

《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、单项选择题

1. 陈列的主要目的就是为了让 ()
A 传播品牌文化 B 促进销售 C 整洁、规范 D 方便使用
2. 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 () A1-2 个 B3-4 个
C1-3 个 D2-3 个
3. 卖场中的主通道宽度一般在 () 以上。
A120cm B 40cm C 90cm D 60cm
4. () 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
5. 我们在规划卖场时，不仅要考虑卖场的 () 和视觉的因素，同时还必须考虑 () 等因素。
A 空间 B 面积 C 营销方面 D 资金方
6. 橱窗由模特或其他陈列道具组成一组主题，来形象地表达品牌的 () 和卖场的 ()。
A. 设计理念 B. 销售信息 C. 文化内涵 D. 流行趋势
7. 服装展示器具按高低分为高架[柜]：高度高的称为高架[柜]，通常高度在 () 米左右；矮架[柜]：高度矮的称为矮架[柜]，通常高度在 () 米以下；
A3 米——3.52 米 B1.5 米 C2 米——2.5 米 D 1.3 米
8. 一个卖场能否吸引顾客的进入，并引起购物愿望，除了 ()

本身外，合理的（ ）、舒适的购物环境，也是重要因素之一。

A 商品 B 卖场设计 C 顾客 D POP 设计

9. 为了方便顾客的通行，卖场中的主通道宽度通常是以两个人正面交错走过的宽度而设定的，一般在（ ）以上。最窄的顾客通道宽度不能小于 90cm，仅供员工通过的通道，至少也应保持的宽度（ ）。

A 110cm B 120cm C 40cm D 50cm

10. 作为卖场的“雕塑家”，要对卖场中的服装进行二度塑造，其前提必须要充分了解服装本身的一些特点，了解（ ）的美学原理，同时要掌握基本的（ ），才能使陈列工作做到游刃有余。

A 形态构成 B 色彩原理 C 平面构成 D 陈列技巧

二. 多选题

1. 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

2. 合理的卖场规划同样也会提高卖场的（ ）的使用率。

A 营业效率 B 营业设施 C 基本功能 D 营业部分

3. 卖场通道的类型包括（ ）

A 直线型通道 B 开放型通道 C 环绕型通道 D 自由型通道

4. 一个服装陈列师在掌握熟练的陈列技巧后，还必须要掌握基本的（ ），这样才能真正搞好陈列工作。

A 营销知识 B 品牌知识 C 广告知识 D 管理知识

5. 陈列就是将产品更好地在终端进行销售,因此在制定陈列管理计划之前,除了必须要向公司的设计部门和营销部门了解新产品的设计风格、主题、总款数,新店的开业情况之外,还需要了解 ()

A 产品上市的波段安排 B 相关促销活动 C 公司的各个阶段的销售目标 D 订货会。

6. 在服装品牌中,陈列师所要了解的一些资讯,包括以下方面: ()

A 服装设计方面 B 营销方面 C 管理方面 D 艺术方面

7. 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

8. 一个布局合理的卖场既要在功能上体现合理性,还要体现出一种艺术的美感,反映卖场独特的 ()

A 经营理念 B 经营风格 C 顾客需求 D 形式美感

9. 陈列管理特点包括: ()

A 陈列是一项日常性的工作 B 多种形式的管理手段相结合 C 周期变更有一定的规律性 D 陈列工作需要团队合作,要和品牌运营系统保持一致

10. 陈列就是将产品更好地在终端进行销售,因此在制定陈列管理计划之前,除了必须要向公司的设计部门和营销部门了解新产品的设计风格、主题、总款数,新店的开业情况之外,还需要了解 ()

A 产品上市的波段安排 B 相关促销活动 C 公司的各个阶段的销售目

标 D 订货会

三. 判断题

1. “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。”（ ）
2. 卖场是为顾客服务的，卖场的规划必须要以顾客为中心，卖场的规划每一处都必须充分考虑顾客的购物行为（ ）
3. 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。（ ）
4. 一般卖场的前半场要差些是，而后半场则是黄金区。我们可以有意识地将主推款放在黄金区，以促进其销售业绩。（ ）
5. 一般我们可以将它划分为四个部分：导入部分、营业部分、服务部分和管理部分（ ）

四、简答题

1. 什么是环绕型通道
2. 陈列管理特点包括哪些内容？
- 3 . 什么是人体工程学？

五、闯关题

1. 人体工程学中尺度和视觉这两个要素对服装陈列工作中影响最大，在设计的过程中卖场尺度要考虑哪些因素？
2. 作为一名优秀的服装陈列师需要了解哪些资讯？

答案:

一. 选择题: 1. B 2. D 3. A 4. C 5. A, C 6. A, B 7. C, D 8. A, B 9. B, C 10. A, D

二. 多选题: 1. ABCD 2. AB 3. ACD 4. AD 5. ABCD 6. ABD 7. AB 8. AB 9. ABCD 10. ABCD

三. 判断题: 1. x 2. √ 3. √ 4. x 5. x

四. 简答题

1. 答案: 环绕型通道布局, 主通道的布局是以圆形环绕整个卖场, 这种通道设计适合于营业面积相对较大或中间有货架的卖场。其特点是: 具有指向性, 通道的指向直接将顾客引导到卖场的四周, 可以实行顾客的分流, 使顾客能迅速进入陈列效果较好的边柜; 通道简洁, 有变化, 顾客可以依次浏览和购买服装。环绕型通道布局有几种类型。O 型: R 型, 两个入口, 再围绕着中心岛的中间通道观看商品的动线。0 型, 一个入口, 再围绕着中心岛的中间通道观看商品的动线。8 字型。

2 答案: 陈列管理除了和其他管理工作有共同之处外, 也有自己的一些管理特点, 我们只有充分了解其特点, 才能有的放矢地制定一些行之有效的管理方法。陈列是一项日常性的工作多种形式的管理手段相结合周期变更有一定的规律性陈列工作需要团队合作要和品牌运营系统保持一致

3 答案: 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。

五、闯关题

1、答案：卖场中的尺度就是研究人体和道具货架的比例、大小的问题。卖场中所有的空间尺度、货架尺度、道具尺寸等要素都要围绕人体来设计、规划和陈列。顾客在卖场中的活动路径、浏览方式、选购动作都是我们在陈列之前所要研究和考虑的问题。卖场尺度和比例要考虑两个方面的因素：1、 货架和道具要符合货品本身的展示规格。2、 陈列的方式要符合顾客购物的基本特征。如服装的货架设计得过高，顾客就不容易拿到。过窄的通道使顾客没有进入的欲望。3、要和整体卖场的空间比例协调。合理、和谐是建立一个理想卖场的前提。这种合理、和谐包括人体和空间的尺度上合理、和谐，以及美学上的合理、和谐。

2、答案：1. 服装设计方面本年度国际的服装流行趋势、流行色、流行面料的概况。本品牌当季的服装设计风格、系列、服装色彩及面料详细情况。2. 营销方面本品牌当季服装的产品结构：如服装的主推

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。3. 艺术方面包括美术、音乐、建筑、室内装修等方面的资讯。俗话说“功夫在戏外”，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，一个优秀的陈列师他的视野应该是宽阔的，他的心理应该是年轻和永远充满着时代感的。永远保持一种学习的精神，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。