

陈列师 写的 陈列书

席与琳 著

95幅陈列现场照片

50个真实案例

35位陈列师 + 买手 + 运营管理者 + 店主

28个视觉陈列专业术语

18条职场妙计

类品牌陈列法则

陈列师 写的 陈列书

席与琳 著

国家一级出版社



中国纺织出版社

全国百佳图书出版单位

内 容 提 要

本书分为“陈列扫盲篇”“小白入行篇”“陈列职场篇”“学习陈列篇”“店主经营篇”“在职陈列师分享篇”六大篇章，从新人入行、学习陈列、陈列工作、职业发展、陈列专业技能、店主经营、在职陈列师分享经验、陈列案例分析等多个维度透彻全面地展现了视觉陈列这一新兴学科。以图文的形式讲述了女装、男装、童装、运动类、珠宝、家居、多品类集合、奢侈品九大类的陈列法则，适用于各品类产品陈列的需求。

本书内容较为全面、权威，全书总共收录了95幅陈列现场照片，50个真实陈列案例，28条视觉陈列专业术语解析，18招职场妙计，9类品牌陈列法则。可作为品牌的陈列部内训资料，也可作为视觉陈列课程的教材。

图书在版编目(CIP)数据

陈列师写的陈列书 / 席与琳著. —北京: 中国纺织出版社, 2019.7

ISBN 978-7-5180-6002-3

I. ①陈… II. ①席… III. ①陈列设计 IV. ①J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第049427号

策划编辑: 符 芬 责任编辑: 沈 靖
责任校对: 楼旭红 责任印制: 何 建

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010 - 67004422 传真: 010 - 87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

北京利丰雅高长城印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2019年7月第1版第1次印刷

开本: 710×1000 1/16 印张: 16.5

字数: 141千字 定价: 198.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

作者介绍

席与琳 先生

视觉营销专家

中国第一代陈列师 1996 年进入视觉陈列行业

斑马视觉教学总监

曾担任

GUCCI, adidas, 三叶草, ESPRIT, I Do

等品牌的

陈列师, 陈列主管, 陈列经理, 零售运营经理, 视觉营销总监等职务

曾担任

万象城, 银泰, 王府井, 方所, CHARLES & KEITH, LI NING, STARBUCKS

等品牌和商场的

企业内训导师及视觉陈列项目导师

致读者

本书适合以下人群阅读：专业陈列师，野生陈列师，零基础小白，想要进入陈列行业的准陈列师，店主，品牌主理人，迷茫的陈列师，职业陈列师，想学两手陈列的人，对陈列好奇的人，想看本有趣的书打发时间的人……

之前趴在书店里翻过一些关于陈列的书，且不说内容，我惊奇地发现几乎这些书的作者都不是专业陈列师，既没在正规品牌担任过陈列师的职务，也没做过正规品牌的视觉陈列项目，更没有陈列行业的口碑和声誉。于是心生疑虑：“为什么没怎么正经做过陈列师的人居然能写关于陈列的书呢？读者看完这样的书会有收获吗？这些书里的内容符合实际情况吗？能实用吗？”

于是有了将自己做了二十多年陈列的老陈列师兼陈列老师的实践经验和知识整理成一本专著的想法。别的不敢说，起码专业性和实用性能有些保证，把多年来在实际陈列工作中总结的经验教训分享出来，兴许能对读者有些帮助，哪怕只有一字一句的帮助也是值得的！

一个人的视角和智慧是有限的，为了更全面、更客观地展现陈列画卷，还邀请了很多品牌的陈列师、买手、运营管理者 and 店主共同参与了这本有意思的陈列书的内容设计。

希望本书能刷新读者对陈列师和视觉陈列行业的认知！





片头曲

曾经有个品牌的老板自以为是地跟我说：“我们品牌什么都不做，就玩命做销售，销售做好了一切就都好了，陈列也自然会好的。”我并没搭理他，一则是不在同一个频道上的人没办法沟通；二则是不想浪费时间去救一个注定会被淘汰的品牌。

