

商店装饰系列书

时装店装饰

● 乐嘉龙 主编



浙江科学技术出版社

62.487
YGL

620888

JDS

商店装饰系列书

时装店装饰

主编：乐嘉龙
编委：张正伟 刘明之 高凌
栗德元 赵晓东 林淮生



浙江科学技术出版社

(浙)新登字第3号

责任编辑:徐东辉

封面设计:潘孝忠

商店装饰系列书

时装店装饰

乐嘉龙 主编

*

浙江科学技术出版社出版

浙江印刷集团公司印刷

浙江省新华书店发行

开本:787×1092 1/16 印张:黑白4.25 彩色2

1997年2月第一版

1997年2月第一次印刷

ISBN 7-5341-0977-9/TS·141

定 价:16.00元

目 录

文字篇

时装店的室内空间设计	1
时装分类方法	3
开架陈列与分类展示	4
吊架是时装店重要的展示道具	5
吊架的选择与配置	6
人体模特的选择与摆放	7
利用光色对比来突出商品	7

设计实例篇

妇女时装店	10
妇女成衣店	13
妇女内衣店	16
时装衣料店	19
时装商业街	22
男装店与女装店	23

女装店	24
内衣店与时装店	27
妇女用品店	28
时装店	33
衬衫店	40
衣料店与时装店	41
服装加工店	42
服装展架	43
服装搁架	44
服装展台	46
服装挂架	47
室内地面装饰	48
内墙面装饰的缝隙处理	50
金属板材的吊顶装饰	51
金属条板的吊顶装饰	53
商店入口装饰	55
遮阳罩装饰	58
入口雨蓬的顶棚装饰	59
外墙面装饰	60
彩图	65

文 字 篇

●时装店的室内设计●

时装店不同于其他商店。在衣料商店,货架和展示橱可以一字排开,让顾客在漫步中比较、选择,感觉舒坦。时装店的空间则需要许多意念上的隔断,使顾客感到亲切,如在家中,这样,在选择服装时才会更大胆,更无拘无束。

商业空间环境会在人的生理和心理上产生人格化的反应。不同的空间有不同的性格,有的恬静优美,有的明亮温暖,有的富有魅力。这种种不同性格的空间,是由于空间设计风格不同、空间形状不同以及景物、比例、色彩、照明、装饰材料的不同而形成的。

时装店的空间序列组织,是按照顾客活动的顺序关系而设置的。各个空间之间有着顺序、流线和方向的联系。像大型的时装店,总是先设置一些陈列柜和展示橱,然后才通过各种通道,把顾客引导到各个营业大厅。

顾客进入营业大厅后,马上可以看到出售的服装,这样一下子就能引起顾客的兴趣。但是服装琳琅满目,顾客看了以后,难免产生疲劳感。因此,设计人员在服装货架之间又设置一些展示橱,提高顾客的观赏兴趣。顾客挑选好服装以后,可以到附近设置的配有穿衣镜的试衣室里试穿,如果满

意,可以去不远处的收款台付钱。这种空间序列的组织,满足了顾客的需要。事实上,空间序列的设计除了满足行为活动的物质需要之外,它还是设计师用来从生理上和心理上积极影响顾客的艺术手段。

空间序列的设计是没有固定不变的模式,但其设计手法,有一定的共性。

1. 导向性

用空间处理手法可以引导顾客行动的方向。在时装店中,顾客往往会随着店堂空间的布置,自然而然地随之行动。设计师可以运用形式美学中各种韵律构图和具有方向性的形象类构图,作为空间导向的具体手法。

2. 视线的聚焦

利用视线聚焦的规律,有意识地布置空间景物,可以吸引顾客从一个空间向另一个空间行进。这能在空间序列的整体设计中,把导向性不断地推向高潮。

3. 变化与统一

空间的变幻能使观者产生浓厚的游览兴趣,在下一个空间到来之前,就去猜测它的内容。空间序列的构思是通过若干相互联系的空间,构成彼此之间有机联系、前后连续的空间环境,它的构成形式随功能的要求以及设计师的精心安排而呈现形形色色的面貌。

