

人类服饰文化全书

HUMAN CLOTHING & ADORNMENTS  
CULTUROLOGY RESEARCH COLLECTION

# 服饰 与展示

The Research on Clothing &  
Adornments and Display

丛书主编◎华梅 编著◎华梅 贾滢



中国时代经济出版社



人类服饰文化全书

HUMAN CLOTHING & ADORNMENTS  
CULTUROLOGY RESEARCH COLLECTION

# 服饰 与展示

The Research on Clothing &  
Adornments and Display

丛书主编◎华梅 编著◎华梅 贾淮



中国时代经济出版社



## 图书在版编目(CIP)数据

服饰与展示 / 华梅、贾潍编著 — 北京: 中国时代经济出版社,  
2010. 1

(人类服饰文化全书 / 华梅主编)

ISBN 978-7-80221-958-8

I. 服… II. ①华…②贾… III. 服饰—文化—研究  
IV. TS941. 12

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第166118号

人类  
服饰  
文化  
全书

**服  
饰  
与  
展  
示**

华梅 主编  
华梅 贾潍 编著

出 版 者	中国时代经济出版社
地 址	北京市西城区车公庄大街乙5号 鸿儒大厦B座
邮 政 编 码	100044
电 话	(010)68320825 (发行部) (010)68320498 (编辑部) (010)88361317 (邮购)
传 真	(010)68320634
发 行	各地新华书店
印 刷	北京鑫海达印刷有限公司
开 本	787 × 1092 1/16
版 次	2010年1月第1版
印 次	2010年1月第1次印刷
印 张	14.625
字 数	250千字
印 数	1~1500册
定 价	50元
书 号	ISBN 978-7-80221-958-8

版权所有 侵权必究



## 视觉盛宴

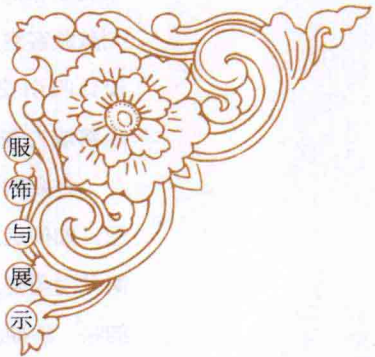
服饰的展示设计是一门新兴的、多学科交叉的综合性学科，是服饰文化的重要组成部分，是服饰产品终端促销的重要手段，是一门应用性很强的学科。它是以视觉为主体的信息传递方式，同时包含着通过其他感官接受信息的方式，例如，听觉、触觉、味觉、嗅觉等。

国际上普遍采用英文“Clothing display design”表示服装展示设计。服装展示设计是以传递信息、启迪思维、满足和推动社会需要与进步为目的，是以直观、生动的形式与受众进行沟通的活动。就字面的含义而言，有展出、陈列、示范、体现等意思。

服装展示设计的目的，就是把商品和品牌的所有物质、精神方面的属性，运用各种艺术手段和设计技巧等形象化的方式，完整地呈现在顾客面前，帮助顾客形成一个整体印象即产品形象或品牌形象，使之对产品和品牌产生兴趣、偏爱和信任，从而引起购买的欲望和动机。

服装展示设计技术也是商业经济进步的一种显著标志。随着现代商业的繁荣，服装展示设计技术已经成为一门视觉科学和商品陈列空间技术的结合体，并且顺应时代潮流，为商业活动中的商品营销与品牌推广提供了重要的美学基础和科技平台。同时，也成为体现商业文化、人文素质、经济水平的一种象征，更是商家们的一种高超的市场竞争手段和途径。

随着经济的发展，消费者对美的质量的追求越来越高，他们在购买服饰产品时更如注重展示设计的细节，来识别不同品牌的细微设计理





念和定位。

优秀的服饰平面广告设计,可以带给人们鲜明、醒目的印象,更充满了美感和艺术性的享受;而服饰表演及发布会已经成为发布服装饰品和建立它们品牌形象的重要方式;美轮美奂的卖场陈列不仅可以方便并刺激顾客购买,而且可以借此提高企业产品和品牌的形象;精美的橱窗设计吸引着消费者,并且成为了城市中一道亮丽的风景;网络服饰展示将成为未来服饰展示技术的发展方向和趋势。

