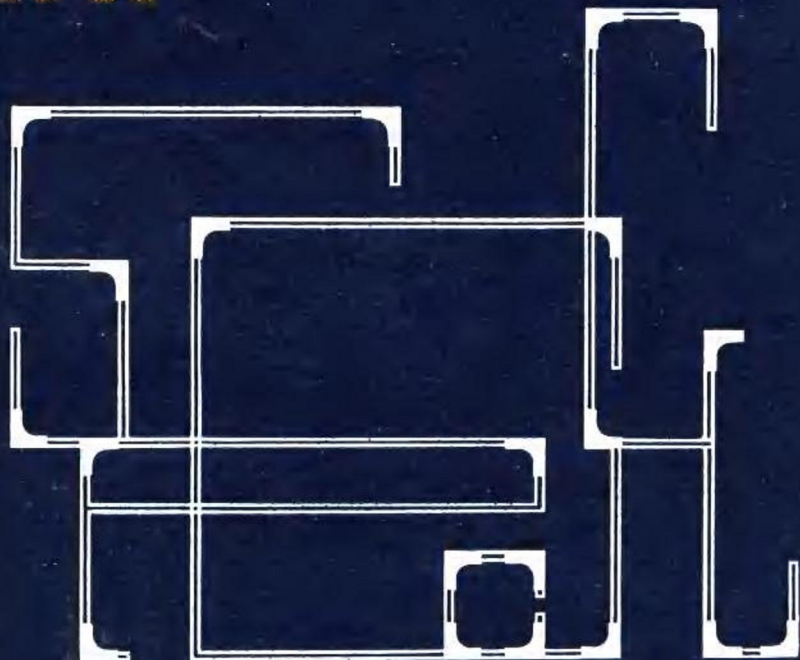


商品 橱窗陈列

李洪彦 编著



黑龙江科学技术出版社

商品橱窗陈列

黑龙江省绥化县商业职工学校 编

李 鸿 彦 执笔

黑龙江科学技术出版社

一九八二年·哈尔滨

内 容 简 介

本书在长沙召开的全国商业系统教材会议上，被列为商业部 1980—1981 年商业教育教材之一。

本书介绍了商品橱窗陈列的一些基本原理、基础知识，并附列了一些参考图案、橱窗设计方案、商品广告图、支架道具图、中外文美术字和实际橱窗欣赏图等，对各类中、小型商店的橱窗设计人员和商业学校学员、教员等，都有一定的参考价值。

封面设计：王文龙

商 品 橱 窗 陈 列

黑龙江省绥化县商业职工学校 编

李鸿彦 执笔

黑龙江科学技术出版社出版

(哈尔滨市南岗区分部街 28 号)

黑龙江新华印刷厂附属印刷厂 黑龙江省新华书店发行

开本 787×1092 毫米 1/32·印张 2 6/16·插页 28·字数 45 千

1982 年 7 月第一版 1982 年 7 月第一次印刷

印数：1—20,200

书号：8217·014

定价：1.95 元

1161/31

目 录

一. 橱窗陈列的作用	1
(一) “脸面与语言”作用	1
(二) 广告与“商品舞台”作用	2
二. 橱窗陈列的原则及要求	4
(一) 充分显示商品	4
(二) 真实性与具体性的统一	5
(三) 思想性与艺术性的统一	6
三. 对设计人员的要求	7
(一) 生活经验的积累	7
(二) 艺术实践经验的积累	9
(三) 熟练的艺术技巧	13
四. 橱窗设计的步骤与注意事项	15
(一) 橱窗设计的构思	15
(二) 分析橱窗的结构	16
(三) 选择设计方案	16
(四) 注意层次关系	17
(五) 重视视线	18
(六) 分析背景的处理	19
(七) 色彩在橱窗中的合理运用	22
五. 正确地分布各类商品(部组)的橱位	33
(一) 部组排列法(综合排列法)	33

(二) 专项排列法 (性能排列法)	34
(三) 特写排列法 (单项排列法)	34
六. 商品陈列方法及步骤	36
(一) 选择商品	36
(二) 商品组合	38
(三) 选择陈列方法	39
附录:	
(一) 商品橱窗设计参考图	44
(二) 商品陈列的支架道具参考图	55
(三) 商品广告图案和美术字 (插页 · 1—40)	
(四) 商品橱窗陈列和图案参考图	
(彩页 · 1—16)	

