

《服装陈列设计》教学大纲

课内学时数：72

适用的专业范围及层次： 全日制专科服装设计

学分：4

考核方式：考查

编制人：谢越

说 明

一、教学目的和要求

通过本门课程的学习，了解服装陈列设计的发展与演变历史，明确作为一名服装陈列师必须具备的专业素质，认识了解服装陈列行业，为成为陈列师打下坚实的基础。

本课程要求学生可以上网检索有关陈列的信息和到商场实际考察。

二、课程内容和学时分配

根据教学计划规定的学时数，具体学时分配如下表，供参考。

课程内容和学时分配表

章数	内 容	理论课时	实验课时	小计
1	陈列的定义 陈列目的 陈列工作职责	6	2	8
2	陈列规划基础 陈列规划概述 陈列规划流程	8	4	12
3	陈列空间规划	4	6	10
4	顾客动线规划	4	8	12
5	陈列色彩构成	6	4	10
6	橱窗设计	4	4	8

7	实用和审美的统一 服装陈列的美学特点	4	2	6
8	陈列的灯光设计	2	4	6

三、教学内容

第一章 陈列基础认知：核心概念与岗位职责

1.1 陈列的核心定义

1.1.1 标准定义

陈列是指在零售终端（店铺、橱窗、展厅）中，通过**有序摆放、视觉组合、空间布局**，将商品、品牌信息传递给顾客的视觉营销手段；是以**促进销售、塑造品牌形象、优化购物体验**为目标的综合性视觉展示行为。

1.1.2 服装陈列狭义定义

针对服装品类，结合款式、色彩、尺码、风格、季节，通过挂装、叠装、模特组合、空间搭配，实现服装商品的**可视化、美观化、易选购化**展示。

1.1.3 陈列核心本质

不是简单“摆货”，而是**视觉化的销售语言**，是无声的导购。

1.2 陈列的核心目的

1.2.1 商业销售目的

1. 提升商品曝光率，突出主推款、利润款；
2. 引导顾客选购，降低挑选成本，提高连带销售率；
3. 加快货品流转，减少库存积压。

1.2.2 品牌形象目的

1. 统一品牌视觉风格，传递品牌定位（轻奢 / 休闲 / 运动 / 国风等）；
2. 营造专属购物氛围，强化顾客品牌记忆。

1.2.3 顾客体验目的

1. 让店铺整洁、有序、舒适，降低购物疲劳感；
2. 清晰划分品类区域，方便顾客快速找到需求商品。

1.3 陈列工作职责（陈列师 / 陈列专员）

1.3.1 基础陈列执行

1. 店铺日常陈列调整、换季陈列更换、新品上货陈列；
2. 挂装、叠装、模特穿搭、道具摆放标准化执行。

1.3.2 陈列规划与设计

1. 参与店铺陈列方案制定、橱窗主题设计、区域规划；
2. 结合季节、活动、营销节点更新陈列主题。

1.3.3 陈列维护与管理

1. 维持店铺陈列整洁规范，及时整理乱码、错位货品；
2. 管控陈列道具、模特、灯具等物料完好。

1.3.4 协同与反馈

1. 配合销售团队，突出促销款、爆款陈列；
2. 记录陈列效果，反馈货品展示问题，优化陈列逻辑。

第二章 陈列规划基础：核心逻辑与落地流程

2.1 陈列规划概述

2.1.1 陈列规划定义

陈列规划是对店铺空间、货品、动线、色彩、视觉焦点进行系统性布局的整体方案，是陈列执行的“总蓝图”。

2.1.2 陈列规划核心原则

1. **三易原则**：易看、易选、易拿（核心实用原则）；
2. **品牌统一原则**：视觉风格与品牌调性一致；
3. **主次分明原则**：突出重点，层次清晰；
4. **动态调整原则**：随季节、活动、销量实时优化。

2.1.3 陈列规划价值

避免杂乱无章，实现空间利用最大化、视觉效果最优化、销售转化最高化。

2.2 陈列规划标准流程

2.2.1 前期调研分析

1. 分析店铺户型、面积、客流方向；
2. 梳理货品结构：季节款、主推款、风格、色系；
3. 明确营销需求：新品、促销、节日主题。

2.2.2 方案设计

1. 划分功能区域、规划顾客动线；
2. 确定色彩方案、橱窗主题、焦点陈列位置；
3. 匹配道具、灯光、装饰元素。

2.2.3 执行落地

1. 按方案完成货品摆放、模特穿搭、橱窗搭建；
2. 统一挂装间距、叠装高度、尺码顺序。

2.2.4 维护调整

1. 每日巡检，修复凌乱陈列；
2. 根据销售数据调整爆款 / 滞销款陈列位置。

2.2.5 效果评估

1. 观察顾客停留时间、选购率；
2. 总结优化点，迭代下一次陈列方案。

2.3 陈列空间规划

2.3.1 服装店铺核心空间分类

1. **VP（视觉焦点区）**：橱窗、入口模特台，负责吸引进店；
2. **PP（重点展示区）**：中岛、正挂墙，突出主推款；
3. **IP（货品选购区）**：侧挂墙、叠装区，方便批量选购。

