

实用美术小丛书

商品橱窗的设计 与陈列

唐胜化 编著

轻工业出版社

商品橱窗的设计与陈列

唐胜化 编著

轻工业出版社

商品橱窗的设计与陈列

唐胜化 编著

*

轻工业出版社出版

(北京广安门南滨河路25号)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

中国印刷科学技术研究所照排研究实验中心排版

北京龙华印刷厂印刷

*

787×1092毫米 1/24 印张: 3.5 字数104千字

1988年12月 第一版第一次印刷

印数: 1—7,000 定价: 1.50元

ISBN 7—5019—0456—1 / TS·0308

前 言

每个企业要推销所生产或经销的商品,都需要向消费者进行广告宣传,将商品信息经过不同途径广泛地通报给人们。这种商品信息的传递必然要通过能与人们视觉、听觉相联系的物质手段方可实现。因此,一切能与人们视觉、听觉相联系的物质手段都可以被利用作为广告的媒介。然而,广告的媒介不是固定不变地局限在几种传统的形式上,它是随着社会科学技术的发展而不断翻新的。例如:近年来,我国的电视工业高速发展,广泛利用电视图象作商品广告,已成为进行商业广告的重要手段。

商品橱窗陈列则是向广大消费者传递商品信息的不可缺少的重要广告媒介形式。它属于商品销售现场广告中的一种,其表现方式是在商店的临街门面上设置玻璃橱窗,对所经销的商品进行科学地分类,有目的地选择,并经过巧妙构思将商品精心地放置到窗内,以此达到富有装饰性和整体美感的商品排列效果。

商品橱窗陈列是一门科学,同时又是一门艺术;它关系到经济学、市场学、心理学等科目所涉及到的知识。它作为广告艺术中的一种特定形式,又必然涉及到绘画、美学、色彩学、立体造型等视觉美术的基础理论和技法。由此可见,橱窗陈列广告不仅是一种经济现象,在某种意义上也是属于意识形态范畴的事物。它的存在不但会在社会主义经济工作中发挥作用,并且会对群众文化教育,社会风尚的健康发展发挥一定的作用。

商品橱窗广告始终就是以它独特的形式存在于社会之中,是其它各种广告媒介所不能替代的。只要社会上存在商品流通,存在专营商品流通的商业部门,那么,商品陈列广告就会茁壮地扎根于社会的沃土之中,而且会随着物质、技术条件的发展而日新月异。

建国以来,在党和人民政府的领导下,我国的社会主义商业与工、农业一样,取得了巨大的发展,商品橱窗陈列也相应地得到长足的发展。全国各城镇的绝大多数商店及供销门市部都兴建或完善了橱窗设备,许多大商店还聘请或设置了专职与兼职的美工人员并进行着卓有成效的工作。

我国有着悠久的历史,在商品陈列设计方面有着独特的表现和丰富的经验。建国以来,商品陈列方面的经验也是很多的;遗憾的是总结橱窗陈列设计的著述太少了,这与广大商业美术工作者的需求很不相称。本书应这种需要,想对商品橱窗陈列的基础理论和技法做一些初步总结与探索,同时收集了一些外国现代橱窗陈列的成功例证献给读者作为借鉴。

书中难免有不当之处,恳请各位专家与商业美术工作者给予批评指正。

· 目录 ·

前言

一、商品陈列的原理	(1-3)
二、橱窗的结构和设备	(4-9)
三、橱窗陈列步骤	(10-11)
四、怎样进行橱窗陈列的设计	(12-30)
五、广告心理学在橱窗设计中的应用	(31-36)
六、道具	(37-55)
七、色彩的应用	(56-65)
八、灯光照明	(66-68)
九、店铺的门面招牌	(69-70)
附图(国外橱窗陈列实例)	(71)

一、商品陈列的原理

(一)商品陈列的起源与意义

商品陈列是实现商品交换的一个重要手段。它在商品流通过程中起着举足轻重的作用。不管哪一类别的产品,当它转化为商品进入市场之后,一般都要通过不同形式的陈列,方可实现交换和消费的目的。

