

● 胡文彦 编著

● 中国旅游出版社 出版

世界橱窗艺术



世界橱窗艺术

胡文彦 编著

中国旅游出版社

序

在祖国艺术的百花园里,橱窗艺术还是一棵稚嫩的小苗。然而,在改革开放的阳光雨露滋润下,它将展现出夺目的光彩和丰姿。

社会主义初级阶段是商品生产的繁荣时期,橱窗艺术应历史的使命而兴起与发展势在必然。胡文彦同志在教学、设计与科研之余,潜心于橱窗艺术,广采博取,在国外考察期间又新摄了大量的国外橱窗资料,所编之《世界橱窗艺术》汇集了国外橱窗设计师的优秀作品二百余幅,共涉猎二十多个国家和地区,内容丰富,图片新颖,有强烈的时代气息。从中可以窥见国外橱窗设计师运用各种材料、工具和手段创造橱窗的艺术匠心,是一部有价值的橱窗艺术资料。

张 仃

1992年11月

前言

橱窗是具有三维空间的广告,它以特有的形式,多采的丰姿,展现于文明社会。它是社会经济、文化的窗口;是美育教育的课堂;是人们生活的顾问。商业橱窗尤其如此,它与我们生活息息相关。

商业橱窗大都处于临街明显、重要的位置,因而它又是美化环境的组成部分,以其独具的笔触与色调去装扮和描绘一个城市或一个商店的轮廓与面貌。

商业橱窗的陈列,还直接影响和作用于商品的销售与生产。那些布置得典雅舒适、色彩协调、意境清新、形式别致的节日橱窗或专题橱窗,那些如生活特写或季节风光引人入胜的橱窗,定会以它的艺术魅力,吸引广大顾客。这就是橱窗艺术直接刺激消费者的购买欲望、推动商品的销售、提高商品知名度的不可估量的作用。在美国,把橱窗内的展示品,称为视觉商品,把视觉商品的功能视之为“商店的全部标志”、“商品的销售媒介”、“给商店带来效益的重要手段”。

橱窗设计是现代科学、艺术的综合学科。在一些经济发达的国家里,都有专门从事橱窗设计的专家和学者,如美国的罗伯特·阿之,德国的赫伯斯特等等。他们在橱窗设计的理论和实践方面都遥遥领先。在他们的作品里,人们可以领略到,在商品的选择和组合方面,在使用灯光和色彩方面,以及在道具的选用等方面,经过精心安排所创造出的立体绘画的意境。尤其在第二次世界大战以后,由于玻璃工业的飞速发展,商业橱窗广泛采用大幅面的玻璃,由此带来了透明、敞亮、新奇而明快的空间。随着科学技术的突飞猛进,橱窗艺术又得力于光学、色彩学、心理学等领域的推动,把商业橱窗设计推向了一个新的层次和新的境界。

在我国,近年来随着改革开放和国内商品经济的迅速发展,国际经济、文化交流的日渐频繁,商业橱窗艺术已被广泛重视,展示艺术专业应运而生。但目前,我国的商业橱窗设计与国外相比差距较大。我经常接触到一些从事展示工作和商业系统的橱窗设计师,他们无不为目的的经验不足与资料匮乏而苦恼。有计划地编一套展示艺术系列资料,介绍国外的成功设计与经验,供我们专业设计人员和广大业余爱好者学习和参考,尽快提高我国的展示艺术水平,满足经济发展和交流的需要,实在是迫在眉睫的事情。基于此,我着意搜集了亚、非、拉、美、欧以及香港等二十几个国家和地区的千余幅资料,从中挑选了二百余幅编成这本《世界橱窗艺术》,以介绍国外的最新橱窗艺术资料。以后拟陆续介绍国外的商场布置、商品陈列、展览厅的布置等方面的资料。愿为我国的展示艺术水平之提高,添砖加瓦。

在选编过程中,得到王建琪、陈旭二同志的热情帮助,谨表深深的谢意。

胡文彦

1993年7月

目 录

序	张 仃
前言	胡文彦
有限的空间 无限的天地 ——国外橱窗赏析札记	胡文彦 1
服装	5
鞋、帽、袜	47
体育用品	61
儿童用品、食品	71
日用器皿	85
化妆品、钟表	101
节日橱窗	113
综合	129

