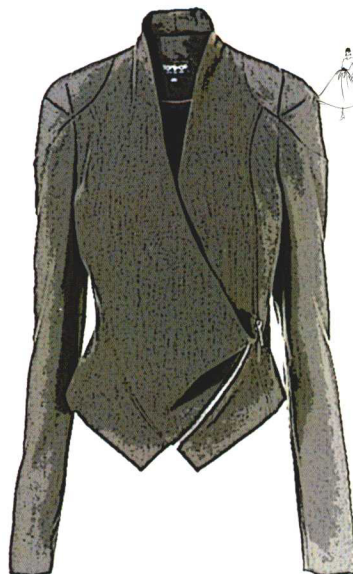




COLLECT COOL TEARSHEETS
CLASSICS WITH A TWIST



CURRENT
SHOE
RESEARCH



国际服装效果图 表现技法 服装作品集 制作过程详解 Portfolio for Fashion Designers

(美) 凯瑟琳·哈根 朱莉·霍林格 著 朱卫华 刘静 译



東季

国际时装设计经典系列丛书

Portfolio for Fashion Designers

国际服装效果图表现技法

——服装作品集制作过程详解

(美) 凯瑟琳·哈根 朱莉·霍林格 著

朱卫华 刘静 译

东华大学出版社

·上海·

图书在版编目 (C I P) 数据

国际服装效果图表现技法 / (美) 哈根, 霍林格著; 朱卫华, 刘静译. —上海: 东华大学出版社, 2016.3

ISBN 978-7-5669-0911-4

I. ①国…II. ①哈…②霍…③朱…④刘…III. ①服装设计—效果图—绘画技法 IV. ①TS941.28

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第245348号

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from the publisher.

Portfolio for fashion designers, 1E, by Kathryn Hagen, Julie Hollinger

Copyright © 2013 by Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, one Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey, 07458.

Translation © 2014¹ Donghua University Press

本书简体中文版由培生教育出版公司授予东华大学出版社有限公司独家出版, 任何人或者单位不得转载、复制, 违者必究!

合同登记号: 09-2014-236

责任编辑 谢 未
编辑助理 李 静
版式设计 王 丽 鲁晓贝

国际服装效果图表现技法

——服装作品集制作过程详解

Guoji Fuzhuang Xiaogutu Biaoxian Jifa

著 者: (美) 凯瑟琳·哈根 朱莉·霍林格

译 者: 朱卫华 刘 静

出 版: 东华大学出版社

(上海市延安西路1882号 邮政编码: 200051)

出版社网址: <http://www.dhupress.net>

天猫旗舰店: <http://dhdx.tmall.com>

营销中心: 021-62193056 62373056 62379558

印 刷: 深圳市彩之欣印刷有限公司

开 本: 889 mm × 1194 mm 1/16

印 张: 24

字 数: 845千字

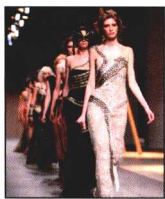
版 次: 2016年3月第1版

印 次: 2016年3月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5669-0911-4/TS · 655

定 价: 118.00元

目录



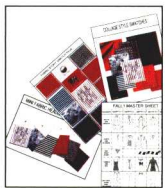
第一章 整体计划/6

- 第一步 选定客户群/9
 - 第二步 考虑不同的服装类型/15
 - 第三步 进一步确定灵感缪斯/24
 - 第四步 选准特定客户群/27
 - 第五步 选定心目中的理想公司/28
 - 第六步 进行深刻反思/36
 - 第七步 明确你自己的图形表达能力和强项/39
 - 第八步 自我评估/41
 - 第九步 了解作品集的常见误区/46
 - 第十步 敲定整体计划/48
- 章节小结/49
- 任务清单/50



第二章 收集资源/52

- 第一步 购买作品集所需文件夹/54
 - 第二步 收集工具/56
 - 第三步 决定作品集中的季节顺序/60
 - 第四步 回顾并更新过去的作品/62
 - 第五步 开发自己的设计概念/64
 - 第六步 收集设计灵感并制作灵感板/68
 - 第七步 为服装效果图的绘制收集灵感图片/70
 - 第八步 收集与你的设计概念相关的平面款式图模板/73
 - 第九步 自我介绍/74
 - 第十步 提高时间管理能力/75
- 章节小结/76
- 任务清单/76



