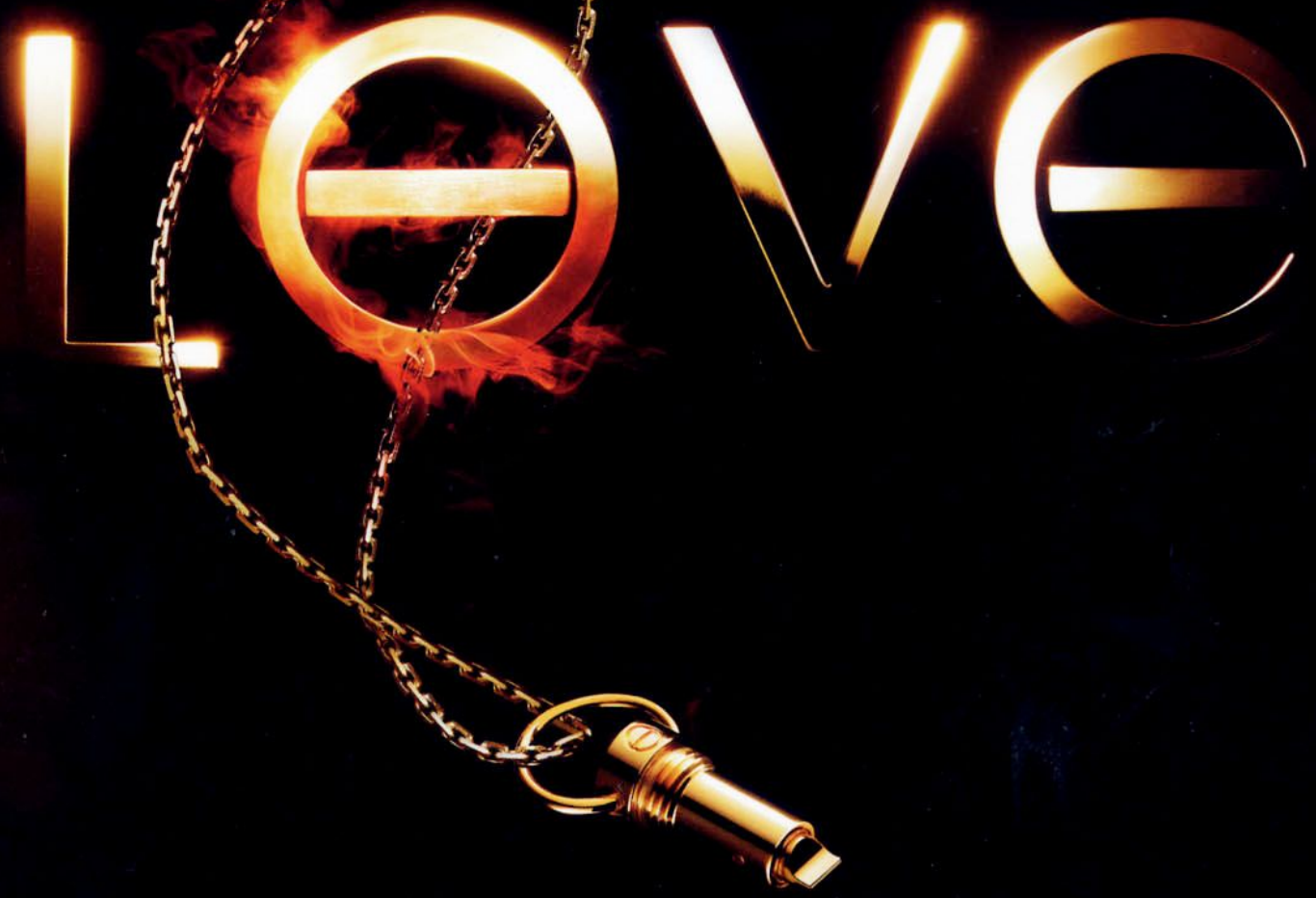


06 07  
ISSUE 10  
\$30

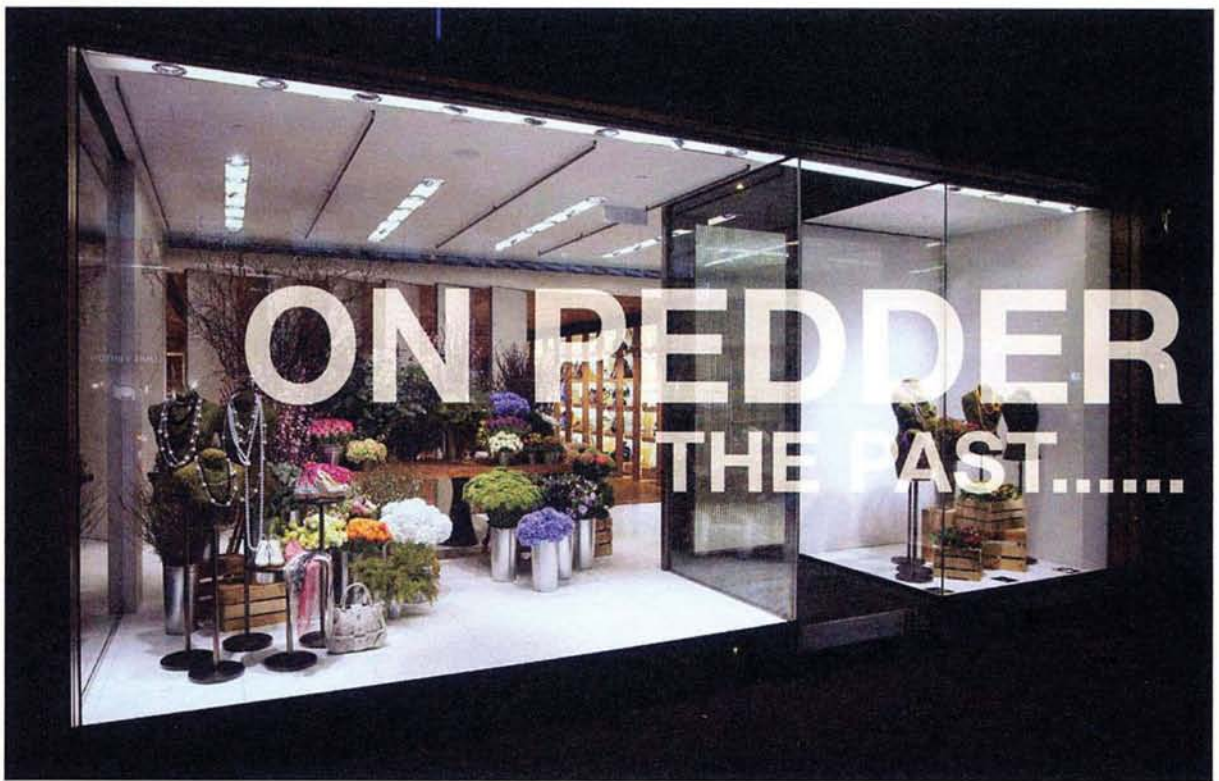
milk



*Cartier*



9 771991 520006



# TOMMY DOBRZYSKI

Store Presentation Director, Pedder Group

除了各大時裝店著重 Visual Merchandiser 創作 window display 來吸引顧客外，一向主要售賣高級時裝配飾的 On Pedder 也是以漂亮的櫥窗來與街上客人溝通。看似簡單的一雙高跟鞋跟一個手袋，經過 Visual Merchandiser 的法術之後，往往可能比一大堆時裝與人型模特兒來得更吸引，更令妳著迷。

生於美國新澤西州的 Tommy 為 Pedder Group 工作雖然只有短短的8個多月，不過因為學習背景的不同，使他擁有著其他時裝 Visual Merchandiser 沒有的背景和更有趣的工作經驗。「我在大學時修讀了建築及室內設計，但畢業後開始發現自己對物件與零售有更大興趣，於是便到了紐約 Soho 區的一間 gallery 當上了四年 Window Display 的工作，接著自己又開始漸漸對 High-end 傢俱設計產生了興趣，於是便去了英國倫敦的一家德國傢俱生產廠工作了兩年，當時開始認識了很多不同工作背景的人，也因此得到了機會再次回到紐約當場景設計，那三年間曾經為很多不同的國際時裝品牌合作，例如自己曾替 Prada 的硬照廣告設計場景，也有為意大利版《Vogue Magazine》設計拍攝道具。這些 project 也令我有機會跟國際知名的攝影師合作，得到不少難忘的經驗。然後得知香港的 Pedder Group 正擴大發展業務，所以便來了香港開始跟他們合作。」

