

擺放藝術的研究

謝佳蒂

黎明技術學院表演藝術系

Email: chiati@mail.lit.edu.tw

摘要

擺放的動作包括兩個面向：第一，選擇想要陳列的物品；第二，布置物品的擺放。不管在私人空間還是公共空間，擺放物件的行為是再簡單而不過，但不能與藝術創作過程中，進行的物件裝置及安排混為一談。大多數物件的擺放少有人留意，只有些會讓你駐足多觀看一會兒。擺放藝術是融合了關係學、人文學、色彩學、心理學等豐富學科為一體的空間氣氛營造出來的藝術，不只在生活家居上，賣場商場，表演舞台，工作場域……都離不開擺放這一門學問。一齣戲有其發生的時代背景，在舞台上通過佈景與道具的陳設即可輕易地再現出來。當一件道具要擺置在舞台上時，大如建築樣式、傢俱擺飾，小如一隻花瓶、一幅畫，都要經過縝密的考據一個小小的巧思設計。除了佈景可以顯現出戲劇地點外，道具的運用也可以適切的表現出不同時空的生活型態。而賣場擺放、室內空間的運用技巧，利用形狀，色彩，布置，個性找出主要亮點，進而成功銷售最大化和提升品牌的整體形象和價值。所以當適當的擺放，除了有可能帶來生活上的驚喜外，更有可能帶來無限的商機。

關鍵字：人文學、色彩學、心理學、建築樣式

1. 緒論

曾經在一本書（擺放的方式：安排物件的修辭）上看到：物件的擺放不只是一種視覺的藝術，更是一種溝通的藝術，身兼藝術家、建築師、設計師的前衛怪咖²李歐納認為，物件擺放如同語言，兩者

¹ 一個不限於經濟或社會條件（縱然實際情況未必如此），任何人都都有權進入的地方。

² 李歐納·科仁（Leonard Koren）

藝術家、建築師、作家，居住於美國舊金山及日本東京。UCLA 建築與都市設計碩士，唯一的建築作品是 17 歲時蓋的一間茶屋，70 年

皆是溝通的媒介，而物件擺放進行的是「視覺溝通」，並與語言一樣，擁有一套「溝通系統」。所有溝通行為都帶有「傳達訊息」的目的，溝通者或多或少都在「說服」溝通的對象。我們睜眼所見的周遭世界，由各種不同的物件組合而成，它們的組合及擺放方式述說著不同的故事。

2. 研究內容

隨著市場的競爭及社會的多元化，大多数的商店為了要爭取顧客的目光及購買力，常常在賣場作各式的活動與配合時令節慶的促銷來增加消費者的購買意願。本研究是利用賣場商品不同的擺放方式及賣場的佈置情境，使其有新鮮感，更使其具吸引力，使消費者願意在賣場駐足較長的時間，進而選購較多的商品，進而讓銷售量可以提升。

由於社會環境的快速變遷，現今的消費市場是多元化又成熟進步的，而消費市場之大，每位做生意的老闆，都想從中獲取報酬，創造營業奇蹟。如何可以和別人不同，讓消費者對你另眼相看，喜歡到你的賣場消費，相信獲利一定相當可觀。而如何使出渾身解數，製造出良好的購物環境及特色，吸引更多的消費客源，就是可以努力探討的課題了。

網路的興起，以及全球化地球村概念的影響，人們的消費型態也產生了莫大的變化。針對購買者的消費習性無常，深入探討消費者的心態，包含購物的空間、時間、商店的位置、商品的陳列擺放及逛街的動線安排等等，都是值得研究探討的。

在逛街的時候，有些商店就是很好逛又很好買，但是有些商店進去後就是找不到東西，也買

代著名前衛圖像雜誌 WET: The Magazine of Gourmet Bathing 創辦人。

不下手。造成這種結果的關鍵是什麼呢？答案就是(陳列商品的方式)。不是每種商店都能負擔龐大的廣告費用，絕大部分產品的行銷活動，只能做到讓產品在商店陳列時，對顧客產生吸引力的程度。要如何做才能決定產品的成功？那麼，就要知道商品要怎樣陳列才會具吸引力，才會賣得好。