后来，两年时间不到，这个品牌不出所料地倒闭了，管理者的认知水平决定一个品牌的生路！

地球人都知道的品牌 ZARA，店员从不提供任何零售服务，不介绍产品，不缠着客人推销，不给客人做搭配，ZARA 的每个店员主要做一件事——那就是“做陈列”，于是 ZARA 的母公司 INDITEX 集团在历年福布斯富豪榜上都名列前茅。

ZARA 的创始人阿曼西奥·奥尔特加先生的理念是“做陈列其实就是在做销售”，所以他能从一间小小的裁缝铺兼服装店起家并成长为全球财富巨头。



ZARA 的陈列是这样的。

两个案例，两种理念，两个截然不同的结果！

目录

陈列扫盲科普篇	1
什么是视觉陈列	2
什么是陈列师	3
正版的陈列师职责	4
陈列新人入行篇	9
怎么入行做陈列师	10
从哪里可以真正了解陈列行业	14
什么样的人适合做陈列师	18
什么年纪适合做陈列师	20
陈列行业和薪资待遇	21
◆时尚女装陈列法则	25
陈列证书和认证陈列师系统	28
陈列师的简历与面试技巧	30
陈列师的职级	32
◆运动品牌陈列法则	37
陈列师的职业发展之路	40
假招聘的套路	42
◆快时尚陈列法则	47
在职陈列师解惑篇	51
陈列师的出身与光环	52
陈列规范就是圣旨	54
陈列遇到质疑时该怎么办	58

◆ 家居生活馆陈列法则	61
与外行斗智斗勇	64
陈列报告那点事儿	66
天下陈列唯快不破	68
◆ 奢侈品陈列法则	73
陈列主管经理们到底该干点儿什么	76
别被“熊队友”连累	78
◆ 珠宝陈列法则	81
珠宝陈列那些事	84
陈列师不是召之即来的快递小哥	88
加班癌怎么治	92
◆ 时尚男装陈列法则	95
“土财主”总想占你便宜	98
骑着驴找马	100
学点陈列增值篇	103
传说中的视觉陈列 AIDA 原理	104
视觉陈列九大原则的执行	106
◆ 童装陈列法则	109
新店开业陈列流程	112
新店开业陈列总流程	113
新店现场陈列执行流程	114
墙面陈列其实就两个字	116
陈列桌的车祸现场	120

模特服饰搭配的法则	124
群组模特穿搭和站位调整前后对比效果演示	128
烂买手累死好陈列师	130
动线死，店必死	132
动线设计总则	133
常见动线类型	134
不要把打折货放在入口	140
橱窗设计不是陈列师的职责	142
店主和人货场篇	146
店铺选址是第一关	148
一切问题都是“人”为	150
◆设计师集合店陈列法则	153
不要把“货”搞成祸	156
好用又好看的“场”	160
店铺管理与视觉陈列	164
陈列师和小伙伴篇	169
喜欢需要理由吗	170
我搬进了鸟的眼睛	172
Working Girl	174
大四就做了陈列师	176
文艺范儿十足的陈列师	178
梦想·坚持·生活	180

陈列师的孩子	182
那个我不想要的陈列师	184
陈列师的小幸福	186
陈列小白养成记	188
化妆品陈列师心语	190
陈列这个交叉路口	192
陈列经理的沟通	194
珠宝陈列师	196
审美是个大问题	198
这个店主有点逗	200
书店里的陈列师小姐姐	202
新零售的陈列梦	204
买手的陈列思维	206
“陈列”七年之痒	208
“我喜欢”与“执行力”	210
“不务正业”的决定	212
做少儿美育的陈列师	214
两种类型的店长	216
店主的金钥匙	218
“转行”做了陈列师	220
家居陈列的杂而不乱	223
N年的陈列师	224
视觉陈列·无问西东	226
孤独的长跑者	228

摩羯座坚持 ······	230
从商场做起 ······	232
陈列没有对与错 ······	234
视觉陈列星星之火 ······	236
视觉陈列的黄金时代 ······	238
视觉陈列专业词语解密 ······	243