商品的陈列是随着商品的产生而发生的,同时,又随着商品交换的发展而发展的。

追根溯源,自从有商品交换以后,就开始有了商品陈列。在商品交换和商业场所日益发展和繁荣的今天,则要求商品陈列的形式更趋于讲究和完美。

在远古社会,人们用捕获到的猎物,将其剩余部分来换取自己生存所需的其它物品,就必然要进行交换。当时,古人们将兽皮挂在树上,将鱼、鸟等猎物摆在地上,等待别人前来用其它物品进行交换。这种行为实际上就是最原始、最低级的商品陈列形式;可称为商品陈列的雏形,但因为当时还没有店铺设施,谈不上橱窗陈列。

随着社会的发展,人类阶级的形成,到了封建社会,在商品陈列、商品宣传和商业广告等方面就逐渐形成了比较完善的形式。从战国时代韩非子讲的“狗恶酒酸”的故事,就可以看出当时酒铺店门的情况;我国宋代名画《清明上河图》画面中有各种各样的商品广告和商品陈列的形式,如画中的酒馆,在柜台台面上摆放着几个酒缸,酒缸上贴着醒目的商标;店堂外挂着传统装酒的容器——葫芦模型;画中的肉铺用一根粗木杆,上面装置的铁钩挂上大片猪肉……都是生动的实物广告形式。这种最直观的传统商品陈列方式有些至今仍在继续沿用着。

这幅历史画卷从一个侧面反映出了在我国,自宋代以来,商品陈列的发展面貌。

自明清以来,从店堂布置到各种商品陈列形式(橱窗陈列、招牌广告、商品幌子以及音响广告等)都已发展到了一定的规模,尽管当时这些商品宣传的形式还是简陋的,但说明了我国在商品广告和商品陈列方面是有着悠久历史和独特表现形式的。

社会的一切事物都是发展的,在二十世纪八十年代的今天,商品陈列、宣传的手段绝对不能停留在过去时代的水平上;需要摆正继承传统和现实社会生活需求的关系。当代的商品橱窗陈列应符合今天的社会经济水平和当代人的普遍审美观点。只有具备这样的思想方法和工作方法才能使现代的橱窗陈列起到为社会主义经济发展,为人民群众的物质、文化生活服务的作

用。

(二)橱窗陈列的社会作用

1. 扩大销售额、沟通产销关系

衡量一个商业部门经济效益的重要标志之一,是看其商品的销售状况。一般说来,销售量、销售额高则可以说明这个部门取得的经济效益好。

销售额的大小除取决货源是否充足、对路,商品质量优劣以及市场需求量等方面之外,对于商品的宣传介绍也是不容忽视的经营手段。

商品橱窗陈列和店堂内的商品陈列是商品在销售现场进行宣传的主导方面。一个商店把经销的商品能以最有效的形式陈列出来,通过艺术感染力吸引更多的消费者前来浏览、挑选,就会促使顾客经过比较,产生购买行动。针对不同商品所采取的各种不同形式的陈列,不仅会便于消费,而且可以起到指导消费和扩大销售的作用。

2. 利于消费,服务群众

社会主义商业部门的一切业务活动,归结到一点,就是全心全意为顾客服务;力求做到以最合理、最有效的服务方式保障顾客进入店内以最短的时间,以舒畅的心情买到所需的商品;这正是利于消费,服务群众的本质所在。

为了做到这一点,服务态度故然是一个方面,但是,如果在服务方式上缺乏科学性,商品得不到有效地宣传,也不能达到这一目的。比方说:在陈列方式上,不能把商品的面貌展示清楚;哪是新产品,哪是名牌货,顾客无从辨别。在商品陈列的选择上杂乱无章,在橱窗内的光照暗淡,不能引起人们的观看兴趣,走进店堂,一时难以找到各类商品的货位,不得不在货场里东寻西找……这一系列现象的出现,即使是做到了货真价实,货源充足,百问不厌,态度和蔼,恐怕也是难于满足顾客的要求。特别是有许多销售范围十分广泛的品种,例如:布疋、服装、床单、被面等床上用品以及头巾、本册、图片等商品,只有通过科学的陈列方式,才有可能达到利于消费,为群众服务的目的;因为消费者在挑选这些商品时,观看其花色、式样、图案、质感等是决意购买与否的主要方面,如果将诸如此类的商品一摞摞、一排排地叠放在货架上,顾客不易看到商品的全貌,必然在很大程度上限制了对商品的识别和选择。

