

实用美术设计丛书

橱窗设计

刘小枫 强世军 编著

美

黑龙江美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

橱窗设计/刘小枫, 强世军编著. —哈尔滨: 黑龙江美术出版社, 2007. 7
(实用美术设计丛书; 5)
ISBN 978-7-5318-1886-1

I. 橱… II. ①刘…②强… III. 橱窗布置—装饰美术—设计 IV. J525. 2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2007) 第097226号

实用美术设计丛书

- 网页设计
- 标志设计
- 书籍装帧设计
- 创意卡片设计
- 橱窗设计
- 酒吧设计
- 门头设计

橱窗设计

整体策划 崔亚敏
责任编辑 赵立明
封面设计 刘 菁 刘小枫
版式设计 刘小枫

书 名 橱 窗 设 计
CHuchuang SHEji

作 者 刘小枫 强世军
出 版 黑龙江美术出版社

地 址 哈尔滨市道里区安定街225号
邮政编码 150016

经 销 全国新华书店
责任编辑 赵立明

发行电话 (0451) 84270514 84270525
网 址 WWW.HLJMSS.COM

印 刷 陕西思达柯式印刷有限公司印刷
开 本 1/16
印 张 5

字 数 120千字
版 次 2007年8月第1版
印 次 2007年8月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5318-1886-1
定 价 210.00元 (全七册)

本书如有印装质量问题, 请直接与印刷厂联系调换。
联系电话: 029-87420811

ISBN 978-7-5318-1886-1



9 787531 818861 >

定价: 210.00元 (共七册)

序 言

艺术设计教育的过程本身就是一门系统工程，从其启蒙教育到深层次的理论研究，包含了基本功、意念、创意、创造、创新与实践探索的过程。加强艺术设计的初、中级教育与培养，有助于造就大批有能力、有知识、有创造力的优秀设计人才。今日的高等美术院校应该把培养的关口前沿与素质教育结合运用，重基础、重实践，为未来高质量的培育成果打下坚实的基础。

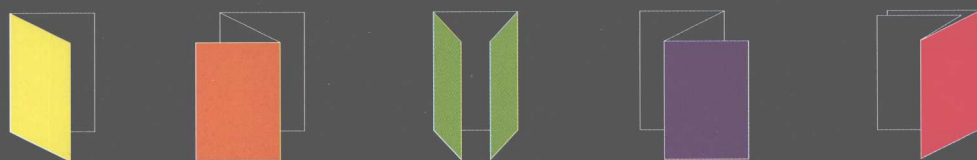
《实用美术设计丛书》就是遵循这一系统工程的理念，以基础平台为出发点，展示了一系列的培养方式与创意理念，它研究的焦点可归结为：一、强调集合知识与大信息量，以文字结合图例的手法，启发引导读者的兴趣与注意力，将丰富的知识信息融合在受教育者的脑海中，形成印象深刻的知识网络；二、侧重创意、创造思维的诱导。通过例证与分析，将二者作为丛书的主轴线贯穿始终，把创造的理念提升至学术研究的高度。同时，以灵活多样的写作手法，对优秀传统图形给予了充分表现，将传统与现代的各自优势作为培养与教育的核心，是该丛书闪耀出的光彩亮点。

这套丛书的作者多为近年来成长起来的青年教师和优秀设计师，他们通过多年的教学与艺术实践，积累了相当的理论与实践经验。丛书中的许多图例本身就是其艺术追求与探索的真实写照。学海无涯，虽然知识的高峰是永无止境的，但有了这样的积极、认真与严谨的治学态度，艺术的高峰是可以攀登的。希望这些在教学一线辛苦奋战的园丁们再出佳绩和硕果。

二十一世纪的设计领域将深入到人们生活的方方面面，未来的设计教育将面临更为广阔的研究空间。相信这套丛书能为未来的设计大道增光添辉，为造就和培养大批的优秀设计人才发挥积极的作用。

西安美术学院副院长

郭石群
2007.6.4.



