

TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÁCH KHOA HÀ NỘI



ĐỒ ÁN TỐT NGHIỆP

**THIẾT KẾ BST THỜI TRANG CHO THƯƠNG HIỆU WHITE ANT
MÙA MỘT XUÂN HÈ 2024**

TÊN BST : “CALLA LILY” lấy cảm hứng từ hoa rum

SINH VIÊN THỰC HIỆN : Đỗ Thị Kim Liên MSSV: 20186208

Lien.dtk186208@sis.hust.edu.vn

Ngành công nghệ may

Chuyên ngành Thiết kế thời trang

Giáo viên hướng dẫn : TS. Trần Thị Minh Kiều

Chữ ký GVHD :

Viện : Dệt may, da giày và Thời trang

Hà Nội, 04/2023

Lời cảm ơn

Đầu tiên, em xin gửi lời cảm ơn đến Quý thầy cô viện Dệt may, da giày và Thời trang đã tạo cơ hội cho em được học hỏi, rèn luyện và tích lũy kiến thức, kỹ năng để thực hiện Đồ án tốt nghiệp.

Đặc biệt, em xin gửi lời cảm ơn đến cô Trần Thị Minh Kiều đã tận tình chỉ dẫn, theo dõi và đưa ra những lời khuyên bổ ích giúp giải quyết các vấn đề khó khăn mà em đã gặp phải trong quá trình thực hiện và hoàn thành Đồ án một cách tốt nhất.

Cuối cùng, em xin chân thành cảm ơn gia đình và bạn bè, những người luôn ở bên cạnh đã luôn tạo điều kiện, quan tâm, giúp đỡ, động viên em trong suốt quá trình học tập và hoàn thành đồ án tốt nghiệp.

Với điều kiện về thời gian cũng như lượng kiến thức về đồ án rất rộng mà kinh nghiệm còn hạn chế của một sinh viên, đồ án này không thể tránh được những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự chỉ bảo, đóng góp ý kiến của các thầy cô để em có điều kiện bổ sung, nâng cao kiến thức của mình, phục vụ tốt hơn công việc thực tế sau này.

Em xin trân trọng cảm ơn!

BỘ MÔN: CÔNG NGHỆ MAY & THỜI TRANG

NHIỆM VỤ ĐỒ ÁN TỐT NGHIỆP

Họ và tên sinh viên: Đỗ Thị Kim Liên

MSSV: 20186208

Khóa: 63

Viện Dệt May - Da Giầy & Thời Trang

Ngành: Công nghệ May

Chuyên ngành: Thiết kế thời trang

1. Tên đề tài:

Thiết kế bộ sưu tập thời trang cho thương hiệu White Ant mùa mốt xuân/hè 2024

2. Nội dung đề tài:

+ Nghiên cứu thương hiệu thời trang White Ant từ đó thiết kế bộ sưu tập thời trang cho mùa mốt xuân/hè 2024 cho đối tượng khách hàng mục tiêu của thương hiệu.

3. Nội dung các phần thuyết minh và trình bày:

+ Quyển thuyết minh đồ án tốt nghiệp theo đúng quy định của nhà trường

+ Sản phẩm mẫu của ba bộ trang phục

4. Các bản vẽ:

+ 01 quyển look book

5. Họ tên cán bộ hướng dẫn: TS. Trần Thị Kiều

6. Ngày giao nhiệm vụ đồ án: 17/04/2023

7. Ngày hoàn thành đồ án: 04/08/2023 (*Sinh viên đã hoàn thành và nộp đồ án tốt nghiệp ngày 04 tháng 08 năm 2023*)

Trưởng Bộ môn

(Ký và ghi rõ họ tên)

Cán bộ hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

Người duyệt

(Ký và ghi rõ họ tên)

Mục lục

Chương 1: Nghiên cứu tiền thiết kế

Mục lục hình ảnh.....	6
Mục lục bảng biểu	7
1: Tổng quan thương hiệu White Ant.....	8
1.1: Giới thiệu thương hiệu.....	8
1.2: Tầm nhìn, sứ mệnh, mục tiêu, giá trị cốt lõi, triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế, bộ nhận diện thương hiệu	8
1.3: Phân tích đối tượng khách hàng mục tiêu	8
1.3.1: Nhân khẩu	9
1.3.2: Tâm lý	9
1.4: Quy mô, tổ chức hoạt động chung của doanh nghiệp	10
1.5: Truyền thông và quảng bá sản phẩm.....	10
2: Phân tích đối thủ cạnh tranh	10
2.1: Phân tích hệ thống sản phẩm và giá bán hiện nay của thương hiệu, các bộ sưu tập theo mùa	10
2.1.1 . Hệ thống bảng cơ sở.....	11
2.1.2.Hệ thống sản phẩm.....	12
2.1.3.Bộ sưu tập qua các mùa.....	12
2.2: Phân tích đối thủ cạnh tranh.....	15
2.2.1. Phân tích biểu đồ SWOT.....	15
2.2.2. Tổng kết đối thủ cạnh tranh.....	18
3: Phân tích tài liệu phản hồi của thị trường và kinh doanh mùa trước.....	19
3.1: Sản phẩm bán chạy.....	19
3.2: Sản phẩm không bán chạy.....	21
4: Tổng kết thương hiệu	22
5: Thời trang bền vững :	22
5.1.Khai niệm	22
5.2.Nguồn gốc	22
5.3.Nguyên nhân ra đời của thời trang bền vững	23
5.4.Các tiêu chí trong thời trang bền vững	23
5.6.Các dạng thời trang bền vững	24
5.7.Thời trang bền vững của thương hiệu White Ant.....	25
6: Định hướng phát triển bộ sưu tập	26
CHƯƠNG 2: NGHIÊN CỨU THIẾT KẾ PHÁC THẢO BST.....	26

1: Xác định chủ đề bộ sưu tập.....	26
1.1: Xác định ý tưởng.....	26
1.1.1: Xu hướng thời trang thế giới 2024-2025.....	26
1.1.2. Xác định chủ đề của BST.....	30
1.1.3. Nguồn gốc và ý nghĩa của ý tưởng : Hoa Calla Lily	31
2: Lập kế hoạch dòng sản phẩm	33
3: Thiết kế phác thảo bộ sưu tập.....	35
3.1. Giải pháp thiết kế.....	35
3.3.1: Giải pháp vật liệu	35
3.3.2: Giải pháp thiết kế mỹ thuật:	35
3.2. Đánh giá phác thảo và lựa chọn mẫu lần 1	36
3.3. Chọn mẫu lần 2	44
3.4. Phối cảnh mẫu.....	51
4. Lập bảng thông tin sản phẩm BST	53
5. Thiết kế kỹ thuật sản phẩm.....	56
5.1. Thiết kế mẫu rập	56
5.1.1. Mẫu số 1	56
5.1.2. Mẫu số 2	58
5.1.3. Mẫu số 3	59
5.2. Tài liệu kỹ thuật	61
5.2.1. Mẫu số 1	61
5.2.2. Mẫu số 2	64
5.2.2. Mẫu số 3	65
6. Án phẩm thời trang.....	69
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	72

Mục lục hình ảnh

Hình 1: Logo thương hiệu	8
Hình 2: Bảng size theo số đo	11
Hình 3: Bảng lấy số đo theo cân nặng	11
Hình 4: BST “Indochine”-2021	13
Hình 5: WISTFUL SPRING SUMMER ’22 COLLECTION	13
Hình 6: BST Weeds Shadows 2022	14
Hình 7: BST Ngọc Động Winter 2022	14
Hình 8: BST Vân Mây Xuân Hè 2023	15
Hình 9: Eco Fashion.....	22
Hình 10: Sản phẩm thời trang tái chế.....	24
Hình 11: Sản phẩm thời trang không rác thải	24
Hình 12: Sản phẩm từ thiên nhiên	25
Hình 13: Nhuộm tự nhiên.....	25
Hình 14: Sản phẩm làm từ vật liệu tự nhiên của thương hiệu	25
Hình 15: Nuturing design	27
Hình 16: Expressive expression.....	27
Hình 17: Pink horizon	27
Hình 18: Ruffles.....	28
Hình 19: Sheer Layers.....	29
Hình 20:3-D Florals	29
Hình 21: Filigree	30
Hình 22:Color trend	30
Hình 23: Ruffles và 3D Florals.....	31
Hình 24:Hoa Calla Lily	31
Hình 25: Moodboard	32
Hình 26: BST Thu quyền rũ và em - NTK Nguyễn Phúc Tuấn.....	33
Hình 27:Bộ sưu tập 'Pure Light' Charming Lys	33
Hình 28: Phối cảnh BST	52
Hình 29: Mẫu thực hiện số 1	56
Hình 30: Mẫu rập 2D-LK1702	57
Hình 31: Mẫu rập 2D_LK1802.....	58
Hình 32: Mẫu thực hiện số 2	58
Hình 33: Mẫu rập 2D_LK2402.....	59
Hình 34: Mẫu thực hiện số 3	59
Hình 35: Mẫu rập 2D_LK22.....	60
Hình 36: Mẫu rập 2D LK19	61

Mục lục bảng biểu

Bảng 1: Phân tích nhân khẩu thương hiệu White Ant	9
Bảng 2: Tóm tắt đặc điểm tâm lý khách hàng	10
Bảng 3: Truyền thông và quảng bá sản phẩm.....	10
Bảng 4: Hệ thống sản phẩm.....	12
Bảng 5: Biểu đồ Swot	16
Bảng 6: Biểu đồ Swot thương hiệu	16
Bảng 7: Biểu đồ Swot thương hiệu Victoria's Secret	17
Bảng 8: Biểu đồ Swot	17
Bảng 9: Biểu đồ Swot Sixdo.....	18
Bảng 10: Bảng tổng kết đối thủ cạnh tranh	19
Bảng 11: Sản phẩm bán chạy.....	21
Bảng 12: Sản phẩm không bán chạy	22
Bảng 13: Bảng tổng hợp ý tưởng	26
Bảng 14: Bảng hoạch định dòng sản phẩm	35
Bảng 15: Giải pháp thiết kế mỹ thuật.....	36
Bảng 16: Bảng phát triển sản phẩm lần 2	51
Bảng 17: Bảng thống kê thông tin của sản phẩm.....	56
Bảng 18: Bảng thông kê chi tiết mẫu LK1802	57
Bảng 19: Bảng thông kê chi tiết_LK1802	58
Bảng 20: Bảng thông tin chi tiết LK2402.....	59
Bảng 21: Bảng thông tin chi tiết LK22	60
Bảng 22: Bảng thông tin chi tiết LK19	61
Bảng 23: Bảng mô tả sản phẩm LK1702	62
Bảng 24: Kích thước sản phẩm LK1702	62
Bảng 25:Bảng mô tả sản phẩm LK1802	63
Bảng 26: Kích thước sản phẩm LK1802	64
Bảng 27:Bảng mô tả sản phẩm LK2402	64
Bảng 28: Kích thước sản phẩm LK2402	65
Bảng 29: Bảng mô tả sản phẩm LK22	66
Bảng 30: Kích thước sản phẩm LK22	67
Bảng 31: Bảng mô tả sản phẩm LK19	67
Bảng 32: Kích thước sản phẩm LK19	68

Chương 1: Nghiên cứu tiền thiết kế

1: Tổng quan thương hiệu White Ant

1.1: Giới thiệu thương hiệu

Thời trang White Ant định vị mình là Local Brand thương hiệu thời trang thiết kế cận cao cấp. Được thành lập tháng 12/2006, sau 16 năm hình thành và phát triển theo đuổi mục tiêu và định hướng mình sẽ trở thành thương hiệu Thời trang bền vững đầu tiên tại Việt Nam và đưa đến thị trường những sản phẩm thời trang hoàn thiện cả chất lượng và dịch vụ mang tầm quốc tế.

1.2: Tầm nhìn, sứ mệnh, mục tiêu, giá trị cốt lõi, triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế, bộ nhận diện thương hiệu

- ❖ Tầm nhìn: trở thành thương hiệu Thời trang bền vững đầu tiên tại Việt Nam và đưa đến thị trường những sản phẩm thời trang hoàn thiện cả chất lượng và dịch vụ mang tầm quốc tế.
- ❖ Sứ mệnh : Phát triển song song với môi trường, không gây tổn hại đến tự nhiên
- ❖ Mục tiêu : Tôn vinh vẻ đẹp và sự quyến rũ của người phụ nữ
- ❖ Giá trị cốt lõi :
 - Đặt tiêu chí “thời trang” lên hàng đầu.
 - Xây dựng thương hiệu bằng chất lượng sản phẩm
 - Gắn liền với văn hóa Việt, văn hóa đời sống mỗi bộ trang phục
- ❖ Triết lý sáng tạo : “Mang lại sự tự tin cho Khách hàng” - " More Younger, More Confident"
- ❖ Phong cách thiết kế
 - Kiểu dáng và chất liệu mềm mại, có nguồn gốc tự nhiên
 - Thanh lịch, sang trọng, duyên dáng, quyến rũ và sự tự tin tuyệt đối.
- ❖ Bộ nhận diện thương hiệu:



Hình 1: Logo thương hiệu

1.3: Phân tích đối tượng khách hàng mục tiêu

1.3.1: Nhân khẩu

Đặc điểm	Nhân khẩu khách hàng
Quốc gia, dân tộc, vùng miền	Việt Nam
Độ tuổi	23-45 tuổi
Giới tính	Nữ giới
Mức thu nhập	Trung bình- Cao (15 triệu- 30 triệu/ tháng trở lên)
Trình độ học vấn	Cao đẳng, đại học, sau đại học
Tôn giáo	Đa tôn giáo
Lối sống	Yêu thương bản thân, trau dồi vốn sống: tập luyện thể thao, đọc sách, chăm sóc da,...
Tình trạng hôn nhân	Chưa có gia đình - Đã kết hôn

Bảng 1: Phân tích nhân khẩu thương hiệu White Ant

1.3.2: Tâm lý

Khách hàng của White Ant là các doanh nhân, các nữ nhân viên văn phòng, công chức và những người phụ nữ hiện đại thành đạt. Nhãn hiệu luôn hướng đến là mẫu người phụ nữ hiện đại, độc lập, nhưng là người luôn trân trọng và phát huy sự sáng tạo vô bờ bến của thời trang.

- ❖ Bảng tóm tắt đặc điểm tâm lý khách hàng

Chân dung khách hàng	Đặc điểm
Quốc gia	Việt Nam
Tuổi	23-45 tuổi
Giới tính	Nữ
Thể chất	Sức khỏe tốt
Nghề nghiệp	Ca sĩ, diễn viên, người mẫu, doanh nhân, nghệ sĩ, nhân viên văn phòng
Thu nhập	Trung bình- Cao (15 triệu- 30 triệu/ tháng trở lên)
Lối sống	Lành mạnh, ăn uống, tập thể dục điều độ để giữ gìn nhan sắc khỏe và vóc dáng
Học vấn	Cao đẳng, đại học - Sau đại học
Nhận diện bản thân	Những người yêu thích phong cách thanh lịch, sang trọng, duyên dáng, quyến rũ và sự tự tin tuyệt đối.

Sở thích	Tập thể thao, tập yoga, gym, du lịch, shopping,...
Hành vi mua sắm	Phù hợp với giá cả, tính cách, bè ngoài mà bản thân hướng đến

Bảng 2: Tóm tắt đặc điểm tâm lý khách hàng

1.4: Quy mô, tổ chức hoạt động chung của doanh nghiệp

❖ Quá trình hình thành và phát triển :

- Thành lập 5/9/2007. Khởi đầu là một xưởng may gia công nhỏ chuyên sản xuất cho các công ty của Nhật, Australia.

- Năm 2008 thương hiệu Whiteant chính thức khai trương showroom đầu tiên.
- Qua 15 năm hình thành và phát triển White Ant hiện có 21 showroom trên toàn quốc

❖ Phương thức sản xuất

- Sản xuất theo phương thức OBM.

❖ Cơ sở vật chất lao động, năng lực hiện tại

- White Ant chuyên về mảng trang phục công sở

- Sự gắn kết chặt chẽ, thống nhất và chủ động cao của đội ngũ lãnh đạo công ty và các nhà thiết kế cùng với đội ngũ thợ may cẩn thận, trau chuốt từng chi tiết, luôn mang đến quý khách hàng những sản phẩm chất lượng cao cấp nhất.

