

服装设计专业发展规划建议

实情篇

1. 国内高职发展现状：自 1999 年开始，国家开始推行高校扩招计划。在大学生不断增长的同时，高校数量也骤然飞增。随着我国大力支持提高国民受教育文化程度的同时，国内大学生就业的问题却越显突出。我国正处于经济高速增长的发展阶段，正需要大批的高素质技术人才。但是大学生就业难问题却是年年得不到解决。据有关报道，其实企业缺的不是大学生，而是人才。有句古语说得好：“子不教，父之过。教不严，师之过。”造成大学生就业难的国家问题不仅是学生本人的原因，作为教书育人之圣殿的诸多高校也难脱干系。

近年来大学生就业状况：2009 年 5 月 26 日中新社北京二月二十三日电(记者闫晓虹)权威统计显示，2008 年全国高校毕业生 532 万人，全国平均就业率为 70%。2009 年中国高校毕业生人数又将再创新高——达到 610 万人，还有 100 多万历年没有就业的大学生，加之金融危机导致部分企业发展失利，求职人数的激增、经济增长的放缓，使得今年中国应届毕业生在就业问题上面临着不同以往的难题。

中国社会调查所最近在上海、北京、深圳、石家庄、郑州、成都、沈阳、武汉、厦门、哈尔滨、西安等地抽取一千位应届大学生进行调查显示，到目前 5 月份为止 09 年大学生就业率整体为 35.6%，之前社会保障部发布消息力争 09 年大学生就业率达到七成，但是距离目标完成尚有一段距离。

调查样本显示，已就业者总体满意度为近三成八，有三成五的人认为工作一般，仅有约二成七的人表示对工作满意。对现有工作不满意的原因主要集中在工作性质及内容、薪金待遇、人际关系三方面。反映出所学与所用之间，学校专业设置与社会需求之间的矛盾，对人际关系的不满意反映学生初入职场时对社会的不适应，人际交往能力欠缺。

此外，约七成一受访者认为当前就业形势严峻不好找工作。对于“对未来的就业前景是否存在焦虑情绪”的提问，有五成六的受访者表示非常焦虑。

样本显示，最理想职业中，二成八的大学生选择国家机关，之后是国有企业、科研单位、学校这些较稳定的企事业单位；还有为数不少的大学生放弃继续求职碰壁，选择职业技能再培训。选择民营私企、自主创业的学生最少。

经过三年大学准备，到了求职的大四了。根据麦可思调查，现在毕业时的大学生就业率只有 55.8%，而毕业半年后的就业率达到了 87.5%。有这么大的就业率差距，就说明大学毕业生缺乏对就业市场的认识，所以在求职中不断地碰钉子，才逐渐了解到大学生就业市场的真实信息，认识提高得快的同学就实现了毕业即就业，认识得慢的同学在毕业后才逐渐实现了就业或无法就业。没有信息就仿佛没头的苍蝇，在求职中的成功率低，要么找不到工作，要么找不到好工作把自己贱卖了。

2. 我院建校历史较短，2007 年才整合为一个统一的校区。至今为止，学院的规模仍然在继续扩大。但是从生源质量这一角度来看，新校区第一届学生的入校分数文科最低在 408 分左右，08 届文科最低分数也在 410 分。但是 09 届的最低分数竟将至 300 多分，今年 10 届的入学分数甚至降到了 260 多分。我院的学生人数是增长了，但是在教学管理方面是否及时跟进了呢？一味的追求量的积累是否真的会促成质的飞跃？我想未必吧！学校的根本在于教学质量，其载

体是学生，教学质量的检验标准是对口就业率。近年来很多人提出先就业，后择业的观点，这样最直接的结果是增加了就业率，但是降低了毕业生的就业满意度。以至于很多毕业生在就业后抱着不安分的心理工作，时时跳槽，给社会和个人都带来了不良的影响。

