



D

esign

houghts

| 引领时尚潮流 |

设计思维

服装店面设计与陈设

FASHION STORE DESIGN
AND FURNISHING

深圳视界文化传播有限公司 编

品牌文化 | Brand Culture

空间创意 | Space Originality

室内陈设 | Indoor Furnishings

灯光设计 | Lighting Design



中国林业出版社
China Forestry Publishing House

Design thoughts

| 引领时尚潮流 |

深圳视界文化传播有限公司 编

设计思维

服装店面设计与陈设

FASHION STORE DESIGN AND FURNISHING

图书在版编目 (C I P) 数据

设计思维：服装店面设计与陈设 / 深圳视界文化传播
播有限公司编. -- 北京：中国林业出版社，2018.7
ISBN 978-7-5038-9636-1

I. ①设… II. ①深… III. ①服装—商店—室内装饰
设计 IV. ①TU247.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第152698号

编委会成员名单

策划制作：深圳视界文化传播有限公司 (www.dvip-sz.com)

总策划：万晶

编辑：杨珍珠

校对：陈劳平 尹丽斯

翻译：侯佳珍

装帧设计：叶一斌

联系电话：0755-82834960

中国林业出版社 · 建筑分社

策划：纪亮

责任编辑：纪亮 王思源

出版：中国林业出版社

(100009 北京西城区德内大街刘海胡同 7 号)

<http://lycb.forestry.gov.cn/>

电话：(010) 8314 3518

发行：中国林业出版社

印刷：深圳市国际彩印有限公司

版次：2018年8月第1版

印次：2018年8月第1次

开本：235mm×335mm, 1/16

印张：20

字数：300千字

定价：428.00元 (USD 86.00)

CONTENTS

目录

CHAPTER 1

The Way to Do the Storefront Design Well
如何做好服装店面设计

CHAPTER 2

Detailed Analysis of Global Projects
全球实景项目详解

016 *The "Fish-eye" Construction to Show the Pure Self of the Dark Style*
鱼眼式构造，透视暗黑风格的纯粹自我

030 *The Ornate Area of Luxury Clothing*
奢侈品服饰的华丽据点

048 *Reproduce History and Reappear Modernity*
重塑历史，再现摩登

064 *Nike Shanghai Marathon Expo 2017*
2017 上海国际马拉松·耐克

080 *The Street Store, The Contrasting Fashion*
街边的店铺，对比的时尚

090 *Plainness but Exquisiteness and Elegance*
质似朴，实则细腻又优雅

098 *Abandon Inefficiency, Explore the Interest of Structure*
抛除低效，探寻结构趣味

110 *The Perception of Future*
感知未来

122 *A Figured Lady·A New Fashionable Style*
百变女郎·穿出新时尚

140 *Displaying Youth and Personality*
张扬青春个性

150 *The Women's Fashion Shop With
A Mobile Amusement Park*
装着流动游乐园的女装店

162 *The Elegant Pink Dancing With the
Unruly Geometric Elements*
高雅粉与几何元素的不羁共舞

170 *The Planet of A Tender Idealist*
一个温柔理想主义者的星球

180 *Wandering in the Bright Shadow*
游走于明净与光影照拂之中

188 *The Children's Clothing Store
Encountering a Shark*
撞见鲨鱼的童装店

202 *The Dreamy Architecture at the Corner, the
Charming Rock Style*
街角的梦幻建筑，迷人的摇滚风

214 *Extreme High-end Black,
the Unusual Artistic Style of A Small Store*
极致高级黑，小店不凡的艺术格调

224 *CARMEN: The Shop of Time*
卡蔓：时光店铺

234 *The Modern High-end Gray, The New
Interpretation of Freedom and Humanity*
现代摩登的高级灰，自在与人文相融的新演绎



244 *A Extravagant Montage*
一场奢华的蒙太奇

254 *Attribution and Stimulation Under
the Guidance of Artistic Magic*
艺术魔力指引之下的归属与刺激

