

“缝”

店铺设计





CONTENTS

1.设计灵感

2.品牌定位

3.消费者定位

4.店铺规划

5.店铺模型

6.产品组合

7.vmd系统

8.细节布置

设计灵感

复古主义永远在时尚的舞台活跃，每年设计师们总能给我们带来惊喜，**BANANA BABY**当然也不会放过，春夏大片，以“**复古、甜美**”为关键词，清新的场景设计满满的都是浪漫气息，带有浓厚春夏色彩的对比，冲击着视觉神经，鲜花、萌宠、阳光，一切归于生活的场景，却是最美的存在。



中性复古风潮回归 Theory发布会



VOGUE时尚荷兰-六十年代复古时装秀



复古风格回潮，越来越多的人接受并喜爱上这种复古的感觉，复古显然成为了这几年来时尚新宠，所以我们结合时尚信息与自身偏爱复古风格，创建了我们浪漫轻复古品牌“缝”。

品牌定位

轻复古风

越来越多的设计师抛弃了过往光鲜亮丽过多亢奋的视觉效果，取而代之以一种温文尔雅、不紧不慢的方式，来呈现当代都市女性丰富的生活和时尚态度。

“缝”为我们带来了随性的轻复古风格，没有法国女人的精致优雅，没有奢侈品的情调，没有装腔作势，只有低调舒适的风格，让时尚这件事回归到生活本身，穿出自己的味道。



消费者定位

年龄：20—25岁

风格：偏爱复古风的年轻女性

产品价格：属于中高档

对收入有一定的要求，要具备一定的购买力。



渠道定位

独立设计师产品风格设计

自我工厂半手工精细制作生产

线上线下双渠道营销

复古风格打造宣传



价格定位

1.采取需求定价法和成本定价法

需求定价法：根据消费者所能接受的价格定价，较好的满足市场需求。

成本定价法：由于服装受季节、周期性因素影响较大，为了维持店铺运营，故采用成本定价法。

2.中高端店铺，价格定在800-5000之间。

3.根据产品利润率和销售利润率来合理定价产品。



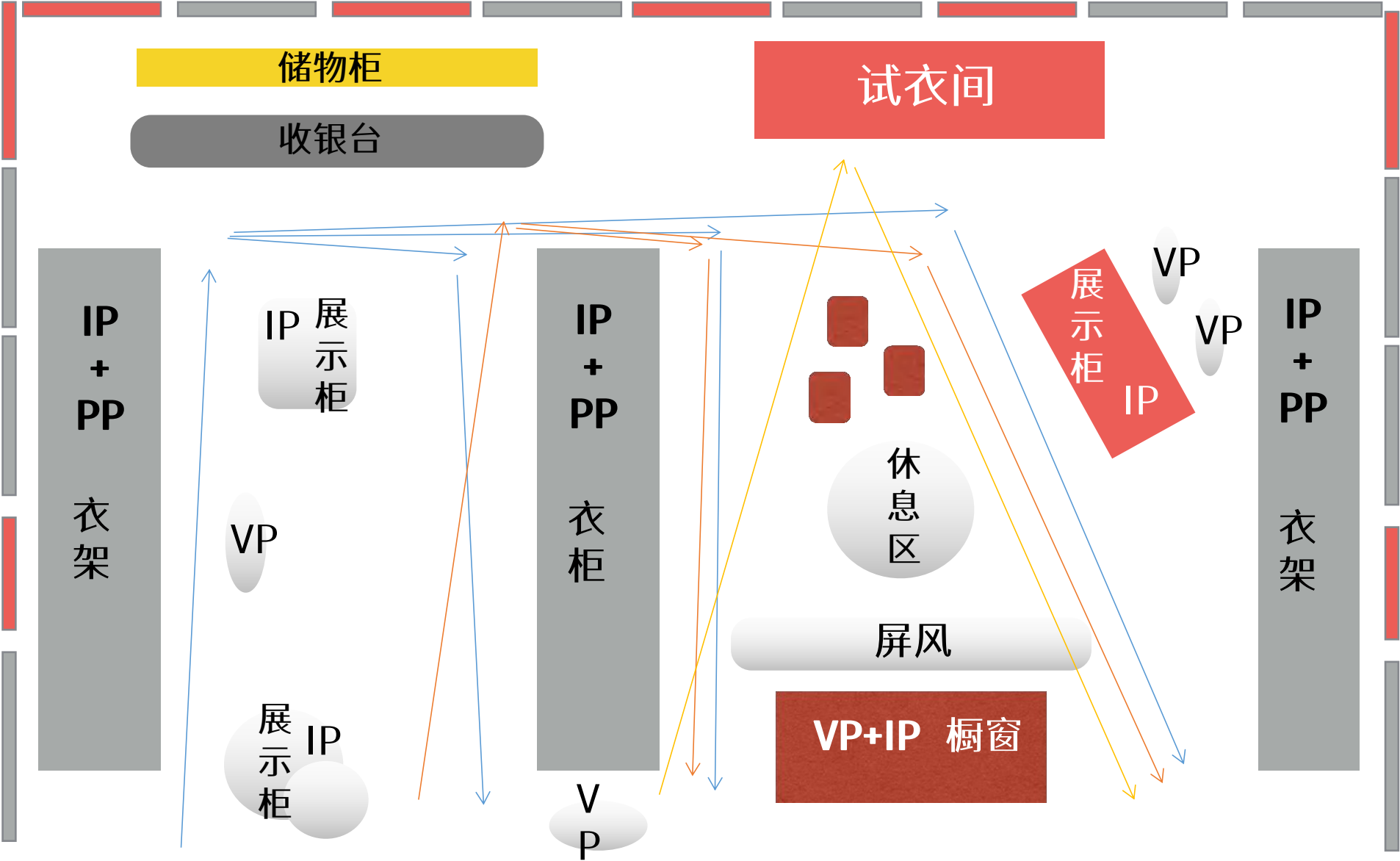
VMD系统+店铺规划

○ 模特

→
动线图1

→
动线图2

→
动线图3



店铺模型 (参考图)

