

探究服装展示在营销中的作用

靳可

华南农业大学

摘要: 服装展示与营销的关系密不可分,是现代市场营销的重要手段,将自身设计的服装展示在大众的视野中,能够传递商品信息、设计理念、品牌内涵,帮助企业树立品牌形象。本文阐释了服装展示的分类及特征,分析了服装展示与营销的关系,探究了服装展示在营销中的作用,以期能够充分发挥服装展示对于服装营销的重要作用。

关键词: 服装展示; 营销; 作用

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.02.254

衣食住行,是生活中必不可少的物件,衣作为人类生活四大行业之首行业前景非常广阔,对于服装行业来说,将自己的品牌营销出去就代表着一份机遇。只有有效利用各种资源,充分挖掘消费者的潜力,弥补市场空缺,将自己的服装展示在大众的视野内,才能在竞争中立于不败之地。在现代服装展示环节中,设计者通过多样的艺术元素、道具、灯光、空间规划设计手段或是虚拟的环境来进行商品的陈列,从而营造一种氛围以此来吸引大众的关注,在富有艺术感染力和极具个性的展示环境中,将展示的内容传递给观众,使观众接受所传达信息的服装文化,并引导大众参与其中获得良好的购物体验,服装展示发挥的作用越来越重要。

一、服装展示的分类及特征

(一) 服装展示的分类

服装展示是在一定的时间和空间内,服装的生产经营者向将服装相关的信息、服饰文化等传递给大众并从中获取利益的有组织和计划的活动。从本质上看,服装展示的目的是为了销售,为了实现商家的营销目的进行的最有效和最直接的宣传,同时也能够树立品牌形象和宣传设计理念和企业文化。服装展示主要分为动态服装展示和静态服装展示^[1],一是静态服装展示。静态服装展示是指商家将服装摆放在特定的地方,通过摆放精美的服装,让消费者可以更好地观看服装,从而让消费者可以挑选满意的服装。静态服装展示可以分为实物展示、展示橱窗、图片展示。实物展示是指商家将服装摆放在实体店中,让消费者可以触摸到实物,感受衣物的布料,从而更加直观地体验服装;而展示橱窗是指商家将服装摆放在橱窗里,让消费者可以通过橱窗看到服装,通过精心布置的灯光与门面的位置,从而更好地观看服装;图片展示是指用照相机将服装最佳的角度拍成图片来展示服装的亮点,以此来摆脱门店的空间限制,

更好地流通到公众手中,也属于二维平面展示。一般常见于服装广告、杂志等宣传海报或是网站上关于服装品牌的介绍。二是动态服装展示。动态服装展示主要是指自20世纪初以来发展形成的现代T台展示,由专门挑选的模特在特定的舞台上,在音乐、灯光、场景等氛围的烘托下,在T台上以猫步行走和表演方式,借用模特的身材曲线与气质,来展现服装的特点,能够呈现出动态的美感;还有一种是以花车为舞台组成表演车队在街道中进行表演的形式。动态服装展示能够吸引消费者的注意力,通过模特穿搭、舞台表演等形式将服装把服装展示的更有趣,让消费者了解到服装的特点、风格和品质。

(二) 服装展示的特征

服装展示的特征体现在真实性、流行性、独特性、科学艺术性等方面。一是真实性,可以将服装与文字、图形的等相结合,真实地展现服装的用途,是消费者对于服装有真实的、全面的了解。二是流行性,服装展示的流行性主要体现在服装企业的新产品发布上,流行具有很强的时限性,流行趋势一过消费者的购买欲望就会降低,因此服装展示的流行性要把握消费者的心理特征,服装企业不断创新设计,不断以服装展示为手段,把服装品牌的形象、设计思想和设计风格予以充分的展示^[2]。三是独特性,服装展示属于视觉营销的一种方式,商家的竞争愈发激烈,需要不断改变方式来在众多品牌中脱颖而出。独特性是指服装展示的方式要新颖独特,创造属于服装品牌特有的环境和氛围,使得消费者在进入一个空间或者场景中,就会联想到服装品牌,成为这个品牌的忠实消费者。四是科学与艺术性,服装展示不是随便的,需要科学合理地运用多种艺术元素布置空间,营造符合大众视觉需求的环境,同时又要结合不同的服装风格,用服装展示的环境突出服装的特点,服

装展示也要紧跟时代发展营造品牌文化。

二、服装展示与营销的关系

视觉感受主要影响着大众所接受的全部信息，视觉对人的知觉、思维等提供了最广泛的而影响，影响视觉的主要因素是颜色、明暗等。视觉营销就要运用这个原理，通过视觉的刺激实现无声的营销来与客户沟通，向客户传达产品理念和品牌文化。现阶段，生产力不断发展，大众生活水平提高，现代商业发展到了很高的水平，商品的宣传、促销方式影响着顾客的选择，刺激着顾客的消费。服装展示作为视觉营销的一种方式，能够有效向消费者传递服装的信息，并且对经济效益的产生具有促进作用，服装展示是大众审美意识和不断发展的服装营销系统的必然要求。

