

《服装陈列设计》

一、填空

1. 东方人平均身宽_____员工通道至少保持_____厘米宽度。
2. 在现代时装业中，企业发展的中心不是设计本身，而是如何进行_____推动，打造_____，成为整个运作的核心。
3. 人体工程学中_____和_____这两个因素对陈列工作影响最大。
4. 成功的卖场规划不仅要协调和谐还要有_____感，_____感。
5. 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。

二、判断

1. 作为一种服务于商业的活动，陈列的主要目的就是为了传播品牌文化，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. “ZARA”品牌是这样看待陈列的作用：“货品陈列所起的推销作用，比任何媒介大为有力。视觉化之货品推销是立足于销售之第一线，它是一个无声的推销员。”（ ）
7. 有秩序的卖场可以使顾客轻松地寻找他们想购的物品（ ）
8. 一个好的方案也是陈列效果好坏的基础。（ ）
9. POP 看板是放在卖场出口处的，用图片和文字结合的平面 POP 告知卖场营销信息。（ ）
10. 陈列是一门单一性的学科。（ ）

三、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. 下列哪一项不是营业前的工作：（ ）。
- A、整理仪容仪表
B、参加早班会
C、清点货品卖场补货
D、寒暄交流
3. 下述陈列标准错误的是（ ）。
- A、每个独立货架上只能出现一个 A4 立牌
B、货柜陈列可选择搭配箱包陈列，箱包只可以摆放在第一层，小型皮具可放置第二层
C、橱窗内的样品 7 天左右脚更换一次，半个月样品更换一次
D、夏季以女鞋凉鞋陈列，冬季以女靴鞋陈列
4. 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
5. 陈列的主要目的就是为（ ）。
- A 传播品牌文化
B 促进销售
C 整洁、规范
D 方便使用
6. 卖场中的主通道宽度一般在（ ）以上。
- A 120cm B 40cm C 90cm D 60cm
7. 作为一种服务于商业的活动，陈列的主要目的就是为（ ）促进销售，其次是（ ）。
- A 传播品牌文化
B 整洁、规范
C 方便使用
D 时尚、风格
8. （ ）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
9. 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
10. （ ）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（ ）。
- A 导入部分 B 营业部分 C 服务部分 D 展示器具

四、多选题

11. 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

12. 在规划卖场之前，首先要了解一个卖场主要的（ ），只有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

五、分析题

1. 什么是人体工程学？
2. 分析卖场中正挂陈列的特点以及规范：
3. 如何进行合理的服装和背景的搭配方式？

答案

填空题

1. 60cm , 40
2. 品牌 , 品牌
3. 尺度 , 视觉
4. 层次 , 节奏
5. 色彩 , 性别

判断题

1. 错 2. 错 3. 对 4. 对 5. 对 6. 错 7. 对 8. 对 9. 错 10. 错

选择题

- 1~5: CDCAB 6~10: AAADC

多选题

- 11: ABC 12: AB

分析题

1. 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”三者的最有机的结合。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。

2. 正挂陈列的特点：1 可以进行上下装和饰品的搭配展示，强调商品的款式细节风格和卖点，吸引顾客购买。2 取放比较方便。可以兼顾作为顾客试衣用的样衣。3 展示和储货兼之。有些正挂的挂钩上可同时挂上几件服装，既有展示作用，也有储货作用。 正挂装的陈列规范：1 衣架款式统一，挂钩一律朝左，方便顾客取放。2 可以进行单件的服装陈列，也可进行上下装的搭配。上下装组合搭配陈列时，上下装的套接的位置一定要到位。服装是否外露或塞进裤子中都要设计好，要有动态感，吊牌不外露。3 要考虑和相邻服装风格、长短的协调性。4 如有上下平行的两排正挂，通常将上装挂上排、下装挂下排。5 可多件正挂的挂通，应用 3 件或 6 件进行出样，同款同色尺码由外至内从大到小排列。

3. 在一些服装品牌特别是休闲装品牌中，为了更好地突出服装的风格和色彩，通常会在货架的背景上布置一些彩色的背景布。背景布和服装的搭配方式也有两种：一种是采用同类色的搭配方式，给人的感觉是柔和的风格。另一种是采用对比色的搭配方式，给人的感觉是一种强烈的对比感觉，比较刺激和兴奋。两种色彩搭配的运用，主要考虑品牌的风格，和服装的设计风格。如纯女装可以做得柔和些，运动或比较活跃的休闲装则可以做得刺激些。