

<<服装产品设计>>

图书基本信息

书名：<<服装产品设计>>

13位ISBN编号：9787506488570

10位ISBN编号：7506488574

出版时间：2012-8

出版时间：中国纺织出版社

作者：于国瑞

页数：184

字数：225000

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>

<<服装产品设计>>

内容概要

本教材以产品企划、主题设计和产品设计为主线，将市场调研、服装品牌、商品营销等知识贯穿其中，在培养学生综合素质和能力的同时，努力让学生学会工作（了解品牌、了解产品、了解市场）、学会合作（善于交流、善于表达、善于协作）、学会学习（掌握技术、掌握信息、掌握流行）。本教材具有较强的时代感、可操作性和实效性，教学内容及方法新颖独特，可作为高等院校、高职院校服装设计专业教材，也可供教师、设计师及服装设计爱好者参考使用。

?

作者简介

于国瑞，宁波大学艺术学院艺术设计系。

吉林蛟河人，1962年出生。

1987年吉林艺术学院服装设计专业毕业。

1987-1996年吉林省外贸服装研究所服装设计师。

1996-2002年吉林省教育学院职教部服装教研员。

2002年至今宁波大学艺术学院艺术设计系，教授，硕导。

<<服装产品设计>>

书籍目录

导论 产品解读

——从产品企划到产品设计

- 一、产品与产品意识
- 二、服装企业与产品企划
- 三、产品设计与设计师职业化

课题一 市场调研

- 一、调研的方法
——去服装市场了解品牌服装
- 二、调研的内容
- 三、调研的过程

思考题与课程训练

课题二 设计表述

——从设计图纸到款式表现

- 一、服装款式图与设计图纸
- 二、手绘款式图技法
- 三、计算机款式图表现

思考题与课程训练

课题三 品牌认知

——从品牌理念到品牌运作

- 一、品牌理念
- 二、服装品牌
- 三、服装品牌运作

思考题与课程训练

课题四 产品企划

——用企划规范服装产品

- 一、企划与商品企划
- 二、服装产品企划
- 三、服装产品架构

思考题与课程训练

课题五 主题表现

——用主题指引设计方向

- 一、产品主题
- 二、主题价值
- 三、主题概念表现

思考题与课程训练

课题六 产品设计

——从设计构思到产品风格

- 一、产品设计导入
- 二、产品设计构思
- 三、产品设计与风格

思考题与课程训练

课题七 商品营销

——让商品满足消费欲求

- 一、产品上市计划
- 二、服装分销渠道

<<服装产品设计>>

三、商品促销策略

思考题与课程训练

课题八 模拟训练

——为某一品牌做产品企划

一、商品企划书

二、产品企划案

三、企划模拟的格式

思考题与课程训练

参考文献

后 记

<<服装产品设计>>

章节摘录

3. 服装产品的功能服装是人们生活的必需品, 具有对人有利、有用的多方面效能, 这种效能也称功能。

服装产品的功能主要包括以下三个方面。

(1) 物质功能。

物质功能也称“实用功能”, 是服装产品的首要功能。

物质功能主要是指服装产品的实用性质, 包括保暖、隔尘、遮阳、挡雨、防风、护体等, 能满足人们生活、工作和从事各种社会活动需要的效能。

(2) 精神功能。

服装必须符合人的外在生理形态, 同时, 也必须服从人的内在心理需要, 包括情感欲求、审美需要、个性外化等, 这是服装产品所应具有的精神功能。

(3) 社会功能。

服装是人类作为自然人为了生存、发展创造和生产的物质产品, 同时又是人类作为“社会人”, 为了从属社会和参与各种社会活动而设计的物质载体。

因此, 服装也是区分和识别个人的身份、地位、经济状况、阶层归属等社会意义的符号, 具有很强的社会功能。

(三) 产品意识设计师进行产品设计, 最重要也最关键的就是要具有产品意识。

所谓产品意识实际上就是做任何事情, 都能够从产品的角度来思考问题, 指导自己的设计行为。

产品意识的具体表现主要包括商品意识、用户意识、创新意识和团队意识四个方面。

1. 商品意识商品意识, 就是要思考设计的产品能不能卖得出去, 好不好卖。

产品不是给自己做的, 如果产品卖得不好, 就不能通过产品来为公司带来收益。

做出一个谁都不要的产品, 不仅浪费公司的人力、物力和财力等资源, 还会阻碍企业的发展, 设计师也就失去存在的意义和价值。

2. 用户意识用户意识, 就是要知道用户是谁; 知道用户要什么; 知道用户怎样使用自己的产品。

这种意识源于以用户为中心的产品设计思想, 现在大多数企业都认同并接受了这种意识, 因此企业非常重视用户研究, 开展用户调查, 模拟用户使用场景, 然后从用户角度去审视产品, 使得产品的设计和体验能够更加忠实于用户。

因为他们知道: 只有让用户满意, 用户才会购买你的产品(图3)。

图3 设计师要具有用户意识, “艾蒂温丝”、“本末”产品3. 创新意识创新意识就是要为用户提供品质超群的、完美的新产品。

创新是人类发展的源泉, 是社会进步的动力, 同样也是产品的核心竞争力。

产品的创新, 未必就是那种颠覆性的创造, 也许只是把一些不被重视的细节做得更加完美, 更加人性化; 也许只是把一种理念引入到一个产品设计中, 给用户一种不一样的感受。

4. 团队意识团队意识就是要依靠团队合作的力量, 将恰当的产品在恰当的时机交给用户。

产品往往不是设计师一个人完成的, 从产品诞生到用户使用, 需要经过设计、生产、物流、销售等多个环节, 任何一个环节出现差错, 都难以完成由产品转变为生活用品的全过程。

因此, 这就需要设计师将自己融入整个企业团队当中, 与企业各部门密切合作, 才能实现自己的价值和目标。

⋮

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>