一、橱窗陈列的作用

橱窗陈列工作，是社会主义商业工作中的一个重要组成部分。它既体现着商店的外观和店内经营特点的“脸面与语言”；又起着宣传商品，介绍商品，引导选购，扩大销售的广告与“商品舞台”作用。

（一）“脸面与语言”作用

商店的橱窗广告，在美工人员的精心设计下，努力通过新颖的构思，精巧的道具，明快的色彩，醒目的陈列，呈现出五彩缤纷、琳琅满目的一幅幅画面。它不仅增进了门市观瞻，丰富了店容、店貌，美化了市容，反映了商店的经营特点，而且在招揽顾客，宣传、介绍商品，传播商业工作者和广大消费者的思想感情等方面，都会收到很好的效果。同时，它还能够给人以美的享受，起着熏陶和培养消费者的艺术情趣及提高他们的审美水平的作用。

此外，通过橱窗陈列，既能突出商品形象、质感、花色、式样、产地，反映商品生产与销售的发展变化；又能使人们有条件重点突出地观赏、评价装潢艺术及文化艺术的特点与水平。这对反映社会主义商业的优越性，促进、加强各地区之间的经济贸易往来和文化艺术交流，都会起到积极作用。

(二) 广告与“商品舞台”作用

商店的橱窗陈列，经过美工人员的辛勤摆布和精心设计，呈现出的形象、式样、道具、背幕、画面等型色，则如舞台上的戏剧表演一样，生动、活泼，惹人注目。这种商品争相亮相、表演的园地，我们可以把它视为“商品舞台”。

当人们来到商店时，首先迎接你的就是橱窗广告。所以说，橱窗广告和消费者有着最直接的联系。通过这个“商品舞台”可以有效地传播、报道商品的进销情况。同时，它在反映市场形势方面也起着不可低估的积极作用。

通过橱窗陈列，可以反映出我国“四化”建设中涌现出来的大量科研成果，也可以大力宣传和展示各条战线日新月异的发展变化，以及不断出现的大量优质产品。它既能报道现时的大好局面，又能激发人们对未来美好生活的希望，坚定理想，进而鼓舞人们努力向上的信心和勇于攀登现代科学高峰的革命意志。

由于在橱窗陈列时对商品进行了明显、妥善、合理地摆设及新颖、巧妙地衬托与艺术处理，因而突出了商品的形象、质地、性能，这就使消费者更便于鉴别、对比、选购商品；也启发了消费者对适用商品的感情，使之产生购买的兴趣，从而起到引导选购、扩大销售及加速商店资金流转的作用。

通过橱窗陈列，还可以使新产品、地产品、畅销品迅速及时地与消费者见面。这样，既能满足消费者的需要，打开销售门路，加速商品流通；又能起到扶植地方工业，促进

工、农、副业生产有计划地向前发展，使商业更好地为生产和消费服务。

通过橱窗陈列，也能够对商品进行切实有效地宣传介绍，使消费者有条件了解和掌握商品的性能、质量、特点及使用方法与养护等有关知识。这样就可能避免因消费者缺乏商品知识所造成的商品损失及浪费，消除消费者因对商品不托底、不敢购买的思想障碍。从而，促进商品销售，提高营业员的服务质量及劳动效率。

此外，围绕党的中心工作、政治活动及重大节日陈列橱窗，展示丰富的节日物资，也能起到活跃市场气氛，增强人民对党，对国家，对现实生活的热爱，起到宣传党的方针政策的作用。

二、橱窗陈列的原则及要求

橱窗陈列，是以商品为主体的，经过艺术处理的商品广告宣传形式。因此，对它的要求则要强化商品宣传的商业作用及艺术表现形式的装潢作用。就是说，要做到充分显示商品，使商品陈列的真实性与具体性得到统一，同时注意到思想性与艺术性的统一。

