

# 中国商业橱窗艺术

CHINESE COMMERCIAL  
SHOW-WINDOW ARTS



人民美術出版社

中国商业橱窗艺术  
PDC

# 中国商业橱窗艺术

商店橱窗设计是一门艺术，它不  
仅给人们以美的环境享受，它更  
是展示经济面貌的窗口和人们选  
购商品的向导。中国商业橱窗艺  
术的出版，必将促进商店橱窗  
艺术的提高和发展。

刘毅  
一九五五年  
十二月

商业部副部长何济海同志提词

提高櫥窗陳列藝術水平  
美化店容引導消費繁榮  
市場振動社會主義精神  
文明建設

何濟海  
一九五三年

# 全国金橱窗装潢陈列艺术评选委员会

主 任: 何济海 杨伟光

副 主 任: 彭福宽 王 录 于名川 林为民 李 贺

评选委员 (按姓氏笔划为序)

于名川 史美勋 吴 芳 李绵路 汪锡桂

张士礼 张世彦 张绮曼 陈汉民 陈秉超

周汝谦 林为民 林福厚 邱 陵 郑克昌

袁运甫 曹肇基 傅鸣皋 傅金惠 韩 斌

## 主办单位

中华人民共和国商业部

世界商品报

中央电视台

中国商报

中国人民美术出版社

## 协办单位

沈阳市东北制药总厂

武汉市洪山制药厂

浙江省常山微生物制品厂

北京青云音像社

浙江省宁波食品机械厂

苏州吸尘器厂

山西省洪洞县乳制品厂

长沙市五一文化用品商店

河北省香河县经委

沈阳市评选领导小组

内蒙古自治区牙克石酒厂

广州市一商局

武汉市钢制家具三厂

福建省商业厅

重庆市一商局

武汉振兴书刊发行公司。

贵州省商业厅

# 前 言

有人把商店橱窗比作无声的售货员，以广招徕，扩大推销。其实，这种看法并不全面，社会主义商业橱窗不仅要向顾客传播商品知识、介绍服务项目、指导人民消费，而更重要的是通过橱窗布置，可以美化市容、提高城市精神文明的水平，同时也展示了我国物质文明发展的高度。

怎样才能把商店橱窗布置得琳琅满目、五彩缤纷、又富有艺术魅力？这本《中国商业橱窗艺术》将向您提供富有启发性的理论依据和可资借鉴的设计资料。这是中国第一部反映全国商业橱窗设计水平的大型图书，有较高的留存参考价值，是一本不可多得的书。

橱窗广告艺术在中国有上千年的悠久历史，它是随着商品经济的发展而兴起的。唐朝有个诗人曾经这样写过：“长干午日沽春酒，高高酒旗悬江口”。这酒旗就是酒店的一种广告和招牌。再如宋代名画《清明上河图》，那些贩卖各色商品的店铺，都有自己的橱窗广告。随着近代商业的发展，橱窗广告艺术对于商业

服务业的繁荣所起的作用也越来越大。十年改革开放所掀起的商品经济大潮，澎湃于中华大地，把商品经济的发展推上了前所未有的地位。

为了推动商业橱窗设计艺术的不断进步，提高商业美术人员的设计水平，1987年秋天，由商业部、人民美术出版社、中央电视台、中国商业报等单位联合发起主办了全国“金橱窗”装潢陈列艺术评选活动，全国24个省市500多家商店的商业美术工作者踊跃参加。从他们精心制作的1500幅题材广泛、风格各异的商业橱窗图片中，精选出200幅橱窗艺术图片参加了评比，经有关专家、领导和群众组成的“金橱窗评选委员会”的认真评选，共有5家商店的橱窗荣获“金橱窗”称号，15家商店的橱窗荣获“银橱窗”称号，还有30家商店荣获了“优秀橱窗”奖。商业部领导向获奖者颁发了奖牌和证书。本书收集了这次全国“金橱窗”装潢陈列艺术评选活动的全部获奖作品，以及部分具有代表性的作品。共有300余幅图片和10多万字的专家评介文字。本书彩色精印，并附有设计构思说明、艺术特色简介及橱窗陈列单位的地址和设计者姓名。

《中国商业橱窗艺术》以图文并茂的形式展现了商品经济在改革大潮中的迅猛发展，反映了我国商业美术工作者的艺术素质，也反映了国内商业文化建设的丰硕成果。书中收集的橱窗设计图片，吸收了国外商业橱窗设计、制作的先进经验和具有现代化特点的构思，同时融汇了中国传统文化艺术的特点，大胆探索，刻意求新，宣传主题突出，给人以现代美的享受和深刻的印象。图片配以简洁的文字说明，使读者易于掌握设计者的艺术构思和表现手法，是广大专业、业余美术工作者研究商业美术实用艺术的必备资料。