由此可见,卓有成效地利用橱窗及店堂内的货柜、货架的陈列,充分发挥商品销售现场的宣传作用,使消费者及时、准确地了解到商品信息,便可达到利于消费,服务群众的作用。

3. 文明经商,美化市容

商店的门面整洁大方;橱窗陈列的设计做到形式新颖、色调明快,陈列主题突出并富有艺术感染力;店堂内照明充分,货位排列合理、整齐,货柜和货架上的商品陈列丰满而又井井有条;这

样的经营环境和气氛体现着一定的美学观点和精神文明。这样的店容店貌必然为广大群众带来生活上的方便和心理上的快感,并可达到优质服务的效果。

如果说一个城市的建筑是代表它的面貌和特征,那么,商品橱窗的陈列则是一个城市、街道美化的重要内容。橱窗是商品广告的领地,又是人民生活的一个缩影;它既反应了工农业产品和科学技术的发展水平,又能体现装潢设计的艺术水平。富丽多彩的商品橱窗陈列既装点着城市、街道的容貌,又是表现人民物质文化生活的一个侧面。

二、橱窗的结构和设备

(一) 橱窗的三种结构形式

1. 封闭式(隔绝式)

封闭式的橱窗结构是指具有玻璃观看面、封闭的后背板和两侧隔板的箱式结构。它的特点是橱窗与店堂形成完全隔离的状态,仅靠在背板或侧隔板开设的窗门进出。窗内需要有独立的照明设备。

这种橱窗结构是我国城镇的大多数商店所采纳的一种结构形式。它所具备的优点是:可以使陈列效果更趋于完整;有利于施展设计的艺术手法,也有利于陈列品的安全和清洁。

2. 穿透式

穿透式的橱窗结构是指橱窗不设后背板,也不用其它材料使橱窗空间与店堂相隔离;橱窗中的陈列与店内陈设融为一体。

3. 半封闭式

半封闭式橱窗结构是界于封闭和穿透这两种形式之间的一种。即:不将橱窗的后背完全封闭起来,处于半闭、半透的状态。

穿透式和半封闭式两种橱窗结构的特点是店堂内的采光效果不会由于橱窗背板的遮挡而受到影响;但这两种结构都不宜于设计手法的运用和陈列技巧的实施,陈列的整体效果容易被店内景物所干扰而形成零乱的局面。

以上三种橱窗结构中,封闭式是较为理想的形式。它可以充分发挥商品陈列广告的功能。后面所论及的设计与陈列的理论和技法多以封闭橱窗结构为典范例证,但其原理同样适用于其它两种结构形式。

(二) 橱窗的部位和观看角度

1. 商品摆放方向与橱窗部位的关系

橱窗的部位一般是和商店门面并列的。人们在步入商店时,都是首先看到橱窗的正面,然后才经过半侧面。当人们有意观看橱窗陈列时,往往也是习惯从正面角度去欣赏,再顺便看侧面部位的陈列品。由此可见,橱窗的正面陈列效果是最引人注目的,我们在进行设计时,特别注重正面观看的陈列效果,这是无可非议的。然而,正面的陈列效果虽然重要,但也不应忽视正面

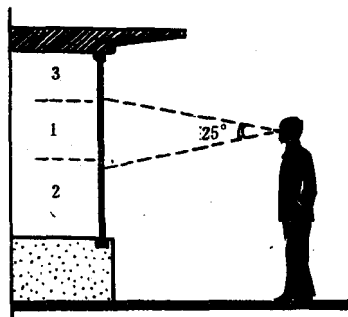
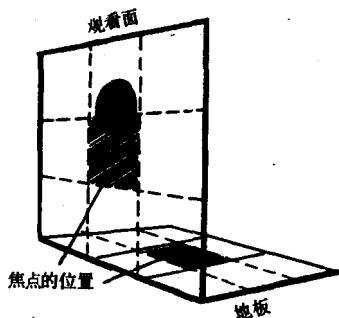
与侧面结合部位的陈列效果,特别是橱窗侧面具有玻璃观看面,如图1所示的部位同样是很引人注意的,在进行商品陈列时,应恰当利用这些部位,兼顾正、侧两个部位的陈列效果。使陈列物件摆放到从正面或侧面观看都能保持最佳方位,不但可以加强陈列的艺术效果,又可以隐蔽陈列道具背面的不宜外露部分(钉子、绳索、未经粉饰的板面等),不致影响观展效果。(见图1)

