

# 2023年橱窗设计工作计划书 服装店制美 在于橱窗设计(精选6篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 橱窗设计工作计划书篇一

在陈列师的四项主要工作内容当中，有三项工作都是可以由其他部门完成的，只有主题设计这一项，是其他人不能替代的。例如，在很多企业里，卖场调整可以由比较有经验的优秀店长及业务人员来做，并不一定要陈列师亲力亲为；在一些管理水平较高的公司，新款投放是由企划部门、配送部门、销售部门及服装设计师共同参与工作的，并不是陈列师一个人的职责；而对于陈列培训，大多数公司的人力资源部门甚至是服装设计师，都会进行相关的产品培训，这其中也包括比较基本的陈列内容。且不说这几项工作完成得是否专业，至少其他部门也可以做，唯独橱窗设计这项工作，只能由陈列设计师完成，并且是最容易在短时间内彰显陈列师的艺术审美品位，体现其对公司突出贡献的一项工作。这项工作也是无论长线、短线，别人都无法担当，必须由陈列师去做，且必须做好的一项工作。

关于橱窗设计最简单、易行的区分方法其实就分为两类，一类是按照时间、季节为主线的，比如四季、打折、促销等，另一类是以表现产品理念为主线的。关于橱窗，我们必须认识到一个现实，在国外，服装品牌的店铺条件优于国内。国外有大量的街边店铺，这些店铺具有比较规整的橱窗，而在国内，百货业的发展比较迅速，大部分国内品牌主攻的都是百货商场的店中店，而店中店多数是没有橱窗位置的，即使

是这种情况，也不是说就不需要做橱窗了，而是要把橱窗做到卖场里去。

下面的三张图片拍自欧洲街道，与国内以百货商场为主的业态不同，街边的大型专卖店在欧洲更加常见。这种形态的店铺硬件条件较好，陈列设计师的发挥空间较大，能够呈现出很好的视觉效果。

提起橱窗，通常人们的认识就如上图pucci所示，是一个方方正正的固定空间，给人们的印象是很规矩、完整的感觉。

在国内的大中型城市，商场的橱窗往往被有实力的国际品牌占据，商场自己的展示空间被迫移到商场内部，尤其是在节日等特殊的日子，装饰用的鲜花、挂有祝福卡片的盆栽等会出现在商场的各个角落，这其实也是用了橱窗的展示手法，而且通常收效良好。

母亲节期间，台湾的某个商场里的陈列，适用了常见的吊旗，并在电梯附近作了一组很温馨的展示。如果陈列设计师接到商场的要求，在公共空间做特定的展示时，大可用橱窗展示的方式进行陈列。

这是打折促销时某品牌的一个展位，手法依然与橱窗陈列相同。

一般来说，橱窗的构造形式有如下几种：

(1) 开敞式——开敞式的橱窗没有后背，直接与卖场的空间相通，人们可以透过玻璃将店内情况尽收眼底。

在设计实施上具有极端的两面性：

1、难度大——要求店面与橱窗无论在色彩、结构还是货品展示方面都能形成统一完美的画面。

2、简单易行——基于店铺的完美设计，无需用其他物品做过多的修饰。

左图中呈现的是典型的开敞式橱窗，透过橱窗，可以看到完美的店内展示。从橱窗山岗的铁艺，到华丽的吊灯，再到模特身后的矮柜，奠定了品牌的高贵身份。模特展示的黑红色系搭配，与之呼应的是左边的红色柱体。不要误以为该柱体本身就是红色，这是为了橱窗的主题刻意而为。顾客透过橱窗看到的是一幅完美的画卷。

右图中的开敞式橱窗同样强调整体感，橱窗内的橘红色道具小狗与服装的色彩相呼应，模特的服装与店内货杠上的服装为同一系列，背景比较干净。

这两个橱窗风格完全不同，左边的画面感很强，而右边的模特和服装的表现较为突出。

这个开敞式橱窗更加明显的展示一个系列的服装，色彩、面料的搭配呈现的整体感很强。

又如，下图所示，左图中的整个货区为黑红色系，货柜、灯箱、形象画册展示的均为橱窗内模特穿着的服装；右图中的巨大柱子本来是店内的缺陷，陈列设计师将其变废为宝，包裹上与展示服装相同色系的面料，使整个橱窗重点突出。

