

《高级定制服装概论》

图书基本信息

书名：《高级定制服装概论》

13位ISBN编号：9787811116472

10位ISBN编号：7811116472

出版时间：2009-12

出版社：东华大学

作者：许才国//鲁兴海

页数：276

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

《高级定制服装概论》

前言

服装产业素来是我国重要的支柱产业。今天的中国不再是世界服装的初级加工厂，匹从“中国制造”走向了“中国创造”。中国的服装设计师、中国的服装品牌、中国的服装教育纷纷登上世界舞台，崭露头角。在服装产业繁荣发展的今天，无论是本土的还是世界的服装设计教育格局都出现了很多变革性的因子。产业环境对我国的服装教育提出了全新的要求，既要符合全球化、国际化的趋势，又要坚持本土化的中国特色。服装设计学科是东华大学的特色学科。作为中国最早设立服装设计学科的高等学府之一，学校以“崇德博学、砺志尚实”为校训，自觉承担起培养我国优秀服装设计专业人才、引导我国服装设计学科发展的重任。中国的服装设计教育从20多年前的借鉴与摸索期发展到如今的成熟与创新期，离不开我校几代服装设计学科专业教师的耕耘与奉献。立足中国、面向世界，上海繁荣的都市产业与时尚产业成为我校服装设计学科成长的沃土。秉承“海纳百川、追求卓越”的精神，我校服装设计学科带头人刘晓刚教授领衔，服装学院专家教授共同参与，在全国率先推出了大型的服装设计专业系列教材。此套教材涵盖服装设计的方法、思维、技术、品牌、审美、营销、流行等各个方面，理论与实践并举，内容全面，时代性强。可以说，此套教材凝结并展示了我校服装设计教育精英的集体智慧、敢为人先的创新精神，以及严谨求实的学术风范。一份耕耘，一份收获。衷心希望此套教材的出版能够对我国服装教育与服装产业的发展有所促进。

《高级定制服装概论》

内容概要

《高级定制服装概论》

作者简介

刘晓刚，教授、博导，国家有突出贡献中青年专家，享受国务院政府特殊津贴，全国服装设计与工程专业教学指导委员会副主任，全国艺术硕士专业学位教学指导委员会委员，中国服装设计师协会理事委员，全国十佳服装设计师，东华大学服装学院副院长，东华大学服装学院服装研究中心主任，东华大学—施华洛世奇创意设计中心主任，连续三届上海市高校优秀青年教师，国内多家服装企业设计总监。

许才国，东华大学服装设计专业硕士毕业，现为宁波大学艺术学院讲师，主要从事定制服装设计与理论研究、品牌服装运作与产业创新研究、皮革服装设计与理论研究等已发表多篇国内核心期刊论文，并获得兄弟杯、CCTV黄金搭档杯、真皮标志杯、大阪僮僮僮僮々僮儿工しクツヨン等多个国内外服装专业赛事奖项。

《高级定制服装概论》

书籍目录

第一章 高级定制服装概述 第一节 定制服装 第二节 高级定制服装 第三节 定制服装与成衣的关系
第四节 高级定制服装与普通定制服装关系 第五节 高级定制服装的审美 第六节 其他相关高级定制业
第二章 高级定制服装简史 第一节 高级时装诞生 第二节 高级时装与时代变迁 第三节 西方高级定制服装
第四节 中国高级定制服装 第五节 高级定制服装现状 第六节 高级定制服装未来
第三章 高级定制服装的行业基础 第一节 高级定制服装存在的必然性 第二节 高级定制服装存在的合理性
第三节 高级定制服装与宏观经济的相互关系 第四章 高级定制服装的客户基础 第一节 高级定制服装消费心理
第二节 高级定制服装象征意识 第三节 高级定制服装价值实现 第五章 高级定制服装的理想模型
第一节 高级定制服装成本模型 第二节 高级定制服装经营模型 第三节 高级定制服装服务模型
第四节 高级定制服装业务模型 第六章 高级定制服装的设计研发 第一节 高级定制服装设计思维
第二节 高级定制服装设计视点 第三节 高级定制服装设计语言 第四节 高级定制服装流行预测
第五节 高级定制服装产品研发 第六节 以顾客为中心的产品研发模式 第七章 高级定制服装的推广与发布
第一节 高级定制服装的品牌推广 第二节 高级定制服装的品牌发布 第八章 高级定制服装经营操作流程
第一节 经营准备 第二节 经营场地 第三节 经营程序 第四节 经营管理 第九章 高级定制服装技术操作流程
第一节 生产流程 第二节 量体技术 第三节 样板技术 第四节 裁剪技术 第五节 缝制技术
第六节 熨烫技术 第七节 手针技术 第八节 检验技术 第十章 高级定制服装的品牌提升
第一节 理念提升 第二节 形象提升 第三节 技术提升 第四节 服务提升 第五节 营销提升
附录1 与高级定制服装关联度相对较高的主要服装行业会展信息(国内) 附录2 与高级定制服装关联度相对较高的主要服装行业会展信息(国外) 参考文献