2. 观看角度

由于行人一般都是信步走过橱窗的,所以展现在观众面前的观看角度,是不断改变着的。为了使橱窗陈列将人吸引过去,由行人变为观众,又由观众转变为顾客,就需要设计者注意到商品陈列从各个角度的观看效果,力求做到从多种角度看都可以得到尽可能完美的效果。

为了突出重点商品的宣传效果,分层次地向观众宣传介绍商品,即可充分利用观众的观看角度。一个橱窗中,最令人瞩目的地方是在橱窗的中央与观众视线平行的地方,这个区域可称为观看的焦点,将所陈列的重点物品摆放到这个焦点部位可以获得最好的视觉效果。

焦点的位置是将橱窗观看面和地板上纵、横各分三份的中央部位,这一空间区域便是焦点的位置。(见图2)

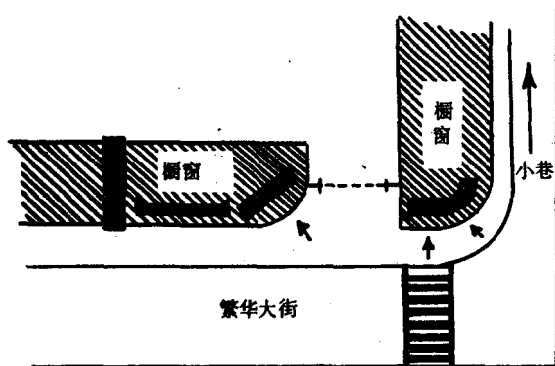


(图2)焦点位置的确定

如果橱窗位置面临特殊的地理环境,侧面观感有时会比正面观感更为显得重要。例如(图3),一家商店设于繁华大街与一条横向小巷转角处,它的两个橱窗,一个设在大街上,另一个则设在小巷里,那么,处于小巷内的橱窗侧面必然正朝向大街,处在这样地理环境的橱窗侧面观感

就显得很重要了。

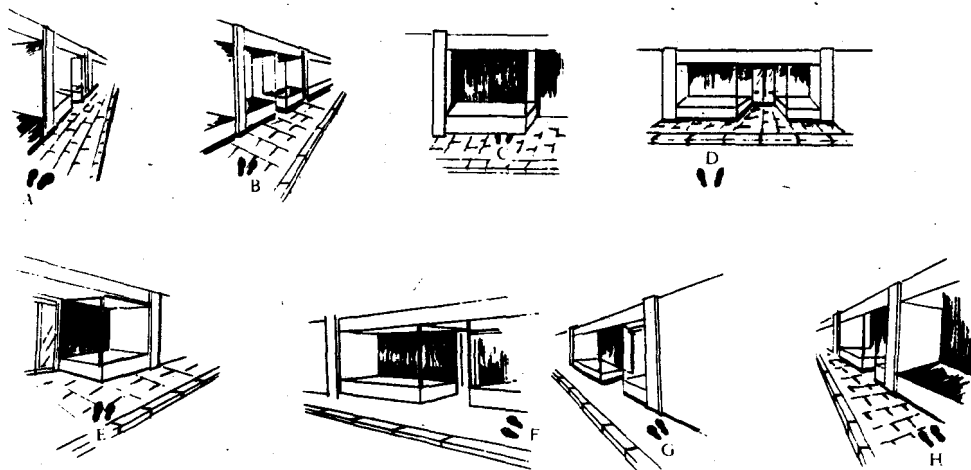
如果橱窗的半侧面朝向行人密集火车站或轮渡码头,就会形成朝一定方向来往的人流,从而提高了橱窗陈列的半侧面观感价值。



