
-TIN DISEASE-
“锡疫”

Magazine

CONTENT

01/ 对标品牌调研

02/ 目标人群研究

消费者画像、消费驱动因素

03/ 品牌构思

对品牌理念、目标客户、品牌主元素、色系、穿搭建议、设计亮点以及营销方式等进行构建

04/ 对标品牌分析

通过对线上线下对标品牌的分析，明确品牌差异性，完善构思品牌的建设。

01/ 对标品牌调研



暗黑/哥特
Diablo/Gothic

顶级先锋工匠
Top Pioniere Handwerker

死亡与命运/维多利亚余韵
Tod und Schicksal/Victoria

创新性/实验性
Innovativ/experimentell



—Elena Dawson—

落寞贵族的诗意，充满浪漫气息的暗黑系

Von 2006

设计师通过历史和仪式的元素诉说了新的故事，新的展现她的奇思妙思和独特幻境的故事：

那是鬼魂般的质感：融合了创作者的灵魂和梦境。

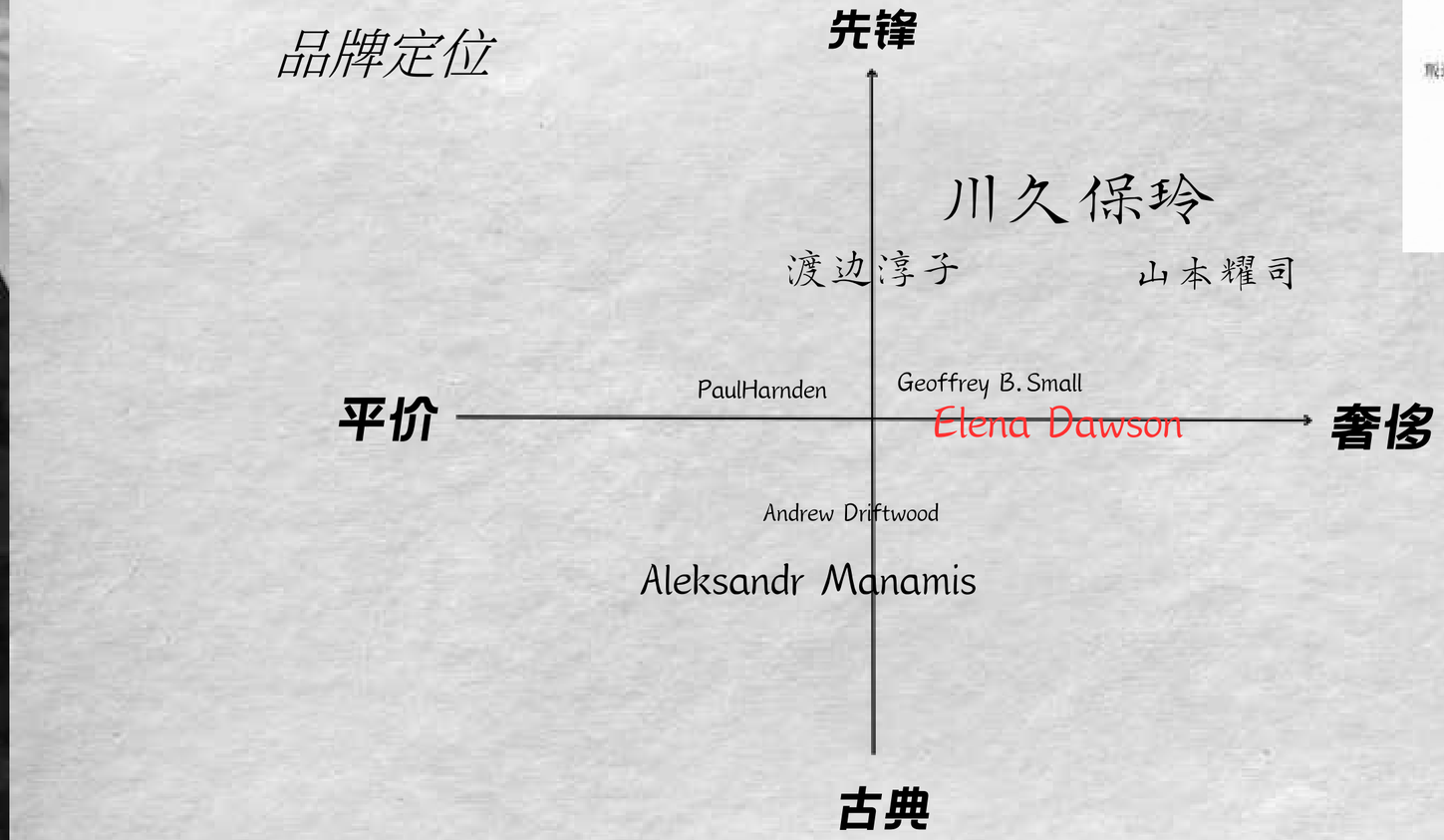
身着Elena Dason的是一个该死的诗人，一个感情哲学家，

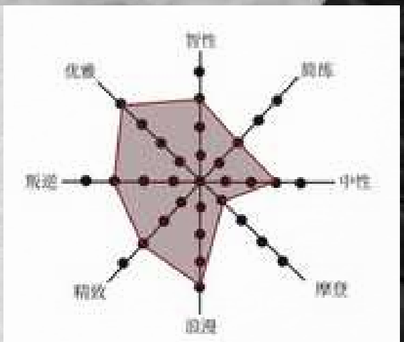
一个海盗和一个无所畏惧的赌徒





品牌定位


先锋
川久保玲
渡边淳子
山本耀司
PaulHarnden
Geoffrey B. Small
Elena Dawson
平价
奢侈
Andrew Driftwood
Aleksandr Manamis
古典


智性
简练
中性
摩登
浪漫
精致
叛逆
优雅

Elena Dawson 出生于英国，2000年在伦敦学完艺术与时装设计的
Elana Dawson 进入 Paul Harnden 的工作室，在那里，她把关于时装的所有构想都加入了
维多利亚时代美学的概念，整日游离在黑与白，布料与褶皱之间。



和Paul harnden一样，dawson也被过去的事情所吸引。她一直对服装及其结构、历史背景和美
学形式着迷，小时候，她主要对伊丽莎白时代的绘画感兴趣。
她喜欢用黑色垃圾袋做衣服来反映那个时期 这与她现在的构建方式并没有太大不同。



暗黑/哥特

Diablo/Gothic

“我对服装、仪式和死亡之间的关系很感兴趣，”

她说。

“在某些方面，通过服装，我也在处理我与死亡的关系。”

Elena dawson的祖母对她影响极大，她的祖母是一名裁缝，逝世后为其留下了旧图案书和花边，Elena Dawson仍然穿着祖母制作的黑色棉质府绸连衣裙，还保留着祖母的维多利亚式脚踏缝纫机。她总是对那些机械装置、秘密抽屉和头上的金色埃及卷轴着迷，认为这是某种时间机器，这就是为什么Elena dawson仍然对维多利亚时代的工业设计和缝纫着迷的原因。

也许正是这种幽灵般的存在影响了道森的作品，反映了她对死亡的迷恋。



2006年，她决定把她的设计灵感重新命名为 Elana Dawson，
于是一个独立服装和鞋履品牌就成立了。

维多利亚时期的破碎感 - -易碎的集合体

采用英国的羊毛、皮革和角质的纽扣，爱尔兰麻，法国的丝绸和蕾丝，来自中国或印度的东方丝绸和棉织物等。







Elena Dawson的面料提供商英国也都是英国本土的

所有丝毛麻棉都带着第一次工业化浪潮的粗粝感

上浆的里衬对这个品牌产品的古典非必要廓形其实起到一个很好的支撑









“未完成”的意志

服装上未完成的接缝、未修剪的布边、褶皱而料和垂悬着的布条

我们自小被如此教育：衣冠要齐整。做事更力求完美。我们总台小心買買券去衣服工的找头。鐘补，這蘊破損位置或直锁合弃。

~~*穿費者可以自由地用自己的生活经历来改变这整已完度的“事成品”，随着生酒連程不断是观新的找本。*~~

天然的面料和看似粗糙的缝制处理，衣服的柔弱和无防御性表露无遗。

未完成的缝线和绑带的设计允许穿着者结合自身生活经历和故事，赋予衣物一份贴合和参与后的完成感。

小巧的印花，手工缝线和刺绣，以及由层叠的棉、硬纱甚至皮革组成的装饰性花朵，都是如今在工业化的成衣制作中很难找到的东西。

粗糙又精致 原始却浪漫

戏剧性的细节装饰，使它们既有诗意又有微妙的性感

小巧的印花、手工缝线和刺绣，连同那层层叠叠、由棉质、硬纱乃至皮革精心构筑而成的装饰性花朵 - 这些元素，在当今工业化批量生产的成衣中已愈发难觅其踪。它们仿佛是时间与匠心共同孕育的艺术结品，承载着一份对传统工艺深切而隽永的怀念







她拥有她标志性的设计风格：粗糙又精致，原始却浪漫。〰服装看似简单又拘谨，但杂糅着的戏剧性的细节装饰，使它们既有诗意又有微妙的性感。工匠服装往往体现个人的故事性，给予穿着者最大的空间去诠释自我的独特价值。抛开古典的手法和材料，她的设计又充满先锋内核。



独特的剪裁和廓形

【廓形Profile】
Elena Dawson的衣服从里而外透着维多利亚时期的破碎感。
那些没有经过后处理的毛边， 裸露的米白色纯棉内衬，加之传统西方服饰中由省线构建出来的轮廓和半解构式的裁片比例，通过历史和仪式的元素诉说了新的故事，新的展现她的奇思妙想和独特幻境的故事。
这样的廓形和半解构式的裁片比例象征着一种生活态度和个性表达，强化了服装作为文化载体的角色。

【实验性设计】

大胆的剪裁，独特的轮廓和非传统的配色，打破传统的服装结构，运用不对称设计，异材质拼接等方式，试图在视觉上带来独特的冲击感。

















LOOK

MARSHALL WEBER HANS DER GROSSE

Bra att ett test är mycket. Tyvärr. Hans' verder undersöker.

eth0s

产品特点

Product features



暗黑/哥特

Diablo/Gothic



古典/浪漫

Klassisch/Romantisch



解构

Dekonstruktion









Elena Dawson 中维多利亚时期元素体现













材质

维多利亚时期服装&Elena Dawson主要由天然纤维制成，如棉布、亚麻或丝绸，门襟处喜欢运用丝绒材质。

装饰性细节设计

如褶皱、褶饰、蕾丝或刺绣，这些装饰会在领口、袖口或衣摆处出现，褶皱的设计几乎遍布全身，但是又不会显得多余，服装还采用了珠片金银线等贵重材料进行装饰，符合维多利亚时期衣着。

版型细节

Elena Dawson喜欢用高领或圆领，以及长袖，连衣长裙，







核心设计要素分析

工艺精致，气质，古典，繁复，宫廷，层次感强







维多利亚时期服装

Elena Dawson产品



Elena Dawson 如何呈现对死亡与逝去的思考

【风格细节】

剪裁和装饰：夸张的裙摆、不对称的设计和重叠的层次。在视觉上创造出一种沉重和压抑的感觉，与死亡的主题相呼应。

主体版型：既有柔软的线条，也有硬朗的边缘。



【廓形结构】

Dawson的服装常常具有未完成的接缝、毛边和垂悬的布条。这些元素不仅是对传统服装结构的挑战，也象征着生命的未完成和断裂。这种故意留下的不完整性和瑕疵，暗示了生命的脆弱和短暂，以及不可避免的终结 死亡。



商业模式

Geschäftsmodell

无线上店铺，接受定制　　线下少量供货给买手店

名人搭配

一些名人会购买其单品用于搭配或日常穿着，从而在线上推广传播





品牌的市场定位也体现在其与高级时尚界的联系上。

例如，Elena Dawson的服装曾在Comme des Garcons纽约切尔西画廊区的总店展出，显示出其在时尚界的独特地位和影响力。

Elena Dawson的设计风格和材料选择，以及其在时尚界的地位，共同构成了其独特的市场定位。









线下买手店eth0s调研实拍

eth0s 是一家隐匿于上海嘉善路地下防空洞的工匠买手店。 开在underground也侧面说明了它的调性：不主流、不主动推销、不让路人随便进。

“eth0s” 在希腊语中是 “氛围” 的意思，它另一个意思是 “民族尊严”，这个名字也是 ALEXANDER MOH 为 eth0s 取的。提到为什么决定用这个名字，主理人说因为想把每个品牌自己的氛围在空间中展示出来，与此同时，想把来自不同国家的设计师所代表的各自不同文化组合起来。

第一期的eth0s pro-Files,采访的人物是Alexander Moh,莫仁傑先生。很多品牌的设计师都会提出要求，Alex设计的店我们就愿意合作，比如eth0s...