橱 窗 设 计
kitchen design

目录

● 第一章 橱窗设计的概念	4
第一节 橱窗设计的四大要素	4
(一) 主题性	4
(二) 色彩的运用	4
(三) 艺术表现手法	6
(四) 季节性	8
第二节 橱窗设计应注意的问题	11
(一) 背景的处理	11
(二) 道具的摆放	13
(三) 灯光要求	13
(四) 气氛的营造	15
● 第二章 欧洲橱窗赏析	16

第一章 橱窗设计的概念

在现代商业广告中,橱窗设计是一种重要的广告形式,也是装饰商店店面的有效手段。橱窗作为商店形象的组成部分,不仅是传达商品信息的陈列空间,同时也是整个社会环境的一部分,能直接或间接反映出城市的经济发展与文化面貌。一个构思新颖,主题鲜明、风格独特、艺术表现手法丰富的商店橱窗,它应是结合了现代时尚流行的橱窗设计理念,采用了巧妙的构思和设计,既能带给消费者视觉的欢悦与心理的某种满足,又能为消费者营造一个丰富多彩的商品展示空间,从而调动消费者的购买欲望,达到商品销售的目的。因此,在现代商品社会中橱窗越来越多地受到商家的重视和青睐。

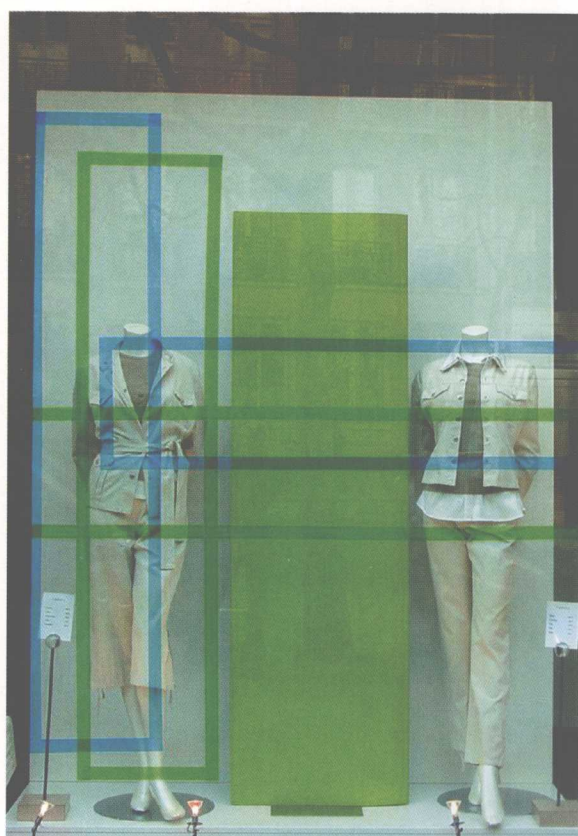
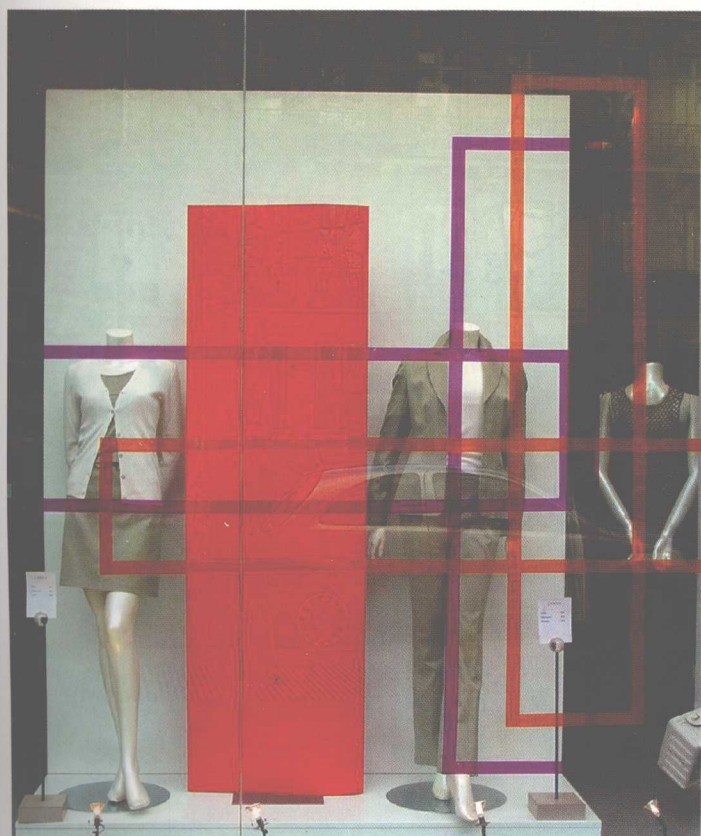
第一节 橱窗设计的四大要素