4. 空间的分隔

店堂的空间分隔,可以是各式各样的,可以按照功能需求作种种处理。从人的感受和物体自身的视觉特征变化来看,大空间中的任何一种隔断物,都能在人的视觉区域中,构成一个序列空间。分隔的方式,常见的有垂直形分隔和水平形分隔两种。

垂直形空间分隔的手法很多,利用软隔断、展示橱、广告墙面、列柱、板墙等都可以将店堂空间作竖向分隔。

水平形空间分隔是将室内空间按高度作种种分隔,利用高差的不同,形成变化和韵律。

●时装分类方法●

要让顾客容易辨别时装,必须让顾客注意到时装正面的视觉效果,让顾客能看得清楚,易于辨出服装的颜色、造型、规格等。时装分类的主要方法有以下几种:

1. 依服装的造型、样式分类

把相同款式的服装归为一类(例如把同款式的茄克衫放在一起),可以让顾客检视自己所要的款式,很快把自己需要的服装买到手。

2. 依商品的色彩分类

按色彩分类的方法有两种,一种是按明度分类的方法,另一种是按色相分类的方法。

按明度分类,就是把颜色明亮的服装排在前面,对着顾客,把暗色调的服装排在后面,使排列产生层次。按色相分类,就是把服装按照从低彩度到高彩度,或从暖色调到冷色调的次序排列。

按色彩分类的目的是方便顾客选购,同时创造出店堂的秩序和美感,形成时装店的空间神韵。如何选择适当的配色方式,如何使布置方式优美,要依照店堂的情况和商品的特点来具体分析、决定。

3. 依时装的规格分类

按规格分类就是按尺码规格排列。顾客看到造型满意、色彩合适的服装后,就要按照自己的尺寸去找衣服。按尺码排列,可以使顾客一目了然,随手选出尺码合适的服装。依照规格尺寸排列服装不外乎由大到小的排列和由小到大的排列两种顺序。这两种顺序没有优劣之分,但作为同一家时装店,要使排列有规律,方便顾客寻找。

商品分类是服装展示的一个组成部分,经过分类的服装怎样布置到展示空间之中呢?这里有许多不可忽视的因素。其中重要的一点,是在设计配置时,要考虑到消费者的心理、生理特点,从方便、吸引顾客的角度出发进行布置。布置商品时,还要顾及整个场地和空间的效果,仔细规划出店内通道和引导顾客的线路,并注意相邻商品专柜的关联问题。像前面提到的,按照色彩的排列和规

格的排列来布置所展示的时装,很容易使顾客产生渐变的感觉,律动感、整齐感和协调感也会油然而生,使顾客形成视觉上深刻的印象。

服装的布置也有一定的方向性。比如悬挂的衣服,应小的在前,大的在后,短的在前,长的在后,否则,大的会挡住小的,长的会遮住短的。在货架上服装的排列,也要依一定的顺序,从左向右水平布置,或从右向左水平布置,这要根据实际需要和具体情况而定。

一旦确定了时装分类和布置的方式,店主就应持续贯彻这一方式。因为模式一经建立,就会造成视觉上的统一形象。消费者会对这种统一形象产生印象和记忆,久而久之,便会在心目中建立时装店的企业形象。树立鲜明的企业形象正是商品展示所追求的目标之一。

●开架陈列与分类展示●

时装的种类既多且杂,同类服装之中又有许多不同款式。如何将这些时装介绍给消费者,是时装店展示设计的主要课题。

传统的时装交易,都是由店主一手包办,甚至连消费者想买的服装也得由店主逐一取出。在今天,顾客的购物心理已有了改变,店主和顾客之间的关系,已经从以店为主的关系,变成了以顾客为主的关系。这种转变,必然带来商品陈列方式的变革。

现在的时装店,所有的商品陈列都改用开架的方式。这样,顾客可以根据自己的意愿,随心所欲地选择服装。顾客对这种销售方式,表现出极大的兴趣。时装店展示设计就是要使时装展示符合这种趋势,把时装的特色向顾客展示出来,使顾客用最简便、最节省时间的方法来挑选商品,对服装产生深刻印象,进而产生购买的欲望。时装的合理分类和布置是实现上述目标的最佳途径。