接下来给大家展示的陈列，严格地说，左图中的窄小空间算不上真正的橱窗，只是整个建筑格局的一个拐角，但人们透过两面墙夹角的玻璃，还是可以观察到店内情况，所以，陈列设计师也将它作为一个开敞式橱窗来进行陈列。由于欧洲的很多店铺，门脸很小，内部确是豁然开朗，既不能让顾客将店内情况一览无遗，也不能完全隐蔽，透过这样的狭窄橱窗，顾客可以看到店内宽敞的空间，吊足了顾客的胃口。右图亦是如此。

下面是国内某商场拍到的一个开敞式橱窗，无论是背景，还是店内的情况，都给人混混沌沌的感觉。分不清主次，也没有任何画面的美感。既然如此，何不遮挡一下？不要将责任推卸给店铺设计，陈列设计师在美化店铺的同时，应该懂得如何为店铺遮丑。

(2) 封闭式——背后装有壁板与卖场完全隔开，形成单独空间的橱窗成为“封闭式橱窗”

它比较适合有大空间的卖场，比如大型的百货商场。

最容易营造气氛，体现故事的完整性。

这是一个典型的封闭式橱窗陈列，并且采用了场景式设计。橱窗顶部及侧面均采用中等功率射灯，并在背景上采用非聚式暖光照明，整个照明系统使橱窗呈现柔和的暖色调。背景上悬挂的窗帘，木质的储物柜，台灯，书籍，红酒，还有地上的高级地毯；充分营造了氛围。

上图是一个典型的封闭式橱窗陈列，采用了场景式设计。橱窗顶部及侧面均采用中等功率射灯，并在背景上采用非聚式暖光照明，整个照明系统使橱窗呈现柔和的暖色调。背景上悬挂的窗帘，木质的储物柜，台灯，书籍，红酒，还有地上的高级地毯；充分营造了一个温馨的居室环境。两位女模特一个斜倚在柜子旁，另一个坐在椅子上，都采用了一种非常舒适慵懒的姿势。于是，一个场景在顾客面前便搭立起来：夜晚10点，两个有文化素养，注重生活品质的女郎，正在家中舒适的环境下聊天。而她们所穿的，正是本品牌的服装。

(3) 半封闭式——后背与店堂采用半通透形式的称为“半封闭式橱窗”。这种橱窗空间分割的形式很多。

能够很好的兼顾橱窗和店铺的同时体现，使用范围较广，实施方法灵活多样。

橱窗中的紫色背板遮挡了人们的部分视线，但依然可以观察到店内的大体布局，背板上的造型与模特穿着的服装图案相同，半封闭式橱窗的优势在于能够兼顾橱窗的完整性和展示店铺内部两个方面。

橱窗右侧的白色背景墙藏有玄机，正面衬托橱窗中的侧挂展示，背面则作为店铺内部的悬挂墙，保证店铺的厅存量。

利用几扇细长的屏风遮挡妨碍美感的部分，与模特形成了较完整的画面感。

同样是半封闭式的橱窗，右侧的模特展示与卖场形成呼应，左侧的沙发与茶几上的包装盒都是为配合右侧的蓝红色系特别定制，很巧妙地把橱窗延伸到了卖场中。

橱窗的背景由不同宽度的金属隔板组成，通过隔板间狭窄的缝隙，可以观察到店内的情况，颇有“犹抱琵琶半遮面”的意境。在一个店铺中，多个橱窗有不同的表现手法，位于法国香榭丽舍大街的**boss**店铺真是如此：

