

A woman wearing a straw hat and a blue dress with yellow and white floral patterns is sitting in a field of tall grass. She is holding a small object in her hand. In the background, another person wearing a red dress with black polka dots and a white hat is standing. The scene is set in a lush, green field with trees in the distance under a blue sky with some clouds. The text "broadcast 播" and "夏季商品企划" is overlaid on the image.

broadcast 播

夏季商品企划

目录

- 1、品牌档案
- 2、竞争品牌分析
- 3、感性数据收集
- 4、商品规划



1、品牌档案



1、品牌档案

创建年代：1999年

品牌风格：日韩、休闲、欧美

品牌层次： 中高档，高档

品牌分类：

◎女装

◎中淑女装

◎设计师女装

◎棉麻女装

broadcast 播：是一种拥有独特品牌认知和号召力的女装品牌。

播"始创之初，产品风格清新质朴，充满浪漫的田园气息，设计极富原创性，一上市即成为众多女性的心头所好。"播"开始启动国际化品牌战略，为赋予"播"更具国际化的品牌魅力，"播"组建起一支国际化的设计团队，并与法国巴黎著名的时尚趋势顾问机构合作，坚持"播"牌一以贯之的原创精神，结合国际时尚流行趋势，将西方流行元素与东方气质完美结合，"播"从此升华至一个更高的境界。

1、品牌档案 消费人群

broadcast 播 女装客户群是心理年龄25-35岁左右的时尚新女性。

体现新时代职业女性特有的独立、优雅、知性、浪漫气质。

她们大都受过良好的教育，以都市上班族女性为主。



1、品牌档案 商品陈列

陈列挂杆18个

陈列量165件

叠放与正挂方式相结合

采用模特搭配展示

店铺面积：100平方米



品牌品类结构占比情况

店铺内SKU

Category	Percentage
T恤	13%
卫衣	7%
上衣	3%
针织衫	3%
夹克	1%
连体裤	1%
背带裙	1%
其他外套	5%
牛仔裤	5%
牛仔连衣裤	2%
牛仔连衣裙	1%
针织连体裤	1%
其他	1%
总计	50%

1、品牌档案

品牌价格分析

broadcast 播		
品类	价格带	主价格
衬衫	198-498	200-300
T恤	297-688	300-500
针织毛衣	398-698	500-800
其他外套	589-799	500-800
夹克	238-799	500-800
休闲裤	238-798	300-500
牛仔裤	388-498	300-500
连体裤	597-798	500-800
针织连体裤	498-798	500-800
半身裙	398-498	300-500
背带裙	598	598
牛仔连衣裙	388-498	300-500

