



VMD+
日本空間価値研究所

新時代
新零售
新VMD+五感空間

大 高 啓 二

V M D 專 家

五感空間設計師



全球讲坛TED×KUMAMOTO

VMD设计“销售方法”



VMD+
日本空間価値研究所

OMOTESANDO HILLS CRISTMAS

2016 10th



OMOTE
SANDO
HILLS



VMD+
日本空間価値研究所

Participatory

顾客参与型 空间演绎



OMOTE
SANDO
HILLS



VMD+
日本空間価値研究所

六本木之丘顶层 展望台 音效策划

roppongi hills

ENJOY
ROPPONGI HILLS SKY

1秒ごとに変わる空が、気持ちまで塗り替えてくれた。

DAY & NIGHT SOUND

♪ 景色とともに心に刻む！大高啓二氏プロデュースのオリジナルアンビエントサウンド。♪

六本木ヒルズ屋上「スカイデッキ」では、五感空間ディレクターの大高啓二氏プロデュースによるその季節に合わせたオリジナルアンビエントサウンドを、景色とともにお楽しみいただけます。

東京の中心から360°様々な表情を見せるスカイデッキの景色と大空を感じられる非日常的な空間では、素敵な音楽と

1秒ごとに変わる空が、気持ちまで塗り替えてくれた。



VMD+
日本空間価値研究所

维纳斯城堡中庭
圣诞节策划

Venus Fort
illumination2018
Thankful HEART



维纳斯城堡中庭
圣诞节策划

Venus Fort
illumination2018
Thankful HEART



目的：提高销售额

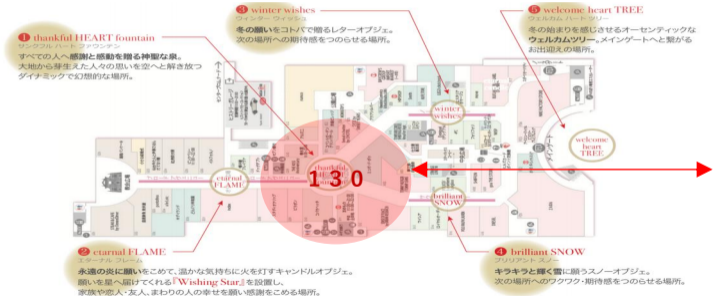
基于商业设施内的回游性 考量空间主题和规划动线

各餐饮门店

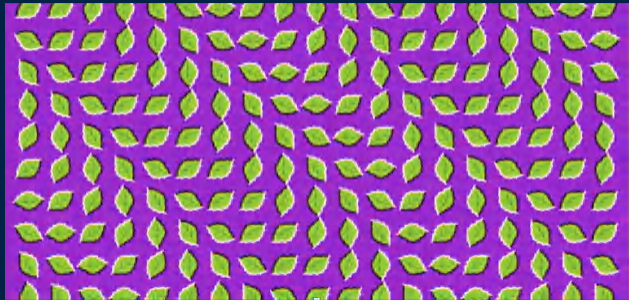
活动期间销售额

较去年平均增长130%

有明确故事主线的空间营造以提高设施内的客流洄游，
通过五感体验“感恩圣诞节”



VMD?



VMD+
日本空間価値研究所

VMD?

MD

Merchandising 产品

VMD

Visual Merchandising Design
视觉营销设计

MDP

Merchandise
Presentation

信息

呈现方式 · 售卖方式
VP/PP/IP

SD

Store Design 环境：外观/内装/卖场 · 陈列工具

SP

Sales Promotion

促销

促销 · 活动
策划/广告/标识/POP



VMD+
日本空间价值研究所

购买行为的 5 层心理及行动AIDMA法则

A	I	D	M	A
Attention 注意	Interest 兴趣 关心	Desire 购买欲望	Memory 记忆	Action 行动

好像有什么！
进店

⇒ 进去看一看
停下脚步→卖场洄游

⇒ 真不错
卖场洄游→停下脚步

⇒ 怎么选择呢？
选择产品&比较

⇒ 决定！

基于“顾客购物心理和行为”营造卖场



VMD?

VMD实践要点

基于“顾客视角”的销售策略

顾客视线

磁力点

×

购买心理和行为

AIDMA 法则



VMD+
日本空間価値研究所



Works –
Neal's yard
Remedies



VMD+
日本空間価値研究所

两极分化的购物行为及“体验价值”的重要性

实体店铺打造空间价值、实现独特性

VMD卖场特有跃动感和愉悦体验

希望更简单的购物

网上购物
从浩如烟海的商品中做出选择变得更加困难



希望更快乐
的购物

实体门店的“体验型卖场”才更显重要
EC无法获得的价值



向消费者传递什么信息

新技术革新让消费环境不断进化、
 获得信息愈发容易。
 通过自我发信参与世界的变化
 消费者与企业直接交流、
 价值认同成为顺应时代的关键

	Marketing 1.0	Marketing 2.0	Marketing 3.0
Keyword	产品为中心	消费者为中心	价值主导
Factor	产品技术革新	信息技术 (Internet)	多样化的信息技术 (SNS、IoT、etc.)
Target	消费者	各个消费者 显现化需求	独立消费者 潜在化需求
Guideline	产品开发 · 说明	产品差异化 企业定位	企业理念 未来图景 · 价值观
Communication	面向大众市场 宣传产品性能	面向不特定消费者 满足显现化需求	与个体消费者面对面接触 提供价值和新发现