第三章 制作面料板和款式开发计划表/78

- 第一步 回顾面料决策/80
- 第二步 回顾自己的理念和灵感图片/89
- 第三步 为所有服装组合收集面料小样、辅料和紧固件/90
- 第四步 为所有服装组合设计面料/91
- 第五步 制作面料板/98
- 第六步 在款式开发计划表上添加面料小样/100
- 第七步 为首个服装组合绘制大致廓型/100
- 第八步 将最喜欢的廓型放入款式计划表/102
- 第九步 为其余服装组合重复步骤5~步骤8的各项工作/104
- 第十步 检查服装组合中各款式之间的均衡与和谐感/104

- 章节小结/106
- 任务清单/107



第四章 制作小型作品集样册/108

- 第一步 选定作品集的版式/110
 - 第二步 收集组合的各项元素/124
 - 第三步 复制模板并简化/124
 - 第四步 创造视觉计划的提纲/126
 - 第五步 在模板上添加情绪图像和面料板/128
 - 第六步 创作小型构图/128
 - 第七步 创作小型平面图/130
 - 第八步 在模板上添加人物布局和平面图/130
 - 第九步 寻求有益的批评意见/132
 - 第十步 进行必要的改动/132
- 章节小结/133
- 任务清单/133
- 补充练习/133



第五章 设计开发/134

- 第一步 回顾优秀设计的元素和原则/136
 - 第二步 回顾建筑设计的原则/146
 - 第三步 回顾产品设计的原则/150
 - 第四步 回顾视觉艺术家的创作原则/153
 - 第五步 回顾草图模板/156
 - 第六步 考虑可持续性/160
 - 第七步 为各个组合绘制详细的平面图/162
 - 第八步 在草图人物上进行设计/164
 - 第九步 对草图进行必要的调整/166
 - 第十步 检查最终设计作品的平衡感/167
- 章节小结/168
- 任务清单/169



第六章 开发服装人体动态/170

- 第一步 回顾人体结构和解剖学/172
- 第二步 为灵感缪斯制作一个人体比例参照表/177
- 第三步 回顾小型构图和草图/178
- 第四步 为服装组合的动态确定情绪/179
- 第五步 绘制服装人体的头部/183

- 第六步 绘制具有结构感的动态/186
- 第七步 为人物添加时尚的头部/188
- 第八步 完善手、脚部位的细节/190
- 第九步 调整年轻人体的比例/194
- 第十步 敲定最终的比例和细节/198
- 章节小结/201
- 任务清单/201



第七章 效果图
表现技法/202

- 第一步 回顾在人体上绘制服装的基本原则/204
- 第二步 在人体上轻松随意地绘制服装/206
- 第三步 在人体上施加大体的色彩和图案，并检查平衡感/ 206
- 第四步 对设计初稿进行调整，根据需要添加或者编辑各种元素，如有必要，改变人体动态/208
- 第五步 调整每个款式，对线条、廓型和细节进行修饰/208
- 第六步 将最终定稿扫描进电脑，单独或者作为组合打印出来，准备对其进行表现/208
- 第七步 回顾优秀效果图表现的原则/209
- 第八步 绘制整个服装组合/218
- 第九步 完成与服装成正确比例的平面图/220
- 第十步 把作品张贴起来，与之“相处”几天/220
- 章节小结/221
- 任务清单/221



第八章 服装平面图
与工艺图/222

- 第一步 收集与组合成比例的人体模板/224
- 第二步 收集服装组合廓型的模板/238
- 第三步 练习手绘平面图/242
- 第四步 为手绘的平面图添加立体效果/244
- 第五步 练习用Illustrator绘制基本平面图的方法/245
- 第六步 用Illustrator绘制的平面图创作一个服装组合/246
- 第七步 比较人物和平面图的比例/247
- 第八步 考虑平面图的不同布局安排/248
- 第九步 为作品集绘制工艺图/250
- 第十步 查看专业人士的产品结构计划表和画册/256
- 章节小结/257
- 任务清单/257
- 补充练习/257