高级定制品牌则会从顾客一开始步入店堂到设计、制作、试穿、修正，以及到最后成品交付，再到后期的产品维护与再续业务，都会一丝不苟地围绕着定制业务为顾客提供全方位、高品质的服务，顾客则在此过程中尽享高级定制所带来的身心愉悦。

（四）按定制服装的穿着用途分 按定制服装的用途或穿着场合可分为：礼服定制，职业装定制和家居服定制等。其中，礼服定制是指为顾客提供出席正式场合的社交礼仪服装定制业务。社交礼服根据服用者出席的场合不同，可以分为日间礼服与晚礼服等，具体分类与相关内容请详见本章第二节；职业装定制是指为顾客提供企事业工装、职业防护、职业制服等有关于职业需求方面的服装定制业务；家居服定制是指为顾客提供居家休闲服装的定制业务。

（五）按定制服装的生产方式分 按服装制造的生产方式分类：包括大规模定制服装和传统单量单裁定制。大规模定制服装是指以接近大规模生产的效益和速度，满足顾客个性化需求的定制服装生产制作模式。要求产品既要拥有大规模生产的价格优势，又要能满足多样化的定制需求，并且不牺牲企业的效益和利润。其生产模式的重要特征是通过有效的生产组织方式，采用批量化的生产方式来完成个性化的定制需求服务。传统单量单裁定制即是指采用单量单裁单做的方式完成定制服装的作坊式生产制作。

其他分类方法还有按顾客年龄分类、按顾客性别分类等。

三、特征 无论是以什么样的分类方式来区分的定制服装，其总体特征都是以顾客需求为驱动和导向的。

我们知道，在传统的大批量成衣生产方式中，除了订单加工的成衣产品外，大多都是一种预测设计和生产、销售的模式，企业或品牌公司根据往年的经验和最新流行信息分析、总结，得到对未来市场的预测，再进行一系列的商业活动，因而，大批量生产是一种推动型的生产模式；而定制服装的设计、制造，是以客户提出的个性化需求为起点，因而定制服装可以说是一种需求拉动型的生产模式。在定制服装的从设计到裁剪、生产的整个环节中，顾客可以参与其中，根据自己的意图、喜好来要求自己的定制服装，而制作方则会尽力提供百分百的服务来满足客户需求。

（一）审美特征 服饰审美的第一要点即是整体美，是指服装本体和配饰、着装者及着装环境等的相互协调，特别是指与着装者的体型、气质、妆容、品位等个体要素融为一体所表现出来的整体形象美。

《高级定制服装概论》

精彩短评

- 1、花两天看完了 挺循序渐进内容也很丰富 不止讲到了高定 高级成衣和快消类的商业模式也有对比讲解 但是 废话特么的多啊！建议一边看一边做笔记 剔除无效信息 然后 可以扔了嘻嘻
- 2、东拼西凑，废话太多，简直跟我写的论文有得一拼。还抄了一堆marketing的理论。ch7开始才有点相关内容
- 3、干货虽然有，冗余内容也不少

《高级定制服装概论》

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