2、竞争品牌分析



2、竞争品牌分析

New Look

国家：英国

创建年代：1969年

产品类别：服装、配饰、鞋靴等

品牌风格：休闲

品牌层次：中档

目标市场：预算少又追求流行的买家，整体面对中档收入又追求流行的消费群体。

消费者年龄：18-45岁

消费者经济状况：中档收入

New Look产品系列：

◎ 女装

◎ 男装

◎ 童装



2、竞争品牌分析

陈列挂杆39个

陈列量240件

正挂与侧挂方式相结合，采用模特搭配展示

店铺面积：180平方米

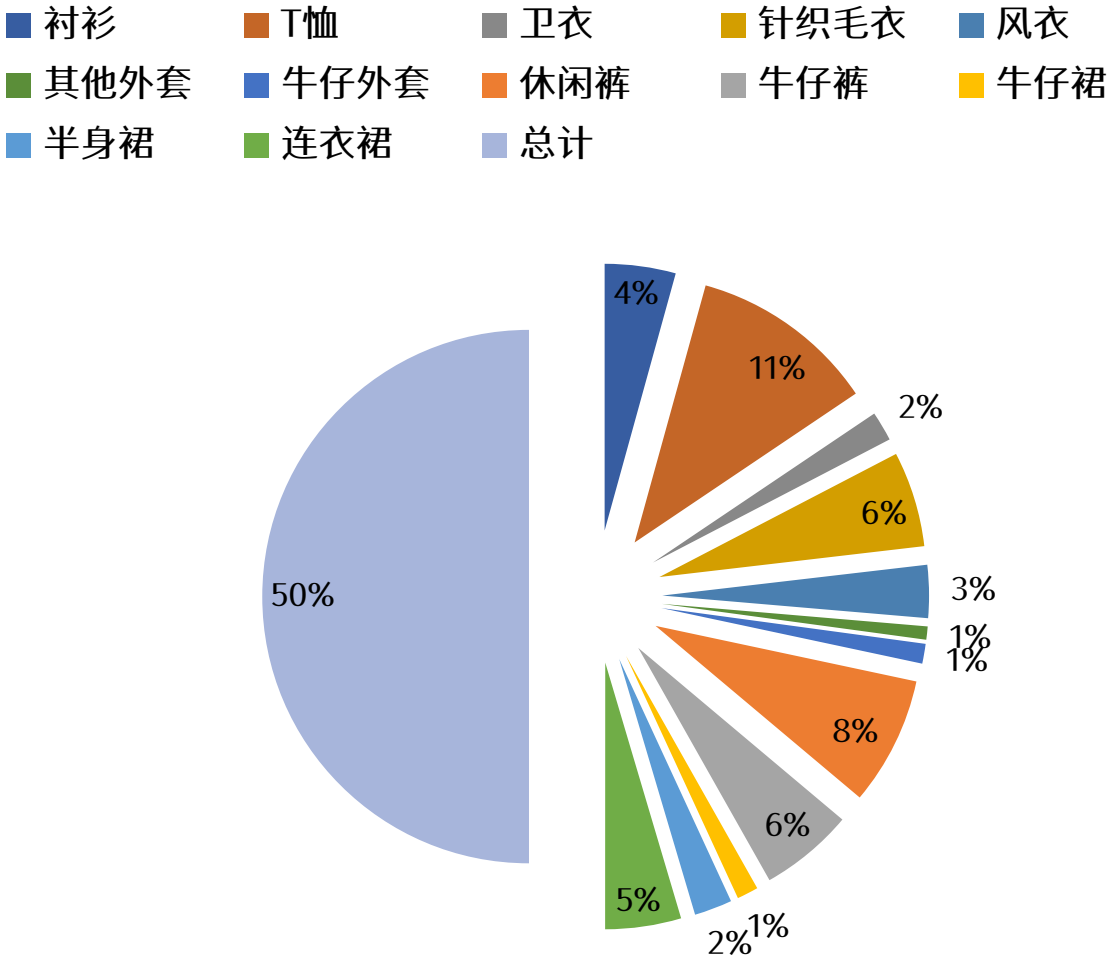


2、竞争品牌分析

品牌品类结构占比情况

NEW LOOK品类结构占比情况		
品类	店铺内SKU	SKU占比
衬衫	43	8.58%
T恤	113	22.55%
卫衣	18	3.59%
针织毛衣	58	11.58%
风衣	32	6.39%
其他外套	8	1.60%
牛仔外套	12	2.40%
休闲裤	78	15.57%
牛仔裤	57	11.38%
牛仔裙	13	2.59%
半身裙	23	4.59%
连衣裙	46	9.18%
总计	501	

NEW LOOK品类结构占比情况 店铺内SKU



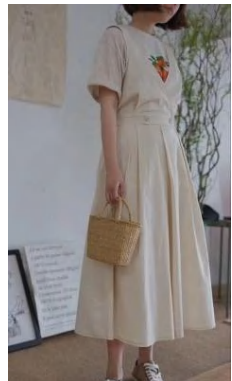
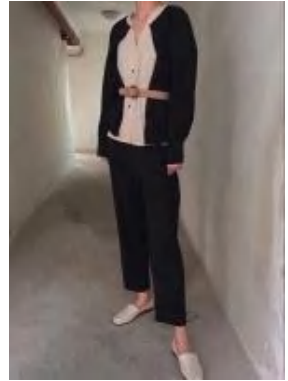
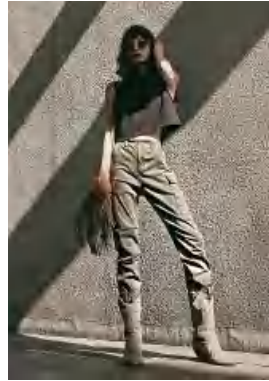
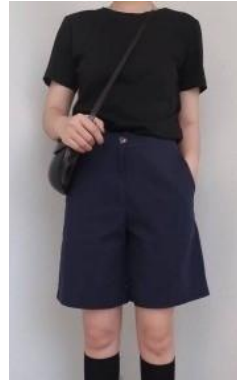
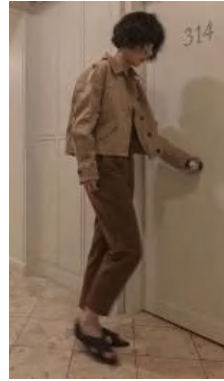
2、竞争品牌分析