1.5: Truyền thông và quảng bá sản phẩm

Trực tiếp	Gián tiếp
<ul style="list-style-type: none"> - Mở rộng các chi nhánh ở các thành phố lớn như: thành phố Hồ Chí Minh, Thủ đô Hà Nội, Hải Phòng, Nghệ An 	<ul style="list-style-type: none"> - 4.0 – công nghệ tiếp cận thêm nhiều khách hàng tiềm năng - Show thời trang sẽ được livestream đến hàng triệu khán giả qua các kênh mạng xã hội của Elle và hai nền tảng Tik Tok và Gapo, gian hàng chính hãng trên sàn thương mại điện tử Shopee và Lazada

Bảng 3: Truyền thông và quảng bá sản phẩm

2: Phân tích đối thủ cạnh tranh

2.1: Phân tích hệ thống sản phẩm và giá bán hiện nay của thương hiệu, các bộ sưu tập theo mùa

2.1.1 : Hệ thống bảng cơ số



Hình 2: Bảng size theo số đo

WHITE ANT
LIMITED EDITION

BẢNG SIZE THEO CÂN NẶNG

CHỈ TIÊU SO SÁNH	40KG	45KG	50KG	55KG	60KG	65KG	GHI CHÚ
1M50	S	S	M	L	XL	XXL	
1M55	S	S	M	L	XL	XXL	
1M60	S	S	M	M	L	XL	
1M65	S	S	M	M	L	XL	
1M70				S	M	L	XL

Ấn Alt + Enter sau khi chọn ảnh/sticker để gửi trả lời nhanh

Kéo ra ngoài sau khi chọn để gửi trả lời nhanh

Hình 3: Bảng lấy số đo theo cân nặng

2.1.2. Hệ thống sản phẩm

Kiểu dáng	Hình ảnh	Giá thành
Áo		985.000 VND đến 2.485.000 VND
Quần		420.000 VND đến 1.985.000VND
Chân váy		585.000VND đến 2.485.000VND
Đầm liền		1.485.000 VND đến 3.685.000 VND
Áo khoác		1.895.000 VND đến 3.985.000 VND
Măng tô		2.185.000 VND đến 11.850.000 VND

Bảng 4: Hệ thống sản phẩm

2.1.3. Bộ sưu tập qua các mùa

❖ INDOCHINE: CAMPAIGN FALL'21 COLLECTION BY WHITE ANT

- “Indochine” - Giá trị thời gian & Vẻ đẹp văn hóa

- Trong khoảng không gian Thu Hà Nội lảng đọng, White gửi đến bạn BST Indochine Thu 2021
- Khi ngôn ngữ thời trang thì thầm khơi gợi những câu chuyện về thời đại đã qua
- Black & White, nhuộm màu quá khứ, gọi lại vẻ trầm lắng tân thời, gợi nét đẹp giao thoa của văn hóa Đông Dương cuối thế kỷ 19 đầu thế kỷ 20



Hình 4: BST "Indochine"-2021

❖ WISTFUL SPRING SUMMER '22 COLLECTION

- Khi ngắm nhìn những cánh hoa mận trắng tinh khiết trong trào thả mình trong gió giữa không gian, ngày xuân cả đất trời đang trở mình mơn man, tâm hồn mỗi người sẽ bỗng thấu hiểu tại sao thiên nhiên có thể chữa lành mọi vết thương kỳ diệu đến vậy.



Hình 5: WISTFUL SPRING SUMMER '22 COLLECTION

❖ WEEDS SHADOWS RESORT '22

- Weeds Shadows 2022, cảm hứng bắt nguồn từ thiên nhiên cây cỏ, một thần thái High fashion và tinh thần tự do dịch chuyển. Trong không gian bình yên Cúc Phương, mỗi bộ trang phục như đang cùng kể câu chuyện riêng cùng White Ant : Câu chuyện về thiên nhiên, văn hóa bản địa và thời trang bền vững



Hình 6: BST Weeds Shadows 2022

❖ NGỌC ĐÔNG WINTER '22 COLLECTION I WHITE ANT

- Tuyệt tác của tự nhiên luôn khiến chúng ta phải kinh ngạc song cũng giúp tâm hồn mỗi người như tĩnh lặng hơn mỗi khi ngắm nhìn. Lấy cảm hứng từ sự “sáng tạo kỳ diệu” của thiên nhiên, một sự sắp xếp tài tình trong bố cục và vẻ đẹp rất mịn màng nhưng đầy thô ráp của những viên ngọc động trong hang động tự nhiên lớn nhất thế giới Sơn Đòng (Guinness 2013), White Ant mang đến cho bạn bộ sưu tập Đông 2022 ấn tượng



Hình 7: BST Ngọc Động Winter 2022

• BẠCH VÂN SPRING SUMMER '23 COLLECTION I WHITE

Lấy cảm hứng từ hình tượng những áng mây trắng bồng bềnh trôi giữa khung cảnh bình yên tựa chốn thiên đường của trời mây Y Tý. Thông qua bộ sưu tập xuân hè 2023 “Bạch Vân”, White Ant sẽ mang đến một không gian thời trang tràn đầy xúc cảm với những tầng mây chuyên sắc kỳ ảo với các tone màu trắng, hồng, tím, lam, những nét vẽ uốn lượn cùng các cấu trúc, bố cục ánh tượng tầng tầng lớp lớp ... để tạo nên những outfit thật mềm mại và khẳng định khí chất của nàng!



Hình 8: BST Vân Mây Xuân Hè 2023

2.2: Phân tích đối thủ cạnh tranh

- Dựa trên quá trình tìm hiểu về giá, phong cách thiết kế, đối tượng sử dụng, tính xu hướng dòng sản phẩm, xác định đối thủ cạnh tranh: Eva De Eva, Cocosin, Chats by C.Dam, Sixdo

2.2.1. Phân tích biểu đồ SWOT

White Ant	
Điểm mạnh	Điểm yếu
<ul style="list-style-type: none"> Mẫu mã thanh lịch, sang trọng nhưng không kém phần trẻ trung, cuốn hút. Đội ngũ thiết kế của công ty đều được tuyển chọn kĩ lưỡng Luôn tự thiết kế và cho ra những sản phẩm độc quyền của mình Nhân viên tư vấn rất nhiệt tình và thân thiện. Chế độ hỗ trợ bảo hành sản phẩm 6 tháng và sửa chữa miễn phí cho phù hợp với vóc dáng của khách hàng. Luôn luôn lắng nghe và rút kinh nghiệm trước những phản hồi của khách hàng 	<ul style="list-style-type: none"> Phương thức Marketing truyền thống chưa đủ tối ưu, chưa tận dụng hết được ưu điểm trên các trang mạng truyền thông của thương hiệu.
Cơ hội	Thách thức
<ul style="list-style-type: none"> Nghiên cứu và xây dựng hình ảnh thương hiệu 	<ul style="list-style-type: none"> Thương hiệu chưa hình thành cá tính

<p>nhằm tạo sự khác biệt cạnh tranh.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bùng nổ công nghệ số đã tạo ra kỷ nguyên mới giúp phát triển kinh doanh 	<p>riêng trên các nền tảng số</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mục tiêu trẻ hóa thương hiệu, duy trì khách hàng trung thành.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Bảng 5: Biểu đồ Swot

Eva De Eva	
Điểm mạnh	Điểm yếu
<ul style="list-style-type: none"> • Phác họa rõ nét chân dung khách hàng và tìm được lợi điểm bán hàng. • Bắt tay với WGSN-tổ chức nghiên cứu và đào tạo xu hướng lớn nhất trên thế giới • Lợi thế từ mặt bằng, vị trí tới phong cách thiết kế mới lạ, gồm 70 cửa hàng trên toàn quốc. • Nâng tiềm lực cạnh tranh của mình bằng các show thời trang đẳng cấp, tài trợ các sân chơi thời trang chủ lực... 	<ul style="list-style-type: none"> • Mỗi cửa hàng chỉ có thể trưng bày một số lượng hàng hóa nhất định. • Nhiều khách hàng vẫn nghĩ Eva de Eva chỉ là thời trang công sở
Cơ hội	Thách thức
<ul style="list-style-type: none"> • Truyền thông với ứng dụng công nghệ hiện đại • Tham gia “sân chơi” Đẹp Fashion Runway. 	<ul style="list-style-type: none"> • Thị trường thời trang vẫn luôn cạnh tranh khốc liệt, đặc biệt trong nhiều năm trở lại đây, sự ra đời của hàng loạt những thương hiệu mới cùng sự tấn công ôm của các hãng thời trang quốc tế như Zara, H&M, Uniqlo... vào Việt Nam khiến ‘miếng đất’ này không còn màu mỡ như trước. • Phải thay đổi để phù hợp với bối cảnh kinh doanh mới

Bảng 6: Biểu đồ Swot thương hiệu

Cocosin	
Điểm mạnh	Điểm yếu
<ul style="list-style-type: none"> • Là thương hiệu đầu tiên của Việt Nam có khả năng giới thiệu bộ sưu tập với trên 30 mẫu thiết kế mỗi tháng và liên tục đổi mới nhờ quy trình thiết kế, sản xuất, bán lẻ khép kín. • Đội ngũ nhân viên trẻ nòng cốt, luôn nỗ lực hết mình 	<ul style="list-style-type: none"> • Cạnh tranh khốc liệt về nguồn hàng, giá cả, chương trình khuyến mãi,.. • Người tiêu dùng đòi hỏi ngày càng khắt khe hơn, mong đợi nhiều hơn giá trị sản phẩm. • Tâm lý chuộng hàng ngoại của người Việt. • Thách thức từ nền tảng công nghệ trong thời kỳ hậu đại dịch.

Cơ hội	Thách thức
<ul style="list-style-type: none"> Quảng bá chiến dịch trên các kênh mạng xã hội mà COCOSIN còn xây dựng hẵn chương trình biểu diễn thời trang riêng mỗi khi kết hợp với người nổi tiếng và mong muốn truyền tải mạnh mẽ những thông điệp về phong cách sống của phụ nữ hiện đại qua những sản phẩm của mình 	<ul style="list-style-type: none"> Sự cạnh tranh gay gắt từ các thương hiệu quần áo ngoại nhập

Bảng 7: Biểu đồ Swot thương hiệu Victoria's Secret

Chats by C.Dam	
Điểm mạnh	Điểm yếu
<ul style="list-style-type: none"> Phong cách độc lạ. Sản phẩm có tính cá nhân hóa nhưng vẫn có tính ứng dụng. Xây dựng hình ảnh thương hiệu tốt, tương tác tốt với khách hàng trên các nền tảng mạng xã hội. 	<ul style="list-style-type: none"> Mẫu mã kém đa dạng, ít chủng loại sản phẩm. Chỉ có duy nhất một cửa hàng trưng bày sản phẩm.
Cơ hội	Thách thức
<ul style="list-style-type: none"> Xu hướng thời trang tối giản đang nổi lên tại Việt Nam. Các hãng thời trang tối giản đi theo định hướng thị trường ngách ít, do đó cơ hội tiếp cận khách hàng mục tiêu nhiều hơn. 	<ul style="list-style-type: none"> Giá thành sản phẩm cao.

Bảng 8: Biểu đồ Swot

Sixdo	
Điểm mạnh	Điểm yếu
<ul style="list-style-type: none"> Một thương hiệu quốc gia với chuỗi 100 cửa hàng trên cả nước. Định giá sản phẩm là của một thương hiệu cao cấp với mức giá tầm trung Đưa ra xu hướng cho người tiêu dùng Chỉ sản xuất bán ở Việt Nam, nên sẽ hiểu người tiêu dùng của mình nhất Phân biệt rõ các dòng sản phẩm riêng dùng cho công sở, dự tiệc, đi chơi... Chất liệu của sản phẩm được dệt riêng ở Ấn Độ, Trung Quốc, Hàn Quốc và chất liệu dệt kim ở Việt Nam 	<ul style="list-style-type: none"> Không quảng cáo mà chỉ chọn những vị trí đặc địa Chỉ có chuỗi cửa hàng trong nước, chưa mở rộng ra nước ngoài. Có nhiều chất liệu sản xuất ở nước ngoài

Cơ hội	Thách thức
<ul style="list-style-type: none"> Có khả năng tạo ra tính ứng dụng cao và xu hướng Có thể hợp tác với nhiều người nổi tiếng để quảng bá sản Thị trường thời trang Việt Nam có nhiều thương hiệu, nhưng tính ứng dụng, tạo ra xu hướng lại không có -> SixDo sẽ làm thỏa mãn mong muốn mua sắm của những ai yêu mến thiết kế của Do Manh Cuong, nhưng không có điều kiện để sở hữu những sản phẩm đắt tiền như trước đây. 	<ul style="list-style-type: none"> Ra đời trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 hoành hành, khủng hoảng kinh tế khiến nhiều thương hiệu thời trang phải đóng cửa -> Đây là một thách thức vô cùng lớn đối với Sixdo để có thể tồn tại và vượt qua giai đoạn khó khăn này. Việc thiết kế trang phục cao cấp, nhưng giá cả phù hợp với số đông người tiêu dùng là một bài toán khó với

Bảng 9: Biểu đồ Swot Sixdo

2.2.2. Tổng kết đối thủ cạnh tranh

So sánh		White Ant	Eva De Eva	Cocosin	Chats by C.dam	Sixdo
Phong cách thiết kế		Thanh lịch, sang trọng, duyên dáng, quyến rũ và sự tự tin tuyệt đối.	Mang lại vẻ đẹp lảng mạn, tinh tế và sang trọng của người mặc.	Phong cách hiện đại, tự tin, bản lĩnh	Đương đại, tối giản, thanh lịch.	Tối giản, sang trọng, thanh thoát
Đối tượng khách hàng		Những đối tượng mang vẻ thanh lịch đặc trưng, mẫu người phụ nữ hiện đại, độc lập từ 23-45 tuổi	Giới công sở trong độ tuổi từ 25-50 tuổi	Giới trẻ trong độ tuổi từ 18-35 tuổi	Nữ, 20 – 40 tuổi	Phụ nữ trong độ tuổi từ 25-59 tuổi
Chất lượng		Chất lượng cao	Chất lượng cao	Chất lượng trung bình	Chất lượng cao	Chất lượng cao
Giá thành các chủng loại sản phẩm	Áo	385.000 VND đến 2.485.000 VND	299.000 VND đến 2.999.000 VND	390.000 VND đến 950.000 VND	2.025.000đ đến 6.145.000đ	400.000 VND đến 2.300.000 VND
	Quần	420.000 VND đến 1.985.000VND	799.000 VND đến 1.199.000 VND	550.000 VND đến 850.000 VND	1.640.000đ đến 2.390.000đ	900.000 VND đến 1.300.000 VND

	Chân váy	585.000VND đến 2.485.000VND	499.000 VND đến 1.499.000 VND	550.000 VND đến 1.150.000 VND	2.230.000đ đến 4.440.000đ	978.000 VND đến 1.960.000 VND
	Đầm liền	1.485.000 VND đến 3.685.000 VND	499.000 VND đến 4.999.000 VND	450.000 VND đến 2.200.000 VND	5.690.000đ đến 14.340.000đ	2.000.000 VND đến 5.500.000 VND
	Áo khoác	1.895.000 VND đến 3.985.000 VND	799.000 VND đến 2.499.000 VND	550.000 VND đến 1.600.000 VND	5.970.000đ đến 6.940.000đ	1.900.000 VND đến 3.300.000 VND
	Măng tô	2.185.000 VND đến 11.850.000 VND	4.999.000 VND đến 6.499.000 VND	Không có	7.510.000đ đến 8.310.000đ	3.696.000 VND đến 6.900.000 VND
	Jumpsuit	Không có	Không có	850.000 VND đến 1.200.000 VND	Không có	Không có
	Phụ kiện	Không có	199.000 VND đến 2.799.000 VND	70.000 VND đến 890.000 VND	9.900.000đ đến 12.950.000đ	242.000 VND đến 1.960.000
Tính đa dạng	Ít chủng loại sản phẩm hơn đối thủ cạnh tranh	Chủng loại sản phẩm đa dạng, mẫu mã sản phẩm ít	Chủng loại sản phẩm và mẫu mã sản phẩm đa dạng	Chủng loại sản phẩm và mẫu mã sản phẩm đa dạng	Chủng loại sản phẩm và mẫu mã sản phẩm đa dạng	Chủng loại sản phẩm và mẫu mã sản phẩm đa dạng

Bảng 10: Bảng tổng kết đối thủ cạnh tranh

3: Phân tích tài liệu phản hồi của thị trường và kinh doanh mùa trước

3.1: Sản phẩm bán chạy

Sản phẩm	Đặc điểm	Lý do bán chạy
	Chân váy lướt xòe ba lớp	<ul style="list-style-type: none"> Chân váy midi có độ xòe vừa phải, lên chuẩn form đẹp, che khuyết điểm không lo bị lộ béo khi mặc Thiết kế chân váy màu sắc thu hút, khâu lót, bọc viền đều được chăm chút tỉ mỉ, tạo sự thoải mái nhất cho người mặc

	Chân váy dập dẽ quạt dài, cạp 2 cúc.	<ul style="list-style-type: none"> Chân váy midi dáng xòe có khả năng kháng khuẩn kim khuẩn, thẩm hút mồ hôi, chống lại tia UV, khử mùi bảo vệ hoàn hảo cho người dùng. Thiết kế màu sắc óng á quyến rũ, công nghệ dập ly quốc tế, chân váy mặc thoáng khí giúp các nàng có thể diện cả mùa Đông và Hè, dễ mặc dễ phối đồ
	Áo peplum tay bồng nữ đai eo bọc da	+ Thiết kế áo peplum nữ tay bồng nữ tính kèm đai eo bọc da, khâu đột chân ngực, giúp tôn dáng cho người mặc. + Áo công sở nữ cổ tròn, thiết kế tròn màu, mang lại nét nữ tính và thanh lịch + Đường may khéo léo, tinh tế, tỉ mỉ, chắc chắn. Áo sơ mi công sở nữ dễ mặc dễ phối đồ đi làm, đi chơi, dạo phố,....
	Đầm sơ mi họa tiết nữ Saka dress thiết kế tay lỡ bồng kèm hàng cúc đai e	+ Đầm công sở dáng chữ A thiết kế tay lỡ bồng, hàng cúc dài chạy thẳng với nắp túi giấu, kết hợp dây lưng đồng bộ tạo cho sản phẩm vừa mang nét mềm mại mà không kém phần hiện đại + Thiết kế màu sắc thanh lịch, đầm sơ mi SAKA DRESS sử dụng vải dệt Jacquard - loại vải có hoa văn được dệt trực tiếp lên bề mặt vải, hiệu ứng sợi phảy đen, rất dễ mặc dễ phối đồ phù hợp đi làm, đi chơi, đi tiệc...
	Áo ký giả nữ REGINA CROPTOP JACKET thiết kế dáng croptop	+ Áo có chất liệu Tencel mặt sứ cao cấp, mềm mịn, đứng form, không nhăn xù và an toàn cho da. + Áo ký giả dáng croptop trẻ trung, thiết kế cổ đức với tay ngắn lên form chuẩn, tôn dáng người mặc. + Màu sắc nhã nhặn rất phù hợp với chị em trong môi trường công sở, văn phòng
	Áo Sơ Mi Nữ OLIVIA PLEATED HAND SHIRT thiết kế không tay, nhán súp thân trước và sâu nữ tính	Áo sơ mi nữ có kết cấu khoe khoắn với thiết kế không tay tạo cho cánh tay trở lên thanh thoát hơn + Sơ mi kiểu nhán súp thân trước và sau tinh tế, màu sắc nhã nhặn dễ phối đồ.