第九章 电子
作品集/260

- 第一步 探索制作电子作品集的优点/262
- 第二步 学习设计师的电子作品集示例/263
- 第三步 了解个人网站的创建/269
- 第四步 探索为电子作品集制作精美情绪板的技巧/270
- 第五步 研究Photoshop策略、滤镜技巧以及改善效果图的特殊技巧/272
- 第六步 研究在Photoshop中增强面料板效果的技巧/280
- 第七步 研究制作随赠数字CD或者DVD及其他辅助材料的技巧/282
- 第八步 考虑为自己的时尚活动制作精美请柬和通告的方法/283
- 第九步 探索创作个人标签及个人品牌元素的不同想法/284
- 第十步 用手工和计算机工具制作完整的设计展板/286
- 章节小结/287
- 任务清单/287



第十章 其他服
装类型/290

- 概述/291
- 戏服/292
- 时装视觉营销/305
- 产品与配饰设计/310
- 泳装和运动装/314
- 章节小结/319



第十一章 获得职位
并保住工作/320

- 概述/321
- 创建个人品牌/323
- 创建个人品牌的方法/325
- 个人简历及网上用途/328
- 给人留下深刻印象的其他工具/332
- 求职信/332
- 赢在面试/336
- 经验丰富的设计师/338
- 向新闻媒体发放成套的宣传材料/340
- 跳槽后面试官可能会提问的问题/341
- 保住工作/343
- 章节小结/344



附录 作品集
范例/345

国际时装设计经典系列丛书

Portfolio for Fashion Designers

国际服装效果图表现技法

——服装作品集制作过程详解

(美)凯瑟琳·哈根 朱莉·霍林格 著

朱卫华 刘静 译

东华大学出版社

·上海·

图书在版编目 (C I P) 数据

国际服装效果图表现技法 / (美) 哈根, 霍林格著; 朱卫华, 刘静译. —上海: 东华大学出版社, 2016.3

ISBN 978-7-5669-0911-4

I. ①国…II. ①哈…②霍…③朱…④刘…III. ①服装设计—效果图—绘画技法 IV. ①TS941.28

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第245348号

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from the publisher.

Portfolio for fashion designers, 1E, by Kathryn Hagen, Julie Hollinger

Copyright © 2013 by Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, one Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey, 07458.

Translation © 2014¹ Donghua University Press

本书简体中文版由培生教育出版公司授予东华大学出版社有限公司独家出版, 任何人或者单位不得转载、复制, 违者必究!

合同登记号: 09-2014-236

责任编辑 谢 未
编辑助理 李 静
版式设计 王 丽 鲁晓贝

国际服装效果图表现技法

——服装作品集制作过程详解

Guoji Fuzhuang Xiaoguotu Biaoxian Jifa

著 者: (美) 凯瑟琳·哈根 朱莉·霍林格

译 者: 朱卫华 刘 静

出 版: 东华大学出版社

(上海市延安西路1882号 邮政编码: 200051)

出版社网址: <http://www.dhupress.net>

天猫旗舰店: <http://dhdxd.tmall.com>

营销中心: 021-62193056 62373056 62379558

印 刷: 深圳市彩之欣印刷有限公司

开 本: 889 mm × 1194 mm 1/16

印 张: 24

字 数: 845千字

版 次: 2016年3月第1版

印 次: 2016年3月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5669-0911-4/TS · 655

定 价: 118.00元

前言

在妙趣横生但又充满竞争的服装领域里，为从事时装设计职业而接受的学习是如此纷繁复杂，而且过程中困难重重，这让大多数未曾接受过正规训练的人感到极为惊讶。而经历过三到四年的磨炼，受过技术和创意方面的严格要求，经受过压力、最后期限、众多批评和睡眠不足的考验，有些人得以顺利完成学业，这是极大的成功。这一长期努力最为精彩的部分就是制作一个作品集，以此展示学习者的个性、创意想法和熟练的技巧。

可以这样说，那些即将从这样的培训中毕业的学习者们通常都忙个不停，感觉疲惫不堪，压力重重。因为他们要制作服装、计划服装发布秀、写文章等。即便明白作品集的重要性，最后它也很有可能被排到任务清单的后面而得不到足够的重视。因此，有的人可能会匆忙行事，利用零碎的时间把一些东西放到一起，从而缺乏思想上或者安排上的连续性。还有一些人会拖拖拉拉，直到没有时间好好完成任务。

本书将让你避免以上两种窘境。如果按照各个章节里列举的步骤进行，你就可以充分利用自己的强项，成功完成反映你个人风格、凝结了自己多年来学习和实践成果的优质作品集，而它将为你打开好工作和成功的大门。

