



旺铺视觉家系列

王芝湘 王维 编著

实战卖场 橱窗 设计与实例

橱窗设计概论
橱窗的分类形式
橱窗设计基本原则
橱窗设计的表现手法
橱窗设计的要素
各类橱窗展示案例
橱窗设计与视觉营销
橱窗设计实例



化学工业出版社

E3



王芝湘 王维 编著

实战卖场 橱窗 设计与实例



化学工业出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

实战卖场橱窗设计与实例 / 王芝湘, 王维编著.
北京: 化学工业出版社, 2011. 1
(旺铺赢家系列)
ISBN 978-7-122-10321-5

I. 实… II. ①王…②王… 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 (2010) 第264276号

责任编辑: 朱 彤
责任校对: 顾淑云

文字编辑: 王 琪
装帧设计: 尹琳琳

出版发行: 化学工业出版社 (北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装: 化学工业出版社印刷厂
710mm × 1000mm 1/16 印张8³/₄ 字数117千字 2011年3月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 45.00元

版权所有 违者必究

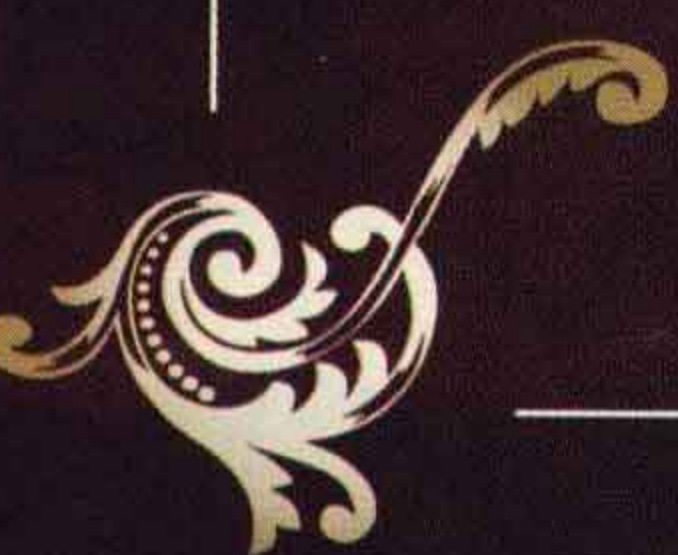


前言

据统计，近五年我国的商铺以每年20%的速度增长，各大城市的商业街大大小小的店面装修，都是无穷的市场需求。无论是专业人士，还是店主本人，了解店面装修与设计知识都是十分必要的。打造一流的店铺，吸引消费者的眼光，这是进入商业市场竞争的第一仗。正因为如此，许多经营者也开始给予其足够的重视。消费观念的变化，意味着消费者越来越注重商品和服务的品牌文化与内涵。

橱窗是反映店铺的灵魂，也是表现品牌和风格不可或缺的重要手段。优秀、适宜的橱窗设计能够恰到好处地反映出商铺的经营风格和定位档次，同时带给人以美的亲和感，为商铺聚拢人气。高品质的橱窗陈列总能成为街道的主角，在欧洲，橱窗设计已不再是单纯的视觉营销手段，俨然已经成为艺术与商业的另一种完美结合。

本书从视觉的角度介绍了国内外时尚之都的前沿橱窗设计，包括欧洲、中国香港、美国等国家或地区，除了国际性品牌之外，还有地方性品牌的橱窗设计更处处充满生动创意。本书有别于一般理论工具书，内页图片均通过焦点的拍摄手法，清晰地显示橱窗空间内每一个细节。各类橱窗的造型，和谐色彩组合，灯光分布，模特人形的细节部分，独特的展示道具设计和应用，橱窗整体空间从平面到立体形态都可以从每一幅图片里得到相关启示；一些容易被设计者所忽视但却非常重要的细节，让读者在掌握橱窗陈列技巧的基础上更深入地了解橱窗背后的故事，理解品牌陈列的内涵和理念，学习国外的陈列师如何将视觉营销、产品和品牌完美结合，如何将不同的品牌在有限的空间里以更完美的方式表达出主题和特色，吸引更多潜在