如果一味的降低生源质量来满足学校规模发展的需要，很容易造成一种“招生难←扩招→就业难”这样的恶性循环。因此，我认为学校的发展在于“精益求精、走活路、不走死路。”严把招生关，用心尽力去培养一批高素质人才，以专业辅导员为桥梁，积极营造一条毕业生与学校的亲密关系，让成功的毕业生协助母校的发展壮大。以来可以提高学院的声誉，二来也有利于毕业生对口就业率的提高。此外，还会带来更多的无形效益。

专业畅想篇

针对我系服装设计专业的设置，可以说是学院的一笔巨大的投资，从师资力量的配备到教学设施的置办，都需要从头做起。因此我专业才会成为院级重点专业。但是从客观的角度分析：我专业的发展还处以初级探索阶段。07届服装设计毕业生的就业率为100%，但是对口就业率不到一半，大部分同学在做缝纫工和跟单，甚至部分同学已经改行了，只有个别同学在做服装设计师助理的工作。毫不保留的说，我们在专业教学上存在着很大的不足，毕业生的专业性已经失效。但是这并不可怕，我们还处在初步的发展阶段，亡羊补牢，尚不为迟。关键一点就是要做到实事求是，不要过于盲目乐观。作为一位领导人，必须要具有长远的战略发展眼光。相信我们的领导能够带领广大师生迈向辉煌的未来。

以专业的发展带动系部的辉煌，

创造新型校企模式！

整体规划：

依托我服装设计专业的实力，打造我院自主服饰品牌。

以我系部名誉组建服装设计工作室，由专业老师负责指导和策划，放手让学生发展服装设计的市场实际操作。以学院为依托，从销售终端市场入手，采取“虚体运作”模式。争取在三年内把校企品牌打入市场，并占有一定比例的市场份额。

产品开发的目標市场定位及产品品项：
我们初级阶段主要开发设计18—25岁之间的男女时装，主要以春秋服装为主。其他定制服装的开发为辅。

虚体运作的步骤

大部分的创业过程是：积累经验与资金，然后购买生产设备，招聘员工，后期资金投入，生产，销售。能否盈利还是个未知数。未战，而资金殆尽。万一粮草不足，就功亏于近了。这就是“实体运作”。而“虚体运作”的根本就是“借鸡生蛋”，自己负责联络各种社会资源，进行合理整合和全面配置，充分发挥外界资源优势，降低自己的投资成本。最关键的就是要让合作的各方之间彼此互信。

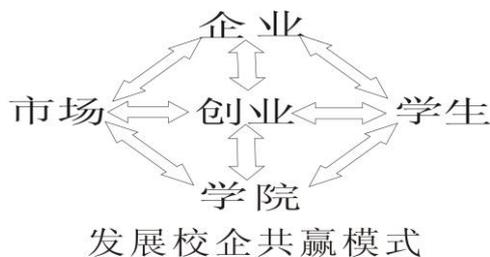


校企品牌运作模式方案

校企品牌创建的因素分析：

一. 优势：

1. 依托专业优势可以聚众之力打造一个校企服饰品牌
2. 安庆地区具有服装加工的基础，大小裁缝店零散分布，总数可观。这是一种潜在的社会资源，每家裁缝店的设备和规模不等，虽然个体裁缝店的实力很单薄，但是如果能够寻找到一种合适的管理方法，集中整合这些分散的资源，就可以达到一种资源优化配置的效果和目的。据统计，安庆全市服装厂达到 170 多个，包括辅料加工厂。如果能够寻找到愿意与校方合作的，那么“虚体运作”的设想就更加平稳地走上正轨。



3. 在人员组建方面，我们有信心打造一个团结友爱的团队。在学校中，人与人之间没有根本的利益冲突，可以产生真诚的友谊。人与人之间也更容易达到和谐相处。在专业上，大家有一个共同的发展平台，团队的力量可以得到充分发挥。

4. 可以快速构建一个创业关系网。现在的社会讲求的是“共赢”。如果有利可图，别人是不会介意跟我们合作的。（此项需进行全面的市场调查）

二. 劣势

1. 创业资金不足，只能从小做起，稳步发展。
2. 行业内的市场现状不是十分了解，市场经验不足。
3. 专业技术力量薄弱。（有专业课老师指导，凭我们自己的努力，掌握关键技术）
4. 本地区面辅料市场发展不充分，没有形成完整的产业链。（我们会积极开拓市场渠道）
5. 安庆市对外交通不便。
6. 经营、管理等各方面的经验不足。