2.3.2 空间分配逻辑

1. 高客流区域放爆款、形象款；
2. 内侧区域放基础款、跑量款；
3. 空间留白：避免拥挤，保证视觉呼吸感。

2.3.3 高度规划

1. 黄金视线区（120-160cm）：放核心主推款；
2. 上层（160cm 以上）：形象展示、叠装；
3. 下层（80cm 以下）：基础款、配饰、库存叠装。

2.4 顾客动线规划

2.4.1 动线定义

顾客进店后自然行走、浏览商品的路线，是店铺的“血液流向”。

2.4.2 动线核心类型

1. **主动线**：店铺主要通道，引导顾客走遍全场；
2. **副动线**：分支通道，连接细分品类区域。

2.4.3 动线设计原则

1. **引导性**：从入口自然引导至店铺深处；
2. **流畅性**：无死角、无堵塞、不回头；
3. **全覆盖**：让顾客经过所有核心陈列区；
4. **宽度标准**：主通道≥120cm，副通道≥80cm。

2.4.4 常用动线形式

回字形、L型、直线型，适配不同店铺户型。

2.5 陈列色彩构成

2.5.1 色彩基础认知

1. **冷暖色**：暖色（红 / 橙 / 黄）活泼吸睛，冷色（蓝 / 绿 / 紫）冷静高级；
2. **无彩色**：黑 / 白 / 灰，百搭过渡，平衡视觉。

2.5.2 服装陈列四大配色法则

1. **同色系搭配**：统一高级，适合正装、轻奢；
2. **邻近色搭配**：和谐舒适，适合日常休闲；
3. **对比色搭配**：视觉冲击力强，适合橱窗、爆款；
4. **点缀色搭配**：小面积亮色提亮，避免整体单调。

2.5.3 色彩陈列顺序

从上到下、从浅到深 / 从深到浅，保持竖向有序，避免杂乱。

2.6 橱窗设计

2.6.1 橱窗核心定位

店铺的“第一眼名片”，负责吸引路人、传递品牌、引导进店。

2.6.2 橱窗设计原则

1. **主题明确**：季节、节日、新品、风格单一聚焦；
2. **简洁聚焦**：不堆砌，突出 1-2 套核心服装；
3. **风格统一**：与店铺内部陈列调性一致。

2.6.3 橱窗核心构成要素

1. **主体**：服装（模特穿搭）；
2. **道具**：简约呼应主题，不抢服装风头；
3. **色彩**：1-2 个主色，视觉干净；
4. **灯光**：重点打亮服装，突出质感。

2.6.4 橱窗与店铺衔接

橱窗风格→入口陈列→内部陈列，形成视觉连贯。

第三章 陈列美学与实操：审美 + 实用 + 灯光落地

3.1 实用和审美的统一

3.1.1 陈列的双重属性

1. **实用性**：能卖货、易选购、易整理、符合运营逻辑；
2. **审美性**：好看、高级、有氛围、符合视觉美感。

3.1.2 统一核心原则

1. **审美为销售服务**，不做“只能看不能碰”的陈列；

2. 实用为审美打底，整洁有序才是高级感的基础；
3. 平衡“好看”与“好卖”，拒绝极端。

3.1.3 实操标准

陈列完成后同时满足：顾客好拿取、店员好维护、视觉有美感。

3.2 服装陈列的美学特点

3.2.1 形式美法则在陈列中的应用

1. **对称与均衡**：视觉稳定，适合正装、品牌形象墙；
2. **节奏与韵律**：重复挂装、色彩间隔，形成视觉规律；
3. **比例与尺度**：服装间距、叠装高度符合人体视觉习惯；
4. **对比与统一**：长短对比、厚薄对比、风格对比，突出层次。

3.2.2 服装陈列美学表达

1. **挂装美学**：正挂突出款式，侧挂保证流畅，间距均匀；
2. **叠装美学**：整齐、方正、高度一致，露出品牌细节；
3. **模特组合美学**：2-3 人一组，穿搭呼应，形成搭配感。

3.2.3 风格化美学

休闲风：宽松、随性、色彩活泼；极简风：留白、低饱和、线条干净；国风 / 复古风：道具呼应、色系沉稳。

3.3 陈列的灯光设计

3.3.1 灯光在陈列中的核心作用

1. 突出服装质感、色彩、面料；
2. 制造视觉焦点，引导顾客视线；
3. 营造氛围，提升店铺档次。

3.3.2 陈列灯光三大分类

1. **基础照明**：店铺整体亮度，保证通透（筒灯 / 平板灯）；
2. **重点照明**：打亮正挂、模特、橱窗（射灯 / 轨道灯）；
3. **装饰照明**：氛围灯带，提升格调（避免过亮抢视觉）。

3.3.3 服装陈列灯光应用标准

1. **橱窗**：高亮度射灯，突出主体，无阴影；
2. **正挂 / 模特**：30°-45° 角打光，还原服装颜色；
3. **叠装 / 侧挂**：均匀柔光，避免眩光；
4. **面料适配**：棉麻用柔光，亮面 / 丝绸用重点光突出质感。

3.3.4 灯光禁忌

1. 避免光线过暗 / 过曝；
2. 避免色温差（偏蓝 / 偏黄）导致服装色差；
3. 避免灯光直射顾客眼睛，造成不适感。

课程总结

1. 陈列是**视觉销售工具**，先实用、后审美；
2. 陈列规划是**系统工程**：空间→动线→色彩→橱窗环环相扣；
3. 优秀陈列 = 清晰逻辑 + 美学表达 + 销售思维。

四、教材与参考资料

《服装陈列设计》西南师范大学出版社 余强 编著