

环境色彩在商场橱窗陈列中的应用

◆付罗莎

(渭南师范学院 陕西渭南 714000)

摘要:橱窗设计对于卖场来说有着非常重要的作用,好的橱窗陈列,不仅可以展现品牌的特点,更重要的是能够提升进店率,增加购买力。色彩搭配在陈列中起到了吸引消费者的作用。因此,文章从色彩角度对商场橱窗设计进行了概述

关键词:陈列;色彩搭配;橱窗陈列

一、橱窗陈列的作用及意义

橱窗陈列是指为满足特定品牌橱窗的陈列目的(包括品牌对它的环境角色的要求、使用功能的要求、对它的视觉感受的要求)而进行的橱窗陈列,它使具体的物质材料依其在所建位置的历史、文化文脉,景观环境,在技术、经济等方面可行的条件下形成能够成为审美对象或具有象征意义的产物。它包括了陈列行为中,一切具有功能及意义之橱窗陈列,也是橱窗陈列由发想到橱窗陈列完成之间橱窗陈列设计者的心智活动及表现的总结。好的橱窗陈列,不仅能够增加品牌效应,更重要的是,可以提高进店率,激发消费者的购买欲望。在商场中,大多数的橱窗陈列都是服装店的陈列,因此,颜色的搭配在陈列中起到了非常重要的作用。

二、色彩对人类情感的影响

大自然的各种色彩使人产生各种感觉,并可陶冶人的情操。不同的颜色使人产生不同的情绪,从而引起人的心境发生变化。心理学家对颜色与人的心理健康进行了研究。研究表明在一般情况下,红色表示快乐、热情,它使人情绪热烈、饱满,激发爱的情感。黄色表示快乐、明亮,使人兴高采烈,充满喜悦之情。绿色表示和平,使人的心里有安定、恬静、温和之感。蓝色给人以安静、凉爽、舒适之感,使人心胸开朗。灰色使人感到郁闷、空虚。黑色使人感到庄严、沮丧和悲哀。白色使人有素雅、纯洁、轻快之感。总之各种颜色都会给人的情绪带来一定的影响,使人的心理活动发生变化。

在陈列设计中,视觉营销(VMD)有着一定的主导作用。视觉营销是包含环境以及商品的店铺整体表现,而非简单的商品陈列^[1]。色彩则是视觉营销中比较重要的一点。特别是美式陈列,更加注重氛围和场景的陈列,这就需要整个橱窗空间灯光、装饰物、以及商品本身的色彩搭配后能够展现出多而不乱,杂而不繁的色彩效果,从而达到吸引顾客,提高进店率的目的。所以,色彩的应用和搭配在陈列设计中就是陈列师需要重点把握的环节。

三、灯光色彩应用

服装橱窗展示与陈列的色彩效果是通过服装固有色、环境色、光源颜色、服装与配饰之间的搭配所形成的。在进行服装橱窗展示与陈列的过程中,需要十分重视色彩搭配的运用^[2]。HSV色彩六棱锥模型可以被运用在服装橱窗展示与陈列的色彩设计中。HSV色彩模型是设计师进行色彩设计过程中最为直接的色彩模型,HSV色彩模型与孟塞尔色彩模型最接近,其涵盖的三个颜色参数正好对应着色彩的色相、明度、纯度三大属性、与传统颜料色彩设计接近,十分适合视觉的直观表达。在服装橱窗展示与陈列中,HSV色彩模型十分适用。

在对HSV模型应用上,设计师应该注意,不同产品和不同主题应该用不同色系来表达。例如:儿童服装的橱窗陈列在灯光色彩的选用上应当尽量采用暖色调,并且色彩的明亮度较高。色系种类可以尽可能得多,环境整体灯光色彩呈现出童话的感觉。高档男装整体感觉是庄重严肃,所以,橱窗陈列灯光的选取上色调应该偏冷,陈列色彩明度应较暗。相对于少女系列,灯光色调的选择可以尽可能得偏白光,可以给橱窗环境一种活泼的感觉。对于主题活动,陈列师应该用能够表达活动主旨的灯光颜色对橱窗环境进行布置。

四、装饰品色彩应用

装饰品对于橱窗陈列是必不可少的一部分,恰当的装饰品会给整个陈列效果起到点睛之笔的作用。装饰品不仅要造型上衬

托整个陈列表达的感情和思想,在色彩的应用上,也要与整个设计的主题相呼应。例如,圣诞节所用的主题颜色为红色、白色和绿色。情人节所用的主题颜色为粉红色。在选用主体颜色后,设计师还可以用相似色或邻近色的装饰物对整体橱窗的环境色进行完善。

丰富的色彩会给人饱满的视觉感受,但不是所有的橱窗陈列都适合多种色彩的装饰。美式橱窗陈列中,是用色彩的丰富性吸引顾客,从而提高进店率。在法式陈列风格中,要尽量避免大规模的色彩。在橱窗陈列中,使用法式陈列风格的大多数是奢侈品牌,因为产品档次的原因,装饰物色彩越多,整个陈列会显得比较低端,从视觉上会让人感到陈列产品质量与实际质量有出入,给消费者带来一定的错觉。

选择装饰品色彩的同时还应注意,全球各地因地理环境的不同,人们的社会生活环境宗教信仰也会有差异,所以,不同民族对色彩的偏爱喜好也是不同的^[3]。所以,陈列师应该根据店面所在区域,针对本地居民的文化环境,选择恰当的色彩对橱窗进行色彩搭配。

五、小结

橱窗色彩搭配是营造展示空间氛围最重要的手法之一。目前三四线城市中商场的橱窗陈列不论是光线的色彩还是装饰物的色彩,再搭配上来讲都存在这一些问题,有些陈列设计橱窗色彩太过单一,不能体现产品的特点;有些陈列色彩与产品理念不相符,脱离品牌的实际效应。综合看来,设计师应该将色彩搭配与品牌定位和所处环境结合起来考虑,从视觉和心理上给消费者带来美的感受。

参考文献:

- [1]管蓓莉.基于视觉营销的家纺终端陈列设计[J].江苏工程职业技术学院学报,2017,17(04):38-42.
- [2]聂燕.服装橱窗展示与陈列中的色彩设计研究——评《商品展示环境色彩设计》[J].印染,2018,44(11):61-62.
- [3]彭然.设计领域中的色彩搭配技巧[J].大舞台,2013(12):155-156.

作者简介:付罗莎(1989.12—),女,汉族,籍贯:陕西渭南人,渭南师范学院,教务处教务科,助教,硕士学位,专业:服装设计与工程,研究方向:服装材料与制版。