伴随着全球性的品牌消费和经济浪潮席卷全球，服装展示在市场营销中发挥了越来越大的作用，服装展示和营销的关系主要体现在以下三方面，一是服装展示与市场营销的关系体现在服装品牌形象上。服装展示是服装营销的前提，是营销的基础，通过服装的展示，企业可以形成服装的独特品牌形象，从而为消费者提供较为全面的了解，从而有效地实现服装的营销目标^[3]。二是服装展示与市场营销的关系体现在消费者行为。文化因素、社会因素、心理因素是被市场营销理论认为影响消费者购买行为的主要因素，文化和社会因素销售人员难以改变，但是可以影响消费者的心理因素从而影响消费行为。不断创新服装展示方式，给消费者留下深刻的印象，可以激发消费者的购买欲望，通过服装展示，消费者可以直观地感受到服装的质量、风格和品牌形象等，从而有效地推动服装的营销活动。三是服装展示与市场营销的关系体现在媒介上。服装展示可以在传统媒体，如广播、电视、报纸等以及新兴媒体，如互联网、社交媒体等上进行宣传，从而更好地推广服装品牌，实现服装的营销目标。总之，服装展示和市场营销是服装行业发展的重要趋势之一，它们之间存在着直接的联系，其关系体现在服装品牌形象、消费者心理和媒介上。因此，要想有效地实现服装的营销目标，企业必须注重服装展示的设计。

三、服装展示在营销中的作用分析

（一）形象宣传方面的作用

一是设立形象展示区域来宣传企业的形象。当前，服装设计人员或者服装企业都会专门在特定区域搭建或者开辟固定的场所，供消费者进行观看。服装设计人员可以借助展示区域将自己的新产品进行设计，还可以通

过对展示区域的设计与规划进行形象的建立，消费者可以在这里感受到服装的理念信息与产品信息，还可以在在一定程度上帮助品牌的推广。

二是将多种展示手段进行整合，对整体的效果起到强调的作用。服装在进行陈列与展示的时候，一方面需要注重整体形象的美观，另一方面还应当考虑设计人员的设计理念与品牌的形象定位^[4]。有时候还需要考虑服装展示与其他媒体广告的配合效果。这种整体的搭配与呈现出来的效果主要是体现在服装展示海报的制作陈列等方面。

三是让服装展示的形象与品牌形象保持一致。服装展示对于设计人员和企业来说是品牌宣传的窗口之一。借助服装展示中背景墙的以及橱窗的使用都是重要的组成部分，并在其中扮演着非常重要的作用，这样既满足了设计人员与服装企业的需要，还加深了消费者对于服装品牌的认知与理解，方便企业对自己的品牌形象进行培育与管理。

（二）促进销售方面的作用

设计人员或者生产商将服装设计出来的最终目的是实现销售。服装展示的重要目的就是将自己的产品更加顺利的销售出去。服装需要经过设计人员的设计到生产厂家、批发商以及零售商的环节最终到达消费者手中，服装展示可以帮助消费者对潮流与趋势有最直观与权威的表达。

服装展示有利于设计人员把产品的信息从生产者手中传递到消费者手中，这对于服装设计与销售人员来讲是必须的。服装展示一般包括广告、推广与公关等内容，其展示的重点是服饰的展示，通过对模特与服装搭配进行完整的展示，可以更好地将服装蕴含的艺术风格与审美、品味特点展现在消费者面前，让消费者更加生动形象地看到展示的范例，以及设计人员在设计中花费的心思，引起消费者的兴趣与关注^[5]。

从最终目的来看，服装展示的目的是销售，这是设计人员与商家为了促进销售而进行的最直接、最有效的宣传方式。服装展示不仅把设计人员的目的加以体现，也促进了消费者与生产者之间的交流有沟通。服装展示承担了桥梁的作用，设计人员与厂家通过对展示的服装进行布置与陈列，并借助相关的工具、装饰产品以及灯光、照明等手段可以让服装更具有生命力与表现力，吸引消费者的注意，激发他们的购买欲望，达到信息传递的作用，进一步提高服装的知名度。服装展示可以将别致的生活情调与氛围展现出来，让消费者仿佛置身于真

