

《服装陈列设计》

一、选择题：

1、以下哪种道具不能陈列男鞋（ ）

A、L 型鞋架 B、台阶式鞋架 C、六寸鞋架 D、O 型鞋架

2、1.2 米货柜单层陈列 sku 数（ ）

A、4-6 只 B、6-9 只 C、8-10 只 D、10-12 只

3、下列关于 64 开新品上市立牌描述错误的是（ ）

A、1.2 米一个 B、货品低于 7 折禁止使用 C、女鞋陈列 1-2 层 D、男鞋陈列 1-4 层

4、（ ）是供顾客试衣、更衣的部分区域。

A 试衣部分 B 收银台 C 仓库 D 展示器具

5、成功的陈列除了向顾客告知卖场的销售信息外，同时还应传递一种特有的（ ）。

A 夸张的语言 B 视觉的语言 C 整洁规范 D 品牌文化

6、（ ）是为了更好地辅助卖场的销售活动，使顾客能更多地享受品牌超值的服务。

A 导入部分 B 营业部分 C 服务部分 D 展示器具

7、（多选题）陈列的工作目标包括（ ）。

A 整洁、规范 B 合理、和谐 C 时尚、风格 D 传播品牌文化

8、（多选题）在规划卖场之前，首先要了解一个卖场主要的（ ），
只有在一个合理规划卖场中，你的陈列才有可能做得更加精彩。

A 组成元素 B 基本功能 C 营业部分 D 服务部分

二、填空题：

- 1、国际著名服装大师阿玛尼是-----人？
- 2、陈列在服装营销中有重要的地位，是-----最重要的组成部分，是以-----为目的，以-----为主要手段？
- 3、陈列是卖场终端最有效的营销手段，通过一系列有组织的规划，从而达到促进产品销售-----的一种视觉营销活动。
- 4、陈列的主要目的就是为了-----。
- 5、经过精心的陈列卖场，可以提高商品的档次，增加商品的-----。

三、判断题：

- 1、作为一种服务于商业的活动，陈列的主要目的就是传播品牌文化，其次是促进销售。（ ）
- 2、“佐丹奴”对陈列也有它独到的观点：“尽管每个系列商品的数量是有限的，但通过每周两次更新库存，商品的轮换摆放，专卖店还是每天都给人耳目一新的感觉，这就是预先制定展示计划的良好效果。顾客们在店内不由得四顾环盼，他们感到商店仿佛永远都在更新。”（ ）
- 3、通道：是指顾客和销售人员在卖场中通行的空间。（ ）
- 4、重视陈列并不能留在口头上，在实际的工作中必须要赋予陈列管理人员一定的权利、一个施展才华的舞台。（ ）

5、目前大多数的服装设计，都有一定的系列性。同样我们在卖场进行的陈列时，也是按系列进行分组陈列的，因此在卖场的规划中，还要考虑货柜之间的组合，货架的摆放要方便陈列的组合展示。（ ）

6、一个好的方案也是陈列效果好坏的基础。（ ）

7、陈列是一门单一性的学科。（ ）

四、分析论述

1、以品牌为例，陈述品牌风格，定位，发展，陈列现状？

2、怎样理解卖场的场和人气？

3、如何做好一个优秀的陈列师？

4、列举服装展示器具种类并加以分析？

5、卖场规划步骤？

五、图类题

1， 请进行货架陈列色彩的设计

A 请用对比色或类似色搭配方式进行上下装搭配

B 请根据自己的设计用渐变法，间隔法对以下服装进行排列

2， 分析一下左边的店铺的平面规划图，请写出其平面规划上所出现的问题，在右边的空白图中进行重新规划排列

3， 橱窗陈列图片模拟

4， 流水台陈列模拟

5、高柜与高架的陈列模拟

答案:

一: 1-6 : CBDAD C 7、ABC 8、AB

二: 1、意大利人 2、视觉营销 促销 视觉语言 3、提升品牌形象 4、促进产品销售 传播品牌文化 5、附加值

三、1. 错 2. 错 3. 对 4. 对 5. 对 6. 对 7. 错

四、1、答: 西班牙品牌 ZARA 是简洁大方, 定位在 OL 类型, 中低价位的衣服, 这种服饰风格其实是一种以爆款跑量性质做业绩的店铺风格。店铺面积大, 装修到位, 产品价格低廉, 店铺营运为无导购式卖场, 库存管理非常到位, 款式跟随潮流。ZARA 品牌之道可以说是时尚服饰业界的一个另类, 在传统的顶级服饰品牌和大众服饰中间独辟蹊径开创了快速时尚模式。随着快速时尚成为时尚服饰行业的一大主流业态, 俨然成为时尚服饰业界的标杆。他对陈列有他独到的观点:

“尽管每个系列商品的数量是有限的, 但通过每周两次更新库存, 商品的轮换摆放, 专卖店还是每天都给人耳目一新的感觉, 这是预先制定展示计划的良好效果。顾客们在店内不由地四顾环盼, 他们感到商店仿佛永远都在更新。”

2、答: 卖场的“场”有两种含义: 一、适应某种需要的比较大的地方。二、物质存在的一种基本方式, 能传递事物间的相互作用, 如磁场等。卖场的“人气”有两点: 一、要有好的人缘, 营业员和顾客要形成交融交流的无形磁场; 二, 要从过合理的规划和陈列, 制造一个生动有趣的有形磁“场”, 从而吸引顾客上门。

3、答: 在服装企业中, 陈列师除了要扎扎实实掌握相关的专业知识

外，还要保持对相关资讯的敏锐感，了解服装设计和营销方面以及其他方面信息。陈列师所要了解的资讯包括以下方面： 1、服装设计：a、本年度国际服装流行趋势、流行色、流行面料的概括。B、本品牌当季的服装设计风格、系列、色彩及面料详细情况。2、营销：a、本品牌当季服装的产品结构，如服装的主推款和辅助款。B、本品牌每周销售前十名的款式。C、本品牌终端的销售概括。3、艺术：包括美术、音乐、建筑、室内装修等方面资讯。许多国外优秀的陈列方案都是从一些姐妹艺术中得到灵感和启发的。因此，一个优秀陈列师的视野应该是宽阔的，心里应该是年轻和充满着时代感的。永远保持一种学习精神，永远和时代同步，这是对一个优秀陈列师最基本的要求，只有这样才能向卓越靠近。

4、答：1、按形状分类：用框架组成的通常称为架，两侧封闭的通常称为柜，如西装的陈列通常用柜式。架除了常规的造型外，还包括：风车架：造型像风车，用于挂放服装和裤子的架。圣诞树架：造型像圣诞树，用于陈列叠装的 三层圆盘架。2、按高低分：高架（柜）：通常高度在 200-250cm 的展示器具。矮架（柜）：通常高度在 150cm 以下的展示器具。3、按摆放位置分：边架（柜）：拜访在卖场靠窗位置的展示器具。中岛架（柜）：拜访在卖场中间位置的展示器具。4、按功能分：饰品柜：用于陈列装饰品的柜子。鞋柜：用于陈列鞋子的柜子。

5、答：1、分布区域。卖场的分区主要从三方面考虑，(1)、便于顾客进入和购物。卖场是为顾客服务的，卖场规划必须要以顾客为中心，

每一处都必须从分考虑方便的购物行为，同时，卖场不仅要有充足的商品，还要创造出一种适宜的购物环境。(2)、便于货物推销和货物整理。主要应考虑两个方面：①有效的货品推销。②简洁、安全的货品和货款管理。(3)、便于货品陈列的有效展示。2、规划通道。(1)、通道规划原则。可以用四个字来概括，就是“便捷、引导”。在卖场规划中对通道和货架的安排，要出尽顾客按照设计的路径行走，从而达到让顾客浏览卖场全程的效果。(2)、卖场通道类型。一般常见，直线型通道，环绕型通道和自由型通道。(3)、入口设计。由于开放程度和透明程度给人的感觉不同，根据品牌定位不同，入口设计也不同。另外还要根据门面大小来考虑入口设计。3、排列货架和道具。卖场货架及道具的排列要整齐有序，可以有适当的变化，但要掌握分寸。4、统筹安排服务设施。(1)、规划试衣间。试衣间通常放在卖场深处，可以利用卖场的空间。其位置要方便顾客寻找，可再附近多放几个试衣间，方便顾客试衣。试衣室和试衣镜前要留有足够的空间，分不要合理。(2)、规划收银台。收银台通常放在卖场的后部，它的设置主要以满足顾客在购物高峰期时能够迅速付款结算。另外收银台中或附近可放置一些小型的服饰品，可以增加连带消费。

五、 1, 卖场规划不合理

2 试衣间少（因卖场面积很大）

3，风车架太多

4，收银台位置不对

5 无出入口标识