（一）充分显示商品

一切商品都有它本来的面目。那么怎样展示才能突出商品的形象、质感、花色、式样、产地呢？怎样陈列才能明显大方、生动活泼呢？这是橱窗陈列设计人员必须掌握和解决的问题，也是营业员及消费者深感兴趣的一个问题。商品在橱窗中的陈列并不是简单地堆砌，而是在支架道具、模型等配合下，所进行的有条理的安排。我们所说的充分显示商品，不仅有商品本身陈列数量多少的问题，也有色彩搭配、陈列方法、比例关系、层次位置、背景处理、灯光运用，及道具、插图等设计技术问题。只有把以上各项安排、配合得融洽自然，才能做到突出商品的形象，使消费者观之有趣、爱而思买，起到宣传、介绍商品的商业作用。同时观赏如此丰满绚丽的商品画面，也能给人一种美的精神享受及回味无穷的深

刻印象。

(二) 真实性与具体性的统一

橱窗中展示的商品，虽然允许经过艺术处理，但是不能失去它的本来的形象。因此，我们要注意解决商品陈列的真实性与商品本身的具体性相结合的问题。

商品陈列的真实性，就是实事求是，品样一致。商品本身的具体性，是指体现商品的型体、质料、装潢、特点。这两者的统一，是社会主义文明经商的重要原则。

目前，各地的橱窗陈列工作，基本上已经遵循了这一原则。但是，个别地区及商店还存在着一些不良倾向。比如：有的橱窗设计单纯地追求美的享受及艺术效果，采取了制做超出真实商品质地、造型的放大模型，并加之以涂金、修饰商标等做法；也有的橱窗陈列，为追求精致、华丽、高雅的效果，收集些名贵、新奇或本商店从未经销过的高档商品，陈列在显要位置，藉以装潢门面；还有的橱窗陈列只摆设“样品”，而商店根本没货可卖。如此种种，均违背了橱窗陈列的原则及实用美术规律。我们不反对美的享受及艺术效果，也不排斥精致、新奇的装潢方式，我们也允许橱窗中摆些样品，但是，超出“真实”的做法，巧立名目的构思，脱离实际的走过场，是决不能提倡的。社会主义国家的商品橱窗广告，是面向广大人民的，是要为党、为人民负责的。因此，在橱窗陈列中，一定要实事求是，品样一致，真实朴素。这不但是社会主义商业的优良传统，也是商业部门取信于民的关键。

(三) 思想性与艺术性的统一

在任何艺术领域中，如果没有较高的思想性，那么，所产生的艺术品，尽管表面华丽、艳美，也不能称之具有艺术性。反之，思想性虽高，而缺乏艺术性，也不会产生艺术的社会效果。这正如毛泽东同志《在延安文艺座谈会上的讲话》中指出的那样：“缺乏艺术性的艺术品，无论政治上怎样进步，也是没有力量的。因此我们既反对政治观点错误的艺术品，也反对只有正确的政治观点而没有艺术力量的所谓‘标语口号式’的倾向。”

鲁迅先生在“五·四”运动的前一年对美术家就提出过这样的要求：“美术家固然须有精熟的技工，但尤须有进步的思想与高尚的人格。他的制作，表面上是一张画或一个雕像，其实是他的思想与人格的表现。……我们所要求的美术家，是能引路的先觉，不是‘公民团’的首领。我们所要求的美术品是表记中华民族智能最高点的标本，不是水平线以下的思想的平均分数。”这种认识是很客观的。因此，思想性必须与艺术性统一起来，只有这样，才能产生“有血有肉”的艺术品。

商店的橱窗陈列，既然是一种宣传、展示商品的艺术形式，那么，就必须强调它要在正确的思想指导下，去充分发挥艺术手段、艺术技巧。脱离开这一点，是不对的。

三、对设计人员的要求

橱窗设计，是陈列橱窗过程的第一个环节，也是涉及橱窗陈列成功与否的关键一步。

设计的含意即是设想与计划的一种创造性的形象思维活动。对于设计者来说，首先应该具备的条件就是设计能力。设计能力，主要是生活经验、艺术实践经验的积累和政治思想水平不断提高的结晶。

(一)生活经验的积累

对于一切的艺术源泉的问题，马克思曾经指出，作为观念形态的文艺作品，都是一定的社会生活在人类头脑中的反映的产物。观念的东西是移入人的头脑，并在人的头脑中改造过的物质的东西。社会生活是文学艺术的唯一源泉。这一唯物的科学论断告诉我们：任何艺术领域的设计、创作都是在社会生活中产生的。为此，加强生活经验的积累，对于提高橱窗设计水平是十分必要的。