## 张裕葡萄酒

整个橱窗以橄榄绿为基调，以金黄色点缀，借葡萄、酒瓶、窖桶的圆为基本形，构成灯箱的造型，力求体现“葡园硕果香，金汁名酒醇”的气氛，以及和平、友谊、誉满五洲的意境；突出张裕名牌、孙中山题字及曾荣获国际金奖等特点。橱窗中灯箱画面，展现了酿酒的科学生产过程，加上特有的圆形美与橱窗外框的方形对比，抽象与具象的结合，更加增强了橱窗的表现力和时代气息。

设计者：刘世良

制作者：刘世良 李爱玲 魏松岩 黄永利 朱积乐 李连弟

橱窗单位：山东省烟台市商业美术服务部

地址：山东省烟台南大街 296 号

经理：刘世良

电话：223792



### 上海产自行车

橱窗采用放射形吊挂实物处理,与背景骑自行车的画面协调一致,使静止的橱窗,具有强烈的动感和速度感,充分表现了自行车的特点和功能。该橱窗只用了标明产品生产单位名称的几个大字和四条点明自行车特点呈放射状的标牌,充分利用商品自身的吊挂来完成整个橱窗的表现中心。重点突出、简洁明快、富有强烈的速度感和时代气息。

设计者: 孙熙淳

制作者: 孙熙淳 苏礼瑾 潘德明

橱窗单位: 江苏省南京市新街口百货商店

地址: 江苏省南京市中山南路3号

经理: 李韶华

电话: 647161



### “小雨中的回忆”——伞

橱窗以蓝紫色作为整个橱窗的基调，这与所陈列雨伞形成了和谐的陪衬，用绳子作道具，在室中形成了富有节奏层次的画线；以泡沫板制成小花，表现出春雨连绵、花儿欲落的意境。一对情侣执伞相依，与主题“小雨中的回忆”相呼应，情景交融，一气呵成，达到了出神入化的艺术效果。使人的注意力由春雨到情侣，进而到五彩缤纷的伞，寓雨伞的宣传于诗意般的画面之中。

设计者：张锦峰

制作者：张锦峰 汤林根 刘继东 魏留义 解起恭

橱窗单位：北京市百货大楼

地址：北京市王府井大街255号

经理：衣建箱

电话：512,6677—525



## 山城表

作品紧扣山城手表，用金黄色有机玻璃构成矩型表框、白色有机玻璃连接“山城”字样构成腰带式表带，红色金丝绒衬底，使表框、表带浑为一体，形成夺目的立体手表。表框由山城表商标构成立体产品展示区，产品摆放在六角棱形有机玻璃道具上，辅以电动转环，动静结合，从商标入手，把观者的注意力吸引到产品上来，使主体产品两突出，辅以中黄基色，衬托出产品的华贵。整个橱窗构思巧妙，雅致清新。

设计者：陈永革

制作者：陈永革 陈一纯 刘光辉 奚 朵 刘家科

橱窗单位：重庆市百货大楼

地 址：四川省重庆市市中区民权路2号

经 理：龚小力

电 话：43197



### 金钥匙——文化用品

通过背景的一组问号到钥匙的渐变图形，用象征的手法，寓意学习中从不理解到理解的过程。少年模特儿的形象是健康的，他的姿态与上方悬挂的“金钥匙”是相呼应的，强化了主题，即只有通过学习才能掌握打开知识宝库的金钥匙。在模特儿一侧安排一组书刊道具，在书脊上可以见到“求知、探索、创新”以及象征知识升华的飞翔着的鸟形图案。商品陈列是以低、中、高级三个档次的学习用品，分别陈列在不同高低的平台上。