这是一个面积很大的全开敞式橱窗，店铺内的大部分展示收入眼底，顾客可以从中获得产品丰富、卖场宽敞的信息，忍不住走进去。

该店的一个半封闭式橱窗，利用中间的部分做了完整的橱窗展示，主题明确。两侧依然可以隐约看到店内的情况，充分诱导顾客。

橱窗设计的陈列方法：

1、时间陈列：

2、系统陈列：

3、分类陈列：

4、专题陈列：

5、特写陈列：

从销售意图来划分橱窗类别：

以节日、特殊的纪念日为主线的主题设计

需要注意的是以时间为主线的主题设计，通常要比实际节日或特殊纪念日提早半个月到一个月的时间，以达到提前提醒顾客进行消费的目的。

看到这样鲜花烂漫的景象，春天的温暖气息扑面而来，精致的道具，娇艳的色彩，与品牌的高贵定位十分相符。

情人节是许多定位年轻的品牌炒作的大好时机，爱情是这个人群生活的一个重要组成部分。

酒红色的驯鹿、松鼠、窗花，用剪影的形式向人们传达圣诞节的欢乐气氛。

robert cavalli从服装设计到店铺设计都沿用了原始森林的元素，这家刚开业的新店橱窗也是一片热带雨林的风景，店铺的门把都是各种动物的造型，品牌的灵魂就来自于大自然的风貌。

以表现、推广产品理念为主线的主题设计。这是许多国际品牌通常使用的方法，它的操作要比以时间为主线的主题设计难度大一些，需要在前期进行大量精确的准备工作。这一类的主题设计要求陈列设计师根据产品本身的特点及设计元素彰显产品理念，如图中橱窗所示，白、黑、桃红三色的圆形亚克力板是模特着装面料元素的放大，突出表现产品的流行

点。

乍看一下，橱窗上的彩色剪贴图形与服装没有关联，实际上，灰黑色系的连衣裙上唯一的装饰便是圆点图案。

burberry以经典格子图案著称，品牌每年都会推出与格子有关的设计。橱窗中背板的图案取材于模特穿着的风衣及七分裤，当季的流行色也一目了然。

背景是整个橱窗的精髓，无论是花形图案，还是米色与蓝色的搭配，都来自于服装本身，并巧妙地运用灯光增添华丽感，用夸张的视觉效果传达产品包含的情绪。

将形象画册的图片放大到橱窗里，是比较常见的陈列手法，需要注意的事，图片应与模特的着装相关联，图片中的服装服饰的实物，应该体现在橱窗里。

街边的小店也同样遵循了表现产品的原则，将一组产品很有阵势的陈列，强化产品带给人们的视觉效果。

橱窗的色系是amarni的标志，服饰在硕大的橱窗中显得有些不起眼，将单件产品放大作为背景，就显得主题明确。

一片黑暗中，几丝艳粉的光线从放大的钥匙孔透出来，引起人们的好奇心。而走近橱窗，透过钥匙孔看到的是香艳女子和几款性感内衣，不由得引人遐想。

这些橱窗给人的第一感觉就是舒适、随意，人们不难想象自己穿着这些服装的样子，很生活化。很到位的向人们传达该品牌推崇的生活方式。

橱窗设计可以从模仿开始，但模仿不等于抄袭。这里提到的模仿，不是要陈列设计师去模仿国外优秀橱窗的道具、造型等形式，而是模仿优秀陈列设计师的思维方式。橱窗的原创

设计都应该源自表现和引领生活方式的理念。原原本本的把产品本身的意图，定位的人群，宣扬的生活方式表达出来。处于竞争时代的陈列设计师，仅仅模仿是没有出路的，要学会满足自己品牌的定位需求，在橱窗中把情感和个性推到极致，才不会被淘汰。顾问支招：

### 支 招一：严格控制费用

一、两个月就需要更换，企业往往觉得很浪费。即便如此，陈列设计师也不该过度抱怨，毕竟对于国内以百货商场为主的业态来说，国外的街边商铺更依赖于橱窗的表现。将有限的费用合理应用，需要陈列设计师的精打细算，首先，对现有材料和道具制作了如指掌，通过陈列设计师的设计改造，用最少的投入达到最好的效果。其次，每一期的橱窗更换后，不要浪费，应将道具回收、保管、并且建立相关的账目，以便进行二次设计、组合，重复使用，为企业节约橱窗设计的经费。