1、主题性

商店橱窗在陈列商品时,首先要突出的就是它的主题性,即展示的商品类型和内容。不同种类或相近种类的商品都应系统地分类并依主题陈列,使人能够一目了然地看到所介绍或宣传的商品。比如服装类、食品类、手饰类、鞋包类等。而服装类里是童装还是成人装,是男装还是女装,在橱窗陈列时,这些主题尽可能明确。否则,容易使人产生误会,不仅达不到商品宣传的目的,还有可能适得其反。因此,在设计橱窗时,一定要将主题放在首位,以起到明确的宣传作用。

2、色彩的运用

任何类型的橱窗以及不同种类的商品展示,都将会遇到色彩的搭配与色彩的运用问题,即如何通过巧妙的色彩搭配来表现出和谐的商品色彩的美感来,并使之产生出不同的色彩情绪变化,比如热烈的、青春的、静谧的、温馨的等等。在橱窗展示中运用色彩时,应根据不同的情况来选择冷暖色调的色彩搭配和中性色调或补色关系的色彩搭配,以此来突出商品展示的主题。这些都将直接关系到橱窗陈列的最终效果,因而要有针对性地选择运用



色彩规律。一般来说，色彩规律的运用方式有两种，一种是强烈的色彩对比，另一种是偏弱或同类色彩的对比。无论选择哪一种对比方式，色彩都应和谐、自然，并要从整体上去把握，这也是橱窗展示的很重要的一个方面。

3、艺术表现手法

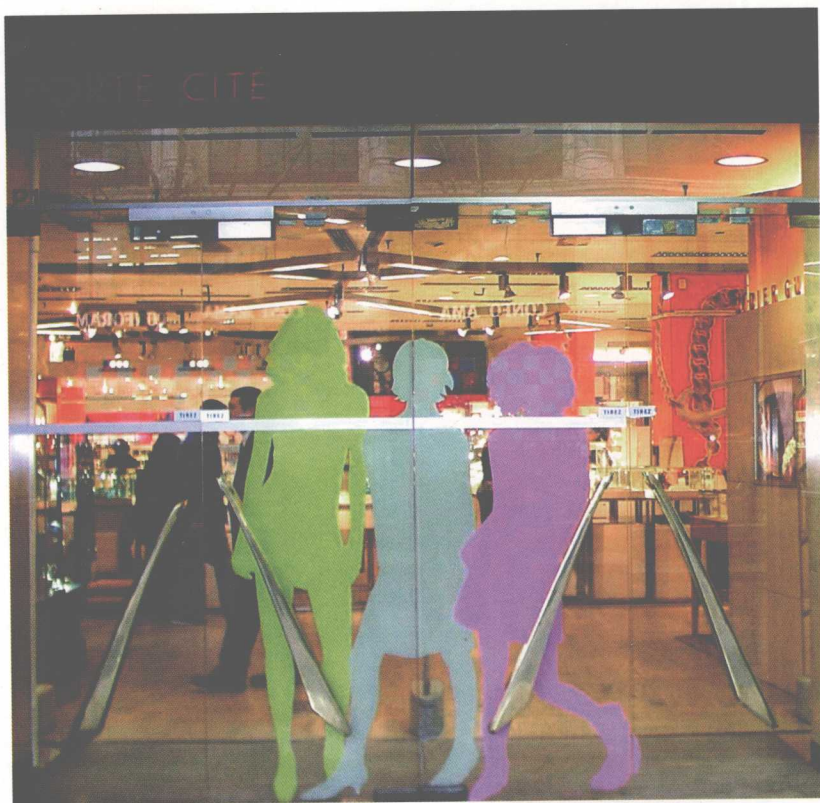
现代橱窗设计的构思和表现方法结合了社会学、市场学、心理学和现代科学技术等因素，在艺术表现手法上呈多元化的发展趋势。其中有二维的巨型海报，有以光电艺术为主的表现手法，也有场景中的真人情景表演等，可谓五花八门。在具体的艺术表现中又通过空间变换，灯光的处理，以及背景音乐的融入，既符合当代人的时尚追求，又能突出商品的品牌和宣传效益，具有强烈的时尚感觉和浓浓的人文气息。

(1) 直接展示

运用陈列技巧，让商品自己说话。通过对商品和道具的选择，背景的处理来充分展示商品自身的形态、质地与色彩，同时也传达商店经营者的审美感觉和经营理念，是大众的、前卫的风格？还是狂野的、高雅的风格？一般都来得简单、直接。