在我国,随着市场经济产业化进程的加速,一批批服装企业迅速崛起,如何运用服装展示设计技术为它们打造鲜明的企业形象与理念就显得尤为重要。服装展示设计就是要“秀”出自己品牌的经营理念、文化韵味、精神内涵和整体的格调,推行的是一种生活方式、一种经营模式、一种盈利方式。这样一来,服饰展示所传递出的不仅是卖一种产品,也是在卖一种经营理念、营销方式和售后服务。



## A Feast for Sight

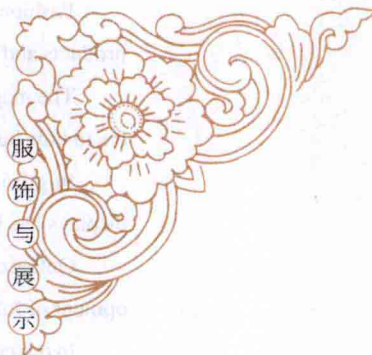
Clothing display design, a synthetic and newly developed study, is a multi-disciplinary subject with strong applicability, which is very much a part of the dress culture and an important means in consumer promotion. It involves the methods of transmitting information mainly in a visual form as well as receiving messages by means of other senses, such as hearing, touching, tasting, and smelling.

The term Clothing Display Design is used universally to indicate the event. Clothing display design aims at information transmission, thought provoking, satisfying the demand of society and promoting social progress. It is an activity which communicates with the audience by way of visual displaying. Literally it means to exhibit, display, demonstrate and embody.

Clothing display design is to show to the customers both the material features and spiritual features of the commodities. This display is by way of images of artistic media and design techniques. In this way the customers can have an overall impression of a particular product or brand, therefore their interest in that would be aroused with a special fondness and trust. As a result, they have the desire to purchase.

The technique of clothing display design is a symbol of the advancement of Commercial Technology. With the development of modern commerce, it has become a combination of visual science and the space technology of goods display. Conforming to the current trend, the technique of clothing display design provides an aesthetic foundation and a technological platform for marketing and brand promotion in commercial activities. It has also become a symbol of commercial culture, humane qualities and economic level. Most important of all, it is a tool for businessmen to sharpen their competitive edges.

With the development of economy, consumers are demanding on higher quality in beauty when they choose their clothes. They pay greater attention to details





of the display design to recognize the delicate design concepts of the clothing enterprise.

Good advertising design makes a vivid and eye-catching impression on people. And it also provides people with artistic enjoyment.

Fashion show and performance have become the major means to release new products and build up brand images.

The magnificent displays in shopping malls will not only encourage customers to buy, but also promote the images of products and their brands.

In griping the audience's attention, the fancy design of the shop window displays has become beautiful scenery of the city.

Online clothing display will become the main trend in the technological development of future fashion show.

In our country, with the acceleration of the process of economization clothing enterprises expand rapidly. Thus, it seems especially important to make use of the art of clothing display design to promote brilliant image and unique concept of the enterprises. The clothing display is designed to show the management concepts, culture-loaded appeal, spiritual connotation and overall style of the brand. It also promotes a kind of lifestyle, an operation mode and a way of making profits. In this way what is being sold is not only a product, but also a marketing concept and service.



## 目录 CONTENTS

### 一、欲问展示何为 平面体现创意

- 服饰的平面展示 002
- 早期的报纸服饰广告 004
- 现代服饰广告摄影 012
- 平面服饰广告创意 022
- 平面服饰广告创意手法 028

### 二、欲赏展示何像 模特演绎性情

- 服装表演展示会 046
- 服装模特的缘起 047
- 服装模特的发展 050
- 服装表演的音乐 053
- 极具特色的服装发布会 060
- 静态时装模特展示 063
- 服装表演的舞台设计 068





