求职作品集 · 独立模拟商品企划

绒·日常

把传统手艺戴进日常。

南京绒花 × 年轻化通勤与休闲饰品





01 项目缘起与企划定位

02 消费者定位与产品机会分析

03 现代绒花饰品系列商品企划

AI辅助概念视觉｜非实物样品｜2026.10

不是做一朵更华丽的花。

而是让一门传统手艺，真正进入年轻人的日常选择。

> “我想做的是把消费者需要什么，转化成有机会落地的产品；具体设计可以与设计师、工艺师协作完成。”

企划人的角色

需求判断 → 产品定义 → 工艺沟通 → 定价与渠道 → 反馈迭代

职业兴趣的起点

从日常小饰品开始

长期关注配饰、摆件、设计感消费品；在日本手工饰品选品与销售中，观察到配色、价格、穿搭和商品故事如何影响购买。

来自选品与直播销售现场

一次蝴蝶结耳坠的配色沟通

在日本原创手作饰品的选品与直播销售中，我接触过一款以蝴蝶结为造型的手工耳坠。它有多种配色，销售时很受顾客欢迎，一度供不应求。夏季补货前，手作家向我们询问中国顾客更喜欢哪些颜色。我结合当时直播间的购买反馈，向对方整理了粉色需求最集中、其次是蓝色和绿色的观察，供后续制作参考。

这次经历让我看到，销售一线的反馈也能帮助创作者判断下一轮制作方向；我参与的是市场信息沟通，并非主导设计改款。

有传统的根，也有生活的入口。

选择绒花，并非因为“非遗”标签足够特别，而是它具备真实的可研究性与商品化基础。

2007

省级非遗代表性项目

绒花制作技艺，编号 JSVII-20；南京、扬州列入申报地区。[S1]

¥100±

已有日常价位入口

南京市政府报道提及百元左右绒花耳坠；并非只有高价大型头饰。[S2]

花·叶·兽

传统题材本就多样

官方资料提及花鸟虫鱼、人物走兽。非花形不是市场首次创作。[S3]

我的判断：**机会不在“把绒花做成耳环”，而在重新组织佩戴场景、造型语言与商品组合。**

为什么优先做通勤与休闲?

从我自己的审美判断出发，主动聚焦一个明确的商业命题。

通勤上班

衬衫、针织衫、简约外套

- 视觉体量克制
- 佩戴舒适、细节精致
- 与现代服装协调

周末休闲

逛街、看展、朋友聚会

- 有识别度但不过分戏剧化
- 尝试非花形与特殊色彩层次
- 适合自由混搭

轻礼赠

日常犒赏、小型纪念礼物

- 适配耳饰＋项链组合
- 包装能保护绒丝
- 有恰到好处的文化故事

研究约束｜本项目并非认为华丽绒花不好，而是选择一条更聚焦的开发路线：低饱和、易搭配、小体量、可系列化。

从公开资料出发，而不是先假定市场。

初步样本足以帮助提出问题，但不能代替严格的市场研究。

30	08	04	18
商品便利样本	归类为耳饰	人民币标价耳饰	来自同一品牌

我们已经掌握

绒花可以做耳饰、胸针、头饰、摆件，也已有品牌联名与电商销售；存在100元左右的公开商品示例。

[S2] [S3] [S4]｜公开资料与项目已有30款矩阵

目前不能推断

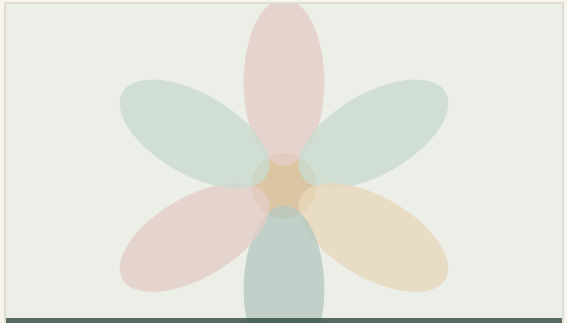
中国年轻人是否更喜欢叶形、哪个价格带卖得最好、哪种SKU销量最高、整体行业的需求规模。

品牌集中、币种混合、促销标价差异，均限制结论外推。

研究态度：**把“我觉得”转化为可验证的假设，而不是把假设包装成调查结论。**

竞品不是“漂亮图鉴”，而是决策证据。

选择能直接解释产品开发判断的四个公开商品案例。



梧翊凰 · 雏菊耳环

¥188 · 花形耳饰

说明绒花耳饰已成立，不能将“小花耳环”视为首次创新。

核对原商品 →

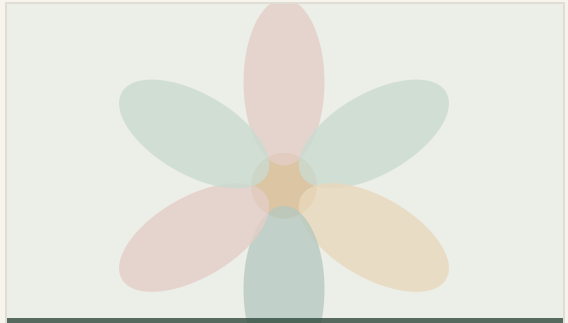


梧翊凰 · 梧桐叶胸针

¥150 · 叶形胸针

非完整花形题材已有公开案例，需进一步研究佩戴场景。

核对原商品 →

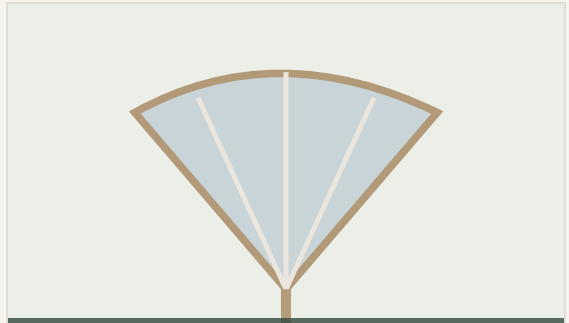


逸红颜 · 牡丹耳环

促销 ¥69.9 · 旗袍搭配

商家标注约3.9×8.2cm，耳钩/耳夹；与通勤小尺寸形成对比。

核对原商品 →



逸红颜 · 古伞耳坠

促销 ¥69.9 · 扇形与流苏

非花形尝试也已出现；关注尺寸、摆动感与现代服装搭配。

核对原商品 →

图示声明：因外部商家图片未完成本地获取与转载授权核验，使用简化造型示意，并提供原商品链接；不得将这些示意图称作竞品实物照片。价格为网页公开标价（含促销），非实际成交价。