	Áo khoác nữ chất liệu dobby weave phom cơ bản hàng thiết kế cao cấp darragh notched blazer	Một item cách điệu của những chiếc áo vest dáng dài mang hơi hướng hiện đại và thời trang. Áo blazer là một trong những item được phái đẹp ưa chuộng nhất trong mùa này. Mix cùng quần dài, quần jeans hay chân zuýp xòe để có set đồ ăn ý nhất
	Quần côn lõi công sở nữ	+ Dáng quần công sở nữ dáng baggy lên form chuẩn đẹp, cạp cao, tôn eo, hัก chân dài miên man. + Quần tây nữ có đường may khéo léo, tinh tế, tỉ mỉ, chắc chắn. Dáng quần côn lõi trẻ trung, màu sắc dễ mặc dễ phối cho các nàng đi làm, đi chơi....

Bảng 11: Sản phẩm bán chạy

3.2: Sản phẩm không bán chạy

Sản phẩm	Đặc điểm	Lý do không bán chạy
	Đầm xòe xếp chéo tay lõi	+ Chất liệu cao cấp khó bảo quản: Tencel
	Áo Peplum vải liền điểm nhấn cổ	+ Vải cotton nếu nhu ngâm trong nước quá lâu sẽ rất dễ bị phai màu

	Chân váy phồng tạo khói nữ	+ Phom dáng cầu kỳ khó phối đồ, kén người mặc
-----------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------------------

Bảng 12: Sản phẩm không bán chạy

4: Tổng kết thương hiệu

- Phom dáng: đường nét thiết kế, từng đường cắt cúp đều mang đến sự hoàn hảo gần như tuyệt đối.
- Màu sắc: màu sắc tone pastel phù hợp với xu hướng.
- Chất liệu: kiểu dáng và chất liệu mềm mại, có nguồn gốc tự nhiên
- Phong cách: Thanh lịch, sang trọng, duyên dáng, quyến rũ và sự tự tin tuyệt đối.
- Độ tuổi: 20-35 tuổi
- Mức giá : 385.000 VND đến 3.985.000 VND
- Họa tiết : chuộng những họa tiết nhỏ, hoa văn đối xứng

5: Thời trang bền vững :

- Sustainable fashion (thời trang bền vững) hay Eco fashion (thời trang sinh thái)



Hình 9: Eco Fashion

5.1. Khái niệm

- Là dòng thời trang được tạo ra với mục đích kéo dài thời hạn sử dụng của sản phẩm và hạn chế tối đa ảnh hưởng tiêu cực của thời trang đối với hệ sinh thái.
- Là các sản phẩm thời trang, may mặc không tạo ra các tác động gây hại đến môi trường, kinh tế bao gồm từ nguyên liệu cho đến khâu sản xuất, quá trình sử dụng, phân huỷ hay tái chế.

5.2. Nguồn gốc

- Vào những năm 80, 90 của thế kỷ trước, thời trang bền vững đã bắt đầu xuất hiện

- Đến năm 1990, ESPRIT đã truyền tải thông điệp “tiêu dùng có trách nhiệm” trên tạp chí Utne Reader. Và từ đó thời trang bền vững phổ biến hơn

5.3.Nguyên nhân ra đời của thời trang bền vững

- Ảnh hưởng của thời trang với môi trường :
 - Fast Fashion đã làm cho nguồn nguyên liệu bị cạn kiệt vì việc thu mua hay sản xuất diễn ra liên tục nhằm đáp ứng kịp thời cho việc may mặc. Những nguồn nguyên liệu này đã không kịp để có thời gian tái tạo lại cũng như con người chỉ biết tàn phá chứ không có hành động tái sinh.
 - Có quá nhiều lượng thuốc trừ sâu ngâm vào đất gây hậu quả nghiêm trọng dẫn đến ô nhiễm nguồn đất và những phẩm màu của chất nhuộm thải ra môi trường làm ô nhiễm nguồn nước.
 - Thời trang là ngành thứ 2 tiêu thụ nước nhất và thải ra lượng carbon chiếm đến 10% tổng lượng carbon của tất cả các ngành. Thậm chí còn nhiều hơn lượng thải do máy bay và tàu thuỷ cộng lại. Và cứ sản xuất 1 kg vải thì sẽ thải ra 23 kg khí hiệu ứng nhà kính.
 - Sợi vải tổng hợp chiếm hơn 60%, vì vậy khi áo quần bị vứt bỏ đi chúng có khả năng không được phân huỷ. Điều này làm cho môi trường phải chứa đựng một lượng rác thải khổng lồ, ảnh hưởng chung đến không khí và làm ô nhiễm môi trường trầm trọng.
- Giải pháp tạm thời
 - Nhiều hãng thời trang đã tìm kiếm các nguyên vật liệu an toàn và thân thiện với môi trường hơn, nhằm phục vụ cho ngành thời trang và giúp chúng được bền vững hơn.

5.4.Các tiêu chí trong thời trang bền vững

- Reduce (tiết giảm): cách tiêu dùng, lối sống và quy trình sản xuất tối giản làm giảm lượng chất thải phát sinh ra môi trường. Lượng chất thải tạo ra càng ít càng là sự tối ưu hóa.
- Reuse (tái sử dụng): tận dụng công năng và tuổi thọ sản phẩm một cách tối ưu vào những mục đích khác nhau.
- Recycle (tái chế): tận dụng các vật liệu thải đi để sáng tạo nên những sản phẩm có ích.
- Mục đích
 - Giảm thiểu tối đa ô nhiễm môi trường từ ngành công nghiệp thời trang
 - Kéo dài vòng đời sản phẩm bằng cách tạo ra sản phẩm thực sự chất lượng, bền bỉ có thể đáp ứng tiêu chí “3R”
 - Tăng tính minh bạch trong ngành thời trang về xuất xứ, sản xuất, chất liệu,...
 - Tạo ra được điều kiện làm việc cho người lao động, bảo vệ mọi quyền lợi lao động tốt hơn
 - Giáo dục, thúc đẩy và tuyên truyền người dùng hướng đến “green customer”
 - Tạo ra nền kinh tế bền vững, cộng đồng thịnh vượng, nền sinh thái xanh trong suốt quá trình hoạt động. [1][2][3]

5.6.Các dạng thời trang bền vững

- Tái sử dụng sản phẩm : eco fashion
 - Sử dụng lại các vật liệu cũ hoặc các vật liệu khác để tạo ra một sản phẩm mới. Quần áo cũ, vải vụn, giấy báo, nhựa ... chính là những nguyên liệu chính của thời trang tái chế, chúng có thể tái chế lại thành các sản phẩm khác như túi xách, giày dép, quần áo, mũ, thú bông... Bằng cách tái chế những vật liệu đã qua sử dụng chúng ta có thể giảm thiểu lượng rác thải được tạo ra tiết kiệm tài nguyên và bảo vệ môi trường. [4]



Hình 10: Sản phẩm thời trang tái chế

- Không rác thải : zero waste
 - Là không tạo ra rác hoặc hạn chế tối đa việc xả rác thải ra môi trường, tận dụng tối đa các kỹ thuật để cắt may mà không thải rác ra môi trường
 - Sản sinh ra những giải pháp thiết kế, sản xuất sáng tạo và cung cấp những mặt hàng thời trang – may mặc ít chất thải hơn, ít lãng phí, không gây hại cho môi trường và xây dựng tính bền vững cao nhất có thể. [5]



Hình 11: Sản phẩm thời trang không rác thải

- Sử dụng vật liệu tự nhiên

- Vải sợi thiên nhiên là những loại vải có nguồn gốc lấy trong tự nhiên như sợi bông, sợi tơ tằm, sợi gai, ...
- Các loại sợi organic, một loại sợi không sử dụng bất cứ hoá chất độc hại nào trong quá trình canh tác, trồng trọt.[6]



Hình 12: Sản phẩm từ thiên nhiên

- Nhuộm tự nhiên

- Có nguồn gốc từ thực vật, xác khô của côn trùng hoặc khoáng chất. Chủ yếu chúng được chiết xuất từ một số bộ phận của thực vật tự nhiên như rễ, thân, lá, hoa và trái cây,... Việc sử dụng thuốc nhuộm tổng hợp nhân tạo từ giữa thế kỷ 19 đã dẫn đến sự suy giảm đáng kể của thuốc nhuộm tự nhiên trên thị trường. [7]



Hình 13: Nhuộm tự nhiên

5.7.Thời trang bền vững của thương hiệu White Ant

- Vật liệu sử dụng của thương hiệu đa số là các vật liệu có nguồn gốc tự nhiên, dễ phân hủy, quá trình sản xuất không gây độc hại, thân thiện với môi trường như da Lạc Đà ở Nam Mỹ, vải Tencel, vải cotton, vải Rayon, vật liệu thuần chay có nguồn gốc từ xương rồng (Vật liệu làm từ cây xương rồng, được gọi là Desserto, tương tự như động vật vê tính linh hoạt, khả năng thoát khí và bền. Vì vậy, nó có thể là một công cụ thay đổi cuộc chơi tiềm năng trong ngành công nghiệp da. Ngoài ra, desserto còn có khả năng phân hủy sinh học một phần, mặc dù không hoàn toàn vì có chứa nhựa), ...



Hình 14: Sản phẩm làm từ vật liệu tự nhiên của thương hiệu

6: Định hướng phát triển bộ sưu tập

Thành phần	Nội dung
Giá trị cốt lõi	+Đặt tiêu chí “thời trang” lên hàng đầu. +Xây dựng thương hiệu bằng chất lượng sản phẩm +Gắn liền với văn hóa Việt, văn hóa đồi sóng mỗi bộ trang phục
Triết lý sáng tạo	“Mang lại sự tự tin cho Khách hàng” - " More Younger, More Confident"
Phong cách thiết kế	Hướng đến sự thanh lịch, sang trọng, duyên dáng, quyến rũ và sự tự tin tuyệt đối.
Các chủng loại sản phẩm	Áo, quần, chân váy, đầm liền, áo khoác
Giá cả	585.000 – 3.985.000
Đối tượng sử dụng	23-35
Chất liệu thường dùng	Vải cotton lụa, Tencel Lyocell, Royan
Mùa mốt	Spring-Summer 2024's collection
Phom dáng	Dáng xuông, dáng nửa bó sát
Màu sắc	Các tone màu
Các chi tiết đặc trưng	Các đường sóng

Bảng 13: Bảng tổng hợp ý tưởng

CHƯƠNG 2: NGHIÊN CỨU THIẾT KẾ PHÁC THẢO BST

1: Xác định chủ đề bộ sưu tập

1.1: Xác định ý tưởng

1.1.1: Xu hướng thời trang thế giới 2024-2025

- Các chủ đề xu hướng

○ Nuturing design



Hình 15: Nuturing design

○ Expressive expression



Hình 16: Expressive expression

○ Pink horizon



Hình 17: Pink horizon

- Hoopla - Sự lan rộng của sự bùng nổ thể thao sẽ mang lại sự thịnh vượng cho sự trẻ trung, chịu ảnh hưởng của Thế vận hội Paris 2024. Phản hồi tích cực sẽ được cung cấp để giúp mọi người giải phóng tiềm năng và tài năng của họ thông qua nhiều lối sống và thái độ lành mạnh. Lối sống đầy cảm hứng đang trở lại xu hướng chủ đạo thông qua văn hóa câu lạc bộ. Đó là tất cả về việc tích hợp tự do, quyền lực và văn hóa.
 - Tưởng tượng - Được kiểm soát bởi bộ não và suy nghĩ của chúng ta. Chúng ta sống với nỗi sợ hãi muôn thuở về thời gian. Nhưng tất cả những gì chúng ta có thể làm là tập trung vào những gì đang xảy ra ngay bây giờ và tạo ra giá trị thông qua thủ công. Đó là cách chúng ta tìm thấy sức mạnh thực sự và tiếp cận với hòa bình và hạnh phúc.
 - Chuyển thám hiểm - Thời kỳ đỉnh cao trong ngành nghỉ dưỡng được báo trước bởi các khái niệm phổ biến về Chuyển thám hiểm khởi động lại và Tỷ phú thời gian vào năm 2024. Kỳ nghỉ ngược dòng đến các khu nghỉ dưỡng ảo mang đến một kỳ nghỉ tuyệt vời. Nó thỏa mãn nhu cầu về một cuộc sống an cư lạc nghiệp. Thư giãn và dễ dàng chuyển vùng trong các thành phố mang lại sức mạnh chữa bệnh và màu sắc tích cực. Một khung cảnh kỳ nghỉ sang trọng và sang trọng được tạo ra bằng cách đan xen tính thực tế, hoạt động ngoài trời và làm vườn.
 - Phục Sinh - 'Con người là thước đo của vạn vật. Con người có nhiều thời gian hơn để suy ngẫm về ý nghĩa của sự tồn tại của họ và cảm nhận những thay đổi của môi trường xung quanh do bị khóa trong thời gian dài. Môi trường tự nhiên bất thường, sự can thiệp của ma trận và những sinh vật chưa biết được phơi bày trước công chúng. Điều này khiến chúng ta suy nghĩ về việc liệu thế giới có tồn tại hay không. Sự hồi sinh của văn hóa kỹ thuật số mang đến những khả năng vô hạn. Nó cũng ảnh hưởng đến thế giới thực.'
 - Mystic Nostalgia - Huyền bí và kì ảo mang tâm trạng hoài cổ của con người. Trong hoạt hình, khoa học viễn tưởng, tôn giáo và thời trang, các yếu tố tự nhiên bí ẩn được số hóa. Kết quả là sự hình thành xa hoa và tính thẩm mỹ kỳ lạ. Cấu trúc đáng kinh ngạc của amip, san hô và sinh vật biển có thể được nhìn thấy theo kiểu phản trọng lực. Thực vật nổi trong chất lỏng. Mọi thứ tỏa sáng như những sinh vật của biển sâu. Chúng ta chứng kiến thế giới đang chết đuối này nhờ sức mạnh của hy vọng và sự tái sinh.
- Ruffles
 - Sự bùng nổ của diềm xếp nếp trong mùa Xuân này là xu hướng nữ tính nhất trên sàn diễn thời trang và báo hiệu sự trở lại của vẻ quyến rũ nữ tính, hiện đại.
 - Rất nhiều đường diềm tạo nên một tuyên bố phong cách nữ tính bằng chất liệu voan, sa tanh và ren mỏng manh trong bảng màu phấn tinh tế.
 - Các thương hiệu lớn đang kết hợp xu hướng âm lượng lâng mạn của mùa này vào phong cách quần áo năng động. Vai diềm thêm chi tiết sang trọng bất ngờ cho phong cách thể thao, giản dị.