(2) 寓意与联想

以某一环境、某一情节、某一图形来唤起消费者的种种联想，



大型商场的入口处，色彩绚丽的摩登女郎身影绰约，引导着追逐时尚的先生小姐们尾随而进。



以产生心灵的某种沟通与共鸣。寓意与联想也可采用抽象道具或图形，通过平面、立体或色彩等不同形式来表现，在不同的商品形态中间，寻找内在的、相同的美。以抽象的方式加强人们对商品个性及内涵的理解，既能充分体现出崭新的视觉空间，又具有浓郁的时代气息。

（3）夸张与幽默

将商品的特点和美的因素合理的夸张表现，给人以新颖奇特的心理感受，并通过风趣的情节，幽默地展示商品的某种特性。整个展示空间充满情趣，耐人寻味，引人入胜，具有一种奇特的出人意料的艺术效果。

（4）广告语言的合理运用

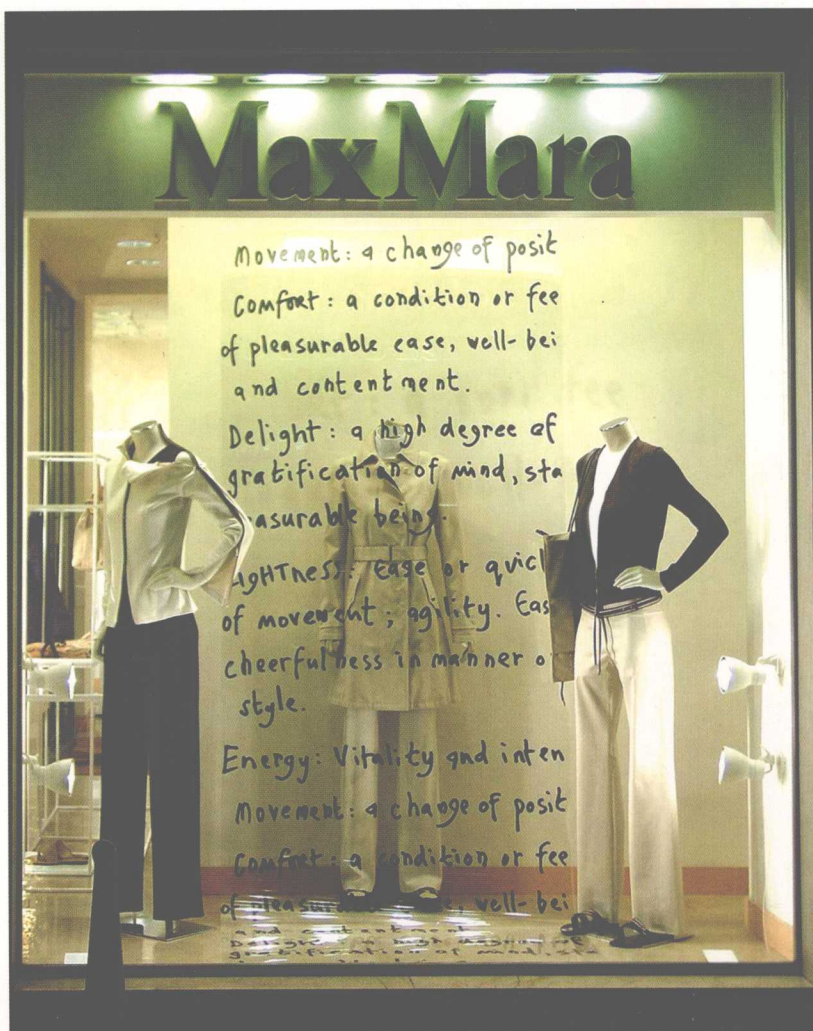
在橱窗设计中，如何恰当地运用广告语言，是十分重要的。橱窗中广告语言的运用一般来说要概括、精炼，语言的选择要具有代表性和象征性，要恰到好处地起到商品宣传作用。不能滥用广告语，否则，容易造成商品展示的杂乱无章和喧宾夺主。