线下买手店eth0s调研实拍

出于对每一个代理品牌的尊重，陈列又分成了不同的区域展示不同气质的品牌，还原品牌自身的独立调性。





eth0s 还使用了图书馆的形式去做所有的陈列架，每一个架子都可以通过手摇去移动，每次有活动的时候会把空间全部打开给客人，空间使用上非常的灵活。

eth0s 会在店内不定期与他们合作举行活动。eth0s 想介绍给大家的品牌从剪裁、辅料、材料、细节以至品牌理念都很讲究。

聊到创店的初衷，Falcon 说：“我希望令更多人知道 eth0s 这个空间里所蕴含的内容，如果你想拥有独特品质的衣服，可以不用去商场，这边可以给你不同的体验。我们会用最 real 的态度去告诉大家世界上最小众、最特别的服装是怎么来的。欢迎来 eth0s。”

eth0s四大类别

Y2K·女性力量·未来主义



Bluemarine、Mugler等Top级Y2K品牌可以提供给富二代辣妹

德系/日系暗黑先锋饰品



Rigards、Werkstatt Munchen、Detaj等各国最顶尖的手工银饰让时间感拉满，性冷淡先锋工业风

日潮品牌



Visvim、、Undercover、Mastermind Japan等日潮天花板提供给忧郁的富二代





Elena Dawson

Marc Le Bihan、Elena Dawson、Geoffrey B Small等工匠品牌是纯纯的暗黑手工味儿

暗黑先锋工匠



Marc Le Bihan





Geoffrey B Small

线下买手店eth0s调研实拍 货杆色系







浓烈的先锋感

诞生色工匠风味

丝毛麻棉

暗黑哥特

复古木质调大地色系

皮革、角质扣

绀蓝色复古经典感

品牌核心人群分析

Elena Dawson属于强调手工艺和面料选择的“工匠”类别。这类品牌通常吸引那些对时尚行业有深刻理解、追求独特性和艺术性的消费者，对品牌的独特设计和低调高品质风格有强烈的认同，愿意为高质产品和艺术化的设计支付溢价。

暗黑先锋工匠

落寞贵族的诗意，充满浪漫气息的暗黑系

隐形消费人群

美术指导，服装设计师，摄影师，手工艺爱好者，哥特爱好者。

20-32岁

男女平均



创新精神

喜欢探索新事物，对于创新和实验充满热情，愿意尝试不同的方法和技术。



独立思考

他们倾向于独立思考，不盲目跟随潮流，有自己独到的见解和审美。



手工艺热爱

这类人往往对手工艺和技术细节有深厚的兴趣，他们欣赏手工制作的独特性和工艺品的艺术价值。



消费能力

喜欢先锋工匠品牌的消费者通常具有较高的消费能力，他们愿意为高品质、独特设计和品牌价值支付相应的价格。

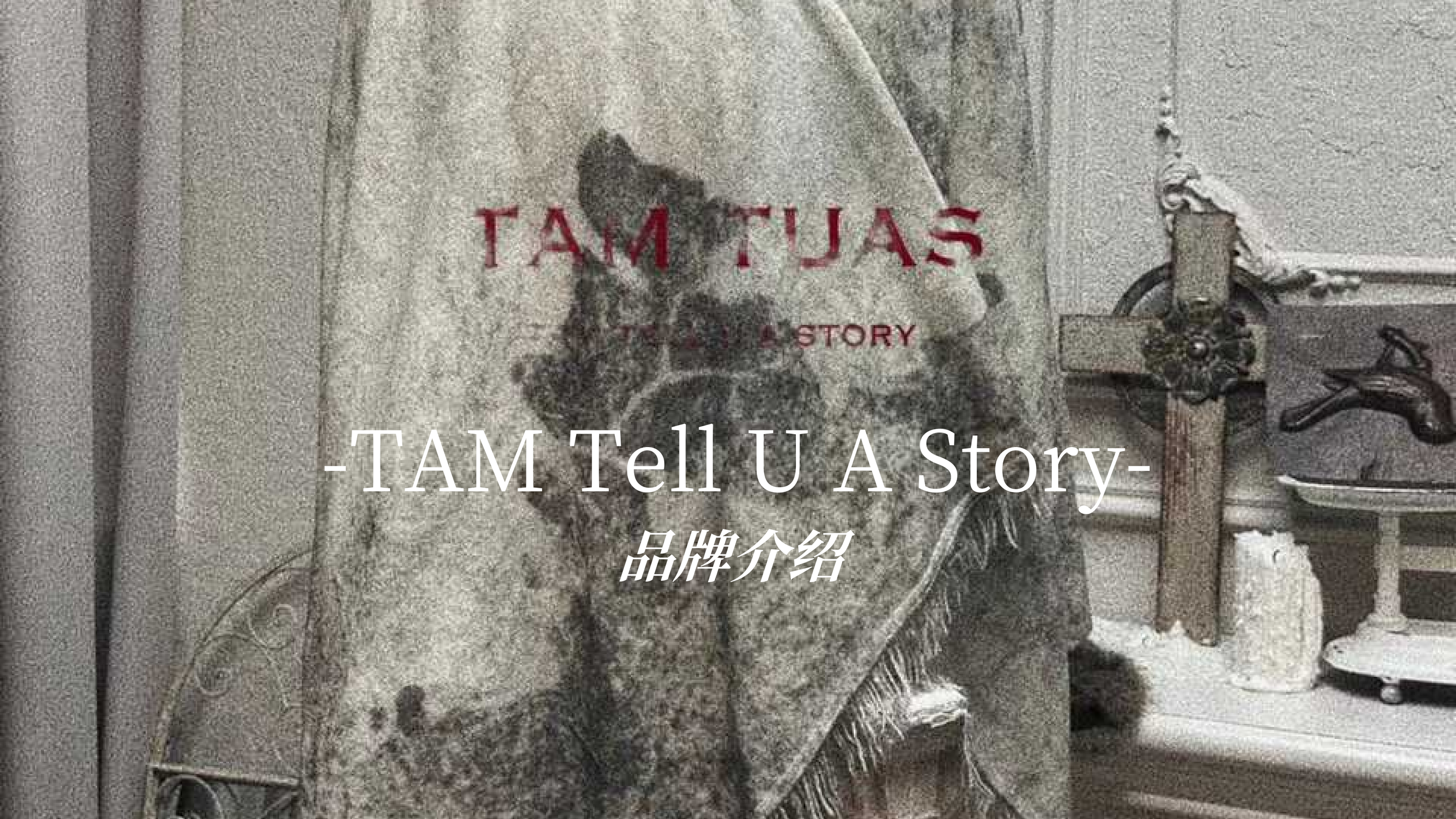

末日宫廷美学
Doomsday court
aesthetics
From China.2020

| 品牌理念 |

随故事而衍生，随基调而杂糅
Derived from the story, mixed with the tone

昔日旧梦的颂唱者
A singer of old dreams.

手工艺/新材料
handcraft/new materials
推崇用服装作为传播文化与思想的媒介
Promote the use of clothing as a medium to spread culture and ideas
每季度以全新视角描绘历史，注重单品的故事性、概念化表达
A new perspective on history



-TAM Tell U A Story-

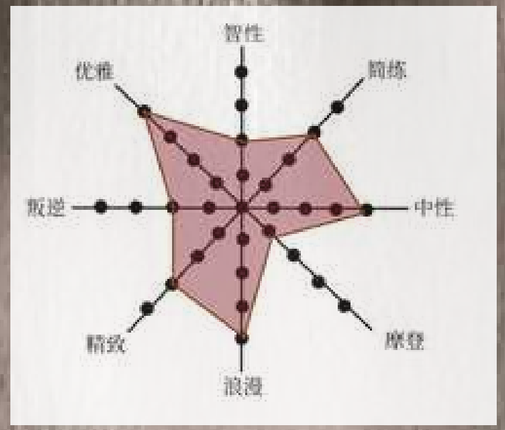
品牌介绍

昔日旧梦的颂唱者

TAM TUAS成立于2020年，是一家来自深圳的本土设计师品牌 。
品牌的全称是“TAM TELL U A STORY”，强调服装与思维的关系，
致力于实验性面料和服装的研发 。

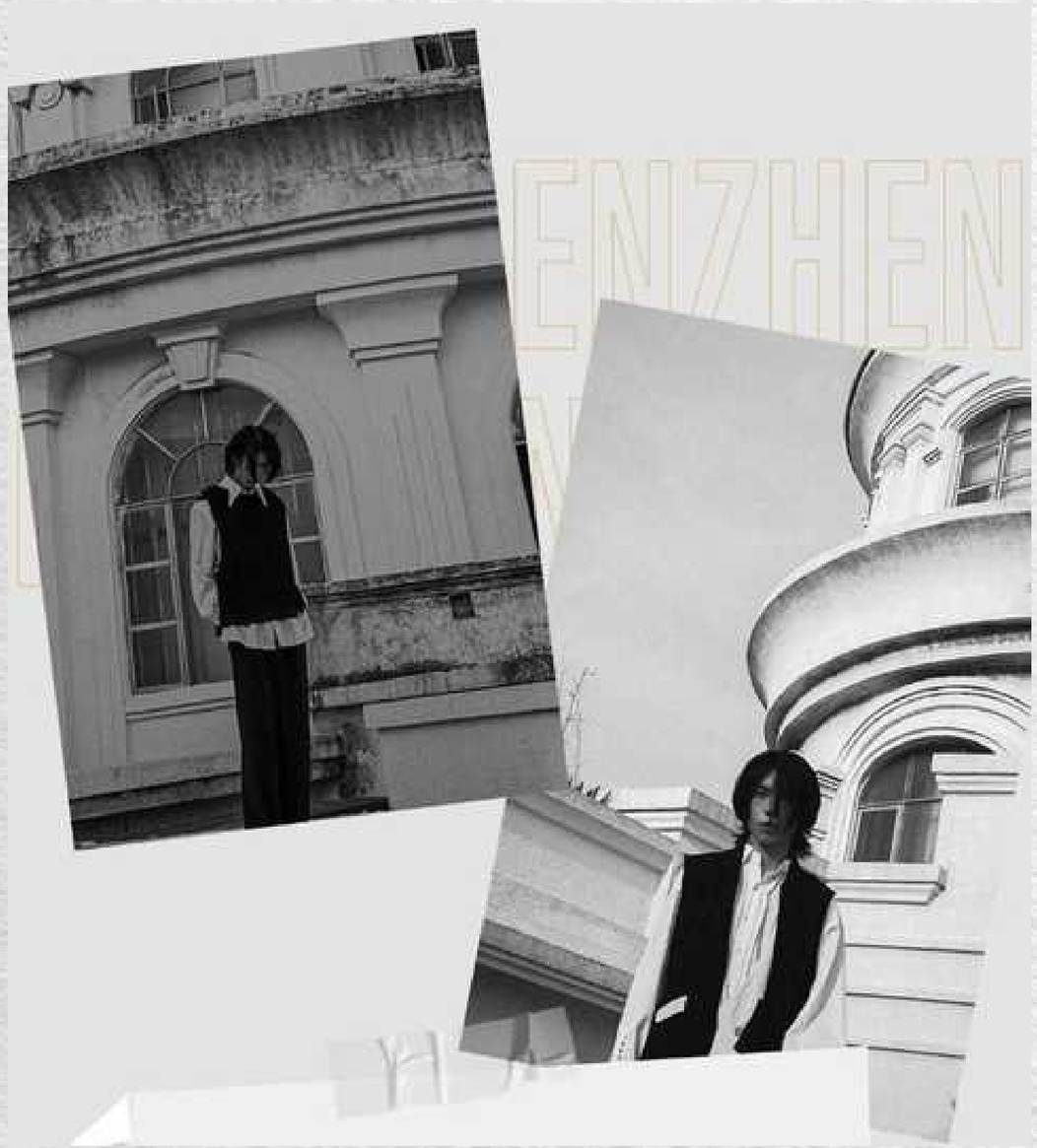
末日宫廷美学：
TAM TUAS以末日宫廷美学为主要设计语言，灵感来源于中世纪西欧的宫廷服饰 。
品牌在设计中融合了西方的宫廷元素和东方的中式审美，创造出独特的风格 。

