

附件 9:

2025年全国职业院校学生服装商品展示技术技能大赛

服装陈列设计赛项理论考试（模拟试题）

（总分 100 分 考试时间 60 分钟）

一、判断题：共 30 题，每题 1 分，共 30 分

- 1、橱窗的作用一方面是强调销售信息，另一方面是传播品牌文化。（ ）
- 2、橱窗中的留白是指在陈列载体的空间留下相应空白。适度的留白可以表现视觉重点，凸显物体的本身，直接简单地传递信息，以体现商品的价值感。（ ）
- 3、店铺在商品上新波段时一般都会做陈列调整，既可以满足新品及时上架的需要，也可以将新上架商品和已上架商品进行合理的搭配。（ ）
- 4、对比色搭配是指色相环上相邻 30 度色彩之间的组合搭配。（ ）
- 5、对于要求退货的顾客，应尽量说服其更换相同或等值商品，尽可能避免退货还钱的情况发生。（ ）
- 6、间隔排列法就是通过两种以上的色彩间隔和重复，产生一种韵律和节奏感，使卖场中充满变化，使人感到兴奋。（ ）
- 7、客单价就是平均单票销售额，是个人销售业绩的最重要影响因素之一，可以简单的理解为日客单价=日销售金额/单票销售额。（ ）
- 8、卖场造型的均衡法是指：采用两种以上的陈列形式进行多次交替循环的陈列手法，能产生视觉上的节奏，给人一种愉悦的韵律感。（ ）
- 9、橱窗每天必须保持通透、明亮、洁净的外观效果，橱窗玻璃、地板、侧墙、商品及模特等道具不可以有灰尘、污渍、印痕等。（ ）
- 10、卖场中对称法就是以—个中心为对称点，两边采用相同的排列方式，给人的是稳重、和谐的感觉。（ ）
- 11、卖场中斜侧光能最有效地展示产品的立体感。（ ）
- 12、生活场景风格的橱窗格调高雅，使用范围最广，几乎涉及中高档服装或大众品牌服装。（ ）
- 13、营销推广规划是指企业或者店铺根据产品、客群、价位、时间等因素针对性、系列性的促销手段。（ ）
- 14、背景海报和灯光是橱窗的最主要的元素。（ ）
- 15、人模出样的位置一般都放在橱窗或店堂里显眼位置上，出样的服装通常是单价最高的服装。（ ）
- 16、人模服装组合搭配中，注意细节处理可以使人模组合陈列更加生动、时尚。（ ）
- 17、人型模特的着装方法和顺序为：做好准备工作、穿上装、穿下装、做手臂的调整。（ ）
- 18、色彩的轻重感一般由明度决定。高明度具有轻感，低明度具有重感；白色最轻，黑色最重。（ ）
- 19、收银台是顾客付款结算的地方，通常也是店长和主管在卖场中的工作位置。（ ）

- 20、售罄率是指在一定周期内，某个 SKU 的商品售出的数量与该 SKU 进货数量的比例反映商品消化速度。()
- 21、同款式衣物每件折叠大小、尺寸可因叠装手法不同叠得不一样。()
- 22、同系列差异化组合搭配，使橱窗视觉效果协调统一又风格鲜明。()
- 23、统一法服饰色彩搭配采用同一色调或色系的服饰搭配在一起，产生和谐、自然柔和的服饰美，呈现端庄、成熟稳重的服饰风格效果。()
- 24、现在服装市场上占份额比最大的是休闲风格，它可以和任何风格融合，形成新的风格。()
- 25、销售额是指某段时期商品销售的现金额。销售额=进店数×成交率×平均客单价。()
- 26、销售流程由开始准备、了解顾客、推荐、达成交易四部分组成。()
- 27、羊腿袖、蝙蝠袖这种大体积蓬松的袖型会使手臂部分显的纤细，但在视觉上反而使肩膀横向加宽，使上半身显的壮硕。()
- 28、正挂体现的是服装悬挂时正面的服装款式效果，因其具有占地面积小且展示商品多的特点，是服装卖场使用频率最高的陈列方式。()
- 29、中岛台陈列款式不要太拥挤，顾客打开之后很难在叠好恢复原样，款式太多，容易影响陈列的美感。()
- 30、店铺员工可随意根据销售经验去选择橱窗模特出样商品。()