4、季节性

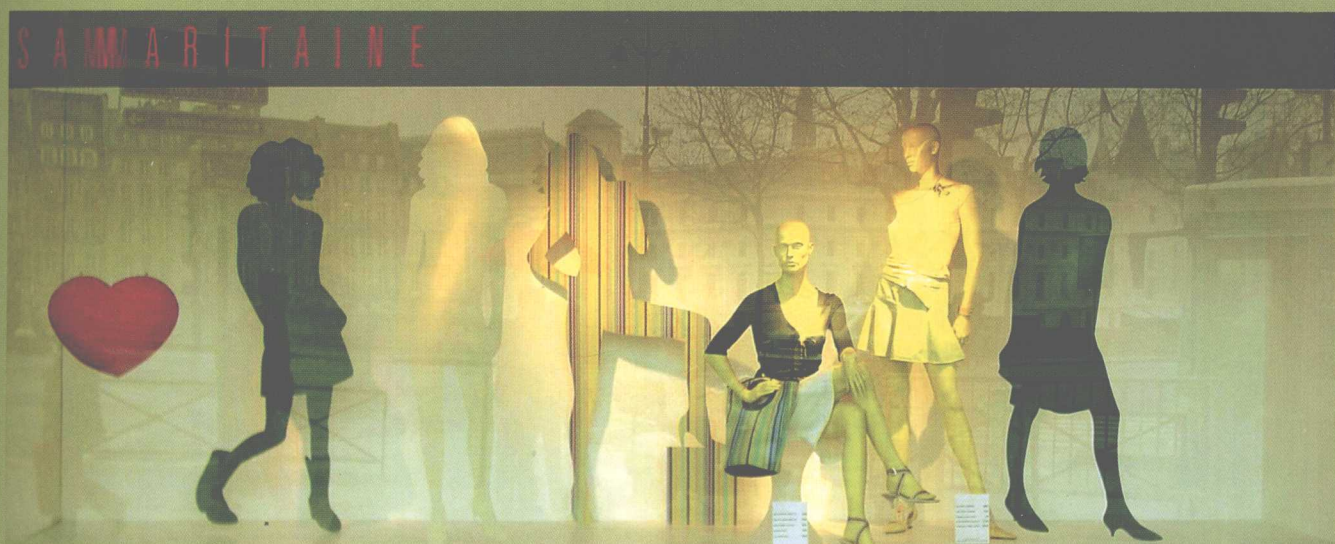
橱窗展示的一个突出特点是它的季节性，尤其是服装类橱窗展示尤为明显，如何配合着四季的变换来展示各个季节的服装，并使之具有美的气息和韵味，是十分重要的，这也是橱窗设计中一个不可或缺的因素。