分类展示是商品展示的主要架构形式。只有这样,才能使顾客在短暂的时间内选到自己需要的商品。要使待售商品布置得既美观,又易于选取,分类展示各种时装,而且商店时装种类齐全,

是一个重要条件。

考虑顾客购物的方便性,是分类展示的原则之一。顾客容易看清商品,容易选取商品,才能使顾客容易决定购买。分类展示,对时装店而言,还可以降低商品管理费用。每日盘存,只要目测一下,就能知道存货的数量。

●吊架是时装店重要的展示道具●

现代时装展示追求商品陈列的生活化,这和传统的服装陈列法有着显著的区别。这种追求是现代展示设计中的共同趋势。对服装选购而言,人们除要求服装本身有质的提高外,也要求借助于商品展示的视觉效果来实现对商品的认同。这表明,人们在追求更高品质的生活情趣。

除了展示商品本身之外,适量增加一些道具和配件,能使顾客加深对商品的印象。比如展示滑雪装,以雪山为背景,放置一些滑雪器械、登山包等道具,可以使滑雪装获得更突出的效果。

时装店商品展示设计中不可缺少的一个“法宝”就是服饰吊架。没有吊架的话,服装的个性无从表现,在众多服装的叠置中,商品的个性便会消失。因此,吊架是不容忽视的一种展示道具。

吊架的商品展示功能有两个,一个是展示服装,另一个是展示吊架本身。当然,具有了前一个功能的吊架,就是一个好的吊架,可是对于精品时装店来说,尤其是在展示橱或橱窗之中,人们还要求吊架具有第二个功能。这就是说,一般在商店的展示摊位所使用的吊架,只需要第一个功能,而在展示服装设计的优秀作品和重点销售的时装时,所使用的吊架,往往具有第二个功能。这后一种吊架除了帮助展示商品外,还是室内装潢要件之一,因而被越来越多的时装店采用。

吊架的作用有 3 个:

1. 塑造商店形象,促销商品

利用吊架,把服装按照色彩、图案、尺寸、质地、式样、价格、厂家、商标、产地等分类展示,方便顾客迅速寻找自己满意的服装。

2. 向顾客展示服装的穿着方法和穿着效果

利用吊架,把背心、上衣、衬衫、裙子搭配在一起展示,使顾客对套装的效果一目了然。有的吊架,具有相当大的收容量,可以同时吊挂许多件衣服,从而展示出服装的多样性。

3. 突出重点服装

利用单独展示商品用的吊架,可以在众多的商品中突出最新款式的重点服装。这种吊架,一般属于单功能吊架。

设计优良的服装吊架,可以帮助售货员推销商品。时装店的设计者切不可忽视吊架的功能。

●吊架的选择与配置●

商店选择好的服装吊架,仿佛就是选用了精明能干的售货员。选择服饰吊架应该考虑其造型、构造、功能与本时装店是否相配等,吊架的格调要和本时装店所售服装的格调一致。

色彩、材料、质量是决定吊架造型的主要因素。不论吊架是古典型的、流线型的还是更具现代感的造型,都要与摆放的商品协调。设计者应该事先估计和设想到,吊架和服装结合之后会形成什么形象,是美还是不美。

固定式和组合式是吊架按构造来分类的两种形式。固定式吊架,设计时强调个性,当然有些也可作有限度的微调整,例如升高或降低等。组合式吊架可以自由改装,有很大程度的灵活性;部件通用性很强,可以视时装店的需要而作大幅度的调整、更动。

展示的服装能否与吊架的造型、收容量相配,是选择吊架的要点。高档服装当然不适合使用粗糙或造型不佳的吊架,而大众时装也不必用过分富丽典雅的高档吊架,否则会喧宾夺主。

过去,吊架都是由室内设计人员自己设计,而现在,市面上有许多种吊架出售。吊架的发展趋势,是由小型走向宽大型,构造也越来越简单。应当注意的是,当时装店大量使用吊架时,会使销售商品排满视线所及的广大空间,这种大的视觉面所构成的总体感觉,要整齐,不能零乱。因此,为吸引消费者去注意服装,吊架应以简单的为好。