有限的空间 无限的天地

——国外橱窗赏析札记——

橱窗设计是商业美术的重要部分。橱窗设计师们以自己的聪明才智,在有限的空间里,创造出无限的艺术情趣,从而显示、突出,甚至是炫耀商品的实用价值和审美价值,以刺激消费,促进商业的繁荣,这是橱窗设计师的主要任务。

橱窗设计不同于绘画,它不仅要利用平面的效果,而且还要借助于道具、模特儿、照明、色彩,以及商品本身,去创造富有动感的立体效果,赋予无生命的商品以生机,从而唤起人们的感情共鸣。如果把橱窗比作商品的舞台,那么橱窗设计师便是商品的导演。我们从本书选编的二百余幅作品里可以看出,国外橱窗设计师们,是如何运用商品、道具、模特儿、照明、色彩等手段,互相配合,创造出手法多样的特写橱窗、专题橱窗、节日橱窗和季节、民俗风情橱窗等等千姿百态的意境。他们想象力之丰富,令人赞叹不已。编者在搜集与赏析这些作品的同时,写下了以下札记,供读者参考。

● 特写

特写本来是电影编导所使用的一种手法,是为了造成强烈和清晰的视觉形象,达到突出和强调某种情绪的效果,所采用的局部突出的艺术手法。橱窗艺术借用了这一手法,并与其它手段配合,使小小天地更加丰富多采,更加生动活泼。

空间

空间包括了空、壁、台、地四个部位。利用空间的层次对比等手法来特写商品的例子是很多的。图2和图49,是以占有绝对大的空间来夺取人们的视觉,引起人们注目的作品。作者将所要展示的商品,陈列在占橱窗一半的突出位置上。图2,是以彩色花束作陪衬,一个如真人身高的模特儿,身穿红色入时套裙,头上裹着白色纱巾,巾角飘撒在身旁又与红色服装相映,那鲜艳的红色套裙更显得热情、潇洒。图49也是采用同一手法。那身穿浅蓝色圆白点套裙的少女头戴同色沿帽,背向观众作沉思状,一束灯光仅照在女装的腰部。那真人大小的模特儿,和占据半个橱窗的位置,更突出了这套女装的淡雅情调。

相反,还有采用大中见小的方式来特写商品。如图123,它的背景是以“THE EGG(蛋)”的大写体字块作衬托,展台中间一片空白,只有前区地面上平列着三个草筐,筐里装着鸡蛋等食品。那三个草筐像三个可爱的鸟巢,真是耐人寻味。图156可以说与图123有异曲同工之妙。橱壁的背景是几个商标的大写字块,地面上摆满了白色的蛋壳,几只手表散套在蛋壳上。试想,那闪亮的金属表壳和彩色表带,点缀在白色的蛋群之中,又是何等醒目。

以上都是借助于空间比例的处理,来特写商品的实例。另外尚有以巧妙的疏密安排,奇特的层次处理等手法来特写商品的橱窗,在书中的作品里处处可见。

构思

国外橱窗设计师们以极丰富的想象力,新奇、巧妙的构思,创造出众多富有情趣令人神往的画面,使橱窗更具吸引力。图 73,台中有一个金属架,架上托起一个堆满白色纱团的花盆形器皿,在白色纱团之中伸出六只穿着袜子的脚,宛如花瓣张开。另如图 72,在橱窗正中部位,从左到右悬空横吊起一张绳床,绳床上冲天伸出四只穿着长袜的腿,在半空里好似杂技舞台上空中飞人的场面,悠悠荡荡,富有动感。再如图 83,好似彩带在旋转,或者说是旋转的彩带。这些奇异的构思,真是妙趣横生,令你在赞叹的同时,自然就把注意力集中到商品上去了。

图 137 是新巧的构思所产生的特殊效果。在黑色的橱壁上画着一个瓶子的轮廓和各种野花,整个台面上只放一个白色的玻璃花瓶,正吻合那橱壁上的花瓶轮廓,借助于灯光的效果,使你感到那野花就插在台前的玻璃花瓶之中。这虚实结合的巧妙处理,收到了静物油画的特殊效果。

照明

橱窗的照明,日间以自然光线为主,人工光线为辅;夜里则完全依靠人工光线。不过为了橱窗艺术效果的需要,日间也采用人工照明。人工照明的光源和亮度,可以随意调节,光质和传播方式可以自由控制,本文所说的橱窗照明乃是指人工照明。

