

# 《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.tushu111.com](http://www.tushu111.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、有借鉴意义
- 2、范围挺大，但是讲的不是很细，图片选用的不不够精美严谨

# 《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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)