深入生活实践，对于生活各个方面观察、体验、研究，是积累生活经验的必由之路。深入生活实践，就是把自己置身于生活的海洋之中，不仅对生活诸现象进行敏捷地观察、体验，而且尤须对生活的有机联系进行切实的研究。要想很

好地做到这一点，就要面对现实，扩大对现实生活的视野，扩大对现实生活的接触面，扩大生活实践的范围，克服思想认识上的局限性。只有这样，才能得到对复杂现实生活的正确认识，才能真正掌握客观生活的规律性，才能恰当地提取我们所需要的东西。

对橱窗设计人员来说，就是要我们把想反映的东西，归结为正是我们所了解到的、熟悉的东西。我们所设计的东西，必须是符合客观规律的，即是在客观生活中高度概括而提纯出来的精华的东西。比如我们要画香烟，那么除了表面的商标装潢摹仿外，还必须知道烟盒的比例关系，香烟与烟盒的比例，以及表现质感的技法等。我们要画梅花、竹子，就应首先对花型色彩、枝、干及叶、节、根等实物进行观察、写生及研究。常言说：“虎行雪地梅花五，鹤踏霜田竹叶三”，这就是从生活中提纯出来的客观规律。假如我们没有这方面的生活常识，没有观察、体验，没有分析、研究，就有把竹叶分成五叶一组，把梅花画成六瓣一朵的可能性，就会闹出违反自然规律的笑话来。我们观察和体验生活，不是站在生活海洋的边缘上漫游、观望，而是要到生活海洋之中去考察，去索取素材，并对生活规律进行研究。只有这样，才能使作品洋溢着实际的、生动的、朴素的艺术情趣及浓厚的生活气息；才能做到取材恰当、具体，形象逼真，富于感染力，从而成为人民所喜闻乐见的艺术品。

应当注意，不是说凡是观察到的、接触到的、感受到的东西均可以进行表现，而无需有什么侧重与选择。相反，我们正是需要有所侧重与选择。比如：搞橱窗设计的同志，应

该侧重于对商品的研究,并考虑到与商品有联系的生产过程、质料及突出陈列效果的装饰纹样、绘画技巧与装潢中所常用的图案、模型、材料等问题。我们所反映的思想、观点能否与现实生活的语言交织在一起,能否符合社会生活的发展规律,这是值得重视的。因为当社会生活在不断发展的时候,艺术的题材、体裁、形式、内容及相应的“绘画语言”风格与技法,也必然要变化、要发展。所以,深入生活实践中去,没有独到的正确的取舍,没有发展的眼光,显然是不行的。人的思维是否具有客观的真理性,这并不是一个理论问题,而是一个实践的问题。

(二) 艺术实践经验的积累

艺术经验的取得,关键在于实践中的努力。这和从事艺术实践的时间长短,钻研程度,生活经验丰富与否,对传统艺术遗产的继承与借鉴有关;同时,也与深入研究、掌握本专业的完备知识有着密切的联系。

1. 从事艺术实践的时间

在艺术实践中,谁也不会否认从事专业时间越长,经验积累就越丰富的客观事实。因为从事专业的时间越长,生活经验就越丰富,观察能力越锐敏,思维能力越发达,绘制能力越高超。这样的艺术经验就越趋向成熟。

一些从事橱窗陈列工作几十年以上的老美工,由于不断地实践,所以对商品陈列方法可谓经多见广,摆设起来运用自如,合理妥善;在设计橱窗及绘制画面时,也是胸有成竹,

见物生情，形式多变，技法熟练。

2. 钻研精神

在艺术实践中，尽管从事专业工作的时间长，但若缺乏钻研精神，想要取得丰富扎实的艺术经验也是不可能的。

所谓钻研，就是在专业范围内，去进行深入的研究。比如对装潢艺术的特性，造型设计，绘画技巧等，进行充分的研究、琢磨，从而达到恰当、熟练地运用它们，使之变成自己的东西。诸如怎样训练自己的感觉——练眼、练手、练心，做到不仅得之于目和心，而且也能得之于手与笔等等，都需要我们下番苦功夫去钻研，才能取得艺术的真谛。