国外橱窗设计师们在照明的运用上,也是很大胆,很有新意的。图 67 和图 96 都是采用顶光投射的效果。图 67,两条黑线自上而下,交叉立于橱窗中心,旁边立着一个女模特,身穿黑色编织女服,橱壁上是一片橙色作背景,空中一束橙色灯光直射台面。那套黑色编织紧身女服,线条俊秀,整个橱窗色调辉煌,给人以深邃奥秘之感,宛如一幅油画。图 96,则是利用顶光造成舞台上追光的效果来特写商品的。黄色圆形的台面上,陈列着黑色和白色的皮鞋,旁边布置了红色皮包作为陪衬,在顶灯照射下,中间台面展示区非常明亮,它的四周则暗淡模糊,使台上的展品更加突出。

图 38 和图 115,则是用侧面投射的光来特写商品。图 38 是身穿一红、一蓝的两个女模特儿,对面站立在高低起伏的红、黄、蓝三块色板上。她们像是路上偶然相遇,四目相对正在亲切地交谈,橱窗的左右交叉射来两束光,照在一人的胸部和另一人的脚下。光照亮了色板,而光与色板又辉映着红、蓝两套华美的女服,整个橱窗色彩明快,女服更加醒目。橱窗 115 则更加简炼,画面是游泳池的跳水台旁,两个运动员刚刚跳起正要入水,一束侧光正照在运动员的身上,两个停在空间正要入水的运动员,体形健美,那一束金色的光,使得游泳衣裤分外突出,使得商品增强了感染力。

平面投光和正面投光也不失其魅力,如图 7,整个橱窗背景是暗色,唯有三条光柱立于橱窗中心,三个浅色的不同款式的女模特儿靠在柱旁,女服一半显现于光柱之中,另一半则显露在黑色的背景之下,非常醒目。

随着现代科技的进步,舞台上的灯光也有了很大的发展。目前舞台上经常使用的声控、平闪、彩球、雪球等等效果,如果橱窗也能借鉴,必将给橱窗世界带来更新的境界。

色彩

在我们欣赏橱窗的时候,首先闯入人们视觉的是颜色。橱窗的色彩运用也不外乎协调和对比两大方面。以中性浅色调为主,给人以宁静、舒畅的享受,这在橱窗里是常见的景象。如橱窗 1,画面以白色为主,橱窗中心一位少女身穿白色连衣裙,坐在台中,身旁有两只盛满浅蓝色野花的竹筐,少女正在低头玩赏野花,好似采花间隙坐在坡上休息。四周空旷,山花可爱,那套白色连衣裙更显得纯洁、淡雅。另如图 29,在整体深蓝色的背景上,有一条白色曲线流动其中,背景昏暗而不死板,有流动感。在前区立着一个身穿浅蓝色和服的日本少女,一束白光射在少女的胸区,使浅蓝色的和服,又有

了好似退晕般的深浅变化。深蓝色的背景,浅蓝色的和服,给人以非常协调的宁静感。图 157 是以清爽的绿色调子展示化妆品。图 143 和图 150,都是以火热的红色调子来映衬白色玻璃器皿。这些协调的色彩处理,让人们感到心情舒畅,使人更加喜爱这些商品。

图 91 乃是利用色彩的对比效果来美化橱窗、吸引顾客的。整个橱窗是蓝色调子,在层层展架上,有两个黄色球形色块,非常醒目。在色块的上方,又饰以 V 形曲线的白色灯管,它既是照明,又是装饰,并起到了色块与背景两色之间的调节作用。整个橱窗,色彩鲜明,跳跃,很是活泼。图 154 也是利用色彩对比的效果,橱窗中一大一小、一高一低两个黑色展台,陈列着洁白的陶瓷器皿,非常清爽、简洁。

● 专题

使用一个专题,或一定的情节,来唤起人们的联想,或感情共鸣,从而渲染商品,也是橱窗设计师常用的手法。如系列商品橱窗,季节、风情的橱窗和节日橱窗等。

节日

图 171,是一个华灯初上的节日之夜,正中是一束高大的、晶莹闪烁的灯树,整个橱窗粲然悦目。灯树两边是四个身穿节日服装的号手,手持长号,仰天吹奏。这火树银花、鼓号齐鸣的节日之夜,是多么令人惬意!那四套节日服装显得分外华丽。图 172 也是一个节日的夜晚,在满天焰火的陪衬下,台中只布置一张餐桌,洁白的台布上摆满了美酒佳肴,这节日之宴正等待主人的到来。浓厚的节日气氛,丰满的节日家宴,是多么和谐、温暖!那醇香的美酒不是正在召唤我们吗!