(图3) 橱窗的方位决定陈列品的摆向
而是要照顾到主要的方面和多数观者)。

橱窗陈列的环境是繁华的街道,行人则是由四面八方都可能观看到橱窗,怎样才能使橱窗陈列从多种方位观看都能得到较为完美的观展效果则是设计者重视的一个问题。

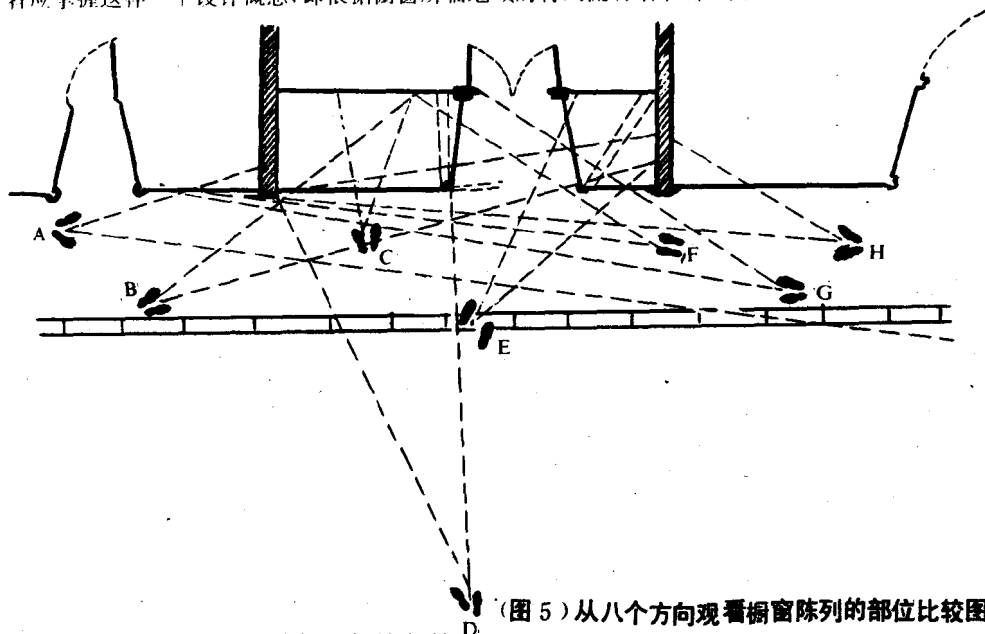
图4所示行人在不同观看角度对同一橱窗的直观效果不同。图中一家商店的两个橱窗,行人从不同方向走近橱窗,这八个方向的行人所得到的第一观感必然是不同的。设计者在安排商品摆放位置和方向时,应考虑照顾到从以上各个角度看都能取得较为完美的第一观感。(当然不是面面俱到,



(图4) 八个观看角度对橱窗陈列观感的不同效果

图5是行人从八个方向走来所看到的橱窗部位效果的比较示意图,通过此图来说明:设计

者应掌握这样一个设计概念,即根据橱窗所临地域的行人流量来确定商品陈列的恰当摆向。



(图5)从八个方向观看橱窗陈列的部位比较图

(三)完整的橱窗设备所应具备的条件

合理的橱窗结构和完善的设备是实现优异陈列效果的重要物质条件,也是充分发挥商品宣传效果的必要措施。此外,各种设施的齐备,还可以减少陈列商品的损耗,并给陈列工作带来便利;所以说健全橱窗设备,是商店基本建设的重要组成部分。

橱窗结构和设备应具备以下条件:

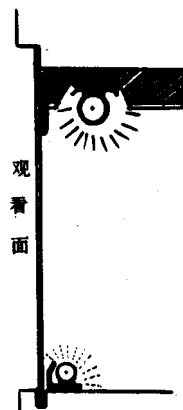
1. 合理的照明设施

橱窗内应有基本灯光照明设施,装置在橱窗顶板上的顶光照明是必须具备的;如果是大型橱窗,在窗内的边框上也应装备灯光设施;橱内的照明设施应安装在隐蔽的位置或附加遮光网罩(见图6)。目的是避免灯光直射刺眼,影响观看效果;所采用的灯具以日光灯为佳。

在橱窗内的适当位置,应装有电源插头。以备电动器材商品和渲染陈列气氛所需的灯光能方便地接通电源之用。

2. 窗门、背板、通气设施

封闭式的橱窗应在背板或侧隔板的某个部位开设进出工作的小门,窗门的规格一般为

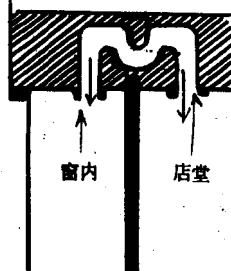


(图6)