顧客的需求每天都在改變，除了有行銷宣傳、適當的價格、親切的服務外，如何使客人在我們賣場多作停留，多欣賞我們的商品，便是直接刺激銷售的一大法門。

此次研究我們以新北市的兩家名創優品(MINISO)門市作為調查研究的對象，兩家店分別位於新北市的中和區及板橋區，其共同點是都位於環球購物中心內，雖說如此，其客源的來源大不相同，一是鄰近社區住宅，而另一是繁忙的三鐵會合的車站。也因此，在店面的擺放上就會用不同的商品來吸引客人的目光。

名創優品 MINISO 品牌介紹



圖一. 名創優品 MINISO 品牌商標

名創優品(MINISO)是一家主要以販賣生活用品為主的中國雜貨品牌。2013年，“品牌創意人”葉國富與日本文化服裝學院畢業的三宅順也創業名創優品，並由葉國富經營的雜貨店品牌“哎呀呀”所經營。目前，MINISO名創優品已在中國大陸，香港，澳門，台灣，美國，日本，國...30個以上國家設有分店，大多都選在有華人居住的地方開設。強調體貼顧客對於生活用品的需求，能用低廉的價格、買到優質的商品品質為商店主打。從品牌的網頁得知：MINISO品牌創立的初衷是，釋放當下年輕人的壓力，讓他們能更輕鬆地享受有品質的生活。「優質低價」、「歡樂」、「隨心所欲」是品牌的三大DNA。「優質低價」是MINISO打造產品的永恆目標，消費者以親民的價格，就能買到高CP值、高品質的優質產品。「歡樂」是消費者在購MINISO購物時所獲得的愉悅感受，沉浸在充滿趣味的氛圍之中。「隨心所欲」是消費者在選購名創優品商品時毫無壓力、自由盡興的極致體驗。一直以來，MINISO

都在向消費者傳遞「美好生活與價格無關」的生活態度。在MINISO人人都能暢快享受美好而豐富的商品，不用考慮價格、無須在兩難中選擇，只要喜歡，通通帶走！

新北兩家名創優品 MINISO 的地點

MINISO 名創優品 中和環球店

地址：新北市中和區中山路三段 122 號 B2



圖二. MINISO 名創優品 中和環球店

MINISO 名創優品 板橋環球店

地址：新北市板橋區縣民大道二段 7 號 B1
(捷運板橋站-3A 出口-往新北市政府方向)



圖三. MINISO 名創優品 板橋環球店

新北兩家名創優品 MINISO 的客源分布

名創優品 MINISO 中和環球店

新北市中和的環球購物中心本身沒有捷運優勢，卻靠著自身優勢帶來人潮，由於中和環球購物中心室內空間寬廣，讓人逛起來很舒服，不會有人擠人的感



覺。由於多是開車族前往，停車動線也設計得不錯，跟一般百貨公司很不一樣，周邊多為社區住宅，所以吸引很多親子假日到此休閒購物。店面的門面寬廣，會讓一家人都可以湧入的感覺。

名創優品 MINISO 板橋環球店

板橋環球購物中心是繼新北中和後第 2 家的開幕店，也是全台第二家位於車站內開設的百貨商場，是首次與台鐵合作的車站型商場。由於位於板橋車站大樓內，為處高鐵、台鐵及捷運三鐵會合之處，提供往來旅客與在地居民購物便捷服務，所以在此消費的多是過路客源。由於上述的因素，因此此店的門面相對中和店顯得略窄。

以上兩家名創優品 (MINISO) 都是展店於³環球購物中心內，以大方向來說，在銷售業績上都是穩定的，人潮凝聚力也是非常足夠。但兩相比較之下也可以發現，客源及消費者是完全大不相同的，如次一來，擺放商品的藝術，肯定是吸引消費者最有利的一項武器。因為吸引人，才會帶動消費者想要一窺究竟，看看葫蘆裡賣的是什麼藥。