图 188 是圣诞节,背景是一片纯净的淡蓝色天空,地面是洁白色。橱窗中心的圣诞老人,正在询问那个小男孩:“你喜欢什么礼物?”那巨大的白熊和众多的圣诞礼品,一定会使节日的父母和孩子们流连忘返的。图 175 是母亲节,那展签上写着母亲节的字样,告诉人们,这一天不论是谁都应该进店来选一份礼品,去送给亲爱的妈妈。

季节

每一个新的季节到来,都会带来商品的活跃,许多商品本身就有季节的性质。所以各国橱窗设计师的笔下,都有季节专题橱窗的佳作。图 24 是以暖色调子为主的春日郊游的画面。橱窗采用空中吊挂的方式,自上而下垂吊无数条柳枝,那嫩绿的枝条上,伫立着一群小鸟,这些下垂的柳条和散落在柳枝上的小鸟形成了点与线的有趣结合,那三三两两的组合形式,又形成了疏与密的巧妙安排。一排垂柳背后,是一片朝霞作衬托,垂柳之中半仰半卧着一位少女,她身穿绿色套装,沐浴在温柔的春光之中。整个橱窗使人感到空间宽阔,色调清新,给人带来勃勃生机。一套女装居中,更显得淡雅、大方,富有青春活力。

图 113,是冬季滑雪服的专题橱窗,一群年轻人,手持滑雪板,正向滑雪场走去。橱窗 6 是一幅令人注目的、民俗风情浓厚的服装橱窗。这里是一个金秋收获季节,打麦场的一角,农妇身着民族服饰,手持扫帚和木耙,正在打扫麦场。阳光下,麦场上蹲着几只咯咯叫着的小白鸡,四个农妇一边劳动,一边谈笑。我们不仅在画面上看到了人物、动作,还好像听到了远处隆隆的打麦机声和刷刷的麦粒流淌声,以及时隐时现的犬吠声……这真是一幅具有浓郁乡土气息的风景画,是一首散发着泥土芳香的田园诗。这里更加突出了这四套民族服装的审美价值,它不仅能唤起实用者的购买欲望,而且对来自异国的旅游者更有诱惑力。因为买一套富有异国情调的服装作为旅游纪念或送给亲友的礼物,是每一个旅游者的共同心愿。

● 综合

所谓综合,就是综合利用空间的各部(空、壁、台、地)创造多层次的陈列,或者是利用空间、色彩与照明的有机配合,创造特殊气氛的陈列。综合多种手段,最易表现商品的丰富、华丽,所以它也是橱窗设计师常用的手法。

图 143,左、右、背三面橱窗上,都布满了大小不同、不同花饰的盘子,台面的木架,台下的地面上,也疏密有致地布满了瓶瓶罐罐之类的日用器皿,显示了这个商店的商品,品种齐全,货源丰富。

图 163 是化妆品的专题橱窗,三面橱壁又采用了壁面、壁架、壁橱、壁屏等多种形式,使橱窗壁的表现力更加丰富,增加了层次,扩大了空间。台中心是一个大苹果的模型道具,苹果上端也陈列着口红等化妆品,苹果周围陈列着高低不同、大小不等、形状各异、色彩斑斓的化妆品,地面上也是三三两两的香水、口红等。整个橱窗的多层次陈列,呈现出商品齐全、丰富、繁丽的景象。作者还匠心独运地设计了两只蝴蝶,一只点缀在橱壁的商品中间,一只伏在苹果上。我们细细品味便可领会,这是作者在告诉人们:这些化妆品都是出于天然植物。

