

《服装陈列设计》试卷

民族晨彩 设计融合 活态传承



THE LIBRARY OF INHERITANCE AND
INNOVATION OF MINORITY CLOTHES

少數民族服裝與服飾
傳承與創新資源庫

一、单选题：

- 1、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
- 2、（ ）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
- 3、在专卖店装修设计阶段，要和（ ）进行沟通，或直接参与卖场的规划方案的
A 卖场设计师 B 消费者 C 卖厂经理 D 经销商
- 4、点缀色给人的视觉感受是怎样的（ ）
A、主次分明，富有变化 B、色彩跳脱，显得刺激响亮
C、柔和、自然，又显得很有变化 D、整体感强，非常协调，显得柔和、文雅
- 5、彩虹法利用的是色彩之间的（ ）变化？
A、色相 B、纯度 C、明度 D、深浅
- 6、在新季之初，你要做一个新季陈列方案。你认为以下哪个数据可以帮助你（ ）
A. 《畅滞销统计表》 B. 《当季的订货单》
C. 《店铺销售报表》 D. 《商店库存统计表》
- 7、订货单中的哪一类商品承担了最主要的销售任务（ ）
A. （形象款）主题商品 B. （主力款）主推商品
C. （基础款）长销商品 D. 畅销商品
- 8、在商品衰退期，陈列的主要目的是什么（ ）

- A. 抓住最后机遇，冲击销售。B. 收集销售数据，为下一季做准备。
C. 消化库存。

9、以下哪种方案适合在商品销售的衰退期使用（ ）

- A. 主推商品为主，搭配滞销商品。B. 长销商品为主，搭配滞销商品。
C. 畅销商品为主，搭配滞销商品。D. 滞销商品为主，搭配色码不全的其他商品。

10、商品的销售周期的各个阶段是怎样发展的（ ）

- A. 成长期——导入期——成熟期——衰退期
B. 导入期——成长期——成熟期——衰退期
C. 成熟期——成长期——导入期——衰退期
D. 导入期——成熟期——成长期——衰退期

二、多选题：

1、陈列的管理流程主要包括：（ ）

- A 店铺日常陈列维护制度及新店开业的陈列扶持制度。
B 陈列方案设计及审批制度。
C 陈列物料的管理制度。
D 陈列实施制度和培训制度。

2、服装陈列主要是通过对产品、（ ）货架、模特、POP 海报、通道等一系列卖场元素进行有组织的规划，从而达到促进产品销售，提升品牌形象目的的一种视觉营销活动

- A 橱窗 B 道具 C 灯光 D 音乐

3、重复法陈列的商品给人怎样的视觉感受（ ）

A、商品设计感传达充分B、节奏感很强C、凌乱无序D、平和匀称

4、视觉空间是指哪些空间()

A、DP B、VP C、PP D、IP

5、店铺色彩平面规划有几种类型()

A、按照色彩区域规划B、按照主题结构规划

C、按照季节特征规划D、按照陈列形式规划

三、判断题:

1、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

A、对 B、错

2、一个好的方案也是陈列效果好坏的基础

A、对 B、错

3、渐变法的原理就是采用明度上或彩度上比较高的对比，使柜子变得更加精神。因此，我们可以在陈列柜和橱窗中进行广泛的运用

A、对 B、错

4、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

A、对 B、错

5、陈列是一门单一性的学科

A、对 B、错

四、填空题：

- 1、() 就是将卖场区域划分、货架的尺寸，服装的陈列形式等，按照各品牌或常规的标准统一执行
- 2、() 比较适合色彩较多、并将色彩作为主要设计点的服装品牌。
- 3、许多卖场把()和()作为第一分类排序实例，面料，功能价格往往放在后面。
- 4、一个优秀的陈列师必须具备一定的() 知识
- 5、卖场通道的设计还要考虑顾客在购物中 的空间

五、简答题：

- 1 橱窗的作用？设计的基本原则？
- 2 什么是人体工程学？
- 3 针对终端的陈列规范的手册常用的有两种形式是什么？

答案：一、单选题：1. C 2. A 3. A 4. A 5. A 6. B 7. B 8. C 9. D 10. B

二、多选题：1. AD 2. ABCD 3. AB 4. BCD 5. AB

三、判断题：1. 对 2. 对 3. 错 4. 对 5. 错

四、填空题：1. 规范 2. 色彩分类法 3. 色彩，性别 4. 卖场规划 5. 停留

五、简答题：

1、作用：橱窗是传播品牌文化和销售信息的载体。促销是橱窗设计最主要的目的。由于橱窗所承担的双重任务，因此针对不同品牌定位，季节以及营销目标，橱窗的设计风格也不相同。有的橱窗设计重在强调销售信息，设计手法直白、明了。另一种橱窗设计风格侧重于品牌文化的展示，设计手法比较含蓄。两种橱窗的设计风格虽然有些不同，但最终目标还是一样的，就是吸引顾客进店。原则：1、考虑顾客行走视线。橱窗的设计不仅要考虑静止的观赏角度和最佳的实现高度，还要考虑橱窗自远之近的视觉效果，以及穿过橱窗前的“移步即景”的效果。2、橱窗和卖场形成一个整体。橱窗是卖场的一部分，在布置上要卖场的整体陈列风格吻合，形成一个整体。3、要和卖场内营销活动相呼应。4、主题简洁鲜明，风格突出。

2、人体工程学是 20 世纪 50 年代前后发展起来的一门综合性交叉学科，它融合了技术科学、解剖学、心理学、人类学等学科的知识。主要是研究人的健康、安全和舒适等问题的科学。包括人体的尺寸、性别差异、视线、生活形态、心里感受等各

项内容，其目的是为了寻求“舒适、美、有效”三者的最有力的结合。人体工程学在卖场中的有效利用，主要是针对顾客的生理和心理的特点，使卖场的规划和环境更好地适应顾客购物和消费的需要，从而达到提高服装卖场环境质量和视觉感受的目标。在“以人为本”的经营理念下，只有围绕着人这一主体，充分了解和研究人体工程学知识，才能做到科学地规划卖场，使陈列更好地服务于顾客，达到促进销售的目的。

3、一种是基础性的陈列手册：是对陈列的基础规范。内容包括：色彩基础知识、陈列基础知识和陈列实务等，以及一些品牌的特殊陈列规范等。它的主要目的是让店铺掌握基本的陈列知识以及本品牌的陈列规范。第二种是季节性的陈列手册，对当季陈列应用进行规范指导，一般是根据服装的每季的特殊陈列方式来规范。内容包括：橱窗的陈列方式、各陈列面的陈列组合，细节的陈列、装饰品的排列、特殊的面料介绍。的主推款和辅助款。本品牌每周销售排行前 10 名的款式。本品牌终端的销售概况