

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、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、

0型鞋架

2. 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讨论。

A 卖场设计师 B 消费者 C 卖厂经理 D 经销商

3. 卖场中的主通道宽度一般在（ ）以上。

A120cm B 40cm C 90cm D 60cm

4. 对重点推荐的货品以及新上市的货品，用（ ），吸引消费者

A 视觉的语言 B 装饰的语言 C 形式的语言 D 夸张的语言

5. 从卖场的营销流程上看，（ ）是顾客在卖场中购物活动的终点。

A. 服务部 B. 试衣部分 C. 收银台 D. 出口处

6. 渐变法利用的是色彩之间的（ ）变化。

A. 色相 B. 纯度 C. 明度 D. 深浅

7. 为了让顾客更清楚商品的设计思想，可以采取什么方法？

A. 陈列宣传海报 B. 陈列首饰 C. 陈列道具

D. 陈列商品说明 POP

8. 侧挂陈列以“面”的形式来展示商品，因此需要格外注重什么？ A. 摆放高度 B. 摆放次序 C. 色彩 D. 数量

9. 哪个陈列空间要注重视觉氛围的营造？

A. 道具陈列空间 B. 印象陈列空间 C. 主题陈列空间 D. 辅助陈列空间

10. 同类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

二、多选题

1. 人体工程学涉及的范围很广，其中（ ）要素对服装陈列工作中影响最大。

A 尺度 B 视觉 C 色彩 D 造型

2. 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

3. 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。

4. 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

5. 卖场商品配置规划应考虑的因素有（ ）

A 秩序 B 美感 C 促销 D 顾客

三、填空题

1. 人模造型从风格上分-----和-----

2. 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。

3. 试衣间一般采用色温低的光源，使色彩呈-----色。

4. 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。

5. 一般橱窗采用-----模特的陈列方式

四、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. 一个优秀的陈列师既要有扎实的陈列基础知识，同时还要对品牌的风格、顾客的购买心理、产品的销售有一定的研究。（ ）

3. 通道：是指顾客和销售人员在卖场中通行的空间。（ ）

4. 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。（ ）

5. 一个好的方案也是陈列效果好坏的基础。（ ）

五、闯关题

1. 列举服装展示器具种类并加以分析

六、简答题

1. 直线型通道的优缺点？
2. 怎样理解卖场的场和人气？

答案：

单选题：1—5 CAAAC 6—10 CDCBC

多选题:1. AB 2. ABCD 3. ABCD 4. AB 5. ABC

填空题:1. 写实、写意

2. 提升品牌形象

3. 暖

4. 50

5. 俩个或三个

判断题:1—5 √ √ √ × √

闯关题:

答: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。

简答题:

1. 答:直线型通道的优点是布局简洁,商品可以一目了然,节省空间,顾客容易寻找货品,便于快速结算,缺点是容易形成生硬、冷待和一览无遗的气氛。

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。