

資料提供：HKTC 香港貿發局

2014年9月10日

購物數碼化 商品展示設計吸客

一家商店如何吸引顧客進內光顧，「門面」例如店面設計、商品陳列和櫥窗設計都是提高顧客購物欲的重要一環，因此商品展示設計(**Visual Merchandising**)作為「無聲售貨員」，有必要與科技潮流並駕齊驅。亞洲商品展示設計師協會會長溫健仲在接受《香港貿發局周訊》專訪時，便提到科技發展可如何融入商品展示設計中的重要。

作為香港商品展示設計行業的先驅之一，溫健仲過去曾替多個知名品牌策劃商品展示設計和培訓工作，包括時裝連鎖集團班尼路(Baleno)廣州店、內衣品牌bla bla bra、昂坪360、英記茶莊、759阿信屋等。他更於2003年創立亞洲商品展示設計師協會，推廣商品展示設計對品牌銷售策略的重要性，並透過策劃相關培訓課程以提高行內設計師的專業地位。



亞洲商品展示設計師協會會長溫健仲指，配合品牌的零售理念、銷售策略，以及每季推廣主題，均是構思商品展示設計的重要元素。

色彩、道具 有助傳達訊息



溫健仲說，顧客參與及互動(customer engagement & interaction)就是未來大趨勢，未來的商品展示設計會跟銷售科技融合，產生互動。

溫健仲指配合品牌的零售理念、銷售策略，以及每季推廣主題，均是構思商品展示設計的重要元素。他以富趣味性的**bla bla bra**為例子，該內衣品牌以「**Sexy & Fun**」為主題，產品系列設計色彩繽紛，為求向顧客傳達這種愉快的內衣選購體驗，店內陳列佈局甚至是試身室，色彩的運用和空間的佈局也十分重視，以配合不同款式商品陳列，展示品牌的獨特性。

此外，陳列商品要反映產品的特徵，以和諧色彩組合陳列產品，還是玩撞色對比來表現鮮明色彩都是一種陳列的手法。他說：「該品牌較早期的產品**Air Bra**系列以輕盈感為設計概念，所以採用了氣球作為櫥窗設計的道具，富趣味之餘，也傳達了含蓄的產品潮流訊息，讓顧客產生聯想。」

溫健仲表示，道具是商品展示設計中相當重要的一個元素，可加深顧客對商品的印象；例如化妝品牌常用道具裝飾櫥窗，因為化妝產品體積小巧，所以會製作超大的化妝產品道具來吸引消費者的目光。

品牌形象劃一否 可各師各法



溫健仲過去曾替不少品牌策劃商品展示設計，其中富趣味性的內衣品牌**bla bla bra**是以「**Sexy & Fun**」為主題，故店內陳列佈局透過色彩運用和空的佈局，以展示品牌的獨特性。

他指傳統的品牌策略較著重統一的視覺身份，很多國際品牌都依據此將各分店的店面設計、商品擺設等視覺形象劃一，但實際情況卻是各師各法。溫健仲說，「有些國際品牌在不同的區域採用不同的形像來開拓業務，並藉不同的視覺設計展現當地的文化和精神；也有很多品牌因應各地的銷售策略，在不同分店中表現不同的設計主題。唯一貫徹始終的，是每間分店必定源用品牌的商標設計。」

近年來，商品展示設計在內地市場急速冒起，不少香港設計師北上替內地及香港品牌策劃商品展示設計。內地市場龐大，華東、華南、華北、華中、西北等各區消費者口味不盡相同，加上南北氣候差別很大，所以在商品陳列鋪排上，因地而異。以時裝行業為例，時裝店需要為季節分明的北方市場準備八季服飾系列，厚衣物更加是嚴寒冬季的重點貨品，南方市場則只銷四季，所以同一品牌在各區分店的陳列鋪排會有所不同。

班尼路集團(**Baleno**)旗下分店遍佈粵港京等城市，當年協助該品牌廣州店商品展示設計及培訓的溫健仲說：「走大眾市場路線的服裝品牌，分店多，貨種多、貨量多，所以要因應各城市消費者對顏色的喜好、分店面積而設計陳列佈局。」

融入科技 締造「顧客體驗」

此外，智能手機、平板電腦、**Wifi**、藍牙，以及近場通訊(**Near Field Communication, NFC**)等的短距離通訊技術，都改變了都市人的生活面貌和消費習慣和零售模式，品牌店面設計和商品展示模式，都有必要隨著科技走勢，創造新的「顧客體驗」。

溫健仲說，所謂「顧客體驗」嶄新的零售模式，是泛指包括人與人之間的接觸、空間營造的視覺美感及配套設施等整體購物體驗，「今時今日，顧客走進商店裡，享用**Wifi**上網、咖啡座是基本配套；至於人際互動，則靠前線店員的銷售技巧。」

他指出，顧客參與及互動(**customer engagement & interaction**)就是未來大趨勢，未來的商品展示設計會跟銷售科技融合，產生互動。雖然這種融入新科技的商品展示方法，能否增加顧客的購買欲，仍有待時間驗證；但溫健仲卻提醒，設計應反璞歸真，簡單陳列商品，融入環保元素和簡單而具創意的展示手法，避免過份採用燈光導致環境污染等，仍然重要。

相關網頁：

- [香港貿發局設計及創新科技博覽](#)

延伸閱讀：

- [創建品牌靠附加值 展示商品首重創意、環保、高科技](#)
- [電商快運班列開啟物流新時代](#)

找此頁到這裏

[http://www.hktdc.com/info/mi/a/hkthkc/tc/1X09Z7KV/1/%E9%A6%99%E6%B8%AF%E8%B2%BF%E7%99%BC%E5%B1%80%E5%91%A8%E8%A8...25E7%2599%25BC%25E5%25B1%2580%25E5%2591%25A8%25E8%25A8%258A-%25E9%25A6%2599%25E6%25B8%25AF%25E8%25B2%25BF%25AF%25E7%2589%2588/%25E8%25B3%25BC%25E7%2589%25A9%25E6%2595%25B8%25E7%25A2%25BC%25E5%258C%2596-%25E5%2595%2586%25E5%2593%2581%25E5%25B1%2595%25E7%25A4%25BA%25E8%25A8%25AD%25E8%25A8%2588%25E5%2590%25B8%25E5%25AE%25A2.htm](http://www.hktdc.com/info/mi/a/hkthkc/tc/1X09Z7KV/1/%E9%A6%99%E6%B8%AF%E8%B2%BF%E7%99%BC%E5%B1%80%E5%91%A8%E8%A8...)

www.hktdc.com

© 2000- 2014 香港貿易發展局版權所有，對違反版權者保留一切追索權利。
未經本局同意，不得翻印全部或部分內容。