橱窗的空间,是设计师的创作天地,从本书选编的二百余幅作品里,我们可以领会到,国外橱窗设计师们,在充分利用现代科技成果,创造艺术世界的工作中,显现出智慧的无穷和劳动的艰辛。他们想象丰富,构思新巧,手法多样,意境万千,是值得我们学习和借鉴的。橱窗的空间很小,但是他们匠心独运,或是用特写、烘托、专题、主题,或是用民俗风情、季节风光、节日等手法去选择、组合商品,去突出商品,使它们富有生命地活跃在小小的天地里。有时一个小小趣味令你心驰神往,有时一个小小装饰又让你流连忘返。有的橱窗简直就是一幅肖像画,一幅静物,有的又像是一幅风景画,实在是意象万千。

橱窗是设计师的舞台,要导演出感人的活剧来,还要调动各种手段,我们从书中作品里也可以看出,橱窗设计师们,从商品的选择和组合、道具和模特的运用、照明和色彩的配合,以及对空间的多种处理……可谓是别具匠心。即便是综合使用空间的陈列,也不是杂乱无章,而是在商品的大小、位置的高低、疏密的安排、色彩的深浅、灯光的明暗方面,配置得当,做到了错落有致、层次分明,在秩序中有变化,在匀称中有起伏。我们还体会到,现代橱窗在突出商品的前提下,不甚强调绝对统一,更多的是追求整体效果的完美。无论是风格相似,或是风格迥异,只要善于组合、配置,就能取得别具一格的艺术魅力。