266 *The Fashionable "Upside Down"*
时尚“逆世界”

276 *The Modular "Lilong"*
购物空间的模块“里弄”

286 *The International Fashion Rooted
in the Chinese Culture*
根植于中国文化的国际时尚

294 *The Office Lady · The Extraordinary
Fashion*
职场女性·非凡时尚

300 *Enjoying the Leisure of Suzhou
Garden in AKIPELAGO*
集岛成群，享苏州园林式悠游

310 *A Three-dimensional Magazine,
A Living Store*
立体的杂志，活着的店铺

Design thoughts

| 引领时尚潮流 |

深圳视界文化传播有限公司 编

设计思维

服装店面设计与陈设

FASHION STORE DESIGN AND FURNISHING

PREFACE

序
言

探寻内心深处的设计思维
EXPLORING THE
DESIGN THOUGHTS
IN THE DEEP HEART

从每个项目成形的地方开始，我们的设计都始于一个坚实概念的设想。我们的目标是寻找一些能够激发创意的方式，而这些创意是足够扎实的，它们能够支撑我们完成整个设计项目。这些创意和概念可以来自于在不同地方获得的不同启发，它们甚至可能与项目的主要性质无关，可以像艺术或生活一样丰富多彩。

值得注意的一点：当前的社会环境中，人们强烈要求将体验去机械化，希望所有事物都能够以更人性化、更温暖、更富于情感的形式成为一种服务，成为一种他们能够购买的体验式服务。

一个经过设计思考的空间会自动地从根本上转化为一种体验的本身，或者至少成为这种体验的绝大部分。设计思考的主要动机之一，是有意地引导使用者去感知和融入空间，达到“将经验去机械化”的目的。许多人仍然没有理解的是，空间的规划设计在这方面可以是一个关键的变量，它能够使整个空间真正发挥其实际作用。

大多数的情感经营需要付出真正的努力，而不仅仅是简单的金钱交易关系。实际上你可以认为这是一个时机，你可以借机环游世界，去看看已经定型的或即将到来的趋势，去接触一些不一定适合你的商店、空间，或者一些你不熟悉的人，从内心出发、从全人类出发、甚至是从脆弱的自己出发，引导你在任何事情上都做出一个最真诚的表达，做出发自内心的设计，成就人性化、温暖、赋予情感的设计空间。

需要注意的另一方面是：时下我们存在于一个非常特殊的环境中，这个环境具有自动更新的本质，而这种“更新”发生的频率极高，它会使得许多曾经有用的或是必需的东西变得过时，甚至变成你的设计作品中的败笔。就零售商店的设计而言，有些设计方案乍一看去是值得怀疑的，但仔细思考后会发现这些可疑的方案却成了唯一可行的，有时甚至是最佳的可行方案。

由此看来，现在的我们比以往任何时候都更需要注意到不断变化的环境，尤其需要注意用户的体验感。作为设计师，我们的主要目标应该是在自身中生成一个不断自动更新的系统。你不需要成为这方面的专家，需要的只是一双处处留心的眼睛。

尽管目前似乎没有我们可以依赖的具体手册或指南，而且我们需要通过内省来为设计做出更多努力，但这是一个很好的机会，可以将更多自己的感悟和特色注入作品中。

零售商店的设计也不例外。我们发自内心地感知世界，将感知到的东西转化为独特的创意，再像一位手艺人一样，雕琢出具有品牌特色的销售空间。

Every project we design starts with the conception of a solid concept from where everything starts shaping. The objective is to find ways to inspire creations that are really solid to give us supports to develop and finish the whole project. These creations and concepts can come from a wide variety of places and inspirations. They might even not be associated with the main nature of the project in turn. It can be as varied as art or everyday life.

Notably, the current social climate has people screaming for the de-mechanization of experience in favor of a more humanly warm and empathic sympathy in absolutely everything, becoming an experiential service that they could be paying for.

