

中等职业教育改革创新示范教材艺术设计类专业系列

# 服装陈列 设计

姚 律◎主编 张晓燕◎参编



FASHION DISPLAY DESIGN



东南大学出版社  
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

中等职业教育改革创新示范教材艺术设计类专业系列



# 服装陈列设计

FUZHUAGN CHENLIE SHEJI

主编 姚 律 参编 张晓燕



东南大学出版社  
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

· 南京 ·

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

服装陈列设计/姚律主编. —南京: 东南大学出版社, 2015.12

中等职业教育改革创新示范教材艺术设计类专业系列

ISBN 978-7-5641-6235-1

I. ①服… II. ①姚… III. ①服装—陈列设计—中等专业学校—教材 IV. ①TS942.8

中国版本图书馆CIP数据核字 ( 2015 ) 第301935号

## 服装陈列设计

---

出版发行 东南大学出版社  
社 址 南京市四牌楼2号 邮编 210096  
出版人 江建中  
网 址 <http://www.seupress.com>  
电子邮箱 [press@seupress.com](mailto:press@seupress.com)  
经 销 全国各地新华书店  
印 刷 扬中市印刷有限公司  
开 本 787mm × 1092mm 1/16  
印 张 9.25  
字 数 202千字  
版 次 2015年12月第1版  
印 次 2015年12月第1次印刷  
书 号 ISBN 978-7-5641-6235-1  
定 价 38.00元

---

本社图书若有印装质量问题, 请直接与营销部联系。电话 ( 传真 ): 025-83791830

## Foreword

## 前言

从近年来服装企业用人需求情况反馈，品牌企划类人才，特别是服装陈列设计人才，是一个需求量很大的缺口，因此，“服装陈列设计”是职业院校当中服装设计等相关专业的一门重要课程。基于目前陈列人才现状，本教材从职业能力要求出发，结合多年从事服装陈列一线教学的经验，侧重专业理论与实践技能相结合，以培养技能型和应用型服装陈列人才为基本目标，以增强学生的职业能力为中心，以生动实际的教学项目为载体，通过一个个工作任务，强调基于工作过程的动手能力的培养。

本教材被确立为浙江省中职课改省级示范校本教材。在教材的编写过程中，我们依据市场和企业的需求，在分析服装陈列设计人才培养目标、岗位要求、岗位能力以及平面设计工作流程的基础上，打破原来的学科教学体系，构建了以任务为核心、项目学习为主线的体系。教材将陈列设计的知识融入到品牌卖场构成分析、品牌卖场色彩陈列分析、陈列形式美的运用、橱窗陈列设计、陈列展厅模型制作等工作任务中，做到理论适度、重视应用，让学生在完成任务的过程中逐层掌握并学会服装陈列设计的知识点与技能，从而培养学生对陈列设计的审美及实际操作能力。

本教材的理论知识部分作为“学一学”的知识链接结合在每个项目任务中，同时配以大量时尚品牌的最新陈列案例说明；实践部分以“想一想”“练一练”“查一查”等大量激发学生兴趣的小栏目，促进了学生在学习任务过程中的练习、沟通、交流和团队协作能力以及实践技能操作能力的提高；本教材还注重评价方式的体现，以项目达标记录的方式来获得学生对技能掌握水平的反馈。

本教材由浙江省教坛新秀、湖州艺术与设计学校专业部部长、浙北童装设计中心设计总监姚律担任主编，浙江省湖州艺术与设计学校张晓燕讲师协助并整理编纂而成。

本教材既适合中高职业院校视觉营销专业的人员学习与参考，也适合有志于从事卖场陈列等相关行业的人员参考和学习。本教材在编写、审核一系列过程中，得到了东南大学出版社张丽萍编辑的大力支持，再此表示深深的感谢，同时，在教材的编写过程中，我们有选择地参考了一些著作成果，同时也引用了一些图文，在此向原作者深表谢意！