- 左: 窗顶及窗底安
装灯光的位置
右: 用于顶光照明的遮光网板

180 厘米(高)、90 厘米(宽);门的开启是向外推拉的;门在关闭时,应保持较好的封闭程度。

背板的形式可分为装卸式和固定式两种。装卸式背板可在筹备陈列时,将其取下来放到宽敞场地进行裱糊、装饰和绘画作业。这种形式的背板,需在按插背板的部位施加“凹”状轨迹。固定式背板是将背板与橱窗结构预制在一起的,不能自由装卸,对于背板上的各项作业只得在窗内进行,给背板上的美化工作带来一定程度的不便,但这种背板形式使窗内的封闭度要强于装卸式。



(图7) 通气设施

不致影响陈列观展。窗上前沿往往是在商店建筑时就预置好的。(见图8)

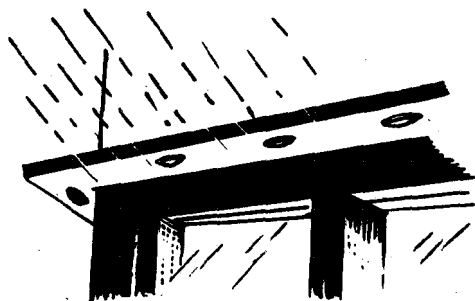
遮阳篷是为了防止夏季炽热的阳光直接射入橱窗内而设置的。遮光篷可由帆布、尼龙布等牢固的纺织物或竹苇编结的帘子制成。由于遮阳篷不是时刻都垂下的,所以在结构设计上应做到起落方便。图9是遮光篷的两种形式。

护窗板是为保障橱窗设备和陈列品的安全而装备的。传统的护窗板多为木板对接折合式的,使用起来不够方便,也不美观;铁质推拉和电动卷帘的形式,是比较理想的护窗设备,可根据各自的条件进行设计、选择使用。

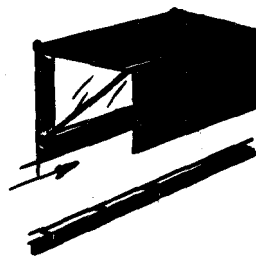
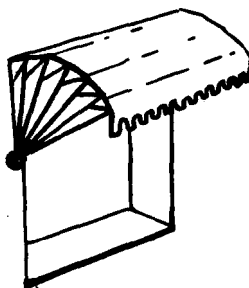
通气设备也是橱窗设备中不可忽视的一项内容。由于阳光的照射和灯光散发出的热量,窗内的温度是很高的,异常高的温度对某些商品是会有所损坏的,为了避免或减少陈列商品的变质、变形,装备恰当的通气设施也是必不可少的。通气设备应以不影响橱窗的封闭程度为佳。图7所示为比较理想而又简易可行的通气设施。

3. 遮雨、遮阳和护窗设备

橱窗的上框应建有突起的前沿(雨搭)以遮挡雨水,又



(图 8) 遮雨前沿



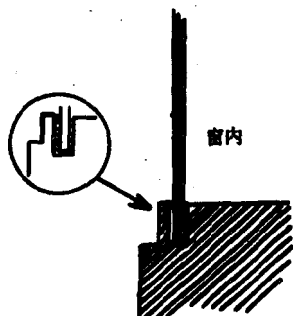
(图 9) 遮阳篷的两种形式

4. 安装橱窗玻璃的方式

为了保持橱窗的封闭程度,减少风沙灰尘潜入窗内的可能,在安装玻璃时应依照一定的技术标准。图 10 是安装橱窗玻璃的一种合理的结构形式。

橱窗的玻璃面往往都是与地面相垂直的(形成 90 度的角度),这种橱窗的观看面角度映照街道景物的幅度较大,扰乱陈列观展效果的程度也就相对的大一些;如果在处理橱窗玻璃面时,使之与地面的角度小于或大于 90 度(图 11 所示),则可以减少映照外界景物这一弊病。

在橱窗设备中,除以上几点外,还应在橱窗的背后或临近部位,设立简易的小仓库,用于暂时存放商品,收藏一时用不上的道具、衬布等陈列用具,使之起到周转各种物件的作用。这个小仓库内最好装有上下水设备,以供清除窗内的灰尘污渍,处理临时性工作之用。



(图 10) 橱窗玻璃安装法



(图 11) 玻璃安装的角度

三、橱窗陈列步骤

为了使橱窗陈列工作有条不紊地实施,应该掌握正确的陈列程序。陈列程序要点如下:

(一)准备工作

1. 熟悉橱窗结构

针对所要进行设计、陈列的橱窗规格(长度、宽度、深度),做准确的测量;对橱窗内部结构了解确切(横阔式还是高立式;背板的质地,吊顶承受力的限度,空间部位的形状等);对于基本照明设施的情况也要掌握(照明程度、电源插头位置等)。与此同时,对橱窗面临街头的方位及地理情况,也要有所了解。这项工作是首次承接某项橱窗设计、陈列任务必不可少的第一步骤。

2. 选择陈列用的商品

根据陈列主题的需求,来确定对商品种类的选择;根据橱窗空间的大小以及设计构思所要达到的繁、简效果,来确定选择商品的数量。选择陈列用商品可参考这样几项标准:(1)款式新颖(新式样、新结构、新材料、新工艺的商品),(2)货源充分或库存较多的商品;(3)具有流行色彩的商品;(4)照顾到型号、花色的齐全;(5)形象美观;远视效果显著的商品。凡符合以上任何一项要求的,即可考虑挑选陈列。

3. 道具、广告文字、衬布及各项陈列物件的筹划

根据设计意图将陈列形式所需要的各种物件收集或制作出来。对于陈列商品用的道具和为了烘托气氛用的装饰道具如何筹备,可从两个方面考虑:一是收集现存道具,将其组装成型,粉饰见新;二是设计制作本次陈列特需的道具,结构简单的道具往往要美工人员自行动手制作。在陈列中所需的广告文字待拟好文稿后则要书写、制作完成。

(二)进窗布置

1. 清洁橱窗

在进行新的陈列之前,对于窗内原有的陈列必须先拆除移至窗外,然后清扫灰尘、擦拭玻璃,同时对灯光设施进行检修。

2. 布置次序

所谓布置就是将陈列的商品和各种辅助物件按设计方案就位,这步工作一般需按以下先后次序进行:

- (1)将需要在背板上绘画的部分以及粘贴或钉挂的物件,处理妥当;
- (2)吊挂应悬在空间的物件;
- (3)铺施衬布或衬纸;
- (4)将道具安装就位;
- (5)摆放道具架上的商品(由远离橱窗门的部位开始摆放,依次后退,最后摆窗门前的物件);
- (6)进行局部调整,大体上陈列完毕,要到橱窗外观看陈列的总体效果,如有不妥之处及时调整妥当。

(三)清点、核对商品

陈列完毕之后,应在橱窗外重新清点商品,核对窗内商品与进窗前筹备的商品数量是否符合,并立账留存。

(四)建全资料工作

为了总结工作经验,提高设计水平,并便于工作成绩的检查,应保留各次橱窗陈列效果的照片,以照片和设计图稿为储存资料的主体,并收集诸次陈列的群众反映记录。此外,还要积累一些国内外橱窗陈列的图片资料,以供自己参考。总之,健全的资料是搞好橱窗陈列工作重要的一环。

四、怎样进行橱窗陈列的设计

每一种艺术形式都具有各自的表现特点和创作设计的法则;橱窗陈列同样具备它所特有的表现方式和设计的基本法则。

下面分为几个专题进行论述。

(一)设计的程序

1. 确定主题

进行橱窗设计的第一个步骤,就是要确定陈列的主题。主题的内容可以从下列几个方面来斟酌:

- 反映季节的特色;
- 体现特定的思想内容;
- 烘托、渲染节日气氛;
- 表现商品的性能和质量;
- 推荐新产品、新花色;
- 宣传科学知识和生活常识;
- 反映具有地方特征的情景。

2. 选定陈列用的商品

主题确定之后,就要进一步物色好与主题相协调的陈列品,在这一前提下,挑选那些形象完美,花色新颖并具有典型意义的商品作为橱窗陈列之用。

3. 艺术构思

构思的过程是设计全过程的重要阶段,设计的成败在很大程度上取决于构思的优劣。思路应在围绕着充分表现主题内容的基础上,对可以运用的各种构图方法,表现形式和手法,进行比较、分析、推敲,并在设计常规的范畴中大胆、破格的设想、确立一个具有独特风格,富于形式美感,并且是切实可行的设计方案。

4. 表现形式和艺术手法的进一步探索

一个橱窗陈列设计方案的实施,必须有适合商品陈列的艺术形式和娴熟的表现技法才能圆满完成。这一步工作就是将设计构思进一步具体化,对于色调、画面、灯光的运用;道具的设计