实的环境之中，并在其中产生一定的联想与想象，逐渐将自己与服装展示出来的形象自动联系在一起，激发购买的欲望与动机。

（三）在信息传递与美化方面的作用

在信息传递方面，服装展示可以将当前以及对接下来潮流趋势和服装面料、色彩搭配等向大众展示，将自己对服装的理解传递给消费者。通过服装展示，可以吸引目标消费者，与消费者之间的沟通渠道更加顺畅与便捷。零售商可以借助服装展示打造并巩固自己在服装界的地位与形象，给更多的客户留下比较好的印象，从而扩大自己的销售目标客户群体。

在美化方面，服装展示中借助对展示区域的设计与陈列，可以起到装饰环境、美化社会环境的作用。复转展示在内容与形式上的不断求变与求新，审美情趣的实用性等特点都符合当前消费者追求生活变化的心理需求，符合大众的审美特点。服装展示在设计的内容与形式其实是对物质文明与精神文明生活的展示窗口，它可以在一定程度上反应设计者或者企业的文化素养与意识，反映他们的精神面貌与审美意识、观念以及在艺术上的设计能力^[6]。

（四）在教育 and 推动文化发展方面的功能

在教育方面，服装展示具有明显的导向作用，服装展示的侧重点不同，对消费者的心理影响程度也有所差别。形式优美别致的服装展示具有明显的积极作用与价值，它可以通过展示的内容与信息在潜移默化中对消费者产生积极的教育功能，让他们在理念与审美上得到一定的提高。服装展示的内容可以是综合化的，是比较丰富的，也可以是比较单一化的。不管是文化方面的教育还是科技、审美、道德甚至是价值观方面的教育功能都可以借助服装展示单一化的或者是全面的展示出来。

在推动文化发展方面。服装展示作为一种文化的现象，设计人员赋予服装的文化内涵与素养可以通过展示的细节与内容呈现在消费者面前。当前的服装展示，不仅需要展示设计人员将时尚元素展现出来，以最快的速度将信息传递给消费者，还应当服装展示中凸显自己的文化品位，表现所属文化的精神文明与地域文化特点，积极弘扬所属文化的优秀成分。

（五）在展示城市形象方面的作用

服装会展是服装展示的重要表现形式，通过服装会展可以展示城市的形象，提高某一城市在国内甚至国际上的知名度。在国际标准上，一个城市是否可以成为国际知名城市，在国际上具有一定的知名度，该城市举

办国际会议与展览的数量和规模是重要的衡量指标。借助服装会展，举办城市不仅可以收到客观的经济收益，还可以产生巨大的社会效益。^[7]服装会展是城市打的最具有特色的广告，可以向来自世界各地的参展人员展示城市在经济与可以方面的实力与水平，展示自己的独特风采与形象，不断扩大自己的影响力与美誉度。此外，服装会展的举办与发展，还可以有助于政府之间以及商会、各社会团体之间的交流与相互了解，进一步推动城市间参展人员之间的文化交流与情感交流，推动城市建设朝着更好的方向发展。

结语

服装展示是一种重要的营销手段与形式，不管是在促进销售、创建品牌还是在打造并巩固企业形象上都发挥了重要的作用。从起源来看，服装展示是从西方引进的经济形式，与西方相比较而言，其在我国的发展基础是比较薄弱的，这一现状在一定程度上阻碍了服装展示的快速发展，不利于服装行业的发展与进步。随着时代的进步与发展，国家逐渐重视服装展示的发展，进一步加大了在软件与硬件方面的投入。随着大众对服装展示认识的逐渐加深与客观投入的逐渐加大，服装展示逐渐朝着专业化与规范化的方向发展，服装展示在规模上与形式上逐渐变得多样化，作用也更加直接明显。

参考文献

- [1] 王欣欣. 服装展示设计之信息传播时效性研究[D]. 山东工艺美术学院, 2020.
- [2] 李鹏. 基于体验营销理论的服装展示设计研究[J]. 中国商贸, 2012(02): 54-55.
- [3] 张祎. 网上服装展示对消费者购买行为的影响研究[D]. 东华大学, 2012.
- [4] 朱莉. 试论中国传统服饰文化与现代服饰设计的传承关系[J]. 西部皮革, 2021, 43(3): 79-80.
- [5] 方蓉蓉, 方友连, 陈道玲. 浅析莫高窟藻井莲花纹样及其在服装设计中的应用[J]. 山东纺织科技, 2020, 61(6): 27-30.
- [6] 齐欣. 艺术设计中展示设计如何提高整体效果的思考[J]. 大众文艺, 2020(21): 68-69.
- [7] 刘怡婧, 许旭兵. “线象城市”系列服装设计作品[J]. 丝绸, 2021, 58(12): 137.

作者简介：靳可（2000年9月9日），女，汉族，河南省许昌市，学士学位，华南农业大学，职称：无，主要研究方向：服装与服饰设计。