A design-thought space will automatically and radically transform into the experience itself or at least great part of it. One of the main motors of design thought is to guide its occupants to sense and fuse space, achieving the aims of "de-mechanization". What many people still fail to grasp, is that space design can be crucial variable that can make the whole planned use for the same space to actually work.

The sentimental approach of today involves a real effort and not just a simple appropriation. You can actually recognize the unique opportunity that you are presented with. Actually, you can take a look around the world, see the upcoming and already positioned trends and get in touch with some store, space, or some of your unfamiliar people that may not necessarily suit you, and instead, choose from your heart, from human beings and even the vulnerable part of yourself. This will only result in a completely honest expression on anything you design, creating a humanized, warm and emotional design of space.

In the other hand, nowadays, we are immersed in a really special situation, which presents itself with an auto-regenerative essence, occurring in a constant frequency. It makes everything that was useful or even a necessity before become something out of style or something that can determine the downfall of whatever it is that you are designing. Speaking solely about the retail store design, there are various examples out there of questionable solutions at the first glance, but that when thought carefully, they suddenly appear as the only viable one and even the best move possible.

Therefore, we need to be aware of the ever-changing environment with a special attention to the user experience more than ever. As designers, our main goal should be to generate a constant auto-update flow in ourselves. You do not need to be an expert on the subject, all you need is a pair of watchful eyes.

Even though there is no current specific manual or guide that we can rely on and we need to make an extra effort for design through introspection, this is a great opportunity to actually inject a little more of your understands and features into your work.

And the retail store design is no exception. We perceive the world from our heart, transform what we perceive into the unique ideas and design a sales space with the brand characteristics like a craftsman.

CONTENTS

目录

CHAPTER 1

The Way to Do the Storefront Design Well
如何做好服装店面设计

CHAPTER 2

Detailed Analysis of Global Projects
全球实景项目详解

016 *The "Fish-eye" Construction to Show the Pure Self of the Dark Style*
鱼眼式构造，透视暗黑风格的纯粹自我

030 *The Ornate Area of Luxury Clothing*
奢侈品服饰的华丽据点

048 *Reproduce History and Reappear Modernity*
重塑历史，再现摩登

064 *Nike Shanghai Marathon Expo 2017*
2017 上海国际马拉松·耐克

080 *The Street Store, The Contrasting Fashion*
街边的店铺，对比的时尚

090 *Plainness but Exquisiteness and Elegance*
质似朴，实则细腻又优雅

098 *Abandon Inefficiency, Explore the Interest of Structure*
抛除低效，探寻结构趣味

- 
- 110 *The Perception of Future*
感知未来
- 122 *A Figured Lady·A New Fashionable Style*
百变女郎·穿出新时尚
- 140 *Displaying Youth and Personality*
张扬青春个性
- 150 *The Women's Fashion Shop With
A Mobile Amusement Park*
装着流动游乐园的女装店
- 162 *The Elegant Pink Dancing With the
Unruly Geometric Elements*
高雅粉与几何元素的不羁共舞
- 170 *The Planet of A Tender Idealist*
一个温柔理想主义者的星球
- 180 *Wandering in the Bright Shadow*
游走于明净与光影照拂之中
- 188 *The Children's Clothing Store
Encountering a Shark*
撞见鲨鱼的童装店
- 202 *The Dreamy Architecture at the Corner, the
Charming Rock Style*
街角的梦幻建筑，迷人的摇滚风
- 214 *Extreme High-end Black,
the Unusual Artistic Style of A Small Store*
极致高级黑，小店不凡的艺术格调
- 224 *CARMEN: The Shop of Time*
卡蔓：时光店铺
- 234 *The Modern High-end Gray, The New
Interpretation of Freedom and Humanity*
现代摩登的高级灰，自在与人文相融的新演绎
- 244 *A Extravagant Montage*
一场奢华的蒙太奇
- 254 *Attribution and Stimulation Under
the Guidance of Artistic Magic*
艺术魔力指引之下的归属与刺激
- 266 *The Fashionable "Upside Down"*
时尚“逆世界”
- 276 *The Modular "Lilong"*
购物空间的模块“里弄”
- 286 *The International Fashion Rooted
in the Chinese Culture*
根植于中国文化的国际时尚
- 294 *The Office Lady · The Extraordinary
Fashion*
职场女性·非凡时尚
- 300 *Enjoying the Leisure of Suzhou
Garden in AKIPELAGO*
集岛成群，享苏州园林式悠游
- 310 *A Three-dimensional Magazine,
A Living Store*
立体的杂志，活着的店铺

