

成衣品牌与商品企划



[成衣品牌与商品企划 下载链接1](#)

著者:庄立新

出版者:中国纺织出版社

出版时间:2004-1-1

装帧:平装(无盘)

isbn:9787506427616

本书根据我国服装行业必将面临的高速发展和自我完善，围绕“成衣品牌与商品企划”的程序和原理，对成衣品牌的设定、目标市场的设定、环境分析与流行信息、成衣品牌的风格理念设计、服装的总体设计、成衣的品类结构与推出等多个方面的原理与规律做了较为透彻的解析。力图使本书成为读者系统了解现代成衣品牌与商品企划概念、过程、方法的一种实用而快捷的途径，以体现实用性与适用性相结合的宗旨。

本书图例丰富、直观，论述系统而专业性强。可作为高等服装专业教学中成衣品牌与商品企划课程的教材；也是从事服装品牌策划与成衣商品企划工作的专业人士以及服装技术、管理、营销人员的工具书和参考资料。

作者介绍:

目录: 绪论
一、服装商品企划的产生
二、服装商品企划的概念与目的

- 三、服装商品企划的原则
- 四、服装商品企划的方略
- 五、品牌的概念与构架
- 六、品牌的作用
- 第一章 成衣品牌的设定
 - 第一节 成衣品牌的种类与构成要素
 - 第二节 成衣品牌的命名
- 第二章 目标市场的设定
 - 第一节 市场细分
 - 第二节 目标市场的设定
- 第三章 环境分析与流行信息
 - 第一节 环境分析
 - 第二节 信息收集与流行预测
 - 第三节 市场调研与分析
- 第四章 成衣品牌的风格理念设定
 - 第一节 成衣品牌风格的分类
 - 第二节 服装风格的理念表达
 - 第三节 服装理念的设定程序
- 第五章 服装的总体设计
 - 第一节 服装的廓型、结构与细节
 - 第二节 色彩
 - 第三节 面料
 - 第四节 成衣设计的方法
 - 第五节 成衣的系列化构成
- 第六章 成衣的品类组构与推出
 - 第一节 成衣商品的类别
 - 第二节 成衣商品的结构
 - 第三节 成衣商品的组构
 - 第四节 成衣商品的推出
- 附录一 “GHA”品牌2004年秋冬精品女装企划案
- 附录二 成衣品牌商品企划模拟案例
- 主要参考文献
- 后记
- • • • • [\(收起\)](#)

[成衣品牌与商品企划_下载链接1](#)

标签

设计

品牌策划

评论

理想主义的自说自话

[成衣品牌与商品企划_下载链接1](#)

书评

[成衣品牌与商品企划_下载链接1](#)