NEWLOOK		
品类	价格带	主价格
衬衫	79-300	100-200
T恤	59-200	70--200
卫衣	79-200	100-200
针织毛衣	59-200	100-200
风衣	249-399	200-300
其他外套	199-279	200-300
牛仔外套	99-299	100-200
休闲裤	149-299	200-300
牛仔裤	149-349	200-300
牛仔裙	99-299	100-200
半身裙	129-299	100-200
连衣裙	129-299	200-300

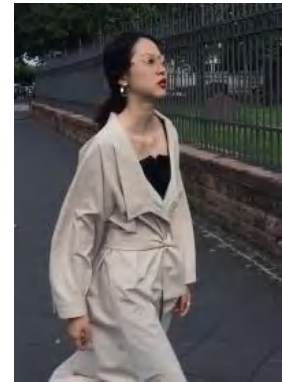
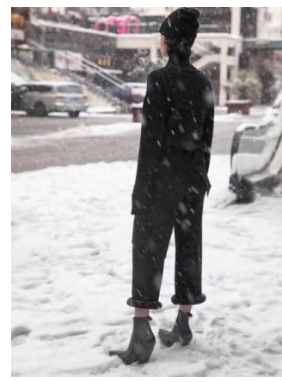
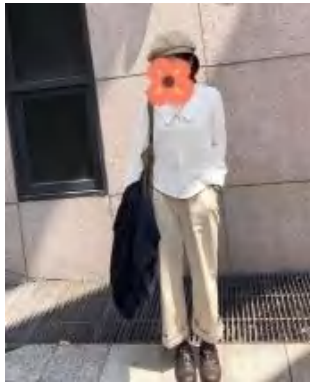
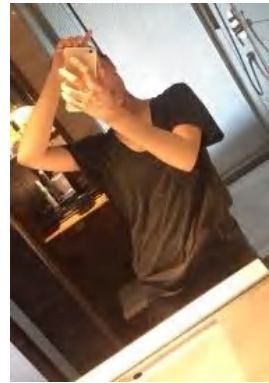
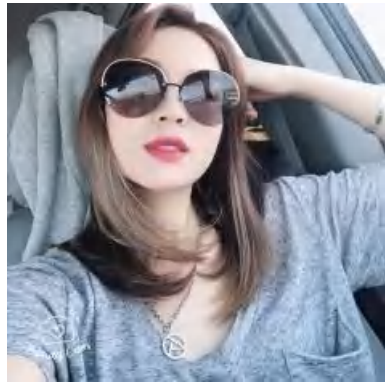
3、感性数据收集



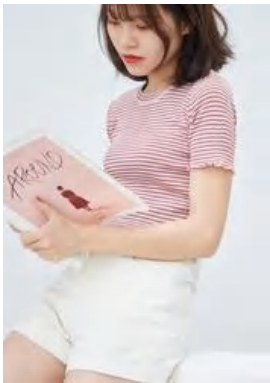
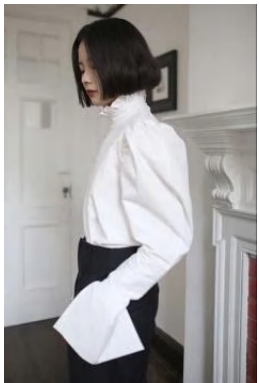
3、感性数据收集 简约