1

CHAPTER

THE WAY TO DO THE STOREFRONT DESIGN WELL

如何做好服装店面设计

THE WAY TO DO THE STOREFRONT DESIGN WELL

如何做好服装店面设计

论 | 述 | 篇 Statement

基 | 础 | 篇 Fundamental

论述
Statement
篇

随着互联网经济时代的快速发展，实体店面设计的升级迫在眉睫。好的店面设计，可以展现品牌的独特魅力，是顾客在瞬间判断一家店铺形象所凭借的依据。良好的第一直观印象是顾客驻足的关键，吸引顾客入店，则是促进成交不可或缺的因素。

纵观当今的服装市场，服装品牌之多，除了在服装自身设计和品质上的竞争以外，服装销售终端的竞争也是愈演愈烈。如果服装的店面设计不能给经过的人视觉美感，就等于没有了自己的卖点。因此，在同质化如此严重的当下，服装品牌的推广显得极为重要。各大商家都在极力创新服装店面设计，希望可以设计一家独具特色的店铺，通过店面升级给品牌带来更大的效益。而服饰产品是典型的具有强烈“触摸”和“试穿试戴”体验的品类，如何让消费者能够更乐于走近服装、欣赏服装、认同服装，从而促成购买服装这一行为，是服装店面升级最终的目标。

优质的服装店面设计能在第一时间影响到置身于这个环境中的人，它不再仅仅是一家销售性质的店铺，而是一个集体验、情感与文化为一体的综合媒介。它既能满足消费者热爱时尚与讲求个性的物质需求，又能及时提供多元化的潮流讯息，还可以满足消费者精神上的愉悦需求。

因此，让人眼前一亮的服装店设计是服装销售必不可少的前提。



基础篇

DESIGN THOUGHTS

Fundamen

很多人都清楚服装店面设计对于服装店的重要性，但是具体如何做好一家服装店面的设计？如何精确地用设计去诠释这家服装店的品牌、风格以及形象？设计师可以从以下这些方面思考，轻松掌握店面设计的精髓，并在实践中精准打造出适合各大品牌所追求的店面形象。