What's VMD + 五感

物品价值
事物价值
情绪价值
“感动价值”的新时代



VMD +
日本空間価値研究所



Works -
Refa
设计“体验瞬间”



《WWD美容杂志》

评选“体验品牌TOP10” 指导其中3品牌VMD设计

ESTNATION
ライフスタイルを考慮して見せ方を工夫

PAUL & JOE BEAUTE
フォトジェニックな仕掛けで情報を発信

MUJI
「自然」密度「機」をキーワードに売り場を作成

INNISFREE
店舗ごとにVMDイメージに変化を与え

LUSH
フレッシュ&ハンドメイドをVMDで表現

BOTANIST
季節感や新商品をテーマにしたVMDで演出

LOFT
VMDコンテストやニューヨーク研修を実施

TOPIC
ウェブ上のVMDは
トライ&エラーの精神で

WWD BEAUTY

August 20, 2019 Vol.114

VMD 特集

ミレニアル世代攻略の鍵は 魅せる売り場作り

百貨店で広がる
化粧品売り場
ランコム
の最高級シリーズが刷新

今人気の10店を
徹底分析
異業種に見る
VMDトレンドとは？

“体験”というリアル店舗の メリットをVMDで魅せる

各カテゴリーでVMDに対する注目の取り組みを紹介

SOGO YOKOHAMA
「ガーデンパーティー」のイメージで「買い物楽しさ」を強く訴求

TOPIC
ポップアップイベントの
VMDの成功例を紹介

BOTANIST

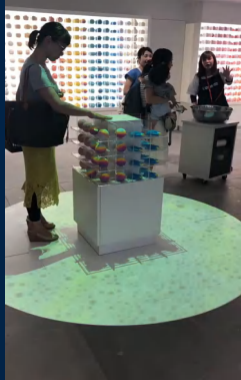
Works –
BOTANIST
设计“Like!”瞬间



- 空间演绎/装饰
- “网红点”
- TOOLS /POP



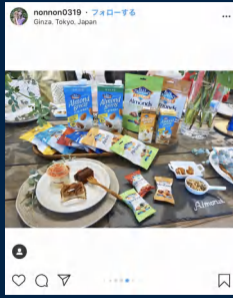
LUSH

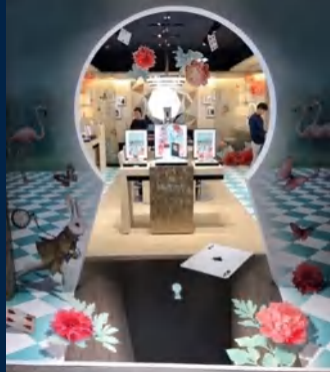




Blue Diamond
Almond Breeze PR event 2018









五感的作用

听觉
与视觉配合
增加体感一致



视觉
了解 · 感知



嗅觉
嗅觉增强联想
香味丰富心情



味觉
与视觉联动

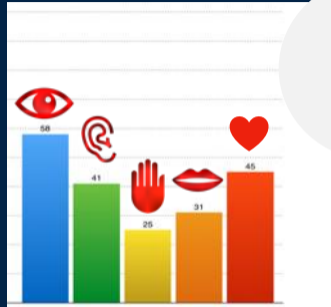


触觉
加深认知

五感对
“记忆与感情”的
影响度



VMD



五感



THE WATCH SHOP,
BEST

Works —
THE WATCH SHOP
设计“体感”

高级⇒高感度



VMD+
日本空間価値研究所



THE WATCH SHOP,
BEST

Works –
THE WATCH SHOP
设计“体感”





THE WATCH SHOP.
BEST

Works –
THE WATCH SHOP
设计“体感”



VMD+
日本空間価値研究所



Authentique

Works –
Authentique婚纱
设计故事



主题：婚纱的森林
新娘在婚纱中漫步
安静的选择

目的：提高成约率

VMD +
GO
KAN 5

VMD +
日本空间价值研究所

Loft



VMD+
日本空間価値研究所

Loft

Works – Loft
设计“笑容”



- 员工VMD培训
- Before & After学习



VMD策划专家培训 信息传递负责人培训

从VMD负责人中甄选150名
每年4次培训

STEP1: 基础员工

- 如何让卖场更具吸引力
- 产品魅力如何传达
信息传递方法

STEP 2: 组织者

- 卖场整体维护
- 门店诊断方法

STEP 3: 研究者

- 如何与销售业绩联动分析
- 案例检验、学习

STEP4: 专家

- VMD前·后比较实践
- 专家必备素养

AFTER

BEFORE



VMD POINT

使用场景

样品容易触摸

颜色区分



· VMD线上培训



VMD+
日本空間価値研究所

新時代NEXT!
未来VMD?

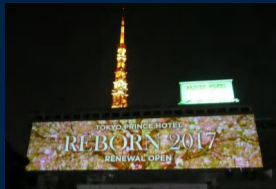
VMD = Visual
Media Marketing Design



Tokyo Prince Hotel Projection Mapping

主题：将酒店的成长历史以光雕投影形式在120米外墙呈现
内容与东京塔及东京观光产业契合


Prince Hotel



VMD+
GO
KAN 5

VMD+
日本空間価値研究所



Thank you

新時代
新小売戦略
新VMD+五感空間

大 高 啓 二

VMD 専門家

五感空間設計師



VMD+
日本空間価値研究所