



服装高职高专“十一五”部委级规划教材
国家级精品课程配套教材

Apparel Producing → Management

温平则 冯旭敏 编著

现代服装 工程管理

根据产业运行模式，分析工业化生产经营运作过程，确定岗位单元结构。

根据岗位，确定产品企划与产品设计、生产现场管理、市场营销三大内容模块。

将设计、技术、营销等独立的知识与能力形成完整的知识链条与综合的能力结构。



中国纺织出版社



“十一五”部委级规划教材
国家级精品课程配套教材

现代服装工程管理

温平则 冯旭敏 编著



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书根据服装产业运行模式,分析服装工业化生产经营活动的运作过程,确定服装产品企划与产品设计、服装生产现场管理、服装市场开发、市场营销等工程管理岗位单元结构。具体内容包括产品企划、生产管理和市场营销三大部分。本书将设计、技术、营销等独立的知识与能力提升到市场运作的层面,形成完整的知识链条与综合的能力结构,达到综合能力训练的目的,实现培养复合型人才的目标,满足服装企业对服装产品开发、生产技术管理以及服装市场营销等人才的需求。

本书既可供各类服装职业院校的师生学习,也可供服装企业产品开发、生产技术管理及市场营销人员阅读和参考。

图书在版编目(CIP)数据

现代服装工程管理/温平则,冯旭敏编著. —北京:中国纺织出版社,2010.8

服装高职高专“十一五”部委级规划教材. 国家级精品课程配套教材

ISBN 978 - 7 - 5064 - 6021 - 7

I. 现… II. ①温…②冯… III. 服装工业—工业企业—高等学校:技术学校—教材 IV. F407.866

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 190281 号

策划编辑:张晓芳 责任编辑:孙 阳 责任校对:俞坚沁

责任设计:何 建 责任印制:周文雁

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社印刷厂印刷 三河市永成装订厂装订

各地新华书店经销

2010 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:22.25 插页:3

字数:337 千字 定价:42.00 元(附光盘 1 张)

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

出版者的话

2005年10月,国发[2005]35号文件“国务院关于大力发展职业教育的决定”中明确提出“落实科学发展观,把发展职业教育作为经济社会发展的重要基础和教育工作的战略重点”。高等职业教育作为职业教育体系的重要组成部分,近些年发展迅速。编写出适合我国高等职业教育特点的教材,成为出版人和院校共同努力的目标。早在2004年,教育部下发教高[2004]1号文件“教育部关于以就业为导向 深化高等职业教育改革的若干意见”,明确了促进高等职业教育改革的深入开展,要坚持科学定位,以就业为导向,紧密结合地方经济和社会发展的需求,以培养高技能人才为目标,大力推行“双证书”制度,积极开展订单式培养,建立产学研结合的长效机制。在教材建设上,提出学校要加强学生职业能力教育。教材内容要紧密结合生产实际,并注意及时跟踪先进技术的发展。调整教学内容和课程体系,把职业资格证书课程纳入教学计划之中,将证书课程考试大纲与专业教学大纲相衔接,强化学生技能训练,增强毕业生就业竞争能力。

2005年底,教育部组织制订了普通高等教育“十一五”国家级教材规划,并于2006年8月10日正式下发了教材规划,确定了9716种“十一五”国家级教材规划选题,我社共有103种教材被纳入国家级教材规划,在此基础上,中国纺织服装教育学会与我社共同组织各院校制订出“十一五”部委级教材规划。为在“十一五”期间切实做好国家级及部委级高职高专教材的出版工作,我社主动进行了教材创新型模式的深入策划,力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应,充分体现职业技能培养的特点,在教材编写上重视实践和实训环节内容,使教材内容具有以下三个特点:

(1)围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设置特点,从培养学生学习兴趣和提高职业技能入手,教材内容围绕生产实际和教学需要展开,形式上力求突出重点,强调实践,附有课程设置指导,并

于章首介绍本章知识点、重点、难点及专业技能,章后附形式多样的思考题等,提高教材的可读性,增加学生学习兴趣和自学能力。

(2)突出一个环节——实践环节。教材出版突出高职教育和应用性学科的特点,注重理论与生产实践的结合,有针对性地设置教材内容,增加实践、实验内容,并通过多媒体等直观形式反映生产实际的最新进展。

(3)实现一个立体——多媒体教材资源包。充分利用现代教育技术手段,将授课知识点、实践内容等制作成教学课件,以直观的形式、丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展中的重要组成部分,为出版高质量的教材,出版社严格甄选作者,组织专家评审,并对出版全过程进行过程跟踪,及时了解教材编写进度、编写质量,力求做到作者权威,编辑专业,审读严格,精品出版。我们愿与院校一起,共同探讨、完善教材出版,不断推出精品教材,以适应我国高等教育的发展要求。