的消费者。

本书的内容融合了视觉艺术、环境艺术、空间设计、营销管理等多方面知识的新兴边缘学科，涉及的范围很广，图文并茂，具有内容新、取材广、个性强、艺术性高的特点。本书为相关专业师生提供了很好的实际指导，也对我国陈列师以及橱窗设计工作者有着重要的参考价值 and 实际意义。王芝湘完成了本书第1章、第4章、第5章、第6章、第8章的编写工作；王维完成了本书第2章、第3章、第7章的编写工作。希望本书能给予视觉设计工作从业人员一定的启发和延伸，进而在工作上不断地创新和发展。

由于作者时间有限，本书难免存在不妥之处，敬请广大专家和读者批评指正。

编著者

2011年2月



目录

第1章 橱窗设计概论

1.1 橱窗设计的概念·····	002
1.2 橱窗设计的产生·····	003
1.3 橱窗设计的作用和价值·····	005

第2章 橱窗的分类形式

2.1 封闭式橱窗·····	008
2.1.1 封闭式橱窗的造型种类·····	008
2.1.2 封闭式橱窗的应用方式·····	008
2.2 开放式橱窗·····	012
2.2.1 开放式橱窗的造型种类·····	012
2.2.2 开放式橱窗的应用方式·····	012
2.3 店外橱窗·····	015
2.3.1 店外橱窗的造型种类·····	015
2.3.2 店外橱窗的应用·····	015

第3章 橱窗设计基本原则

3.1 橱窗设计的空间利用·····	020
3.1.1 橱窗空间设计的概念·····	020
3.1.2 橱窗空间的利用方式·····	020
3.2 橱窗设计的主题展示·····	025
3.2.1 橱窗展示的主题分类·····	025
3.2.2 橱窗主题展示的设计方式·····	025

第4章 橱窗设计的表现手法

4.1 直接展示·····	035
4.1.1 直接展示的应用对象·····	035

目录

4.1.2 直接展示的应用方法	035
4.2 寓意与联想	037
4.2.1 寓意与联想的应用对象	037
4.2.2 寓意与联想的应用方法	037
4.3 夸张与幽默	039
4.3.1 夸张与幽默的应用对象	039
4.3.2 夸张与幽默的应用方法	039
4.4 主题系列表现	041
4.4.1 主题系列表现的应用对象	041
4.4.2 主题系列表现的应用方法	042
4.5 广告语言的运用	044
4.5.1 广告语言的应用对象	044
4.5.2 广告语言的应用方法	046

第5章 橱窗设计的要素

5.1 橱窗设计中的色彩要素	048
5.1.1 色彩的象征意义	048
5.1.2 橱窗色彩运用的相互关系	048
5.1.3 色彩三要素感情作用分析	051
5.2 橱窗设计中的照明要素	055
5.2.1 橱窗设计中灯光照明的作用和目的	055
5.2.2 橱窗照明设计的标准和原则	057
5.2.3 橱窗设计的照明方式	057
5.2.4 橱窗设计的灯光照明与视觉效果	061
5.2.5 橱窗设计的眩光现象和减弱眩光的方法	064
5.3 橱窗设计中的材质与道具要素	066
5.3.1 道具要素分析	066



目录

5.3.2	道具与模特的使用手段与方式	069
5.3.3	道具的肌理	072
5.3.4	道具的比例与尺度	072
5.4	橱窗材料要素	076
5.4.1	适用材料的主要种类	076
5.4.2	材料的造型特点	083
5.4.3	材料应用的方法	083
5.5	橱窗中的模特分类及个性化表现	086
5.5.1	仿真写实性模特	086
5.5.2	海报形象与模特配合使用	088
5.5.3	模特的个性化表现	088

第6章 各类橱窗展示案例

6.1	服装类	092
6.1.1	服装类橱窗展示的主要元素	092
6.1.2	服装类橱窗展示的效果分析	092
6.2	鞋帽类	095
6.2.1	鞋帽类橱窗展示的主要元素	095
6.2.2	鞋帽类橱窗展示的效果分析	095
6.3	日用品类	097
6.3.1	日用品类橱窗展示的主要元素	097
6.3.2	日用品类橱窗展示的效果分析	098
6.4	餐饮类	101
6.4.1	餐饮类橱窗展示的主要元素	101
6.4.2	餐饮类橱窗展示的效果分析	102
6.5	工业类及其他	104
6.5.1	工业类及其他橱窗展示的主要元素	104
6.5.2	工业类及其他橱窗展示的效果分析	105