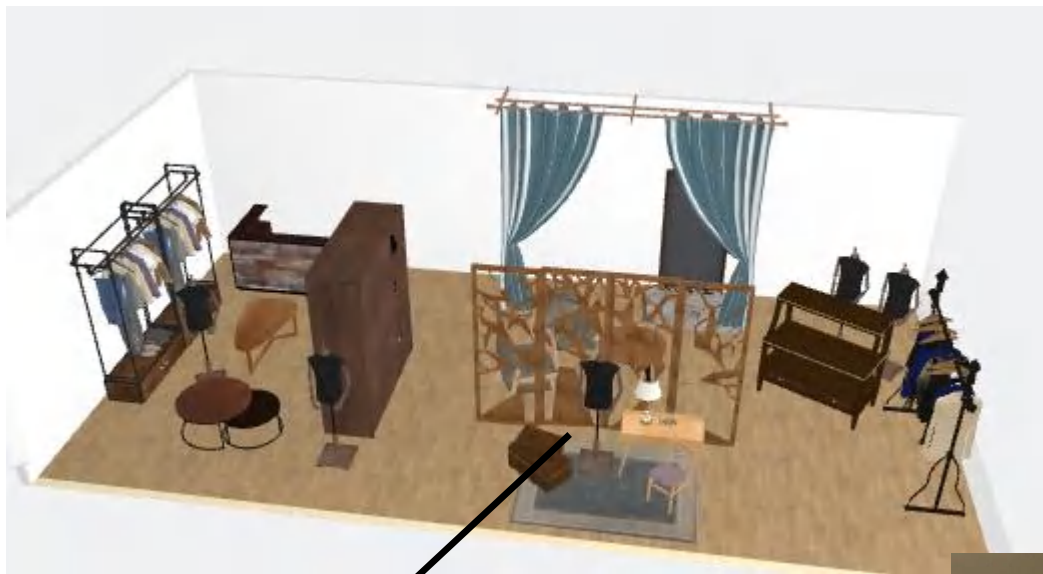


试衣间

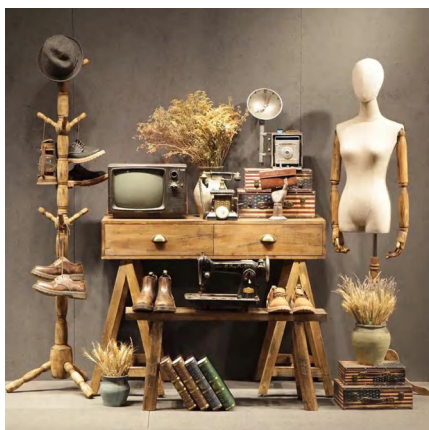


整体布局

店铺模型 (设计图)



