

《男装产品开发》

图书基本信息

书名：《男装产品开发》

13位ISBN编号：9787506486750

10位ISBN编号：750648675X

出版时间：2012-9

出版社：中国纺织出版社

页数：208

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《男装产品开发》

前言

《男装产品开发》

内容概要

《男装产品开发》从属于服装高等教育“十二五”部委级规划教材（高职高专）系列丛书，从男性着装入手，对男装、男装设计师、男装产品的设计构思和设计方法、产品设计要素、单品分类设计、品牌产品设计以及品牌男装终端形象都作了翔实的分析。全书结构严谨，层次清晰，内容丰富，图文并茂，实用性强，以科学、实用的发展观统领课程内容，具有很强的可操作性。

《男装产品开发》

作者简介

2002-2003年，清华大学作访问学者一年；2003-2008年，在宁波麦迪莱登等公司兼职做设计总监一职，从事男装设计；
2005-2010年，苏州大学就读研究生硕士学位，取得纺织工程工学硕士学位

书籍目录

第一章概述

第一节男装发展简述

- 一、重要事件对男装的影响
- 二、典型样式对男装的影响
- 三、设计价值与男装市场
- 四、男装分类
- 五、男性体型特点

第二节男装设计师的素养及面临的任务

- 一、男装设计师应具备的职业素养
- 二、男装设计师面临的工作任务

第二章男装产品的设计构思和设计方法

第一节男装产品的设计构思

- 一、定位构思
- 二、反向构思
- 三、联想构思
- 四、发散构思

第二节男装设计方法

- 一、从模仿入手
- 二、从情感入手
- 三、从问题入手
- 四、从借鉴入手
- 五、从反对入手
- 六、从工艺入手
- 七、集思广益

第三章男装产品设计要素

第一节流行与设计

- 一、关于流行
- 二、影响流行的因素
- 三、流行与设计应用

第二节款式与设计

- 一、款式设计理念
- 二、款式设计要素
- 三、体型与款式设计

四、辅料设计

第三节面料与设计

- 一、面料感官语言
- 二、面料选择

第四节色彩与设计

- 一、流行色彩应用
- 二、色彩规范管理
- 三、男装主流色系
- 四、各民族对色彩的忌讳

第五节图案与设计

- 一、图案的分类
- 二、图案选择的要素
- 三、图案的工艺实现
- 四、图案与款式造型

五、图案与应用设计

男装产品开发

目录

第四章男装单品分类设计

第一节礼服设计

一、礼服

二、礼服的设计特点

第二节西服设计

一、西服的基本样式

二、西服的分类设计

三、西服的规格与造型设计

第三节衬衫设计

一、衬衫的基本样式

二、衬衫的分类设计

三、衬衫的规格与造型设计

第四节夹克与外套设计

一、夹克的基本样式

二、夹克与外套的设计特点

三、夹克与外套的规格和造型设计

第五节裤子设计

一、裤子的基本样式

二、裤子的分类设计

三、裤子的规格与造型设计

第六节毛衫设计

一、毛衫的基本样式

二、毛衫的设计过程

三、毛衫的工艺设计

四、廓型与细节设计

第七节T恤设计

一、T恤的基本样式

二、T恤的设计过程

三、T恤的面料设计

四、廓型与设计特点

第五章品牌化男装产品设计

第一节情报收集

一、市场调研

二、信息收集

三、数据分析

四、采购样款

第二节产品企划

一、时间规划

二、当季产品设计企划

第三节产品设计

一、产品设计

二、选购面辅料

三、设计样衣

四、阶段产品设计评议

第四节订货会

- 一、召开订货会
- 二、确定投产的产品及数量
- 第五节 产品管理
 - 一、产品设计档案管理
 - 二、生产管理
 - 三、物流管理
- 第六章 男装产品终端形象设计
 - 第一节 男装品牌终端形象案例分析
 - 一、案例1——乔治·阿玛尼
 - 二、案例2——杰尼亚
 - 三、案例3——ZARA
 - 第二节 男装陈列特点
 - 一、品质感
 - 二、“色彩营销”陈列
 - 三、生活式陈列
 - 四、与品牌形象相关联的橱窗陈列
 - 五、连带陈列
 - 六、模特陈列
 - 七、突出服装设计特点的陈列
 - 八、经常变换的陈列方式
- 参考文献

《男装产品开发》

章节摘录

《男装产品开发》

精彩短评

- 1、范围挺大，但是讲的不是很细，图片选用的不不够精美严谨
- 2、有借鉴意义

《男装产品开发》

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：www.tushu000.com