名創優品 MINISO 的商品陳列及擺放原則

(名創優品)MINISO 對於購物環境分為兩個層面：第一是從根本上決定店鋪底色與框架，白色基調、開闊空間和太空箱(照片)；第二是商品擺放，(名創優品)MINISO 商品陳列八項原則：顯而易見、豐富飽滿、易拿易取、分類陳列、先進先出、關聯陳列、垂直陳列、黃金位陳列。通過內容陳列與版面 佈局形成對整體環境的充實，形成了一系列標準化的制度，而如此的一個設計便是最能讓人印象深刻的。



圖四. 商品顯而易見

³環球購物中心 (Global Mall) 是臺灣營建商冠德建設所轉投資創立的連鎖購物中心，店型分為全客型中大型購物中心與車站型中小型購物中心兩類，目前在臺灣臺北市、新北市、桃園市、高雄市和屏東縣共有 8 間分店，並於臺北市、新北市、新竹縣有數個開發案。



圖五. 商品易拿易取、分類陳列



圖六. 商品豐富飽滿



圖七. 商品垂直陳列

由於 (名創優品 MINISO) 一直和各種卡通及漫畫形象合作推出聯名的周邊商品，每次在商店貨架上看到各式各樣的絨毛玩具，非常吸引女孩們的目光，之前出品的熊熊遇見你系列，曼威系列，頑皮豹系列，造型都非常可愛討喜，質感也令人覺得舒服，公仔已經變成是 (名創優品) MINISO 最受消費者印象深刻及暢銷第一名的產品。



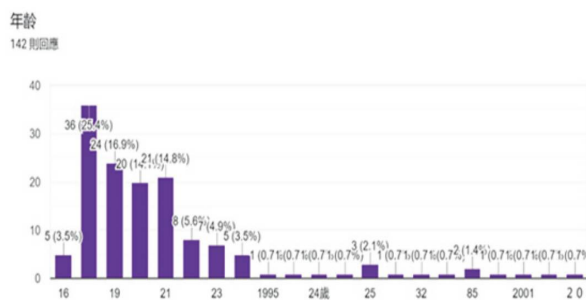
圖八. 熱門商品公仔區

本次的研究是想了解針對擺放藝術的方式、哪個環節是最先吸引您進入賣場的亮點、如何會讓消費者願意掏出錢來消費，所以藉由兩家（名創優品 MINISO）來做一個調查及分析。進而⁴反思表演藝術的舞台上，擺放藝術相對一樣是吸引觀眾目光的直覺反應。

3、研究方法

研究者先行設計簡單的問卷表格，讓圈選者填寫購物經驗的調查，有效問卷 142 份。內容是以消費者的性別、年齡、收入、居住地點、消費型態、吸引進入賣場的亮點……等等問題作為行前問卷。

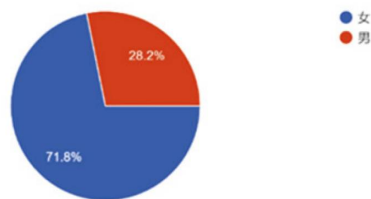
搭配問卷結果及長時間的實地觀察瞭解，適時的調整商品擺放位置，親自訪問消費者的感覺，及在賣場臨場所感受到氣氛情境，瞭解顧客、市場、行銷結果。



圖九. 問卷者年齡層分布

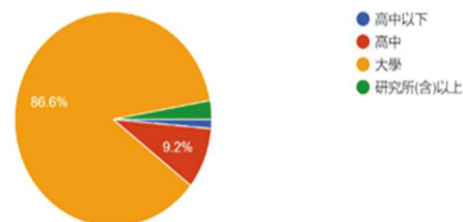
⁴ 反思其實是一種專注、主動、自覺的行為活動，在學習過程中將所學到的新知識、訊息，內化至自身，並透過自我反省、觀察、分析檢視學習成效，根據檢視學習後的情況建立出新的行為以求自我成長。

