

## 内贸部沟通讨论企划制作和选款打样工作会议纪要

会议时间：2020 年 9 月 22 日星期二

### 一、 2021 年春夏企划案制作

1. 决定以两个方向为主同时推进，一是以 ODM/OEM 为一个方向，二是以石总线下品牌推广为一个方向。以上两个方向同时推进，但淘宝、抖音、快手等直播推广只作为辅助，企划案可以暂不考虑直播的部分。
2. OEM/ODM 主要突出原创，有特色，有卖点，以单品为主，从面料，辅料，工艺等维度展开；石总线下品牌推广，要按夏季发布会要求，做到风格协调；两者企划互有重叠和兼容，又各有方向和侧重。
3. 深圳展会为服装供应链博览会，春夏时装发布会为主。计划组款 60 款，内部组 30 款，外部组 30 款，突出原创性，设计感，以 ODM/OEM 为导向。线下品牌的研发设计组款计划请专门见下面第三条。
4. 蔡东发的主要工作内容，A、负责所有方向设计出款工作；B、负责所有方向组货，选款打样工作；C、负责所有方向企划案制作工作。

### 二、 依据石总的计划，线下品牌营销的基本付款方式为：打定金，带款提货。

### 三、 石海琳线下品牌推广工作沟通

1. 线下品牌推广项目以产品为主导，28-48 岁年龄段都市女性为目标客户群，风格定调为：15-20%原创个性款；60-70%优雅知性大众化款；15-20%休闲款。最终以企划案为准。
2. 价格定位：吊牌价格为 199-1299 元
3. 新创品牌的推广，无法做到立刻成为行业领导者，需要找准参照物，从追随者做起。

4. 线下品牌企划以夏季为主，但跟公司总的方案不相矛盾。总体设定是两个月设计研发，开发出包含齐色在内 450-500 个款。订货会需要 220-250 个款，由加盟商，代理商等线下店铺进行销售。余下 250 款左右供深圳展会，线下 ODM 等其他销售渠道进行选款，
5. 时间维度上，2021 年夏季款，2021 年 3 月 20 日，代理商和加盟商上货开始销售，5 月 1 日夏装进入热卖期，到 5 月 20 日左右，可以分析出热销款，滞销款，以及死亡款。热销款线下继续推。此时正好是线上平台寻找当季货源的时候，滞销款和死亡款就推上直播平台进行销售。因此所有款就可以兼顾到各个销售平台。
6. 深圳展会主要是以 OEM/ODM 为主导，突出原创有设计感的款，目的是加深品牌印象。计划参展 50-60 款，定比重为：原创个性款占比 40%，休闲款 30%，优雅知性款 30%。最终以企划案为准。

#### 四、 选款安排打样

1. 蔡东发已经看过设计师的所有设计款，并且跟石总充分沟通了解了石总的想法，对设计师的设计稿进行挑选并安排打样工作。
2. 以需求方选择率高低，按照客户画像及风格配比，9 月 22 日共选择 33 款进行打样，项心愉 19 款，张蘭 6 款，姜若涵 8 款。
3. 选好后蔡东发，设计师，石总会同发单员，面料部余利亚（面料负责人许厚华因参加上海展会缺席），进行选中款有关打样的问题进行沟通，沟通协调后确定可以往下进行的安排到板房进行打样。
4. 张蘭 6 款，姜若涵 8 款沟通协调后可以于 9 月 23 日安排调料打样，由发单员下单到板房，余总安排三个组同时进行打样工作。

5. 项心愉因参加上海展会，她的 19 个款需要单独跟蔡东发进行沟通协调，9 月 23 日先安排一部分，有问题的部分 9 月 26 日项心愉从上海回来以后确定好细节问题再做安排。
6. 关于打样具体细节问题方面，为了方便信息互通，提高工作效率，9 月 23 日，由杨英爱负责，建立包含设计师，下单员，版师的微信沟通群。
7. 选中打样的款，由赵芳制作成表格随时跟进打样进度。

## 五、打样生产安排

1. 总计 33 款，项心愉 19 款，张兰 6 款，姜若涵 8 款。
2. 9 月 23 日，由吴丽飞完成编码。
3. 根据品类，制作工艺，面料等纬度，33 款分成 3 组，因设计师没有 ERP 下单权限，由下单员用 ERP 下单分发到板房对应版师进行打样。
4. 9 月 23 日，设计师进行面辅料调料工作。面料由余利亚负责协助设计师调料，上海展会结束以后由许厚华负责；辅料根据蔡东发和版师意见，由辅料部姚娟华负责。
5. 曹春林版师意见：需外发加工的特殊工艺，需要 2 天时间。
6. 辅料部姚娟华意见：辅料调料一般需要 2 天时间，定染，包扣等特殊辅料，时间上就会相对延长，一般性是需要 3 天左右。