

# 《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. 作为一种服务于商业的活动，陈列的主要目的就是促进销售，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
2. 一个成功的卖场设计，不仅仅要考虑卖场环境的美观，同时还必须充分考虑（ ）的合理性。  
A 卖场功能 B 通道规划 C 区域分布 D 服务设施
3. 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。  
A1-2个 B3-4个 C1-3个 D2-3
4. 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
5. 在设有橱窗的卖场里流水台起到和橱窗里外（ ）的作用  
A 衔接 B 沟通 C 对比 D 呼应
6. 在商场中的矮架高度通常限制在（ ）米以下。  
A1.6米 B1.0米 C1.3米 D0.5米
7. 卖场内的视线要好，通常在（ ）设立矮架，有利于货品安全的管理  
A 中间 B 流水台 C 出口 D 入口
8. （ ）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
9. 成功的陈列除了向顾客告知卖场的（ ）外，同时还应传递一种特有的品牌文化，而传播品牌文化的最后目的还是为了进一步促进销售。  
A. 流行趋势 B. 促销信息 C. 销售信息 D.
10. 除了彩虹式排列法，货架中的色彩不易太多，一般在（ ）色就差不多了。  
A 2——4 B 3——6 C 3——5 D 2——5

## 二、多选题

1. 人体工程学的目的是为了寻求（ ）三者的最有机的结合  
A 便利 B 舒适 C 美 D 有效
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. 服装专卖店常用展示器具包括（ ）  
A 高架[柜] B 风车架 C 裤架 D 饰品柜
4. 陈列管理从管理者所处的位置来划分，可分为（ ）：  
A 服务陈列管理 B 系统陈列管理 C 终端陈列管理 D 研发陈列管理
5. 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

## 三、判断题

1. 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。（ ）
2. 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。（ ）
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. 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. 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（ ）。

#### 四、填空题

1. 服务过程导购员需至少 次报名
2. 卖场的通道规划要科学合理，货架及其他道具的摆放要符合及人体工程学
3. 比较适合色彩较多、并将色彩作为主要设计点的服装品牌。
4. 卖场通道的设计还要考虑顾客在购物中的空间。
5. 卖场中的尺度就是研究人体和 的比例、大小的问题。

#### 五、简答题

1. 如何做好一个优秀的陈列师？
2. 橱窗的作用？设计的基本原则？
3. 直线型通道的优缺点？

#### 六、闯关题

1. 简述服装卖场色彩的基本陈列方式：
2. 如何理解美感优先的商品配置法

答案:

一、单选题

1-5AADCD 6-10CADCB

二、多选题

1. BCD 2. AB 3. ABCD 4. BC 5. ABD

三、判断题

1-5 √ X √ XX

四、填空题

1. 3 2. 顾客的购物习惯 3. 色彩分类法 4. 停留 5. 道具货架

五、简答题

1. 在服装企业中，陈列师除了要扎扎实实掌握相关的专业知识外，还要保持对相关资讯的敏锐感，了解服装设计和营销方面以及其他方面信息。陈列师所要了解的资讯包括以下方面：1、服装设计：a、本年度国际服装流行趋势、流行色、流行面料的概括。B、本品牌当季的服装设计风格、系列、色彩及面料详细情况。2、营销：a、本品牌当季服装的产品结构，如服装的主推款和辅助款。B、本品牌每周销售前十名的款式。C、本品牌终端的销售概括。3、艺术：包括美术、音乐、建筑、室内装修等方面资讯。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，一个优秀陈列师的视野应该是宽阔的，心里应该是年轻和充满着时代感的。永远保持一种学习精神，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。

2. 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，在不久上要和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。

3. 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。

六、闯关题

1. 对比色搭配法：对比色搭配的特点是色彩比较强烈、视觉的冲击力比较大。因此这种色彩搭配经常在陈列中应用，特别是在橱窗的陈列中。2. 类似色搭配法：类似色搭配有一种柔和、宁静的感觉。卖场中的类似色陈列搭配还包括：单套服装上下装之间的类似色搭配、服装和背景的类似色搭配。对比色和类似色两种色彩搭配方式在卖场的色彩规划中是相辅相成的。如果一个卖场全部采用类似色的搭配就会感到过于宁静，缺乏动感。反之，太多地采用对比色也会使人感到躁动不安。因此，每个品牌都必须根据自己的品牌文化和顾客的定位选择合适的色彩搭配方案，并规划好两者之间的比例。

2. 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。由于这种配置方法比较着重商品色彩和造型，在产品的管理上会容易混乱，因此必须用其他分类法进行辅助。