3、感性数据收集 简约

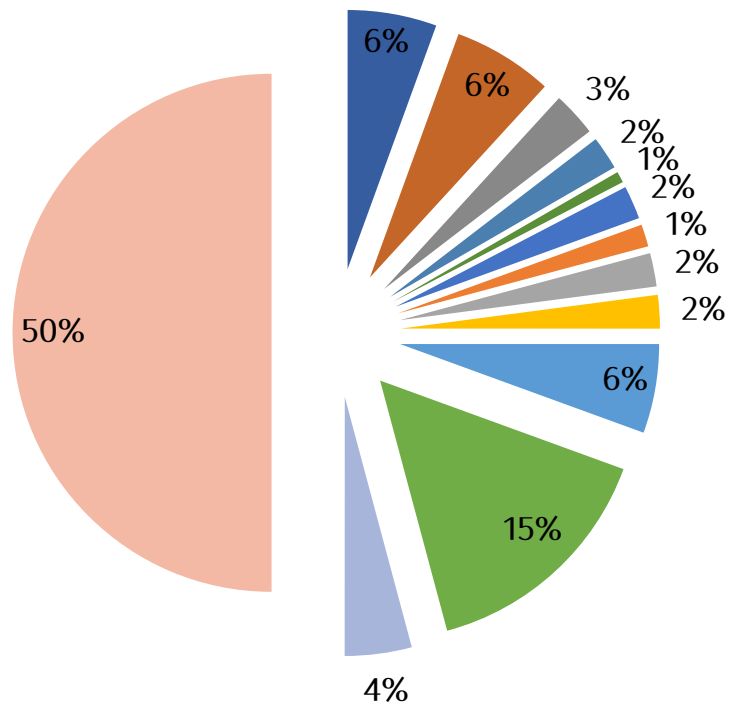


3、感性数据收集 简约



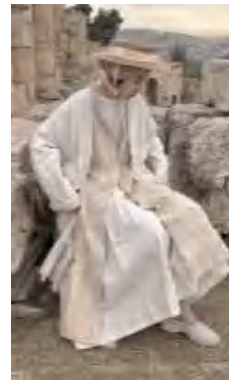
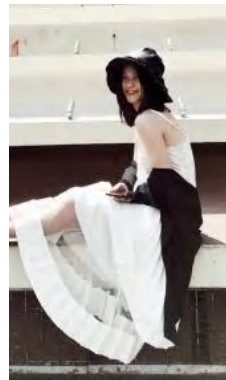
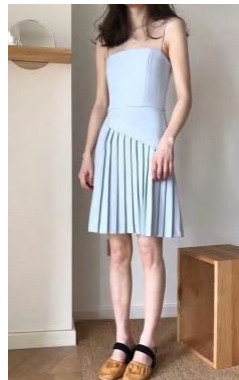
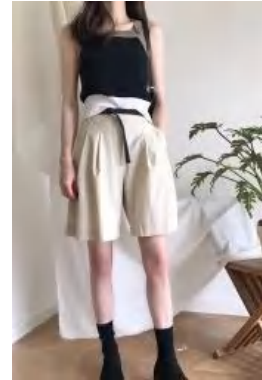
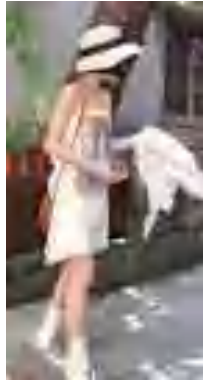
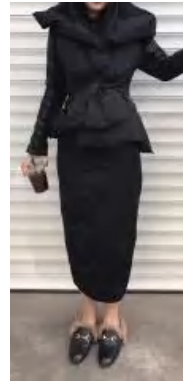
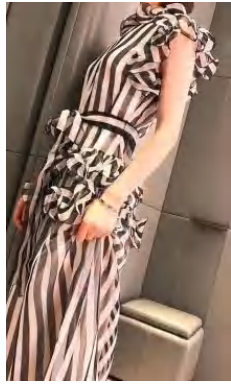
简约

