



少數民族服裝與服飾傳承與創新資源庫
THE LIBRARY OF INHERITANCE AND INNOVATION OF MINORITY CLOTHES

《企业资源库》

民族晨彩 设计融合 活态传承



THE LIBRARY OF INHERITANCE AND
INNOVATION OF MINORITY CLOTHES

少數民族服裝與服飾
傳承與創新資源庫



服装店铺氛围设计

当消费者步入服装店时，只看到单纯的服装陈列与简单的装修很可能无法调动起购买的兴趣。服装卖场是品牌风格表现的重要组成部分，缤纷的店铺氛围设计不仅能够营造出好的贩卖空间，更重要的是能够吸引品牌消费对象的注意力，有效滞留顾客在店内的时间。在这段时间内，店铺就可以系统利用店内广告、营业员的说服力等工具促使顾客对服装本身产生兴趣，并最终完成购买过程。那么，究竟该怎样设计店铺氛围呢？

一、色彩设计

店铺内的色彩设计是店铺氛围设计的头等大事，色彩与品牌、室内环境、服装风格都有着息息相关的联系。有效的色彩设计能够使顾客从踏入店门起便感受到服装品牌独有的魅力与个性，使顾客的感性因素得到升华，最终调动其购买欲望。一般说来，顾客在卖场中对色彩的感受有以下几点：

1. 空间感与重量感

色彩的柔和与绚丽，能够强化或减弱卖场的空间感与重量感。比如使墙壁光鲜明亮，会使人感觉青春与活力；而涂有厚重的色彩，则会使人感到稳定与庄重，较适合典雅、大气的服饰品牌。

一般来说，亮丽的色彩可以让顾客很快陶醉，并激发年轻爱美女性的兴趣，但是得说明的是：天花板、地板、货架及店内广告最好能够保证协调，同时色彩不要杂乱才能使人感到清爽。而厚重的色彩，也要做到浓淡结合为妙，否则过于压抑则会使人感到沉闷，抑制购买情绪。具体到应用范畴，亮丽的色彩适合青春女装，而厚重的色彩则适合男装与正装。

2. 色彩造成的冷暖错觉

人们看到暖色一类色彩，会联想到阳光、火等景物，产生热烈、欢乐、温暖、开朗、活跃、等感情反应。见到冷色一类颜色，会使人联想到海洋、月亮、冰雪、青山、碧水、蓝天等景物，产生宁静、清凉、深远，悲哀等感情反应。但是，仔细品味，其实冷暖色调中又能细分，其中：冷色调的颜色，分为庄重冷与活力冷两种。比如黑色、灰色等色彩能使人感到庄重与稳定；而亮蓝与亮绿等色彩则会使人感到朝气蓬勃，较适合一些时尚品牌。暖色调的颜色则分为热烈暖与温情暖两种。比如，酱红色的墙壁，会使卖场充满媚惑与热烈，而黄色与橙色的墙壁则 让人感到温馨与浪漫。

所以，根据冷暖色调的作用，经营者就需要将自身品牌所诠释的含义及服装的风格



进行细致了解，最终结合色彩来设计卖场氛围。

二、灯光设计

灯光设计可以提升服饰卖场的审美价值，并能起到改变空间感，赋予空间个性的作用。所以，灯光是卖场氛围设计的重要的工具之一。灯光的运用是一个系统工程，笔者认为应该从三方面解析应用：品牌风格、装潢技术与卖场本身的结构。这里笔者要着重说明的是，光的作用不仅仅是把某个空间照亮这么简单，更重要的是要突出服饰本身及制造氛围。因此，服饰的种类和预期效果是卖场设计师首先要考虑的要素。具体到应用层面，照明又起到如下三类作用：

1. 基础照明：基础照明主要是为了使整体店铺内的光线形成延展，同时使店内色调保持统一，从而保证店铺内的基本照明。其中，主要运用模式有嵌入式（如地灯、屋顶桶灯）、直接吸顶式照明两种方案。

2. 重点照明：对于流行款及主打款产品而言，应用重点照明就显得十分重要。其中重点照明不仅可以使产品形成一种立体的感觉，同时光影的强烈对比也有利于突出产品的特色。当然，重点照明还可以运用于橱窗、LOGO、品牌代言人、及店内模特的身上，用于增强品牌独特的效果。至于设备方面，常用的器材主要为射灯及壁灯。

3. 辅助照明：辅助照明的主要作用在于突出店内色彩层次，渲染五彩斑斓的气氛与视觉效果，辅助性的增强产品吸引力与感染力。其中，可用照明设备较多，在此不再累赘。

当然，除了人造光源外，随时间改变而流转的自然光、映射在商品表面的光的质量、从物体表面上发射的质量、光线本身的明显色调与彩色再现率也非常的重要。所以，只有在系统考虑到光所产生的各种效果后，对各种光源进行调节与应用，才能保证光线始终渲染店铺氛围，突出展示商品、增强陈列的效果。