致谢

我们衷心感谢编辑萨拉·艾勒特，感谢她一直以来对我们工作的支持、鼓励、建议和耐心。

非常感谢我们的新副编辑劳拉·维瓦尔，她极大的耐心和鼓励让我们能够梳理如此之多的细节。对于编辑工作的英勇勋章，她当之无愧！

我们非常感激编辑人员和制作人员所做的贡献。感谢艾丽莎·里奇、琳达·朱克和詹妮特·波尔蒂施，感谢他们对这个复杂冗长项目的耐心和有效的监督；感谢贝基·鲍勃出色的编辑工作。

当然，我们一如既往地感谢维恩·安东尼和皮尔逊，感谢他们对我们项目经济上和创意上的支持。

我们还要感谢以下书评者们的宝贵评论和建议，他们是奥本大学的维纳·查特拉曼、肯特州立大学的汉娜·霍尔、北卡罗来纳州立大学的辛西娅·伊斯图科、阿肯色大学的凯西·史密斯、设计和技术国际学院的莎伦·史密斯。

还要对如今在设计界的出色校友们表达特别衷心的感谢，他们才华横溢、慷慨大方，允许我们在本书中使用他们优秀的作品。你们的才华将赋予未来的设计师们以灵感，我们以你们为豪。

最后，凯瑟琳个人要对她亲爱的未婚夫约翰·查尔斯·拉乌表示深深的感激，感谢他在本书的漫长而艰难的编写过程中提供的中肯建议、永恒的支持和宽容。朱莉也要对给予自己极大支持的家人表示衷心谢意。

目录



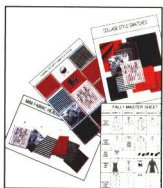
第一章 整体计划/6

- 第一步 选定客户群/9
- 第二步 考虑不同的服装类型/15
- 第三步 进一步确定灵感缪斯/24
- 第四步 选准特定客户群/27
- 第五步 选定心目中的理想公司/28
- 第六步 进行深刻反思/36
- 第七步 明确你自己的图形表达能力和强项/39
- 第八步 自我评估/41
- 第九步 了解作品集的常见误区/46
- 第十步 敲定整体计划/48
- 章节小结/49
- 任务清单/50



第二章 收集资源/52

- 第一步 购买作品集所需文件夹/54
- 第二步 收集工具/56
- 第三步 决定作品集的季节顺序/60
- 第四步 回顾并更新过去的作品/62
- 第五步 开发自己的设计概念/64
- 第六步 收集设计灵感并制作灵感板/68
- 第七步 为服装效果图的绘制收集灵感图片/70
- 第八步 收集与你的设计概念相关的平面款式图模板/73
- 第九步 自我介绍/74
- 第十步 提高时间管理能力/75
- 章节小结/76
- 任务清单/76



第三章 制作面料板和款式开发计划表/78

- 第一步 回顾面料决策/80
- 第二步 回顾自己的理念和灵感图片/89
- 第三步 为所有服装组合收集面料小样、辅料和紧固件/90
- 第四步 为所有服装组合设计面料/91
- 第五步 制作面料板/98
- 第六步 在款式开发计划表上添加面料小样/100
- 第七步 为首个服装组合绘制大致廓型/100
- 第八步 将最喜欢的廓型放入款式计划表/102
- 第九步 为其余服装组合重复步骤5~步骤8的各项工作/104
- 第十步 检查服装组合中各款式之间的均衡与和谐感/104

- 章节小结/106
- 任务清单/107



第四章 制作小型作品集样册/108

- 第一步 选定作品集的版式/110
- 第二步 收集组合的各项元素/124
- 第三步 复制模板并简化/124
- 第四步 创造视觉计划的提纲/126
- 第五步 在模板上添加情绪图像和面料板/128
- 第六步 创作小型构图/128
- 第七步 创作小型平面图/130
- 第八步 在模板上添加人物布局和平面图/130
- 第九步 寻求有益的批评意见/132
- 第十步 进行必要的改动/132
- 章节小结/133
- 任务清单/133
- 补充练习/133