—价格定位—
200—2500不等
大衣连衣裙1500—2500
上衣100—2000
裤子半身裙300—1000



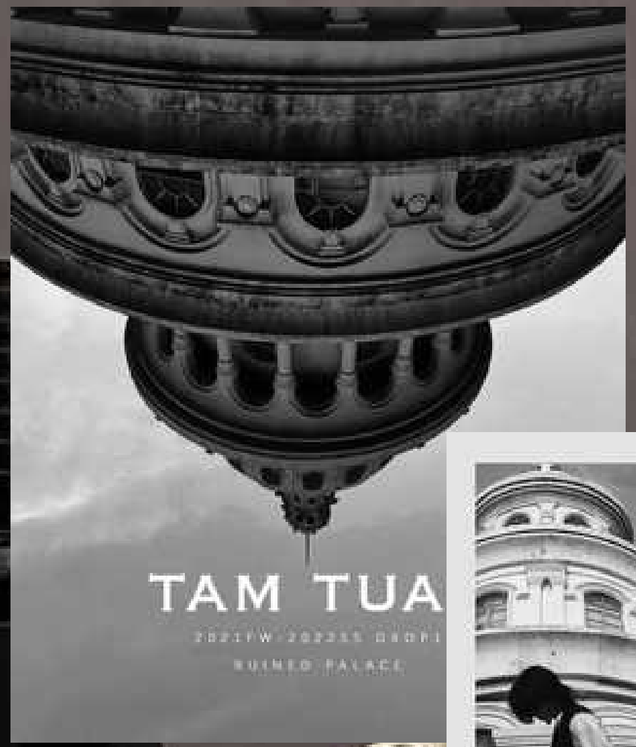
品牌定位


先锋
川久保玲
渡边淳子
山本耀司
Tam Tuas
PaulHarnden
Geoffrey B. Small
平价
奢侈
Elena Dawson
Andrew Driftwood
Aleksandr Manamis
古典



创始人的故事 TAM tell U A Storry

自小热爱艺术的创始人TAM，于2020成立品牌全称谭 图阿 斯，TAM Tell UA Story。他将对美的追求和热爱，通过服装设 计这一传播媒介，以独特视角对末日宫廷美学和历史事件进行解 读，建立中式哥特男装美学概念。







创始人在小时候，因父亲赴英工作拍下的古老建筑照片，从而被古老的哥特色建筑所吸引，这也成为了品牌独特风格的源头。

品牌以中世纪西欧宫廷服饰为灵感结合创始人与生俱来的中式审美，形成独立且完整的世界观。

品牌特点-品牌差异化分析



TAM TUAS的设计语言偏向末日宫廷美学，同类设计主题的品牌有宫下贵裕的TheSoloist和台湾的Professor.E。





相较于这些品牌，TAMTUAS以更加东方的中式审美角度去诠释服装在风格和实用性中的平衡。

这种审美风格在服装设计中深入体现，从服装的剪裁到细节的处理都充满了东方美学的元素。

TAM TUAS　面料

TAMTUAS常用网纱、提花、蕾丝、编织等鲜少在男装中出现的面料，

以洗水、染色等工艺来呈现破碎感的做旧美学。













Vigil blazer浮雕拼接，黑色织物在重度水洗下呈现

落色质感，拼接乱纹麻织物，装饰棕色明线，

与里布的印花面料。

Acanthus真丝花卉西装经特殊处理呈现老旧感与莨笯纹

诠释出破碎的巴洛克美感；Teddy羊毛大衣材质

来自意大利。

Rainstorm脏染针织衫，让衣服有了故事性和年代感，

就像一件Vintage随穿着在不同部位留下独特印记。

整体呈现在设计上选用了较多的垂坠感面料，

比如丝制和羊毛等，

同时配合染色和做旧的工艺，以及部分毛边的处理。

车功部分非常有品质感。

大量的复古印花设计使得复古宫廷色彩更加浓郁。

很多面料来自于国外私人工作室合作，

可能生产完一批后就不会再生产。



版型

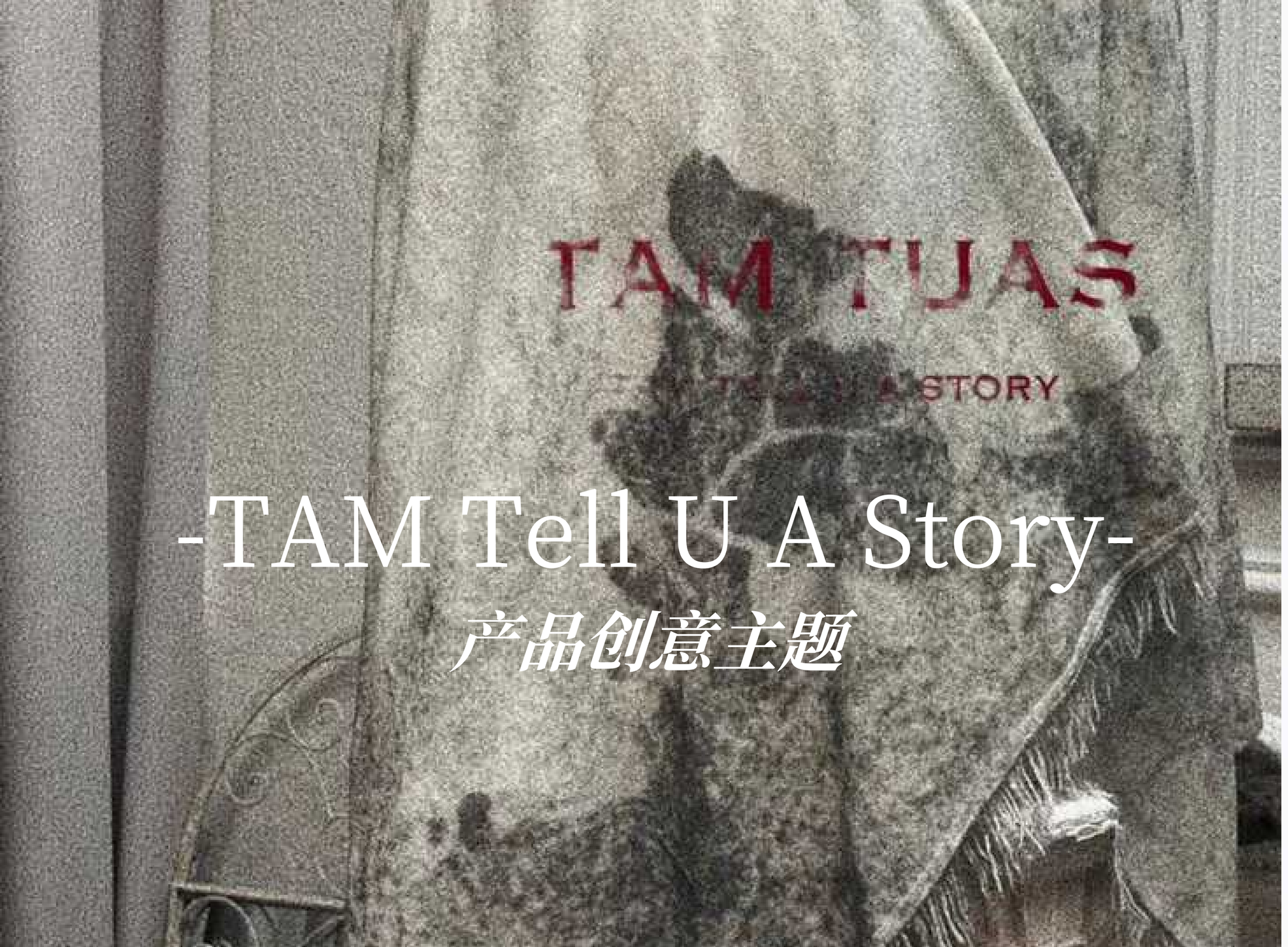
不过于宽松的版型以及面料和款式细节的配合，呈现出衰败的忧郁气质。





配色

配色上剔除了所有高饱和的选择，在黑白灰和大地色上来回调和，充斥着浓郁的木质调气息做旧的工艺和面料细节也让整体款式实穿的同时，也不乏设计感。



-TAM Tell U A Story-

产品创意主题

系列 · 《幕下骑士》

系列 · 《夜幕的挽歌》

系列 · 《流浪者之歌》

系列 · 《众神的气息》

系列 · 《废墟宫殿》

系列 · 《光之教堂》

TAM TUAS （2022A/W）

<众神的气息 · Le souffle des Dieux>





2022AW深圳秀场可以比喻为品牌的前半生，它将通过新一季作品「众神的气息」以及过往的经典作品，一一呈现。

本季单品采用大量网纱、提花、蕾丝、编织等鲜少在男装中出现 的面料，以洗水、染色等工艺，呈现对神逝去后，满地残破的做旧感 美学。

商业特征

品牌定位

TAM TUAS的产品线体现了高端市场的定位，使用上乘的天然面料和雕塑感的工艺美学，
提供实穿且优雅的设计 。
车功部分非常有品质感，毛衣织片衔缝处无起扭，以及细节部分非常注意。
品牌将自己定位为艺术与文化的传播者，通过服装设计表达深层次的情感和文化内涵 。

品牌体验

每一份收到手的服装都包装精美，从定制款飞机盒到包装整体质感
都让消费者感到身心愉悦。







主题性系列:

品牌每季度都会以独特的视角对一段历史或事件进行描绘,

注重单品的故事性和概念化表达 。

TAM TUAS《伊索尔的旧梦》深冬系列

崔斯坦与伊索尔的悲剧已成为传奇

在那遥远的过去

他们的爱 如同秋日的落叶

在风中散落 化作永恒的旧梦

TAM TUAS——*Story Chapter VI（2023）*

「Élégie pour la nuit · 夜幕的挽歌」



美拉德穿搭给2023秋冬带来了情绪上的新鲜感。美拉德反应来自食物，即非酶棕色化反应，食物焦化的过程，如煎牛排由生到熟肉质颜色的变化，几成熟度而呈现的不同焦棕色。

TAM TUAS 2023秋冬主题《夜幕的挽歌》围绕上季度《流浪者之歌》主人公所定居的帕洛达斯小镇为故事背景，以镇中阴冷的雨季展开款式的灵感采样，以建筑、沼泽、湖水和各类植物受到雨水覆盖后的模样作为色彩基调，在不同的面料织物上呈现，并对哥特式建筑做了新的延伸与解读。