外观招牌设计

01

Exterior Signboard Design

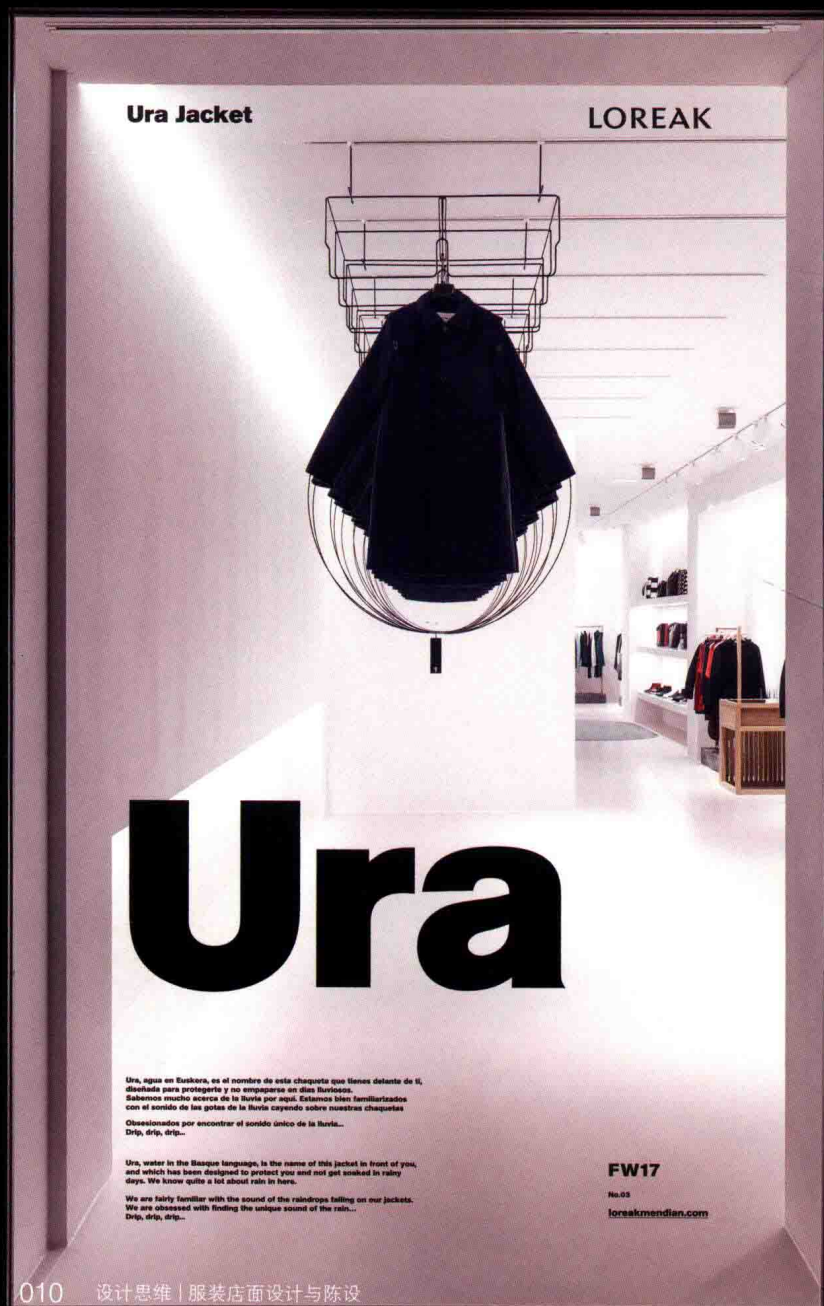
外观招牌设计是店铺给消费者传递的第一印象，作用是吸引视线，使人们对门店产生兴趣，并进一步激发他们想进店看一看的参与意识，同时这也是自身品牌形象的基本确立，体现服装店铺的品位和个性。在设计时，应力求多样化和与众不同，既要做到引人注目，又要与店内设计融为一体，给人以完美的外观形象。

外观类型分为全封闭型、半开放型、敞开型。而设计师如何在众多类型之间做到设计的完美，具体可从以下几个方面入手：

1. 视觉上新颖美观、醒目大方，让顾客或过往行人都能以较远或多个角度清晰地看见。

2. 在构图、造型、色彩、比例等设计方面，力求言简意赅、易读易记、富有美感，具有较强的吸引力，给消费者以良好的审美感受。

3. 在材质上的精准选择，选用适合营造品牌形象气质的材料，如木质、石材、金属材料等，制作成与经营内容相一致的形象或图形，增强品牌的直接感召力。





▲
直线式布局

▲
陈列式布局

02 空间布局设计

Spatial Layout Design

直线式布局 | 岛屿式布局 | 斜角式布局 | 陈列式布局 | 格子式布局

一家服装店的布局所影响的效益短时间内不会体现出来，但时间一长，便能明显看出服装店布局对店面相关效应的强烈影响。所以，服装店布局的重要性不可忽略，只有有效合理的服装店布局才能恰当地展现出服装产品的特性、质感和理念，让消费者看到产品全面的信息，了解产品的功能，刺激消费者的购买欲望。