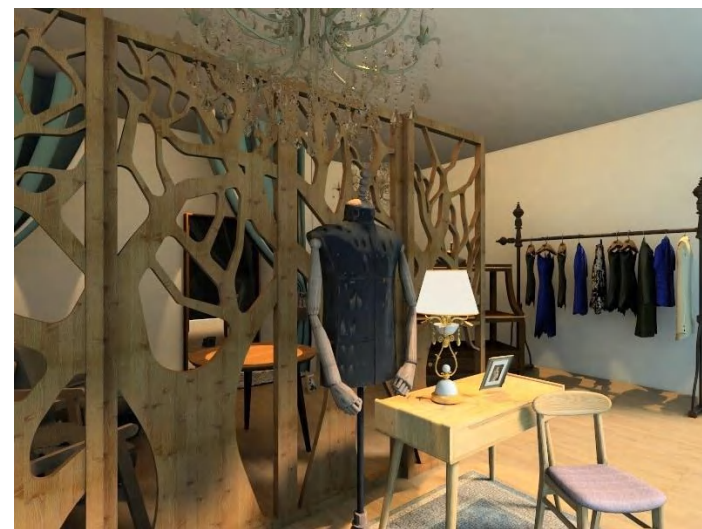
整体布局



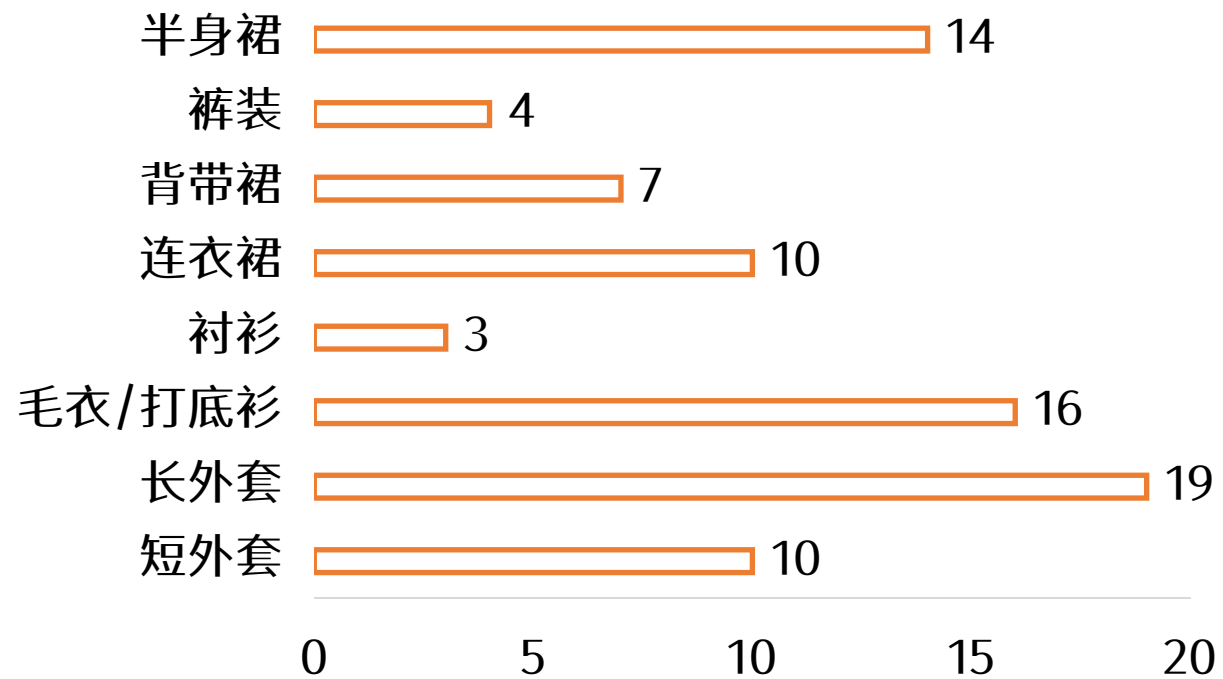
橱窗 (开放式)