二、单选题：共 40 题，每题 1 分，共 40 分

- 1、侧挂装的陈列在尺码规范上要求()。
- A、从左到右 大码至小码
- B、从左到右 小码至大码
- C、从右到左 大码至小码
- D、从右到左 小码至大码
- 2、根据尺度和视觉的原理，再进行综合考虑，一般把货架分成三个区域：印象陈列空间、()、搭配陈列空间。
- A、想象陈列空间
- B、概念陈列空间
- C、形象陈列空间
- D、主要陈列空间
- 3、人体工程学是 20 世纪()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。
- A、30
- B、40
- C、50
- D、60
- 4、()是顾客的选购区，是直接进行商品销售活动的区域，也是服装商品主要的陈列区域，是卖场的核心区域。
- A、导入区
- B、服务区
- C、营业区
- D、商品区
- 5、()是销售活动的辅助空间，其功能是为顾客提供超值的服务，提升顾客

的消费体验。

- A、导入区
- B、服务区
- C、营业区
- D、商品区

6、()是指橱窗本身与店面后堂之间没有任何隔断,顾客可以从店外橱窗正面看到整个店面的环境。

- A、封闭式橱窗
- B、开放式橱窗
- C、半开放式橱窗
- D、场景式橱窗

7、()是指在单位时间内,从店铺门口经过的客流量与进入店铺内的客流量的比率。

- A、进店率
- B、销售占比
- C、件单价
- D、货单价

8、()是商品自身的陈列布局,也称为单品陈列,以商品摆放为主。

- A、VP区
- B、PP区
- C、IP区
- D、DP区

9、()是以一个中心为对称点,两边采用相同的排列方式,在视觉上具有很强的稳定性和完整性,这种形式在卖场中被广泛使用。

- A、均衡法
- B、重复法
- C、对称法

10、()=进店数×成交率×平均客单价。

- A、销售额
- B、销售收入
- C、净销售收入

11、()是将服装用折叠形式进行展示的一种陈列方式。

- A、人模陈列
- B、正挂陈列
- C、叠装陈列
- D、侧挂陈列

12、陈列管理从管理者所处的位置来划分,可分为系统陈列管理和()。

- A、服务陈列管理
- B、营销陈列管理
- C、终端陈列管理
- D、研发陈列管理

13、橱窗墙面常用()方式进行墙面的绘制安装。

- A、剪纸
- B、漆绘

C、安装

14、橱窗中光线对于烘托商品视觉效果，营造橱窗气氛起着至关重要的作用主光的光位一般位于（ ）。

- A、人模胸部
- B、人模腿部
- C、人模脚部
- D、人模头部

15、卖场陈列色彩规划时首先要考虑的是（ ）。

- A、店铺环境色
- B、商品本身
- C、客群特点
- D、同类品牌

16、订货单中的哪一类商品承担了最主要的销售任务（ ）。

- A、（形象款）主题商品
- B、（主力款）主推商品
- C、（基础款）长销商品
- D、畅销商品

17、卖场中的（ ）打破了对称的格局，通过对服装、饰品的陈列方式以及位置的精心摆放，来重新获得一种新的平衡。

- A、对称法
- B、均衡法
- C、重复法

18、民族风格是指吸取中西方民族、民俗元素，结合时代精神和理念，融入新材料、流行元素等达到的民族化和（ ）的完美结合。

- A、时代感
- B、个性化
- C、民俗化

19、（ ）位置一般陈列引流款、畅销款、最新款等，并且会模拟生活场景进行主题式陈列，是吸引顾客进店选购的一个重要的组成部分。

- A、入口等黄金位置的中岛
- B、试衣间附近的中岛
- C、店内空旷处的中岛

20、女性参加国宴时裙长（ ）。

- A、裙长及膝
- B、裙长到小腿中部
- C、裙长到脚面
- D、不限

21、平行法则指的是：（ ）。

- A、按水平或垂直，组合出相对平衡、规律的陈列面的排列方法
- B、依据道具造型进行陈列摆放的排列方法
- C、根据陈列面造型，进行自由摆放
- D、三角金字塔+高低错落