聚焦 23–32 岁城市年轻女性。

这是第一轮产品测试对象，不是经人口统计验证的消费群结论。

目标画像 / 待验证

“希望饰品有特点，
却不需要为它换一套衣服。”

日常衣着：衬衫 / 针织衫 / T恤 / 简约外套

场景：通勤、咖啡馆、周末聚会、看展

选择理由：搭配度 > 造型识别 > 工艺故事

上述排序是企划假设，不是用户反馈结果。

她可能会顾虑什么？

01 造型太明显

担心看起来像拍古装照，不适合办公室

02 材料难照顾

担心绒丝压坏、沾污、受潮或与衣料摩擦

03 价格没有理由

很美，但不知道为什么比普通饰品更贵

04 套装太重复

耳饰与项链都很突出，反而难以同时佩戴

四项产品机会，四个待验证问题。

真正体现企划能力的，不是说“市场空白”，而是说明为什么值得试。

01

小尺寸 × 低饱和

通勤使用场景：不抢衣服风头，强调绒丝的细腻质感。

验证：服装搭配图偏好、佩戴体量接受度

02

非完整花形

借用芽形、叶形、流线，避免产品语言完全依赖完整花朵。

验证：花形与非花形A/B概念选择

03

耳饰 × 项链系列化

单买合理、组合协调；套装强调“好搭配”而不是堆砌。

验证：单品/套装选择与加购意愿

04

先穿搭，再讲非遗

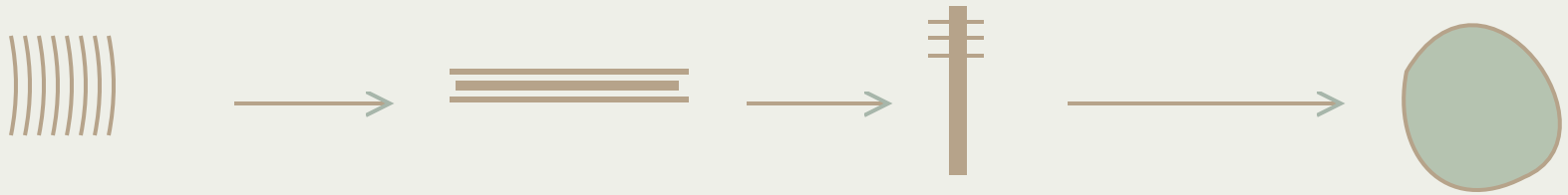
首屏展示佩戴场景，第二层讲工艺细节和制作故事。

验证：两种商品详情页的概念测试

产品开发排序：**先验证 O1 + O2，再组合 O3；O4 在视觉概念稳定后进行。**

理解工艺边界，再谈创新。

南京大学非遗展示资料明确介绍劈绒、勾条、打尖、传花等步骤。



材料的特殊性

以桑蚕丝、铜丝等形成绒条结构；AI视觉必须与工艺师核对实际定型方式。

小体量的挑战

绒条可否在约10–18mm的概念尺度保持均匀、牢固和外观一致？需打样。

装配的挑战

耳针、吊坠链圈的连接处，需要结构、佩戴和拉扯验证；不是靠效果图判定。

工艺示意依据：南京大学 ZHI艺 虚拟展示平台 [S6]；本页为简化流程图，不是操作教程或经工坊核验的结构设计。

统一视觉语言：绒 · 日常

柔软绒纹 × 克制曲线 × 现代佩戴。



绒 · 日 常

让传统手艺成为日常穿搭里
刚刚好的细节。

米白 / 豆绿 / 雾蓝 / 低饱和粉 / 柔金

产品语言	**不对称可尝试，但避免造型堆叠**
形状策略	**叶片、芽形、柔和弧线优先**
叙事顺序	**先好看好戴，后讲文化来历**

本页产品形象：AI辅助生成的概念效果图，非实物、非工艺师设计图，材质与结构均待验证。

轻芽｜通勤基础款

耳饰是第一批开发入口：小巧、温和、细节清晰。



SKU 01 / 日常耳饰

把一枚嫩芽，放在耳边。

叶形与芽形为基础，局部增加自然金属曲线与细小珠饰；优先控制整体视觉体量。

主要场景	**衬衫、针织衫、办公室**
企划尺寸	**外观约 10–18 mm（待验证）**
配色组合	**米白 × 豆绿 / 雾蓝 × 柔金**
测试标价	**¥99–159 / 对**

> 必须先核验：耳针/耳夹连接、实际重量、压损、皮肤接触金属材料。

微漾｜休闲点睛款

放弃“再做一朵花”，尝试用绒条形成更轻盈的现代饰品轮廓。

SKU 02 / 项链吊坠

把绒丝的柔软，沿着弧线保留下来。

一条细链、一枚小吊坠。避免复杂堆叠，让金属线条和绒丝形成硬软对比。

主要场景	**T恤、低领衬衫、纯色针织**
造型结构	**水滴 / 弧线 / 叶脉方向**
测试标价	**¥139–229 / 条**

> 重点风险：独立弧线支撑、链圈连接、摩擦起绒；如不可制作则以有支撑外框的叶片轮廓作为备选。



03 / SKU-03

同频｜轻礼赠套装

耳饰与项链不必长得一模一样；它们需要讲同一种设计语言。



SKU 03 / 耳饰＋项链

一套饰品，两种佩戴节奏。

同色系、同质感、不同体量。耳饰作为轻细节，项链作为轻焦点；支持单买和套装购买。

套装组合	**轻芽耳饰＋微漾项链**
初步定制	**有限配色与耳针/耳夹选项**
测试标价	**¥219–349 / 套**

> 需要验证：套装溢价、包装分仓、配送抗压和顾客是否愿意同时佩戴。

三项SKU，一个系列，而非三件孤立单品。

把审美提案转成产品组合、价格假设与研发优先级。



01 轻芽

日常耳饰

¥99–159



02 微漾

轻巧项链

¥139–229



03 同频

轻礼赠套装

¥219–349



概念探索｜戒指

建议以小型芽叶绒片搭配低矮金属戒托，探索可拆卸结构，方便清洁与替换。

待验证：固定方式、耐磨、防潮及佩戴舒适度。

第二阶段提案｜不列入首批SKU

以上价位均为概念测试区间；未完成材料工时核算，不能解释为真实成本或消费者支付意愿。

下一步 / 真实落地路径

视觉概念完成，不等于商品开发完成。

作品集必须让招聘方看到：哪些判断已形成，哪些验证还没有发生。

本轮已经完成

- ✓ 非遗身份与工艺流程桌面核实
- ✓ 30款竞品初步记录与数据边界
- ✓ 目标用户与场景企划假设
- ✓ 三SKU与AI辅助概念效果
- ✓ 风险点和下一步验证设计