胡文彦

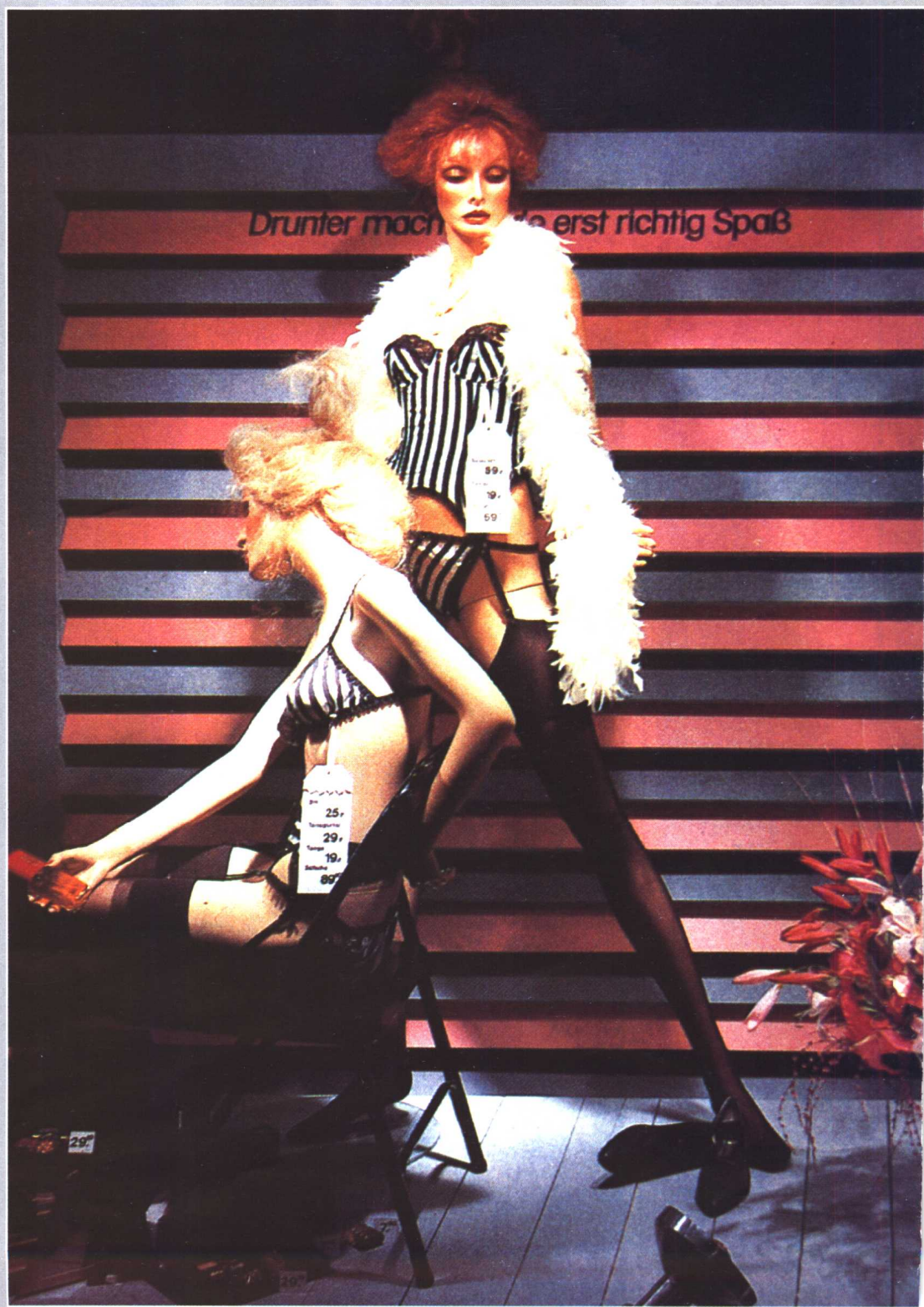
1992年8月于北京

1 夏日之梦 (美国)





