

# 商场展示陈列道具/流水台展示架/流水台

产品名称	商场展示陈列道具/流水台展示架/流水台
公司名称	宋照利（个人会员）
价格	850.00/件
规格参数	品牌:航仟 是否库存:是 质量等级:优等品
公司地址	中国 上海市黄浦区 上海市黄浦区宁波路564号
联系电话	86 021 63602716 13032159119

## 产品详情

品牌                      航仟                      是否库存                      是  
质量等级                      优等品

画面尺寸：小 长度800\*宽度600\*高度500

大长度1000\*宽度600\*高度800

展示陈列流水台

材质：高密度板光亮烤漆

概念：细腻 时尚 潮流

优点：提高服装高档价值

上海地区免费送货 外地可因数量金额提供优惠送货服务！

安全联系电话 上海021-63602716 传真021-63602716

t 13032159119宋

t 13651906139宋

我们上海航仟五金货架厂拥有十几年的生产五金配件经验，一直为各大公司，专卖店，连锁店提供产品。各种挂包架，内衣架，衣架挂杆，aa系类，展示架等商场装饰五金配件都是我们的生产强项。

产品设计新颖，质优价廉！欢迎国内外客户咨询联系洽谈合作！

## 产品陈列细则与展示效果布置

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。

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。

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。

### 一、货品陈列方式

作为服装来说，陈列一般分为叠装与挂装。

#### 叠装

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。

叠装陈列时应注意以下几点：

- 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。

- 2、同季节同类型同系列的产品陈列同一区域。

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。

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。

## 挂装图

### 挂装

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。

挂装陈列时应注意以下几点：

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。

2、同一系列款式的货品使用同一种衣架，

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。

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。

## 二、陈列原则

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，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。

### 以焦点来形成吸引力

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。

### 以色彩渲染氛围

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。

## 营造视觉效果

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。

## 橱窗之陈列

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。

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。

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。

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。