由于编写时间仓促，水平有限，书中疏漏在所难免，敬请广大读者不吝赐教，以便修订，使之日臻完善。

# CONTENTS

## 目 录

<b>项目一 服装陈列及职业认知</b>	<b>1</b>
■ 项目引言	2
■ 项目实施	2
任务一：陈列知识初探	2
任务二：理想陈列辨识	9
任务三：陈列人员职业认知	15
■ 项目达标记录	19
■ 项目总结	19
<b>项目二 服装品牌卖场陈列构成与布局</b>	<b>21</b>
■ 项目引言	22
■ 项目实施	22
任务四：品牌卖场构成分析	22
任务五：服装品牌卖场陈列布局与动线调研	31
■ 项目达标记录	37
■ 项目总结	37
<b>项目三 服装卖场陈列色彩与形态运用</b>	<b>39</b>
■ 项目引言	40
■ 项目实施	40
任务六：品牌卖场色彩陈列分析	40
任务七：衣柜式色彩和形态构成练习	48
■ 项目达标记录	58
■ 项目总结	58

<b>项目四 服装陈列形式运用</b>	<b>59</b>
■ 项目引言	60
■ 项目实施	60
任务八：陈列基本形式的比较	60
任务九：陈列形式美的运用	73
■ 项目达标记录	83
■ 项目总结	83
<b>项目五 服装橱窗陈列设计</b>	<b>85</b>
■ 项目引言	86
■ 项目实施	86
任务十：调研不同类型的橱窗	86
任务十一：橱窗陈列设计	94
■ 项目达标记录	104
■ 项目总结	104
<b>项目六 女装和西装陈列设计</b>	<b>105</b>
■ 项目引言	106
■ 项目实施	106
任务十二：女装陈列调研	106
任务十三：西装陈列调研	120
■ 项目达标记录	139
■ 项目总结	140
<b>参考文献</b>	<b>141</b>

FASHION  
DISPLAY  
DESIGN

项目一

服装陈列及职业认知



## 项目引言

自“陈列”诞生以来，这种与服装行业密切相关的时尚艺术行为，在为服装品牌塑造形象的同时，也增加了品牌的附加值。

目前，我国服装品牌的陈列水平与国际大牌相比还有明显的差距，庆幸的是许多人已经认识到了陈列在营销战略中的重要性，并正在迎头赶上。那么，什么是陈列？如何让陈列更有效？如何做到造型与商业完美结合？如何从一名爱好者或者没有接受过专业培训的“陈列师”成长为一名真正的职业陈列设计师？在本项目中我们将来进行一个系统的学习，也可以为完成后续任务提供理论基础。

根据这些问题和要求，本项目完成的任务有：

- 任务一：陈列知识初探；
- 任务二：理想陈列辨识；
- 任务三：陈列师的职业认识。

## 项目实施

### 任务一：陈列知识初探

#### 1. 任务目标

通过对问卷调查的填写和分析，了解消费习惯与陈列的关系和什么是陈列。

#### 2. 任务基本程序和考核要求

- (1) 分组：每人一组。
- (2) 任务分析：根据调查问卷思考卖场陈列是否影响着我们的消费习惯，是否促进消费。要求认真填写并进行总结思考。
- (3) 评价：分别谈谈自己的感悟。



#### 学一学

### 陈列的含义

近来业界流传着一句出自法国的经商谚语：即使是水果蔬菜，也要像一幅静



物写生画那样艺术地排列，因为商品的美感能撩起顾客的购买欲望。

下面有两张照片，正好都出现了水果这个角色。这是两张出自两个截然不同的场所的照片。一张摄于中国的街头（图1-1），一张摄于国外的男装博览会里（图1-2）。当两张文化和场所迥异的照片放在一起时，却有许多惊人相似之处。



