

一次小小的展示调整,销售额就提升了50%——

看服装陈列师如何激发你的购物欲

“

不少爱逛街购物的精明女士常常有这样的感慨：同样一件衣服，在上新的时候觉得其雍容华贵，内涵非凡，很想拥有，但一拿回家就感觉掉了身价，觉得不过如此，有时候甚至连吊牌都没摘就让它躺进深橱里无意去穿它。

“这就是陈列师的功劳，在卖场里服装陈列师通过灯光、背景色、功能道具、衣物搭配呼应、大背景内涵等系列的陈列手段，来演绎出你久藏心底的一份情愫。”90后的服装陈列师陈连胜道出其中的奥秘。

记者 王元卓

”



陈连胜讲述陈列师的工作要领。

服装陈列师：

陈列师起源于欧洲，其职业规范是能很好地驾驭产品的互相关系、内在含义、品牌文化以及销售战略。利用艺术的、文化的，甚至另类的手段引起顾客对商品的兴趣，从而最大限度地开发出产商品

潜在的附加值。

服装陈列师会通过产品、橱窗、货架、模特、灯光、音乐、POP海报、通道的科学规划，达到促进产品销售，提升品牌形象的目的。他们的工作范围涵盖了营销学、心理学、视觉

艺术等多门学科知识。一个优秀的陈列师除了具有扎实的基础知识之外，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。因此，营销界也把卖场陈列师称为“视觉营销师”。

一个展示调整让销售额提升50%

陈连胜2012年从浙江纺织服装学院服装陈列专业毕业后就一直从事服装陈列工作。工作4年多来，他对这份职业很着迷，也有不少得意之笔。

陈连胜提到几个实例。沈阳有一家门店，按照以往的销售大数据分析，冬天，那里的儿童针织连衣裙、薄型呢裙等是很好销的。因为沈阳室内用暖气很温暖，孩子们穿上薄型连衣裙漂亮又方便，外出时加件羽绒服就可以抵抗寒冷了。但去年冬天，出现了异常，薄型连

衣裙意外滞销，库存很多。

陈连胜马上出差去沈阳现场考察，结果发现，这个门店只是将连衣裙挤在一个角落的货架上，而满眼处都是羽绒服和大衣。冬天一般正面展示和模特展示上为冬衣，这是常规思维，但根据沈阳的气候和当地的消费习惯，陈连胜将门店的正面展示和模特展示调整为呢质连衣裙，体现“冬日里的暖阳”的状态。结果当月连衣裙的销售业绩就提升了50%多。

而深圳有一家门店，因

为气候常年暖和，门店经营者认为美丽优雅的“公主裙”一定会受欢迎。结果门店陈列满眼都是“公主裙”的世界，而销售业绩却是门前冷落。

陈连胜考察了市场后发现，虽然深圳气候常年温暖，但公主裙相对隆重，除了节庆日，人们更喜欢给孩子穿轻薄一些的裙子，于是及时对门店陈列作了调整。结果不出所料，当月该门店的销售量大增，其中轻薄的生活裙类成了销售的“功臣”。

既是美学家也是经济师

“陈列师就是卖场的导演，顾客就是观众，要让一场电影引人入胜，必须要有深入人心的剧情。”陈连胜说，他将自己陈列过的每一个门店，都当作服装演出的舞台，而每一件衣物或饰品则是演员，特别是在每一季的服装上新季节，要让卖场变成T台一般的秀场。

虽然门店格调与服装品内涵的定位有关，但细节的执行，灵感的诠释，也是称职的服装陈列师必不可少的素养。从正柜展

出的每一个细节，模特身上的衣饰，还有过道场景，背景内涵，都要细细咀嚼定位。

陈连胜对卖场陈列的秘诀是，希望通过卖场商品的摆设，让顾客不由自主地联想起某一种场景，某一个故事，甚至是某一个挥不去的画面。如果此时配上一段悦耳的背景音乐，加上一旁美丽的导购温柔热情的推介，许多人面对心仪的产品时就会欣然收入囊中。

陈列师的职责就是激

发你最美好的购买欲。“当然，如果消费者不买账，那么再好的陈列也是白搭，这对陈列师来说就是最严重的打击了。”陈连胜笑着说。

不过，他同时也认识到，陈列师除了把握美感这一关外，还必须掌握一些大数据，门店进货量、门店销售量、门店积压量，以及相应的销售报表。因此，陈列师不光是生活的美学家，还要是生活的经济师，必须严谨而精明。

忙到没时间谈恋爱

陈列师看起来很光鲜，常常接触品牌、流行第一资讯，打扮时尚，出入于灯光闪耀的卖场，十分潇洒。不了解的人，以为他们只是摆摆物件，挂挂衣服，贴贴海报，工作轻松又有强调。陈连胜说，“如果是这样，那我们许多卖场就会变成仓库，门店就会变成小摊。”

他说，陈列师最大的功能就是赋予购物以文化内涵和享受外延。一些有情调的中高端卖场和品牌店，常常活跃着陈列师们的身影。他们经常要管理多家店铺甚至多个区域的店铺陈列，一年好几场新品发布会，全国新店开业，老店形象升级，他们都需要去支持。

通宵作业是他们工作的常态。哪怕只是驻店陈列师，也还有销售等其他方面的工作，每天站近10个小时，还要动手动脑，真的很辛苦。而且门店对基本陈列有量化规定，比如模特出样每周更换一次；正挂出样每周更换三

次；货架陈列每两周局部调整一次；卖场布局每月大调整一次；季节性宣传海报、灯箱画等应根据公司要求定期更换。所以，陈列师在体能上的要求也是非常高的。

对一位职业陈列师来说，他们休息的时候也会犯职业病，他们最大的一个业余爱好就是“踩街”。他们行内有一句话是“踩街踩到脚抽筋，数码相机拍到手发麻”。因为他们搜罗一个个有特色的门店，记录下门店的场景，这都是他们创意的灵感来源。

这些年来，因为公司的门店分布于全国，陈连胜走了全国17个省（市），经手过近100家门店的陈列展示。他的生活状态一直是“飘来飘去”的，说到这里陈连胜不无伤感地打趣道：因为这样长期出差，节假日最忙，和女朋友约会几乎是一种奢望。因此，陈列师也是一种“青春饭”，属于年轻人选择的职业，一般从业者都在30岁以内。

薪水不菲，职业前景广阔

服装陈列师的薪水是随着等级和工作经验来分配的。目前市场上，一般的应届毕业生月薪为4000元左右；有了一定的创意和经验，月薪都在5000元以上。像陈连胜目前拿的是年薪，一般在十万元以上。其职业发展有陈列企划和陈列管理方向，成熟资深的服装陈列师还能成为营销总监和品牌总监。

陈列师这一职业兴起于服装，但其实陈列无处不在，小到餐厅的摆盘，大到商场公共区域的美陈，常见到水果店的水果

摆设，私密到家里的物件摆放，其实都关系到陈列。

当然不可否认是，服饰行业的发展培养了一大批陈列师，因为陈列的原则是相通的，有了美感和视觉营销的思维，适当调整后的服装陈列师是完全可以胜任其他领域的商品陈列的。有人大胆作了推测，随着智能化机器时代的到来，一些重复机械的人工劳动将逐渐被淘汰，但需要有设计理念和美学加工的领域，比如陈列师、设计师的发展空间将变得非常广阔而不可替代。