目录

第7章 橱窗设计与视觉营销

7.1 视觉营销概述.....	109
7.1.1 概念	109
7.1.2 视觉营销的作用	109
7.1.3 橱窗视觉营销特点	110
7.1.4 视觉营销的品牌风格要素	112
7.2 橱窗设计与视觉营销.....	115
7.2.1 橱窗设计的综合视觉元素	115
7.2.2 有效利用视觉促进橱窗设计效果	116
7.3 有效进行视觉营销管理.....	119
7.3.1 橱窗视觉营销管理	119
7.3.2 橱窗视觉营销管理流程	119

第8章 橱窗设计实例

8.1 实例：某咖啡馆设计思路与表现形式.....	122
8.2 “BASEL”店的橱窗设计实例分析	127
8.3 “Chloé”服装店面实例分析.....	128
8.4 “NINK”运动鞋专卖店内橱窗设计实例分析	130

参考文献

第1章

橱窗设计概论

- 1.1 橱窗设计的概念
- 1.2 橱窗设计的产生
- 1.3 橱窗设计的作用和价值





1.1

橱窗设计的概念

“英文window，原意为窗、窗玻璃。而作为橱窗的window，它的英文解释为：space behind the window of a shop where goods are displayed for sale。”即在商店窗口内为了促销所设置的展示商品空间。“它借助于绘画、色彩、灯光、摄影、木工等手段，把商品经过巧妙组合布置，组成富有装饰性的货样群，配以各种形式的说明文字或装饰文字，向顾客进行商品宣传。”橱窗设计的实质是为了促进商品的销售，它具有宣传告知的功能，能及时地将新的产品、新的设计潮流传达给顾客。

从传统常规的眼光来看橱窗设计，它是把花样繁多的商品，经过巧妙组合布置，组成富有装饰性的货样群，甚至有时再配以各种形式的说明文字和装饰文字，向顾客进行商品宣传。橱窗设计的形态有很多种，如橱窗设计按在店中所处的位置分类，可分为店外橱窗设计、店面橱窗设计和店内橱窗设计几种。分类的定义从字面即可理解，不用多做解释。从社会形态来看，它还可分为商业橱窗设计和文化橱窗设计。

当顾客走进商店时，橱窗设计能产生具有传播光环（communication spectra）AIDMA的功能。所谓AIDMA即注目（attention）、趣味（interest）、欲望（desire）、记忆（memory）、购买行为（action），一般称为AIDMA法则。因此橱窗扮演引起顾客注目和购物兴趣，甚至引起购买欲望的角色。其实橱窗设计不应该只是为了卖商品，而应该是赋予商品一种概念和想象。对大部分的消费者而言，欣赏橱窗是一种赏心悦目的愉快享受，不必看店员的脸色，也不受店内人挤人的苦，就可借助于绚丽多彩的橱窗设计，饱览当今时尚趋势（见图1-1～图1-4）。



