



浙大EDP

SCHOOL OF MANAGEMENT, ZHEJIANG UNIVERSITY

浙江大学管理学院时尚品牌 总裁研修班

掌握市场趋势，因应行业挑战与变革时代来临

专为时尚产业规划的专业课程

一、项目背景

时尚产业是我国重点扶持产业，在经过二十年快速蓬勃发展之后，近年遭遇前所未有的行业挑战。产品同质化太高造成企业无差异化在市场竞争；互联网与电子商务快速崛起，以创新的模式打破传统渠道经营规律；再加上年轻消费族群逐渐进入主流消费群，更个性化，更情感化的消费行为成为主流趋势，时尚产业需要面向未来十年的经营新观念。

市场更细分的趋势与移动商务模式让新的市场挑战者有了机会，也使得领导品牌必须改变迎接挑战。时尚产业需要深化专业，同时学习更新的观念来迎接行业的新时代。

浙江大学管理学院『时尚品牌总裁班』，为时尚产业经营团队开启一个改变现状，开创未来的学习机会。

二、主办单位

浙江大学管理学院是我国培养高层次管理人才的重要基地，综合实力稳居全国三甲，拥有浙江省唯一的EMBA及最早的MBA办学资质，是国内首家通过AMBA国际认证的学院，也是浙江大学年度连续5年“继续教育一等奖”唯一的获得单位，是中国EDP联盟发起单位暨中国EDP联盟主席单位，是具有持续发展潜力和国际影响力的管理学院。

三、课程规划特色

本课程参考英国 CHBM 的 ABSP 国际时尚品牌课程，结合浙江大学管理学院资源，针对中国市场的时尚产业现况与未来需求作修正规划，是针对时尚企业如何运用文创设计创意，创建品牌规划，转换经营型态，运用新的营销观念等，在快速变化的市场环境中取得竞争优势的策略经营课程。

本课程深入探讨时尚行业，为企业与经营团队解析出完整的时尚品牌经营结构；厘清品牌、产品创意设计，渠道，营销与销售等领域的关连，避免长久以来经营者与管理者在观念上的混淆不清所造成的决策障碍。



四、 授课师资

邀请完全由在行业内拥有实际丰富经验，同时具备深厚教学经验，国内外最优秀的专家们组成一流教师队伍。

五、 招生对象

时尚产业之企业董事长，总经理、副总经理与总监及以上高管。时尚领域相关商协会会长、副会长、秘书长、职业经理人。时尚产业专业从业人员，需要学

习其他专业领域知识与专长者，如营销，设计与管理之高层职能经理。

六、 学员收益

时尚产业经营者与高层主管在本课程学习新的概念与发展趋势，同时有系统的学习时尚产业相关专业，对于时尚企业经营管理有完整而全面的掌握，有助于带领团队或规划未来战略。

各专业领域的时尚产业从业经理人通过本课程的学习，全面认识产业各环节与新知，除了提升未来职场发展的能力之外，还有助于与各专业部门的沟通协作。

七、 学习安排

学制一年。阶段授课，每个月授课一次，每次 2 天，共上 10 次课；

授课地点：浙江大学+移动课程+游学地相结合

开课时间：2017 年 4 月

八、 考核发证

学员按教学计划完成学业，通过考核，将获得浙江大学颁发的“浙江大学时尚文化创意品牌总裁高级研修班”盖有学校钢印及校长签名的高级研修证书，学员将成为浙江大学终身校友，享受浙大校友待遇，可免费参加浙江大学举行的各种相关校友联谊活动。

九、 学习费用

培训费：48000 元/人。上述费用包括：学费、学校综合管理费、专家课酬及个税、教材资料费、证书费等。学员学习期间住宿费及赴外地考察交通费自理，学校可代为办理。

十、 课程设置

模块 1 尚品牌拼图与策略规划 认识时尚品牌战略市场 构成时尚品牌的几个拼图 消费者洞察与竞争策略 差异化的品牌核心策略 时尚：牌管理体系规划 基于生活场景的时尚品牌态度 消费者体验与接触点管理	模块 2 国际时尚生态与买手模式 艺术与商业的发布 不同种类的时尚奢侈品牌 经营时尚品牌的要点： 买手是什么？ 买手角色与责任 买手与流行趋势 一份完整的买手店商业计划书
模块 3 时尚电子商务品牌策划与运营 长尾品牌和微分定位 品牌的 DNA 价值传达 公关启动 市场切割和定位 渠道布局和品类对接 中国互联网品牌蕴含的巨大机会	模块 4 时尚品牌互联网数字营销 互联网所引发的营销革命 移动商务时代的数字营销创新 时尚品牌如何经营粉丝 微信营销规划与操作 线上分众社群营销 运用 B2C2C 的口碑营销 未来数字营销技术与趋势
模块 5 时尚色彩美学应用 色彩与审美 色彩分类的方法 色彩搭配的技巧与运用 色彩美学在各领域的运用 解析中国传统色彩	模块 6 终端视觉营销管理 视觉营销分析 视觉营销的组成要素 如何在企业品牌蕴展视觉营销 陈列的要素及思路 陈列的思路及步骤