Hình 18: Ruffles

- Sheer Layers

- Độ trong suốt phô biến trên các sàn diễn mùa xuân.
- Các nhà thiết kế như Prada, Dolce & Gabbana, Victoria Beckham và Badgley Mischka đã nắm bắt xu hướng đáng để xem của mùa này bằng cách trình diễn những chiếc áo ngực tinh tế, quần sịp sa tanh và áo liền quần ren bên dưới áo ba lỗ và váy xuyên thấu.
- Satin và vải tuyn là những mặt hàng chủ lực của mùa xuân cho kiểu thẩm mỹ xếp lớp tuyệt đối này.
- Sportmax đã sử dụng sa tanh và vải tuyn với chi tiết đăng ten trong bảng màu nhạt (bao gồm nhiều màu hoa cà và xanh nhạt) trong trang phục thường ngày của họ theo xu hướng nữ tính, thoái mái này



Hình 19: Sheer Layers

- 3-D Florals

- Sự nữ tính vượt thời gian được cập nhật cho mùa xuân với những bông hoa lớn hơn bao giờ hết.
- Loewe dẫn đầu trên sàn diễn với những bông hoa quy mô lớn ở cả hình in và đồ đính hoa quá khổ. Christian Dior và Cynthia Rowley đã kết hợp họa tiết in hoa quy mô lớn, lặp lại với đồ đính hoa 3D.
- Những bông hoa đậm và tươi sáng nổi bật khi được in trên nền đen.
- Tuyên bố quá khổ nở rộ khi được in và thêu bằng bảng màu đậm trên đồ lót của Fleur du Mal, Agent Provocateur và Dolce & Gabbana.



Hình 20: 3-D Florals

- Filigree

- Xu hướng thời trang toàn màu đen của AW2023 đang bám sát SS2024. Xu hướng u tối, ủ rũ này đang được phát triển và thể hiện lại bằng các họa tiết trong suốt và hoa văn ren chạm khắc tinh xảo. Về quyền rũ kiểu gothic tinh tế này đã xuất hiện trên sàn diễn của Dion Lee, Victoria Beckham, Dolce & Gabbana và Tom Ford.
- Bảng màu tối gồm màu đen và tím được làm sáng bằng các mảng màu nổi hoặc xếp lớp bằng màu nude hoặc xanh nhạt.
- Ren toàn thân tuyệt đối với họa tiết hoa và đồ chạm nổi được sử dụng làm mảnh xếp lớp trong bộ áo liền quần ren tuyệt đối của Stella McCartney cũng như áo lót và quần đùi của Eres. Phong cách tuyệt đối bằng ren có hoa văn tinh tế cho phép xu hướng toàn màu đen phổ biến phát triển thành phong cách mùa Xuân.



Hình 21: Filigree

- Color trend [8]



Hình 22: Color trend

1.1.2. Xác định chủ đề của BST

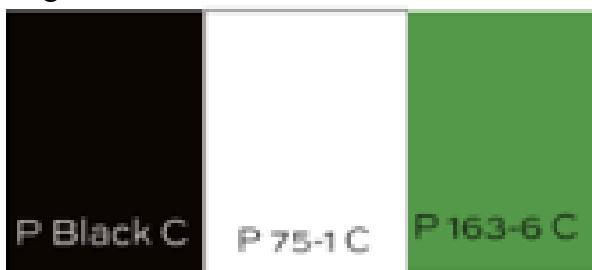
- Chủ đề : Nuturing design

- Phong cách : Ruffles và 3-D Florals



Hình 23: Ruffles và 3D Florals

- Màu sắc : Màu trắng, màu đen, màu xanh lá



1.1.3: Nguồn gốc và ý nghĩa của ý tưởng : Hoa Calla Lily



Hình 24: Hoa Calla Lily

- Nguồn gốc

- Tên calla lily bắt nguồn từ tiếng Hy Lạp calla có nghĩa là đẹp . Tuy nhiên, loài hoa này không phải là một loài hoa loa kèn.
- Hoa calla lily có nguồn gốc từ Nam phi và lần đầu tiên được tìm thấy và phát triển vào giữa những năm 1700. Đặc điểm của bông hoa là phần bên ngoài của hoa và cành hoa, dùng để chỉ phần nhị màu vàng ở giữa bông hoa. Điều thú vị là bông hoa thực chất là một chiếc lá biến đổi thành.
- Những bông hoa này có thể phát triển ở hầu hết mọi nơi, ngay cả trong nước, và thậm chí có thể sống sót trong cái lạnh giá.
- Hoa calla lily còn được biết với tên gọi là hoa rum, hoa thủy vu

- Ý nghĩa : sự hồi sinh và hợp nhất
 - Hoa calla lily thường được sử dụng trong bó hoa cô dâu, cánh hoa màu trắng tượng trưng cho sự trong trắng của cô dâu, cành bên trong tượng trưng cho sự mong đợi của cô dâu về khả năng sinh sản. Theo thời gian, hoa calla lily là biểu tượng của hạnh phúc hôn nhân và sự tận tâm thực sự.
 - Biểu tượng về sự trong trắng còn được thể hiện nhiều hơn trong sự liên kết của hoa với Đức Trinh Nữ Maria. Do đó, ý nghĩa của calla lily tập trung vào các khái niệm về sự thánh thiện, đức tin và sự thuần khiết.
 - Hoa calla lily trắng thường được sử dụng trong các lễ Phục sinh và tượng trưng cho sự phục sinh và tái sinh. [9]

- Câu chuyện

Hoa calla lily - mang theo ý nghĩa của sự hạnh phúc, hợp nhất. Có lẽ vì thế, chúng được sử dụng trong các đám cưới biểu tượng cho sự thuần khiết. Mặt khác nó có thể phát triển ở hầu hết mọi nơi, ngay cả trong nước, và thậm chí có thể sống sót trong cái lạnh giá, bởi vậy nó còn tượng trưng cho sự hồi sinh, sức sống mãnh liệt. Theo truyền thuyết, calla lily còn hứa hẹn chịu lời nguyền của nữ thần sắc đẹp Venus, nhưng nó vẫn vươn mình lớn lên trở thành những bông hoa trắng tinh khôi, mang vẻ đẹp thanh cao, quyến rũ. Một loài hoa còn có sức sống mạnh mẽ tiềm tàng như thế huống hồ là chính chúng ta. Vẫn biết rằng cuộc sống là muôn vàn khó khăn với người trẻ, nhất là độ tuổi thanh thiếu niên khi mà họ mới bước chân vào đời. Đôi khi những khó khăn trong cuộc sống khiến chúng ta suy sụp, nản chí, muốn bỏ cuộc. Hãy sống như những bông hoa calla lily, vươn mình nở rộ đem lại hạnh phúc, sức sống mãnh liệt cho bản thân mình ngay cả khi khó khăn.



Hình 25: Moodboard

- Các BST lấy cảm hứng từ hoa calla lily
 - Bộ sưu tập Thu quyến rũ và Em – NTK Nguyễn Phúc Tuấn



Hình 26: BST Thu quyến rũ và em - NTK Nguyễn Phúc Tuân

Đặc Trung:

+Sử dụng các bông hoa női đính thêu lên sản phẩm.Các đường cong mềm mại, hình dáng của hoa được NTK tận dụng tối đa để thiết kế sản phẩm

- Bộ sưu tập 'Pure Light' Charming Lys



Hình 27:Bộ sưu tập 'Pure Light' Charming Lys

2: Lập kế hoạch dòng sản phẩm

Vải Tencel Loycell								
Chủng loại	Giá Kiểu dáng	1.385.000 VNĐ	1.985.000 VNĐ	2.185.000 VNĐ	2.595.000 VNĐ	3.185.000 VNĐ	3.985.000 VNĐ	4.585.000 VNĐ
Áo	Cơ bản	x						
	Thời trang		x	x				
	Xu hướng							
Chân váy	Cơ bản							
	Thời trang		x					
	Xu hướng							
Đầm	Cơ bản							
	Thời trang				x	xx		
	Xu hướng							x
Vải Rayon								
Chủng loại	Giá Kiểu dáng	1.885.000 VNĐ	2.185.000 VNĐ	2.785.000 VNĐ	3.185.000 VNĐ	3.685.000 VNĐ	4.185.000 VNĐ	
Áo Khoác	Cơ bản			x				
	Thời trang				x	x		
	Xu hướng							x
Chân váy	Cơ bản							
	Thời trang		xx					
	Xu hướng							
Đầm	Cơ bản							
	Thời trang		x		xx			
	Xu hướng							
Vải Cotton (Lụa, silk,...)								
Chủng loại	Giá	985.000	1.015.000	1.385.000	1.785.000	1.985.000	2.385.000	2.885.000

	Kiểu dáng	VND						
Áo	Cơ bản	x						
	Thời trang				x			
	Xu hướng							
Quần	Cơ bản		x					
	Thời trang			x	xx			
	Xu hướng							
Chân váy	Cơ bản	x						
	Thời trang			x				
	Xu hướng							
Đầm	Cơ bản					xx		
	Thời trang						x	xx
	Xu hướng							

Bảng 14: Bảng hoạch định dòng sản phẩm

3: Thiết kế phác thảo bộ sưu tập

3.1. Giải pháp thiết kế

3.3.1: Giải pháp vật liệu

- Sử dụng các vật liệu thân thiện với môi trường

3.3.2: Giải pháp thiết kế mỹ thuật:

Thành phần	Nội dung
Kiểu dáng	Dáng bó sát, nửa bó sát và dáng suông
Bóng cắt	Hình chữ nhật, hình thang, hình oval
Chất liệu	Vải cotton, vải Tencel Loycell, vải Wool
Đường nét	Đường thẳng kết hợp với đường cong mềm mại
Màu sắc	Màu trắng, màu xanh lá, màu đen
Bố cục	Đối xứng và bất đối xứng
Chi tiết đặc trưng	Hình dáng bông hoa calla lily

Đồng bộ và Tiêu
chuẩn hóa

- Hệ thống size: XS, S, M, L, XL, XXL

-Tông màu chủ đạo : trắng-xanh lá-đen

Bảng 15: Giải pháp thiết kế mỹ thuật

3.2: Đánh giá phác thảo và lựa chọn mẫu lần 1

• Mẫu phác thảo





• Đánh giá mẫu lần 1

ĐÀM THỜI TRANG		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
	Mẫu	TD01
Tiêu chí		
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	
Mỹ thuật		
Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	
Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X	
Đường nét phù hợp concept	X	
Bổ cục phù hợp với concept	X	
Công nghệ		
Chất liệu phù hợp với giá thành	X	
Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	
Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X	
Bán hàng		
Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X	
Khả năng phối kết hợp sản phẩm		
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ	12	



ĐÀM THỜI TRANG		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
	Mẫu	TD02
Tiêu chí		
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm		
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	
Mỹ thuật		
Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	
Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X	
Đường nét phù hợp concept	X	
Bổ cục phù hợp với concept	X	
Công nghệ		
Chất liệu phù hợp với giá thành	X	
Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	
Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt		
Bán hàng		
Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng		
Khả năng phối kết hợp sản phẩm		
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ	8	

ĐÁM TIỄI TRANG		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
	Mẫu	Tiêu chí
	LĐ03	
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	
Mỹ thuật		
Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	
Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X	
Đường nét phù hợp concept	X	
Bố cục phù hợp với concept	X	
Công nghệ		
Chất liệu phù hợp với giá thành	X	
- Kỹ thuật		
Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	
Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X	
Bán hàng		
Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X	
Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X	
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ	13	



ĐÁM TIỄI TRANG		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
	Mẫu	Tiêu chí
	I.Đ04	
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	
Mỹ thuật		
Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	
Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X	
Đường nét phù hợp concept	X	
Bố cục phù hợp với concept	X	
Công nghệ		
Chất liệu phù hợp với giá thành	X	
- Kỹ thuật		
Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	
Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X	
Bán hàng		
Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X	
Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X	
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ	13	

ATT VTT		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
	Mẫu	Tiêu chí
	LK11	
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	X
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu		X
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	X
Mỹ thuật		
Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	
Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X	
Đường nét phù hợp concept	X	
Bố cục phù hợp với concept	X	X
Công nghệ		
Chất liệu phù hợp với giá thành		
- Kỹ thuật		
Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	X
Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X	
Bán hàng		
Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X	X
Khả năng phối kết hợp sản phẩm		X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ	9	7



ATT VTT		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
	Mẫu	Tiêu chí
	LK11	
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	X
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu		X
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	X
Mỹ thuật		
Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	X
Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X	X
Đường nét phù hợp concept	X	X
Bố cục phù hợp với concept	X	X
Công nghệ		
Chất liệu phù hợp với giá thành		X
- Kỹ thuật		
Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	X
Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X	X
Bán hàng		
Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X	X
Khả năng phối kết hợp sản phẩm		X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ	9	13

ĐÀM THỎI TRANG		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
Tiêu chí	Mẫu	LD05
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu		
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X
	Dường nét phù hợp concept	X
	Bố cục phù hợp với concept	X
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành	X
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		9



ĐÀM THỎI TRANG		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
Tiêu chí	Mẫu	LD06
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X
	Dường nét phù hợp concept	X
	Bố cục phù hợp với concept	X
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành	X
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		13

ĐÀM THỎI TRANG		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
Tiêu chí	Mẫu	LD07
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X
	Dường nét phù hợp concept	X
	Bố cục phù hợp với concept	X
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành	X
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		13



ĐÀM THỎI TRANG		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
Tiêu chí	Mẫu	LD08
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X
	Dường nét phù hợp concept	X
	Bố cục phù hợp với concept	X
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành	X
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		10

		ATT	VTT
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm			
Tiêu chí	Mẫu	LK14	LK02
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	X	
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X	X
	Đường nét phù hợp concept	X	X
	Bố cục phù hợp với concept	X	X
Công nghệ	Chất liệu phù hợp với giá thành	X	X
- Kỹ thuật	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X	X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		13	13



		ATT	QCB
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm			
Tiêu chí	Mẫu	LK15	LK16
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu		X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	X	
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X	X
	Đường nét phù hợp concept	X	
	Bố cục phù hợp với concept	X	X
Công nghệ	Chất liệu phù hợp với giá thành	X	X
- Kỹ thuật	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng		X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm		X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		10	12

DÀM THỜI TRANG		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
Tiêu chí	Mẫu	LD09
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	
	Đường nét phù hợp concept	X
	Bố cục phù hợp với concept	X
Công nghệ	Chất liệu phù hợp với giá thành	
- Kỹ thuật	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		8



DÀM THỜI TRANG		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
Tiêu chí	Mẫu	LD10
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm		
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu		X
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	
	Đường nét phù hợp concept	
	Bố cục phù hợp với concept	
Công nghệ	Chất liệu phù hợp với giá thành	X
- Kỹ thuật	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		7

Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		AXH	VTF
Tiêu chí	Mẫu	LK01	LK02
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	X	
Mỹ thuật			
Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	X	
Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X	X	
Đường nét phù hợp concept	X	X	
Bố cục phù hợp với concept	X	X	
Công nghệ - Kỹ thuật			
Chất liệu phù hợp với giá thành	X	X	
Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	X	
Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X	X	
Bán hàng			
Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X	X	
Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X	X	
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ	13	13	



DÀM XU HƯỚNG		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
Tiêu chí	Mẫu	I.Đ11
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm		X
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu		X
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm		X
Mỹ thuật		
Màu sắc phù hợp với xu hướng		X
Chất liệu phù hợp với kiểu dáng		X
Đường nét phù hợp concept		X
Bố cục phù hợp với concept		X
Công nghệ - Kỹ thuật		
Chất liệu phù hợp với giá thành		X
Kỹ thuật phù hợp với sản xuất		X
Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt		
Bán hàng		
Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng		X
Khả năng phối kết hợp sản phẩm		X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		12

Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		ATT	QTT
Tiêu chí	Mẫu	LK17	LK18
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	X	
Mỹ thuật			
Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	X	
Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X	X	
Đường nét phù hợp concept	X	X	
Bố cục phù hợp với concept	X	X	
Công nghệ - Kỹ thuật			
Chất liệu phù hợp với giá thành	X	X	
Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	X	
Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X	X	
Bán hàng			
Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X	X	
Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X	X	
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ	13	13	



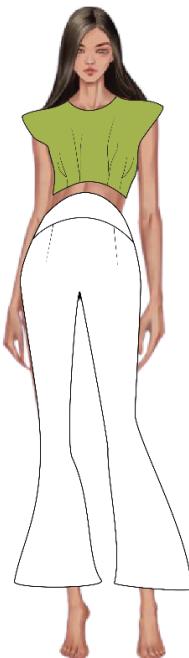
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm			
Tiêu chí	Mẫu	LK09	LK19
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm		X	X
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu		X	X
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm		X	X
Mỹ thuật			
Màu sắc phù hợp với xu hướng		X	X
Chất liệu phù hợp với kiểu dáng		X	X
Đường nét phù hợp concept		X	X
Bố cục phù hợp với concept		X	X
Công nghệ - Kỹ thuật			
Chất liệu phù hợp với giá thành		X	X
Kỹ thuật phù hợp với sản xuất		X	X
Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt		X	X
Bán hàng			
Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng		X	X
Khả năng phối kết hợp sản phẩm		X	X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		13	13

		ACB	QTT
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm			
Tiêu chí	Mẫu	LK03	LK04
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	X	
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X	
	Đường nét phù hợp concept	X	
	Bố cục phù hợp với concept	X	
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành	X	X
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X	X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		13	10