图1-1 水果摊的陈列展示



图1-2 国外男装博览会陈列展示

第一张是在街上随手抓拍的一个普通的流动水果摊的照片，摊主用最朴素的水果摆放方式，来推销他的水果。

水果摊主可能从来没有学过什么陈列和色彩的知识，但他这些简单朴素的摆放方式，却让我们领略到陈列中最核心的内容。

1. 陈列方式：突出重点，将大的桃子放在上面，将小的放在下面。
2. 色彩排列：采用对比色的形式。用绿色来衬托红色的桃子，使桃子显得

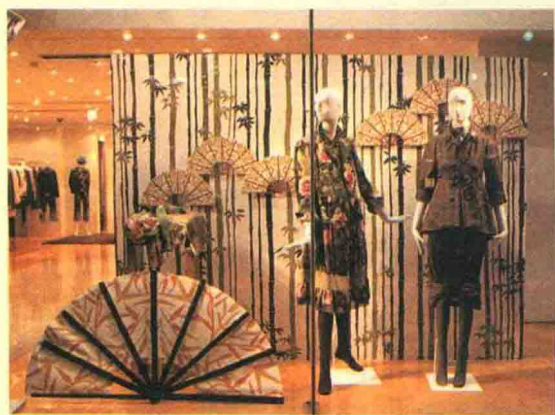


图1-3 优秀橱窗陈列展示1

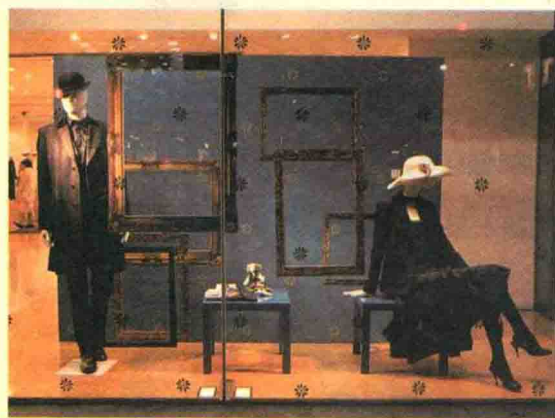


图1-4 优秀橱窗陈列展示2

更加鲜艳。

3. 产品鲜度：为了突出水果的鲜度，摊主用几片桃树叶来强调产品是刚刚采摘下来的，并用几个水滴增加水果新鲜感。

第二张是国外男装博览会上的照片，服装陈列师们把菠萝、香蕉、柠檬和服装陈列在一起，除了在寻求一种视觉的新奇感以外，其实也是借水果来表达服装的一种时尚鲜度。

不仅水果有新鲜度，服装同样也有它的新鲜度，服装的新鲜度其实就是流行感。只不过水果的新鲜度可以用眼也可以用嘴来检验；而服装只能用眼来品尝。如果把服装比做菜肴，那么陈列就是经过陈列师的精心调配后，呈现给顾客的一席视觉盛宴，不仅有时尚的色彩，还有流行的香味。

有许多人认为陈列就是布置橱窗、给人模穿穿衣服，这是对陈列的片面理解。陈列涵盖了营销学、心理学、视觉艺术等多门学科知识，英文称为 Display, Showing, Visual Presentation 或 Visual Merchandising Presentation，是一门综合性的学科，也是终端卖场最有效的营销手段之一，通过对产品、橱窗、货架、模特、灯光、音乐、POP海报（即店前广告）、通道的科学规划，达到促进产品销售、提升品牌形象的目的。

一个优秀的陈列师除了具有扎实的基础知识外，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。

近年国内的营销界也把卖场陈列称为“视觉营销”，足见陈列在营销中的地位（图1-3、图1-4）。



## 想一想

### 陈列的作用是什么呢?

陈列有以下两个作用:

1. 促进产品销售: 通过各种陈列形式可以使静止的服装变成顾客关注的目标。对重点推荐的货品以及新上市的货品, 用视觉的语言吸引消费者。同时, 经过科学规划和精心陈列的卖场可以提高商品的档次, 增加商品的附加值。

2. 传播品牌文化: 服装除了物质层面的东西外, 更是一种文化。好的陈列除了告知顾客卖场的销售信息外, 同时还应传递企业特有的品牌文化。一个品牌只有建立起自己特有的品牌文化, 才能加深消费者对品牌的印象, 从而形成一批忠实的顾客群, 让自己的品牌可以从众多品牌中脱颖而出, 并增强企业的品牌竞争力, 占有更多的市场份额。



## 练一练

### 调查问卷填写

Q1: 在您购买衣物时, 您经常会?