第五章 设计开发/134

- 第一步 回顾优秀设计的元素和原则/136
- 第二步 回顾建筑设计的原则/146
- 第三步 回顾产品设计的原则/150
- 第四步 回顾视觉艺术家的创作原则/153
- 第五步 回顾草图模板/156
- 第六步 考虑可持续性/160
- 第七步 为各个组合绘制详细的平面图/162
- 第八步 在草图人物上进行设计/164
- 第九步 对草图进行必要的调整/166
- 第十步 检查最终设计作品的平衡感/167
- 章节小结/168
- 任务清单/169



第六章 开发服装人体动态/170

- 第一步 回顾人体结构和解剖学/172
- 第二步 为灵感缪斯制作一个人体比例参照表/177
- 第三步 回顾小型构图和草图/178
- 第四步 为服装组合的动态确定情绪/179
- 第五步 绘制服装人体的头部/183

- 第六步 绘制具有结构感的动态/186
- 第七步 为人物添加时尚的头部/188
- 第八步 完善手、脚部位的细节/190
- 第九步 调整年轻人体的比例/194
- 第十步 敲定最终的比例和细节/198
- 章节小结/201
- 任务清单/201



第七章 效果图
表现技法/202

- 第一步 回顾在人体上绘制服装的基本原则/204
- 第二步 在人体上轻松随意地绘制服装/206
- 第三步 在人体上施加大体的色彩和图案，并检查平衡感/ 206
- 第四步 对设计初稿进行调整，根据需要添加或者编辑各种元素，如有必要，改变人体动态/208
- 第五步 调整每个款式，对线条、廓型和细节进行修饰/208
- 第六步 将最终定稿扫描进电脑，单独或者作为组合打印出来，准备对其进行表现/208
- 第七步 回顾优秀效果图表现的原则/209
- 第八步 绘制整个服装组合/218
- 第九步 完成与服装成正确比例的平面图/220
- 第十步 把作品张贴起来，与之“相处”几天/220
- 章节小结/221
- 任务清单/221



第八章 服装平面图
与工艺图/222

- 第一步 收集与组合成比例的人体模板/224
- 第二步 收集服装组合廓型的模板/238
- 第三步 练习手绘平面图/242
- 第四步 为手绘的平面图添加立体效果/244
- 第五步 练习用Illustrator绘制基本平面图的方法/245
- 第六步 用Illustrator绘制的平面图创作一个服装组合/246
- 第七步 比较人物和平面图的比例/247
- 第八步 考虑平面图的不同布局安排/248
- 第九步 为作品集绘制工艺图/250
- 第十步 查看专业人士的产品结构计划表和画册/256
- 章节小结/257
- 任务清单/257
- 补充练习/257



第九章 电子
作品集/260

- 第一步 探索制作电子作品集的优点/262
- 第二步 学习设计师的电子作品集示例/263
- 第三步 了解个人网站的创建/269
- 第四步 探索为电子作品集制作精美情绪板的技巧/270
- 第五步 研究Photoshop策略、滤镜技巧以及改善效果图的特殊技巧/272
- 第六步 研究在Photoshop中增强面料板效果的技巧/280
- 第七步 研究制作随赠数字CD或者DVD及其他辅助材料的技巧/282
- 第八步 考虑为自己的时尚活动制作精美请柬和通告的方法/283
- 第九步 探索创作个人标签及个人品牌元素的不同想法/284
- 第十步 用手工和计算机工具制作完整的设计展板/286
- 章节小结/287
- 任务清单/287



第十章 其他服
装类型/290

- 概述/291
- 戏服/292
- 时装视觉营销/305
- 产品与配饰设计/310
- 泳装和运动装/314
- 章节小结/319



第十一章 获得职位
并保住工作/320

- 概述/321
- 创建个人品牌/323
- 创建个人品牌的方法/325
- 个人简历及网上用途/328
- 给人留下深刻印象的其他工具/332
- 求职信/332
- 赢在面试/336
- 经验丰富的设计师/338
- 向新闻媒体发放成套的宣传材料/340
- 跳槽后面面试官可能会提问的问题/341
- 保住工作/343
- 章节小结/344



附录 作品集
范例/345

第一章

整体计划



来源: Godana Sermek/Shutterstock.com

此刻乃时尚最精彩时分。
女人们掌管自己的命运，
消费者的见识更为广博，
而我只能逐日精益求精。
——Oscar de la Renta品牌

整体计划

很多有创造力的年轻人都希望在时装业拥有一席之地。与你们一样，一些人上了设计学校，却发现这个职业不仅需要才华，还需要辛勤的工作，并对希望所从事的事业怀有真正的激情。当这些学生毕业的时候，在充满竞争的时装业找到第一个设计工作是很有挑战性的，也会让你受益良多。