图 1-1 富有创意的服装橱窗（一）

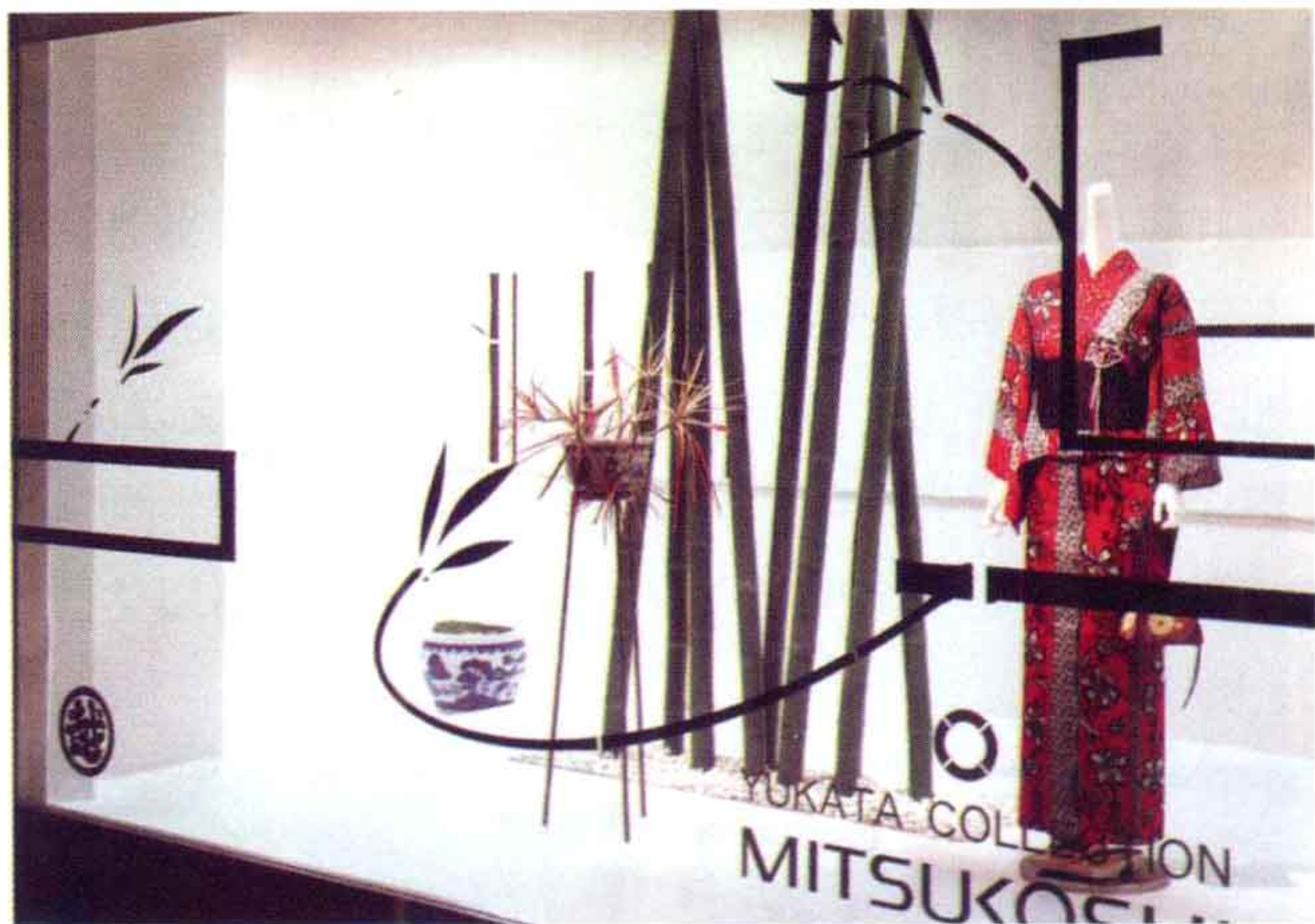


图 1-2 富有创意的服装橱窗（二）

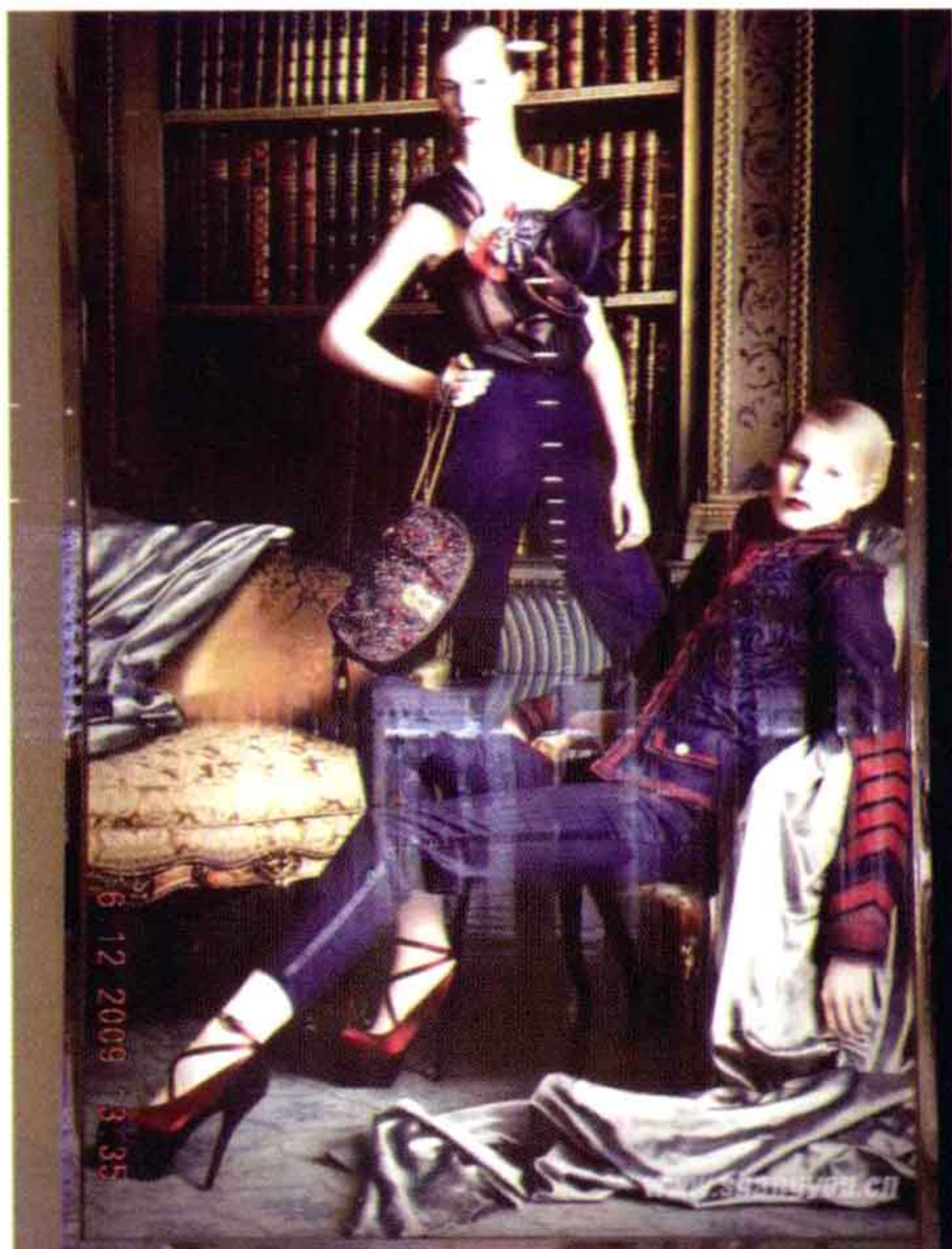


图 1-3 形式各异的服装橱窗（一）

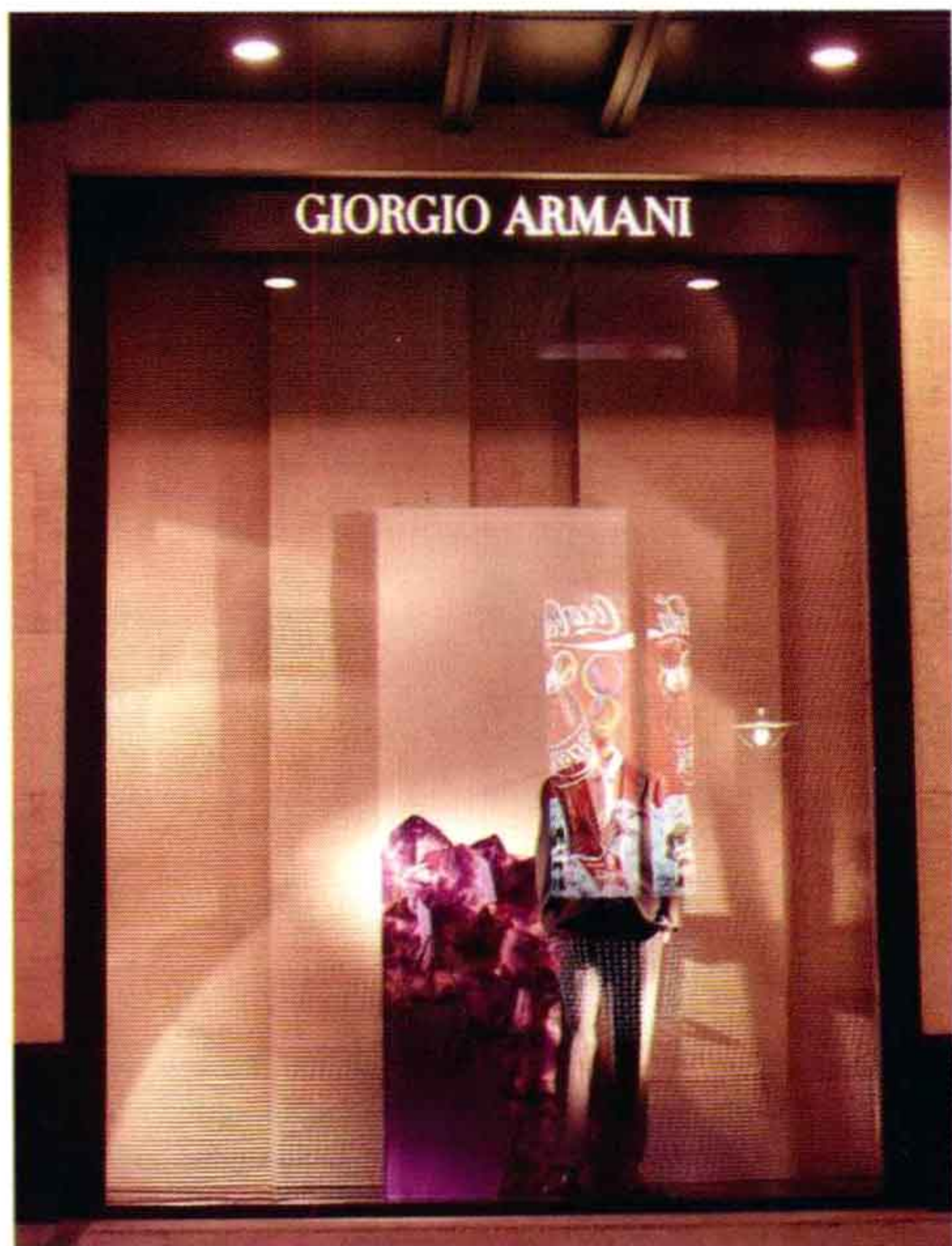


图 1-4 形式各异的服装橱窗（二）



橱窗设计的产生

橱窗设计的起源始自欧洲商业及百货业的发端，是工业时代的产物。从流行一时

的皇宫内部装饰，到后来风起云涌的橱窗设计艺术的诞生，标志着新型商业社会、新型商业经营时代的到来。自从最初的橱窗设计诞生后，随着近代商业的繁荣，橱窗设计已经成为一门视觉艺术和空间科学技术相融合的学科，为商业社会生活中的经营与开发提供了重要的美学基础和科技平台。橱窗设计作为一种全人类的共同文明成果，不仅服务于零售业和服装服饰业，还涉及房地产、广告、餐饮以及装饰装修等行业。也就是说，只要这个世界上有商品存在，橱窗设计就必然存在。橱窗设计无疑是商业经济时代进步的一种标志。近一个世纪以来，橱窗设计在经济发达国家被广泛重视和应用（见图1-5、图1-6）。