后续需要真实执行

- ○ 工坊核实外观是否可制作
- ○ 制作样品、佩戴/耐磨/包装测试
- ○ 取得材料与工时报价
- ○ 真实用户概念测试（目前未实施）
- ○ 正式定价和市场投放验证

这一阶段已经形成的成果：不是提前断言三款产品会成功，而是整理出可供工艺师、设计师和运营人员共同讨论的方向，明确下一步需要打样、核算和测试的内容。

2026年10月22日项目状态：独立模拟商业企划。无真实消费者访谈、实物打样、工坊报价或销售结果。新标准 GB 28480-2026 将于2027年4月1日实施，设计阶段应核对适用安全规范。[S7]

研究说明 / 可追溯证据

把事实、判断和假设，放在不同位置。

以下为本版作品集关键外部来源；所有链接可在PDF与HTML中打开。

S1	江苏省政府｜第一批省级非遗名录	查看来源 ↗
S2	南京市政府｜一朵非遗绒花“破圈”	查看来源 ↗
S3	南京市文化和旅游局｜非遗绒花文旅经济答复	查看来源 ↗
S4	梧翊凰官方微店｜耳饰与胸针	查看来源 ↗
S5	逸红颜微店｜牡丹绒花耳环	查看来源 ↗
S6	南京大学 ZHI艺｜绒花制作技法	查看来源 ↗
S7	全国标准信息公共服务平台｜GB 28480-2026	查看来源 ↗
S8	项目附件｜南京绒花饰品竞品调研矩阵（30款）	项目自有研究文件
S9	逸红颜微店｜古伞绒花耳坠	查看来源 ↗
S10	人民画报｜绒花工艺与当代生活	查看来源 ↗

素材声明：封面及第10–14页饰品为AI辅助概念图；第6页竞品使用造型示意图并附真实商品链接，不是商品实拍；第9页为工艺简化示意。拟定品牌“绒・日常”为项目工作名称，未做商标检索。调研截至2026-10-22。

04

先理解工艺，再决定如何做。

南京绒花饰品工艺可行性与产品开发方案

围绕「轻芽」耳饰、「微漾」项链、「同频」套装及戒指延伸概念，逐项拆解制作条件与下一步打样任务。

工艺依据 | 结构假设 | 产品风险 | 打样需求

独立模拟商品企划｜2026.10｜本模块不包含实物打样或工坊确认结果





绒花能做成饰品，但结构不能凭效果图决定。

从真实工艺出发，区分传统技法与新商品所需的五金装配。

文献已核实

绒花的主体并非普通布艺花片

公开资料介绍传统绒花以桑蚕丝为主要用料，通过铜丝固定成绒条，再经修剪、造型与组合形成作品。[S2][S3]

01	→	02	→	03	→	04
劈绒		**勾条**		**打尖**		**传花**
分理熟绒，明确纤维走向		将绒与铜丝结合成条		修剪轮廓与绒面形状		组合、包扎与定型连接

