

Ribei Chuchuang Zaoxing Yishu

● 编著 · 摄影：冯学敏

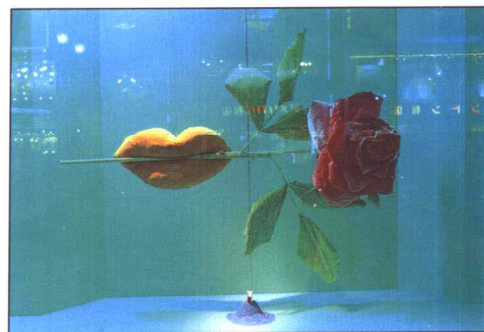
日本橱窗造型艺术

海潮摄影艺术出版社



● 编著、摄影：冯学敏

日本橱窗 造型艺术



海潮摄影艺术出版社

● 编著、摄影：冯学敏

● 主 编：胡国钦

● 副 主 编：黄兆荣

● 责 任 编 辑
：陈月生

● 装 帧 设 计

● 技 术 编 辑：郑 巍

● 翻 译：张雪娜

日本橱窗造型艺术

※

海潮摄影艺术出版社出版

（福州得贵巷27号）

福建省新华书店发行

福建彩色印刷有限公司印刷

开本787×1092 1/20 印张4

1992年12月第1次印刷 印数00,001—5000

书号：ISBN 7-80562-197-7/J · 170

定价：19.80元（平装）33.20元（精装）

日本橱窗设计的演变

介绍橱窗陈列之前，首先要谈一下我国橱窗设计的历史过程。橱窗设计艺术在我国崛起的第一个时期是在六十年代。随着战后的复兴，市场商品充裕，橱窗设计与经济形势取得了一致，那个时期，商品本身具有魅力，商品以其新的形象暗示了未来的生活。从日用品到家用电器，直至流行时装，一切应运而生，这标志着这一时期工业化社会的社会机构、产业结构都走上了安定的轨道。其中特别引人瞩目的是围绕着新的流行时装而产生的各种商品群，西服、皮鞋、手提包、首饰、化粧品等，对于生活稍有盈余的市民来说恰是最有魅力的商品。另一方面也标志着第一时代的装设计师开始活跃于设计舞台，例如，森英惠、苗田淳、君岛一郎等。那个时期最活跃的传递信息的手段就是橱窗陈列了，从大型百货商店到小型的精品屋，形式多种多样。但是，这一时期的橱窗都有一个同样的特点，主要着眼于美化商品，而对于消费者来说，最有魅力的则是商品本身。

第二个流行时期是信息时代到来的阶段，电视、杂志、广告等许多信息充斥市场，在这样的形势下，流行时装的设计出现了许多变化，其流行来源于巴黎，而对曾经流行过的东西则显示了我国独特的创造性，连续诞生了三宅一生、山本耀司、川久保玲、越野纯子这些得到世界承认的明星。以这个时期为界线，橱窗陈列开始展现出新的局面，由六十年代具有代表性的橱窗设计法——以商品为中心变为着重表现生活方式，即从以前采用的美化商品的手法发展为提倡伴有新的时代感的生活场景。受最新科学技术主导的新信息向人们展示了未曾见过的世界和他国的生活情况，由此刺激新颖的生活方式。

另一方面小型精品屋的橱窗不适宜表现那种生活情趣，因而橱窗陈列一下子从精品屋内消失了。透过大面积的玻璃将店内景况尽收眼底的店铺设计成了主流。所谓可以看到店内的

一切就是让人们看到该店或设计师所强调的感觉。消费者不是选择设计师的服装，而是选择设计师所表现的时代感。并且诸多的时装杂志的画页代替了原有的橱窗展出。那么，是否就此橱窗的陈列全都消失了呢？并不如此，包括百货商店的大型商店与精品屋正不断地强化橱窗陈列艺术。大型商店和精品屋的不同的社会作用变得明确了，精品屋产生于个人的个性，而大型商店所展示的橱窗艺术汇总了社会总体的形象。

那么，橱窗设计是一种具有何种意义的艺术呢？也许可以说，当今我国的商业状况处于稍有过剩的状态，许多大型商店、精品屋林立都市，即使是大商店也并不是完全相同的，各自创造了独自的特点。比如，以优雅上品的顾客层为对象，以富有朝气的年轻人作为对象，分析各种生活方式、年龄层来构造出该商店的特点。在这样的情况下，各店的橱窗明显地以其自身不同于其它商店的特点发挥着作用。