DÀM THỜI TRANG		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
Tiêu chí	Mẫu	I.D13
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm		X
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu		X
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm		X
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X
	Đường nét phù hợp concept	X
	Bố cục phù hợp với concept	X
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành	X
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		13

		ACB	QTT
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm			
Tiêu chí	Mẫu	LK05	LK06
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	X	
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng		
	Đường nét phù hợp concept		
	Bố cục phù hợp với concept	X	
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành		
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm		
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		8	6



		ACB	VCB
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm			
Tiêu chí	Mẫu	I.K05	I.K07
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm		X	X
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu		X	X
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm			
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng		
	Đường nét phù hợp concept		
	Bố cục phù hợp với concept	X	X
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành		
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt		X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X	X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		7	8

		ATT	VTT
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm			
Tiêu chí	Mẫu	LK20	LK13
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm		X	
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng		X
	Dường nét phù hợp concept	X	X
	Bố cục phù hợp với concept	X	X
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành		X
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X	X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		10	13



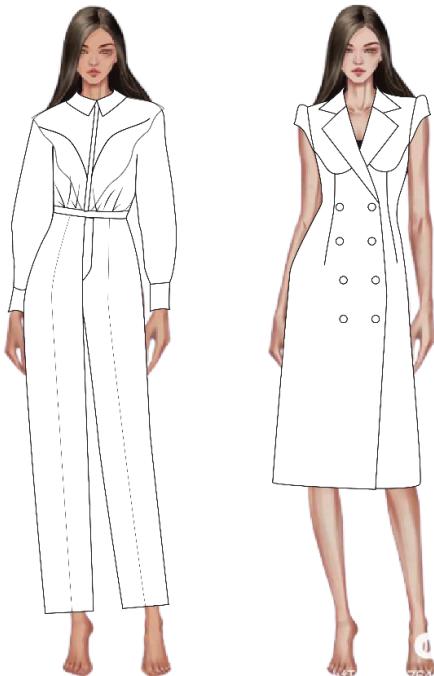
		ATT	VTT
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm			
Tiêu chí	Mẫu	LK22	LK19
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	X	
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X	X
	Dường nét phù hợp concept	X	X
	Bố cục phù hợp với concept	X	X
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành	X	X
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X	X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		13	13

ÁO KHOÁC THỜI TRANG		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
Tiêu chí	Mẫu	LK08
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X
	Dường nét phù hợp concept	X
	Bố cục phù hợp với concept	X
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành	X
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		13



ÁO KHOÁC THỜI TRANG		
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm		
Tiêu chí	Mẫu	LK09
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	X
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	X
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	X
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X
	Dường nét phù hợp concept	X
	Bố cục phù hợp với concept	X
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành	X
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		13

		ACB	QCB
ÁO KHOÁC THỜI TRANG			
Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm			
Tiêu chí	Mẫu	LK23	LK16
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm	X	X	
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	X	
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X	X
	Đường nét phù hợp concept	X	X
	Bố cục phù hợp với concept	X	X
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành	X	X
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm		X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		12	13



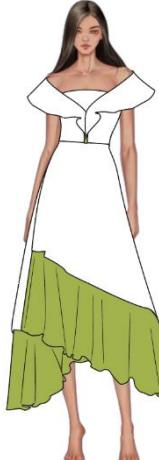
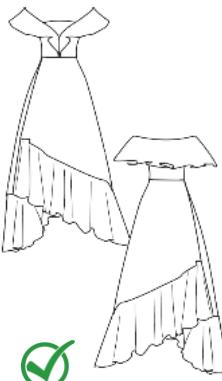
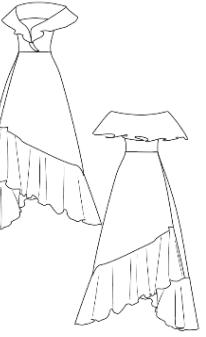
		ÁO KHOÁC THỜI TRANG
ÁO KHOÁC THỜI TRANG		Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm
Tiêu chí	Mẫu	LK24
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm		X
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu		X
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm		X
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X
	Đường nét phù hợp concept	X
	Bố cục phù hợp với concept	X
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành	X
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		13

		ÁO KHOÁC THỜI TRANG
ÁO KHOÁC THỜI TRANG		Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm
Tiêu chí	Mẫu	LK25
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm		
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu	X	
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm	X	
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X
	Đường nét phù hợp concept	X
	Bố cục phù hợp với concept	X
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành	X
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		10



		ĐẦM THỜI TRANG
ĐẦM THỜI TRANG		Đánh giá, chọn mẫu lần 1 cho sản phẩm
Tiêu chí	Mẫu	LD12
Tiện nghi sử dụng và công năng sản phẩm		X
Phù hợp với triết lý sáng tạo, phong cách thiết kế của thương hiệu		X
Sản phẩm đúng với bảng hoạch định dòng sản phẩm		X
Mỹ thuật	Màu sắc phù hợp với xu hướng	X
	Chất liệu phù hợp với kiểu dáng	X
	Đường nét phù hợp concept	X
	Bố cục phù hợp với concept	X
Công nghệ - Kỹ thuật	Chất liệu phù hợp với giá thành	X
	Kỹ thuật phù hợp với sản xuất	X
	Phương pháp gia công phù hợp với sản xuất hàng loạt	X
Bán hàng	Sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng	X
	Khả năng phối kết hợp sản phẩm	X
TỔNG : 13 TIÊU CHÍ		13

3.3. Chọn mẫu lần 2

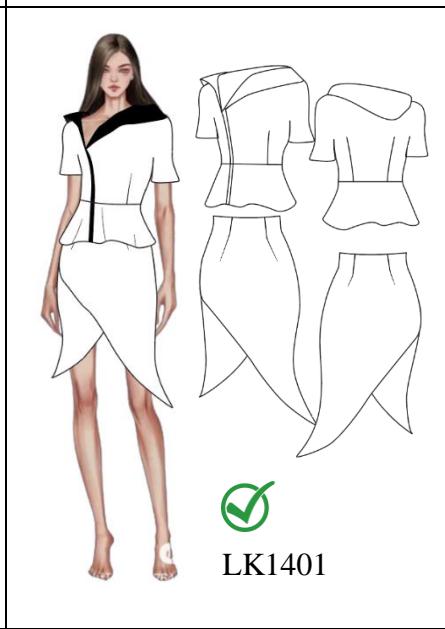
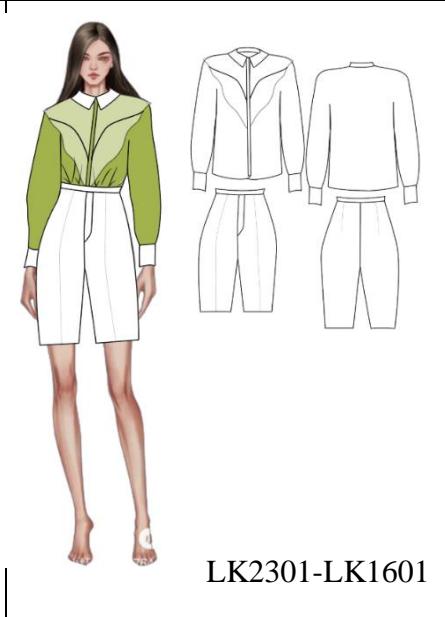
Mẫu gốc	Mẫu phát triển 1	Mẫu phát triển 2
  ✓ LĐ01	  ✓ LĐ0101	  LĐ0102
 LĐ03	 ✓ LĐ0301	 ✓ LĐ0302
 LK24	 ✓ LK2401	 ✓ LK2402

 <p>LD04</p>	 <p>LD0401</p>	 <p>LD0402</p>
 <p>LD06</p>	 <p>LD0601</p>	 <p>LD0602</p>
 <p>LK08</p>	 <p>LK0801</p>	 <p>LK0802</p>

 <p>LK03</p>	 <p>LK0301</p>	 <p>LK0302</p>
 <p>LĐ07</p>	 <p>LĐ0701</p>	 <p>LĐ0702</p>
 <p>LĐ11</p>	 <p>LĐ1101</p>	 <p>LĐ1102</p>

 <p>LĐ12</p>	 <p>LĐ1201</p>	 <p>LĐ1202</p>
 <p>LĐ13</p>	 <p>LĐ1301</p>	 <p>LĐ1302</p>
 <p>LK01</p>	 <p>LK0101</p>	 <p>LK0102</p>

 <p>LK09-LK19</p>	 <p>LK0901-LK1901</p>	 <p>LK0902-LK1902</p>
 <p>LK10</p>	 <p>LK1001</p>	 <p>LK1002</p>

 <p>LK13</p>	 <p>LK1301</p>	 <p>LK1302</p>
 <p>LK14</p>	 <p>LK1401</p>	 <p>LK1402</p>
 <p>LK23-LK16</p>	 <p>LK2301-LK1601</p>	 <p>LK2302-LK1602</p>

 <p>LK17-LK18</p>	 <p>LK1701-LK1801</p>	 <p>LK1702-LK1802</p>
 <p>LK22</p>	 <p>LK2201</p>	 <p>LK2202</p>

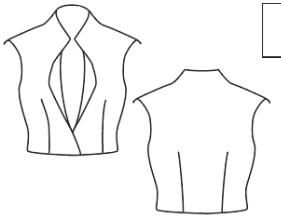
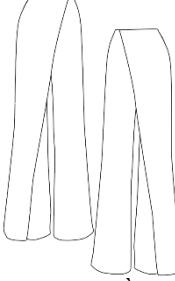
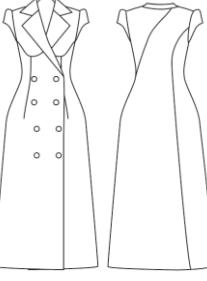
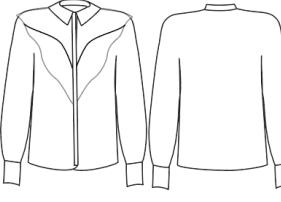
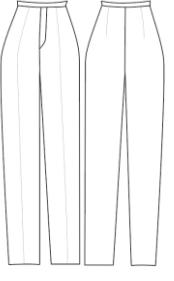
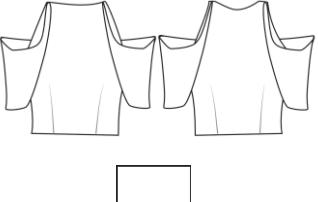
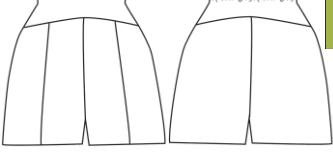
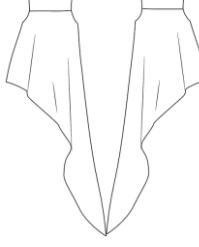
Bảng 16: Bảng phát triển sản phẩm lần 2

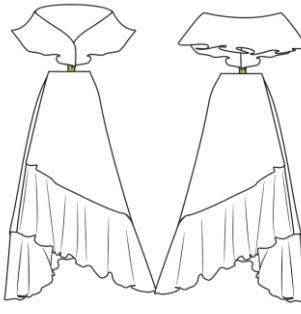
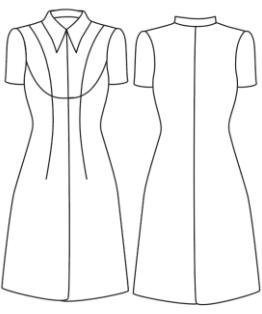
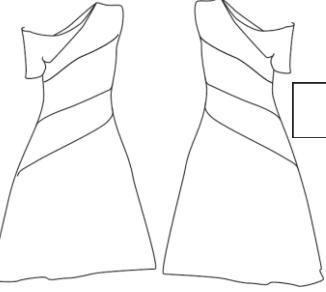
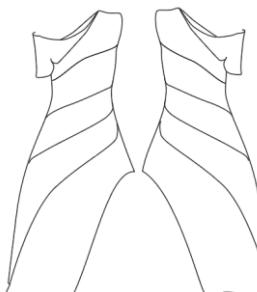
3.4. Phối cảnh mẫu

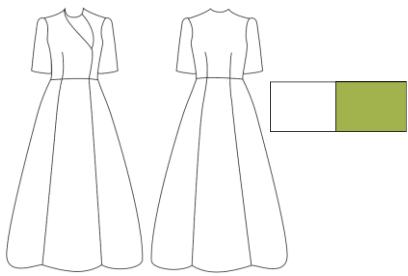
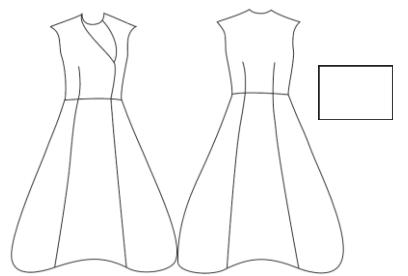
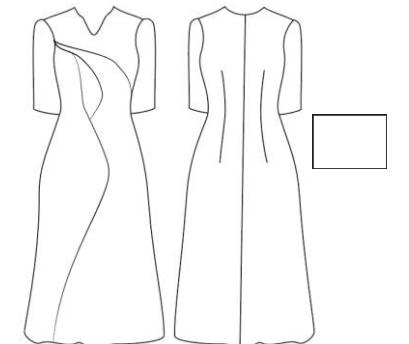
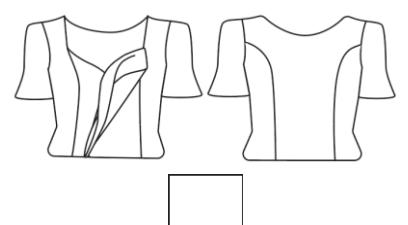
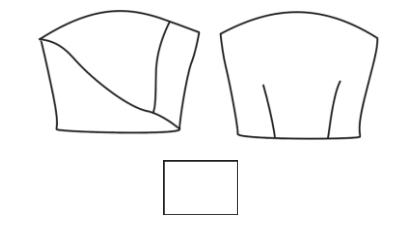
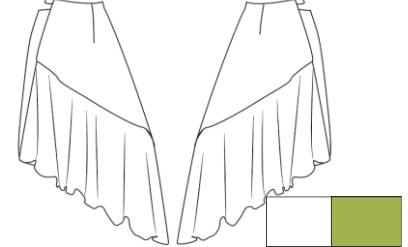
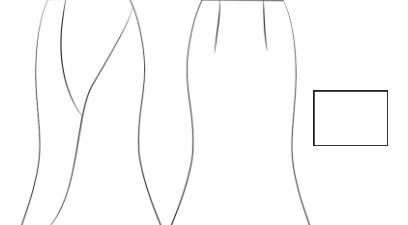
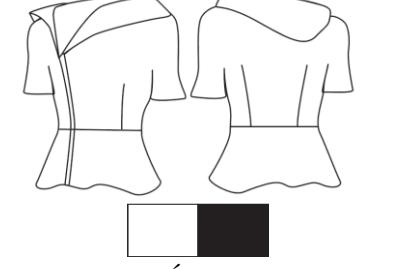


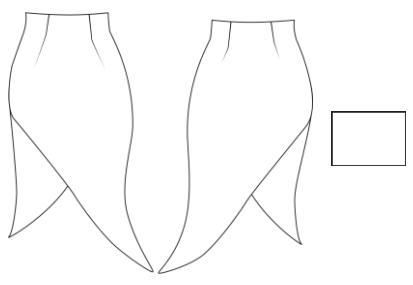
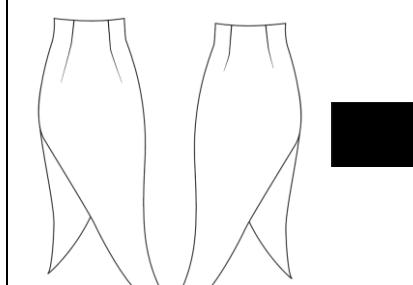
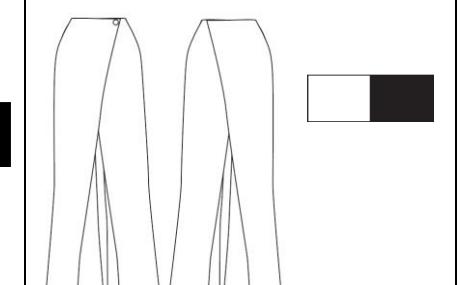
Hình 28: Phối cảnh BST

4. Lập bảng thông tin sản phẩm BST

 Chủng loại: Áo thời trang Giá : 2.185.000 VND Chất liệu : Tencel Loycell	 Chủng loại: Quần thời trang Giá : 1.785.000 VND Chất liệu : cotton lụa	 Chủng loại : Áo khoác thời trang Giá : 3.185.000 VND Chất liệu : rayon
 Chủng loại: Áo cơ bản Giá: 1.385.000 VND Chất liệu : Tencel Loycell	 Chủng loại : Quần cơ bản Giá : 1.355.000 VND Chất liệu : Rayon	 Chủng loại : Áo thời trang Giá : 1.925.000 VND Chất liệu : Tencel Loycell
 Chủng loại : Quần thời trang Giá : 1.035.000 VND Chất liệu : cotton	 Chủng loại : Áo thời trang Giá : 2.185.000 VND Chất liệu : Tencel Loycell	 Chủng loại : Áo khoác thời trang Giá : 3.685.000 VND Chất liệu : Rayon