- 一件一件购买, 自己搭配
- 购买套装
- 看店里模特搭配购买

Q2: 逛街时看到某服装品牌的橱窗很漂亮, 是否会有兴趣走进该店?

- 有兴趣并且会进入
- 有兴趣但不会进入, 只会多看几眼
- 不会进入

Q3: 你是否会因为橱窗中漂亮商品或搭配而产生购买冲动?

- 经常会
- 偶尔会
- 基本不会

Q4: 当你走进服装店时, 您的视觉习惯一般是?

- 从左往右
- 从右往左
- 从上往下
- 从下往上
- 从左上往右下

从右上往左下

Q5: 您觉得将同色系的服装归类在一起会方便选择吗?

是

否

Q6: 您在购买商品时会配套购买店家搭配的衣服吗?

不会

很少会

偶尔会

通常会

Q7: 您觉得现在的服装卖场存在哪些问题?

服装陈列数量过多

服装陈列数量过少

服装陈列凌乱

服装整体搭配不协调

服装寻找或拿取不便

服装陈列颜色不协调

陈列道具过旧

模特形态单一

卖场灯光不舒适

音乐太嘈杂

Q8: 卖场中陈列把商品分新品、促销品等区域划分是否方便您选购?

是

不是

不一定

Q9: 实体店购物时, 您最终购买的衣物多位于店面的什么位置?

人体模型展示

挂装展示

叠装展示

没注意过

Q10: 店面哪里的衣服您试穿得最多?

模特展示

墙上挂的(位置高)

货架挂的(位置较低)

货架叠的

有目的地寻找某一件衣服



从调查问卷中的答案中可知：顾客购买衣服时，除了需要人和人之间的“尊重、渴望、微笑”的精神体验外，他们还需要“获得良好的环境，获取时尚信息、气氛”等视觉和听觉的体验，而这些需求所占的比例一点也不亚于服装的本身。

意大利著名的服装设计师乔治·阿玛尼早期就在意大利的一个百货公司里从事橱窗陈列工作，陈列师出身的阿玛尼对卖场的陈列有着更深刻的理解：“我们要为顾客创造一种激动人心而且出乎意料的体验，同时又在整体上维持清晰一致的识别。商店的每一个部分都在表达我的美学理念，我希望能在一个空间和一种氛围中展示我的设计，为顾客提供一种深刻的体验。”

请注意这句话：“商店的每一个部分都在表达我的美学理念，我希望能在一个空间和一种氛围中展示我的设计。”也就是说阿玛尼的服装是在阿玛尼专卖店的特定的环境中、灯光、陈列方式以及营业员的服务——这样一种特定的品牌文化的氛围下销售出去的。设想如果把阿玛尼的服装放到一个杂乱无章的低档批发市场中销售，还能卖出专卖店那样的价格吗？因此，从这个意义上讲，陈列方式和服装同样是有价值的，陈列可以促进销售，可以创造价值（图1-5）。

著名的休闲装品牌佐丹奴自1992年进入内地以来，就一直不遗余力在终端推广陈列。佐丹奴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，货品给予消费者的第一印象亦是持久的印象。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（图1-6）。



图1-5 陈列展示1



图1-6 陈列展示2

无独有偶，作为国际级品牌新偶像的ZARA（图1-7、图1-8）对陈列也有它独到的观点：“尽管每个系列商品的数量是有限的，但通过每周两次更新库存、商品的轮换摆放，专卖店还是每天都给人耳目一新的感觉，这就是预先制定展示计划的良好效果。顾客们在店内不由得四顾环盼，他们感到商店好像永远都在更新。”