■ 衬衫 ■ T恤 ■ 毛衣 ■ 卫衣 ■ 牛仔外套 ■ 其他外套 ■ 风衣
■ 牛仔长裤 ■ 牛仔短裤 ■ 休闲短裤 ■ 休闲长裤 ■ 长裙 ■ 短裙 ■ 合计



根据调查数据显示：目标人群的消费简约风格服装品类的占比依次为：长裙、T恤、衬衫、风衣、短裙、长裤等。

3、感性数据收集

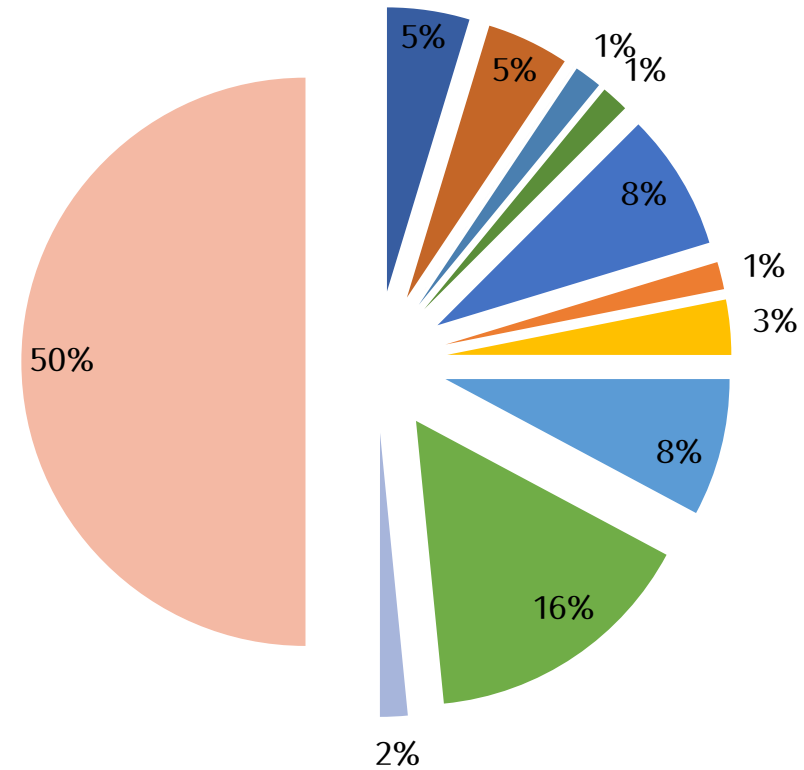


3、感性数据收集 设计



设计

■ 衬衫 ■ T恤 ■ 毛衣 ■ 卫衣 ■ 牛仔外套 ■ 其他外套 ■ 风衣
■ 牛仔长裤 ■ 牛仔短裤 ■ 休闲短裤 ■ 休闲长裤 ■ 长裙 ■ 短裙 ■ 合计