橱窗设计必须表现出该店的特点，进而如何设计好季节的更换，逢年过节的气氛则被看作重要的因素。实际上最能提高消费者购买欲的就是这一段时期，很多商店的橱窗设计都走在每一个季节的前面。但是，不论采取那一种方式，橱窗的表现手法都是按照商店的商品计划进行的，显示了商品战略和橱窗设计的密切关系，如果考虑这一点的话，橱窗陈列需要永远保持新的概念，需要现代的表现，以商品战略为基础，一直尝试新的挑战。橱窗艺术之所以令人玩味无穷，就因为它诞生于这种生动的挑战之中。

今天，橱窗艺术又开始发生变化，从美化商品为重点的时代经历了表现生活方式的时期以后，现在又走向新的形象的世界，虽说那是相当抽象的内容，但是却在商店的橱窗里溶入了这时代最新的感性。

（张雪娜翻译）

日本橱窗的艺术魅力

橱窗，是现代都市繁华的标志。它不仅以多彩多姿的视觉造型，展示着商品的魅力，而且也以匠心独运的艺术构思，营造出审美的氛围。因此，橱窗艺术发展到如今，它即有力地推销商品，指导消费，又潜移默化地影响着人们的生活时尚和审美趣味。

日本的橱窗艺术享有较高的国际声誉。近年来的日本橱窗艺术处于一种变化迅速的潮流中，这种变化的主旋律，主要是既迅速地捕捉现今的商品新潮和消费时尚，又积极地预示未来的商品发展和生活趣味。

尽管日本的橱窗艺术琳琅满目，争奇斗艳，各有各的个性风采，但是，在整体上还是显示出更加重视主体与背景搭配的总体效果，更加重视色彩和色调的典雅氛围，更加重视现代技术手段的运用的鲜明特征，并蕴含着未来发展的趋势。

注重主体与背景搭配的总体效果，是日本橱窗艺术一个明显的特征。与前几年不同的是，在于橱窗设计师们不再在橱窗展示的商品主体上过多地装饰渲染，而是追求主体的简炼单纯。橱窗模特儿的姿态和时装穿戴披挂的形式都强调自然随和，有一种日常生活的随意洒脱的感觉。同时，在背景的处理上，日本的橱窗则突出一种奇异化的效果，色彩鲜艳夺目，光线变幻多端，衬景造型也大多具有一种新颖创意。这种在主体与背景搭配组合注重反差的艺术构思，其目的在于营造一种具有现代都市的繁华氛围，然后在这种繁华的氛围反衬下，加倍地显示那些时装的简练、单纯和洒脱。这种橱窗艺术的处理，实际上是契合了身处繁华都市生活中的人们渴求回归自然的生活情趣。所以它的效果在消费的导向上显示得比较充分。

注重色彩和色调的氛围营造，这也是日本橱窗艺术相当重视的一个方面。从近期的日本橱窗艺术来看，作为展览主体的时装，其色彩和色调由过去所重视的具有民族特色的大红大绿的暖色调，开始向一些中间色和冷色调转换，呈现出以粉蓝、粉绿、米黄、淡灰色调为主的日本时装基调。这种色彩和色调的变化，从一个特定的角度体现了日本消费者追求高雅宁

RI BEN CHU CHUANG DE YI SHU MEILI

● 冯学敏

静的审美时尚，而橱窗艺术则是这种社会审美时尚的投影。在橱窗的色彩布局上，许多橱窗设计也试图改变过去所惯用的冷暖对比手法，如用红色衬景来反衬黑色衣裙时装等等，而开始尝试用同一色调或相近色调所构成的较为单纯的氛围，从而从整体氛围上强调一种色彩效果。比如在素色的衣裙模特儿后景，衬以白色的纱幔，从而在总体效果上产生一种宁静单纯的感觉；又比如在紫色的时装模特儿背景安配同色调的景片，从而在整个氛围中弥散一种纯粹的典雅等等。注重同色调或近邻色调的组合，这是日本橱窗艺术所感兴趣的一个方面。

注重现代技术手段的运用，这也是日本橱窗艺术的一个新颖特点。这主要表现在激光射线的运用。橱窗艺术作为一种视觉艺术，它重视光彩的运用。光和色的组合，是渲染和美化橱窗商品主体的重要手段。引进激光射线这种新的用光手段后，就使光的表现力大大增强了。它使光的效果从平面走向立体，从静止变成流动，不仅使橱窗的商品更具有视觉魅力，因而也具有促进销售的效果，而且也在一种强烈的光彩变幻中，让人们体验到超时代的感觉，体验到其所展示的商品所具有引导未来消费的蕴含。新的科技手段的运用，在日本橱窗艺术设计中将出现蔓延之势。