基本資料
142 則回應



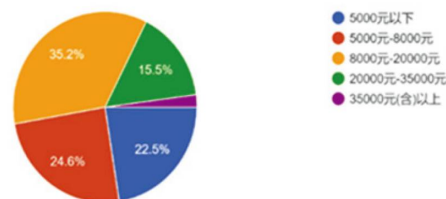
圖十. 問卷性別分布

學歷
142 則回應



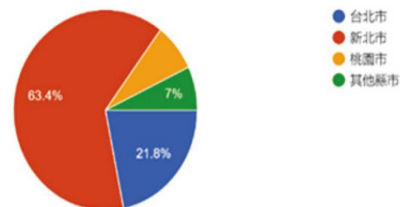
圖十一. 問卷學歷結果

您平均的月收入(含零用金)
142 則回應



圖十二. 受訪者月收入

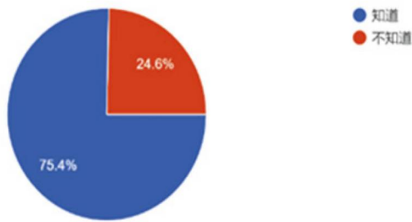
您居住的地點是?
142 則回應



圖十三. 受訪者居住地點分布

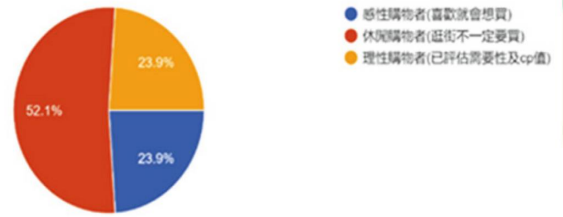


您知道MINISO 這個品牌嗎?
142 則回應



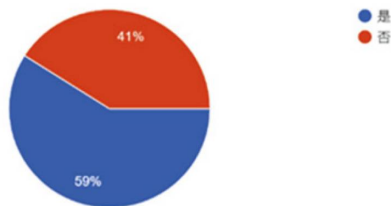
圖十四. 是否認識名創優品 MINISO

您的消費型態是何種類型?
142 則回應



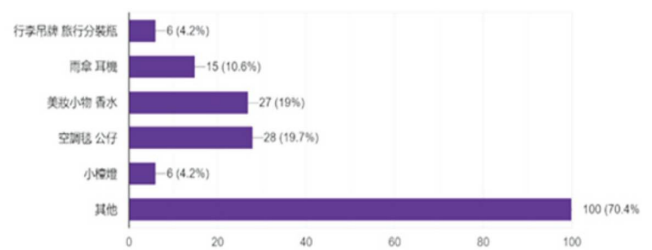
圖十八. 受訪者的消費型態

您是否買過MINISO的商品?
139 則回應



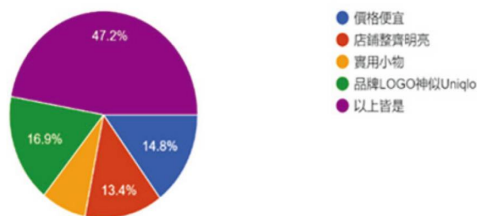
圖十五. 是否買過名創優品 MINISO 商品

您到MINISO買過什麼商品?(可複選)
142 則回應



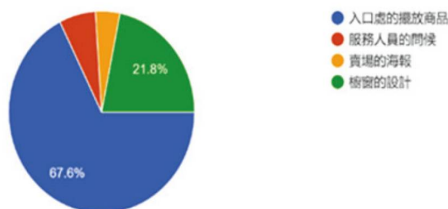
圖十九. 受訪者在名創優品 MINISO 買過何種商品

您對MINISO的印象為何?
142 則回應



圖十六. 對名創優品 MINISO 商品的印象

哪個環節是最先吸引您進入賣場的亮點?
142 則回應



圖十七. 賣場吸引消費者的因素

經過調查顯示，年輕女性的光顧度要比男性來的高，休閒型的消費型態又多於理性及感性購物者。而在賣場入口處的擺放商品是受調者最容易購買的選擇。也就是第一眼的吸引力是最最重要的。根據實地調查訪問多次也發現，根據季節、氣候、節日、客源的不同，賣場在入口處做出適時的調整是可以吸引消費者駐足的。例如在板橋店，因為多為來往的過路客，雨傘就適合放在入口處顯眼的位置，讓顧客隨時都可以發現有雨傘的販賣。而在中和店，因為多為親子客源，所以公仔便是最大的亮點。而在特殊節日如情人節、母親節、父親節...也適合做入口商品展示吸引人潮來消費。

4、結果與討論