●人体模特的选择与摆放●

模特的摆放和搭配是一门学问,搭配得当,会形成一种韵味。

模特的摆放搭配方式有一个发展过程。过去曾经流行把模特视线集中在一起的搭配方法。后来,人们感到这样太单调、枯燥,于是,又出现了错开视线的摆放方式。现在,又流行把同一姿势的模特3个或5个并排在一起,动作略有变化,形成节奏或韵律。

讲求整体搭配的效果是服装展示的一大特点,但真正做好并不容易。选择同一姿势的模特展示时装,强调性很明确,但在使用中常常会遇到困扰和麻烦。譬如,同一姿势的模特,通常要穿上同一造型和同一系列的商品,而且色彩上要能搭配,不宜颜色过分复杂。不仅如此,服装的面料还要是同一类的。要是这几种要素处理不当,那就失去了强调的效果,给人造成混乱的印象。

另外,由于模特的造型种类多,同时还有各种不同的姿势,当考虑以多个模特作为展示方式的时候,要注意模特之间的顾盼、呼应以及疏密关系。3个模特或3个以上的模特组群,放置的方向也要精心考虑。如果正面、反面、侧面三面都能兼顾的话,那么顾客从哪一个角度看,都能取得好的效果。

时装店离不开模特。在时装店的门口醒目地摆放模特,可以起到指示方向的作用,颇具视觉引导的效果,能吸引顾客进入店堂。在店堂的不同位置摆放模特,能使单调的衣架变得活泼,使店堂空间有张有弛。

模特的装扮需要视季节的变换而更换,这样,可以展示出不同的主题。而且,模特的摆放还可以和场景、道具以及花卉、盆景相搭配,形成某种特定的气氛,使顾客提前感觉到下一个季节的来临。

●利用光色对比来突出商品●

时装店展示橱要保证一定亮度的照明。白天,

为了避免玻璃产生的反光,应提高展示橱内的照明度。光源应装置于栅格、百页窗等隐蔽处,避免顾客的眼睛直接受到光照。如要突出模特的效果,用灯泡的下向光比较有效。

为使展示橱内的商品更加明亮和突出,应采用聚光照明的方式,用强烈的光线衬托模特。另外,使用装饰灯具也是一种行之有效的方法。这样衬托出的商品,有光线和色彩的变化。有时,从下方照亮模特,可以表现一种轻轻浮起的感觉。也可以从背后照明,使柔和的光线包围模特。

货架和衣架上的照明应是整个室内基本照明亮度的1.5~2倍,以吸引顾客的注意力。必须注意的是,光线不要直接照射顾客的眼睛。在货架上陈列的商品,可结合销售,安排其位置,畅销的衣服和非畅销的衣服要分层摆放。对畅销的商品,要加强照明。

没有放在展示橱内的模特,可以利用天棚上的定点射灯照明。用这种照明方式布点时,不要使强烈的反射光直接照射到顾客的眼睛。在设计时,要仔细考虑模特的高度、天棚的高度、顾客的位置,然后确定向下射灯的安装位置和照射方向。

有时利用穿透光,可以更有效地表现服装的色彩和造型。如采用底灯式照明,从下方照射,可以使商品给人一种轻快感,改善服装的陈列效果。

设计整个时装店的照明时,要注意灯具的造型。一般来说,灯具还是隐蔽在顶棚格栅内为好,但有时也要采用暴露的灯具。选择灯具时,要注意光、色、形、质的作用。按理说,灯具和家具一样,应由设计师作总体构思,以取得与整体环境协调的效果。但由于受灯具制作周期和造价的制约,这种设想很难实现。因此,亲自挑选灯具,往往是设计人员不得不从事的一项工作。

设计实例篇

● 妇女时装店 ●

● 商品构成

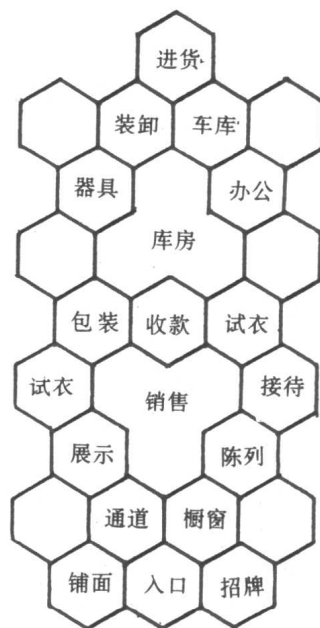
外衣, 连衣裙, 套装, 三件套装, 长裤, 大衣, 便裤, 裙子, 胸罩, 短上衣, 单毛衣, 围巾, 腰带, 背心, 附属品, 手袋, 鞋, 帽, 衣服料, 其他