图1-5 早期橱窗设计（一）



图1-6 早期橱窗设计（二）

我国现代意义上的橱窗设计是由外国商人引进的，最早的商业橱窗设计出现在上海，在1927年前后由外商委托中西、中法西药房布置“勒吐精”奶粉橱窗。“勒吐精”奶粉由于在包装装潢上比较美观，通过橱窗广告效应，增加了商品的销售量，这也使得中西、中法等西药房受到启发，开始对国产药品、化妆品等包装进行改进，更加重视橱窗设计。不过当时橱窗设计也只是用绉纸、彩纸装饰一下，从内容到形式都比较简陋。有些橱窗里把绉纸拉成尖角，一幅幅地钉在橱窗周围，然后拉到橱窗中心，向后推移钉牢，形成方形范围内的透视形式，增强了衬托商品的效果，为以后逐步向立体式橱窗设计开了先河，而且一直延续到现在（见图1-7、图1-8）。



图1-7 早期相机橱窗展示（一）



图1-8 早期相机橱窗展示（二）

1.3

橱窗设计的作用和价值

橱窗展示是零售终端中重要的一环，但它必须要和零售终端的其他环节互动，形成一个完整的终端营销系统，才能使橱窗展示起到真正的作用。在服装品牌竞争越来越激烈的今天，橱窗展示作为产品促销及文化传播的非常有效的方式，在终端扮演越来越重要的角色（见图1-9）。