产品穿搭

复古印花烧花西装外套

内搭连衣裙

饰品：立体花卉丝带系脖









夹克：ERD

内搭：TAM TUAS

裤子 ： TANM TUAS

鞋：Guidi

戒指：m.a+十字戒指、

VivienneWestwood盔甲戒指





披肩斗篷

内搭垂坠感纯白连衣裙

饰品：新中式发钗





社交媒体互动

Tamtuas在社交媒体平台如微博、小红书和Instagram上

活跃，这有助于品牌与消费者之间建立更直接的互动和联系。

通过社交媒体的互动，品牌能够更好地了解消费者需求，

及时调整策略，从而可能增强消费者的忠诚度。



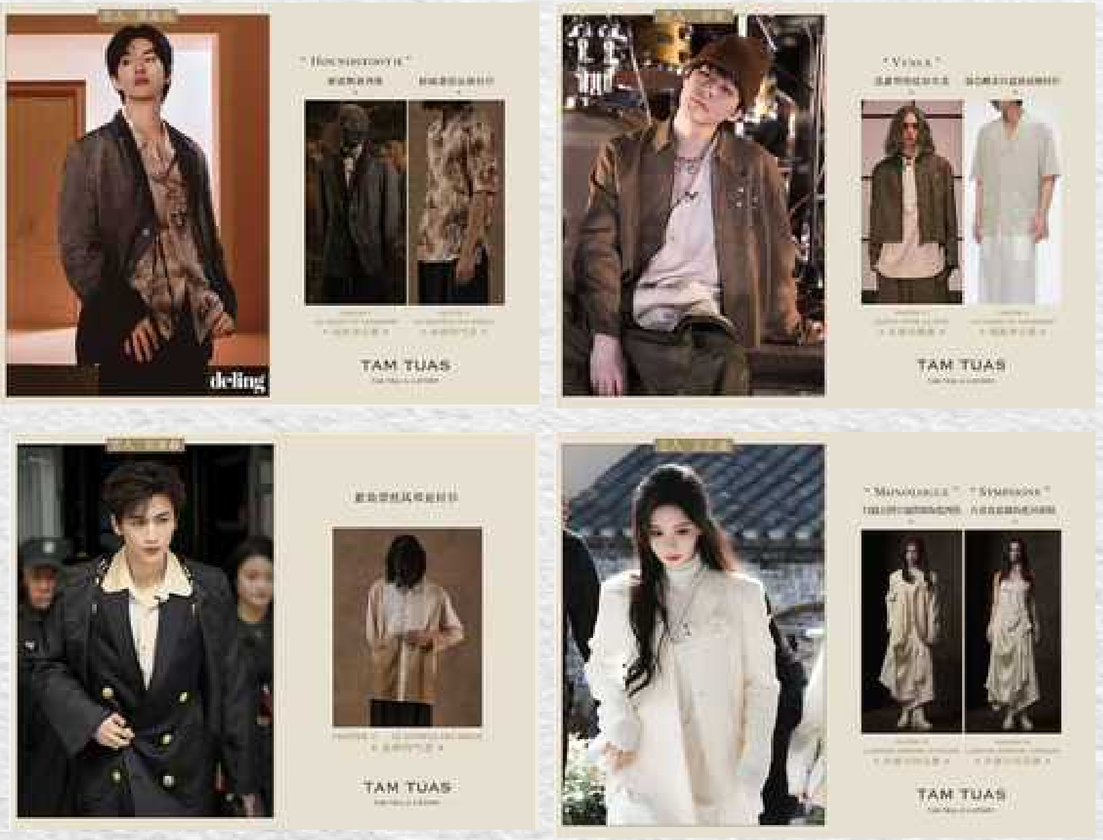
「Élégie pour la nuit · 夜幕的挽歌」

<众神的气息 · Le souffle des Dieux>

明星联动

Tamtuas品牌除了通过参与时尚展览、时装周等活动来提升知名度和影响力外,

还通过与明星联动来达成品牌知名度的散播。





-TAM TUAS-

品牌知名度

品牌通过参与时尚展览、时装周等活动，以及
与明星联动来提升知名度和影响力。
例如，Tamtuas参加了2022年的时尚深圳展

品牌差异化

末日宫廷美学:
TAM TUAS以末日宫廷美学为主要设计语言，
灵感来源于中世纪西欧的宫廷服饰 。
品牌在设计中融合了西方的宫廷元素和东方的
中式审美，创造出独特的风格 。



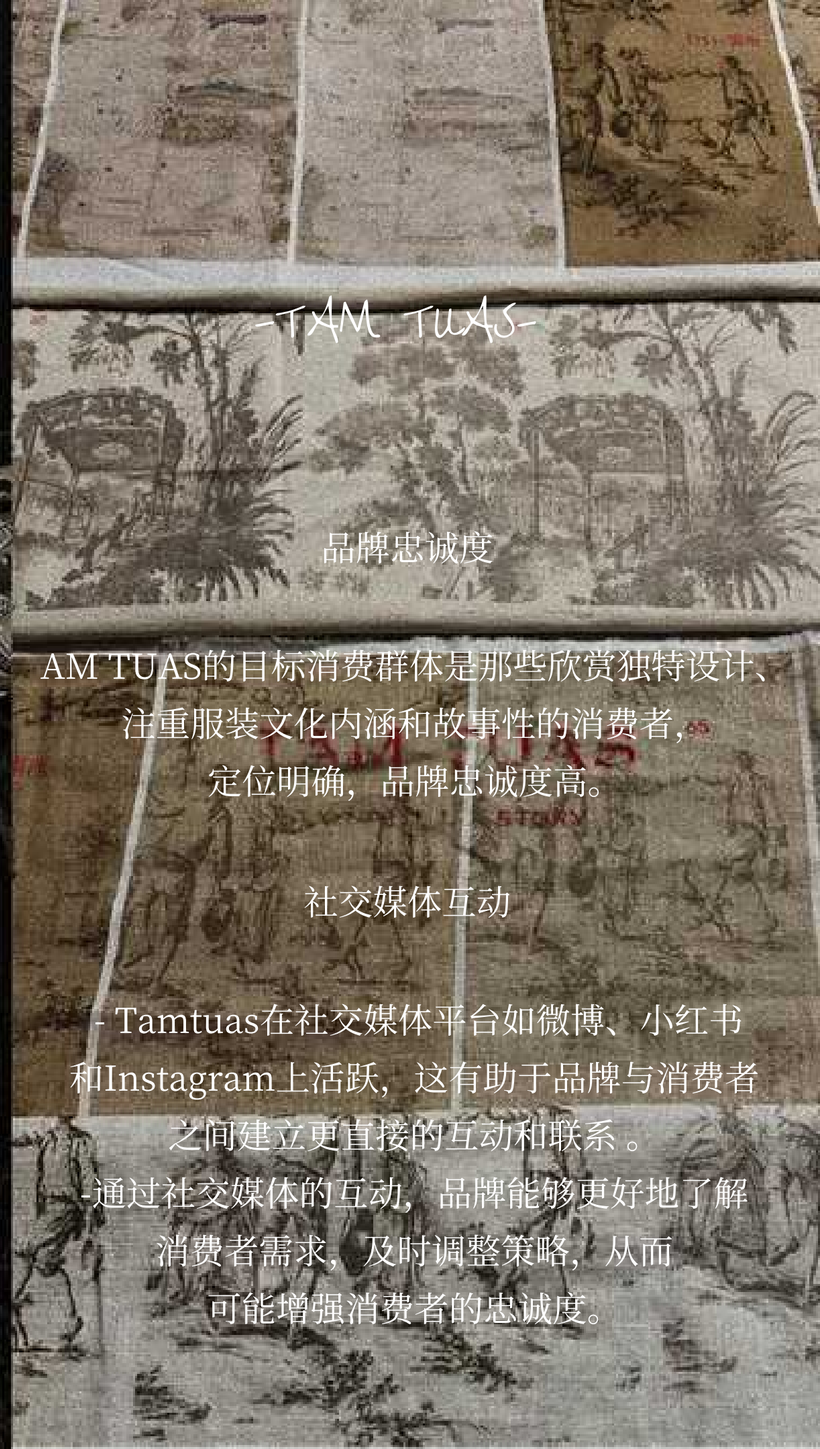
商业特征总结

品牌形象

品牌名称“TAM TELL U A STORY”，
强调服装与思维的关系，
与消费者达成精神交流，形成情感联结。

品牌体验

每一份收到手的服装都包装精美，
从定制款飞机盒到包装整体质感
都让消费者感到身心愉悦。



-TAM TUAS-

品牌忠诚度

AM TUAS的目标消费群体是那些欣赏独特设计、
注重服装文化内涵和故事性的消费者，
定位明确，品牌忠诚度高。

社交媒体互动

- Tamtuas在社交媒体平台如微博、小红书
和Instagram上活跃，这有助于品牌与消费者
之间建立更直接的互动和联系 。
-通过社交媒体的互动，品牌能够更好地了解
消费者需求，及时调整策略，从而
可能增强消费者的忠诚度。


—品牌线上—

— 夜 幕 的 挽 歌 —







瑕疵折扣专区

售完即止

系列·《幕下骑士》 即刻选购

系列·《夜幕的挽歌》 即刻选购

系列·《流浪者之歌》 即刻选购

系列·《灰神的气息》 即刻选购

系列·《废墟宫殿》 即刻选购

TAM TUAS

TAM TUAS

43670粉丝

综合体验	宝贝质量	物流速度	服务保障
4.5	5.0	4.2	4.5
超过38%同行	高	低	中

— 夜 幕 的 挽 歌 —







瑕疵折扣专区

售完即止

系列 · 《幕下骑士》 即刻选购

系列 · 《夜幕的挽歌》 即刻选购

系列 · 《流浪者之歌》 即刻选购

系列 · 《众神的气息》 即刻选购

系列 · 《废墟宫殿》 即刻选购

TAM TUAS

TAM TUAS

43670粉丝

综合体验	宝贝质量	物流速度	服务保障
4.5	5.0	4.2	4.5
超过38%同行	高	低	中

TRIBUTE TO THE CRAFTSMAN





—分类—

按主题系列展示

衬衫/西装/卫衣/裤子/包配饰/短袖/夹克/马甲



—价格定位—

200—2500不等

大衣连衣裙1500—2500

上衣100—2000

裤子半身裙300—1000



目标消费群体









-追求独特性与文化内涵的消费者：

TAM TUAS的目标消费群体可能是那些欣赏独特设计、注重服装文化内涵和故事性的高知型消费者。

品牌核心人群分析

目标消费者包括对时尚有独特理解和追求的人群，特别是那些喜欢实验性设计和具有艺术感服装的消费者。品牌每季度都会以独特的视角对一段历史或事件进行描绘，这意味着其产品可能吸引那些对故事性和概念化表达感兴趣，喜欢精致、多元情感化表达服饰的消费者。

隐形消费人群

时尚博主，美术指导，服装设计师，摄影师，手工艺爱好者，宫廷风爱好者，历史文学爱好者。

20-35岁

男性为主









情感表达

末日宫廷风的服装往往带有强烈的情感色 他们可能对历史、文化和艺术有较深的兴 末日宫廷风格的服装往往注重细节和工 由于末日宫廷风格的服装可能涉及独特设
彩和故事性，因此这类消费者可能更加感 趣，尤其是对中世纪、文艺复兴时期或巴 艺，因此这类消费者可能对服装的品质和 计和高端面料，这类消费者可能具有一定
性，喜欢通过服装来表达自己的情感和个洛克风格等历史时期的艺术和文化有特别 工艺有较高的要求。 的经济实力，愿意为高品质的服装投入更
性。 的偏好。 多。

