

<<时装.品牌.设计师>>

图书基本信息

书名：<<时装.品牌.设计师>>

13位ISBN编号：9787506462211

10位ISBN编号：7506462214

出版时间：2010-3

出版时间：中国纺织

作者：托比·迈德斯

页数：176

字数：144000

译者：杜冰冰

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>

## <<时装.品牌.设计师>>

### 前言

新世纪以来，全球文化创意产业蜂拥而起。

中国作为世界制造业大国，正逐步从生产制造型向创意型发展。

创意产业在全球化消费社会背景中成长起来，可以理解为是一种创意经济或是创造性产业，它推崇创新、个人的创造力等，当然，自主创业也包纳其中。

自主创业不仅是富于才华的时尚佼佼者们打造个性化时装品牌、完善自身价值的重要出路，同时也是文化创意产业发展下拓展时尚产业的重要思路。

面对自主创业时的多重挑战，培养具有全面创新能力的设计师人才已迫在眉睫。

这种能力不仅体现在针对那些原创的构思应具有什么样的创新能力来完善服装设计本身，同时体现在将原创理念逐步提炼成符合市场要求时所具备的全面的、综合的创新能力，还体现在拓展更多新机会时的抗风险能力，针对复杂的且不可预测的情况时自我管理能力等。

本书通过严谨的结构、合理的论述、生动有效的成功案例的分析与研究，给希望通过自主创业来实现人生梦想的服装设计师们提供了切实可行的依据。

在完成本书的翻译过程中得到了北京服装学院院长刘元风教授，北京服装学院服装艺术与工程学院院长赵平教授、王琪书记、副院长郑嵘教授的大力支持；同时也得到了英国伦敦艺术大学伦敦时装学院Colin Renfrew教授以及伦敦艺术大学北京办事处同仁们的鼎力帮助，在此对北京视飞设计的朋友们也表示衷心的感谢！

对我的两位恩师美国ITAA国际纺织与服装协会年会主席美国明尼苏达洲立大学教授K1mKP Johnson女士以及香港理工大学纺织与制衣学院的区伟文教授表示深深的谢意！

对中国纺织出版社给予这样的机会和全方位的支持表示由衷的感谢！

## <<时装.品牌.设计师>>

### 内容概要

成功地运营一个时装品牌需要90%的商业敏感和仅仅10%的艺术才能。

多数时装起步时都是由设计者自己管理的，尽管他们的设计能力很强，但可能在时装商业方面，尤其是在品牌形成的最重要阶段只是个初学者。

因此，尽管每年都有许多有才能的时装设计师和技师毕业，但多数设计在启动阶段就失败了。

本书的目的就是在设计和运营你自己的品牌之间建立一个桥梁。

它提供了需要研究的关键元素的实践经验的概览，开发和培养你自己的品牌，从而使你的时装品牌在要求很高的、无情的和竞争激烈的行业中得到赞同。

本书可作为最初几年比较棘手的工作指导，同时能够帮助你创建成功的时装品牌打下坚实的基础。

在阅读本书的过程中，通过实例学习和任务处理，你会更好地了解你下一步的工作内容和即将遇到的挑战。

本书提供的工具能让你集中创意并最终帮助你获得开发自己品牌的正确方法。

## <<时装.品牌.设计师>>

### 作者简介

托比·迈德斯作为Three's Company(创意咨询)公司经理, 专为服装业提供咨询服务, 同时他也是女装品牌Belle & Bunty的经理, 迈德斯还是伦敦时装学院助理讲师, 他不仅编写服装业职业发展教程, 还进行短期课程培训。

## <<时装.品牌.设计师>>

### 书籍目录

介绍：给自己的定位第1章：时装产业介绍第2章：做自己的老板第3章：合法的运营模式第4章：如何起名第5章：在家工作和建立工作室第6章：任何事情都要精通吗第7章：了解市场第8章：了解流行趋势第9章：产品和形象第10章：开始生产第11章：销售产品第12章：表达信息第13章：资金有用的网络资源 / 阅读资料词汇表索引图片版权声明 / 致谢

## <<时装.品牌.设计师>>

### 章节摘录

插图：大众市场如今大众成衣类服装是大多数人们的首选，它比高级成衣适合更广泛的顾客。大众成衣被大量生产，并提供了更多的标准尺寸，因此使它们更廉价，从而更容易被普通消费者接受。

设计师通常的做法是参考高端市场时装界知名人士设定的潮流趋势，通过使用廉价的材料和生产技术，在做到迎合消费者口味的同时，使得他们能够生产出便宜的时装。

然而，大众成衣市场设计师的工作并不是仅仅从时装秀场寻找素材就够用的，他们通常还需要从其他领域获取灵感。

大众成衣时装在完成生产之后，通过零售分销店进行销售，比如这些品牌（如Topshop，H & H，Zara，Gap等）所拥有的分销店。

由于很难确切地预测什么样的产品好销售，因此存在很大的风险。

然而，通过设计、生产，然后以零售的价格进行销售，灵活的价格有助于保持竞争力，因此品牌会创造出最大的利润。

你的产品线也应属于这三类市场中的一类。

从一开始应该着重于确定你的产品从属于哪个市场，并进行分析与研究。

你需要对众多的更小的子市场进行细分，甚至是那些属于每个子市场的分级市场。

目前有这样的一类市场，它在当前能够迅速发展并进入主流市场，它就是生态时装。

生态时装生态时装是指在自由贸易的条件下采用环保的工艺流程生产制造的流行时装，它正变得越来越被重视。

在理想的情况下，它意味着服装、甚至原料是可以循环利用的，如一种用回收的塑料瓶子制造的生态羊毛材料。

近来越来越多设计师都开始采用环保的材料和工艺流程进行设计。

由于消费者越来越清楚制衣的工艺以及生产等带来的各类潜在的污染，因此，无论是在高端市场还是大众市场，生态时装正变得越来越普及，并吸引了更多的消费者。

## <<时装.品牌.设计师>>

### 编辑推荐

《时装·品牌·设计师:从服装设计到品牌运营》:也许你在设计领域已经驾轻就熟但在时装商业方面也许只是个初学者《时装·品牌·设计师:从服装设计到品牌运营》将在设计和品牌运营之间构架一个桥梁帮助你创意并最终培养和发展自己的品牌作为一名设计师,无论你多么具有聪明才智,当你决定开始一个时装品牌的运营并努力取得成功时,你仍然必须了解商业运作,它包含从营销公关到产品系列生产以及寻找资金支持等内容。

在《时装·品牌·设计师:从服装设计到品牌运营》中,托比·迈德斯严谨地阐述了在时装、饰品、鞋类等领域应如何进行品牌商业运营。

书中还包含相关技巧、案例分析以及实践要求,有助于读者分析自身利弊、目标市场以及产品设计。

《时装·品牌·设计师:从服装设计到品牌运营》向有志于创建独立时装品牌的人群提供帮助。

如何成为服装业的创业者如何进行市场调查创建和运营独立品牌的法律要求如何寻找资金支持如何选择最合适的品牌名称与标识如何进行产品生产如何进行产品系列销售、建立分销渠道如何设计营销与公关

<<时装.品牌.设计师>>

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>