有些年轻的超级时尚迷可能才华横溢，也非常幸运，在毕业前就已经找到了自己的岗位。他们可能曾在如今愿意聘用他们的公司里实习过。然而，大多数年轻的设计师必须经历一个漫长的过程才能获得首份关键的工作。获得那个可以开始时尚业工作的合适位置要经历一个过程，通常此过程的必要步骤包括选择潜在的雇主、接受面试、撰写简历和求职信。

而这个任务的重中之重就是服装作品集。这个作品集是占用人生三、四年之久的所有艰苦工作和紧张学习的结晶。它也是作为设计师的你的直观表现，能给潜在的雇主提供你的个人信息，褒贬皆有。精心设计的作品集能让你获得好工作；而粗制滥造的作品集会让你跟好工作失之交臂。打开这本书，你就已经开始了精心计划的过程来创作令人兴奋的作品集，这个作品集会助你鹤立鸡群。

规划策略：十步选准作品集

要是我有六小时砍倒一棵树，
我会花上四小时磨我的斧头。
——亚伯拉罕·林肯（第十六任美国总统）

尽管亚伯拉罕·林肯并非时装设计师，但他的确面对过巨大的障碍，深刻理解精心准备是所有过程的关键所在。本章所说明的“整体计划”在某种意义上是作品集的“商业计划”。这十个策略步骤确定的关键信息有助于决定作品集的最终外观和内容。到本章结束时，你们会列出目标清单来确定自己的关键目标。如此精心细致的准备工作能让你们获得清晰的见解和最终的成功。

- 第一步：选定客户群

第二步：考虑不同的服装类型

第三步：进一步确定灵感缪斯

第四步：选准特定客户群

第五步：选定心目中的理想公司

第六步：进行深刻反思

第七步：明确自己的图形表达能力和强项

第八步：自我评估

第九步：了解作品集的常见误区

第十步：敲定整体计划



让·保罗·高缇耶

让·保罗·高缇耶大胆现代的设计令其始终处于时尚前沿

© 图片版权: Daily Mail/Rex/Alamy

第一步 选定客户群

大家都曾听说过设计师和他们特别的灵感缪斯。英国时尚教父亚历山大·麦昆（Alexander McQueen）、伊莎贝拉·布罗（Isabella Blow）、伊夫·圣罗兰（Yves St. Laurent）和露露·德拉法蕾斯（Loulou de la Falaise）。这些设计师都有一个目标顾客赋予自己灵感来创造精彩的时装系列。

但是很多设计师并非如此明确。目标顾客多种多样，可能是英语课堂上耍酷的小伙子，或者是“下班后喜欢去俱乐部的赶时髦的年轻城市女郎”，又或者是让人喜欢拥抱爱抚的刚出生到六个月的小婴儿。所有这些真实可靠的客户群，因为一旦做出了选择，你就可以让自己的代表作选择针对这个特定市场。因此，开始为作品集做计划时，第一步就是确定设计类型。

也许，对于自己的职业方向和所要针对的目标市场，你的观点就已经十分明确。那么你很幸运！很多其他的学习者为了这个选择正在苦苦挣扎，就是无法做出决定。但是他们同样幸运，因为他们只是难于选定其中一个，此时的踌躇不定可能意味着将来能在多个设计类型上游刃有余。如果你是他们当中的一员，你可能需要咨询你的老师们，请他们帮助你做出最佳选择。很有可能，老师们记得你最出色的作品，而且乐于提供引导，让你踏上正确的职业方向。

接下来的三个步骤，我们会对客户类型和人口结构特征进行细分，因此，在第四步最终确定客户类型之前，需要回顾所有的四个步骤。一旦确定了客户类型，你也可以确定自己将要进行面试的公司，将自己的作品集有针对性地为具体的设计公司而准备。

