

《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、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

2、如果模特 A 的 T 恤与模特 B 的连衣裙颜色一致，这是采用了哪一种搭配方法？

- A、平行呼应
- B、部分呼应
- C、上下交错
- D、点缀呼应

3、以下哪一项不是不是半开放式橱窗的特点？

- A、有相对独立空间，安全性较好。
- B、更换方便，能及时传达信息。
- C、观赏性强，适合营造氛围。
- D、视线容易受周围事物干扰。

4、流水台是对卖场中的陈列桌或陈列柜的通俗叫法。通常放在入口处或店堂的显眼位置。有单个或由（ ）个高度不同组合而成的子母式等形式。

- A、1-2 个
- B、3-4 个
- C、1-3 个
- D、2-3 个

5、均衡法是通过什么手段达到平衡的？

- A、商品放置位置的高低起伏
- B、通过不同的陈列新式的组合
- C、根据陈列的感觉和经验
- D、商品或道具在数量、色彩、长短上的重新设计和摆放。

6. 多系列、{ } 共存于同一个卖场中是服装的特点。

A、多色彩 B、多款式 C、多风格 D、多细节

7. 在商品导入期，陈列的主要目的是什么？

A. 储备销售数据，为后面的销售打好基础。

B. 找出畅销商品和滞销商品。

C. 保证陈列饱满，尽力引导销售。

D. 让市场认可新一季的设计理念和风格

7. “中国优秀织锦工艺传承人”是_____？（ ）

A、栗念礼 B、栗田梅 C、栗大姐 D、栗田丽

8. 、卖场中的主通道宽度一般在（ ）以上。

A、120cm B、40cm C、90cm D、60cm、

9. 在卖场陈列货品的分类时，（ ）常常成为优先考虑要素。

A 色彩 B 款式 C 面料 D 风格

10. （ ）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

二，多选题

1. 美感优先的商品配置法其特点是（ ）

A 容易进行组合陈列 B 创造卖场氛围 C 迅速打动顾客 D 引起连带销售

2. 一个有节奏感的卖场才能让人感到有起伏、有变化。节奏的变化不光体现在（ ）上，同样不同的（ ）也可以产生节奏感。

A 陈列 B 造型 C 风格搭配 D 色彩搭配

2. () 的搭配有一种柔和、秩序、和谐的感觉。大都用于卖场内货架的陈列。

A 中差色 B 互补色 C 邻近色 D 类似色

3. 一个有节奏感的卖场才能让人感到有起伏、有变化。节奏的变化不光体现在 () 上，同样不同的 () 也可以产生节奏感。

A 陈列 B 造型 C 风格搭配 D 色彩搭配

4、在进行卖场平面规划时，我们可以按以 () 下步骤进行。

A、区域分布 B、通道规划 C、货架和道具 D、服务设施

5. 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

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。 ()

2. 陈列是一门单一性的学科。 ()

3. 通道：是指顾客和销售人员在卖场中通行的空间。 ()

4. 彩虹法，就是将服装按色环上的黄、红、橙、蓝、青、紫、绿的排序排列。 ()

5. 在设有橱窗的卖场里流水台起到和橱窗里外呼应的作用，并且流水台更多地扮演间接传递销售信息的作用。（ ）

四．填空题

1. 人模造型从风格上分-----和-----

2. 人体工程学是 20 世纪-----年代前后发展起来的一门综合性的学科。

3. 陈 列 英 文 称 为 Display 、 Visual Presentation 或 Visual merchandising Presentation，是一门综合性的学科。它涵盖了视觉艺术、营销学、等多门学科_____知识，是卖场终端最有效的营销手段之一

4. 陈列在服装营销中有着重要的地位， 是_____最重要的组成部分。

5. 装饰品陈列中，包内应放上_____，使包完全展示出它的形状。

五．简答题

1. 如何进行合理的服装和背景的搭配方式？

2. 怎样理解卖场的场和人气 ？

六．闯关题

如何理解美感优先的商品配置法

答案：一、单选题：1—5.DBCDA 6—10.DBAAA

二、多选题：1.ABCD 2.BD 3.D 4.ABCD 5.ABC

三、判断题：1.对 2.错 3.A 对 4.错 5.对

四、填空题：1.写实写意 2.50 3.人体工程学 4.视觉营销 5.填充物

五、简答题：1.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。

2.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。

六、闯关题

美感优先的商品配置法，实际上就是按美的规律进行组织性的视觉营销，使服装在视觉上最大程度地展示其美感。这种配置着重考虑顾客购物中的感性思维特点，激发顾客购物情绪，引发顾客有冲动的消费。其方式可以通过对色彩系列和款式的合理安排来达到，也可以通过平衡、重复、呼应等搭配手法使卖场呈现节奏感。其特点是容易进行组合陈列，创造卖场氛围，迅速打动顾客，并能引起连带销售。特别适合一些女装、西装、以及设计感较强、配套性较强的服装品牌，也可以在一些品牌的卖场中做局部的陈列。