● 设备

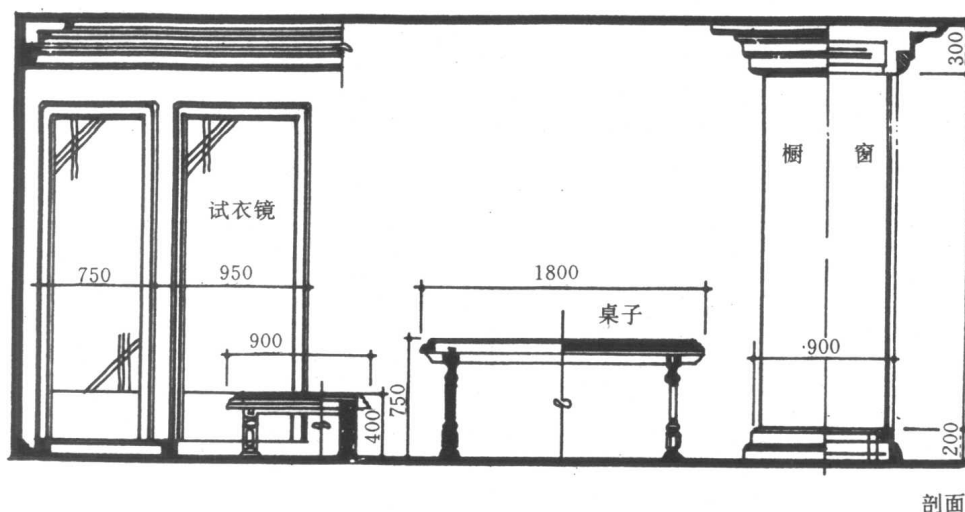
台阶, 挂架, 陈列柜, 试衣镜, 缝纫机, 陈列台, 壁面挂架, 壁面镜, 衣料挂架, 陈列架, 展出器具, 接待台椅, 包装台, 收款台, 电话, 其他

● 装饰要点

妇女时装店, 通常以妇女成衣、衣料为销售重点, 并出售其他商品, 如鞋、手袋、妇女服装附属品、帽等。这些关联性商品的综合销售是妇女时装店的主要特色。商品的陈列, 应该吸引不同类型、不同年龄、不同层次的顾客。

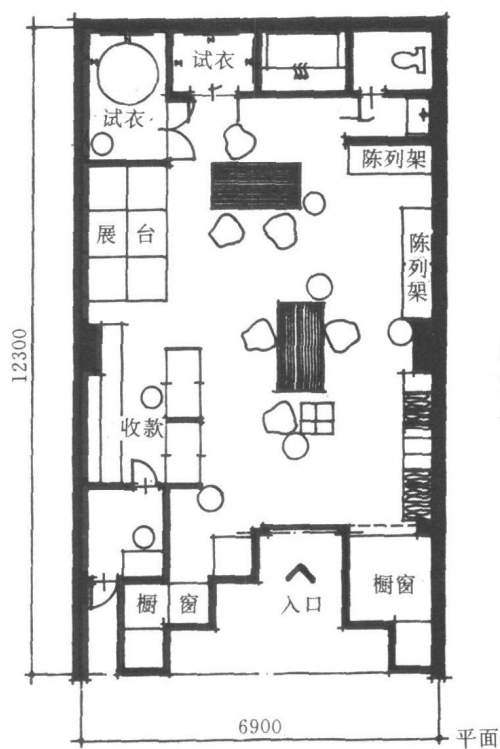
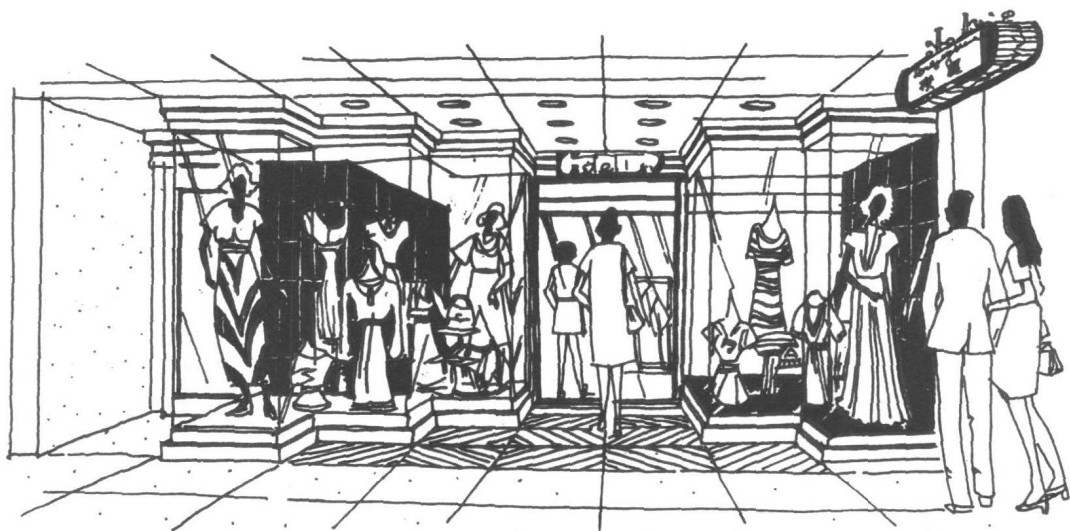