那麼對他來說甚麼是 Visual Merchandising？「我覺得 Visual Merchandising 是一個 experience of a space，要製造一個有趣的空間包括了播放的音樂，也包括了空間內所有移動中的物件和擺放物件的方法，因為當你安排要移動一件貨品時，其實它也正影響著放在它旁邊的另一件貨品。所以要了解如何將不同品牌不同種類的貨物放在一起，以及掌握空間的變化已經是一門學問了。」Tommy 說。

經驗豐富的 Tommy 覺得自己最擅長是甚麼：「哈哈，我最喜歡把一些簡單 idea 的體積和規模放大！例如我們下一期將會以 Christian Louboutin 作為主要 Display 的貨品，也當然因為他本人將會來到香港，所以我們會做個櫥窗來與他打個招呼。我們又挑選了一些非常有中國色彩的物件來作背景道具，例如我把一個一個中國傳統的陶瓷花瓶的體積放大，再印上 Christian Louboutin 的簽名式藝術圖案，至今出來的效果也令自己非常滿意。」他一面解釋，一面翻閱為我們準備的一系列照片。

每天都會於中環 On Pedder 門前轉車的筆者，也曾多次被 On Pedder 漂亮而精緻的櫥窗吸引，幸好自己是男生，否則一定會被多次破財。那麼 Tommy 又最喜歡自己哪個設計呢？「其實我還沒有一個特別喜愛的設計，不過卻有一個令自己十分難忘，我們早前於冬季尾聲是以大量鮮花作櫥窗主要背景，不過由於要保持鮮花盛放的效果，所以需要每隔兩至三天把全部花卉更換。你應該也可以想像到當時我們要花多少功夫，不過倒是值得的，因為盛放中的鮮花便令到整間店舖充滿了香味，顧客們更說他們好像走進了一個森林呢！」

那麼 Tommy 的靈感又從哪裡可以找來？他笑說：「一定是書本和雜誌！我是不可在沒有書本的環境下生存的！這次搬來香港的時候我最關心也的是自己的書本的運輸呢，哈哈！我的藏書包括有關於建築、室內設計、產品設計以及藝術的書籍。不過我沒有時裝設計的書籍，因為我的工作不是要去品評衣服設計的好壞，而是如何令顧客與貨品產生獨有的關係，所以我比較喜歡吸收有關不同美學的知識。除此之外我的靈感也會來自自己日常生活所發生的事，觀察和留意身邊的事與物。」他更認為香港帶給他繁忙，但同時整潔而且優美的印象。

他又覺得櫥窗設計對時裝零售的影響之所以日漸提高，是因為現時很少客人會在完全沒有廣告、沒有佈置也不知道物件本身故事的情況下購物，所以一個櫥窗對於客人了解貨物的過程是非常重要的。那麼他的 Visual Merchandising Team 共有多少人呢？「我們共有七位 VM，加上另外兩位主要協助我的 Project Team 同事一同負責室內設計等工作。」

提到今期 On Pedder 的櫥窗又有甚麼設計特點，他說：「這個星期由於 Stella McCartney 來了香港，所以我們也特別展示了她的鞋款與手袋。而設計概念就是把一本原來是 2D 平面的最新夏季目錄變成 3D 立體擺設，再加上原有的貨品，使人產生了有趣的視覺效果。」

最後，Tommy 更為我們分享了一個他認為最有趣但還沒有機會實行的瘋狂構思。「我現在最希望可以在店舖的櫥窗設計成一個雪糕店，售賣例如我們十分喜愛的 Ben & Jerry's 雪糕，每位顧客都可以免費品嚐，不過當他們吃著雪糕的時候，就只可以在特定區域遠觀我們的貨品，因為她們不可以弄髒我們的貨品吧!!! 這個畫面加上每個顧客的心理反應變化，應該會很矛盾而且有趣。如果可以有更多這類型的活動，就可以培養香港的顧客定期來我們店舖參與有趣的活動，日漸形成有如紐約市民般，周末去逛大小畫廊的習慣。」幻想著自己在一大堆高級時裝品牌前吃免費雪糕，這個大膽的構思應該也會令到那些不太會逛 On Pedder 的男性顧客（例如筆者）都會有興趣參與一份兒呢！