### 三、欲看展示何式 专卖做出特色

服装专卖店的分类 078

专卖店的品牌设计 085

服饰专卖店的展示方式 089

PRADA 的专卖店设计 096

Calvin Klein 把极简进行到底 107

### 四、欲观展示何景 橱窗宛如画中

服饰橱窗展示 112

服饰橱窗设计 114

欧美牛仔服饰品牌的橱窗艺术风格 124

橱窗设计的灵感 130

橱窗设计的原则 135

橱窗流行趋势案例 141

圣·洛朗橱窗赏析 143

### 五、欲寻展示何速 网络带来惊奇

服饰的专业网站展示 146

正式装的网站设计风格 157

休闲装的网站设计风格 161

时尚装的网站设计风格 167



著名服装品牌网站赏析 172



## 六、欲探展示何用 衣装显示力量

奥运会中的服饰展示 176

奥运历史上的服饰趣闻 180

雅典奥运会上的服饰文化 181

中国体育服饰的变迁 185

火炬手和护跑手服装展示 188

奥运会制服展示 190

颁奖礼服和升旗手服装展示 193

运动员入场仪式中的服装展示 199

开幕式文艺表演中的服装展示 207

后记 217

参考书目 221



# Contents

## I. The creativity in graphic design of clothing display

Graphic design of clothing display

The early clothing advertisements on newspaper

Modern photographic clothing advertisements

Creative design for graphic clothing advertisements

General means of creative design for graphic clothing advertisements

## II. Model's role in clothing display and fashion show

Clothing display and fashion show

The history of fashion model industry

The development of fashion model industry

Fashion show and music

Fashion show with particular features

The clothing display of static fashion models

The design for catwalks of fashion show

## III. Clothing display design for shops

The classification of exclusive clothing shops

Brand design of exclusive clothing shops

Various display forms of exclusive clothing shops

Mercibeaucoup: the design of exclusive clothing shops

Calvin Klein The practitioner of Minimalism

## IV. Picturesque window display for clothing

Window display for clothing

The design for clothing windows

The Euramerican artistic design for jeans display windows

The inspiration of window display design

The design for windows

Case study of the popular window displays

Appreciation of the famous St. Laurent's window display

## V. The advantages of clothing display on Internet

Various styles and feature of display websites

Mature and experienced style

Casual style with individuality

Simple and fashionable style

Appreciation of a famous clothing display website

## VI. The attraction of clothing display in Olympic Games

Clothing display in Olympic Games

The amusing anecdotes in the history of Olympic games



The costume culture embodied in the Athens Olympic Games

The evolution of the Chinese sportswear

Clothes of the torch bearers and the guarding runners

The Olympic uniforms

The costume in the awarding ceremony and the flag raising ceremony

The clothing display in sportsmen entering ceremony

The clothing display in the performance for the opening ceremony

Epilogue

Reference

## 一、欲问展示何为平面体现创意



## 服饰的平面展示

众所周知,服饰似乎先天就与平面艺术有不解之缘。在服饰设计阶段,设计师通过平面的、二维的服装效果图来表达设计意图和想法,并准确表达出服饰各部位的比例结构;在营销阶段,尤其是摄影技术的日益发展,为服饰业广告的发展提供了最便利的条件。我们不难发现,服装企业所惯用的重要媒介中,户外、专业性的刊物、杂志等是常被采用的平面广告形式,它们给服饰企业带来灵活而有效的促销效果。同时,服饰业也是最适合做平面广告的行业,平面广告的形式不仅能很好地强调款式特点、色彩效果以及穿着特征,还能充分对整个画面进行气氛渲染。从而在具有一定的可欣赏性的同时达到宣传的目的,使受众对广告宣传的服饰品牌留下深刻印象,并最终产生购买欲望。可以说平面艺术贯穿服饰从设计到销售终端的始终。

