主义商店文明经营的必备条件。零售商店天天迎来送往，既和国内广大消费者打交道，又与外国客商做交易。商店营业员的服务语言和态度，服饰和仪表，服务知识与技术等，留给顾客的外观印象，反映着我们国家或某一地区人民的思想风貌及文明程度。如果我们都能做到“文明经商、礼貌待客、优质服务、方便群众”，那么，我们就能以自己的模范行为给整个社会以积极的影响，在维护国家声誉，密切党同群众的关系方面作出自己的应有贡献。

第三节 搞好店容店貌的具体要求

搞好店容店貌，是零售商店引导消费的重要手段，是社会主义两个文明建设的组成部分，是零售商店的一项经常性工作。因此，我们要动员商店的每一位工作人员都来关心做好此项工作。

搞好店容店貌的具体要求是：

店面装饰要做到：主题鲜明，特点突出，能给人以强烈的吸引力和亲切感。

环境布置要做到：配合需要，布置得当，清净洁雅，美观大方，耐人寻味。

商品陈列和摆布要做到：齐全丰满，卫生整洁，摆布合理，明码标价，便利买卖。

营业员柜台服务要做到：衣着整洁大方，举止文雅亲切，熟悉商品知识，精通销售技术，执行政策规定，文明礼貌经营。

第二章 店前装饰和店内装潢

第一节 店前装饰

零售商店的店面装饰和招牌、匾额、商业专用对联、商店橱窗、霓虹管灯广告等统称为店前装饰。

不同经营范围的零售商店，应有其不同的店前装饰，借以显示它的经营特点和经营内容，以便招来顾客。

好的店前装饰要以鲜明活泼的风貌及色调、独特新颖的广告宣传来吸引消费者的注意力，激发消费者购买欲望。同时，这些不同风格的店面装饰及商品宣传广告，还可以从一个侧面反映我国社会主义经济建设的面貌，并起到美化市容、点缀生活的作用。

一、店面装饰

店面装饰，又叫门脸装潢或门面装饰，主要是指商店建筑物的外形装饰。它在突出商店外观形象、加强吸引力方面，起着非常重要的作用。店面装饰的实质，就是做商店的广告。在繁华的市场上，一家商店能否充分吸引顾客，在很大程度上要看它的外形设计和表面装饰如何。店面外形设计独特，会格外引人注目；店面装饰引人，自然会增加顾客的进店率。

那么，怎样装饰店面才好呢？一般情况下应做到如下几点：

（一）根据商店的经营内容、规模和特色确定店面装饰的表现形式。

成功的店面装饰，都是根据商店自身的经营情况，确定店面装饰形式的。各个商店在店面装饰形式上应该与其它商店有所区别，要使顾客通过店面装饰形式便可基本了解到商店的经营内容、规模和特色。六十年代，由于受到“左”的思想影响，店面装饰“千店一律”，无论是饭馆、理发店，还是商店、旅馆，店面的墙皮统统用油漆刷成了红颜色，牌匾一律改写成“为人民服务”，使顾客很难辨认其经营的是什么内容，更难知其经营特点，“想买东西吃误入理发店”的事屡见不鲜。今天，仍然有一些零售商店不注意使自己的店面装饰具有自己的特点，这个问题需要切实解决。

（二）要色调鲜明地突出商店名称、经营内容和服务宗旨，以吸引消费者的注意力为基本目的；文字书写要正确、规范。

为了便于顾客寻找店址，便于记清、记牢商店的名称及经营内容、特点，就必须以吸引消费者的注意力为基本点来突出店面装饰。例如，“四季鞋帽店”、“艳美床上用品商店”、“大明眼镜商店”之类的店名，消费者看到就可以大体知道店铺的主营项目或服务范围。如果采用灯箱、霓虹管灯等形式的招牌突出店名，或采用塑料、铝片、有机玻璃等材料制成造型美观、鲜艳醒目的招牌广告宣传商品，装点店面，突出特点，那就会更加引起消费者的注意和兴趣，促使其走进商店浏览与购买商品。

(三) 要与周围环境有较强烈的对比；表现手法要统一，切忌拼凑。

商店店面的装饰作用，**主要是为了突出商店**。因此，在整个店面装饰的设计中，**应以对立统一**的观点，去研究和处理店面装饰与周围环境的对比关系。例如，邻近商店的装饰是采用涂料粉刷墙面，门窗是采用古体花格图案，广告是直接画在墙面上的。那么，我们在求对比关系时，只要抓牢店面总体色彩（墙皮）、门窗造型图案、广告表现形式及色彩等这三大关系的对比，运用“求异思维”的方法，问题就好解决了。但是在考虑与周围环境的对比关系时，决不能只顾某一点，而不计整体地去拼凑，因为这里面还有一个协调的问题。如果生吞活剥地将东家的招牌形式、西家的花格图案、另一家的橱窗设计等硬凑合在一起，虽然与某一点有了区别，但终究形不成自己的独特风格，成了一个大杂烩，不但不能收到装饰店面、突出商品的预想效果，反而适得其反了。

(四) 注意民族特色、地区特色、经营特色，同时要有时代感。

我国是一个具有几千年历史的文明古国，有着丰富的文化遗产。在搞好商店的店面装饰形式方面，应该继承我们民族的传统，体现我们民族的风格，把民族的风格和时代特征有机地结合起来。比如，将古老建筑形式的店面配以彩灯和霓虹灯管，会给古老商店赋以时代感；在现代化商店建筑的适当位置，配以商业专用对联，不仅会给店面增添上民族色彩，而且该店经营范围和特点也反映出来了。

店面装饰在表现形式上的地区特色与商店的经营特色有密切的关系。通常情况下，商店经营的地方名特商品越专