

# 實踐大學 104 學年度日間部碩士班招生考試試題

所 別：服裝設計學系碩士班

80 分鐘

科 目：設計評賞與詮釋

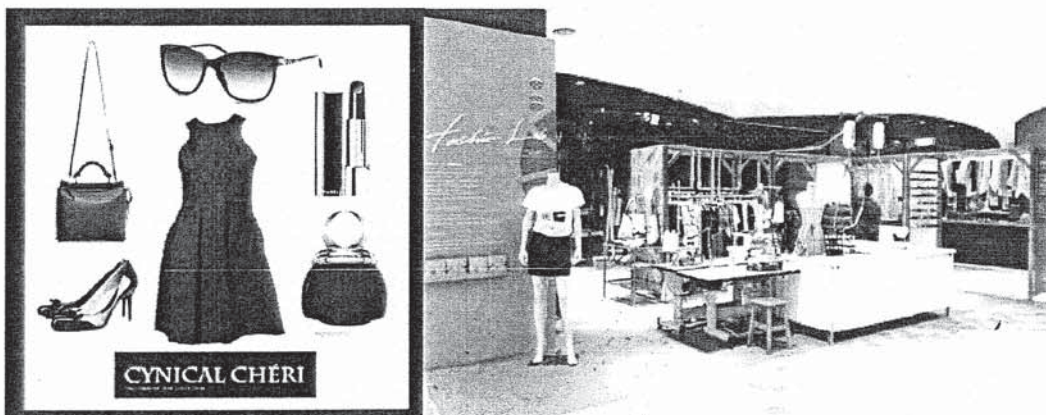
共 1 頁第 1 頁

→ 備註：請在答案卷上作答，於本試題紙上作答者一律不予計分。

近年來時尚產業隨著行銷手法的日新月異，紛紛開啟跨足電影或品牌聯名的多元整合模式。從經典品牌 YSL 聖羅蘭(Yves Saint Laurent)的《伊夫·聖羅蘭傳》、設計大師卡爾拉格斐(Karl Lagerfeld)的時尚大帝《Lagerfeld Confidential》…等傳記式電影，到迪奧(Dior)近年發佈的網路時尚微電影系列《Secret Garden》Coco Chanel 在為慶祝品牌 60 週年，將高級訂製服於凡爾賽宮展出，借由凡爾賽宮代表著法式的奢華，與豐富的歷史，為 1947 年 Dior 至今所歷經的苦戰到復甦的優雅奢華宣言。相較於平價品牌 UNIQLO 的聯名系列從與知名設計師 Jil Sander 合作的「+J」系列到日本潮牌 UNDERCOVER，至 2014 年與法國時尚指標性國際名模伊內絲法桑琪(Ines de la Fressange)的聯名系列；品牌 TARGET 也找上女星關史蒂芬妮(Gwen Renée Stefani)共同合作，推出「Harajuku Mini」童裝系列；Karl Lagerfeld、Stella McCartney、Versace、Lanvin、Maison Martin Margiela、Marni 也都曾受邀與知名平價品牌 H&M 合作聯名。一個品牌的經典再造和永續性除了設計師的掌舵外，品牌行銷操作更扮演相輔相成的要件。

## 【試題】

1. 請提供一則您最近所關注的時尚行銷手法： 20%
2. 倘若您將申請一個與獨立品牌(實踐大學服裝設計學系品牌 PRAXES)合作的計畫案，在無額外經費的前提下，試寫下您的特別企劃和行銷策略。 80%



實踐大學服裝設計學系品牌 PRAXES | CYNICAL CHÉRI 2014.4月@松菸「游擊商店 POP-UP STORE」