22、如果模特 A 的 T 恤与模特 B 的连衣裙颜色一致，这是采用了（ ）搭配方法。

- A、平行呼应
 - B、部分呼应
 - C、上下交错
 - D、点缀呼应
- 23、色彩的三要素是（ ）。
- A、色调，色系，色光
 - B、色相，明度，纯度
 - C、色相，色调，色谱
 - D、明度，纯度，彩度
- 24、商品的销售周期的各个阶段是怎样发展的？（ ）。
- A、成长期，导入期，成熟期，衰退期
 - B、导入期，成长期，成熟期，衰退期
 - C、成熟期，成长期，导入期，衰退期
 - D、导入期，成熟期，成长期，衰退期
- 25、商品销售的（ ）阶段是销售的黄金时期，销售额达到最高峰。
- A、导入期
 - B、成熟期
 - C、成长期
 - D、衰退期
- 26、（ ）是将不同色系进行搭配，通过深-浅-深-浅这种间隔方法，视觉跳跃感强，增加了服装卖场的生机与活力。
- A、渐变法
 - B、间隔法
 - C、彩虹法
- 27、四季色彩理论是由（ ）首次提出的。
- A、卡洛尔·杰克逊女士
 - B、佐藤泰子女士
 - C、玛丽·斯毕兰女士
- 28、为了让顾客更清楚商品的设计思想，可以采取什么方法？（ ）。
- A、陈列服装
 - B、陈列饰品
 - C、陈列道具
 - D、陈列商品说明 POP
- 29、为了突出橱窗中的某个模特，我们利用哪种照明？（ ）。
- A、重点照明
 - B、基本照明
 - C、装饰照明
- 30、消费者注重服装实穿性和性价比，不太讲究服装的款式和流行程度所反映的主要动机是（ ）。
- A、求廉动机
 - B、求美动机
 - C、求实动机
 - D、求信动机
- 31、颜色的色相能给人带来不同的冷暖感受，以下不属于暖色系的是（ ）。

- A、橙色
 - B、明黄色
 - C、深红色
 - D、灰色
- 32、以下（ ）色彩对比既有统一调和的效果，又有比较丰富、耐看的优点。
- A、邻近色
 - B、类似色
 - C、中差色
 - D、对比色
- 33、（ ）视线上相对较易发现，但商品的拿取相对容易的区域，被称为搭配陈列空间，也称容量陈列区。
- A、180 厘米以上
 - B、70-180 厘米
 - C、70 厘米以下
 - D、85-135 厘米
- 34、在服装的色彩搭配中，起到辅助作用的色彩我们称为（ ）。
- A、主色
 - B、搭配色
 - C、点缀色
 - D、互补色
- 35、在商品成长期，陈列的主要目的是什么？（ ）。
- A、储备销售数据，发掘销售表现好的商品，为后面的销售做足准备
 - B、保证陈列饱满，尽力引导销售
 - C、搭配一些滞销品，尽量避免滞销品的积压
 - D、让市场认可新一季的设计理念和风格
- 36、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，服装陈列的主要目的就是为了（ ）。
- A、传播品牌文化
 - B、促进销售
 - C、整洁、规范
 - D、方便使用
- 37、在商品销售的成熟期，哪一类商品最能够帮助销售，最值得重点陈列？（ ）。
- A、主题商品中的畅销款
 - B、长销商品中的畅销款
 - C、主推商品中的畅销款
 - D、主题商品中视觉效果最佳的款式
- 38、在销售过程中，某一种色彩的商品销售出现空缺或断色，应选择（ ）进行补充。
- A、原产品的对比色
 - B、原产品的互补色
 - C、原产品的相近色
 - D、点缀
- 39、在新季之初，你要做一个新季陈列方案你认为以下哪个数据可以帮助你？（ ）。

- A、畅滞销统计表
 - B、平均货单价
 - C、当季的订货单
 - D、店铺销售报表
- 40、正挂与侧挂组合时，正挂通常选用侧挂出样商品中的（ ）。
- A、主推款
 - B、廉价款
 - C、滞销款

三、多选题：共 30 题，每题 1 分，共 30 分，每一题至少 2 项是正确的，多选少选均不得分。

- 1、《橱窗陈列反馈报告》需要包含的内容有：橱窗正面展示效果（ ）。
- A、橱窗左侧、右侧及 45° 展示效果
 - B、橱窗内侧展示效果
 - C、店内橱窗关联主题陈列展示效果
 - D、橱窗主推产品说明
- 2、波段上货频率取决于（ ）。
- A、产品的色彩
 - B、品牌定位
 - C、产品销售生命周期
 - D、顾客对货品更新频率要求
 - E、目标客户的收入
 - F、货品的特点
- 3、店铺常见图文宣传品有（ ）。
- A、灯箱片
 - B、霓虹灯
 - C、相纸
 - D、背胶画
- 4、陈列的管理流程主要包括（ ）。
- A、店铺日常陈列维护制度
 - B、陈列方案设计及审批制度
 - C、陈列物料的管理制度
 - D、陈列实施制度和培训制度
- 5、陈列管理特点包括（ ）。
- A、陈列是一项日常性的工作
 - B、多种形式的管理手段相结合
 - C、周期变更有一定的规律性
 - D、陈列工作需要团队合作，要和品牌运营系统保持一致
- 6、橱窗一般由（ ）组成。
- A、底部
 - B、顶部
 - C、背板
 - D、侧板
- 7、导入区包括（ ）、流水台等。