功能示意图



剖面

● 妇女时装店 ●



例中的店铺不是临街店铺,而是大商场中的单元店铺。它们在商场中形成商店集合体。

吸引顾客进入个别的单元店的效果,和公共通道与商品入口布置的形式有关。可以采用立体化的橱窗结构,扩大配套商品的展开面,使商店铺面在顾客的感觉上加宽,以吸引顾客。

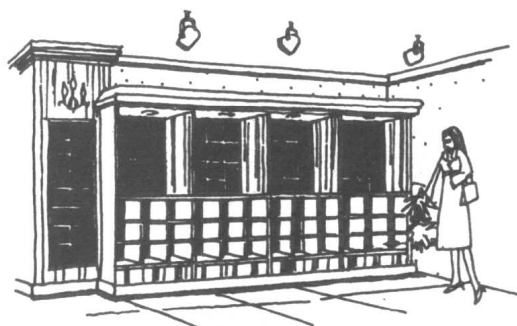
为塑造商店整体形象,铺内可采用无色调子为基础,以人造石及软质感的轻建材为材料,加上玻璃门窗等,造成突出多姿多彩的商品的空间形象。

这类商店不需特别设置接待室,可在销售区内的商品周围空间,直接建立顾客、商品、售货员三方关系。此外,为方便售货员导购、顾客选购以及付款、收款,应配置桌子、椅子、收款台、台阶等。

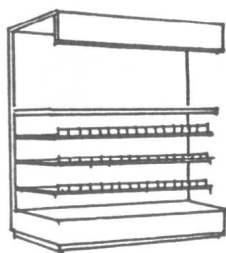
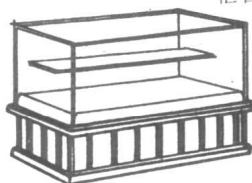
试衣室要足够宽敞,以便顾客试衣。



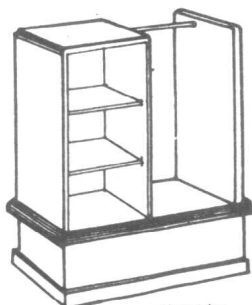
柜台



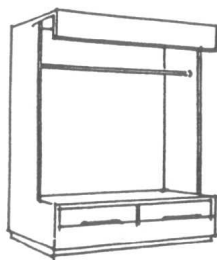
柜台



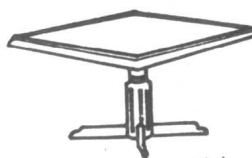
陈列架



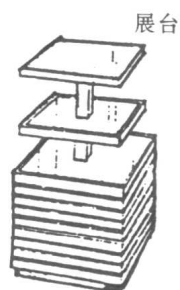
陈列架



陈列架



展台



展台