根据调查数据显示：目标人群的消费设计风格服装品类的占比依次为：长裙、风衣、长裤、T恤、衬衫、风衣、短裤等。

3、感性数据收集 时尚



3、感性数据收集 时尚

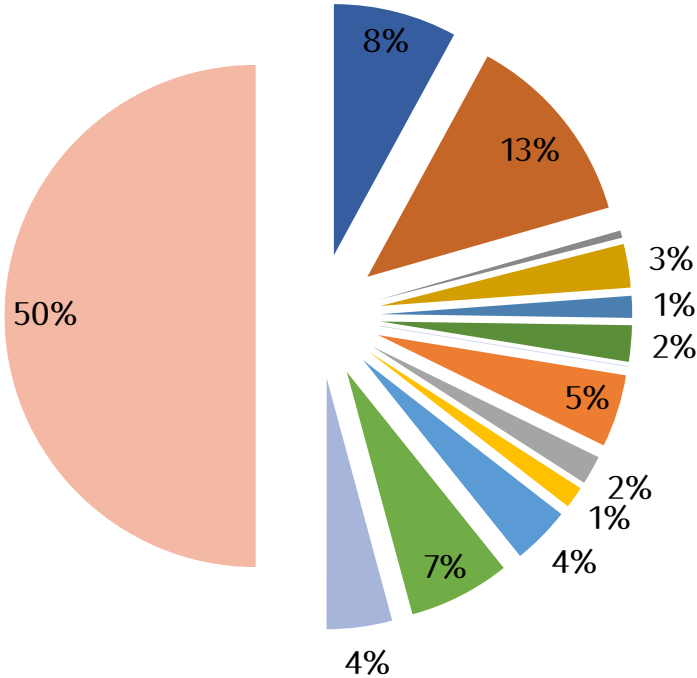


3、感性数据收集 时尚



时尚

- 衬衫 ■ T恤 ■ 毛衣 ■ 卫衣 ■ 牛仔外套 ■ 其他外套 ■ 风衣
- 牛仔长裤 ■ 牛仔短裤 ■ 休闲短裤 ■ 休闲长裤 ■ 长裙 ■ 短裙 ■ 合计



根据调查数据显示：目标人群的消费时尚风格服装品类的占比依次为：T恤、衬衫、长裙、牛仔、长裤、短裙等。

3、感性数据收集

总结

		计数	总计	占比
性别	男	122	258	47.29%
	女	136		52.71%
年龄	20-30	216	258	83.72%
	30-40	22		8.53%
	40-50	20		7.75%
职业	上班族	150	258	58.14%
	个体	66		25.58%
	学生	22		8.53%
	其他	20		7.75%
尺码	S	31	258	12.02%
	M	66		25.58%
	L	57		22.09%
	XL	54		20.93%
	XXL	50		19.38%
风格	简约	52	258	20.16%
	时尚	144		55.81%
	设计	62		24.03%



	结论
数据	258
风格	设计：19.35%，时尚：56.60%，简约：24.05%
职业	上班族为主；部分个体和学生
穿着喜好	愿意尝试新兴时尚国产品牌，追求设计心意
消费水平	中档人群

尺码	计数	尺码比	店铺尺码比
S	31	3	2
M	66	6	4
L	57	6	4
XL	54	5	4
XXL	50	5	1

中类	价格	计数	总计数	占比	中类	价格	计数	总计数	占比
村衫	100-300	83	182	45.60%	牛仔长落	200-300	75	182	41.21%
	300-500	55		30.22%		300-500	71		39.01%
	500-800	40		21.98%		500-800	32		17.58%
	800以上	4		2.20%		800以上	4		2.20%
T恤	200-300	83	182	45.60%	牛仔短裤	200-300	90	182	49.45%
	300-500	63		34.62%		300-500	56		30.77%
	500-800	32		17.58%		500-800	32		17.58%
	800以上	4		2.20%		800以上	4		2.20%
毛衣	200-300	75	182	41.21%	休闲短极	200-300	91	182	50.00%
	300-500	55		30.22%		300-500	55		30.22%
	500-800	48		26.37%		500-800	32		17.58%
	800以上	4		2.20%		800以上	4		2.20%
卫衣	200-300	74	182	40.66%	休闲长桂	200-300	82	182	45.05%
	300-500	56		30.77%		300-500	56		30.77%
	500-800	48		26.37%		500-800	40		21.98%
	800以上	4		2.20%		800以上	4		2.20%
牛仔外套	200-300	75	182	41.21%	长搓	200-300	75	182	41.21%
	300-500	63		34.62%		300-500	55		30.22%
	500-800	40		21.98%		500-800	48		26.37%
	800以上	4		2.20%		800以上	4		2.20%
其他外套	200-300	75	182	41.21%		200-300	90	182	49.45%
	300-500	63		34.62%		300-500	56		30.77%
	500-800	40		21.98%		500-800	32		17.58%
	800以上	4		2.20%		800以上	4		2.20%
	200-300	82	182	45.05%					
	300-500	48		26.37%					
	500-800	48		26.37%					
	800以上	4		2.20%					

根据调查数据显示：

消费群体以上班族为主，总体穿着风格偏向以时尚、简约为主，大都数都是愿意尝试新兴的国产品牌。由于消费水平在中档，所以在价格选择上价钱都偏低。

结论				
价格	100 ~300	300~500	500~800	800以上
占比	44.38%	31.78%	19.61%	2.20%
大多数目标人群接受中档价格的消费				