陈列扫盲
科普篇

什么是视觉陈列

有视觉的地方就有视觉陈列

视觉陈列赋予产品第二次生命

视觉陈列是零售的交叉路口

视觉陈列是无声的销售

什么是陈列师

陈列师有很多种叫法,包括:陈列设计师,VM,VMD,Display等,但说的都是同一个“物种”,都是陈列师,只是称谓不同而已。

称作陈列设计师是因为在视觉陈列工作中分为两大板块:一是设计;二是陈列。说白了就是先动脑子再动手,没有设计的陈列只能叫理货,也就是地摊,没有陈列的设计叫瞎想,连地摊都不如!

能够全面规划设计和执行视觉陈列工作的那个“物种”才能称作陈列师,VMD的全称是 Visual Merchandising Design(视觉陈列设计)。

陈列师是视觉陈列的创造者

陈列师是店铺的化妆师

陈列师是潮流的引领者

陈列师是零售界的艺术家

陈列师是门店的守护者

陈列师是烂店的终结者

陈列师是魔术师

陈列师是设计者,也是执行者

陈列师是消防员

陈列师是时尚的传导者

陈列师是乱店的医生

陈列师给产品第二次生命

陈列师是……

正版的陈列师职责

陈列师的工作职责到底是什么？就这么一个基础得不能再基础的简单问题居然难倒了无数人，不但有些陈列师不知道，甚至有些品牌公司都不清楚，正是因为不知道陈列师的职责，所以，陈列师在某些时候才成了扑克牌里的大小王，身兼多种功能，而错误的打开方式会导致陈列工作一片混乱。

好了，敲黑板（划重点）！正版的陈列师工作职责在这里：

4

制订陈列规则

培训陈列技能

指导陈列工作

核查陈列执行

奖惩陈列效果

这才是正版的陈列师工作职责，希望从业同行不要再道听途说或自创陈列师职责了，害人害己！所有正规专业的品牌都是以此职责来运作和管理陈列部门的，也是用此职责来要求和考核陈列师的。这也是测试专业度的必答题，凡说不出正版陈列师职责的基本都是水货，我在招聘陈列师的时候就常问这个问题，答不对的就肯定不是专业人士，绝对不考虑录用。

值得一提的是，陈列师的工作职责里从来都没有挨家挨户去门店做陈列这么一条，执行和维护陈列是每一个店员、每一个店铺管理者的职责，看到陈列师在店里做陈列时通常是以下几种情况：

一是店铺没有能力执行陈列工作，没有能力完成公司交托的工作，所以，陈列师才会去店里做陈列。这种情况建议加强对涉事店铺的陈列培训或撤换相关管理者，因为不懂陈列的营运管理者是不称职、不专业的，应该请有能力的人代之。如果出于偷懒的动机把陈列工作甩给陈列师，那属于态度问题，更应该及时清理，以免不良的工作作风蔓延到全公司的所有员工和所有门店，导致企业文化和工作氛围败坏。

二是陈列师正在店铺做培训演示，手把手地指导店铺人员学习陈列技能。

三是陈列师友情帮忙，协助支援店铺的陈列工作。请注意，不要曲解协助支援这个词的真正含义，协助支援就是帮忙的意思，帮忙就是可以帮也可以不帮，是情分但并不是本职，更不是责任。

再强调一次，挨家挨户去店里做陈列不是陈列师的职责，就不需要说三遍了吧！

举个例子，本人在沈阳有个学生叫小凯，在字母 E 开头的国际品牌做陈列主管，有一天，有个新来的店长大言不惭地跟他说“我们店来新货了，你们赶紧来做陈列吧！”小凯告诉她：“你们先按之前培训过的基本陈列要求把产品陈列好，明天我们陈列师会过去指导调整的。”店长听了叫嚣道，“为什么让我们自己弄，你们陈列师不是就负责做陈列的吗？！”此话一出，小