渲染效果图



产品组合



产品中长外套、针织衫、半身裙数量比例最大，紧跟流行趋势。

产品以纯色为主，融合了格纹元素、拼接元素、麻花编织元素。

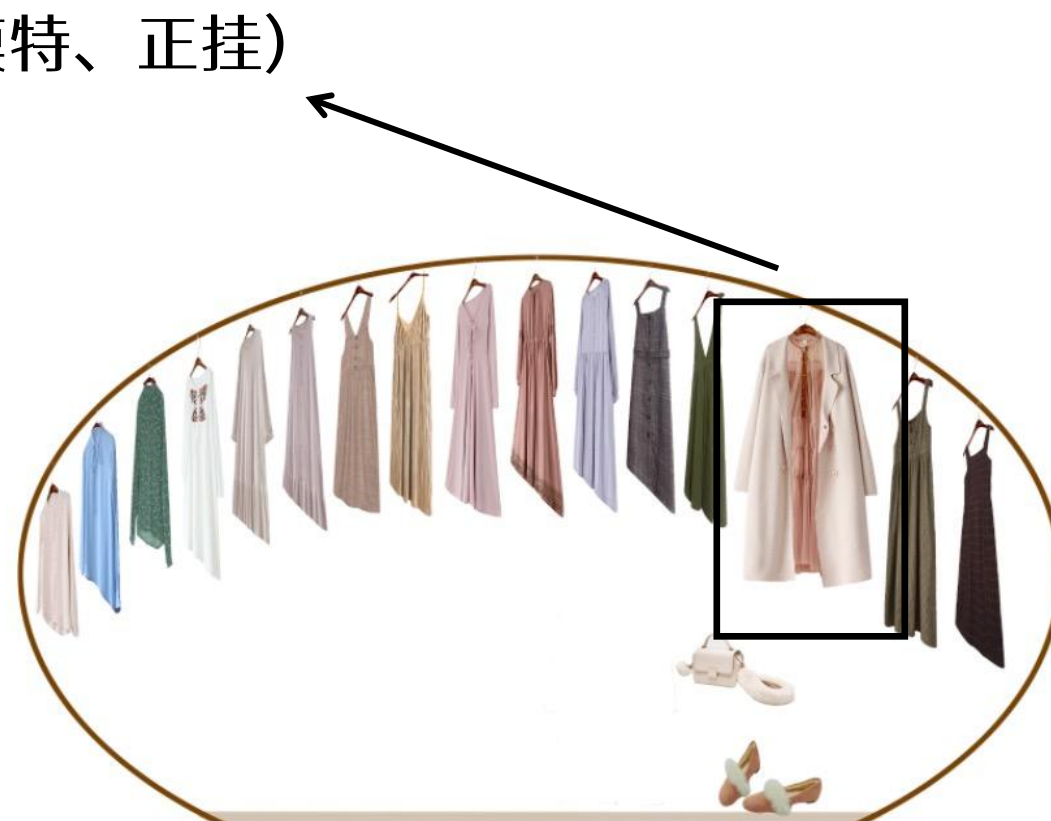