4、商品规划



4、商品规划

20XX年夏波段挂杆数规划

上货波段		1波	2波	3波	4波	5波	TOTAL	TEMA占比
日 期		3月6日	4月1日	4月20日	5月1日	5月21日		
节气		惊蛰	春分	谷雨	立夏	小满		
节日		妇女节/植树节	愚人节/清明节	地球日	劳动节/母亲节	520		
简约	挂杆	2		1	1	2	6	35.47%
	款数 (SKU)	10		10	28	24	72	72
时尚	挂杆	2	2	1	2	1	8	50.74%
	款数 (SKU)	13	28	14	28	20	103	103
设计	挂杆		2		2	2	6	13.79%
	款数 (SKU)		6		8	14	28	28
TOTAL		4	4	2	5	5	20	20
sku合计		23	34	24	64	58	203	
各波段skc占比		11.33%	16.75%	11.82%	31.53%	28.57%	100%	100%
推广产品类型		风衣、连衣裙	衬衫、短袖	刺绣系列	印花系列	解构系列		
特殊款				皮衣2个、小礼服2个				

PS：基础品类（打底，小衫等）集中在一波上市
因立夏时间相对靠后，因此将货品的上货节奏适当拉平。

20XX年夏产品结构建议表

大类	中类	小类	1波		2波			3波		4波					5波				合计		
			时尚	简约	时尚1	设计	时尚2	时尚	简约	时尚1	简约1	设计	简约2	时尚2	简约1	时尚	设计	简约2			
			SKU	SKU	SKU	SKU	SKU	SKU	SKU	SKU	SKU	SKU	SKU	SKU	SKU	SKU	SKU	SKU	SKU	SKU	SKU
特殊类	礼服	长礼服										1					1		2	2	1%
	礼服	短礼服										2					2		4	4	2%
特殊类小计												3					3		6	6	3%
大品类	大衣	半身装			1			1											2	2	1%
		中长			1													1	1	0%	
	风衣		2	3	1			1										7	7	3%	
	外套/防晒						1	1		1	2		2	2	1	3		1	14	14	7%
大品类小计			2	3	3	0	1	3	0	1	2	0	2	2	1	3	0	1	24	24	12%
小品类	T恤		1		2	1	3	1	2	2	2		1	1	1	3		1	21	21	10%
	衬衫		1	1	2	2	3	2	1	2	2		2	2	2	2	1	2	27	27	13%
	针织	卫衣	1					1	1										3	3	1%
		开衫	1					1		1				1	1		1	1	7	7	3%
		连衣裙	1	1															2	2	1%
		针织短裙			1														1	1	0%
		针织裤																	0	0	0%
小品类小计			5	2	5	3	6	5	4	5	4	0	3	4	4	5	2	4	61	61	30%
上装类合计			7	5	8	3	7	8	4	6	6	3	5	6	5	8	5	5	91	91	45%
下装	裤子	长裤		1	1		1	1	1							1			6	6	3%
		九分裤	1				1	1	2	2	2		2	1	1	1		1	15	15	7%
		中裤				1	1			1	1		1	1	1		1	1	9	9	4%
	裙子	短裙	1		1	1	1	1		1	1		2	2	2	3	2	2	20	20	10%
		长裙	1	1	1	1	1		1	2	1		1	1		2	1		14	14	7%
下装类合计			3	2	3	3	5	3	4	6	5	0	6	5	4	7	4	4	64	64	32%
连身装	连身裙		3	3	2	1	2	2	1	2	2	1	2	3	3	4	3	3	37	37	18%
	连体裤				1		1	1	1		1		1			1	2		9	9	4%
连身装合计			3	3	3	1	3	3	2	2	3	1	3	3	3	5	5	3	46	46	23%
总计			13	10	14	7	15	14	10	14	14	4	14	14	12	20	14	12	201	201	100%