中国纺织出版社
教材出版中心

前言

新世纪的到来,为我国服装产业迅猛发展提供了难得的历史机遇,快速发展的服装产业使传统的产业结构不断发生变化,引起了产业岗位的不断调整,使服装产业对人才的需求不断增长,除服装设计师、样板师、工艺师等技术人才外,还需要大量企划、管理、市场营销等工程型人才。为了适应市场对人才的需求,服装应用技术应用对人才的培养方向也更加宽泛,开发成熟的相关教材成为推进人才培养的关键。编者所任职的邢台职业技术学院,2006年底被评为首批28所国家示范性建设高等职业院校之一,服装工程系服装设计与加工专业成为示范建设重点建设专业;2007年“现代服装工程管理”被评为国家级精品课程。以此为契机,编者编写了《现代服装工程管理》。

“现代服装工程管理”是服装设计与工程专业的核心主干课程,是培养适应服装产业运营所需企划、管理、营销等人才的一门重要课程。它包括产品企划与产品设计、生产管理实务、市场营销三大部分内容,这些课程内容中所包含的知识及应该具备的能力,都贯穿于企业生产经营活动的全过程,是专业核心能力。

该课程根据服装产业运行模式,分析服装工业化生产经营活动的运作过程,确定服装产品企划与产品设计、服装生产现场管理、服装市场开发、市场营销等工程管理岗位单元结构,根据岗位确定课程内容模块。以“怎样做,怎样做更好”为关键知识点,确定课程内容。

“现代服装工程管理”课程在人才培养过程中,能够将设计、技术、营销等独立的知识与能力提升到市场运作的层面,形成完整的知识链条与综合的能力结构,达到综合能力训练的目的,实现培养复合型人才的目标,满足企业对服装产品开发、生产技术管理以及服装市场营销等人才的需求。

本书对服装商品开发、生产管理与服装市场营销等理论的应用做

了粗浅的探讨,由于时间仓促、水平有限,难免存在不足和疏漏之处,恳请各位专家、学者、前辈和各界读者朋友不吝赐教。

本书的出版,得到邢台职业技术学院院长刘丛教授、副院长刘彩琴教授、副院长王佩国教授、服装工程系主任范树林教授等人的热心帮助和支持,在此一并感谢。

编著者

2010年3月

“现代服装工程管理”教学内容及课时安排

第一篇 产品企划			
章/课时	课程性质	节	课 程 内 容
第一章 (8 课时)	基础理论		● 服装产品企划概述
		一	服装产品企划与企划工作
		二	产品企划工作者的要求与能力
		三	消费者需求预测与服装消费
第二章 (40 课时)	应用理论及 企划实践		● 服装产品企划实务
		一	上一年同期产品营业实绩反思
		二	目标消费者定位
		三	情报收集、整理、企划与管理
		四	产品定位与产品设计
		五	模特样衣试制研究
		六	产品构成方法与产量判断
		七	材料计划
		八	内部展示会与展销会企划
九	制作产品企划书		
第二篇 生产管理			
章/课时	课程性质	节	课 程 内 容
第一章 (4 课时)	应用理论及 管理实践		● 服装生产管理概述
		一	生产管理的历史发展与进步
		二	服装产业特征与服装企业运营管理
第二章 (20 课时)			● 服装企业生产管理工作实务
		一	加工、裁剪、粘衬指示书的制作
		二	缝制方法说明书
		三	制作工业用样板
		四	样品制作
五		委托外协加工管理	
第三章 (8 课时)			● 成本管理
		一	成本管理概述
		二	服装产品成本的核算方法
		三	成本和费用的控制
		四	降低成本的方法

续表

章/课时	课程性质	节	课 程 内 容
第四章 (20 课时)	专业理论及 作业分析实践		● 作业分析、改进及标准化
		一	作业分析、改进及标准化概述
		二	工程分析
		三	作业动作分析改进及标准化
		四	时间分析与标准加工时间的设定
		五	作业标准制订与作业标准化
第五章 (8 课时)			● 工程管理
		一	工程管理概要
		二	工程管理的职能
		三	生产设计
		四	生产组织
		五	车间布局设计
第六章 (8 课时)			● 品质管理
		一	品质管理概述
		二	企划作业品质管理
		三	设计作业品质管理
		四	外协作业品质管理
		五	检验与物流品质管理
		六	品质管理的七个工具
	七	品质管理活动	

第三篇 市场营销

章/课时	课程性质	节	课 程 内 容
第一章 (4 课时)	专业知识及 专业技能		● 服装市场营销基础知识
		一	服装市场营销概述
		二	市场活动
第二章 (6 课时)			● 服装市场营销战略
		一	服装市场营销战略概述
		二	目标市场设定
		三	营销理念

续表

章/课时	课程性质	节	课 程 内 容
第三章 (8 课时)	专业知识及 专业技能		● 市场调查
		一	市场调查概述
		二	定点调查企划书及卖场调查企划书
第四章 (6 课时)	应用理论		● 商品计划
		一	商品计划概述
		二	零售店铺的商品计划
第五章 (8 课时)	专业知识及 专业技能		● 服装销售
		一	服装销售概述
		二	服装销售技术
第六章 (4 课时)	专业知识及 管理		● 零售:服装销售主要渠道
		一	零售业的形态结构
		二	零售业的类型
第七章 (4 课时)			● 服装商品价格策略
		一	商品的生命周期
		二	服装定价方法
		三	服装商品定价策略
第八章 (8 课时)			● 促销活动
		一	促销活动的内容
		二	促销活动与方法

