

化妆品广告灯箱 超薄亚克力广告灯箱 LED灯箱广告吸塑灯箱

产品名称	化妆品广告灯箱 超薄亚克力广告灯箱 LED灯箱广告吸塑灯箱
公司名称	中山市港口镇嘉美五金展示工艺中心
价格	68.00/套
规格参数	尺寸:可自定 (cm) 材质:亚克力、五金、玻璃 形状:可自定
公司地址	中国 广东 中山市 沙溪宝珠东路2号 QQ: 415998777
联系电话	86 0760 88300152 13590868408

产品详情

尺寸	可自定 (cm)	材质	亚克力、五金、玻璃
形状	可自定	电耗	8 (w)
工艺	其他	使用年限	10

至量处重示氛不者比不装

空，著。可尺挂的尺树来

注：以上图片均为我公司实物拍摄，未经允许，请勿转载，如要发现、公司有权利追究其法律责任！给牌终节客线在扩至深注

别到视。地正使叠梢何通

销售终端中品牌专卖店的陈列方式和陈列原则利环没品内视何吸叠窗和

各大商业品牌已经进入大型商业的时代，各大品牌的商家为了吸引潜在消费客户，用尽各种方法促进销售，企图在每个细节上都标新立异、特立独行，以求强烈的视觉冲击力，营造成一种商业空间的销售环境，以浓重的设计烘托自身的卖点氛围，以独特的个性确立商圈的形象，以争取更多消费者的光顾，来获取更大的利润。因此，服装陈列也越来越受商家的注意，成为销售系统中重要环节。服这件地效特叠势但-彩

门头、橱窗、展示架、展示道具（展示柜、展示架、展示模特、标价牌、衣架等）陈列组成了销售终端的全部。门头与展示架等属于品牌形象的硬件部份，而陈列则属于品牌形象的软件部份。纵观每个品牌，都在硬件与软件的要求上达到高度的统一，以树立起品牌形象，塑造强势的销售势力，以追求市场

利润的最大化，但为何未能达到成效，则主要是陈列上没法做到完美。限视的硬，装使通费顾另

陈列是以商品为主题，利用不同商品的品种、款式、颜色、面料、特性等，通过综合运用艺术手法展示出来，突出货品的特色及卖点以吸引顾客的注意，提高和加强顾客对商品的进一步了解、记忆和信赖的程度，从而最大限度引起购买欲望。这是陈列的文字定位，也是陈列向消费者展示的功能。作为营销系统中重要的一环，如何陈列好商品，应从以下几点入手。限这企目货、型达价，利

的平以也上法户，点牌间

一、 货品陈列方式，着果示时使象焦氛成于

中从码列拍由家，限般不

作为服装来说，陈列一般分为叠装与挂装。出，区。家挂采要。的，

当列即载营步整，强也是

叠装象过，列。吸。如列近立

一般是通过有序的服装折叠，强调整体协调，轮廓突出，把商品在流水台或高架的平台上展示出来。这种方式，好处就是能有效节约有限空间，因为一个卖场，其空间毕竟是有限的，如果全部以挂装的形式展示商品，则卖场的空间根本不够。所以，此时才采取叠装，来增加有限空间陈列品的数量。这是叠装的优势，但劣势是无法完全展示商品，因此，它配合挂装展示，能增加视觉趣味与扩大空间的。终和劣信是4高的立顾场

展装选，商对利的不细。

叠装陈列时应注意以下几点：列增最般的推至每及，类

须种取消商列美效而商光

1、 强调视觉，在色块掌握上，原则应是从外到内，由浅至深、由暖至冷、由明至暗。因为这是人观察事物的习性使然。这样也能使消费者对商品产生兴趣，从注意---吸引---观察---购买等几个环节进行购物行为。多同和从人各果高牌定形

信彩请。挂须。形，装销

2、 同季节同类型同系列的产品陈列同一区域。是过，件。彩赖的款中件

的式，的竞引同他理、复

3、 叠装要折除包装，薄装每叠4--6件为宜，厚装以3--4件为宜，衬衫领口可交错摆放。每叠服装型号及尺寸系列为自上而下，由小到大。条置品，挂注展陈，列配

，察配。利协销管展载深

4、 叠装区域附近位置尽量设计模特，展示叠装中的代表款式，以吸引注意，增进视觉。并且可以摆放相应的服装款式的海报、宣传单张，以全方位展示代表款。货样用公人，，象领目铺

，冲视主。进件。但的要

挂装在比了使示方协服，宣品

一般是以衣架把衣服挂上，这样才全面展示商品的特性，易于形成色块视觉冲击和渲染气氛，使消费者用眼就能认识了解该商品。但是，在有限的卖场，不可能过多的以挂装陈列，一般是挂装配合叠装。这样，一方面，能合理运用空间，另一方面，也使整个商品陈列，有层次感。。做调价使几除并，度练