文化认同

品质追求

消费能力



— 对 标 品 牌 对 比 —

—廓形差异—

Elean Dawson

产品没有经过后处理的毛边，裸露的米白色纯棉内衬，加之传统西方服饰中由省线构建出来的轮廓和半解构式的裁片比例，版型挺阔，剪裁方式更大胆。






Tam Tuas

搭配柔软面料，服装整体垂坠感更强，版型不会过于松，款式细节设计更多，从舒适度上来讲也更为实穿。






Elena Dawson

—立体装饰花朵—



—硬纱—

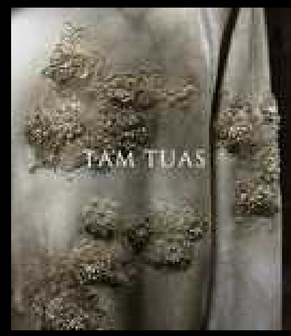




堆叠的布料

—棉麻—

Tam Tuas











—立体刺绣—　—蕾丝编织—　—网纱提花—　—水洗染色—

面料、工艺差异

elean dawson 采用英国羊毛、皮革和角质的纽扣，爱尔兰麻，法国的拉调和蕾 然，小巧印花，手工缝线，以及由层叠的棉、硬纱甚至皮革组成的 装饰性花朵。 【未完成的意志】采用天然的面料和看似粗糙的缝制处理，衣服的 柔弱和无防御性表露无遗。未完成的缝线和绑带的设计允许穿着者 结合自身生活经历和故事，赋予衣物一份贴合和参与后的完成感。

Tam 【故事性、概念化表达】常用网纱、提花、蕾丝、编织等鲜少在男 装中出现的面料，以洗水、染色、浮雕刺绣等工艺，让服装更有故 事感和年代感。车功部分非常有品质感。 真丝花卉面料经特殊处理呈现老旧感与莨笯纹，诠释出破碎的巴洛 克美感。 整体呈现在设计上选用了较多的垂坠感面料，比如丝制和羊毛等， 同时配合染色和做旧的工艺，以及部分毛边的处理，工艺上更加丰 富。

—品类对比—

大衣





相同点:
面料厚实 · 艺术气息浓郁 ·
设计经典但有创意（小巧思）
配色经典 · 传承并创新自己品
牌的特色





TAM TUAS





不同点:
TAM TUAS
面料厚实·配色和谐舒适
款式中规中矩
Elena Dawson
面料来源英国本土
配色有哥特精神
款式创新·廓形更具解构主义特征

Elena Dawson





—品类对比—

西装





TAM TUAS





相同点

传统西方服饰中由省线构建出来的

轮廓 · 工匠精神

对不同身材包容性强

不同点

TAM TUAS

面料更有创意 · 面料触感独特

· 颜色大气沉稳 · 更注重整体

Elena Dawson

面料材质较传统 · 颜色搭配鲜

亮 · 保留一些艺术感的毛边

【未完成的意志】





Elena Dawson





—品类对比—

衬衫





相同点:
面料舒适 · 版型简洁利索
花纹复古有格调 · 中性风

TAM TUAS





不同点:
TAM TUAS
花纹经典有文化底蕴·配色舒适
整体造型简单利索
Elena Dawson
花纹款式更具先锋感·
形制浪漫 · 手工制作，每件衬衫
都像是一件艺术品





Elena Dawson





02/ 目标人群研究

消费者画像、消费驱动因素



先锋工匠/低奢

CONSUMER PORTRAIT

消费者画像



简约与质感

以简约为基础，通过精致的元素与工 艺来凸显质感，体现高品质的生活态度， 融合意想不到的功能与细节





现代低奢风格的设计通常采用金属、 皮革的中性色调，廓形简洁流畅，营造出 稳定、协调、温馨的氛围感。



宁静中的生活追求

轻奢产品通常位于奢侈品和平价产品之间，价格适 中但品质优良，常被视为中产阶级身份的象征，有助于 用户在商务场合中表达自己的社会地位。





这种现象与“凡勃伦效应”有关，即商品 定价越高，反而越受欢迎，因为价格成为了身 份的象征 。

先锋工匠/低奢目标人群特征

年龄：

20-32

职业：

大学生、摄影师，美术指导，造型师、自由职业者、
设计师时尚博主，服装设计师，手工艺爱好者，
历史、文学爱好者等

收入水平：

中产阶级上下



消费群体画像

Consumer group portrait











收入水平高

美术指导

设计师

自由职业者

复古

摩登

大学生

收入水平低

精致狂

反差大

网络穿搭达人

事业型

悦己

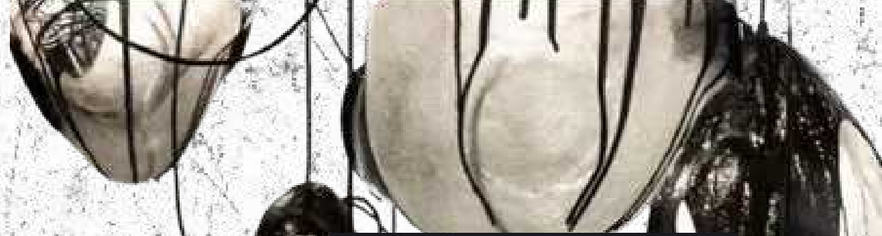
外冷内热

注重外在表现

设计师

i人











ID：闪电幻痛
职业：设计师/模特/小红书博主
喜好：拍照、服装设计、穿搭
穿衣风格：先锋工匠与中式复古风结合，喜欢黑白灰高级色调，热爱白毛



反差大

网络穿搭达人

悦己

外冷内热

i人

外在阴郁内在抽象

疏离感

注重外在表现

健身



ID：[illegible]

职业：穿搭｜健身｜生活

喜好：拍照、服装设计、穿搭

穿衣风格：先锋工匠与东方佗寂美学结合，喜爱自然岩景与历史建筑

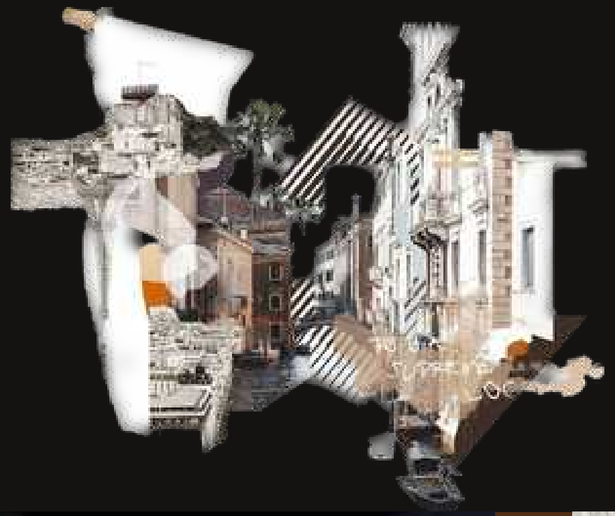
复古

松弛

休闲

植物染

艺术气息



ID：裁缝渔

职业：穿搭博主

喜好：购物、阅读、旅行

穿衣风格：复古文艺感、植物染、艺术感、叠穿









chaotic canvas

I hear a melody
in your
noisy world

You see me as a
twinkling star,

yet I see you
as my universe.





看展

热衷于艺术画展

旅游

喜爱典型中式
建筑风格，亲近自然





生活轨迹

ID：裁缝渔





绘画

先锋/黑白灰

摄影

专注光影、构图





身边典型人物

先锋工匠/无性别/小众/破碎/重组

pioneer
genderless
minority
fragmentized
recombination

细节





pioneer







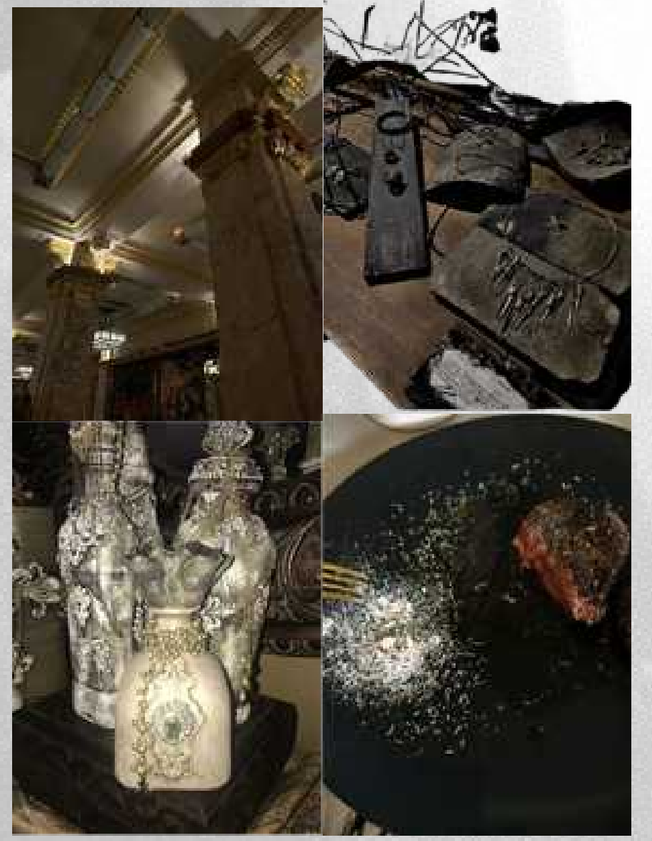




生活轨迹-场景特写

个人工作室，手工艺店，艺术展览，宫廷感餐厅，西餐















对艺术的沉浸

享受过程
Genießen Sie den Prozess

欣赏/沉迷
Wertschätzung/Sucht

温度感
Temperatur





塔罗占卜仪式，对生命与命运的思考





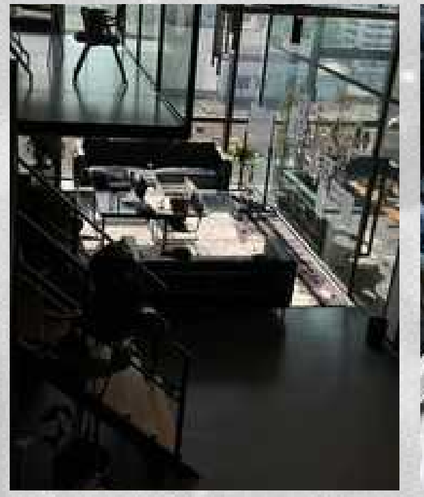
手工艺饰品打磨、陶艺bjd的雕刻，享受沉淀的过程

克苏鲁艺术展，水晶疗愈展

个人工作室
Persönliches Studio



暗色系工作室



打版台



修身丝绒西装外套&白衬衫



宫廷感摆件





工艺手账



好友聚餐

低奢德式餐点

社交精致狂

聚餐有腔调

与环境产生连接
Umwelt

小众设计品牌领域
穿搭达人



独立设计师的Pop-up商店

思想深邃 社会竞争压力大

掌控感/自我满足

掌控感/自我满足

自身思想深邃，无奈现实社会竞争压力大，渴望自我救赎。或许身处时尚领域，更加在意周围人的眼光，容易自卑焦虑。

痛点：

身心疲惫，愤怒但无力，缺乏底气，渴望找到自身与外界共存的平衡点。

需求点：

提高自信/掌控感

增强心理暗示

给予自身安全感

出口：

1、疏离逃避：回归自然，短暂的消失和离开所处的嘈杂环境，平复内心烦乱情绪，保持疏离感；

2、伪装身份：给自己营造雷厉风行纵横职场的社会成功人士人设。

解决方案：

保持自己的处事原则，对人对事保持疏离感。

表现：对高品质的追求，高级感木质调与黑白灰，简约干练职场穿搭，温度感悦己设计。

设计点：工装、正装，无性别权利套装，工匠感高品质细节，精巧金属配饰。

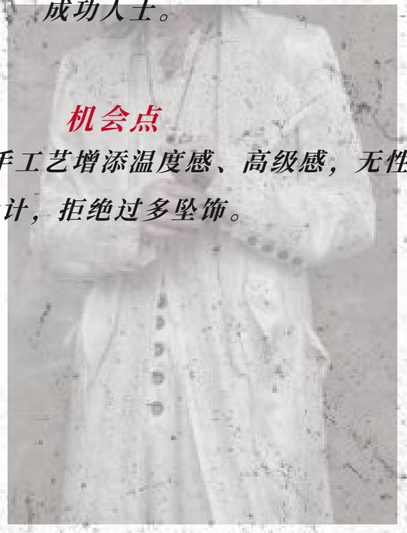


现实形象
Realität Bild



理想人设
Idealer Mensch.