在用了現代的商場作為研究的媒材後，再進而檢視表演舞台上都需要有擺放設計的智慧。會叫人愛上看現場演出的，肯定有其特殊的因素，例如：舞台空間、佈景、道具、服裝等等與表演者間的互動與關係。創作人對舞台空間與物件的關係的考量

和處理，在劇院內觀看表演時，那種⁵氣韻與⁶氣勢在錄影片段中是只能看到其形，但當中的意涵，必須在現場中領悟。當製作的規模龐大，舞台設計因應不同的內容情節與情緒而有所改變，燈光砌成的佈景，桌椅幻化的佈置，叫人除了用耳朵聽音樂與歌聲外，還得仔細欣賞每一場的舞台美學細節。近年歐洲舞台，尤其是戲劇方面的舞台美學設計，就更是叫人讚歎。荷蘭阿姆斯特丹國際劇團藝術總監、知名導演⁷伊沃·范賀夫(Ivo van Hove)，和他合作無間的舞台設計師⁸恩·瓦斯維費爾德(Jan Versweyvelde)的舞台美學，也是齣齣精彩。其作品《源泉》，舞台空間複雜而又宏大：佈景、道具，整個空間的建構與題材及表演緊密相扣。即使只談空間建構及道具，在劇院內看各部細節，都是一次享受。還有不少演出是與視覺藝術家合作，讓舞台佈景、服裝及道具本身已成藝術品。

時空背景再轉到傳統的京劇舞台組合：上場門、下場門、門帘台帳。傳統的京劇舞台是三面敞開，觀眾可從三面看戲。在面向觀眾席的一面，最左側是上場門，門框上寫「出將」二字，最右側是下場門，上寫「入相」二字。在上下場門之間，是具有襯幕作用的門帘台帳，也稱守舊。門帘台帳多用素色綢布或絲絨製作，上面刺繡有各式圖案，可以用來美化舞台。在門帘台帳前面擺放桌椅，並用彩色綢料製作成的桌圍、椅披進行裝飾。桌椅用時可多可少，可分可合，用途廣泛，既可作為不同場合的桌椅，也可作為山、樓、床、橋等物的代用工具，相對的擺放簡單。從20世紀初起，受到西方戲劇的影響，京劇舞台出現變化，更多的劇場使用了⁹鏡框式舞台，並在台上設置多道幕布，將前後台分隔開來，使京劇演出的上下場形式有所變革。

鏡框式舞台創造了嚴密的第四堵牆，如果表演的劇目沒有超越它的話，那麼在鏡框式舞台中，可以營造一個比較真實的效果。在客廳中只有一個沙發的話看起來肯定沒有氛圍，而且在鏡框式舞台裡會顯得很空曠，所以可以多擺放幾樣道具，看起來像是真的家裡一樣。不同劇本內容擺放的方式肯定都不太一樣。

⁵文學或藝術上獨特的風格；文章或書法繪畫的意境或韻味。

⁶指人或事物表現出來的力量、威勢。

⁷阿姆斯特丹國際劇團藝術總監、東尼獎得獎名導。

⁸舞台美學家 and 燈光設計師，在2001年他更成為阿姆斯特丹劇團(Toneelgroep Amsterdam)的舞台美學總監，以及設計師和攝影師。他亦參與過許多作品，當中包括舞蹈和歌劇的製作。