3. 传统艺术遗产的继承

中国的绘画有着两千多年的历史，给我们留下了丰富的珍贵遗产。今天，继承和发展这个遗产，是我们艺术工作者吸收和积累艺术经验的重要渠道之一。

在我们继承这些艺术遗产的时候，首先要明确目的与学习方法。历代或现代有独创风格的绘画大师们在这方面的作法，给我们作出了可借鉴的榜样。

老画家黄宾虹说过：“我在学画时，先摹元画，以其用笔、用墨；次摹明画，以其结构平稳，不易入邪道；再摹唐画，使能追古；最后临摹宋画，以其法备变化多。所应注意者，临摹之后，不能如蚕之吐丝成茧，束缚自身。”可见前辈在学画过程中，在“专承”古人方面是下过功夫的，是严谨而有条理的。

老画家徐悲鸿在继承艺术遗产问题上主张：“古法佳者守之，垂绝者继之，不佳者改之，未足者增之，西方绘画之

可采者融之。”这里明确地指出，在继承传统的艺术遗产时，并不是一并照抄，单纯模拟，而是要有取舍，要有选择与充实，要有借鉴与创新。

对优秀的民族传统艺术要很好地进行学习，对前人创造出来的绘画技巧、表现方法及勤学苦练的品德，我们一定要下“专承”的苦功。只有这样，我们才能从“无法”到有法，然后再从有法到无法，这就是绘画学习的必然规律。这种“专承”的态度，既是民族绘画创作的必要条件，又是发扬民族风格及传统艺术形式的基础，也是我们丰富艺术经验的重要途径。

4. 学习与借鉴

学习与借鉴是积累艺术经验的手段。古往今来，各个艺术部门、各种艺术形式都是彼此学习和互相渗透的。

继承传统的优秀艺术遗产，这是学习与借鉴的一个方面；向其它地区、个人的艺术形式、表现技法学习可谓其二；翻阅参考资料谓之其三；参观、走访及广泛地交流经验，增加阅历可谓其四；借鉴国外的优秀艺术形式及先进的装潢手法，掌握各国不同流派的艺术风格和表现技巧谓之其五。

以上五点是搞好商业橱窗陈列工作，积累艺术经验的必要途径。

在学习与借鉴的过程中，在吸收他人的先进思想和独到的艺术表现方法的同时，也要注意到人家如何使用新技术，如何构思新设计方案和如何使用新材料的技法。更要强调努力提高自己的欣赏能力、辨别能力及善于驾驭材料、分析作品，增长剪裁与编选的才干。这样，在我们的艺术实践中，才能广泛地吸取他人的创作经验，激发自己的灵感而提高思

想水平和艺术表现能力。

应该指出的是，这种学习与借鉴，绝不是什么照抄照搬，因袭他人，而是取人之长，补己之短，发扬精华，向前发展。因此，橱窗陈列工作人员，在条件允许的情况下，走出去参观访问，交流经验，交换各自的橱窗陈列照片与资料，对于开阔眼界，增长阅历，互相促进，共同提高是十分必要的。这是使橱窗陈列工作逐渐向前发展的一个有效措施。

5. 掌握完备的专业知识与基本功

掌握完备的专业知识，练就坚实的美术基本功，是搞好商业装潢艺术工作的基本条件。

什么是美术的基本功，基本功又是怎样取得的呢？在美术领域中，它不是别的，正是素描及写生能力。

俄罗斯优秀的教育家、美术家、世界美术界公认的现实主义学派的代表人物契斯恰柯夫，在谈到造型艺术基础的素描的重要意义时指出：“素描是一切的基础，是根基，谁要是不懂得或者不承认这一点，谁就没有立足之地。”他认为素描对美术家来说，是一种思维与认识的过程。因此，没有素描，就不可能有高超的艺术，而其它所添加的东西都只能起辅助的作用。契斯恰柯夫在论述坚持实物写生的原则时说：“我们是处在形体之中，所以我们也便于在形体中理解一切。”他提醒我们应反对为线条而线条的态度，因为这种态度会变成虚构地描绘实物。他要求不是画线条的曲折，而要画由曲折构成的形体。一个画家，只有深刻地研究和掌握自然的规律性，才能创造性地对待自然界所提供的素材，也才有能力把这些素材加以概括、描写、典型化，使其变成艺术作品。