

<<针织服装品牌企划手册>>

图书基本信息

书名：<<针织服装品牌企划手册>>

13位ISBN编号：9787811116144

10位ISBN编号：7811116146

出版时间：2009-11

出版时间：东华大学出版社

作者：沈雷 主编

页数：239

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>

<<针织服装品牌企划手册>>

内容概要

中国服装业，特别是针织服装业自20世纪80年代以来，得到了长足的进步，从以前的手工作坊式的手工业，发展成为具有现代化特征的现代工业产业。

在这快速发展的几十年里，服装业历经了以满足数量为特征的“数量竞争阶段”，也基本上完成了以加工工业为契机的具有工业化特征的“产品竞争阶段”，服装业在日趋健全和完善。

在历经了这两个必然的发展阶段之后，中国服装业面临着“品牌”时代的到来，这是民族服装工业向国际化服装产业迈进的必经之路。

品牌时代的到临，要求我们对商品的设计—生产—销售三个环节进行精细化操作。

从20世纪90年代以来，国内许多的企业纷纷踏上了品牌发展之路。

在模仿国外成功企业的过程中，我们发现在同品类产品细分设计、产品市场预测、产品终端风格化建设等一系列问题上还做得很不到位，需要本土化的创新之路。

毕竟国外的一些理念还不适合国内目前的品牌发展，尤其是不利于中小服装企业的发展。

我们所倡导的是一种动态的、可以准确地服务于终端、集中关注产品的品牌之路。

这种理念更具有针对性，更注重实际。

这里的服务理念就是要将产品风格细分到适当的程度，真正服务好市场中需求的细分，从消费者内心建立品牌形象，服务社会。

<<针织服装品牌企划手册>>

作者简介

沈雷，教授。

江苏十佳服装设计师，29届奥运会颁奖礼仪服装获奖设计师，江南大学服装设计中心，主任，江苏省纺织学会服饰委员会，主任，江苏省丝绸协会服饰委员会，副主任，中国纺织工程学会服饰专业委员会，副主任，中国针织工业协会专家委员会，专家，国际职业设计师学会，顾问委员，教育部服装专业指导委员会，委员，多家服装品牌设计总监。

<<针织服装品牌企划手册>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 概述 第二节 针织服装发展及现状 第三节 针织服装品牌企划的内容及现实意义 第二章 针织服装产品企划 第一节 产品品牌理念风格的企划 第二节 针织服装产品销售环境企划 第三节 针织服装的设计理念及设计实现分析 第四节 针织服装的设计元素分析 第五节 针织服装设计文化元素分析 第三章 针织服装终端企划 第一节 针织服装的卖场陈列 第二节 针织服装的宣传企划 第三节 针织服装的促销企划 第四章 针织服装服务企划 第一节 针织服装与其他服装服务项目的共性与个性 第二节 树立内部服务与外部服务的意识 第三节 增强服务经销商的意识 第五章 主流针织服装品牌 第一节 针织毛衫篇 第二节 针织内衣篇 第三节 针织运动服篇 第四节 针织T恤篇 第五节 针织休闲服装篇 第六节 针织配饰篇

<<针织服装品牌企划手册>>

章节摘录

任何产品都有它独特的地方。

服装作为商品进行出售，从企业角度来说是实现企业经济效益的物质载体。

对于购买产品的消费者来说，服装是满足生理需要，体现个体生活方式、价值观，体现流行元素、实现自我的一种情感化商品。

服装品牌企划要解决的问题就是要在规范产品设计、生产、销售、服务等项目的同时影响消费者购买习惯，突出企业商品的特色，引导消费者进行消费，充分发挥品牌的复合价值，是商品经济发展到高级阶段的必然产物，具有鲜明的特征。

从知识涵盖角度分析，服装品牌企划是一门综合性的学问，其中以服装为载体，涉及到了服装文化学、服装设计学、服装材料学、服装成衣工艺、服装生产管理、服装市场营销学、服装心理学、服装展示设计、服装信息化管理、零售学、组织管理等方面的知识。

所以说，科学性是服装品牌企划学的一个重要特征。

在这些基础上，企划将系统性地对产品文化定位—产品市场定位—产品设计定位—产品生产管理—产品销售服务—产品展示陈列等指导性工作，是产品大规模进入市场前企业进行的科学性虚拟经营工作，其中关键的一点就是要始终把握消费者—市场—终端这一条导向主线。

动态管理是服装品牌企划学的一个根本基调。

服装行业在众多的产业中具有独特的特点：要求创造性的产品、高敏感度的业务管理。

企业单纯依靠优秀的设计或者强有力的销售队伍都是行不通的。

优秀的设计人员可以设计出极具美感的产品，但是很可能缺少市场可行性；销售人员可以熟谙终端消费者的真实需求，但是可能对于产品落伍却束手无策。

所以有效地进行产品的设计和终端企划管理，使得企业整体运行中的每一个职能部门都充分地发挥优势，充分了解，充分配合，使得产品的产—营—销顺畅无阻。

不但可以长期战略性占领市场份额。

同时也为消费者提供创造性的时尚产品以及传播健康的生活理念。

由此可见，系统性是服装品牌企划学的又一个重要特征。

<<针织服装品牌企划手册>>

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>