无论佐丹奴还是ZARA，它们不光对卖场进行科学的规划，并且还预先制定了陈列方案，对陈列的重视已成为许多国际品牌的共识。



图1-7 ZARA  
陈列展示1

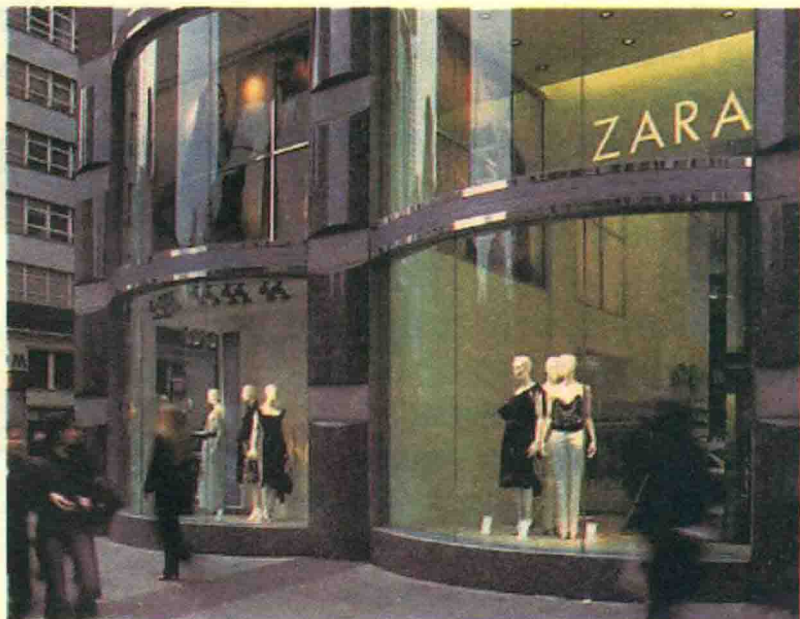


图1-8 ZARA  
陈列展示2



## 任务二：理想陈列辨识

### 1. 任务目标

通过任务，让学生初步接触服装陈列。并通过搜集国内外优秀的陈列图片及查找优秀的陈列案例，提高对陈列的审美力，并为后续的学习打好基础。

### 2. 任务基本程序和考核要求

(1) 分组：4~5人一组。

(2) 任务分析：任务相对简单，通过调研和资料搜集，结合本任务学习，掌握陈列是什么，陈列认知的误区，了解什么是理想的陈列；以此为目标搜集好的卖场陈列图片与案例并进行分析。

(3) 作业评价：制作PPT进行总结。



### 学一学

#### 理想的服装陈列

卖场陈列根据工作目标和结果的不同，大致可以把它分为三个层次：1.整洁、规范；2.合理、和谐；3.时尚、风格。

不同的品牌要对自身的陈列现状进行分析，确定契合实际的工作目标，一步一个脚印地向上提升，切忌“一口吃成个胖子”的冒进思想。

1. 整洁、规范：卖场中首先要保持整洁，即场地干净、清洁，服装货架无灰尘，货物堆放整齐，挂装平整，灯光明亮。假如连这点都做不到，我们就无法去实施其他陈列工作了。规范就是卖场区域划分，货架的尺寸，服装的展示、折叠、出样均要做到能按照各品牌或常规的标准统一执行（图1-9、图1-10）。



图1-9 整洁、规范的橱窗展示1



图1-10 整洁、规范的橱窗展示2

2. 合理、和谐：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顾客的购物习惯及人体工程学，服装的分区划分要和品牌的推广和营销策略相符合。同时还要做到服装排列有节奏感，色彩协调，店内店外的整体风格要统一协调（图1-11）。



图1-11 合理、和谐的卖场展示