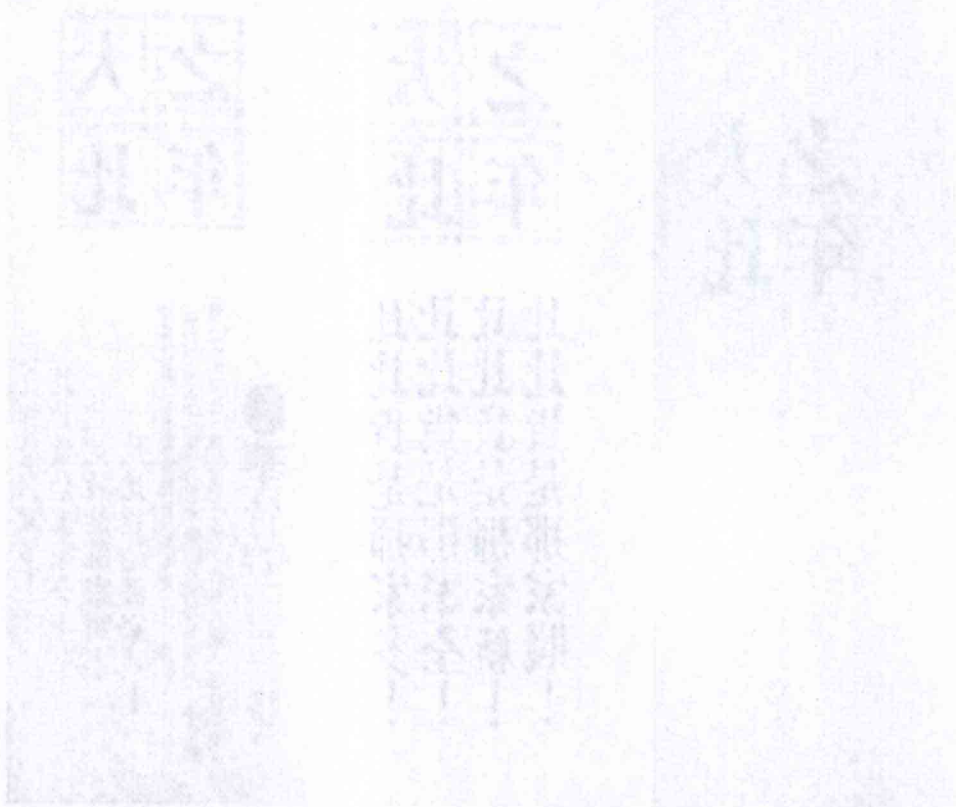
平面广告同时也是服饰品牌营销、商业运作的重要环节和手段。随着服装市场的竞争愈来愈激烈,企业间纷纷打起品牌战,品牌营销也就自然成了最重要的营销手段。国外很多服饰品牌早就意识到广告带来的强附加值,通过广告宣传为品牌带来无限生机。近年来,越来越多的国内的服装企业意识到品牌犹如企业的生命,实施品牌营销是企业在这个竞争激烈的市场中想要长期立足的必由之路。于是积极地参与到品牌建设的运营中来,纷纷不惜重金打造自己的品牌。

平面广告以其独特的优势,在品牌营销和商业运作中发挥着重要作用,其原因大致如下:

- (1) 相对来说,平面广告形式留存时间较长,传播较广。比如在报纸上留存至少是一天,杂志上是一个月或更久,户外广告留存时间更长。
- (2) 相对其他广告形式,平面广告信息传达更及时、快捷、准确。
- (3) 投资相对较少,见效快,比较适合起步较晚的国内服饰企业发展现状。
- (4) 媒体适合性较为广泛。平面广告不仅是传统的媒介如报纸、杂志、户外的“座上宾”,也能和一些新媒介很好地结合,达到意想不到的效果。

“如果说商场里的服装为现实生活提供了触手可及的美丽，T台上飘摇的模特将流行趋势提前放送，那么时装品牌的平面广告则是在以凝固的方式将其对美和时尚的理解无声地传达。”这句话充分地道出服饰平面广告的独特优势及魅力，特别是国际大牌的时装广告更是整个时尚界名副其实的风向标。大品牌的时装广告常常是要耗费巨资出动名摄影师、名化妆师和名模倾力打造，传达这个品牌不变的精髓，表现出当季的新元素，是整个广告创意团队对流行概念的把握与落实。小小的一个或一组平面广告是诠释流行的最好的符号：精美华丽的服装、恰到好处的饰物、超炫彩妆趋势以及时尚精致的生活理念等等。前卫的艺术思潮也会尽情体现，许多经典服饰平面广告也绝对堪称艺术品，精彩的画面给人强烈的视觉享受。

同时，服饰平面广告本身也成为一种被消费的对象，成为引导消费、吸引消费主体与观看者目光的主要焦点，从而带动了整个服装行业的消费趋势。





## 早期的报纸服饰广告

民国时期的天津，报纸已经成为主要的传播媒介之一。随着报纸的迅速普及，阅读人数的激增，报刊广告也应运而生，这其中就包括报刊服饰广告。当时，天津在贸易、商业、金融、工业等方面均是北方最重要的城市之一，洋人和洋货的大量涌入，对北方



天津《大公报》1933年11月12日登

大比之年

比比貨是那家多！  
比比貨是那家全！  
比比貨是那家新！  
比比貨是那家賤！

天津《大公报》1933年11月13日登



天津《大公报》1933年11月14日登