4、商品规划

20XX年夏产品价格带

价格定位					
品类	价格带	主价格	品类	价格带	主价格
衬衫	199-599	200-300	九分裤	169-399	200-400
T恤	99-699	99-200	中裤	249-698	200-400
针织衫	199-799	200-300	短裙	199-699	200-300
卫衣	199-599	200-300	长裙	219-599	250-300
防晒外套	99-369	200-400	针织连衣裙	199-499	200-400
风衣	199-499	300-400	连衣裙	149-799	400-500
长裤	199-469	250-300	连体裤	249-489	200-300

4、商品规划

第1波段开发说明

波段	风格杆	色系/产品	开发方向	针对客群	目的	开发重点	推广手段	预计主要销售周期
1波 3月6日	时尚	色系：联合紫，芥末绿 开发方向：风衣，针织连衣裙 配比：紫色50%，粉色20%，印花30%	延续202X年流行色彩，为盛夏的浪漫诗意做铺垫。	季节敏感者——吸引有提前消费意识，且有着装需求的客户群。	吸引新客户进店，VIP招募。	风衣 连衣裙	录制女性创意视频，公众号推广。	1个月
	简约	色系：米色 开发方向：连衣裙，蕾丝连衣裙 以简约自然舒适为主。	采用研制的自然面料，关注细节，更关注品质。	时尚尝新者——吸引 高端客户群 ，她们对时尚有着敏锐的感知，并敢于尝试，追求创意。				



4、商品规划

第2波段开发说明

波段	风格杆	色系/产品	开发方向	针对客群	目的	开发重点	推广手段	预计主要销售周期
2波 4月1日	时尚1	色系：蓝色，花型，白色 开发方向：村衫为主力产品，短袖为辅助产品 配比：蓝色50%，花型20%，白色30%	以实销型产品开发为主，同时兼具季节的过渡穿着需求。	换季采购者——吸引对天气敏感，有换季着装需求的客群。 时尚尝新者——吸引时髦的客户群，她们对着装有着自己的想法，并敢于尝试，喜欢创新舒适的感觉。	深挖销售潜力	衬衫短袖	微信，配合商场的促销活动	1个月
	设计	色系：黑色 开发方向：绑带衬衫，不对称T恤	设计款，不规则方式，吸引更多新客户群体。					
	时尚2	色系：姜黄色，米白 开发方向：短袖 配比：姜黄色50%，花型40%，米白10%	以实销型产品开发为主，同时兼具季节的过渡穿着需求。					



4、商品规划

第3波段开发说明

波段	风格杆	色系/产品	开发方向	针对客群	目的	开发重点	推广手段	预计主要销售周期
3波 4月20日	时尚	色系：绿色 开发方向：绣花连衣裙，条格内搭 配比：黄色15%，绿色50%，藏青20%，白色15%	以实销型产品开发为主，同时兼具季节的过渡穿着需求。	换季采购者——吸引对天气敏感，有换季着装需求的客群。	深挖销售潜力	刺绣系列	微信，配合商场的促销活动	1个月
	简约	色系：白色 开发方向：自然色彩的半身裙	以休闲，逛街场景为主，满足部分客群户外穿着需求。					



4、商品规划

第5波段开发说明

波段	风格杆	色系/产品	开发方向	针对客群	目的	开发重点	推广手段	预计主要销售周期
5波 5月21日	简约1	色系：灰 开发方向：连衣裙， 抽褶连衣裙。 以简约自然舒适为主	以实销型产品开发为主，同时兼具季节的过渡穿着需求。	有对着装更新需求的客群。	夏季的彻底过渡，购买相对集中。	解构系列	520推出节日系列活动。	2个月
	时尚	色系：美黄色，米白 开发方向：短袖 配比：花型40%，米白10%，姜黄50%						
	设计	色系：西瓜红，花型 开发方向：花型连衣裙，花型T恤 配比：花型50%，藏青色25%，西瓜红25%	潮流大胆色彩，满足部分特立独行的视觉需求。	   				
	简约2	色系：浅蓝，纯色 开发方向：短裙，长裙 配比：浅蓝40%，纯色60%	夏日高文爆发、面料选择可偏薄。	 