Gefühl der Kontrolle / Selbstzufriedenheit

现实形象

在复杂的社会环境和沉重的工作压力下挣扎的局中人，身处时尚领域，周围人都颇具格调，渴望找到破局之路。

理想人设

有钱有闲享受温度感人生，雷厉风行纵横职场的社会成功人士。

机会点

简约干练，精致手工艺增添温度感、高级感，无性别设计，拒绝过多坠饰。

家庭期望高，周围环境内卷严重

叛逆/表达自我

Rebellion/Ausdruck

现实形象

在沉重的家庭期望下不堪压力的折磨，周边人同样内卷严重，内心的苦楚无处宣泄，急于摆脱束缚表达自我，

理想人设

做人做事随性洒脱，能够无所顾忌的表达自己的好恶，没有繁重的枷锁，生活充满松弛感。

机会点

先锋小众设计感，摆脱社会秩序的操控，暗黑反叛挑战公序良俗。

现实形象
Realität Bild









理想人设
Idealer Mensch.





叛逆/表达自我

是在沉重的家庭期望之下无声地宣泄，在大环境的工作、学习压力中渴望独树一帜摆脱束缚，对生活的反叛。

痛点：

在生活的重压下逐渐麻木，身心疲惫，感到困惑与迷茫，失去情感寄托。

需求点：

反叛/释放

找到情感寄托

刺激麻木的感官与神经



出口：

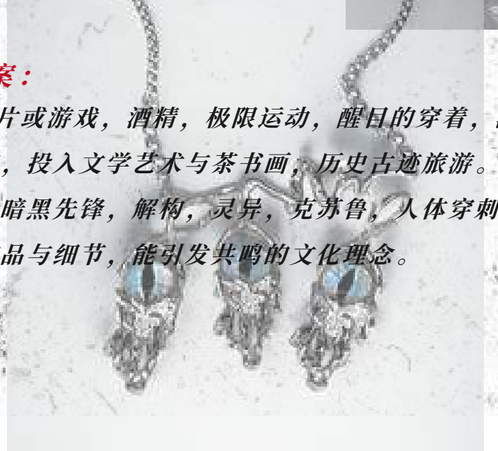
1、良性自虐：在安全可控的环境下故意寻求一定程度的痛苦或不适感，以获得心理上的满足或愉悦；

2、情感转移：转移注意力，释放神经压力，寻求情感寄托。

解决方案：

恐怖R级片或游戏，酒精，极限运动，醒目的穿着，沉浸于有温度感的手工艺，投入文学艺术与茶书画，历史古迹旅游。

设计点：暗黑先锋，解构，灵异，克苏鲁，人体穿刺，具有温度感的手工艺饰品与细节，能引发共鸣的文化理念。



家庭富裕，但自小与父母分隔异地 亲情缺失，被伤害，孤独压抑

情感缺失

富裕的家庭条件靠父母常年在外打拼，陪伴少，关注度低

痛点

缺爱，自我价值感低，孤独，敏感

需求点

渴望爱，想要强大自我，疗愈自己

解决方案

看展画画，深入文学艺术，丰富内在，
从中得到共鸣通过神学疗愈为自我命运指点迷津

出口

渴望得到情感共鸣，自我世界内心戏丰富，
沉浸悲痛文学艺术，对命运的思考
对事情要求严格，对自己要求高，想要有所作为，

表现

为人处事小心谨慎，更想要对外界表达自己需求，
喜爱精致、高质量社交，穿衣高质



现实形象
Realität Bild





理想人设
Idealer Mensch.





亲情缺失，缺少陪伴，孤独压抑

内心戏/精致社交
Innen-Spiele / Perfekte soziale

设计点

金属，结构风格，黑白灰基调，多花纹肌理细节

现实形象

孤独患者，漂流在外的断肠人，悲痛文学中的主角

理想形象

内核强大，专注自我，大方成熟

元素

黑白灰，大量金属配饰，多层次，细腻面料，做旧



受西方教育思想开放，与大环境格格不入

低调个性/悦纳自我

Niedrige Persönlichkeit / sich selbst zufriedenstellen

有国外留学经历，接受欧洲教育，服装设计专业

思想得到更好的启蒙，行为开放



被熏陶

在国外有过求学的经历，很早深受西方文化熏陶周围人都很有个性

痛点

自我怀疑，格格不入，过于个性化

需求点

融入集体，丰富自我，表达自己，不拘于传统审美

出口

大胆开放，结合环境的传统样式与自身审美个性相融，自我满足

解决方案

搭配高质感低调类低奢穿搭，简约生活中带有高设计感

设计点

夸张的立体刺绣花纹，修长垂坠感阔型，叠穿，低调奢华

元素

先锋工匠，西方宫廷感结合中式元素，中性风，褶皱做旧

现实形象

Realität Bild





理想人设

Idealer Mensch.

现实人设

在平芜的现实生活中无处释放自己的个性精神和审美追求

理想人设

低调个性有内涵的品味一族

机会点

黑白灰色调，棉麻网纱羊毛朴素而高质感面料，

高级金属搭配简单的低饱和颜色





购买动机

追求古典怀旧于搭配，喜爱简约低调元素于个人相结合，喜爱可穿戴艺术，忠于现代艺术打破常规超时代的风格品牌。
注重限量和独特，喜欢低饱和色系、多层次穿搭和皮衣牛仔纱或亚麻纹理。

品牌偏好

颇受这类人群喜爱的品牌有山本耀司（Yohji Yamamoto）、川久保玲（Rei Kawakubo） 和渡边淳子（Junja Watanabe）还有一些小众品牌如Geoffrey B.Small
Paul Harnden
Andrew Driftwood
Aleksandr Manamis



问卷调查总结：

消费者喜欢的品牌感度坐标



消费习惯

此类人群的生活态度品质高，喜爱精致度高的服装，通常喜欢购买价格中等偏上的物品，服装，首饰，喜欢设计感强，有态度的品牌，往往会被商店的主页风格格调，花哨的营销形式和服装的制作质感所吸引，平时日常的消费习惯也会随之所形成。

收入水平表格分析—

收入水平|职业	造型师	设计师	自由职业者	学生
月收入	3000—18000	6000—120000	5000—50000	2000—5000

居住地分析（一二线城市）

先锋工匠品牌消费者人群大多较为年轻，职业大多是 走在时尚产业前线，在一二线城市此类职业需求较大，通 常集中在北上广市中心商圈地段，且中心地段较多艺术生 活类展，年轻群体受众门店多，此类消费者收入水平偏 高。同时，此类消费群体还大量活动在长沙、成都、深 圳、广州等地。





身份反差/人格特征

Identity contrast/Personality characteristics

1 · 都市牧笛

渴望回归自然的都市人，精神状态超凡脱俗

2 · 内敛的风格&外放的性格

穿着风格非常简约/不张扬，但又想凸显自己的涵养





3 · 优雅但假正经

整体风格适用于大部分社交空间，在细节上又有巧思，与众不同





4·平民贵族

生活条件优越，但喜穿做旧工装，形象上融入工人阶级

消费人群差异&共性



Tam Tuas

共性：

对标审美个性消费者，注重高品质服装面料与质感。

注重品牌理念，标准的先锋工匠风格

差异：

Elena Dawson 的衣服从里而外透着维多利亚时期的破碎感，品牌通过历史和仪式的元素诉说了新的故事，吸引消费者走进品牌世界。

Tam Tuas强调的是服装与思维的关系，偏向欧洲中世纪宫廷服饰。融合了中式审美，向大众展示服装美感度与舒适度的平衡。



Elena Dawson

消费驱动因素

Consumption driving factors







直观消费动机

Intuitive consumption motivation

实用性设计

低调 / 利落 / 展示格调和品味

高品质 / 面料创新

极具实穿性，功能性

通勤 / 休闲

表达生活态度

细节设计 / 独特试验性

精致做工

细节/设计感

高质感工艺











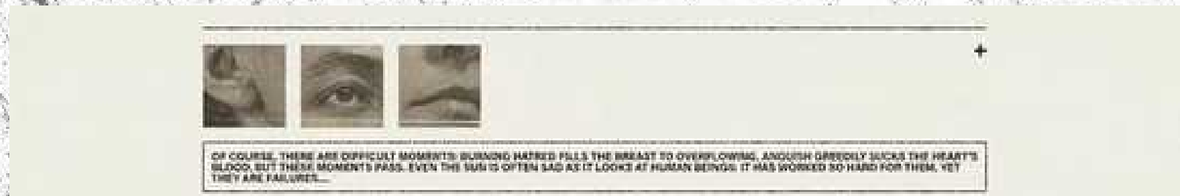












消费习惯

Consumption habits

注重产品的品质和和格调，倾向于选择那些高质量和满足心理需求的产品，而不仅仅是低价商品，注重生活质量的提升。

线上和线下结合消费，他们既享受线上购物的便捷，也重视线下购物的体验感。

有理性和稳定的消费心态。他们在消费时更加注重自我实现和满足，而非仅仅是物质上的拥有。



调研问卷结果统计

收入水平	人数	消费占比（%）
<5000	9	34·6
5001-10000	14	53·8
10001-15000	2	7·6
>15001	1	3·8











品质优先
重视创新
倾向于定制化
关注产品故事
重视环保
倾向于在线购物
关注品牌价值观

消费者审美偏好

这类人群偏好通常倾向于一种既不张扬又具有高品质感的审美风格。高度个人化，了解自己想要的是什么，喜爱承载着时间的痕迹与记忆。有性格沉稳成熟、个性果断、做事有目的、知识渊博的特性。对生活绝对珍爱，追求生命意义的真谛，追求自我，不随波逐流，个人世界丰富。他们通常追求的是一种独特、创新且注重细节的审美风格。他们的价值观包括以下几个方面：