说明：依据南京大学 ZHI艺公开教学资料作简化归纳；不同工坊具体操作、辅材和装配方式须核实。



AI局部视觉｜展示绒面质感，不代表真实工序

对本企划的直接影响

「做得更小」不必然代表「做得更容易」。微型绒条是否仍能保持纤维密度、清晰轮廓和连接牢度，需要在造型设计阶段就与工艺师讨论。

已知依据

材料方向、核心工序、已有饰品化实践。

尚未核验

本系列的绒条截面、固定工艺、胶黏/绕线方式、批量工时。

轻芽：先保证轻巧与稳定，再谈造型细节。

小尺寸只是设计出发点，佩戴舒适与连接可靠性必须通过实样判断。



轻芽耳饰｜AI概念图

SKU-01 / 轻芽 · 日常耳饰

外观目标

约10–18 mm

沿用前稿设计假设，非实测

佩戴版本

耳针 / 耳夹

分开核对五金与连接



① 绒花造型件

小型芽叶绒片；绒面完整度待验证

② 金属承载件

建议先评估托座/包线支撑，不预设裸露接头

③ 佩戴五金

耳针、耳夹分别打样；核对接触材料和固定性

我会向工坊确认｜同款能否稳定成对？佩戴时是否转向？绒条末端会不会刮擦或勾住头发？

微漾：让绒丝成为主角，金属负责可靠支撑。

沿用你确认过的修订版造型，进一步明确吊环、承载件与绒片的关系。



微漾项链｜与前稿一致的AI概念图

SKU-02 / 微漾 · 项链吊坠

方案 A · 优先评估

弧线承托结构

用完整的金属弧线承载绒片，吊环设在视觉重心附近；不保留突兀的悬空杆件。

方案 B · 备选

薄外框固定结构

若弧线方案难以牢固固定绒片，则改用有连续支撑的芽叶边框，并缩减绒面暴露区域。

链条 ↘ 吊环 ↘ 金属承载件 ↘ 绒片 / 珠饰

结构关注

吊点方向、连接件牢度、绒片在佩戴中的翻转。

日常使用关注

衣物摩擦、绒面勾丝、收纳压损、链长适配。

工坊确认前不作结论｜金属弧线是概念表达，最终用料、承重和装配工艺均未确定。

同频：从单品开发，走向可配套的产品结构。

包装、通用材料与工序协同，是套装企划必须回答的经营问题。



同频套装｜AI概念图，包装仅作视觉参考

SKU-03 / 同频 · 轻礼赠套装

共用一种设计语言，
不必强行使用同一尺寸。

01 **共用设计参数**

同色阶、同类叶形和金属曲线；耳饰小、项链略大，保留搭配层次。

02 **共用采购清单**

梳理可共用的绒丝配色、金属色、包装内衬；不同商品单独核算工时。

03 **包装保护**

优先考虑分仓固定，避免耳饰和吊坠在运输中相互挤压或勾挂。

> **套装不等于自动降本**｜需比较独立包装和组合包装的用料、组装时间及保护效果。

04 / FUTURE SKU · CONCEPT ONLY

戒指：值得探索，但现在不急于上市。

保留你的系列化想法，同时正视高频摩擦对绒花材料提出的要求。



AI概念戒指｜第二阶段储备



结构探索方向

低矮戒托＋微型芽叶绒片；优先研究可拆卸饰件或受保护的嵌件，而非大体积外露绒花。

FUTURE CONCEPT / 不列入首批SKU

戒指的难点不是造型，是手部使用频率。

日常摩擦

衣物、包袋和桌面更容易接触戒面，绒面磨损须实测。

潮湿与清洁

洗手或清洁时可能沾水；需设计明确的使用与拆卸方式。

安装牢度

可拆卸结构要防止意外脱落；不能以“可拆”代替安全验证。

进入开发的前置条件

先由工坊确认微型绒片制作与固定方式，再进行摩擦、湿度、边缘刮擦及佩戴舒适度测试；没有合格样品前不建议上市。

04 / DEVELOPMENT RISK MATRIX

不急着给产品打分，先把失败点摆在桌面上。

六项优先验证风险，明确由谁给出证据、什么情况下需要调整设计。

企划阶段的预评估 这里的“高 / 中”是为决定验证先后顺序所做的风险分级，并非检测结果、故障率或工坊评定。

风险项	关注度	可能出现的问题	优先验证动作
01 **微型成形**	高	绒条过短时的轮廓与绒面均匀性	工坊制作同形2–3个试样；记录尺寸与用时
02 **五金连接**	高	绒片与耳针/吊环连接点松动	不同连接方案打样；由工坊确定测试方法
03 **绒面保护**	高	压损、勾丝、摩擦后的外观变化	通勤衣料接触与包装运输情景试验
04 **佩戴体验**	中	耳饰转向、吊坠翻面或碰衣物	实物试戴记录，核对重心与五金位置
05 **套装一致性**	中	同系列配色和形态不稳定	色卡及造型样板、批次比对
06 **材料安全**	高	皮肤接触件信息或检测证据不足	向供应商索取材质证明并咨询检测机构

先验证什么?

先看是否能稳定制作与牢固连接；再看佩戴和运输；最后核算批量工时与定价。

合规边界

2026年10月，GB 28480-2012仍现行；GB 28480-2026将于2027年4月1日实施。[S5] 具体要求需按产品类别向检测机构核实。

把概念交给工坊之前，先把问题问对。

这份需求书是研发沟通起点：结构提案、材料规格、工时报价均待专业人员确认。

给工坊的第一轮问题清单

01	**工艺匹配**	两款芽叶造型能否按传统绒花工艺稳定制作？哪些部位必须调整？
02	**材料与结构**	桑蚕丝、铜丝与五金的具体规格、供应来源、连接方式及替代建议。
03	**尺寸与工时**	耳饰约10–18 mm仅是目标，请确认合理尺寸；分别报价单件工时与起订量。
04	**耐用与护理**	绒面可承受的日常摩擦、运输包装及清洁限制；是否需额外支撑？
05	**试样交付**	分别提供可选结构方案、实物尺寸重量、试作照片和修改建议。

拟制询价字段 / 未获实际报价

建立可追溯的BOM与工时表

项目	需要记录
绒条 / 绒片	材质、色号、数量、损耗
五金 / 珠饰	材质证明、规格、单价
手工工时	劈绒/勾条/成形/装配
包装 / 配送	内衬、分仓、抗压方案
样品检查	尺寸、重量、连接、外观

所有成本和产能均留空，直至工坊提供具体报价与样品记录。

阶段出口：是否进入打样？

能制作、有明确连接方案、愿意提供材料信息 → 进入首轮样品；任一关键条件无法确认 → 修改造型或暂缓开发。

我们已经知道该问什么，尚不能说产品已经能做。

把真实文献、个人产品判断与尚待验证的开发环节清楚分开。

本模块已经完成什么

- ✓ 查证传统工艺与省级非遗身份
- ✓ 提出三款商品的结构选择与备选方向
- ✓ 列出材料、佩戴、包装与合规检查点
- ✓ 形成首轮工坊沟通及打样需求

哪些结论还不能下

尚无实物、工坊报价、材料安全检测或消费者测试。本模块属于桌面研究与产品开发预案，所有AI产品图均为概念效果；风险等级是企划评估，不是检测证明。

我的企划判断

先让工艺师判断什么能实现，再和设计师一起调整外观，最后由运营侧验证日常场景、价格与销售方式——让传统工艺的美感真正进入可使用的商品。

资料依据 / 可点击阅读

S1	江苏省人民政府｜第一批省级非遗名录	打开 ↗
S2	南京大学 ZHI艺｜绒花制作技法	打开 ↗
S3	人民画报｜南京绒花材料与传统工序	打开 ↗
S4	南京市文旅局｜南京绒花传承与产业现状	打开 ↗
S5	全国标准信息公共服务平台｜GB 28480-2012 / 2026	打开 ↗
S6	人民日报｜国风饰品与绒花工时	打开 ↗