### 支 招二：制定易于实施的方案

由于硬件条件的限制，陈列设计师在做橱窗设计时会有难以落实的实际困难，这也是陈列设计师必须面对的现实。特别提醒陈列设计师，制定的陈列方案要便于实施，对于条件较好的旗舰店、模范店等自然发挥空间比较大，但对于大多数店铺，尤其是商场的店中店来说，实施的可行性就显得非常重要。陈列设计师要顾全大局，了解每个商场的规定，比如：天花板、地面的使用要求，哪些装修材料受到限制等。最终找到一个能够在所有店铺全面推广、实施的方案。

## 橱窗设计工作计划书篇二

- 1、知道圣诞节是西方的节日。
- 2、装饰圣诞树，布置场景。

3、在玩玩乐中体验过圣诞的快乐。

4、能够与同伴分享节日的快乐。

圣诞老人面具，各种圣诞装饰物品，圣诞树若干，小屋一间，积木若干，圣诞音乐等。

1、圣诞老人出现在孩子面前；‘孩子们，在过几天就是圣诞节了，在那天爷爷想给你们带来许多礼物，但是，有一个条件是，你们要搭好过节的地方，爷爷才会来噢。

2、老师请孩子们回忆看到漂亮的圣诞东西是什么样，讨论：请小朋友想一想、说一说：圣诞节常见到哪些东西？可以用哪些材料来制作？教室内有哪些东西可拿来布置？（例如积木、雪花片，然后分配角色。请一位孩子做总设计师，2，3位做负责人。

3、分组行动搭建圣诞大街，老师可以以负责人的身份一起去和孩子们商量布置场景。

4、请制作装饰材料的工作人员加紧工作，把成品送到圣诞大街来，共同装饰场景。

5、请总设计师检查工作，所有的工作人员联欢，结束游戏。

在日常工作中，能互相关心，互相沟通，团结协作，致力做好中二班的各项工作，使领导放心、家长满意、幼儿开心。在今后的工作中我们将继续努力，为幼儿园贡献自己的力量。

## 橱窗设计工作计划书篇三

a□

陈列方案设计

设计分季橱窗及店铺陈列方案，发布最新陈列信息□ b□

陈列业务培训

全系统陈列培训，单店铺陈列培训 c□ 陈列规范管理

制定基本陈列规范标准，监督店铺的陈列规范。

d□ 终端陈列实施 直营店、商场的陈列实施。 2、陈列工作的主要内容

c□日常店铺形象巡查：卫生、员工仪表、卖场陈列、货品色彩摆设、橱窗陈列等。

d□建立详细的店铺档案

橱窗、陈列面、中岛、细节设计等。

巡店安排：

a类店铺：盐城商业大厦，淮安金鹰，扬州万家福，启东专卖店，此类店铺巡店周期为1~2个月。

b类店铺：扬州时代，马鞍山八佰伴，海门双爱，通州生活馆，南通名都□vip会所，此类店铺巡店周期为2~3个月。

c类店铺：武汉三家店铺，苏州人民商场，温州店铺，

此类店铺巡店周期为3~4个月。

## 橱窗设计工作计划书篇四

在规定的时间内，参赛者必须提交：手绘草图、计算机平面效果图、三维效果图，设计说明。

(1) 手绘草图：绘画工具不限，但要求统一使用2号绘图纸，不超过两张；

(2) 计算机平面效果图、三维效果图：提交时需喷绘打印，喷绘规格尺寸为45cm×60cm并递交电子版图片，以jpg格式，每张图片在500kb大小。

(3) 设计说明描述力求言简意赅，说明详细的要点，数不超过。

## 2、答辩评审：

根据报名及递交作品情况，确定是否举行复赛选拔，学院将组织评委对进入复赛的作品进行面试答辩评审，最终确定一、二、三等及优秀奖。

## 橱窗设计工作计划书篇五

甲方：

住所：

乙方：

住所：

甲乙双方依据公平、互利的原则，根据《合同法》等相关法律的规定，特签订如下合作协议：

### 一、合作协议标的

甲方承揽工程中整体橱柜的制作安装（工程业主指定其他品牌的除外）。

## 二、合作期限

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_  
年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日。

## 三、协议价格

合作期间，甲方向业主推荐订购乙方之橱柜。乙方按市场最低零售折扣价给业主。但不得低于给甲方的最低价格、并保证甲方利润的存在。遇有乙方的重大销售政策调整或市场促销等优惠活动，乙方应提前通知甲方协调市场价格。