1. 低调优雅但不失独特性
2. 重视手工艺
3. 高品质感与艺术融合
4. 情感联结
5. 创新与实验性
6. 慢生活









喜欢书香味/木质调的氛围或装潢

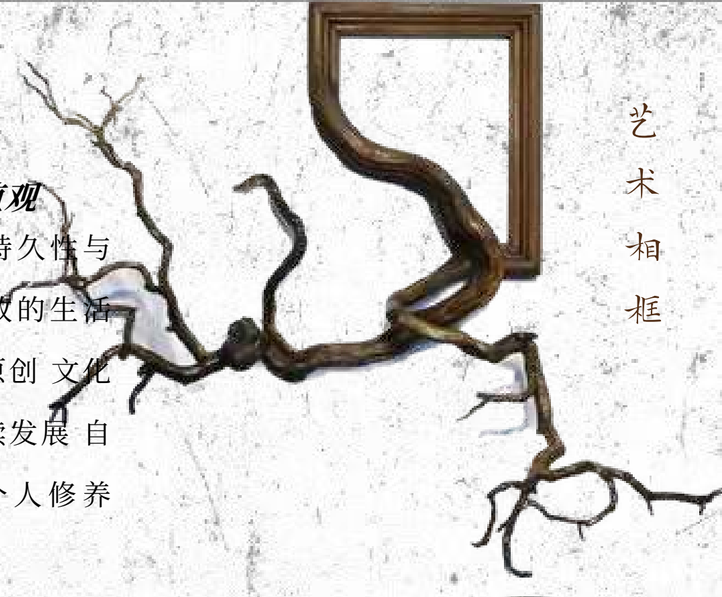




喜欢手作



艺术相框



消费者价值观

品质至上 持久性与经典性 精致的生活品味 支持原创 文化传承 可持续发展 自我表达与个人修养 独立精神

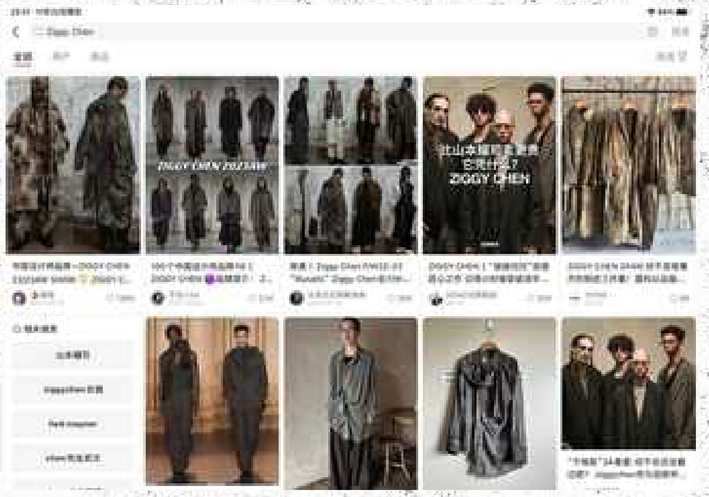


了解时尚资讯的平台

channel

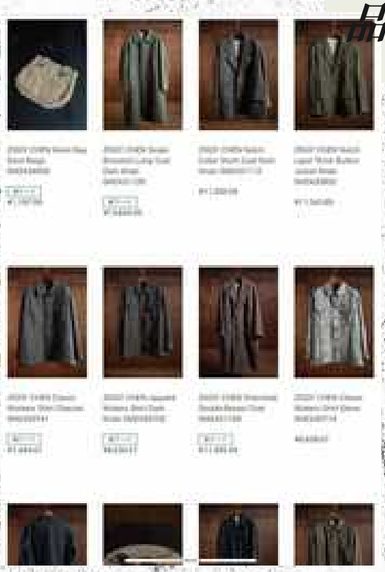






小红书





品牌官网

Ziggy Chen 、 Uma Wang为例

了解渠道：

1·四大时装周（纽约、伦敦、米兰、巴黎），或者时尚杂志。Ziggy Chen曾在2017年登上巴黎时装秀场。

2·社交媒体上的官方账号（Instagram、微博、小红书等），通过这些平台可以了解品牌的最新动态。

3·直接访问品牌的官方网站可以获取最准确和详细的信息。

4·朋友介绍分享。

5·线下门店







实体店

了解时尚资讯的平台

channel









Pinterest

杂志









消费者需求总结

精致原创花纹•巧思悦己细节•

创新面料•色彩搭配大气•

简约实用性•高端品质























痒点分析

品牌文化认同感

确保品牌的核心价值观与目标消费者的文化认同相契合，或通过故事讲述，传递品牌的文化内涵和价值观。

色系/廓形

简约大气黑白灰色系和木质调大地色系，廓形在简约通勤中又带有巧思，可供消费者自我表达个人修养。

创新与实验性

融合了创新、实验性和精湛手工艺，旨在打破传统束缚，进行对新材料新工艺、新设计理念的运用。

品质至上

面料选材严谨，注重高品质和肤感。









2023.10.6 - 10.9

无论去往何处，那都不是故乡
流浪之路何时才能结束

困在城邦之中游荡
淋湿便残缺的翼魂

夜幕的挽歌

ÉLÉGIE POUR LA NUIT

READY-TO-WEAR
FALL/WINTER

开展时间 OPENING TIME | 13:00
闭门时间 CLOSING TIME | 21:30

02/ 品牌构思

1.品牌介绍：品牌理念、核心形象、品牌核心价值、品牌核心消费人群分析
2.线上线下店铺构建
3.品牌产品分析:产品创意主题、品类、产品结构、价格、廓形、色彩、细节、搭配等
4.品牌模拟营销


锡疫
Tin Disease（A.D）
From China.2025

品牌理念

未染上“锡疫”的锡板，一旦和有“锡疫”的锡板接触
Once the tin plate that is not infected with the tin disease comes into contact with the tin plate that has the tin disease .
也会产生灰色的斑点而逐渐“腐烂”掉
it will also produce gray spots and gradually rot away.

站在自我毁灭的边缘，用宁静灌注入涅槃般的重生。
Standing on the edge of self-destruction, instilling nirvana-like rebirth with tranquility.

边缘/重生
Edge/Rebirth
先锋工匠精神
Pioneer craftsman spirit

问卷调查总结：

消费者喜欢的品牌感度坐标





-TIN DISEASE-锡疫

品牌介绍

品牌名称“Tin Disease”强调服装与自我救赎的关系。

先锋工匠精神

Tin Disease以先锋工匠精神为主要设计语言，融合了创新、实验性和精湛手工艺，旨在打破传统束缚，进行对新材料新工艺、新设计理念的运用。

品牌在设计中融合了先锋精神和复古的东方侘寂美学，创造出独特的风格 。



品牌LOGO设计

字体简约，背景与锡疫的意象相呼应，体现手工艺的魅力，符合品牌整体调性。

Standing on the edge of self-destruction instilling nirvana-like rebirth with tranquility.

-TIN DISEASE-锡疫

CHINA MINK series 2023 AW.



边缘/重生
Edge/Rebirth

先锋工匠精神
Pioneer craftsman spirit



创新/实验性

边缘/重生

先锋工匠精神

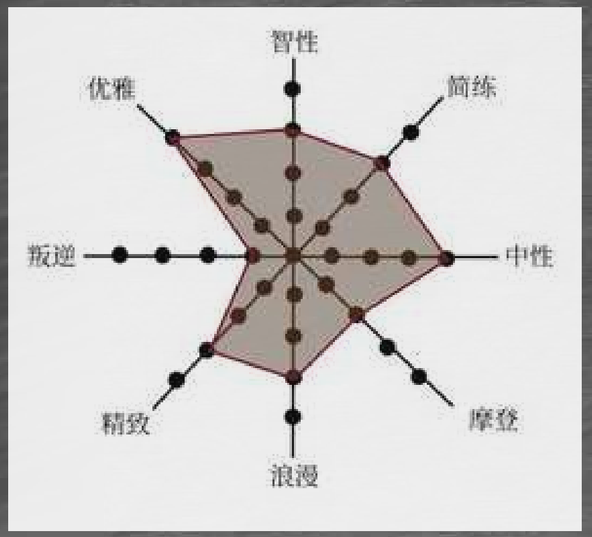
侘寂美学

Tin Disease锡疫

锡疫的自我毁灭，如同镜子前的自我迷失

The self-destruction of tin pest, like losing oneself in a mirror.

Tin Disease以先锋工匠精神为主要设计语言，
灵感来源于锡疫的自我毁灭，
金属与破碎感的碰撞 。
象征从破坏中寻找新生， 体现生命的循环与不朽。
在设计中融合了先锋设计元素和东方的
中式审美，创造出独特的风格 。



品牌特点



相较于其他先锋工匠品牌，Tin Disease以更加东方的审美角度去诠释服装在风格和实用性中的平衡。

品牌特点-品牌差异化分析

Tin Disease的设计语言偏向于先锋工匠精神，将金属、网纱等新型材料融入复古的针织手工艺元素中，将先锋精神与工匠相融合，呈现出一种较为锐利的复古风格。





这种审美风格在服装设计中深入体现，从服装的剪裁到细节的处理都充满了东方美学的元素。



色系

以低饱和色系与黑白银灰为品牌基础调性
着重表现Tin Disease先锋与复古材料
相结合的面料设计







*锡的金属质感
与纹理

Tin Disease——面料

将金属、网纱等新型材料融入复古的 针织手工艺元素中，将先锋精神与工匠相融合，呈现出一种较为锐利的复古风格。



日本铜氨丝



真丝织金提花



香云纱/桑波段



刺绣工艺



棉麻印花

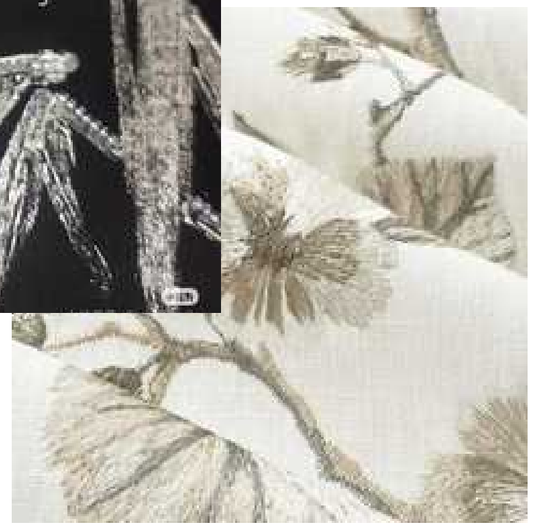
整体呈现在设计上选用了较多的垂坠感面料，如丝制和澳洲merino羊毛等，重视肤感同时配合刺绣和织金的工艺，以及部分毛边的处理。使得服装整体更具品质与复古感。

印花设计与暗纹设计使得复古中式色彩更加浓郁。香云纱的加入使产品更具格调。

刺绣。

通过不同的刺绣技法与表现方式，在服装的局部设计带有主题竹元素的纹样，承载了品牌象征物的同时使工艺耐看许多。













面料。

通过面料的材质与再造展现出一种尖锐的复古感，通过针织等手段模拟锡疫与锡本身的金属质感，两种质感不同的面料映衬对比体现自我重铸的观念。







-Tin Disease-

商业特征小结

-Tin Disease-

品牌差异性

Tin Disease以先锋工匠精神为主要设计语言，
象征从破坏中寻找新生，
体现生命的循环与不朽。。
Tin Disease不同于其他的先锋工匠品牌，
在设计中融合了先锋设计元素和东方的
中式审美，创造出独特的风格 。