需要考虑的要点

1. **追随激情！** 只有真正热爱所从事的工作，才有可能取得更大的成功。但同时必须面对现实：要设想一个会购买你的设计作品的真实顾客和一个出售你的设计作品的真实场地（即便是虚拟的场地也性）。
2. **竭尽所能！** 制作作品集的时候，要考虑自己在学习过程中最大的收获。在接受设计培训之初，很多学习者都想为奥斯卡颁奖典礼设计晚礼服，但经过培训之后，他们会认识到自己在青年男装休闲服或者当代运动装设计方面特别有才华。不要因为异想天开的想法而忽视自己真正擅长的方面。
3. **勿过度思考！** 设计类型的选择并非一成不变。也许，五年后，你很有可能发现自己擅长于以前从未考虑过的设计类型。例如，著名的泳衣设计师罗德·比蒂（见第11章）从未想过以设计泳装为职业。但是，获得在拉·布兰卡品牌的工作机会时，他看准了一个机遇并义无反顾地投入进去。现在他在行业里声名大振并创建了自己的品牌，所以他个人的适应能力让他收获甚丰。
4. **性别混乱？** 有些学习者希望同时进行女装和男装设计，但是将两者纳入同一个作品集容易让雇主感觉混乱。应首先考虑以单一性别完成三到四个组合，然后，如果有时间的话，可以考虑为另一个性别创作两组，再等毕业后制作另外的一到两个组合。获得面试机会后，根据设计公司的需求对你的作品集进行编辑。如果该公司兼顾男装和女装，把额外的几组代表作带过来。制作一组男女皆宜的也是一种选择，不过在商店里我们真正能见到的中性服装又能有多少？
5. **地域，地域！** 不同的地域往往有特定的设计类型。例如，洛杉矶以休闲单件和街头时尚外衣著称，而纽约更以严谨的品牌服装出名。诸如波特兰的耐克和俄亥俄的A&F休闲服装（Abercrombie and Fitch）等生产商较少生产适于城市环境的服装。做选择时，你一定要考虑自己打算在何处定居。

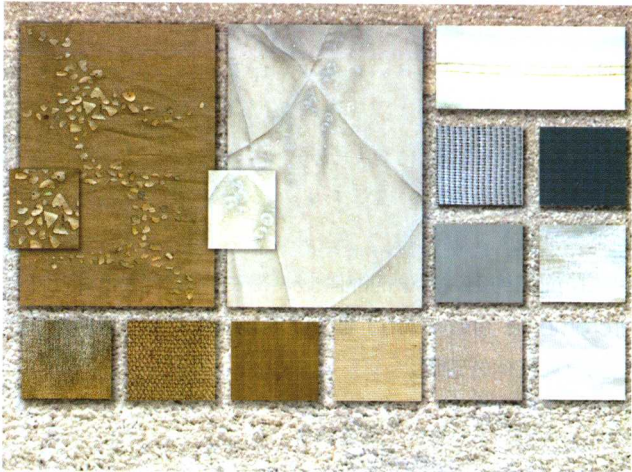


设计师：柯琳娜·比尔茨



品牌女装

在导师伊莎贝尔·托莱多的指导下，柯琳娜与顶级户外品牌巴塔哥尼亚（Patagonia）合作设计了这个组合。



高级定制

“Couture”一词在法语中指的是精美的定制服装。这是最顶级的市场，使用最为奢华昂贵的面料和大量复杂的人工，每件服装常常要进行多次试穿。高级定制是欧洲最重要设计工作室的官方组织，这些设计工作室历史悠久、声名显赫，如香奈儿和迪奥。当然，实际从事系列产品设计的设计师们常常年纪较轻，让设计工作室薪火相传，审美品味一脉相承。香奈儿的艺术总监卡尔·拉格斐尔德（Karl Lagerfeld）就是一个完美例证。他既负责香奈儿的高级定制女装品牌，也拥有自己的成衣品牌。