 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> </div> <p>Chủng loại : Đầm thời trang Giá : 2.885.000 VNĐ Chất liệu : cotton lụa</p>	 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> </div> <p>Chủng loại : Đầm thời trang Giá : 2.885.000 VNĐ Chất liệu : cotton lụa</p>	 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> </div> <p>Chủng loại : Đầm cơ bản Giá : 1.985.000 VNĐ Chất liệu : cotton</p>
 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> </div> <p>Chủng loại : Đầm cơ bản Giá : 1.985.000 VNĐ Chất liệu : cotton</p>	 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> </div> <p>Chủng loại : Đầm thời trang Giá : 2.385.000 VND Chất liệu : vải cotton lụa</p>	 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> </div> <p>Chủng loại : Đầm thời trang Giá : 3.185.000 VND Chất liệu : Tencel loycell</p>
 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> </div> <p>Chủng loại : Đầm thời trang Giá : 3.185.000 VND Chất liệu : Tencel loycell</p>	 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> </div> <p>Củng loại: đầm thời trang Giá : 2.185.000 VND Chất liệu : Rayon</p>	 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> </div> <p>Chủng loại : Đầm cu hướng Giá : 4.585.000 VND Chất liệu : Tencel loycell</p>

 <p>Chủng loại : đầm thời trang Giá : 3.185.000 Chất liệu : vải rayon</p>	 <p>Chủng loại : đầm thời trang Giá : 3.185.000 Chất liệu : vải rayon</p>	 <p>Chủng loại : Đầm thời trang Giá : 2.185.000 VND Chất liệu : Tencel Loycell</p>
 <p>Chủng loại : Áo xu hướng Giá : 4.185.000 VND Chất liệu: vải rayon</p>	 <p>Chủng loại : Áo cơ bản Giá : 985.000 VND Chất liệu : vải cotton</p>	 <p>Chủng loại :Áo khoác cơ bản Giá : 2.985.000 VND Chất liệu : V</p>
 <p>Chủng loại : Chân váy thời trang Giá : 1.985.000 VND Chất liệu : Tencel Loycell</p>	 <p>Chủng loại : Chân váy cơ bản Giá : 985.000 VND Chất liệu : vải cotton</p>	 <p>Chủng loại : Áo thời trang Giá : 1.885.000 VND Chất liệu : cotton</p>

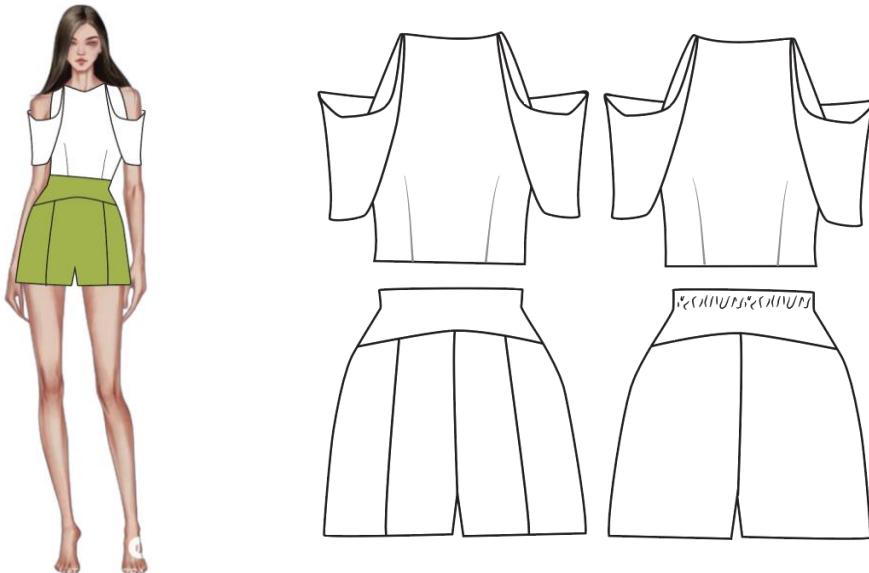
		
<p>Chủng loại : Váy thời trang Giá : 2.185.000 VND Chất liệu : vải rayon</p>	<p>Chủng loại : Váy thời trang Giá : 2.185.000 VND Chất liệu : vải rayon</p>	<p>Chủng loại: Quần thời trang Giá : 1.785.000 VND Chất liệu : cotton lụa</p>

Bảng 17: Bảng thống kê thông tin của sản phẩm

5.Thiết kế kỹ thuật sản phẩm

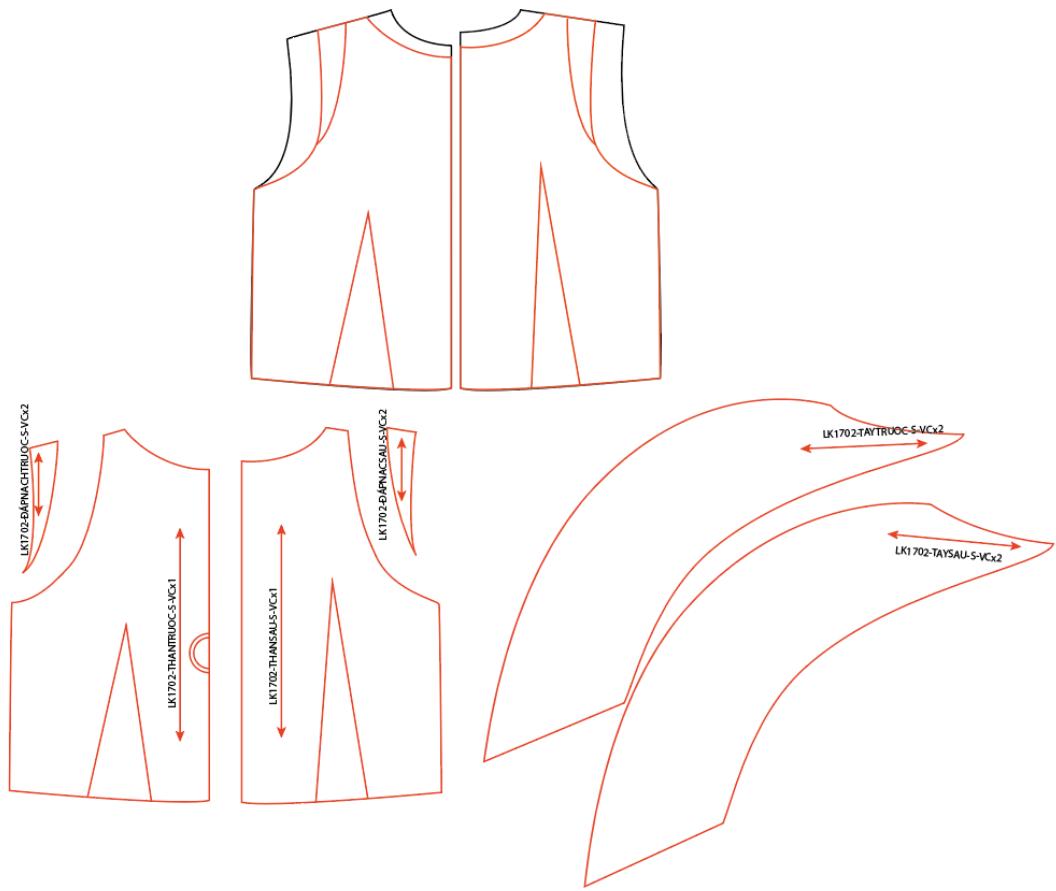
5.1.Thiết kế mẫu rập

5.1.1.Mẫu số 1



Hình 29: Mẫu thực hiện số 1

- Thiết mẫu mới
 - Phát triển từ mẫu cơ sở cơ bản để phát triển mẫu mới
 - Áo

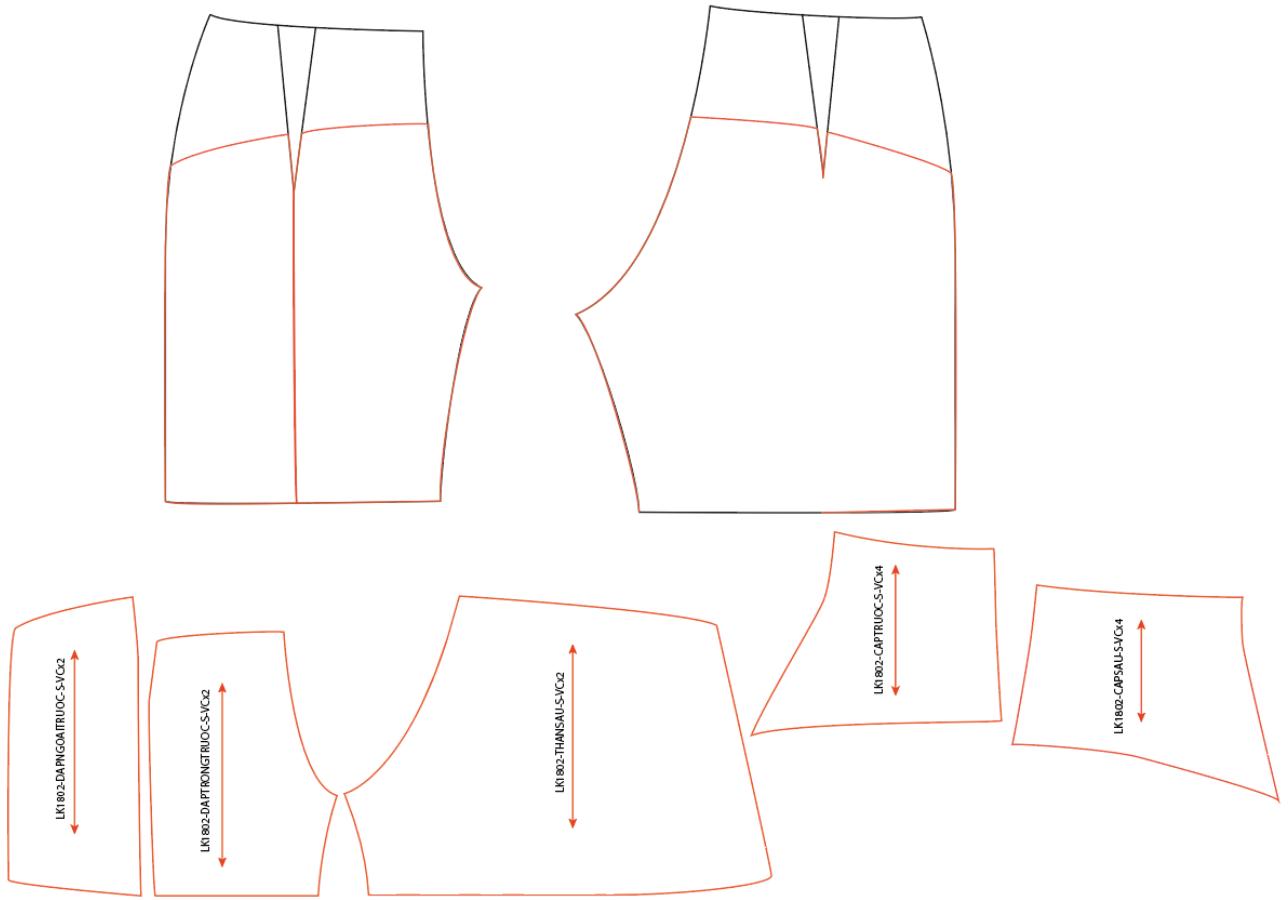


Hình 30: Mẫu rập 2D-LK1702

Tên chi tiết	Loại vải	Số lượng
Thân trước	Vải chính	1
Thân sau	Vải chính	2
Tay	Vải chính	4
Đáp nách trước	Vải chính	2
Đáp nách sau	Vải chính	2
Lót thân trước	Vải lót	1
Lót thân sau	Vải lót	2

Bảng 18: Bảng thông kê chi tiết mẫu LK1802

▪ Quần



Hình 31: Mẫu rập 2D_LK1802

Tên chi tiết	Loại vải	Số lượng
Thân trước-đáp ngoài	Vải chính	2
Thân trước-đáp trong	Vải chính	2
Thân sau	Vải chính	2
Cap trước	Vải chính	4
Cap sau	Vải chính	4

Bảng 19: Bảng thống kê chi tiết_LK1802

5.1.2. Mẫu số 2



Hình 32: Mẫu thực hiện số 2

- Thiết kế nau mới



Hình 33: Mẫu rập 2D_LK2402

Tên chi tiết	Loại vải	Số lượng
Thân trước-đáp 1	Vải chính	2
Thân trước-đáp2	Vải chính	2
Thân trước-đáp3	Vải chính	2
Thân trước-đáp trên	Vải chính	2
Thân sau – đáp 1	Vải chính	2
Thân sau-đáp 2	Vải chính	2
Tay	Vải chính	2
Thân trước lót-đáp 1	Vải lót	2

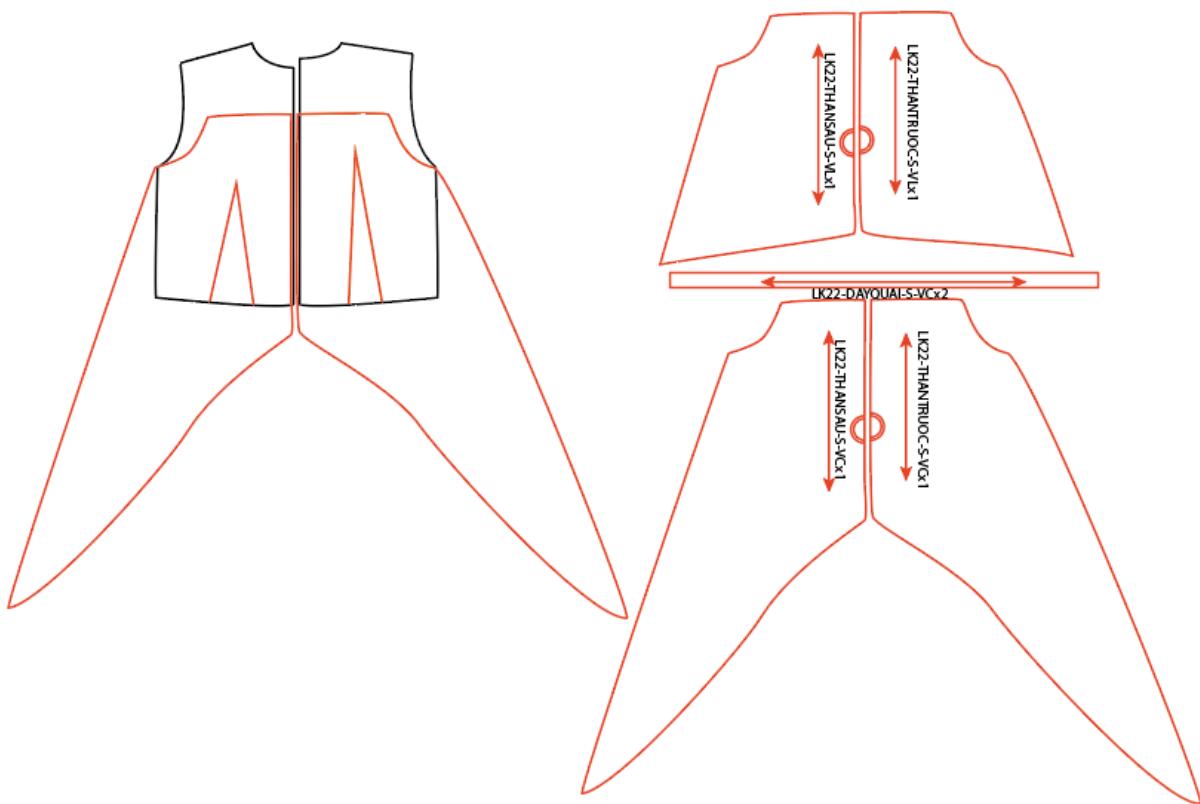
Bảng 20: Bảng thông tin chi tiết LK2402

5.1.3. Mẫu số 3



Hình 34: Mẫu thực hiện số 3

- Thiết kế mẫu mới
 - Áo

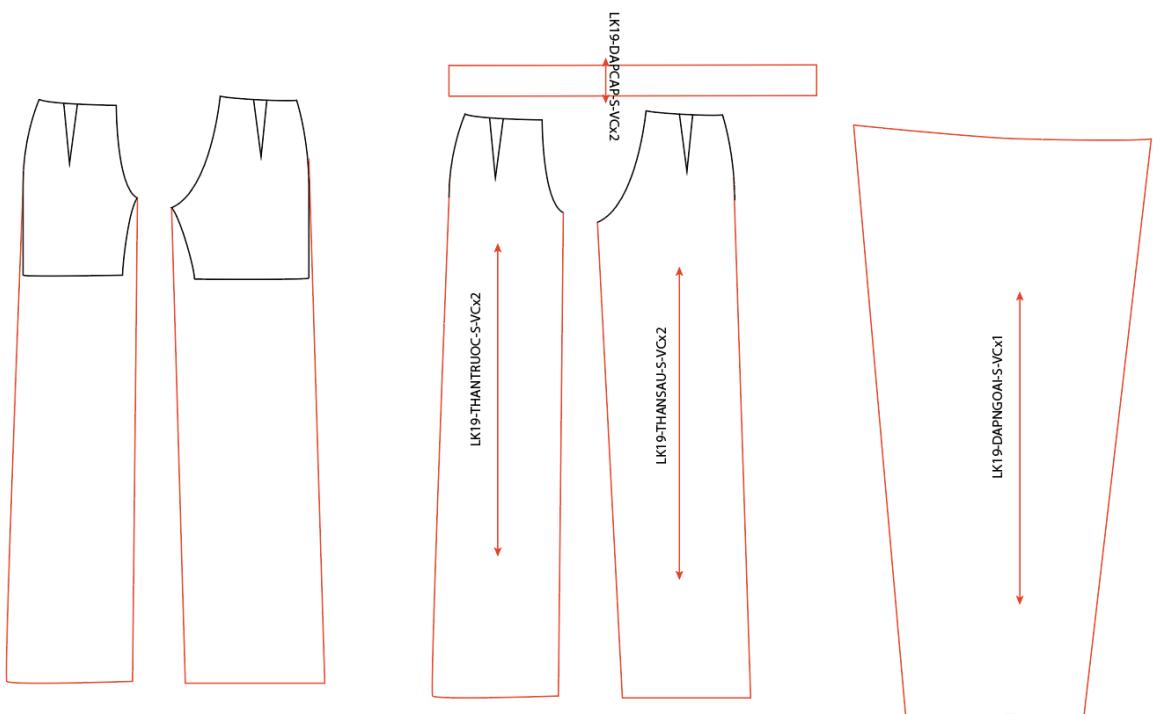


Hình 35: Mẫu rập 2D_LK22

Tên chi tiết	Loại vải	Số lượng
Thân trước	Vải chính	1
Thân sau	Vải chính	1
Thân sau lót	Vải lót	1
Thân trước lót	Vải lót	1
Dây quai	Vải chính	2