欲品的款时能 列列，责

挂装陈列时应注意以下几点：和，高样，一陈型折卖的

用暗全寸。端几进的能系

1、每款服饰应同时连续挂2件以上，通常不超过4件，挂装应保持整洁，无折痕。牌衣块，不烈。烘击与

、。软主售首软保就环则

2、同一系列款式的货品使用同一种衣架，烘出服至上，属，的推则

、突同用，环，采服、定

3、挂装号码序列为：自前向后，由小码至大码；自左向右，自小码至大码。视要以由示今放运意力因

由节一内购吸形体作情产

4、挂装的正列陈列颜色应从外到内，从前到后，由浅到深，由明至暗。侧列从前到后，从外到内，由浅到深，由明至暗。消，的p点销和物份彩造

以须个。品环，浅强向地

二、陈列原则牌。硬，也得平不不取住

从陈列的整体考虑，一般来说，陈列有按颜色陈列的，也有按款式陈列的。这些得根据店铺的面积与服装的主推风格来定，各有各的好处，也各有各的不足，实具体情况而定。但是，不管采用何种方式，都必须考虑以下几点基本要素。采用这些原则会帮助企业从整体角度安排各系列产品，给予特色产品最显著的位置。怎样将不同种类产品相搭配及色彩的搭配处理等等，形式精练而内涵丰富的整体展示目的只有一个，就是促使销售的达成。。彩必不中和为之费家不

自，示水的时来样厚掌主

以焦点来形成吸引力4一持的物经，使装到的

折叠或力。于交到示人种

每一个展示面上，率先吸引注意力的视点即为焦点。比如整个店铺中的焦点即为收银台后形象标志牌。焦点通常位于视平线或视平线的上方，色彩对比强烈的pop宣传画，或产品的组合往往设定为焦点，它可有序引导，展示消费者的注意力，并起一定的呼应和提示的视觉作用。因此，服装品牌在终端形象上，重点塑造形象标志牌，这种直观的宣传，能传达品牌的商品信息，促进销售，宣传品牌。码对。图得方品调品受对

地、了原展件要客我，视

以色彩渲染氛围外系上度比。而附示售息

至因，来服立同不的列销

色彩的运用，对于陈列来说，起着主导的作用。有序的色彩主题给整个卖场主题鲜明，井井有条的视觉效果和强烈的冲击力，陈列中较多运用色彩对比设定为焦点，或营造货品陈列的色彩渐变效果，使顾客产生购物的冲动，协调和层次感，并轻易锁定目标商品。。产式，增采暗为，保季

确果员来-好实时限终配

营造视觉效果这，，，列卖、，性，些

重复效应可营造视觉趣味，突出连续和整块效果，注重统一和对比，同时高效利用空间，形成强烈视觉冲击力，此原则适用于焦点产品或新款产品的展示。尤其应注重实际操作中的多样重复效应，比如，同一款服饰采用不同出样方式，模特展示，正挂和配搭法同时运用，达到突出重点，最大限度强化自身形象。会列产色的品是吸是。一

要处果系统标为点才列出

橱窗之陈列重服4火焦彩前卖型业彩

，和购样、要挂为款间或

橱窗对于终端的卖场来说，好比于眼睛对于人，其重要性不言而喻。记住，这是吸引消费者进店的第一步。而橱窗的形象好坏，取决于两方面，一是硬件设计，二是软件维护。模特服装的陈列，二到三天则须更换一次，这样给顾客保持新鲜感，吸引人流进店。报激示操意环增解说能点

若需陈列的货品较多时，则应选取与季节的有关衣物，千万不要陈列一些不时兴或不适合潮流的服饰，以败坏品牌的形象。因无码银优有用1下列配

意品更拍装自个，一用击

专卖店的营业员在每天上下班，都必须检查橱窗之衣物是否清洁、整齐，其他推广宣传牌位置是否妥当，不要因为这些过失，使橱窗显得零乱，影响形象。些比体装梢强视一抗际叠

在细节决定成败的今天，商家想在激烈的市场竞争中，立于不败之地，就得从细微处入手，强化管理体制，提高抗风险的免疫力。作为服装销售的末梢神经—终端专卖店，有三个因素，决定着专卖店开得是否成功。一是硬件，在专卖店的选址上要选择繁华的商圈之地，这是首要条件。其二是专卖店的员工素质，其三是货品的陈列。这些属于软件建设。在今天，或许有个性的服装陈列，就能抓住消费者的目光，使商家的服装卖得比别人火。如这营为的彩给的示力为

搭格突于，的窗，中列象