## 四、货款结算

1、结算方式：现金或转账支票。

2、结算时间：整体橱柜验收合格后\_\_\_\_\_日内。

3、结算金额：验收合格后\_\_\_\_\_日内支付乙方整体橱柜总价款的\_\_\_\_\_%，甲方扣留\_\_\_\_\_%作为质量保证金，质量保证金待保修期满无质量问题后支付给乙方。

## 五、乙方义务

1、乙方接到甲方委托加工通知后\_\_\_\_\_日内，去甲方指定地点量尺，量尺后\_\_\_\_\_日内完成设计方案，并通过甲方认可。

2、乙方方案被确定后，乙方\_\_\_\_\_日内制安完成，每逾期一天，罚款\_\_\_\_\_元。

3、乙方制作整体橱柜应符合\_\_\_\_\_的标准要求，采用材料符合国家环保规定。

4、乙方对其成品保修\_\_\_\_\_年，终身维修。

5、乙方接到甲方维修通知后，\_\_\_\_\_天内维修完毕，每逾期一天，罚款\_\_\_\_\_元。

6、乙方制作施工中，应做好安全防护措施，给甲方造成损失的照价赔偿，乙方施工中应注意人身安全，如有事故发生，自负全责，与甲方无关。

## 六、甲方义务

乙方成品验收合格后，甲方应根据货款结算条款给乙方结算，不得无故拖欠。

## 七、违约责任与仲裁

1、乙方施工质量达不到设计和标准要求的，乙方无偿进行返工，并承担因返工造成的工料损失及工期拖延给甲方造成的损失。

2、因乙方施工质量原因，造成合同无法继续履行的，甲方有权终止合同，并由乙方赔偿甲方相应的经济损失。

3、甲方无故终止合同的，乙方有权要求甲方偿付违约金，金额为橱柜总造价的\_\_\_\_\_%。

4、本协议发生纠纷时，甲乙双方应及时协商解决。协商不成的，向人民法院起诉解决。

5、本协议自双方签字、盖章之日起生效，一式\_\_\_\_\_份，甲乙双方各执\_\_\_\_\_份，具有同等法律效力。

甲方（签字）：

签订地点：

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

乙方（签字）：

签订地点：

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

## 橱窗设计工作计划书篇六

圣诞节即将来临，根据市场分析，圣诞期间消费者反映十分强烈，场面也非常火爆。今年是本酒店第一个圣诞节，为了让顾客体会到本酒店的辉煌气势和我们酒店独特的圣诞文化氛围；建议在装饰和布置上突出新颖和独特；以提高酒店的知名度、和美誉度，维持原有的顾客，增加潜在消费群。

主景点布置：

外围、大堂、客梯走道、接待处

（1）酒店正门口两棵树木--布满圣诞彩铃、彩带雪花、闪烁的彩灯等装饰物。

（2）大堂休息处右边布置两棵圣诞树高2米挂满圣诞彩铃、贺卡等装饰物的圣诞树渲染氛围，树上必须有闪烁的彩灯吸引客人的注意。

（4）大堂中间两个柱子可挂圣诞彩铃、彩带雪花、闪烁的彩灯等装饰物。增加圣诞氛围，吸引客人的眼球。

（5）酒店总台处工作台两侧摆放小型的圣诞树、圣诞贺卡。后面墙上可贴merry christmas等字样，让整个空间更充实，气氛更浓烈！

客梯走道景点布置：

一楼（大堂客梯）旁边电梯口处摆放一棵小型的圣诞树并挂满圣诞彩铃、贺卡等装饰物的圣诞树渲染氛围。

二楼电梯走道两边处摆放两棵小型的圣诞树并挂满圣诞彩铃、贺卡等装饰物的圣诞树或者在墙上贴圣诞画如（雪景，圣诞老人雪花圣诞彩铃）等渲染氛围。

酒店接待处景点布置：

酒店所有接待处工作台两侧摆放小型的圣诞树、圣诞贺卡，并存放一些圣诞装饰物品。让整个空间更充实，气氛更浓烈！

酒店整体气氛布置：酒店可播放些圣诞颂歌。