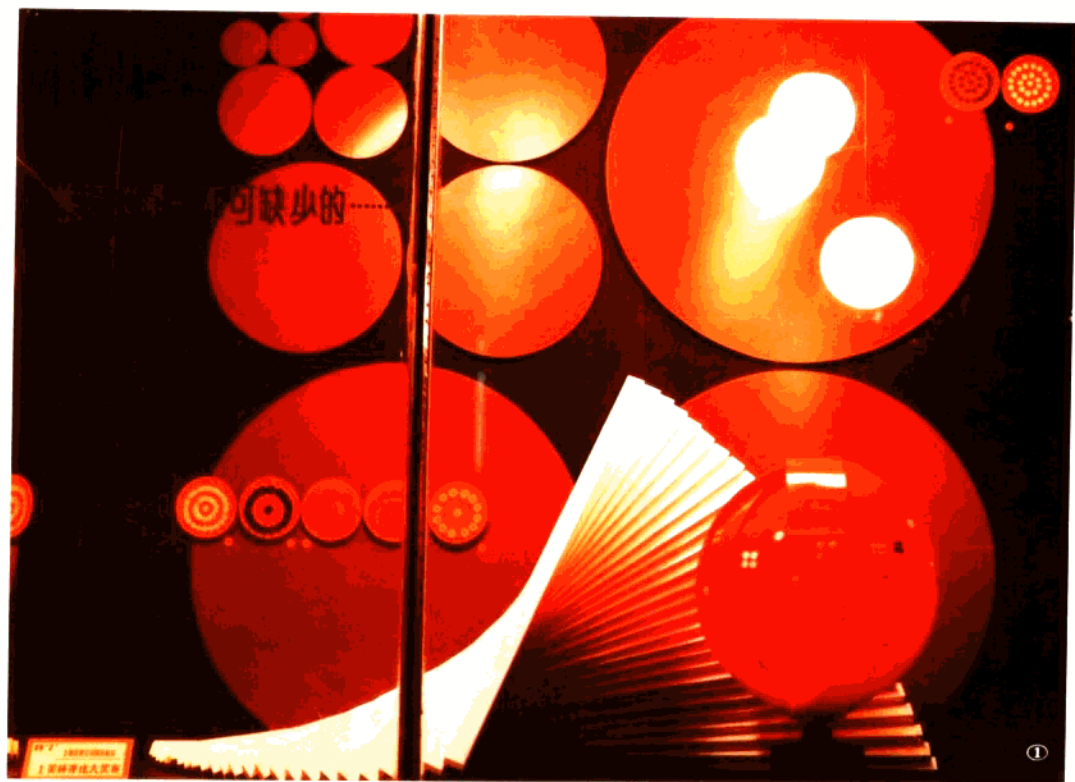
陈列地点：上海市第一百货商店

设计陈列：史久乔

商店总经理：傅兆宜

地址：南京东路830号

电话：223344—2717



1 纽扣

设计者: 董元训

地址: 上海市淮海中路948号

制作者: 董元训 龚敏唐

经理: 袁永博

橱窗单位: 上海百花缝制用品商店

电话: 4371895

2 飞人牌缝纫机

设计者: 李德义 袁小英

地址: 上海复兴东路1061号

制作者: 李德义 袁小英 谭达荣

经理: 谢国安

橱窗单位: 上海市第八百货商店

电话: 260457



②



①

# 1 照相机

设计者：吴理月

制作者：理月、步光、宋刚

橱窗单位：武汉商场

地址：湖北省汉口解放大道358号

经理：毛冬声

电话：564823（总机）

# 2 国粹天香——中药

设计者：陈卫国

制作者：陈卫国

橱窗单位：北京市朝阳药店

地址：北京市朝阳区外大街102号

经理：张庆亚

电话：5803047



②



① 钟表

设计者：赵保平、邢志良、刘小明  
制作者：张、新等12人  
橱窗单位：北京市国华商场

地址：北京市宣武区宣武门西大街18号楼  
经理：杨文茂  
电话：341550

② 钟表

设计者：宗继光  
橱窗单位：北京市西城亨得利钟表店  
地址：北京市西单北大街223号

经理：苏振强  
电话：664487





## 11 电冰箱

设计者：段 江

地址：陕西省西安市东大街297号

制作者：段 江

经理：姚兆华

橱窗单位：陕西省西安华佗商店

电话：713955

## 12 家用电器

设计者：徐黎倩

制作者：徐黎倩 杨君华 姚建平 余永相 朱连生

经理：赵 平

电话：56010

橱窗单位：江苏省苏州市五全化工交电公司

地址：江苏省苏州市观前街212号





### 1 “古风”——古玩

设计者：黄锦斌 地址：广东省广州市环市东路369号  
制作者：黄锦斌 陈国生 总经理：郭振球  
橱窗单位：广州友道公司 电话：336628 0511

### 2 纸张

设计者：许多年 经理：刘富仲  
制作者：孙锐 黎宏 电话：23098  
橱窗单位：重庆市杨家坪百货公司  
地址：四川省重庆市杨家坪正街20号