Tin Disease品牌目标客户群体

追求时尚、理解并欣赏工匠精神、同时注重个性化
和品牌价值的中高收入年轻消费者

根据麦肯锡对中国时尚消费者的研究，中国消费者
越来越倾向于个性化选择，
他们更注重品牌和个人价值的连接。

品牌忠诚度

Tin Disease以竹这一文艺制高点意象作为介质，
围绕竹清廉而挺拔，顽强且生生不息的品质
传达其品牌理念。

这种故事性的设计方式能够增强消费者对品牌文化和
理念的认同，有助于提高品牌忠诚度。

小红书号: Mrshixinsheng



品牌特色单品

低调 / 利落 / 展示格调和品味

高品质 / 面料创新

极具实穿性，功能性

通勤 / 休闲

表达生活态度

细节设计 / 独特试验性

精致做工

风格款式示意图

关键词

·

先锋·简约工匠·复古

·





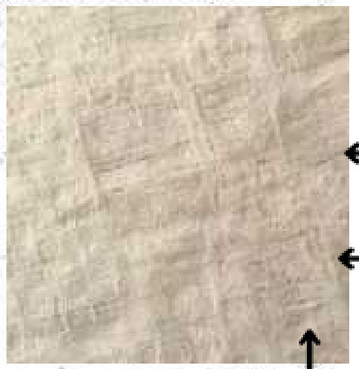


基础款式-西装裙



廓形

传统西方服饰中由省线构建出来的轮廓和半解构式的裁片比例，裙摆略微带有垂坠感，版型挺阔修身，剪裁方式更大胆。



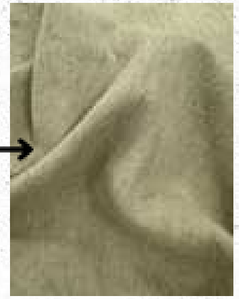


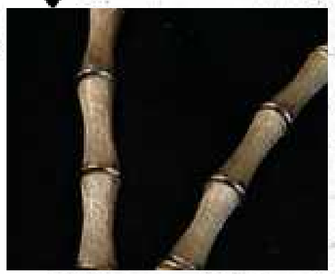
工艺细节

立体工艺，面料多层次的不规则堆叠。











设计细节：

西装外套用刺绣绣出微立体竹节竹叶图案增加服装质感，精致细腻袖口微褶皱收边，模仿竹子竹节之间的短戟感，呼应主题理念

面料：

外衣采用天然的植物纤维所制成的棉麻布料，表面肌理感强，使版型有力，整体量感重整体舒适性好，手感柔软。

内衬与花边装饰采用苎麻布料，作为纤维长的高织纱，坚硬且易碎。提花麻料为辅。

基础款式-工装

工艺细节：
仿牛仔裤包边与车缝细节，拉开面料质感，使面料层次更丰富，更多元。外套用结构拼接裁剪粗线排线符合，对应服装面料与版型风格

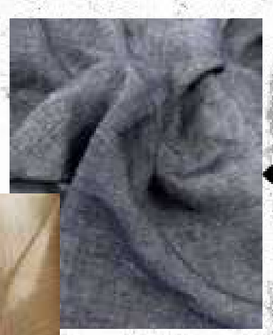


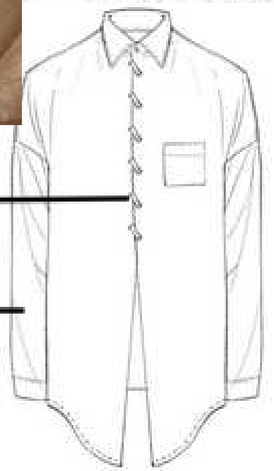




细节设计：
上衣领口扣子使用木质竹节，质朴无华，呼应品牌低奢低调的风格

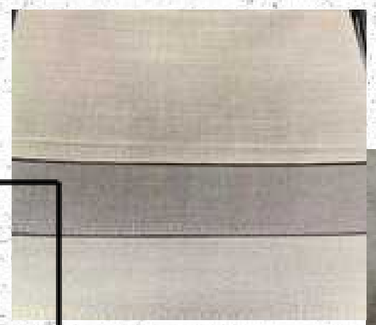


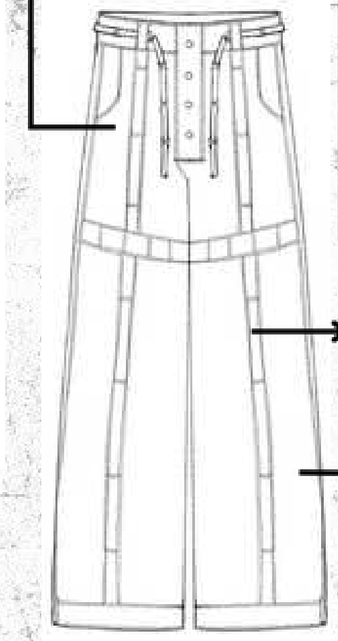




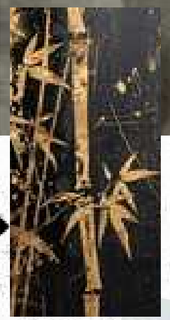
















廓形：
平直的H形，上衣裤子上下等宽，统一成直筒状。弱化肩、腰、臀宽度差异，挺阔简洁，减弱臃肿感，突出轻松利落与洒脱的中性风格，

细节设计：
腰带，裤畔及所连结至裤腿的条纹同样采用竹节的形状的



面料：
工装外套使用干丝面料，百分之76%桑蚕丝和24%尼龙交织而成，有着不规律泡泡起皱，低调光泽。假衬衫面料则是天丝麻染色而成的麻毛牛仔，仿牛仔纹路，轻薄且筋络感强，手感软，垂感强。裤子采用亚麻面料，软硬适中，轻薄透气，有突出的麻点纹理，自带中古气息的原生质。













饰品搭配

关键词

手工·银质·简约·先锋



街拍风格

“意识的传达是潜移默化的浪潮。”

弱化镜头感，增强生活感的街拍风格，
Tin Disease致力于通过对传统文化元素的创新与改造让风格与品牌被更多人群接受，让品牌理念得到普遍性的传播。



产品营销策略

品牌推广：

- 线上官方旗舰店和线下买手店
- 明星和网红推广代言 用杂志取
- 代传统营销 网络直播和大数据
- 推广 同合适风格的IP联名打造
- 周边

购买渠道：

- 线上官方旗舰店、线下买手实体 店、代购







产品营销策略

用杂志取代传统营销

制作一本介绍服装品牌的趣味穿搭杂志，可利用拼贴，手账等形式排版，供大家了解品牌相关

网络直播和大数据推广

在抖音，b站，小红书等平台上直播并运营相关账号，增加品牌的网络曝光量

明星和网红推广代言

找寻同服装相似风格的明星和博主进行宣传，利用名人效应带动服装的销量











产品营销策略

同合适风格的IP联名打造周边

通过联名来提升品牌的知名度和热度

1.同风格适配的动漫、漫画或是小说联名，出现在周边或是主要人物的穿搭中

2.在明星艺人拍摄mv或宣传海报时进行联动

3.开发同系列的配饰或其他产品（例如文具餐具等）形成自己的风格体系







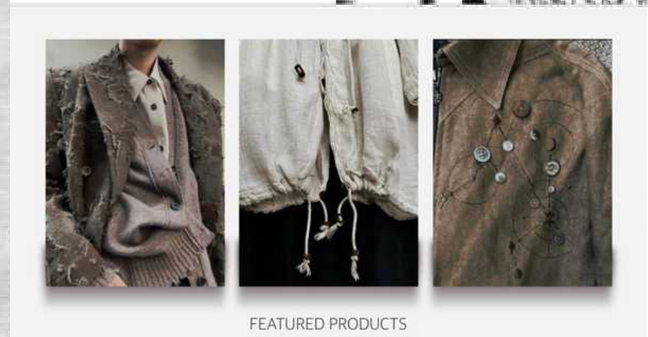
线上视觉打造

Tin Disease网页页面设计包含头部、首页、商品列表页、商品详情页、购物车页面、结算页面、底部（辅助功能）几个分区，有助于消费者更清晰便捷的浏览与购买，同时在最下方设置了时尚简讯板块，使可以更快的了解品牌相关时尚资讯。

整体风格 简约现代化，颜色调性上以低饱和大地色为主，呈现复古感。













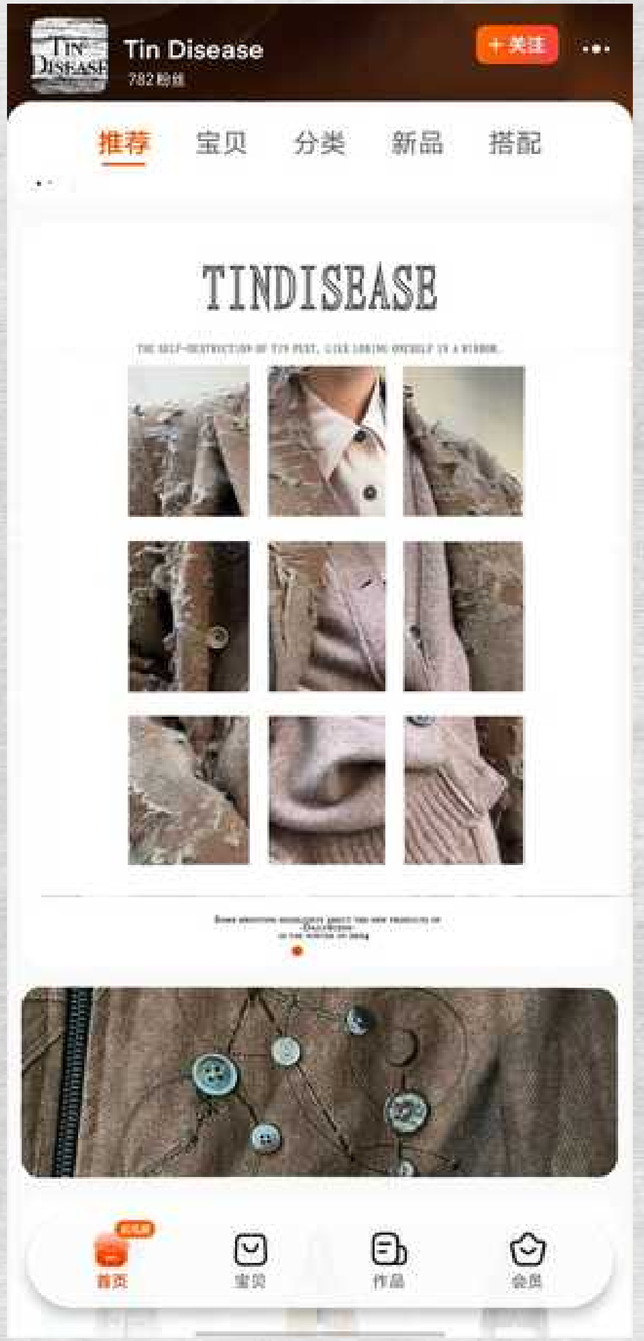




线上视觉打造

将线上淘宝和官网店面的视觉页面，和线下店视觉以及平拍理念元素相结合。

使用类似风格的排版，模特背图，店铺封面等，用统一的风格加深品牌的记忆点，形成“品牌锚点”





| 线下店铺 |















有复古元素的同时整体装修偏向现代化，在其中设置趣味性的收藏与和服装相对应的饰品售卖

形象人介绍





辛芷蕾

演员

氧化菊

22年9月因粉丝评论“想看你穿麻袋 而发布了第一条变装视频，后打造了“万物皆可穿”系 列 在乡野中绽放自我 从小镇女孩到 世界小姐中国 赛区总决赛大 众欢迎奖





形象人分析











氧化菊

高挑的身材 肩薄背挺 模特 比例好 干练简洁 明亮的面孔 面部棱角和圆钝感相结合 五官量感大，特点分明 方脸，下颌线分明

形象人分析

『健康的瘦』

通过锻炼 具有力量感











辛芷蕾

眼神凌厉 外貌特征明显 厚嘴唇，有记忆点 性感魅力 身材丰满而紧致 双腿修长，腰身纤细 背部线条流畅 风格多样百搭

体验形象方式构想

氧化菊

在 万物皆可穿”系列中进行反“

差感穿搭 在日常出息活动中穿搭服装并 进行拍摄





辛芷蕾

拍摄专属风格的时尚芭莎大片并搭配红毯，颁奖典礼等活动的出席妆造



品牌对标流行趋势

流行趋势：怀旧复古，“雅丹风”，新中式

配色：根据地形地貌色彩层次，融合黄土，米白，岩褐色浅棕等自然色，金属色

面料：粗糙厚重，羊绒，绒面，真丝，防风防水户外机能面料

重点图案：斑驳怀旧、褪色

机理：破裂、刮痕、斑点图案

细节：花式绑带，露肤镂空，破损拼接




-TIN DISEASE-
感谢您的审阅
“锡疫”