本页链接为公开资料。传统工艺流程来自南京大学等公开信息；金属托座、结构组合、工坊询价及风险分级是本项目提出的待验证方案，不是上述机构的制造建议。

05

成本定价与市场营销企划

南京绒花现代日常饰品系列

从公开售价、制作工序和交付成本入手，梳理三款商品的核价逻辑，并规划适合日常饰品的销售与内容测试路径。

真实商品价格参照 | 成本核价模型 | 渠道与内容

2026年10月23日｜独立模拟商品企划｜尚无工坊报价及真实销售数据





05 / 研究边界

这份企划的依据与待核实事项

先明确资料能支持哪些判断，再展开核价与营销安排。

已经查到的依据

¥160 / ¥188

梧翊凰公开店铺的两款绒花耳环标价；南京市政府报道另提及“百元左右”的绒花耳坠。

来源：[S1][S2]，属于公开售价信息。

目前确定的企划方向

通勤与日常休闲

第一批研究围绕轻芽耳饰、微漾项链与同频套装展开，以真实穿搭和商品细节作为主要传播内容。

属于本项目的商品定位与计划。

仍需取得的证据

报价 · 费率 · 实测

工坊工时、材料单、五金成本、物流费、平台收费及消费者价格接受度，目前均没有可核实的实测值。

未填齐之前，不给出利润结论。

研究方法 公开售价适合用来了解现有商品的价格位置。下一步仍需确认尺寸、工序、包装和实际成交条件，再决定我们的商品应该落在哪个价位。

说明：价格、规则和运费均具有时效性。本册以2026年10月23日前查得的资料为基础，后续需要按实际经营条件更新。

05 / 竞品价格参照

已知价格，如何用于商品定价?

保留可追溯的三条价格线索，为后续成本核算提供参照。

公开商品页

¥160

樱花仿绒花点翠耳环

南京梧翊凰公开店铺标价，保留原商品名称。[S2]

公开商品页

¥188

雏菊绒花仿点翠耳环

与樱花款同属耳饰品类，具体规格仍需进一步核对。[S2]

南京市政府报道

百元左右

已有入门绒花耳坠

报道中的市场入口描述，未对应单款商品标价。[S1]

这组数据如何使用

轻芽耳饰

以现有耳环为初步价格参照，逐项比较工艺复杂度、尺寸、金属配件和成对工时。

微漾项链

目前缺少同规格的可靠样本，项链链材、连接方式与制作工时需要独立核价。

同频套装

按完整套装分别核算材料、包装、履约和优惠，不能简单用两件单品标价相加。

公开标价不等同实际成交价，且本轮样本数量有限。不同材料、规格和工时的饰品不能直接进行同价比较。

05 / 成本构成

绒花饰品的成本如何拆分?

核价覆盖制作、交付与售后，尤其要单独记录手工工序。

	费用项目	核价依据
01	**直接材料** 蚕丝／染色绒、铜丝、珍珠、耳针耳夹、项链五金	工坊材料清单、采购报价
02	**制作与装配** 绒条制作、打尖、造型组合、五金装配、检品	分工序报价、试制记录
03	**包装与损耗** 防压内托、外盒、说明卡、不良替换	包材报价、包装测试
04	**成交与售后** 物流、平台费用、支付费、佣金、售后预留	商家后台与实际订单
05	**开发固定费** 打样、拍摄、设计、检测及协调支出	合同／报价，另列摊销口径



工时是核价的关键

南京大学绒花技法资料列出劈绒、勾条、打尖、传花等工序。[S3] 三款概念商品尚未打样，暂无每道工序的实际工时。

套装另核共用礼盒、组装及运输成本，防止重复记账。

05 / 单件核算

报价到手之后，怎样判断价格?

把收入、变动成本和固定费用放在同一套核算关系里。

01 先算每件订单会发生的费用

单件变动成本 = 材料＋工费＋五金＋包装＋损耗＋物流＋渠道／支付费用＋售后预留

02 再看每笔订单能留下多少贡献

单件贡献额 = 实际订单收入 − 对应变动成本

用于覆盖固定费用；它不是扣除全部税费和期间费用后的净利润。

03 最后看保本条件是否成立

简化保本量 = 固定费用 ÷ 正的单件贡献额

只适用于商品结构、周期与费用口径已经确定的情景。

三项需要单独核对的费用

平台收费

按照商家实际类目、订单计费基数与适用规则录入。[S5][S6]

退货及替换

目前缺少项目历史记录，售后成本先留空；实际销售后按原因归集。

套装共用费用

包装按整套计，耳饰与项链的工费分开列示，再比较不同销售方式。

可编辑Excel与本页使用相同口径。报价未填齐时，核算结果维持“待核实”。

05 / 三款SKU的价格判断

价格方案先服务产品角色

沿用前期确定的测试区间，分别明确成本与市场验证任务。



SKU 01｜轻芽

日常通勤耳饰

测试区间 ¥99–159

对照已查到的绒花耳饰售价，优先核对成对制作工时、耳针方案与轻量化结构。



SKU 02｜微漾

抽象流线项链

测试区间 ¥139–229

项链的链材、吊坠连接结构和工时需要独立询价，目前缺少可直接对标的同规格商品。



SKU 03｜同频

耳饰＋项链套装

测试区间 ¥219–349

确认两件产品的实际成本与共用礼盒费用，再考虑是否设置组合优惠。

下一次定价节点 以上区间来自前三个模块的概念企划，尚未得到工坊成本及消费者支付意愿支持。真实报价出来后，再决定正式售价与首发顺序。

05 / 套装经营

同频套装怎样定价才合理?

分别计算组合场景中的成本与收入，再决定是否提供套装优惠。



同频｜耳饰＋项链概念效果

需要比较的三种购买方式

① 耳饰、项链分别下单

分别产生包装、配送和渠道费用，记录两笔订单的贡献总和。

② 两件商品同单购买

按合单发货与共用包装核价，判断省下的费用是否真实存在。

③ 同频套装销售

计入礼盒、装配及可能的优惠，按套装实收金额计算单件贡献。

套装上市的判断依据　用户是否觉得组合更方便、礼赠体验是否提升，以及与单买相比的实际贡献额。这三项结果取得前，套装价格仅作测试方案。

05 / 渠道安排

首轮重点放在小红书

内容传播、商品解释和消费者反馈由同一渠道串联，便于逐项复盘。

01 优先测试

小红书

通勤穿搭、配色讨论、商品细节说明

项目主理人已有相关内容电商运营经验，适合先围绕尺寸、佩戴场景和顾客疑问形成稳定的内容反馈。

经营前核对

入驻主体、饰品类目、收费、售后与商品发布要求。[S4][S5][S8]

