

《陈列服装结构试卷》

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、正挂陈列最大的优势是什么？

- A、直观充分地体现商品的细节，对消费者有强烈的指导意义。
- B、展示主推商品的卖点，方便顾客触摸、选择。
- C、能够陈列大量商品，方便商品之间的轻松类比。
- D、充分利用空间，进行商品储备。

2、模特陈列的最大优势是什么？

- A、直观充分地体现商品的细节，对消费者有强烈的指导意义。
- B、能够方便顾客触摸、选择。
- C、能够陈列大量商品，方便商品之间的轻松类比。
- D、充分利用空间，进行商品储备。

3、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

4、哪一种陈列手法可以产生稳定、平和的美感？

- A、均衡法
- B、重复法
- C、对称法
- D、对比法

5、按照人的正常视觉高度，哪个高度范围内的商品最直观，拿取最

方便?

A、0~69cm

B、70~180cm

C、181~240cm

D、50~160cm

6、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

7、卖点陈列 PP 主要用来做什么?

A、陈列主打商品，展示卖点。

B、展示滞销品，带动滞销品的销售。

C、营造主题氛围，体现品牌文化。

D、陈列主打商品的搭配，方便连带销售。

8、对比初学者来说，橱窗色彩平面规划一般从 _入手?

A、色彩、主题

B、主题、色彩

C、陈列形式、主题

D 主题、陈列形式

9、使用渐变的一杆侧挂具有怎样的视觉感受? A、前进和后退的感觉

B、空间感加强

C、非常有稳定感

D、 有序、井井有条

10、彩虹法利用的是色彩之间的变化？

A 色相

B、纯度

C、明度

D、 深浅

11、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

12、弱对比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

13、点缀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

14、导购空间的规划主要是通过来实现的。

- A、导购服务质量
- B、导购专业知识
- C、导购站位分布
- D、导购排班表

15、在导入口，为了符合顾客的行为习惯，尤其要 注重哪一侧的商品陈列？

- A、左侧
- B、 右侧
- C、无所谓哪一侧，主要看导购站位

二、多选题

16、试衣间是一个特殊的场所，除了保证清洁舒适 以外，还要注重哪些方面？

- A、 门、帘、锁的安全性。
- B、 试衣用品摆放合理，方便顾客使用。 C、扩大试衣间面积，试衣间越大，舒适度越高。
- D、每间试衣间都要配一双大码的试衣鞋。

17、优秀的陈列必须满足哪些特点？

- A、 易于观看
- B、易于触摸
- C、易于选择
- D、易于销售

E、 易于管理

18、陈列的方法有哪些？ ABC

A、 均衡法

B、 重复法

C、 对称法

D、对比法

19、以下哪种方式属于对称法？

A、 有明显对称轴，两边商品完全一样。 B、 有明显对称轴，

两边商品非常相似。 C、无明显对称轴，两边商品完全一样。

D、无明显对称轴，两边商品非常相似。

三、填空题

20、陈列在服装营销中有看重要的地位， 是“视觉营销”最重要的组成部分。它包 括以下一些特征，以促销为目的，以_____为主要工具，直观性和系统性。

21、服装陈列主要是通过对产品、橱窗、 货架、道具、模特、灯光、音乐、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_____活动

22、经过科学规划和精心陈列的卖场，可 以提高商品的档次，增加商品的_____。

23、通道的规划原则:可以用四个字来概 括，就是“_____”。

24、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_____使服装在视觉上最大程度地展示其美感

25、卖场的前半场一般是_____，后半 场则要差些。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。

26、我们还可以通过有意识的_____，开展连带性的销售。使整个陈列的 工作和服装营销有机地结合在一起，真 正地起到为销售服务的目的。

27、卖场动线指：_____

28、3 导购职责：_____、_____、_____、_____。

四、解答题

29、陈列六问是？

30、赠品管理注意事项

答案

一、单选题

1-5、BACCB

6-10、BABDA

11-15、DDACB

二、多选题

16、ABD

17、ABCDE

18、ABC

19、AB

三、填空题

20、视觉语言

21、视觉营销

22、附加值

23、便捷、引导

24、视觉营销

25、黄金区

26、商品组合

27、顾客在卖场内行走频率最高的一种路线 28、销售、服务、补货、理货。

四解答题

29、1、地面没有灰尘，垃圾及不相干的纸盒

2、橱窗玻璃及试衣镜干净明亮

3、干净整齐的收银台桌面

4、播放当季的宣传片及广告

5、灯光照射符合标准

6、仓库整洁干净无杂物

30、赠品属于店铺所有，个人禁止非法占用或挪用；

赠品的赠送方式由公司统一制定，店铺或个人不允许自行制定促销方式和赠送细则；

赠品必须达到公司赠送要求方可赠送，一般有数量限额，赠完即止；

赠品进出与货品进出步骤相同，严格按照货品进出顺序要

求操作

做好赠品登记，促销活动结束后进行赠品盘点；