<p>西方传统色彩赏析及运用 亚洲传统色彩赏析及运用 色彩美学在时尚创意产业中的运用</p>	<p>陈列演练 如何做好数据化陈列 视觉营销的内耗</p>
<p>模块 7 量化美学之商品风格设计与美学营销</p> <p>风格差异化如何实现？是否有可衡量的标准？ 色系的规划与消费者之间的嗜好是否有逻辑关系？ 服饰设计元素如何进行组合，并吻合品牌风格定位 流行元素的可变与品牌定位的不变之间的共融共生 场合维度管理与服饰搭配类别连带 基于顾客着装需求的量化美学营销</p>	
<p>模块 8 时尚品牌立体渠道战略与整合营销</p> <p>改变中的线上线下整合渠道 从商品到生活的转变 时尚品牌 O+O 的模式与趋势 品牌整合营销演变 品牌故事与讯息提炼 品牌传播营销新概念 互联网时代的品牌整合营销</p>	
<p>模块 9 超级时尚 IP</p> <p>新商业时代的超级时尚 IP 到底什么是时尚 IP 内容复兴-流向载体，自带势能 品牌人格-差异生长，生生不息 小众才是大众-打破传统，人格逆袭 打造超级时尚 IP 的顶层战略运作 超级时尚 IP 的生态模式</p>	
<p>模块 10 连锁品牌对接资本市场/新消费品品牌及趋势分析</p> <p>零售连锁行业的基础理解 零售业态变化 投资逻辑和连锁企业 投资人筛选项目的要素 估值方法和逻辑 投资谈判的主要条款 新三板资本市场整体介绍 上市前后的公司股权激励方案设计探讨</p>	

零售类上市可比公司分析
新消费品牌及品类趋势分析
模式研究和案例借鉴

十一、 拟请讲师简介

许焕章：品牌专家国际品牌策略规划与营销策划专家，具有近三十年国内外品牌规划与市场营销经验，所实际参与的项目几乎全业态包含：时尚，艺术，文化创意，教育，奢侈品，计算机信息，互联网，电子商务，五星级酒店，餐饮，服饰，生物科技，房地产，商业地产，快消与流通渠道等。

现任凯美瑞亚管理咨询公司，英国 CHBM 品牌管理公司亚太区执行总裁，高策地产服务机构特别顾问，ICMIC 认证国际管理咨询师，美国培训及发展协会 (ASTD)，美国营销协会(AMA)资深会员，心理咨询师。

擅长企业经营战略规划、品牌策略规划、营销策划、创意与设计管理、产品企划、连锁经营，文创地产策划。

翁怡诺：投融资专家英国 London City University, Cass Business School 金融投资管理硕士。大中华地区风险投资和私募投资领域 15 年丰富从业经验，是一位目光长远而注重实际行动的投资人。他所投资的多家公司已经成功在美国、香港地区以及国内 A 股资本市场上市，为基金创造了丰厚的资本回报。曾担任中国国际金融有限公司 (CICC) 直接投资部执行总经理，主要负责成长阶段和上市前企业的投资。曾是美国私募基金 MUSEvelt Asia Pacific Fund P. 的投资董事，负责中国地区的项目筛选和投资。

从 1998 年到 2002 年，他在中国最早的风险投资基金之一 Shanghai Venture

开始了自己的投资生涯。于 2012 年创建弘章消费创新基金，第一期基金已经投资项目包括，洗衣波第一品牌蓝月亮，山东最大的生鲜连锁品牌超市家家悦集团，安徽最大的五谷健康食品连锁品牌燕之坊等项目。翁怡诺老师主导或参与的投资项目包括，中国最大的金融租赁公司远东宏信，茶业连锁企业天福茗茶，保利协鑫，LDK 赛维，永新视博 STV 等上市公司。

田野：电子商务导师，上海达境电子商务有限公司创始人。从事品牌策划和视觉营销 15 年；与注于微分市场和长尾品牌的定位和打造；帮劣多家淘品牌进行品牌定位。擅长传统企业电商布局定位和营销策划。曾服务 SONY 茵曼、新农哥、百分之一阳光保险、美国康宁、百思买、汉斯格雅、乐家、霍尼韦尔等开为七乐康 dell 百年埠麦包包新太等做内训。

淘宝大学知名讲师，天猫原创评委。在香港中文大学和北京大学授课。深入研究过的店铺超过 300 家，跨越各类目。对电商的运营和品牌有着深刻的认知，开形成了自己独特的战略断法。编写出版《网店美工培训》《视觉不哭》等电商与业教材。