02 第二阶段候选

抖音电商

短视频展示、产品对比、工序片段

可探索更短的商品展示形式，但需要重新评估拍摄投入、平台费用及履约能力。

经营前核对

商品类目费率、订单计费基数、达人分佣及活动规则。[S6]

03 线下补充

文创馆与市集

触摸材质、现场试戴、收集产品疑问

在取得实物后，线下展示有助于了解绒花尺寸、配色和实际质感是否符合预期。

合作前核对

寄售抽成、库存责任、样品损耗及陈列条件。

渠道安排的原因 当前生产能力与可售产品尚未确认，先用一个渠道积累可核对的反馈，再根据真实交付能力安排扩展。

05 / 内容规划

围绕消费者的六类具体疑问

每条内容对应一个使用场景、可出示的素材和需要记录的反馈。

01 通勤穿搭

白衬衫、针织衫与轻芽耳饰的配色搭配

所需素材 真实佩戴照、大小对照

关注反馈 关于尺寸、百搭性的咨询

02 周末场景

微漾项链搭配日常休闲服饰

所需素材 试戴视频、链长实测

关注反馈 佩戴位置与比例疑问

03 配色选择

米白、浅绿、雾蓝三色方案比较

所需素材 标明概念图、无现货

关注反馈 不同颜色的评论偏好

04 工艺介绍

一分钟呈现绒条制作与打尖细节

所需素材 授权工序实拍、工艺来源 [S3]

关注反馈 工艺细节的收藏与提问

05 收纳养护

防压内托使用与日常收纳方法

所需素材 工坊确认的养护说明

关注反馈 护理与耐久性问题

06 套装搭配

耳饰单戴、项链单戴及两件成套

所需素材 实物套装、包装、售价

关注反馈 单件与套装咨询差异

> 先让消费者看到佩戴效果，再逐步补充尺寸、材质与工艺故事。实物完成前仅发布清楚标注的概念方案，不使用虚构试戴或在售信息。

05 / 内容示例

轻芽耳饰的一条通勤视频脚本

从实际穿搭、佩戴细节到工艺说明，预先明确每个镜头需要什么证据。



《给白衬衫加一点颜色》

轻芽耳饰 · 通勤穿搭短视频脚本（待打样后拍摄）

0–4秒	**通勤场景** 白衬衫造型中，先展示没有佩戴饰品的画面，再切到耳饰细节。
5–12秒	**佩戴细节** 实物完成后拍耳朵侧面比例、配色与耳针结构；避免未经证实的舒适性承诺。
13–20秒	**手工细节** 在获得授权后加入真实绒条纹理与制作镜头，核对材料名称。
结尾	**征询偏好** 展示米白、浅绿与雾蓝，邀请观众说出最想搭配的场景。

这条内容希望了解什么？ 重点记录颜色偏好、尺寸与清洁疑问、对手工价位的看法，并将这些反馈整理为下一轮商品修改清单。

05 / 经营复盘

从概念测试逐步走向经营验证

随着样品与真实订单出现，逐步更新成本表、内容反馈和产品改良记录。

分四步开展验证

A

概念确认

比较配色与造型方案，记录消费者提出的具体顾虑。

B

工坊打样

测量工时、重量、连接牢度及包装成本。

C

小范围内容

记录咨询、收藏与尺寸问题，观察内容解释是否清楚。

D

具备销售条件后

才开始统计成交、履约、退款与每笔订单贡献。

进入实际运营后持续记录

内容咨询

看消费者集中询问的尺寸、配色和材质问题。

商品访问与成交

上线后按平台后台实际口径记录，不预设增长率。

每笔订单贡献

按实收金额与已发生费用核算，用于调整价格。

售后与压损

按颜色偏差、尺寸、运输损伤等原因归类。

当前未开展消费者访谈、真实打样或商品上线。表中均为后续研究与经营记录方案，指标数据需要实际测试后填写。

05 / 决策与来源

下一步核实哪些条件，才能试销?

把制作、定价、渠道与信息合规的确认事项留给真正的实施阶段。

正式试销前必须确认

1. 工坊能够完成造型，材料与分工序工时报价明确。
2. 实物通过佩戴、连接稳定性和运输保护评估，并核实适用安全要求。
3. 店铺主体、经营类目、平台收费与售后条件明确。
4. 按真实成本复算之后，商品仍有合理的经营空间。
5. 商品图片、材质与传统工艺说明均可核查。

出现哪些情况需要重新调整?

如果绒面保护、金属连接或工时成本难以支持日常佩戴场景，优先回到结构、售价和生产批量重新讨论。不能用概念效果图代替实物结论。

研究资料与规则入口

[S1] 南京市政府｜绒花走进现代生活（2025-12-15）
[S2] 南京梧翊凰绒花微店｜公开商品与标价（访问2026-10-23）
[S3] 南京大学 ZHI艺｜绒花制作工艺
[S4] 小红书招商官网｜店铺主体与内容销售
[S5] 小红书官方｜技术服务费规则
[S6] 抖音电商官方｜技术服务费规则（2026-09-28发布）
[S7] 市场监管总局｜中华人民共和国广告法
[S8] 小红书电商规则总览｜查最新适用政策
[S9] 南京大学工贸｜传统绒花材料与工艺

公开商品价格不代表实际成交额；平台规则会随时间调整。当前方案尚无实际经营数据，也未获得工坊或传承人联名授权。

06

产品验证与迭代方案

为轻芽耳饰、微漾项链与同频套装建立一套可执行的检验和改良流程。

概念测试　工艺与佩戴　决策记录

2026年10月23日｜独立模拟商品企划｜无访谈、打样及试销实绩





06 / 研究进度

这次验证，从哪里开始?