注 各院校可根据本校的教学特色和教学计划对课程时数进行调整

目录

第一篇 产品企划

第一章 服装产品企划概述	4
第一节 服装产品企划与企划工作	4
第二节 产品企划工作者的要求与能力	6
第三节 消费者需求预测与服装消费	8
复习与作业	17
 第二章 服装产品企划实务	 20
第一节 上一年同期产品营业实绩反思	20
第二节 目标消费者定位	23
第三节 情报收集、整理、企划与管理	26
第四节 产品定位与产品设计	36
第五节 模特样衣试制研究	47
第六节 产品构成方法与产量判断	49
第七节 材料计划	53
第八节 内部展示会与展销会企划	58
第九节 制作产品企划书	60
复习与作业	62

第二篇 生产管理

第一章 服装生产管理概述	66
第一节 生产管理的历史发展与进步	66

第二节 服装产业特征与服装企业运营管理	69
复习与作业	78
第二章 服装企业生产管理工作实务	80
第一节 加工、裁剪、粘衬指示书的制作	80
第二节 缝制方法说明书	91
第三节 制作工业用样板	95
第四节 样品制作	111
第五节 委托外协加工管理	116
复习与作业	132
第三章 成本管理	134
第一节 成本管理概述	134
第二节 服装产品成本的核算方法	137
第三节 成本和费用的控制	145
第四节 降低成本的方法	154
复习与作业	164
第四章 作业分析、改进及标准化	166
第一节 作业分析、改进及标准化概述	166
第二节 工程分析	171
第三节 作业动作分析改进及标准化	182
第四节 时间分析与标准加工时间的设定	188
第五节 作业标准制订与作业标准化	195
复习与作业	198
第五章 工程管理	200
第一节 工程管理概要	200
第二节 工程管理的职能	202
第三节 生产设计	211
第四节 生产组织	214
第五节 车间布局设计	223

复习与作业	232
第六章 品质管理	234
第一节 品质管理概述	234
第二节 企划作业品质管理	235
第三节 设计作业品质管理	238
第四节 外协作业品质管理	241
第五节 检验与物流品质管理	243
第六节 品质管理的七个工具	248
第七节 品质管理活动	254
复习与作业	263

第三篇 市场营销

第一章 服装市场营销基础知识	268
第一节 服装市场营销概述	268
第二节 市场活动	271
复习与作业	273
第二章 服装市场营销战略	276
第一节 服装市场营销战略概述	276
第二节 目标市场设定	279
第三节 营销理念	285
复习与作业	287
第三章 市场调查	290
第一节 市场调查概述	290
第二节 定点调查企划书及卖场调查企划书	294
复习与作业	296
第四章 商品计划	298
第一节 商品计划概述	298

第二节 零售店铺的商品计划	299
复习与作业	303
第五章 服装销售	306
第一节 服装销售概述	306
第二节 服装销售技术	312
复习与作业	315
第六章 零售:服装销售主要渠道	318
第一节 零售业的形态结构	318
第二节 零售业的类型	319
复习与作业	322
第七章 服装商品价格策略	324
第一节 商品的生命周期	324
第二节 服装定价方法	326
第三节 服装商品定价策略	328
第四节 商品价格调整策略	329
复习与作业	331
第八章 促销活动	334
第一节 促销活动的内容	334
第二节 促销活动与方法	336
复习与作业	338
参考文献	339

第一篇 产品企划

服装产品企划概述

- 本章内容：**
1. 服装产品企划与企划工作
 2. 产品企划工作者的要求与能力
 3. 消费者需求预测与服装消费

上课时数：8 课时

- 教学提示：**
1. 阐述现代服装产品企划的内涵和服装企业运营的重要地位,重点分析服装产品企划的工作内容、工作岗位的要求与能力。
 2. 详细讲解产品企划过程中如何准确把握市场定位及目标顾客群体,引导学生通过分析消费者服装消费的生活特点把握消费者的消费需求。
 3. 布置和讲解本章作业要领,并留出在课堂上提问和交流的时间。

- 教学要求：**
1. 使学生理解服装产品企划的内涵。
 2. 使学生了解服装产品企划在服装企业运营过程中的重要作用。
 3. 使学生理解产品企划的工作内容。
 4. 使学生深刻理解产品企划工作者的要求与能力。
 5. 使学生了解消费者消费生活的两个侧面。
 6. 使学生通过分析消费者生活的两个侧面,分析消费者需求心理的方法,具备预测和把握服装消费市场基本方法的能力。

课前准备：有选择地进行消费者的需求调查,把不同类型消费者的需求心理作为范例,为教学做好准备。