⁹是劇場結構的一種，一般是指在觀眾席與舞台台口建有拱形結構，將觀眾區與表演區分隔開的一種盒型式封閉舞台。

，具體還需要多下點功夫查閱設計不同時代的客廳和家具的擺放。在舞台上的家具擺設，要考慮他們在台上的構圖是否漂亮，舒服。如果能訂做的話就最好了，一般家中的天花板高度，坪數都很小，同樣的家具搬到舞台上就顯得小氣，不完整，很醜，所以舞台上的家具其實比真實家具要高大很多。要考慮更多的是，家具佈景的樣式和擺放，能不能表現時代，營造想要的氛圍，能不能輔助人物情緒，人物關係，戲劇主題的表達。如能多注意在佈景，家具，道具上設計擺放的小細節，就能讓整個舞台看起來更有質感，更加豐富。

在賣場的擺放環節其最終目的無非是要增加銷售量，提升市場佔有率，故發現陳列佈置的成功最終是提升銷售量最大的利器。保持新鮮感，與店內現有的展示品互相配合，陳設應時注意色彩調和、商品位置高低疏密均勻、商品分類規律性與主題性，方便消費者比較與選擇。人們總是會對目光水平線上的物體特別關心，所以要讓消費者第一眼就看到喜歡的產品，高標準的商品陳設除了能滿足以上基本要點之外，還能呈現出藝術的氛圍或是情境式的感受，給予消費者一種審美的享受。

相同的，在表演場域上如果可以精準正確的擺放上適合的物品及道具，那肯定為整個表演增色不少，且可以擄獲觀眾的目光。好的佈置物可替整場表演畫龍點睛，不可否認佈置物擺放成功於否也是營造整體活動氣氛相當重要的一個環節。

5、結論

根據調查結果顯示，如果門市人員能正確運用商品陳列技巧，是可以增加產品銷售額的。而各家門市人員應規律地擺設商品、展示商品並將商品特色傳遞給消費者。陳列商品大多由門市人員陳列，每家門市商品展示應在一定規則且與商店整體形象是具一致性，如無陳列手冊或陳列規則，門市人員陳列方式易因個人習慣而任意陳列，門市人員異動後陳列方式也跟著異動，這樣會讓固定在同一家消費的消費者隨時在找尋所要選購之商品。連鎖業者對於即將擴大展店的門市也應有固定一套陳列規則讓第一線門市人員能清楚了解各項商品陳列方式。

舞台設計的目的，簡單的說，就是根據劇本的內容，深入研究故事的時空背景、角色個性和人物之間的關係，規劃出流暢的動線和表演區，設計一個合理的空間佈景，幫助導演傳達劇中的意念給觀眾。正因為一齣戲中所有時空的變化，都要在這小小的空間內展現，因此在台上任何一樣東西，都代表著一種獨特的信息，並不是一項簡單的工作，而是一門艱深的學