单纯的环境，黑白的空间，使得理性的气质又多了一份优雅的味道。

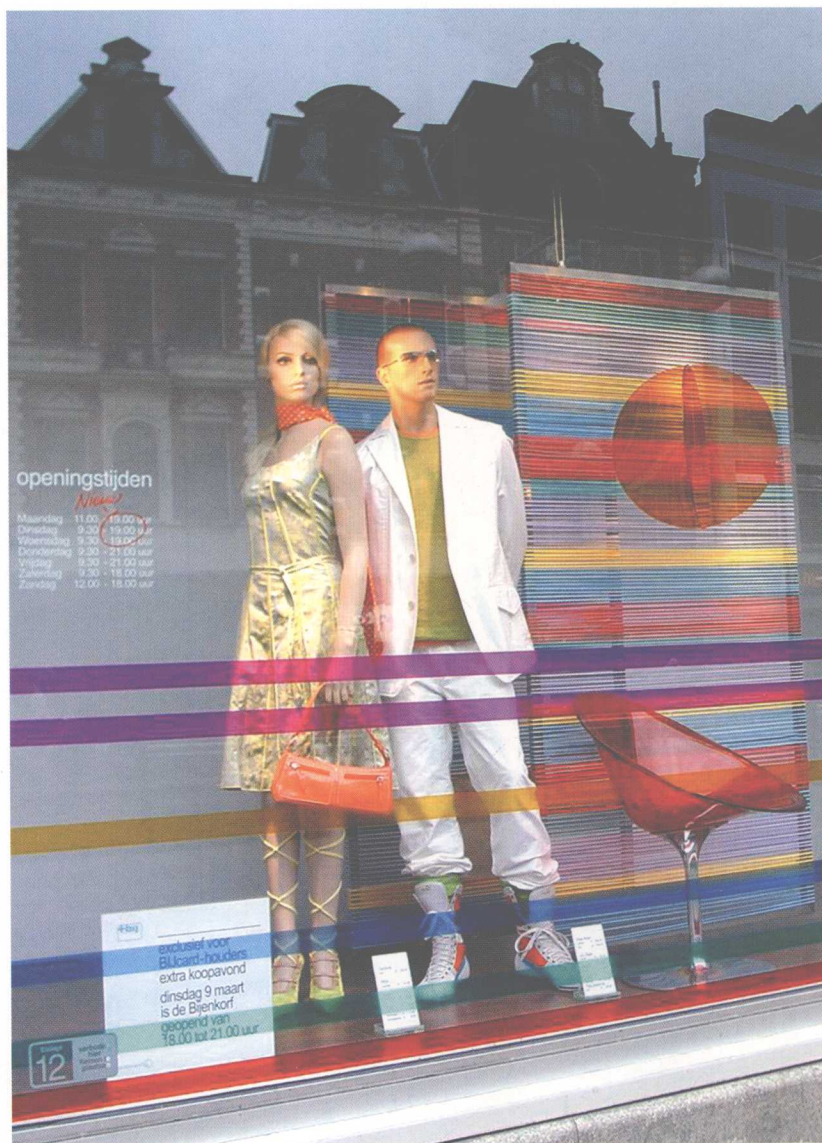


简单的布局, 立体球形的装饰, 清新的色彩, 概括地传递出此品牌的运动气质。





强烈的色彩对比产生出炫目的光彩，线条的表现使得橱窗更具现代感，生动逼真的模特造型强化了橱窗的视觉冲击力。



第二节 橱窗设计应注意的问题

1、背景的处理

商店橱窗陈列具有特殊的立体空间，背景在其中起到烘托主体、增加气氛的作用。背景的处理从形状上一般要求概括、简洁、单纯，尽量避免小而复杂的琐碎细节，要配合陈列的商品并与其统一起来。色彩的选择要根据主体的色调来确定与之相对应或相和谐的色彩，并注重整体陈列空间的色调统一与呼应关系。总而言之，橱窗中背景的处理没有一成不变的规律，应根据橱窗设计中的具体情况来区别对待。

蓝天白云的宽广、车轮麻绳的粗犷，质朴中蕴含一丝从容优雅的气息。





2、道具的摆放

道具包括布置商品的支架等附加物和商品本身。各种支架的摆放尽量不要干扰商品，应巧妙地融入整体环境当中，从而能起到突出立体商品的作用。商品道具的摆放，讲究大小、比例、节奏和色彩的对比统一。采用新颖并且恰当的构图方式以及正确的摆放形式，是商店窗陈列的一个基本要求。



3、灯光要求

对于橱窗设计而言，灯光是不可缺少的重要因素。与舞台灯光设计相似，为橱窗配上适当的顶灯、角灯和射灯，不仅能起到照明的作用，还能使橱窗原有的色彩产生戏剧性变化。因此，在布置橱窗的灯光时，要注意光源的冷暖调，一般来说，光线应柔和一点，尽量避免使用过于复杂刺激的灯光，同时，灯光的布置也要按照不同的商品特性和展示要求而做出相应的调整。比如：想表现辉煌的色彩效果，可选用偏暖并强烈一点的灯光；想表现柔和的灯光效果，可选用较弱的灯光来处理。不同的灯光会产生不同的视觉效果，巧妙的灯光处理往往既能突出主体商品的造型与色彩，又能营造出迷人的光色氛围，具有画龙点睛的作用。



节

14



4、气氛的营造

橱窗设计，除了色彩运用、表现形式、灯光材料外，还有一点就是营造气氛。通常情况下，人们对橱窗的气氛把握往往容易忽略，或认识不足，因而常常会导致许多橱窗陈列虽感觉华美，但吸引力却下降，甚至观者寥寥，造成这一局面的原因是因为营造气氛是一个软性标尺，有时是凭直觉和感觉的。道具的摆放、灯光的变换，色彩的和谐从一定程度上已经营造了一种气氛，但还要使之更加强烈。

如圣诞节的橱窗布置，应重点突出新年欢快、幸福、团圆的气氛，而不能只单一的强调其中的一种气氛。这样就有可能会使圣诞节的感觉变得平淡而索然无味。在情人节的橱窗展示中应重点突出浪漫的气氛。其中，具有浪漫爱情象征的玫瑰是不可缺少的，还有巧克力等糖果也是情人节橱窗的上佳点缀。在突出商店橱窗的氛围时，要重视空间感觉的传达，尽量使空间感觉大一些。道具摆放不能过分拥挤、凌乱，同时，也可在环境中融入一点背景音乐，用声音来增加环境气氛。总之，在布置商店橱窗时，营造出浓浓的气氛是至关重要的，这是橱窗设计的灵魂，同时也是吸引顾客和观众的关键所在。