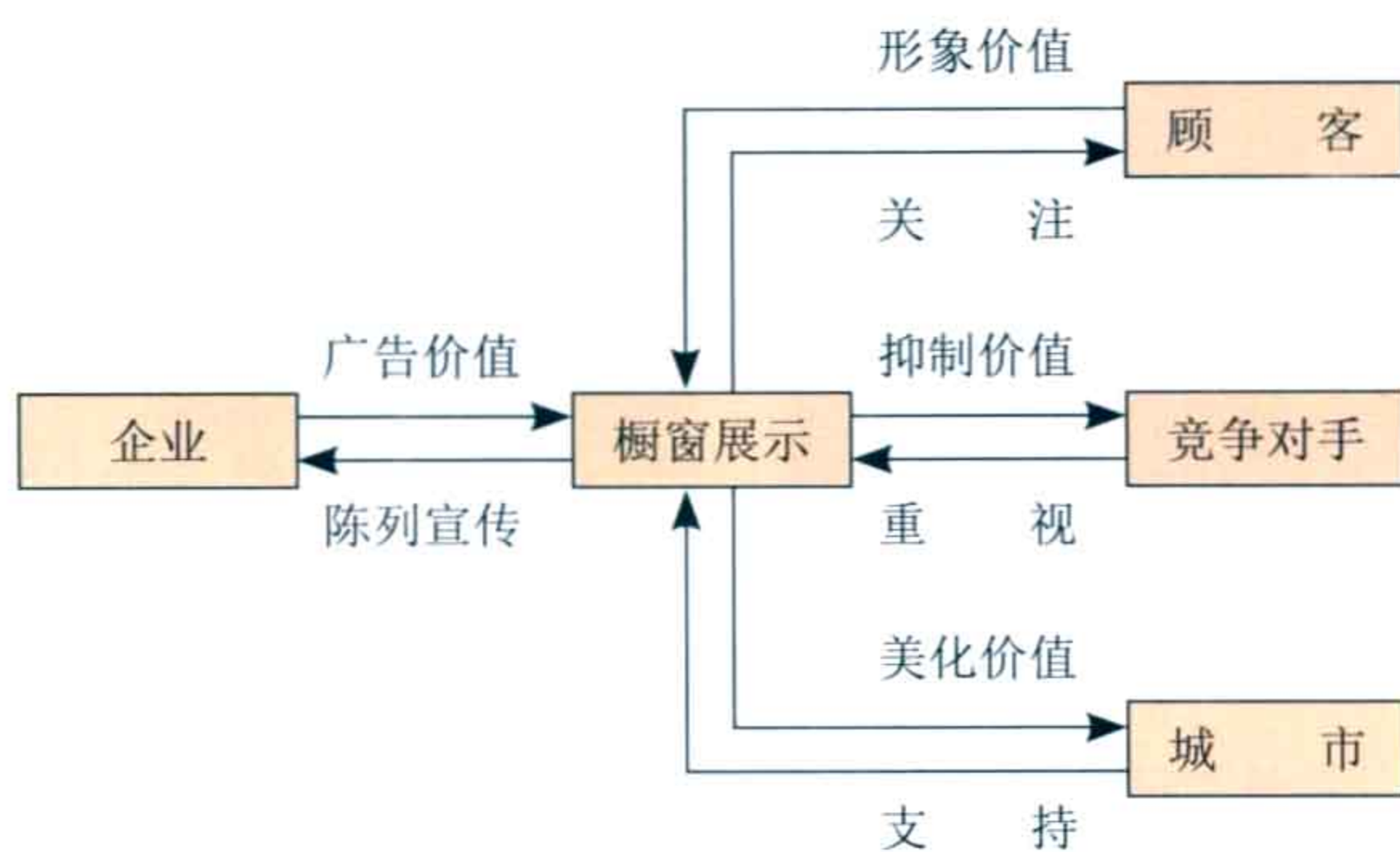


图1-9 橱窗展示的具体作用图解

橱窗设计如果具备好的创意和艺术形象，会对整个商业建筑的整体形象起到画龙点睛的作用。橱窗设计不断地追求在风格形式上的多样性、装修材料上的现代化、照明设计的专业化以及色彩空间处理上的人性化，而不拘泥于传统的橱窗布置方式，为橱窗陈列与建筑外立面设计达到完美的结合而不断地创造。古往今来，从最初的集市，到百货商店、购物中心，再到商业街、商业城，其间的变化沧海桑田，不变的唯有那份诱人探究的神奇魅力。现代商店的大型化、齐全化发展方向使得商店门面的设计主题渐趋模糊，单纯统一的背景，让任何一种商品的特性均能在其中得以凸显。如造型、彩纸、色彩，这些色调的设计元素通过不同的组合，反而能成就最具包容性的建筑语言。在商店门面橱窗，或者说是商店建筑外立面的橱窗设计中，设计师更应注意的是与周围环境的融合，以及具有亲和力的购物氛围的营造（见图1-10、图1-11）。

面对越来越多的购物游客，怎么才能在刹那间吸引顾客的眼球，抓住顾客的心？心理学研究表明，在人们所接受的全部信息当中，有视觉、嗅觉、触觉和味觉，其中83%源于视觉，这反映人在视觉感受力上的影响是眼球所反映的主要因素。建筑外立面的橱窗设计是顾客进入商店眼球的第一视觉反应，所以搞好大型百货商店的建筑外立面的橱窗设计是非常有必要的。同时，建筑外立面的橱窗设计也是商业企业展示商



图 1-10 家居装饰店面橱窗



图 1-11 服装店面橱窗

品质量、管理水平和经营特色的最佳艺术形式。从这个窗口，可以看出一个城市的经济发展水平，也可以看出城市和商店的文化素质、艺术修养和文明程度。

第2章

橱窗的分类形式

- 2.1 封闭式橱窗
- 2.2 开放式橱窗
- 2.3 店外橱窗





卖场橱窗设计在现代商业店面设计中有着举足轻重的地位，对商业店面的形象、经营方式、商品种类、内部空间的效果都有很好的展示作用，有利于提升店面的档次、格调。所以，卖场橱窗的设计越来越被商家所重视，在了解设计方式前应先了解一下卖场橱窗的主要分类。



2.1 封闭式橱窗

2.1.1 封闭式橱窗的造型种类

封闭式橱窗的造型种类主要可分为单面玻璃的封闭型、双面玻璃的封闭型、单面玻璃的半封闭型、双面玻璃的透明型、四面玻璃的透明型。

2.1.2 封闭式橱窗的应用方式

(1) 单面玻璃的封闭型 这种橱窗形式最常用在大型商场的设计上。橱窗的沿街一面装有透明玻璃，两侧和后壁用板材隔离购货环境，犹如一个小型舞台，形成较为理想的商品陈列空间，可使商品陈列既集中又便于应变，顾客在观赏商品时也不受环境干扰，对传递商品信息很有利。橱窗设计者可充分运用这一有利条件精心设计施工，在橱窗后壁上还可以绘制图景和裱糊装潢，或用特技方法变幻灯光、分层次处理，都比较容易产生较理想效果。由于橱窗内部与外围的分隔，对商品的安全管理、清洁工



图 2-1 德国大型商场橱窗