从消费者的右行习惯、便利性、舒适性等方面考虑，服装店铺常用的5种布局类型有：

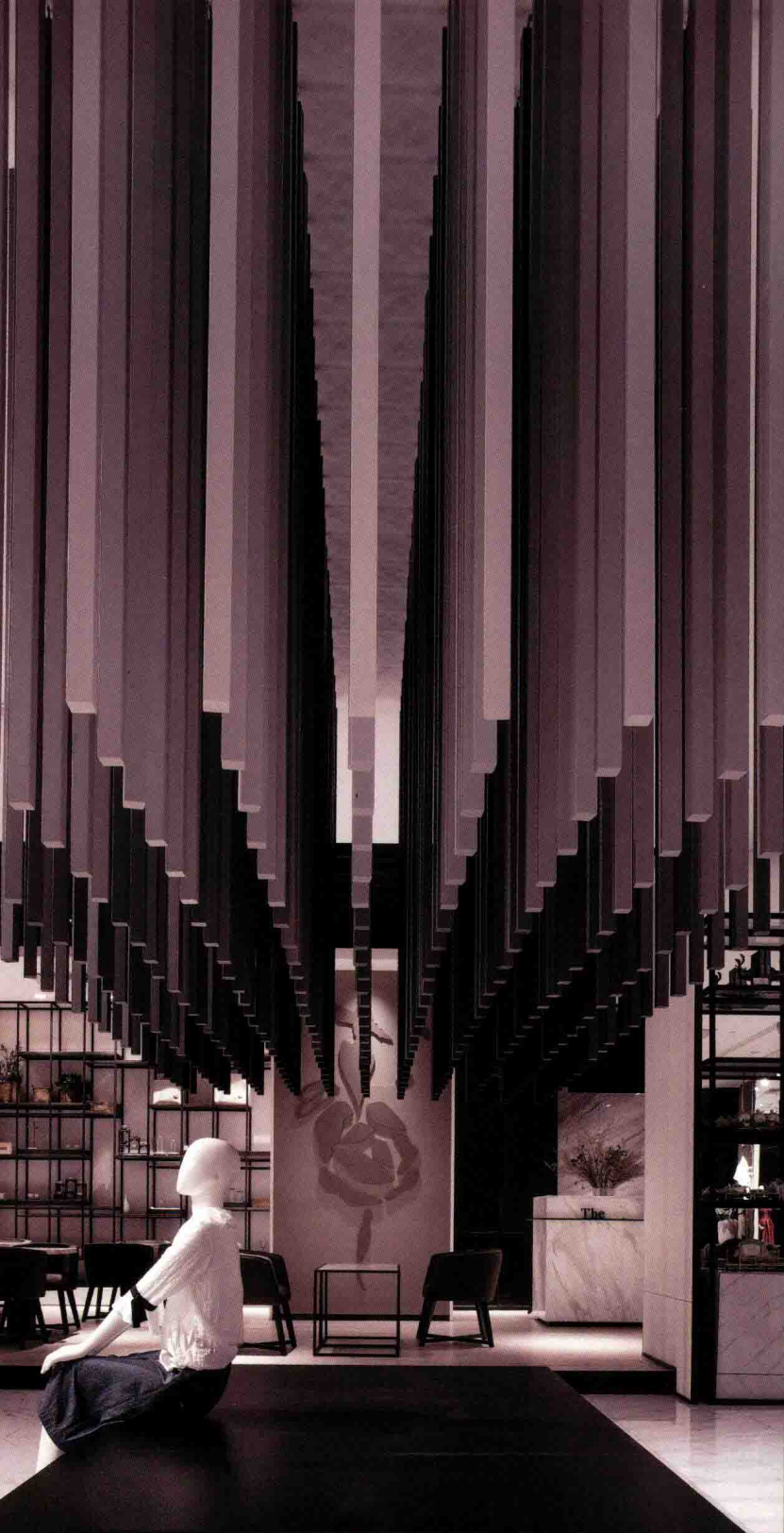
1. **直线式布局**。这种布局又称沿墙式布局。在这种布局中，柜台、货架都沿墙成直线摆设。这种形式不受营业场所大小或墙角弯度的限制，能够展示较多的商品，是最基本的设计形式。直线式布局的优点在于能够方便店员拿取商品，能够随时补货，有利于节省人力。