Bảng 21: Bảng thông tin chi tiết LK22

- Quần



Hình 36: Mẫu rập 2D LK19

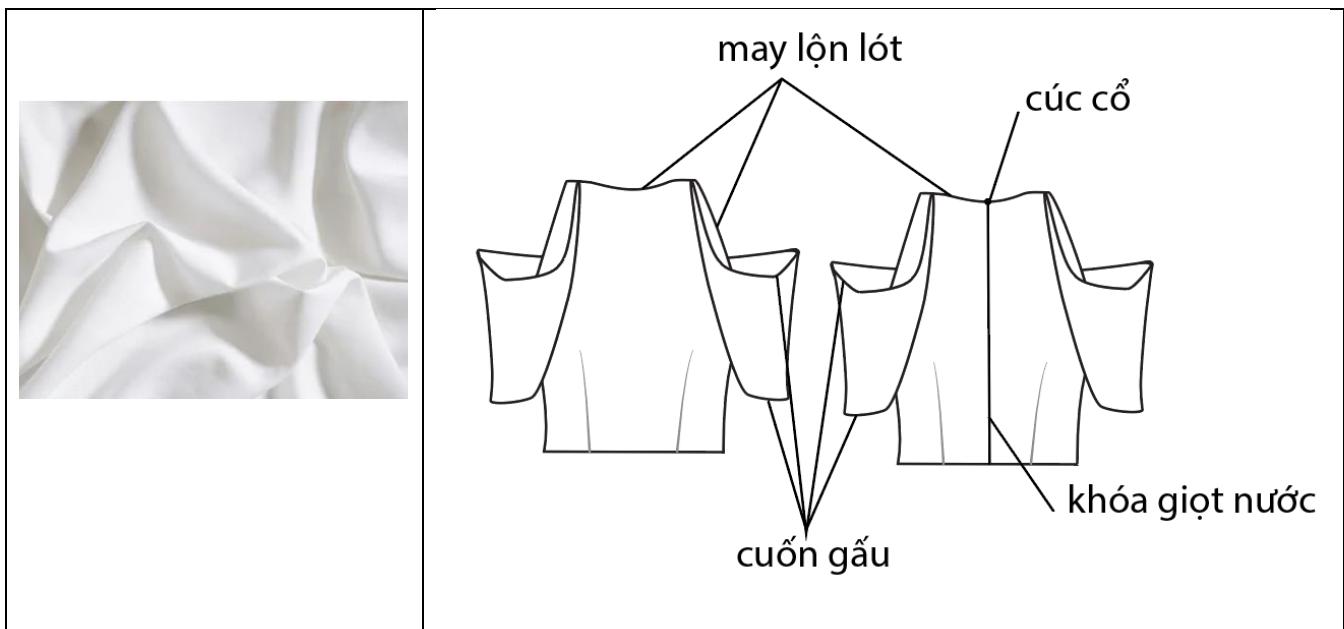
Tên chi tiết	Loại vải	Số lượng
Thân trước	Vải chính	2
Thân sau	Vải chính	2
Đáp ngoài	Vải chính	1
Đáp cạp	Vải chính	2

Bảng 22: Bảng thông tin chi tiết LK19

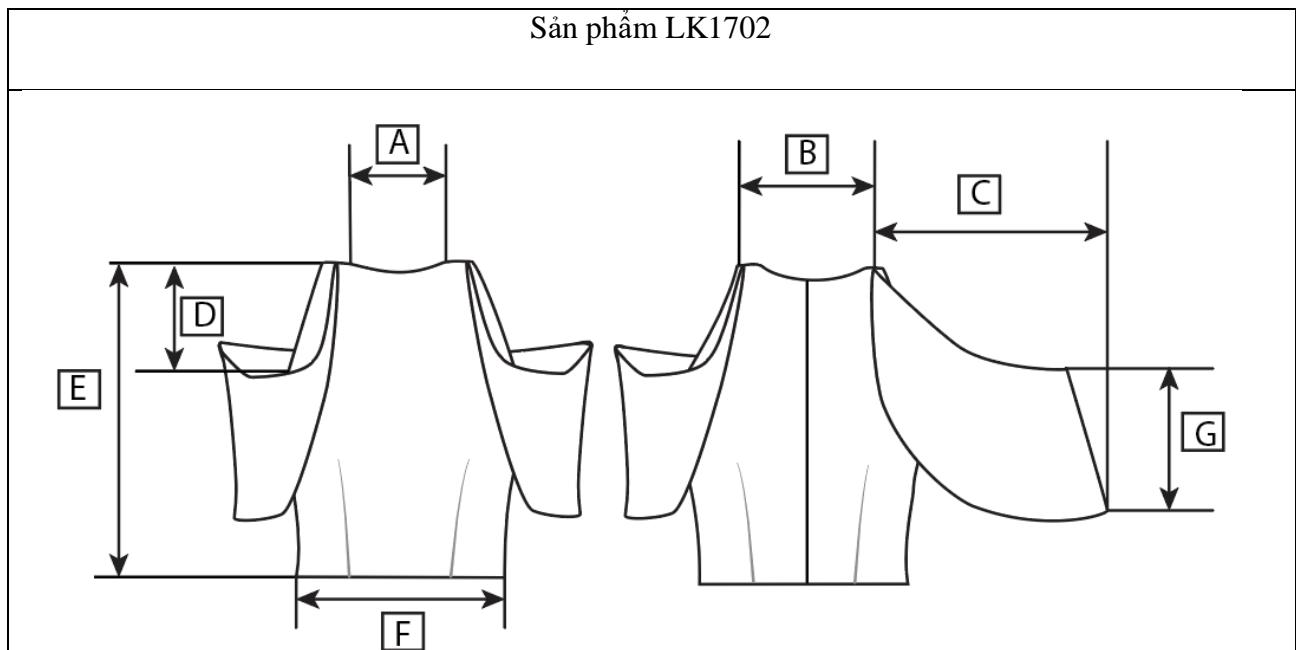
5.2.Tài liệu kỹ thuật

5.2.1.Mẫu số 1

BST: CALLA LILY		Mùa : Xuân Hè 2024	
Brand : WHITE ANT		Người thiết kế : Liên	Ngày phát hành : 2/8/2023
Mã hàng	LK1702	Mô tả sản phẩm	Sản phẩm bó sát hở vai, chất liệu tencel loycell
Tên sản phẩm	Áo thời trang	Mô tả mẫu	
Mẫu vải			

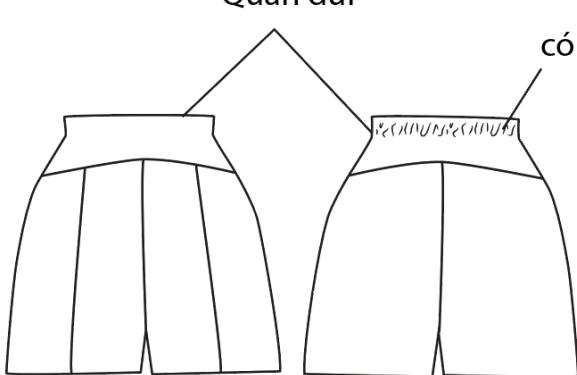


Bảng 23: Bảng mô tả sản phẩm LK1702

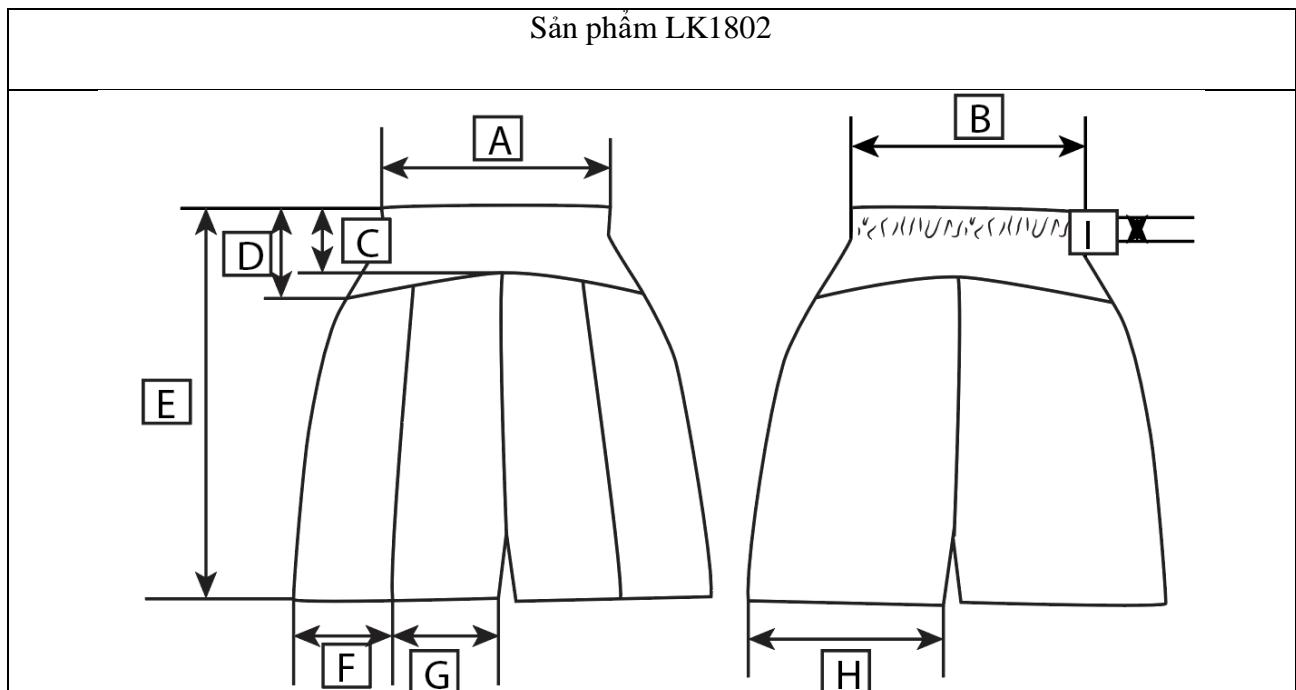


STT	Tên kích thước	Cách đo	Size S (cm)
A	Rộng cổ trước	Từ chính thân giữa sang hai bên	20
B	Rộng cổ sau	Từ chính thân giữa sang hai bên	16
C	Rộng tay áo	Từ điểm cách đầu vai 2 cm đến điểm nối hai tay	30
D	Dài đáp nách	Từ điểm cắt đến 2/3 vòng nách từ trên xuống	15
E	Dài thân áo	Từ đầu vai trong cho đến eo	34
F	Rộng eo	Đo trên rốn 3cm	31
G	Dài tay áo	Phần ráp nối tay trước và sau	15

Bảng 24: Kích thước sản phẩm LK1702

BST: CALLA LILY		Mùa : Xuân Hè 2024	
Brand : WHITE ANT		Người thiết kế : Liên	Ngày phát hành : 2/8/2023
Mã hàng	LK1802	Mô tả sản phẩm	Sản phẩm quần đùi, chất liệu cotton dễ chịu thoái mái
Tên sản phẩm	Quần thời trang		
Mẫu vải	Mô tả mẫu		
	<p style="text-align: center;">Quần đùi</p>  <p>có chun sau</p>		

Bảng 25:Bảng mô tả sản phẩm LK1802

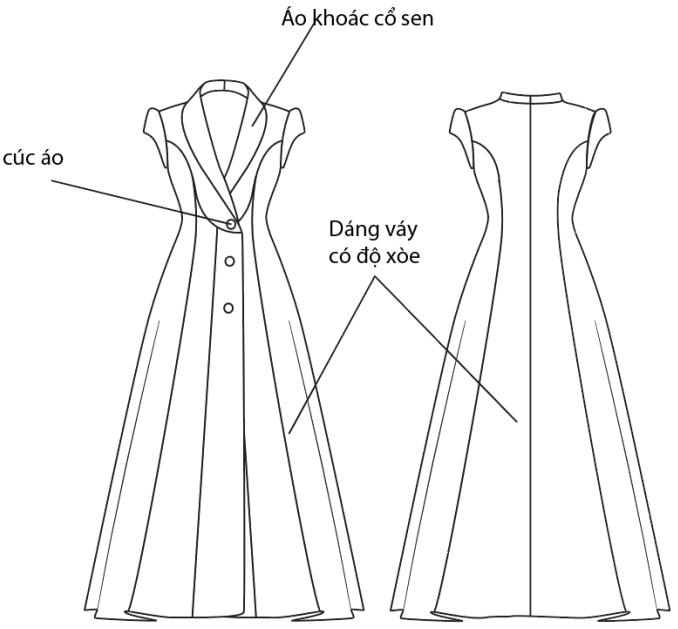


STT	Tên kích thước	Cách đo	Size S (cm)
A	Rộng eo trước	Từ sườn bên trái sang sườn bên phải	32
B	Rộng eo sau	Từ sườn phải sang sườn trái khi chưa có chun	40
C	Chiều dài chính giữa đùi	Trên rốn 4 cm đến dưới rốn 3 cm	13

D	Dài đê cúp ở sườn	Trên rốn 3cm đến ngang hông	15
E	Dài quần	Trên eo 3cm đến 1/3 đùi	36
F	Rộng đáp 1	Từ sườn đến chính thân giữa	18
G	Rộng đáp 2	Từ chính thân giữa đến giàng quần	18
H	Rộng gấu sau	Từ sườn đến giàng quần	40
I	Rộng chun	Băng độ rộng của chun	3.5

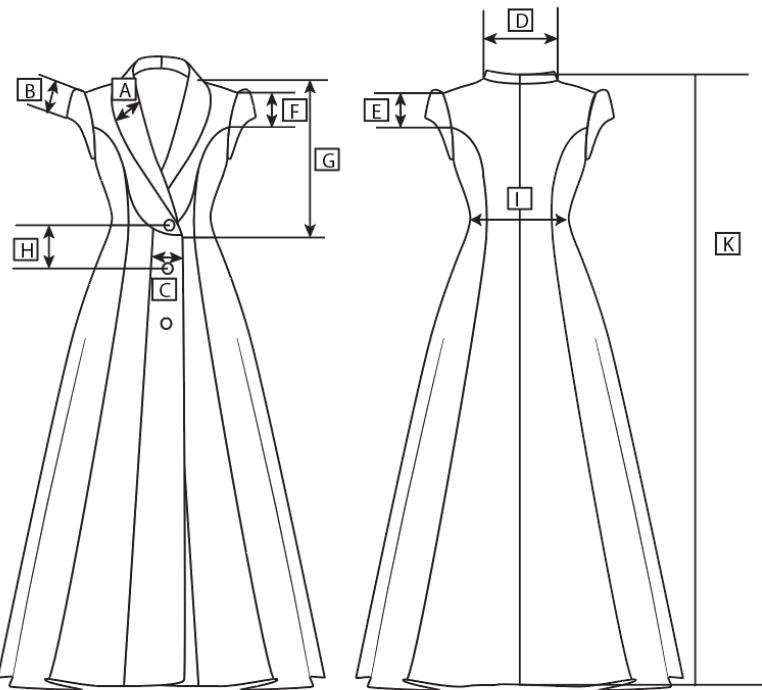
Bảng 26: Kích thước sản phẩm LK1802

5.2.2. Mẫu số 2

BST: CALLA LILY		Mùa : Xuân Hè 2024	
Brand : WHITE ANT		Người thiết kế : Liên	Ngày phát hành : 2/8/2023
Mã hàng	LK2402	Mô tả sản phẩm	Sản phẩm áo khoác cổ sen dáng váy dài đến ngang bắp chân
Tên sản phẩm	Áo khoác thời trang		
Mẫu vải	Mô tả mẫu		
			