前五个模块已经明确产品方向；缺少的证据也需要留在台面上。

目前有依据的内容

已完成的准备

01 **市场及工艺桌面研究**

保留了公开竞品售价、传统绒花制作工序与来源链接。

02 **产品概念与结构预案**

轻芽、微漾、同频三款商品，以及戒指第二阶段探索。

03 **可调整的成本模型**

模块05已列明工费、材料、包装和渠道费用，未取得的报价留空。

下一阶段需要取得

尚待完成的证据

A **消费者反馈**

造型偏好、佩戴场景、购买顾虑与定价接受情况。

B **工坊试样**

实物尺寸、重量、工时、五金固定方式及防压包装。

C **正式销售前核验**

安全要求、材料记录、实际平台费用和履约条件。

本模块的工作范围：设计测试问题、记录字段与决策路径。以下出现的测试人数、流程顺序和判断规则均为本项目的执行建议，尚未实施。

06 / 四项关键假设

最先确认的四个产品问题

每个假设都对应下一步的取证动作；外观喜欢程度与实际可卖性分别验证。

01 视觉接受

小型芽叶造型是否适合日常？

用统一比例的概念图，让受访者描述适合的服装、场景以及最在意的细节。

项目假设：低饱和配色和非完整花形可能降低搭配门槛。

02 佩戴体验

绒花会不会影响使用？

待打样后测量重量、尺寸、连接稳定性，并记录衣物摩擦和日常动作的影响。

概念图不能提供舒适度、耐用性结论。

03 工艺实现

非花形结构能否稳定制作？

向工坊确认绒条长度、造型精度、金属托件和返修方式。

绒花劈绒、勾条、打尖、传花等工序见南京大学资料 [S1]。

04 价格与组合

单品与套装有何购买理由？

展示相同价格信息，比较购买顾虑；真正的售价须回到工坊报价和订单费用测算。

购买意向与实际成交之间仍存在差距。

06 / 概念测试设计

先让受访者看图，再解释工艺

先记录第一眼的造型印象，随后补充材料与工艺信息，观察评价是否变化。



素材样例：已统一的AI概念图；测试时每个商品需要另备相同尺寸、角度和背景的单品图。

① **第一轮｜不提示“非遗”背景**

请受访者描述造型、适用场景与不愿佩戴的原因。避免先说“年轻化”“高端”等引导词。

② **第二轮｜补充真实信息**

说明计划采用南京绒花技艺，并明确图片尚未打样。再询问材料和文化故事是否影响判断。

③ **第三轮｜讨论价格和组合**

提供明确标识的测试价格，不暗示“划算”。让受访者解释单品或套装的选择理由。

若比较多个设计版本，需要统一图像比例、呈现信息与提问顺序；不同受访者可轮换版本顺序，减少先入为主的影响。

06 / 测试提问与记录

一份可以直接使用的概念访谈提纲

建议先做小规模探索访谈，再决定是否扩大样本；这里没有任何已收集的答案。

开放式问题｜建议顺序

01 看到这件饰品，你会想到什么样的穿搭或场合？

02 哪一部分吸引你？有没有不想戴的细节？

03 你觉得它和你现在佩戴的饰品有哪些不同？

04 知道它计划采用绒花工艺后，你的看法有变化吗？

05 耳饰、项链和套装中，你愿意先了解哪一款？为什么？

06 看到测试价位后，你还会考虑它吗？顾虑是什么？

如何招募

优先接触符合本项目定位的通勤／休闲饰品潜在消费者。可作为第一轮工作建议的是8–12次一对一探索访谈，并记录佩戴习惯差异。

人数为项目建议，不能据此推断市场比例或统计显著性。

如何记录

匿名编号、测试日期、展示版本、原话摘录、购买顾虑、后续建议。记录拒绝理由，不仅收集赞同意见。

未经受访者同意，不采集或公开个人身份信息。

方法参考：[S4] NIST 用户中心设计原则（借鉴迭代逻辑；并非饰品行业测试标准）；[S5] NN/g 小样本定性研究方法（不等于证明商业需求）。

06 / 产品打样清单

三款商品各有一道需要跨过的关

模块04已提出结构方案。真正打样后，先把尺寸、工时和连接细节记录清楚。



SKU-01

轻芽｜耳饰

成对造型是否接近；耳针／耳夹固定处是否稳固；实际重量与佩戴比例。

记录：尺寸、单只重量、固定方式、工时、照片。



SKU-02

微漾｜项链

弧线承托与绒片如何固定；佩戴后吊坠是否侧翻；链长与坠体比例。

记录：连接样式、重量、悬挂姿态、返修可能性。



SKU-03

同频｜套装

耳饰与项链的比例是否协调；包装是否分仓；合装运输有无勾挂。

记录：内托结构、装箱工时、损耗、礼盒报价。

给工坊的交付要求：至少提供试作照片及标注尺寸的实物记录；如造型难以完成，应先说明技术限制和可替代结构。所有样品仍需经过后续材料与使用测试。

06 / 佩戴与包装检验

日常使用时，问题可能出在哪里?

建议由实物试样开始逐项检查；尚无样品时，所有观察结果都保持空白。

实际佩戴观察

01 **耳饰：压力与接触**

记录耳针／耳夹固定感、重量感、头发勾挂、脱外套时是否受牵拉。

02 **项链：摆动与方向**

观察行走、坐下、背包时的吊坠朝向，检查支撑件是否外露或刮到衣物。

03 **绒面：摩擦与保养**

记录绒片是否塌陷、起毛、沾污；护理说明先向工坊核实。

包装与交付观察

A **固定位置**

耳饰和项链分仓，防止五金与绒面相互挤压和摩擦。

B **开盒状态**

对比运输前后的绒面形态、吊坠位置、内托是否移位。

C **保护成本**

分别记录单品包装、套装内托、材料替换和返工费用。

结果判读：出现佩戴疼痛、尖锐边缘、连接松脱或明显绒面损坏时，应暂停该结构的试销准备，并交由工艺师／检测机构处理。具体合格判据由适用标准与测试方案确定。

06 / 安全与上市条件

材料安全要有可核对的证明

安全检查由相关专业人员和具备资质的机构确认，企划页不能替代检测报告。

官方标准核查

适用标准与实施时间

GB 28480-2012

《饰品 有害元素限量的规定》目前为现行标准。[S2]

GB 28480-2026

《首饰 安全技术要求》于2026-03-31发布，2027-04-01实施，届时替代2012版。[S3]