問，擺放不僅需要具備豐厚的人文素養與研究分析的能力，更要熟悉製作技術與各類材質的特性，才能讓舞台效果達到完美的呈現。

6、致謝

本研究案為安杏資訊有限公司與黎明技術學院產學合作成果，承蒙安杏資訊有限公司提供研究經費使用，特致上最高的感謝。

7、參考文獻

- 杜博奇 名創優品沒有秘密：通向未來的商業力量 2017 中信出版社
- 杜博奇 名創優品 MINISO 的奇蹟 2019 藍天圖書
- 林書言 陳設美好的生活 2022 三采
- 梅若蘅 京劇原來如此美麗 2018 漫遊者文化
- 楊裕富 設計美學(第二版) 2015 全華圖書
- 劉連群主編 京劇入門 2010 新蕾出版社
- 李歐納·科仁 (Leonard Koren) 擺放的方式：安排物件的修辭 譯者：藍曉鹿 2020 行人
- 凱倫·布魯斯特爾, 梅莉莎·莎佛 (Karen Brewster, Melissa Shafer) 劇場設計：基礎舞台、服裝、燈光設計實務入門 譯者：司徒嘉慧 2021 揚智
- 名創優品 4 款產品獲德國紅點設計獎 作者：數分高代 <https://xueqiu.com/9790512131/96784730>
- MINISO-TW 名創優品 <https://miniso-tw.com.tw/>
- 【我看我發現】MINISO 名創優品不一樣的新零售 https://www.sohu.com/a/291070551_99923947
- 壹讀：傳統的京劇舞台什麼樣？ 來源：首都之窗原文網址：
<https://read01.com/gg57jAN.html>
- 超市！生意清淡，好好做做商品陳列！ 2019-03-11 華志贏零售諮詢 <https://kknews.cc/news/ag6jqrg.html>
- 2018 最全的陳列原則與技巧 <https://kknews.cc/news/jqjq9bq.html>
- 劇場人又仁開講：關於舞台小道具的六點大揭密 <https://www.verse.com.tw/article/stage-props-you-rem>
- 第一眼的印象—商品陳列 陳玉苹 <https://mymkc.com/article/content/21630>

8、附錄

1. 購物經驗調查問卷

購物經驗調查表*

請消費者以親民的價格，就能買到高 CP 值、高品質的優質商品。

- 電子郵件：_____
- 年齡：_____
- 性別：
男 女 其他
- 學歷：
高中以下 高中 大學 研究所(含)以上
- 平均的月收入(含零用金)：
5000 元以下 5000 元-8000 元 8000 元-20000 元 20000 元-35000 元 35000 元(含)以上
- 居住的地點：
台北市 新北市 桃園市 其他縣市
- 你知道 MINISO 這個品牌嗎？
知道 不知道
- 您是否買過 MINISO 的商品？
是 否
- 您對 MINISO 的印象為何？
價格便宜 店鋪整潔明亮 實用小物 品牌 LOGO 神似 Uniqlo 以上皆是
- 哪個環節是最先吸引您進入賣場的亮點？
入口處的擺放商品 服務人員的問候 賣場的海報 櫥窗的設計
- 您的消費型態是何種類型？
感性購物者(喜歡就會想買) 休閒購物者(逛街不一定要買) 理性購物者(已評估需要性及 CP 值)
- 您到 MINISO 買過什麼商品?(可複選)
行李吊牌 旅行分裝瓶 書套 耳機 萬能小物 香水 空網框 公仔 小燈燈 其他

Research on the Art of Displaying

Chia-Ti Hsieh

Department of Performing Arts,
Lee-Ming Institute of Technology

Email: chiati@mail.lit.edu.tw

Abstract

The act of placing includes two aspects: first, selecting the items to be displayed; second, arranging the arrangement of the items. Regardless of whether it is in a private space or a public space, the act of placing objects is very simple, but it should not be confused with the installation and arrangement of objects in the process of artistic creation. Most of the objects are placed with little attention, only some will make you stop and watch for a while. The art of display is an art created by the space atmosphere that integrates rich disciplines such as relational science, humanities, color science, and psychology. This knowledge is not open. A play has its historical background, which can be easily reproduced on the stage through the arrangement of sets and props. When a prop is to be placed on the stage, whether it is as big as an architectural style or a piece of furniture, or as small as a vase or a painting, it has to go through careful research and a little ingenious design. In addition to the setting can show the location of the play, the use of props can also appropriately show the life style of different time and space. And store placement, the use of interior space skills, use the shape, color, layout, personality to find out the main points, and then maximize the successful sales and enhance the overall image and value of the brand. Therefore, when placed properly, in addition to the possibility of bringing surprises in life, it is more likely to bring unlimited business opportunities.

Keywords: humanities, color science, psychology, architectural style