Bảng 27:Bảng mô tả sản phẩm LK2402

Sản phẩm LK2402

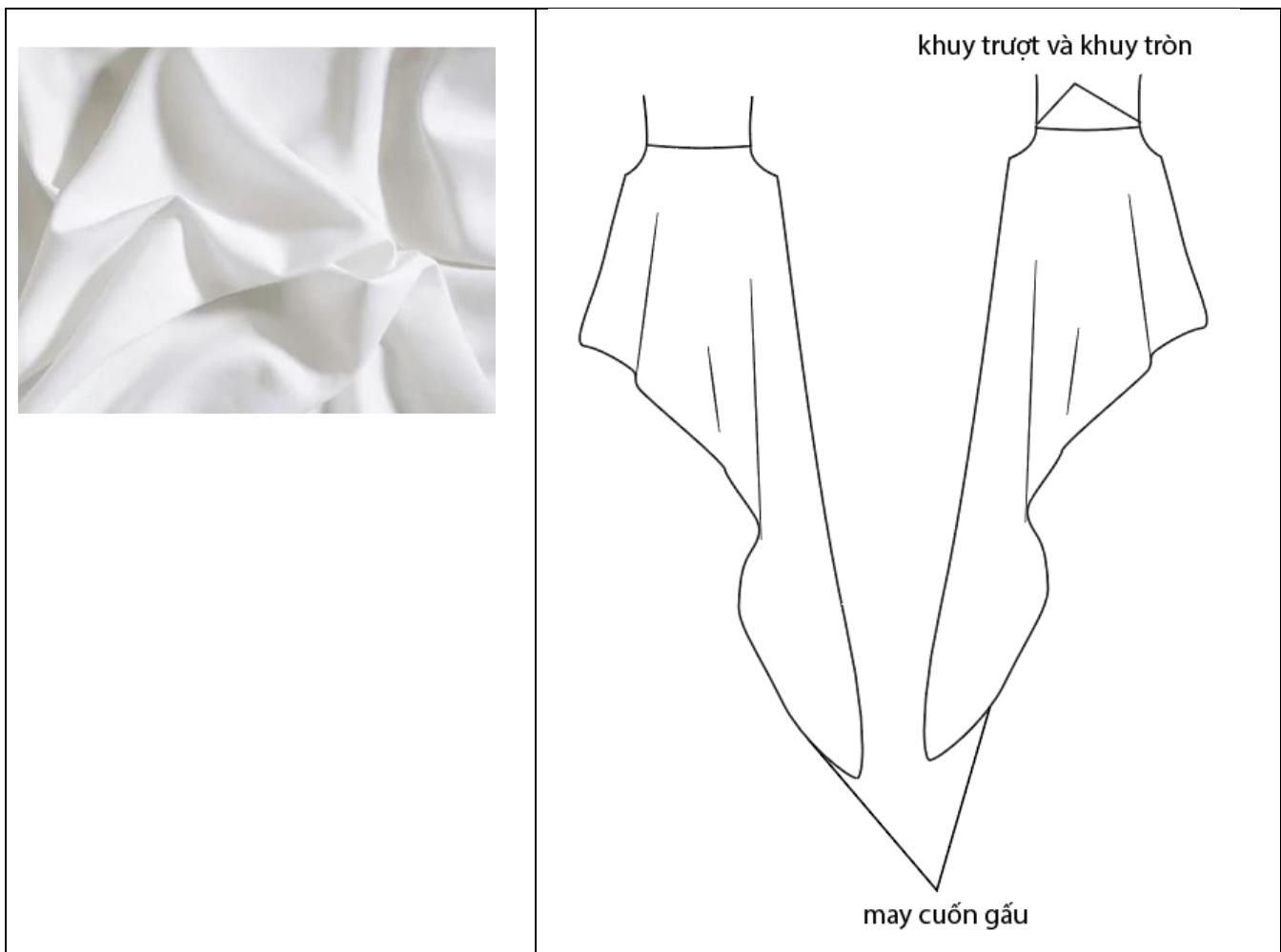


STT	Tên kích thước	Cách đo	Size M (cm)
A	Rộng bẻ ve	Từ bẻ cổ đo ra	8
B	Dài tay	Từ đầu vai đến giữa bắp tay	15
C	Sa vạt áo	Từ chính thân giữa đi ra	8
D	Rộng cổ	Khoảng cách giữa hai đầu vai trong	15
E	Dài nách đê cúp trước	Khoảng cách từ đầu vai đến giữa vòng nách	19
F	Dài nách đê cúp sau	Khoảng cách từ đầu vai đến giữa vòng nách	21
G	Dài đê cup thân trên	Từ đầu vai trong đến ngang eo	18
H	Độ rộng giữa các cúc	Khoảng cách từ cúc tại eo xuống dưới	30
I	Rộng eo	Vòng eo chia đôi	31
K	Dài áo	Từ đầu vai trong đến ngang bắp chân	70

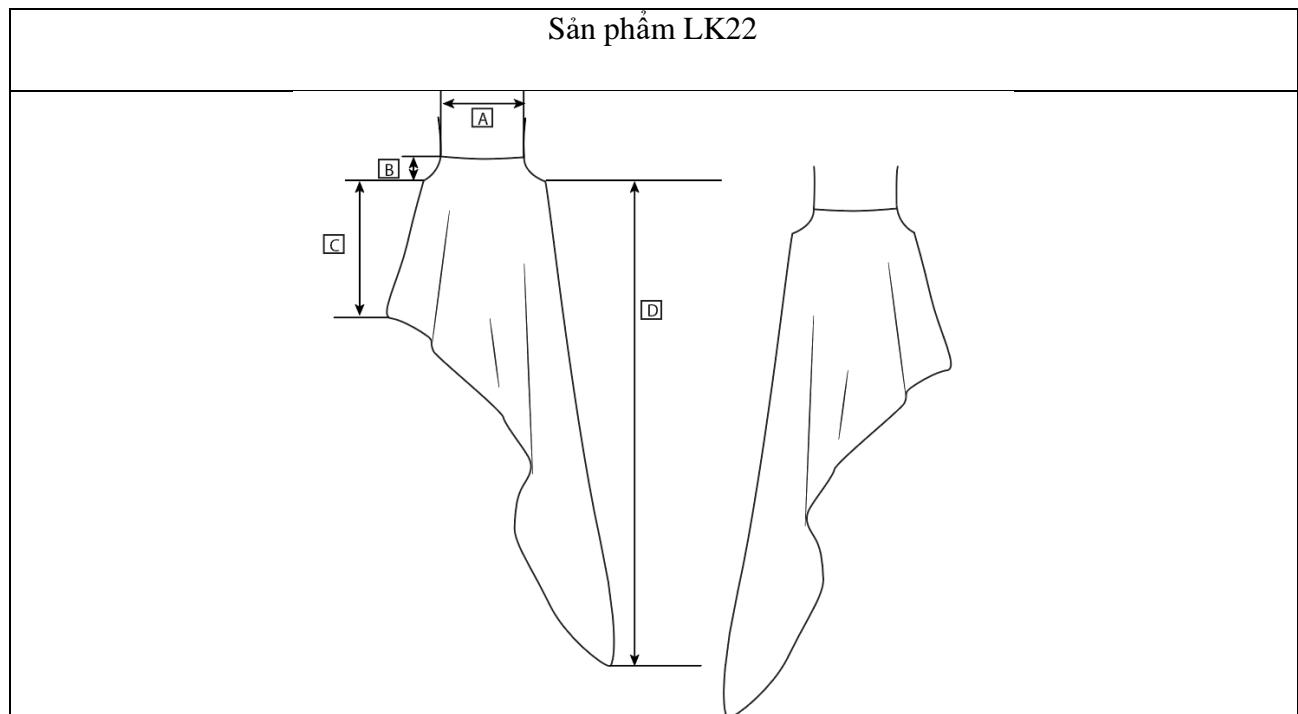
Bảng 28: Kích thước sản phẩm LK2402

5.2.2. Mẫu số 3

BST: CALLA LILY		Mùa : Xuân Hè 2024	
Brand : WHITE ANT		Người thiết kế : Liên	Ngày phát hành : 2/8/2023
Mã hàng	LK22	Mô tả sản phẩm	Sản phẩm áo hai dây, có khuy điều chỉnh để phù hợp với nhiều khách hanhg
Tên sản phẩm	Áo thời trang		
Mẫu vải		Mô tả mẫu	

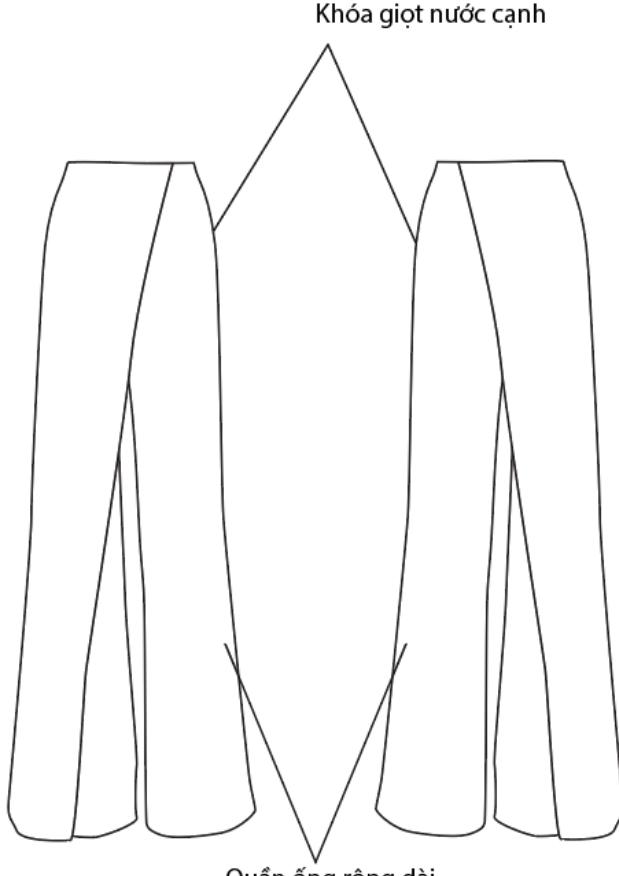


Bảng 29: Bảng mô tả sản phẩm LK22



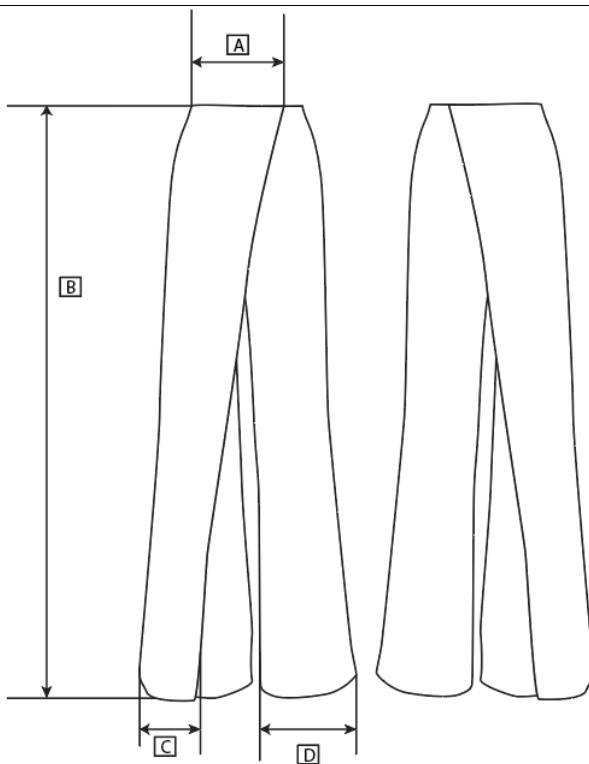
B	Dài nách	Từ điểm hạ nách đến 1/3 nách	12
C	Dài áo phải	Từ điểm hạ nách cho đến hông	40
D	Dài áo trái	Từ điểm hạ nách cho đến ngang bắp chân	90

Bảng 30: Kích thước sản phẩm LK22

BST: CALLA LILY		Mùa : Xuân Hè 2024	
Brand : WHITE ANT		Người thiết kế : Liên	Ngày phát hành : 2/8/2023
Mã hàng	LK19	Mô tả sản phẩm	Sản phẩm quần ống rộng suông dài
Tên sản phẩm	Quần thời trang		
Mẫu vải	Mô tả mẫu		
	  Khóa giọt nước cạnh Quần ống rộng dài		

Bảng 31: Bảng mô tả sản phẩm LK19

Sản phẩm LK19



STT	Tên kích thước	Cách đo	Size S (cm)
A	Rộng đáp	Khoảng cách từ chiết bên trái đến cạnh sườn phải	25
B	Dài quần	Từ eo cho đến gót chân	12
C	Rộng gấu đáp	Từ điểm chính giữa của gấu ra đến đường may cạnh	16
D	Rộng ống quần	Từ đường may cạnh trái sang phải	32

Bảng 32: Kích thước sản phẩm LK19

6. Ảnh phẩm thời trang



2024 SPRING - SUMMER

CALLA LILY



WHITE
ANT

BY LILIL KIM



LOOK BOOK

WHITEANT

new collection



by Lilil Kim

CALLA LILY



PRODUCT

Quần đùi nằm trong BST "Calla Lily".
Thiết kế cắt theo đường cong mềm mại của cánh hoa rum, có chung dáng sau co giãn đem lại sự thoải mái cho người mặc.



Size Available

•S •M •L •XL

WHITEANT

CALLA LILY

PRODUCT

Áo trễ vai nằm trong BST "Calla Lily".
Đường cong mềm mại đáng bỡ ngỡ, giúp tôn lên vẻ đẹp của người phụ nữ, khoe trọn vòng eo nhỏ nhắn của người mặc.

Size Available

- S
- M
- L
- XL

PRODUCT

Áo hai dây nằm trong BST "Calla Lily".
Áo với chiều dài một bên tạo nên bộ cục bất đối xứng, mềm mại như cánh hoa. Chất liệu mềm mại bay bổng giúp người mặc cảm thấy thoải mái. Áo hai dây khoe trọn cơ thể và xương quai xanh quyến rũ.

Size Available

- S
- M
- L
- XL

CALLA LILY

PRODUCT

Áo khoác cổ sen nằm trong BST "Calla Lily".
Những đường cắt cúp theo đường cong mềm mại của cánh hoa rực rỡ, đáng yêu, đem lại cảm giác nhẹ nhàng, thanh lịch, kín đáo.

Size Available

- S
- M
- L
- XL

CALLA LILY

PRODUCT

Quần ống rộng nằm trong BST "Calla Lily".
Ông rộng giúp cho đi những khuyết điểm của các cô nàng, đồng thời quần cạp cao giúp các cô nàng còn có thể "ăn gian" chiều cao.

Size Available

- S
- M
- L
- XL

W/HITE ANT

W/HITE ANT

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] <https://style-republik.com/sustainable-fashion-thoi-trang-ben-vung-lieu-co-la-giai-phap-cho-nganh-thoi-trang-the-gioi/>.
- [2] %. <https://dgcs.vn/thoi-trang-ben-vung-hieu-the-nao-cho-dung#:~:text=T%E1%BB%AB%20%C4%91%C3%B3%20m%E1%BB%9Bi%20ra%20%C4%91%E1%BB%9Di>.
- [3] <https://haitrieu.com/blogs/thoi-trang-ben-vung-la-gi/>.
- [4] <https://overco.vn/blogs/news/tai-che-trong-thoi-trang-kham-pha-xu-huong-thoi-trang-ben-vung-dang-d>.
- [5] <https://style-republik.com/zero-waste-fashion-tu-duy-thoi-trang/>.
- [6] <https://style-republik.com/sustainable-fashion-thoi-trang-ben-vung-lieu-co-la-giai-phap-cho-nganh-thoi-trang-the-gioi/>.
- [7] <https://findart.edu.vn/tim-hieu-ve-phuong-phap-nhuom-tu-nhien/>.
- [8] <https://internationalappareljournal.com/trend-report-spring-summer-2024-january-2023-issue/>.
- [9] <https://dienhoaxanh.com/hoa-calla-lily/>.