正式销售时须按产品类别、销售时间和适用法规重新核对要求。

开售前审核项目

材料与宣传口径

① **取得材料信息**

耳针、链条、金属托件的供应商规格、材质证明与采购批次。

② **确认检测要求**

由专业人员判断适用项目、抽样和检测机构；结果存档。

③ **规范商品说明**

未取得相应证明前，不使用“防过敏”“安全无害”等未经验证的措辞。

产品暂停条件：材料来源不清、连接结构存在安全隐患、必要的检测或适用规则未确认时，先停止上市准备，待证据补齐后重新审核。

06 / 价格与购买决策

消费者愿意买，与账算得过来要同时成立

价格访谈只能说明意向；是否能经营，还要回到模块05的成本模型。

01

先问购买理由

展示轻芽耳饰、微漾项链和同频套装；请受访者按真实需求选择，并说明不选的原因。

记录：佩戴场景、风格顾虑、套装是否带来便利。

02

再测试价格区间

沿用模块05的初步测试区间，记录可接受程度。价格只是问卷素材，不能写成确认零售价。

测试区间：耳饰 ¥99–159；项链 ¥139–229；套装 ¥219–349。

03

最后核对单位经济

依据真实材料报价、制作工时、包装、平台费及履约支出，计算可持续的售价。

成本录入表中的空白报价应继续保留，不得用估算数字冒充已报价。

即使访谈中有人表示愿意购买，如果成本核算后没有合理经营空间，仍需重新讨论造型复杂度、商品组合或目标售价。反过来，较好的账面贡献也不能替代实际需求验证。

06 / 迭代动作

如果遇到问题，下一步怎么改?

以下是可能出现的情景及预案，属于推演，不代表已经得到用户或工坊反馈。

假设情景 A

喜欢绒花质感，却觉得造型偏传统

先比较芽叶和抽象流线版本；记录被排斥的具体细节，再调整尺寸、配色或轮廓。

假设情景 B

项链佩戴后侧翻或刮衣物

请工坊检查吊点、重心与金属托件；必要时评估闭合边框方案，并重新打样。

假设情景 C

套装得到认可，但价格顾虑明显

比较无礼盒组合与礼盒套装；同时核算共用包装与返工成本，不直接下调售价。

假设情景 D

微型绒片工时过长、难以稳定交付

保留关键绒面细节，减少零散组合或重新安排产品层级；同步核对工艺真实性。

戒指仍属第二阶段：若绒片日常摩擦、潮湿及戒托连接问题没有解决，保持概念储备状态，不纳入首批上市范围。

06 / 决策与证据记录

每次测试，都留下能复核的材料

这套字段可直接作为工坊沟通表、概念访谈表与方案评审纪要的基础。

单次验证记录卡

对象编号	SKU-___ / 版本___
验证类型	概念访谈 / 工坊试作 / 佩戴 / 包装 / 核价
日期与执行人	_____ / _____
原始证据	图片、录音同意记录、实测单、报价单、商品页链接
发现与影响	_____
下一动作	保留 / 修改 / 暂停；负责人及复核日期

三种决策状态

✓ **继续**

关键风险已核实，进入下一验证阶段。

↺ **修改**

调整造型、结构或费用后重新检查。

审阅时应能回答

这个决定依据哪一份记录？谁确认了结果？下一轮如何比较？如果证据不足，究竟缺少哪一项？

不得将建议方案、AI视觉图或未完成的测试登记为实际结果。

06 / 交付、边界与来源

完成企划的最后一步：把未知留清楚

这次交付的是可以开始执行的验证方案。真实结果应由将来的访谈、工坊和实测记录补全。

本次已完成

四项待验证假设、概念访谈提纲、三款商品打样关注点、使用与包装测试事项、迭代情景及记录模板。

依然没有的数据

访谈人数与反馈、材料安全检测、实物试戴、工坊报价、真实成交与退换货表现。

项目进入下一阶段的条件

取得工艺可行性答复，完成必要实物检查及安全核验，再以真实成本决定是否试销。

核查来源与方法参考

[S1] 南京大学 ZHI艺｜《妙手生花》：劈绒、勾条、打尖、传花

[S2] 全国标准信息公共服务平台｜GB 28480-2012（现行）及2026版状态

[S3] 国家标准公开信息｜GB 28480-2026，2027-04-01实施

[S4] 美国国家标准与技术研究院 NIST｜Human Centered Design（参考迭代研究方法）

[S5] Nielsen Norman Group｜Usability Test Checklist（定性研究流程参考）

[S6] 南京大学｜绒花传统工艺体验与传承活动（传统工艺应用案例）

* NIST、NN/g 的研究资料用于借鉴定性访谈与迭代方法，不构成珠宝行业的检测或营销效果标准。

文化图文样稿：绒花为什么叫“绒花”？

展示方式：文化知识型图文｜适用于品牌账号的工艺知识栏目（示范成稿，尚未发布）。



文化知识　图文样稿

绒花，与“荣华”谐音。

一根根绒丝经过整理，再与细铜丝结合，才有了能够修剪、盘绕、组合的绒条。花瓣的轮廓、绒面的疏密，都离不开手上的工夫。

过去，人们常在婚嫁与节庆时佩戴或使用绒花装饰，把对美好生活的祝愿寄托其中。这样的文化寓意也为今天的商品讲述留下了线索。

如果想更了解一朵绒花，可以从它如何选绒、勾条、修剪和组合开始。

来源：南京市中山陵园管理局 [5]；工艺步骤依据南京大学 [4]。配图为AI概念饰品。

发布前核对：图文中不使用未经授权的工坊实拍；历史表述保留出处，避免未考证的朝代轶事。

生活方式图文样稿：把一枚嫩芽戴在耳边

以日常穿搭为切入点的内容示例；配图是AI概念效果，尚无真实试戴与销售。



穿搭提案　AI概念视觉

一件白衬衫，两种配色思路

白衬衫已经很清爽，耳饰可以简单一点。米白配豆绿比较柔和，雾蓝配柔金则多一点颜色；两种组合都想试试和针织衫一起搭。

「轻芽」是我围绕日常穿搭提出的绒花耳饰概念。造型参考芽叶，计划保留细腻绒丝，并让金属线条承担支撑作用。实际尺寸和连接结构仍需工坊确认。

如果由你来选，会更想戴哪一种配色去上班？除了颜色，你会在意耳饰的大小、材质，还是清洁保养？

说明：AI辅助产品概念图，尚未打样、销售或进行真实试戴。

备用分镜（待打样）　白衬衫穿搭 → 商品尺寸细节 → 获授权的制作片段 → 配色选择。