

《品牌鞋靴产品策划》

图书基本信息

书名：《品牌鞋靴产品策划》

13位ISBN编号：9787506485616

10位ISBN编号：7506485613

出版时间：2012-8

出版社：中国纺织出版社

作者：赵妍

页数：145

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

《品牌鞋靴产品策划》

前言

本书写作的最初目的是希望根据笔者对鞋靴产品设计与生产过程的了解，总结出一套鞋靴品牌开发过程的标准程序。然而在写作的过程中笔者发现，由于鞋靴产品的种类繁多，生产程序各不相同，开发手段也是多种多样，要想总结出一套适合所有鞋靴产品的标准开发程序是几乎不可能的。但是，虽然不同种类鞋靴产品策划的细节不完全相同，但整体的思路和过程是基本相通的，因此本书的写作是基于笔者对大部分鞋靴产品的开发程序的了解，求同存异，以案例的形式对整个鞋类产品策划过程进行的总结性介绍。希望能够为不同需求的读者提供有关鞋类产品策划的有用信息和资料。作为一名鞋类产品设计的初学者，通过本书不仅可以了解鞋类产品开发策划的全部过程，为自己的学习做一个整体的认知和规划，也可以根据书中介绍的产品设计和生产方面的内容进行深入的学习。作为一名有意投资鞋类产品的企业主，可以通过本书了解到鞋类产品开发所需要的人员配置、设备购置以及周边产业交流的情况。作为任何一名从事鞋类产品生产的相关人员，都可以通过本书了解到其他相关部门的工作内容和特点，以此作为互相沟通的基础，更好地推进工作的进行。由于本书作者的经验有限，再加上鞋类产品开发技术的日新月异，本书不可避免存在不足之处，敬请各位读者指正。本书为浙江省教育厅项目（Y200806003）课题成果。

《品牌鞋靴产品策划》

内容概要

《品牌鞋靴产品规划:从创意到产品》根据作者的经验总结了鞋类产品从人员设备的准备、主题策划、产品设计、生产准备、到销售分析预测以及包装展示的全部过程。《品牌鞋靴产品规划:从创意到产品》提供了大量的实际案例资料和图片，并提供了作者在工作中遇到的问题 and 解决的方法，对于读者了解真实的产业工作情况有非常直接的作用。

《品牌鞋靴产品策划》

作者简介

浙江理工大学副教授 赵妍

书籍目录

- 1 第一章 品牌鞋靴产品策划的内涵
- 2 第一节 品牌鞋靴产品策划机构设置
- 6 第二节 品牌鞋靴产品策划人员设置
- 10 第三节 品牌鞋靴产品策划的流程与内容
- 17 第二章 信息收集与整理
- 18 第一节 收集信息的渠道
- 29 第二节 样品资料的收集与整理
- 35 第三章 产品设计
- 36 第一节 单款产品的设计
- 45 第二节 系列产品的设计
- 50 第三节 品牌产品的设计
- 57 第四章 样品制作与调整
- 58 第一节 样品材料的准备
- 65 第二节 样品的制作
- 80 第三节 样品制作过程的管理
- 83 第五章 生产方式与流程
- 84 第一节 生产前的准备
- 91 第二节 生产流程
- 98 第三节 质量检验
- 101 第六章 销售预测与订货
- 107 第七章 产品包装与卖场陈列
- 108 第一节 包装的设计
- 112 第二节 陈列的设计
- 123 第八章 案例
- 124 虚拟品牌“Amazing·Style”
- 126 主题——纽约of 1970's
- 129 流行趋势
- 130 产品架构
- 132 色彩架构
- 138 产品开发——夜色诱惑
- 140 产品开发——朝九晚五
- 142 产品开发——郊外周末
- 143 产品配色

章节摘录

版权页：插图：（二）中底 如果没有特殊要求，通常中底直接由技术部门按照鞋子的类型选择合适的材料，根据鞋楦的尺寸制作就可以了。但是也有一些情况是例外的。例如本章案例的这款鞋子的中底就是采用真皮的底材原料，不经任何复合加工。选择这样的材料不但能够提升产品的档次以及符合现代人对于环保材料的追捧以外，而且充分考虑到真皮材料的透气性和耐折性都优于普通的复合材料。由于涉及外观等内容，所以首先需要设计部门对材料的特性进行了解和筛选。通常设计部门完成对原材料色彩外观效果等因素的考察后，交给技术部门完成对质量、柔韧度等确认，最后由采购部门完成对价格的审核。本章案例产品的中底的制作方式很简单，只需要确定了尺寸以后，开刀模裁切即可，不需要通常复合中底的多层叠加和安装勾芯的工序，这样的新型中底的使用是没有经过实践考验的。虽然经过技术部门的各种检测，但是仍然有可能产生不可预知的问题，所以需要开发部门和整个公司承担一定的风险。但是设计本身就是一种创新，而创新有时候就是要承担一定的风险，才可能设计出让消费者惊喜的好产品。（三）内底 选择内底材料要考虑的因素主要有耐磨性、色牢度和舒适度等。本系列款式的内底使用的是与帮面里材同样的材料。在接下来的一节会详细介绍里材的选择。鞋底的舒适度问题是由外底、中底和内底结合以后产生的总体效果。因为内底是直接接触人脚的，所以这里要强调一下舒适度的问题。这款鞋子的中底加入了整体乳胶海绵和后跟部位的垫片。三、帮面材料的准备 帮面材料的准备主要包括帮面外材料、帮面里材料的准备。（一）帮面外材料 经过一段时间的资料收集，我们为这款鞋子的帮面外材料选择了某公司生产的命名为LATIGO的皮料。通过该公司的产品介绍，我们了解到此皮料的相关特点：环保染料、不脱色、厚度均匀、牢度好，经过与其他产品对比，我们认为这些特性都是非常符合本系列产品的。但该公司的一些合作条件也是相对严格的，例如最低订货量不能少于3000平方英尺，生产周期最短一个月，而且皮料样品制作也要一个月的时间。这些条件都是很棘手的问题。首先，在没有确定生产数量之前我们是不能确定最终订货量的，尤其是对于时尚品牌而言，通常的订货量都不会很多；另外生产周期一个月还可以接受，但是样皮的制作也要一个月的确是令人很头痛的问题，这就意味着样品开发的时间要因此而耽搁，而且一旦最终没有选择该公司的产品就要另外寻找供应商，开发进度时间就耽误了。经过讨论，最终的解决方案是：定做样品皮的同时用手头已有的或市场现货接近规格的皮料制作帮面样品，同时继续收集相近皮料的供货渠道信息，以备不时之需。

《品牌鞋靴产品策划》

精彩短评

- 1、比较简要地介绍整个流程，算是入门级的书吧。
- 2、可以再写得详细点儿！
- 3、上午訂貨，下午就到了，以後不用找書店了

《品牌鞋靴产品策划》

精彩书评

1、若是不明白鞋靴的制造工艺\流程或者周期,这本书会给你一个全面的介绍.还有有关鞋的专业术语,深入浅出,看了不觉得枯燥.对做广告策划的人来说,草草看了制作流程就得了,重点还是对风格的把握,但若是你做产品策划或者跟单,又或者设计师,这本是应该是很好的帮助.

《品牌鞋靴产品策划》

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