

图书基本信息

书名：<<流程·决策·应变-服装设计方法论>>

13位ISBN编号：9787506456685

10位ISBN编号：7506456680

出版时间：2009-8

出版时间：中国纺织出版社

作者：刘晓刚，王俊，顾雯 著

页数：339

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 前言

时间的指针已经跳入21世纪，在连续多年成为世界服装出口数量第一大国之后，尤其是经历了2008年那场席卷全球的金融危机对我国出口加工型服装企业形成的巨大冲击，使得原先引以为豪的“服装制造大国”的称号突然成为赘名，迫使我国服装产业结构发生急剧的变化。

我国的服装行业一直看到这样一个事实：无论是国际服装品牌带来的进口产品，还是国际服装品牌在我国服装企业加工的本地产品，无论是在国际市场，还是在国内市场，这些产品均获取了服装价值链中最为丰厚的一部分利润。

为什么会出现这种令素有“世界服装加工厂”之称的国内服装企业汗颜的情况呢？

奥妙在于“品牌”两字。

面对如此情况，有识之士开始为我国的服装产业处于价值链低端的状态而深感不安。

经过一番研究后发现，支撑品牌的重要支柱之一是产品设计，他们呼吁本土服装企业必须创建自己的品牌，重视自己的原创设计。

我国也从战略层面提出了“重视自主知识产权，建设创新型国家”的建设目标，各种形式的“品牌工程”也纷纷加入了浩浩荡荡的品牌建设大军。

正如上述所言，制约我国服装产业提升到国际地位的主要原因是缺乏与我国服装产能地位相符的自主服装品牌。

细究一下其中的道理，可以做出如下链接：制约品牌的主要因素是产品，制约产品的主要因素是设计，制约设计的主要因素是思维，制约思维的主要因素是模式……从这环环相扣的链式结构中不难发现，设计思维、设计模式、设计流程与品牌目标的实现密切相关。

在服装设计理论教学和企业实践中，常常会遇到这样的问题：“怎样去理解服装设计？”

“人们到底是怎么完成设计的？”

“服装是怎么从无到有地设计出来的？”

“我有一个好的想法，可如何变为产品呢？”

”

## 内容概要

本书结合大量品牌服装社会实践积累的经验,针对目前服装产品设计中的关键环节和存在的主要问题进行分析,从品牌服装产品开发的角度,通过服装知识提炼和设计流程转换,对这一过程中的创意、流程、思维、沟通、决策、应变等关键环节,论述其概念、现象、原理、方法与对策,揭示它们之间的内在关系,从理论到实践,从认识到掌握,制订适合品牌运作规律的程序,建立设计决策体系和应变体系,提出普遍意义上的解决方法,保证设计结果的正常出现,并把重心放在强调实用性的实际操作上。

本书可作为服装院校青年教师和高年级学生的参考用书,也可供服装设计、产品企划及设计管理等专业人员参考。

## 作者简介

刘晓刚

教授、博士、博导

东华大学服装学院副院长

国家有突出贡献中青年专家

享受国务院政府特殊津贴

国家863计划评审专家库成员

教育部服装设计与工程专业教学指导委员会副主任

教育部全国艺术硕士专业学位教学指导委员会委员

上海市重点学科“设计艺术学”学科带头人

中国服装设计师协会理事委员

上海服装设计协会副会长

《纺织学报》评审委员

中国美术学院客座教授

芬兰北中部应用科技大学、Jyvaskyla大学、赫尔辛基Stadia大学客座教授研究方向：

- (1) 服装设计快速反应数字化研究
- (2) 品牌服装产业创新研究
- (3) 流行趋势系统理论与应用研究
- (4) 服装设计系统理论研究

## 书籍目录

第一章 服装产业综述 第一节 我国服装产业发展的主要特点 一、地缘化生产集群的出现  
 二、服装科技研究的重视 三、服装营销理念的改变 第二节 我国服装行业存在的主要问题  
 一、产业结构调整作用明显 二、产量增幅和出口数量回落 三、服装经济地域分布不平衡  
 四、服装企业经营成本逐年上升 五、国际贸易摩擦带来的压力 第三节 我国服装品牌发展的  
 主要状况 一、我国服装品牌发展的三个阶段 二、服装产品开发中存在的主要问题 三、我国  
 品牌服装市场的主要架构 第四节 品牌战略的基础和保证 一、科学的管理活动是制订品牌战略  
 的基础条件 二、团队成员的良好素质是执行品牌战略的前提 三、提高产品与服务质量是实施  
 品牌战略的保证 四、媒体推广是实施品牌战略的必要手段 参考文献第二章 服装设计思潮与现  
 代设计方法 第一节 设计思潮对服装设计的影响 一、服装设计与设计思潮的关系 二、设计  
 思潮下的服装设计表现 第二节 新产品设计与开发的主要设计观 一、科学主义设计观 二、  
 人本主义设计观 三、技术主义设计观 第三节 现代设计方法 一、现代设计方法概要 二  
 、现代设计方法的特点 三、现代设计方法带来的启示 四、现代设计方法对服装设计的映射  
 参考文献第三章 设计程序的设计 第一节 关于程序 一、与程序相关的概念 二、程序的概  
 念 三、设计程序的原则 四、现代服装设计的过程 第二节 现代服装设计定位的相关因素  
 一、品牌差异化 二、产品设计差异化 三、产品卖点可视化 参考文献第四章 服装设计  
 流程 第一节 服装设计开发流程 一、服装设计开发流程的概念 二、服装设计开发的一般流  
 程 第二节 设计开发流程合理化 一、新产品开发类型 二、设计开发流程的合理化 三、  
 新产品设计开发流程的典型类型 第三节 服装设计开发流程管理 一、设计开发流程中的质量管  
 理 二、设计开发流程中的成本管理 三、设计开发流程中的标准管理 四、设计开发流程中  
 的决策管理 第四节 服装设计进度规划 .....第五章 服装设计创意 第六章 服装设计资源第七  
 章 服装设计沟通第八章 服装设计开发决策第九章 服装设计应变系统后记

章节摘录

第一章 服装产业综述 “要拉好车，先看准路”。

这也就是人们常说的，要解决问题，首先要掌握情况，摸清背景。

为了解答一系列服装产品设计中存在的问题，有必要先了解一下目前的行业状态，既有利于了解自身所处的位置，也便于寻找职业发展的方向。

本书定位于品牌服装产品设计领域，涉及与服装产品开发、服装品牌确立及产品设计等内容，简述了国内服装领域的现状。

作为一个愿意以自己的知识更好地服务于行业的成熟的服装设计师，必须了解服装行业内发生的一些事情以及我国服装产业发展的概况。

第一节 我国服装产业发展的主要特点 目前我国服装企业总数已超过8万家，其中规模以上企业数量高达6.65万家（不包括作坊式服装加工企业）。

由此可以看出，我国服装企业大部分属于中小型企业。

随着我国经济的快速发展，逐渐成熟起来的消费者对服装产品的要求发生了很大的改变，从以前对产品品质、使用功能等方面为主的要求向时尚潮流与品牌转变已经成为市场发展的主要趋势，消费者在选购服装产品时会更多地关心流行趋势、品牌地位等因素。

追求品牌的文化底蕴，追求产品风格的个性化成为市场消费的主要特点，对生存环境的关注也成为许多消费者的消费特点，由此带来绿色生态设计观、功能性设计观、民族风设计观等各种服装设计新思维。

这些也极大地丰富了国内服装市场。

由此，国内服装市场出现了以下特点。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>