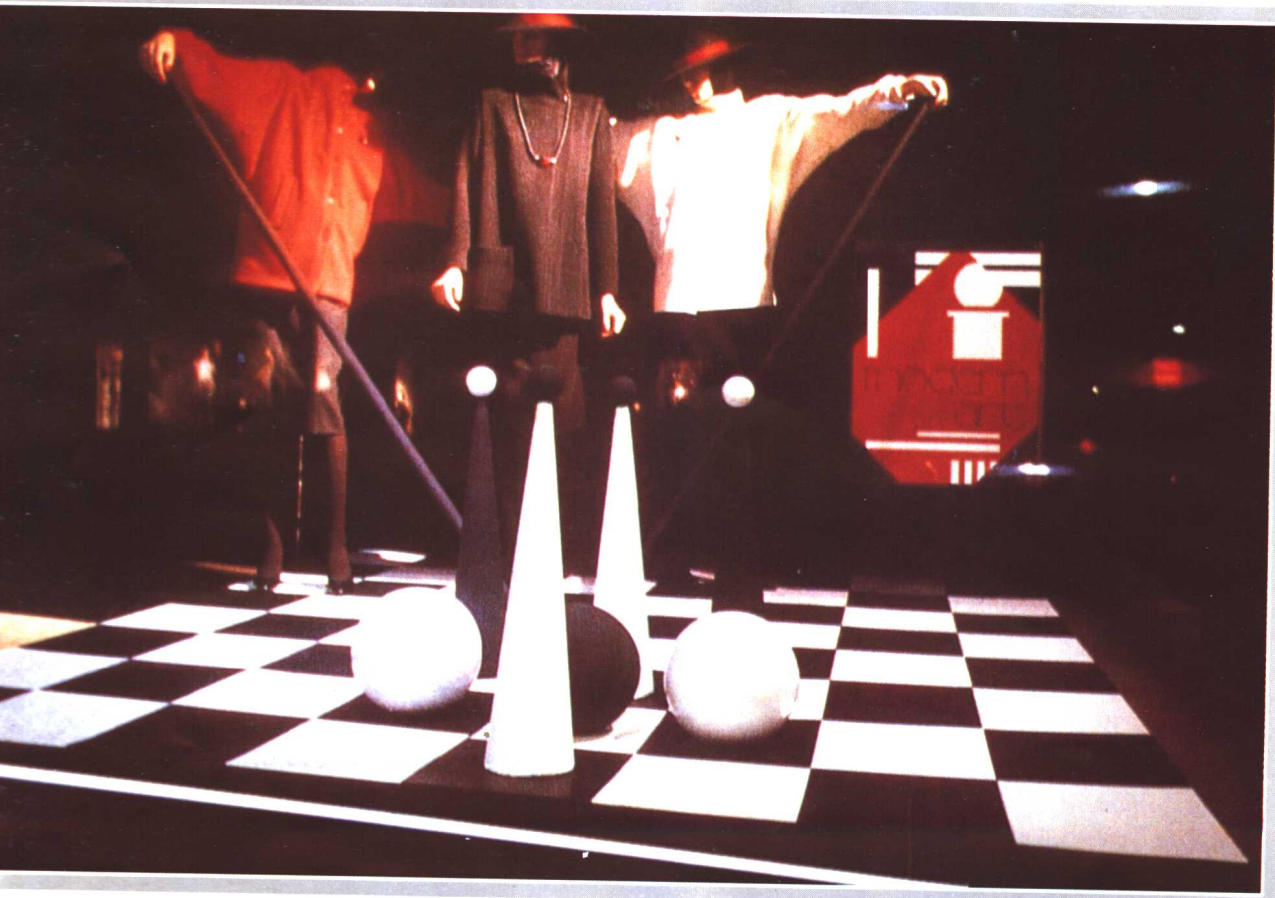
2
花下沉思
〔美国〕



3
女伴
〔德国〕



4
呼唤
〔美国〕



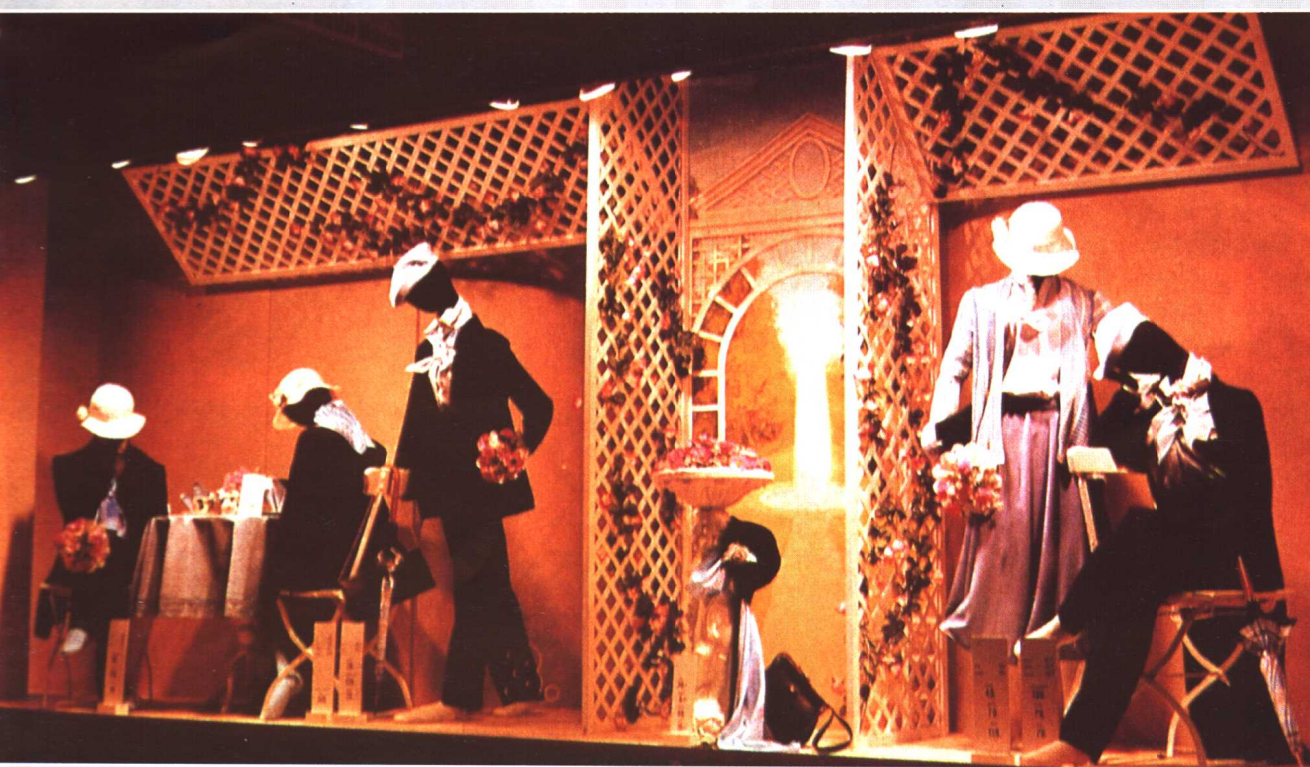
5
构成
〔美国〕

6
金秋
〔德国〕



7
姊妹花
〔德国〕





8 细语
〔德国〕



9 结伴游
〔德国〕



10 小憩
〔德国〕



11 夏日的聚会
〔德国〕



12
「好一个加州」
〔美国〕

13 雾曲 〔德国〕