2. **岛屿式布局**。这种布局是指柜台以岛状分布，四周用柜台围成封闭状，中间设置货架。在布局时，可以摆设成圆形、长方形、三角形等。这种布局能够充分利用室内光线和空间，为卖场争取到更多的有效面积。基于岛屿自身的形状，它能随地形和营业场所支柱等情况来装饰店铺空间，起到美化的作用。但缺点在于，不利于上货补货，且面积有限，所能陈列的商品不多。

3. **斜角式布局**。该布局是指利用店内的设备和建筑空间，如柜台、货架等与室内的柱子围成斜角形状的布置。它能为室内增加延伸的视觉效果，让内部布局变化具有空间性。

4. **陈列式布局**。这种类型一般是指在营业场所中央，设置若干陈列柜、货架等，展示各种商品，前边摆设若干柜台进行销售。在这种布局里，店员的工作区域和顾客区域重合，两者都在同一区域活动，可以活跃卖场的人气，形成互动的卖场氛围，也有利于提高服务质量，是一种比较自由、灵活的设计形式，逐渐被广大服装店经营者采用。

5. **格子式布局**。该布局类型结构严谨，是一种十分规范的布局方式，能够轻易博得顾客信任。一些服装店利用格子式布局，将所有的柜台摆放成互为直角的关系，构成曲线式通道，形成客流路线。这种布局，能产生一种动力效果——人流由入口经过商品展示区，然后通向店铺出口，给人以井然有序的印象。同时，格子式布局大多用于敞开式销售，能让顾客自由选择，满足现代顾客对自由、闲适的购物环境的追求。



▲ 主题陈列、定位陈列

▼ 整齐陈列



▶ 整体陈列



室内陈列设计

Indoor Furnishings Design

03

整体陈列 | 主题陈列 | 整齐陈列
定位陈列 | 关联陈列 | 分类陈列

服装店陈列是一门学问，那么，如何陈列能够产生美感，怎样的陈列才能吸引顾客并让顾客赏心悦目？以下是服装店陈列的6大原则：

1. 整体陈列。将整套商品完整地向顾客展示，如将全套服饰作为一个整体，用人体模特从头至脚完整地进行陈列。整体陈列的方式能为顾客作整体设想，便于顾客的购买。
2. 主题陈列。创造独特的氛围，吸引顾客的注意力，进而起到销售商品的作用。
3. 整齐陈列。按照货架的尺寸、商品的数值，整齐地排列，突出商品的量感，从而给顾客一种购买刺激。
4. 定位陈列。指某些商品一经确认陈列位置后，通常不再作变动。需定位陈列的商品一般是知名度高的名牌商品，顾客购买这些商品频率高、购买量大，因此需要对这些商品给予固定的位置来陈列，以方便顾客，尤其是老顾客。
5. 关联陈列。关联陈列指将不同种类但相互补充的服饰陈列在一起。运用商品之间的互补性，能够使顾客在购买某商品后，也顺便购买旁边的商品。它能够使得服装店的整体陈列多样化，也增加顾客购买商品的概率。
6. 分类陈列。根据商品质量、性能、特点、颜色和使用对象等进行分类，方便顾客挑选和比较。