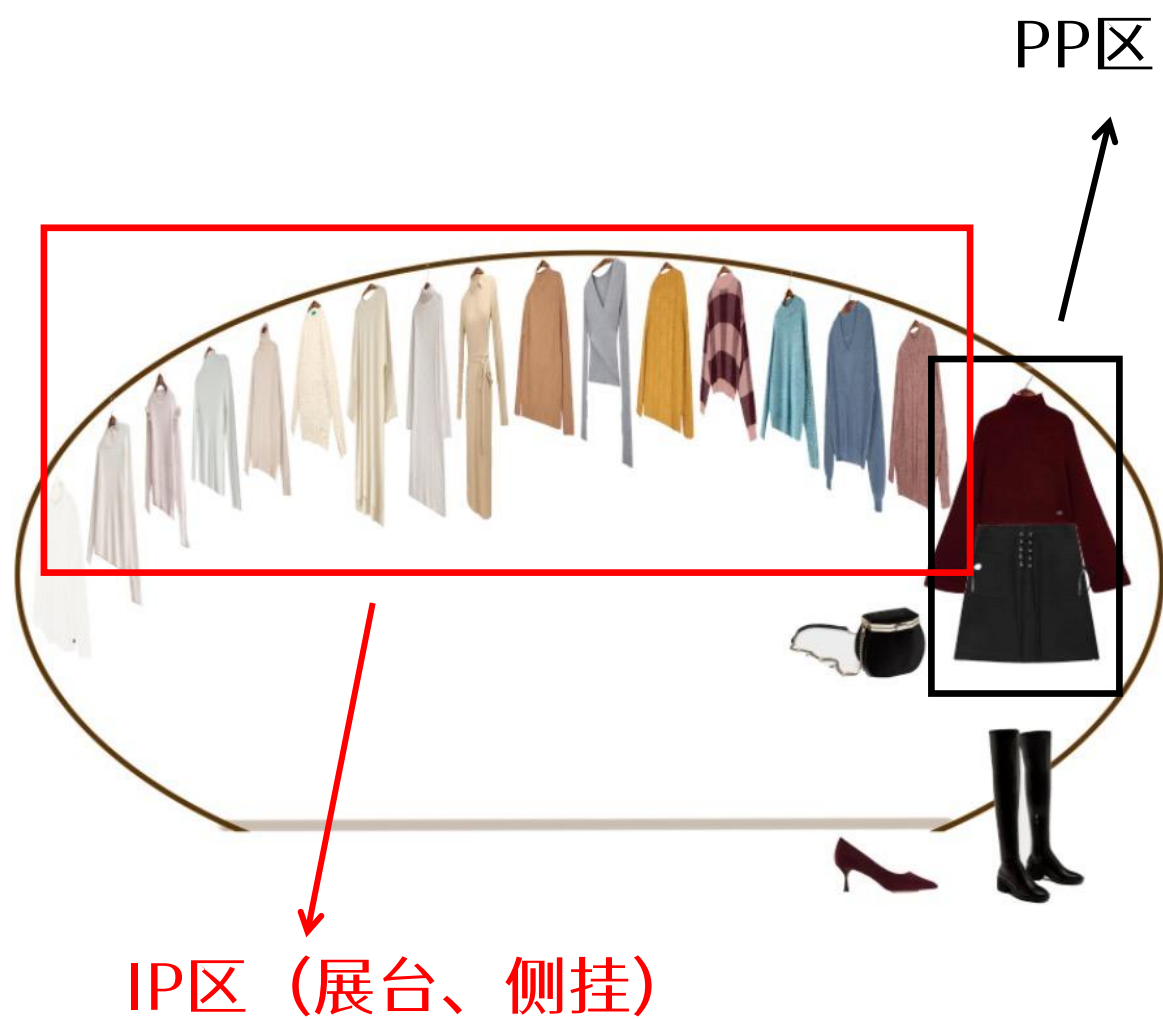
产品组合



产品组合



细节布置+VMD系统



按款式分为六个吊杆，每个吊杆上衣服按色系依次摆放。



展台上放置叠装衣服和包包单品（IP）



休息区



“缝”

店铺设计