- A、店头
 - B、橱窗
 - C、出入口
 - D、POP 看板
- 8、道具在服装卖场中作用有（ ）。
- A、组织空间排列，围护区域
 - B、引导指示购物
 - C、置放和陈列服装商品
 - D、展示宣传品牌风格特点
- 9、店铺单面墙调整的原因有（ ）。
- A、墙面陈列货品减少
 - B、较长时间没有上新
 - C、主题调整
 - D、主推调整
- 10、叠装陈列的特点是（ ）。
- A、储藏货物
 - B、展示局部特色
 - C、体现色彩搭配
 - D、展示搭配效果
- 11、服饰搭配实践中应注意以下几个原则（ ）。
- A、风格的统一
 - B、色彩的呼应
 - C、质感的协调
 - D、造型的统一
- 12、服务区主要包括（ ）等部分。
- A、试衣间
 - B、收银台
 - C、休息区
 - D、仓库
- 13、服装卖场常用的陈列手法为（ ）。
- A、叠装陈列
 - B、侧挂陈列
 - C、展桌陈列
 - D、正挂陈列
 - E、人模陈列
- 14、根据顾客容易看到、容易拿到的人体工程学原理，通常把货架分为（ ）三个区域。
- A、饰品陈列空间
 - B、主要陈列空间
 - C、搭配陈列空间
 - D、印象陈列空间
- 15、根据卖场各区域功能的不同，通常划分为（ ）。
- A、导入部分
 - B、营业部分

- C、服务部分
- D、收银部分
- 16、顾客如果在售后有退货需要，要满足（ ）。
 - A、需有原始购物凭证(发票)
 - B、商品没有损失，没有洗涤，没有多次穿戴
 - C、在退货有效期内
 - D、想退就可以
- 17、流水台的功能具有（ ）的作用。
 - A、品牌推广
 - B、客流动向引导
 - C、视觉吸引与传达
 - D、产品展示
- 18、卖场功能分区按营销管理流程，通常可分为（ ）。
 - A、营业区
 - B、导入区
 - C、服务区
- 19、模特陈列时的色彩运用方法有（ ）。
 - A、平衡法
 - B、关联法
 - C、交叉法
 - D、三角组合法
- 20、女性 X 体型的穿搭应注意（ ）。
 - A、穿体现腰身的系带风衣
 - B、穿衬衣扎进裤腰
 - C、宽松的毛衣或者卫衣
 - D、袖口要宽大
- 21、商品配置的主要影响因素有（ ）。
 - A、秩序
 - B、美感
 - C、促销
- 22、商品配置规划应考虑商品的（ ）。
 - A、尺度
 - B、秩序
 - C、美感
 - D、促销
 - E、时间
- 23、输入盘点明细的方法有（ ）。
 - A、直接在系统里扫描或输入
 - B、通过 PDA 盘点输入
 - C、手动条码输入
 - D、随机输入
- 24、以下无彩色包括（ ）。
 - A、黑色
 - B、紫色

- C、白色
 - D、灰色
- 25、下列色彩中适合秋季型的是（ ）。
- A、黑色
 - B、白色
 - C、咖啡色
 - D、金色
- 26、以下哪些因素会影响到卖场陈列色彩的规划？（ ）。
- A、季节
 - B、节日
 - C、竞争品牌
 - D、销售状况
- 27、以下属于店铺整体陈列氛围评估的有（ ）。
- A、器架组合现状
 - B、整体视觉主题
 - C、店铺环境
 - D、道具运用状况
- 28、在《橱窗陈列反馈报告》中橱窗陈列的（ ）等内容必不可少。
- A、问题总结
 - B、改进建议
 - C、问题陈列的改进时间
- 29、在退换货服务中，判断该商品是否为本店售出的正品，需要满足以下哪些条件？（ ）。
- A、是否正常出具近期购买的购物小票
 - B、水洗唛的材质和压线工艺是否和店内其他货品一致
 - C、吊牌纸板材质是否和店内其他商品一样
 - D、与本店铺的商品同款
- 30、主题系列型卖场商品平面设计与规划的优点是（ ）。
- A、产品关联性强
 - B、色彩规划合理
 - C、商品系列完整
 - D、商品的连带销售高