实施步骤：

一. 市场调研

1. 安庆地区服装裁缝店和加工厂的分布及生产能力的调查。---加工方面
2. 安庆市服装销售市场行情调查（除品牌店，加盟店和专卖店），主要进行进货渠道和销售渠道的调查及效益统计。---销售市场方面
3. 面辅料市场调查（省内外），目标是寻求适合小批量批发的合作伙伴，我们将采取就近原则进行采购。---面辅料市场
4. 产品目标市场调查，了解消费者需求。---产品销售市场
(初步估计一下市场调查的成本)

二. 成本核算

在市场调研的基础上，进行全面的详细的分析，然后对细节部分进行价格核算。核算的主要内容分包括：前期的软硬件设施投资成本、面辅料等原材料消耗成本、加工成本、综合成本，销售利润，净利润等。

三. 组建工作室

基本内容为：1. 基础部门设置及分工：部门设置如图所示。具体分工与职责见企划书。

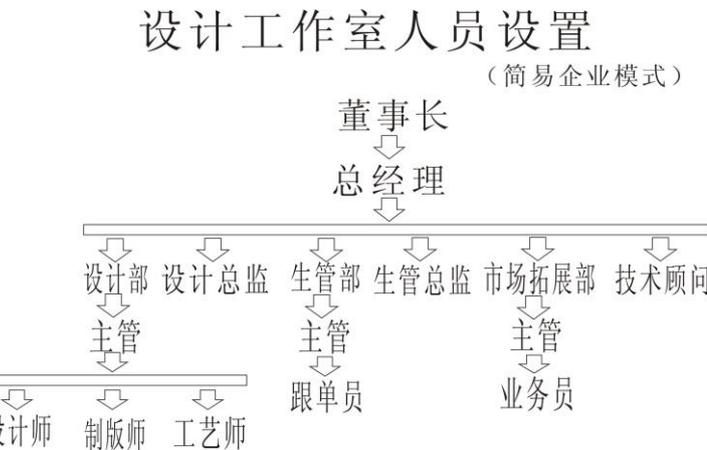
2. 设计室理论体系建设：包括学习资料的整理和用于开发设计的必备理论体系搜集和整理。

3. 部门人员职务及职能

4. 基础人员的专业知识培训：

各部门人员专业知识的快速提升。

设计部的基本要求是：在半年时间内，设计人员要掌握设计的研发流程：市场调查及分析→款式设计→结构设计→工艺设计→制作小样工艺单→试制样衣及试穿



→复核、修改、确认大货工艺单→移交于生管部并提供样衣和基本资料。

生管部的基本要求是：确认大货工艺单（服装大货的工艺及细节标准），准备面辅料，联系加工户，认真做好跟单工作。

市场拓展部的职责是：在设计部制作完样衣以后，及时整理订单图片和资料，联系市场店铺接受订单，整理齐备后移交于生管部。在产品生产出来以后，按订单发货。并做好售后服务和市场销售信息反馈工作。

★以上各部门的要求都有学习安排，必须在半年内完成，在期末前进行考核。没有达到考核标准的人员，自动免职。

四. 产品开发

在2010年下半年积极准备2011年春夏季产品发布工作。

五. 市场开发

由市场拓展部在半年内建立业内销售关系网，争取做到在市内每条主要街道人流量比较大的地区建立自己的“友谊链接店”（愿意与我们合作，帮助我们代售服装，从销售额中提成）。在学院内广泛宣传，首先赢得内部市场。

六. 订单委托加工

在服装店铺老板订货开单后，由市场部整理资料移交于生管部。再由生管部负责加工生产工作。订单主要是由裁缝加工或小工厂加工，生管部主要负责进度催促及质量监督工作。

七. 终端销售及销售信息反馈

订货由市场拓展部发货后，要做好与店家的亲密沟通和客服工作，收集销售信息并及时反馈。