三、音响设计

服装卖场的竞争就是其品牌底蕴的竞争，为了突现品牌文化及理念，网络及多媒体已经逐渐成长为展现卖场特色的利器。其中，音响设备的主要作用有以下几点：

- A 营造购物气氛；
- B 迎合顾客心理；
- C 宣扬品牌文化；
- D 疏解顾客情绪；



E 缓解员工疲劳;

对于应用层面而言,则应根据店内色调及服饰特点进行相应播放,如充满青春朝气的服装店铺可以播放时尚流行音乐;复古情调的服装店铺可以播放古典音乐;正装及职业装店铺可以播放小资情调的音乐;童装店则可放一些欢快的儿歌。同时,店内还完全可以通过视频设备对企业形象短片及产品广告片进行播放,以使顾客能够对品牌进行深度了解。

四、气味设计

与音响一样,气味也能够带给顾客与众不同的感觉。所以,店内气味是至关重要的。好的气味会使顾客心情愉快,而刺鼻与怪异的气味则会使顾客很快离去。在一些新卖场中,装修留下的油漆味道会让人感到刺鼻,而一些新的纤维类服饰也会带有些许味道。在这种情况下,在卖场中喷洒清新剂也是必要的,不仅有利于除去异味,也可以使顾客舒畅。但要注意,喷洒清新剂时不能用量过多,否则会使人有反感,要注意使清新剂的浓度与顾客嗅觉上限相适应。

五、休息区设计

都市人劳累于商界及政界之中,其身心的疲惫不言而喻。在卖场面积阔绰的条件下,经营者完全可以巧妙的设置休息区来为顾客打造一个购物的“天堂”。其中,一个精致的吧台,几瓶高档洋酒、三五台连线笔记本及充满休闲与时尚气息的杂志完全能够缓解顾客绷紧的心弦。同时,巧妙的设置休息区还能够将不同风格的服装进行无形分割,而在休息之余顾客也能够对终端的广告及宣传画册进行欣赏,达到一举两得的效果。

六、通风设备设计

一些热销卖场内客流量大,空气极易污浊,为了保证店内空气清新通畅、冷暖适宜,应采用空气净化措施,加强通风系统的建设。一般来说,通风来源可以分自然通风和机械通风。采用自然通风可以节约能源,保证店铺内部适宜的空气,一般小型店铺多采用这种通风方式。而大型服装卖场或商场内店中店则必须接有大型机械通风设备,及时换气,从而保证顾客购物时的愉悦心情。

七、店员穿着设计

服饰店铺营业员的制服是很重要的。统一的制服,会使顾客感觉到服饰品牌运做的规范,并能使顾客对店铺产生一种充满活力的亲和。一般来讲,店员的服饰分为以下三种:



A 著名连锁品牌店员服饰：根据 VI 设计，全国、乃至全球统一。

B 大型购物中心店员服饰：根据商场要求，商场全员统一。

C 中小型服饰店及时尚店：穿着自由，大多没有统一的制服。

笔者认为，制服并不一定都要穿，而且在一些商场穿着本身也受到一定限制，如上述的大型购物中心。但是，穿着是精神面貌的体现，如果店员的穿着不加以注意，就会与服饰商品产生不协调。比如，在高级服饰店，只要店员的服饰稍有随

意就可能损该品牌的形象。另外，从主营服饰上说，店员也必须做到与之匹配才行，比如在童装店，若店员穿着过于单调严肃，那么对于儿童顾客而言就会产生疏离感，影响与客户的沟通。因此，店员的穿着设计不仅要作为一种规定，更要作为一项形象工程来看待，这是整个店铺氛围设计中的重要一环。

八 店员礼仪设计

店员的形象更多的体现在精神与外形层面。具有饱满的干劲才能时刻应对多种多样的顾客，而遇到刁蛮的顾客还保持微笑则更是一种境界。所以，店员的良好礼仪构建的是一种更高的店铺氛围——精神氛围。一般来说，店员在礼仪上要做到以下两点：

1. 充沛的体力。营业员在大多卖场均为站立式待客。长久的站力往往会使人肩膀酸疼，腰膝发麻，更要命的是在某些女装店还要求穿高跟鞋，这对店员的脚跟是一个艰巨的考验。为此，店员的健康与体力就成了具有优质服务的先决条件。这点要尤其引起重视，也是经营者在聘用店员必须关注的。

2. 得体的举止。在日常销售与待客工作中，店员不仅要以饱满的精神状态来迎接顾客，还必须有着得体大方的举止。在开始接待顾客的初始阶段，第一印象对顾客是否进行购买具有良好的导向作用。所以，这就要求店员在化妆、发型、佩带首饰与穿着方面做到整齐划一，并接受过正式的营业培训，保证谈吐的水准，这样才能体现出该服饰品牌的服务层次，彰显更高层次的品牌精神。