这是我近期再次拍摄日本橱窗艺术时感受到的新印象。自从我的第一本《日本橱窗艺术》画册由上海画报出版社出版后，我又马不停蹄地进行了长达两年时间以东京商业中心地带的银座、赤坂、新宿等处的夜间拍摄。我想用自己的照相机及时地捕捉住日本橱窗艺术发展的新变化，并以此奉献给国内关注和投入祖国橱窗艺术发展的有志之士。虽然整个拍摄过程耗费了我的大量精力和财力，饱尝了其中的甜酸苦辣。但只要它对国内的橱窗专业设计人员，或者业余爱好者有一定的借鉴、参考和欣赏价值，那么几年的辛苦，都将化为我精神上的欣慰。

1992年4月7日写于东京

● 鸣 谢

高岛屋	三越	伊势丹	西武	松屋	松板屋
阪急	贝鲁比	和光	资生堂	利萨	可安
西银座	勃兰达	钟纺	米斯雷高	原宿	利苞
华盛顿店					



女性时装
日本橱窗造型艺术



女性时装

日本橱窗造型艺术



女性时装
日本橱窗造型艺术

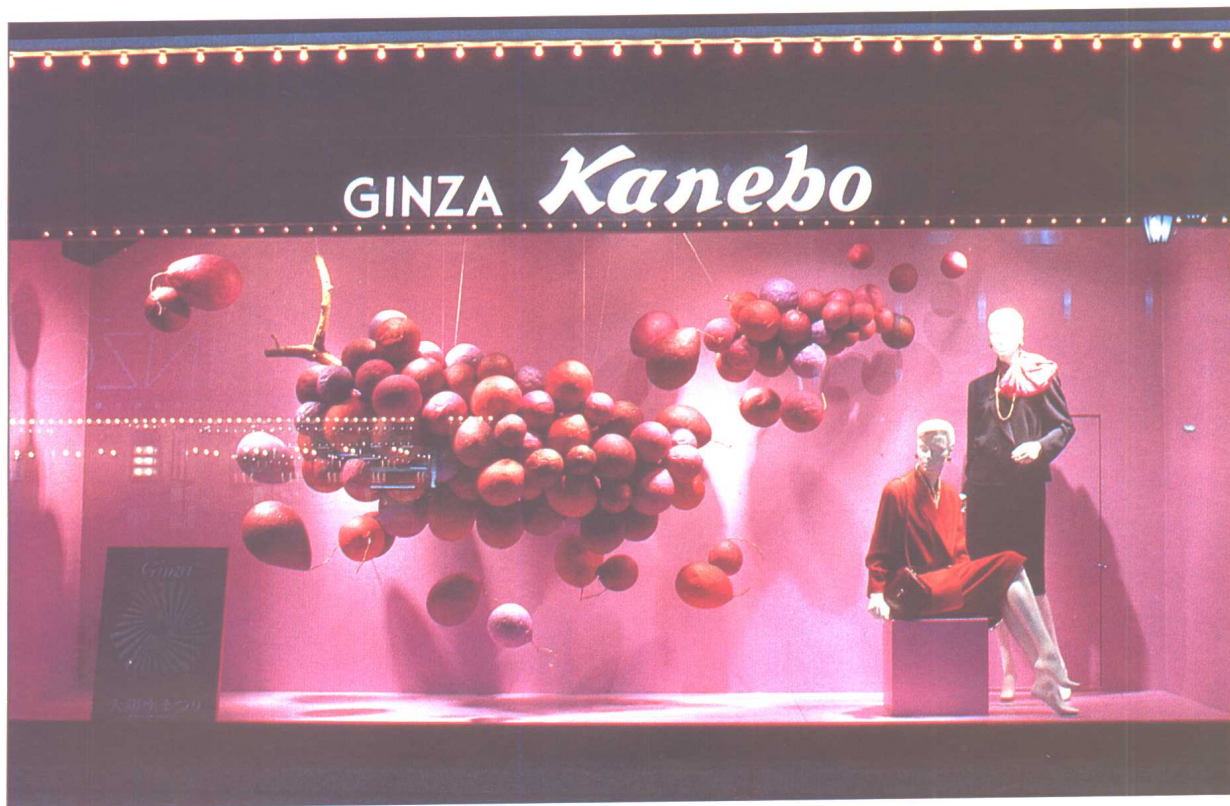
女性时装

日本橱窗造型艺术





女性时装
日本橱窗造型艺术





女性时装
日本橱窗造型艺术



女性时装

日本橱窗造型艺术