现运营 sony，康宁，立邦等大品牌的旗舰店。刷新康宁全球单日销售记录。为淘宝大码女装市场服务 6 个月让大盘从 8 个亿跃升到 22 个亿。

赫尔丹娜 Danna zhou：米兰时装周中国首席代表、蓝色时尚创始人，此间买手工作室创始人，中赫时尚买手班特约导师，达令移动电商商务总监，擅长公关 \ 媒体 \ 文化活动运作，2005~2008 年任职职 CCTV 艺术频道与经济频道，“阿莱城艺术教育中心”总经理。米兰时装周核心媒体《MOOD》杂志的大中国区出版人，原创并策划了“米兰时装周中国行”大型国际文化时尚交流活动。

张颖 Joan: 资深职业买手、讲师，服装设计出身，服装设计师出身，曾荣获真维斯杯服装设计大赛全国银奖，后赴加拿大学习，回国后正式转型为职业买手。在超过十年的职业买手生涯中，曾担任：Levi's 中国区买手、C.P.U 品牌集合店大中华区买手、SK 中国在线购物网站采购总监。在国内专业买手中脱颖而出的 Joann 一直在实战中累积经验，在课程中传授买手知识，为推动中国的买手产业不懈努力。

高子珺: 服装美学营销专家，曾就读法国里昂商学院国际品牌管理 MBA，AICI 国际形象顾问协会会员，AICI 国际形象顾问协会上海分会副主席，中国流行色协会色彩搭配师，日本 Color Top 认证色彩造型咨询师，师从日本陈列泰斗大桥雅子研修欧洲男装女装陈列展示，超过十年高端客户个人形象咨询及连锁零售行业的培训和咨询经验，多年时尚消费者行为研究背景。曾服务过包括韩国衣恋、例外、报喜鸟、天意、江南布衣、速写、维克多、劲霸、七匹狼等多家服饰企业，被各企业誉为可落地可复制的美学系统。其系统下的个人形象修养课程也是清华大学、北京大学、交通大学等全国各家知名大家企业家修养班的长期签约课程。同时也是中国移动、中国电力、中央电视台、北京电视台以及各大银行的签约美学修养课程。

杨大筠: 时尚投资专家，优他国际品牌投资管理有限公司—CEO，中国服装协会专家委员会委员，中国中小企业国际交流协会常务理事，清华大学美术学院客座教授，上海交通大学继续教育学院教授，优他国际时尚产业发展基金发起人。

国际著名时尚品牌投资人、畅销管理书作者，工商管理硕士，23 年时尚行业经营管理经验，对公司运营，战略管理，资本运作，零售管理，门店运营有着

丰富的实战经验。服务过上千家国际国内时尚企业，出版 26 本管理著作，参与过意大利、法国、英国近 200 家时尚企业的并购投资谈判，是中国时尚行业具有影响力的品牌资产投资和管理专家。2004 年获得诺贝尔经济学奖得主欧元之父罗伯特·蒙代尔先生颁发的“世界经理人成就奖·未来领袖奖”。

刘寅斌：数字营销专家，上海大学管理学院副教授，新浪微博传播顾问，新浪微博商学院首席讲师。

厉容言 Liza：生活美学专家，中国企业美学管理发起人，中国城市生态美学创立者，ACPI 亚洲色彩规划研究院色彩研究室规划总监，GAC 中国国际俱乐部联盟联席理事长，GAC 智美荟会所美学服务提供商创始人，励智色彩管理顾问(北京)有限公司 CEO，壹号国际俱乐部合伙人，北京大学企业转型互联网金融课题组主任，BCDS(中国)色彩中心高级规划师，BCDS(中国)色彩中心高级讲师，IBCDS 国际商用色彩设计学会委员，中国国家劳动部色彩设计师高级讲师，中国商业联合会职业配色设计师高级讲师 中国高级色彩规划师、国内美学管理应用实战专家。长期从事美学教育培训工作以及色彩营销与品牌色彩规划建设。

任教于北京建筑设计院（建筑），中央美术学院（设计），清华美院（设计），四川美术学院（设计），北京服装学院（服装），沈阳师范学院（服装），莱弗士学院（服装），沈阳工艺（设计），天津服装设计学院（服装）等。

杨家骅：视觉营销专家，现任 VIZGROUP 合夥人与首席培训顾问，曾任佐丹奴业务经理&培训师，优捷思业务总监，Promod 品牌经理，马克华菲品牌市场部顾问。拥有超过 19 年在零售管理、店铺形象及陈列和企业培训领域的从业经验。擅长品牌终端营运及形象管理，终端销售技能培训，终端及零售管理干部养成，

终端培训课程设计与培训师养成，陈列技能/列师养成。

十二、 联系我们

浙江大学管理学院高级管理培训中心（EDP）

电话：0571-88276231

地址：杭州市天目山路 148 号浙江大学西溪校区西一教学楼 3 楼