

# 《陈列服装结构》

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、 正挂陈列就是将服装以 \_\_\_\_\_ 的一种陈列形式。

A 背面展示      B 侧面展示      C 底面展示      D 正面展示

2、就流行规律而言，每个季节的服装流行，都是几种最基本的  
(      ) 在起主导作用。

A 服装款式    B 服装色彩    C 服装面料    D 服装造型

3. 休闲裤的折叠，一条裤管在膝盖处折回 \_\_\_\_\_ ，可以增加陈列  
的立体感。

A 3 厘米      B 4 厘米      C 5 厘米      D 6 厘米

4. 人模陈列的优点是将服装用最接近人体穿着状态进行展示，可以  
使服装的(      )充分地展示出来。

A 面料                      B 款式                      C 细节

D 色彩

5、“中国优秀织锦工艺传承人”是\_\_\_\_\_？ (   )

A、粟念礼    B、粟田梅    C、粟大姐    D、粟田丽

6. 卖场中对称法就是以 \_\_\_\_\_ ，两边采用相同的排列方

式。

A 1个中心为对称点 B 2个中心为对称点 C 3个中心为对称点 D 4个中心为对称点

7、巴洛克时期首饰的流行以\_\_\_\_\_、首饰为主但造型简练与巴洛克时期极为的豪华明的对比。

A、水晶 B、钻石 C、珍珠 D、黄金

8、店铺中需要有一定数量的货品储备，为了达到充分利用卖场的目的，可大量采用\_\_\_\_\_形式。

A 侧挂陈列 B 正挂陈列 C 叠装陈列 D 平铺陈列

二：多选题

1、货品进行分类放置，排列要有次序和规律，整个卖场要保持一致的尺寸顺序如：侧挂时，采用从（ ），由小到大的原则；层板上的叠装，遵循从（ ），由小到大的原则，这也是从顾客视觉上的次序性和选购物品的便捷性来考虑的。

A 右到左 B 左到右 C 上到下

D 下到上

2、服装设计就是构想一个制作服装的方案，并借助于\_\_\_\_\_等，使构想物化的过程。

A、裁片    B、材料    C、裁剪    D、工艺手段

3、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

4、陈列的目的包括（ ）

A 促进销售    B 整洁、规范    C 时尚、风格    D 传播品牌文化

5、根据（ ）和（ ）的不同，卖场的陈列形态也各有不同，常见的主要有以下几种：叠装陈列、侧挂陈列、正挂陈列、人模陈列、装饰品陈列。

A 品牌定位                      B 流行趋势                      C 风格  
D 档次

6、水平垂直镜像可以做图形的哪些镜像？

A、水平镜像    B、垂直镜像    C、左右镜像    D、上下镜像

7、冕服是\_\_\_\_\_的祭服。

A、皇帝 B、公侯 C、卿大夫 D、士兵

1、以下属于服装 CAD 制版软件的是：（ ）

ET CAD B、富怡 CAD 、C、格柏 CAD D、3D MAX

9、壮族服饰以\_\_\_\_\_为主？

A、蓝色衣裙 B、黑色衣裙 C、衣裤式短款 D、对襟上衣

10、清朝礼冠中有\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_之分。

A、朝冠 B、花翎 C、朝带 D、吉服冠

三、判断题：

1、陈列在服装营销中有着重要的地位，是“视觉营销”最重要的组成部分。它包括以下一些特征，以美观为目的，以视觉语言为主要工具，直观性和系列性。（ ）。

A.对 B.错

2、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。（ ）

A、对 B、错

3、“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。”（ ）

A. 对 B. 错

4、有了设计风格才会有设计理念。（ ）

A、对 B、错

#### 四、填空题：

1. 陈列在服装营销中有着重要的地位，是\_\_\_\_\_最重要的组成部分。

2、从卖场陈列的形式美角度分析，目前服装卖场中常用陈列组合形式有：\_\_\_\_\_、均衡、重复等几种构成形式。

3、\_\_\_\_\_的发明使用，成为了我国远古居民缝制衣服的发端。

4、在隋唐时期，以服装的\_\_\_\_\_来区分官职。

5、服装连锁经营的秘诀就是将一个成功的方法进行无变形的复制。

因此怎样使终端的陈列规范化，就必须有一套规范的管理制度和\_\_\_\_\_。

6、过于规则的陈列方式会显得\_\_\_\_\_，过于随意的陈列方式会显得凌乱。

#### 五、简答题：

1、简述服装卖场色彩的基本陈列方式：

## 2、什么是人体工程学？

答案：一、单选题：1. D 2. D 3. A 4. C 5. B 6. A 7. c 8. C

二、多选题：1. BC 2. BCD 3. AD 4. AD 5. AC 6. AB 7. ABC

8. ABC 9. ABCD 10. AD

三、判断题：1. B 2. A 3. B 4. A

四、填空题：1. 视觉营销 2. 对称 3. 骨针 4. 颜色

5. 检查方式 6. 呆板

五、简答题：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. 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。