高级定制时装设计师

巴黎

香奈儿的卡尔·拉格斐尔德（Karl Lagerfeld）

迪奥的约翰·加里亚诺（John Galliano）

让·保罗·高缇耶（Jean Paul Gaultier）

克里斯汀·拉克鲁瓦（Christian Lacroix）

皮尔·巴尔曼（Pierre Balmain）

纪梵希（Givenchy）

森英惠（Hanae Mori）

拉尔夫·鲁奇（Ralph Rucci）

华伦天奴（Valentino）

意大利

乔治·阿玛尼（Giorgio Armani）

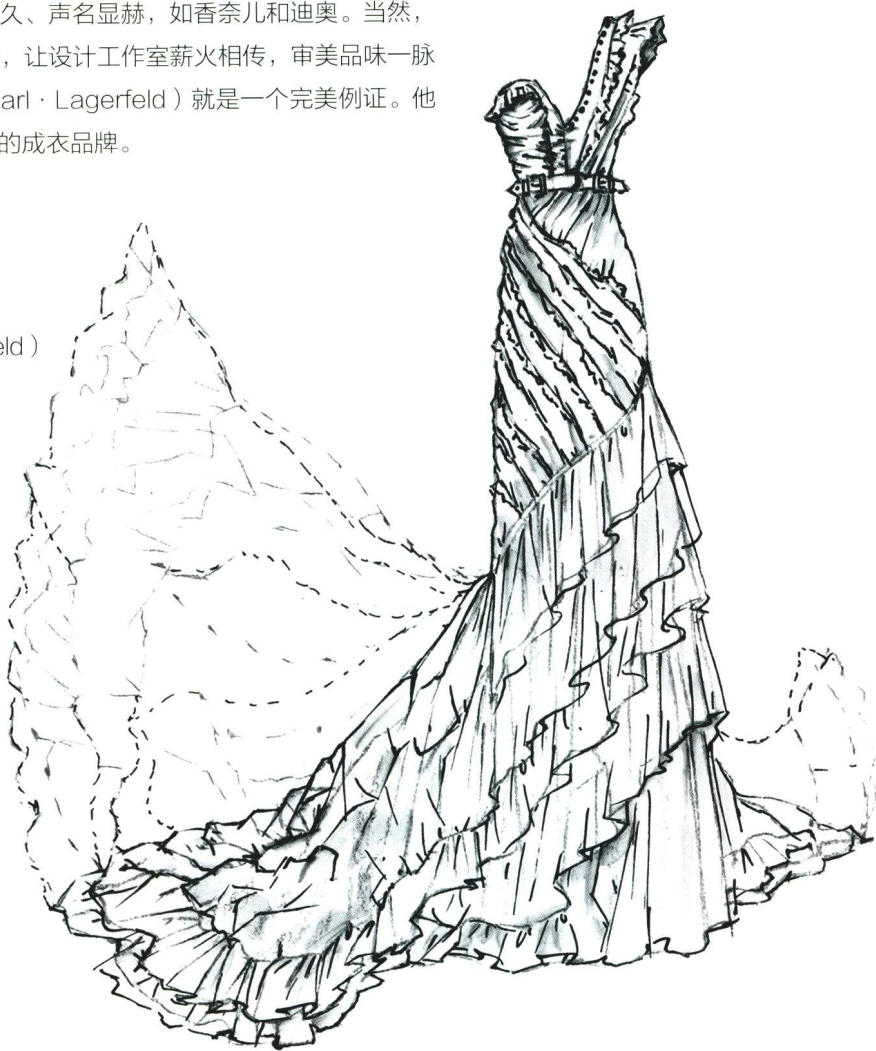
罗伯特·卡沃利（Roberto Cavalli）

杜嘉班纳（Dolce and Gabbana）

詹弗兰科·费雷（Gianfranco Ferre）

古驰（Gucci）

范思哲（Versace）



高端品牌设计

这个类型的设计师通常都很出名，他们的顾客家庭富有、品位超前，不是单单追求时尚。设计产品的质量和价格都很高，在专卖店和时尚精品店都有售。在Style.com和其他时尚网址上能看到这些著名品牌设计师的服装系列。乔治·阿玛尼、薇洛妮克·布兰奎诺、缪西娅·普拉达、马丁·马吉拉、奥利维尔·泰斯金斯、马丁·斯特本、唐娜·卡兰、海德尔·阿克曼、约翰·加里亚诺、瑞克·欧文斯、薇薇安·韦斯特伍德和山本耀司都属于这一类型。

年轻品牌设计

这个设计师类型的目标客户群是追求流行时尚、重视身份地位、较为年轻且十分富有的顾客。比起身份地位，设计师们更加关注流行趋势。其销售场所为专卖店和百货商店的专营年轻人服装品牌的商店。Stella McCartney、Giles Deacon、Phillip Lim、Anna Sui、Derek Lam、Junya Watanabe、Narciso Rodriguez、Rodarte 和Christopher Decarnin都属于这种类型的著名设计师。

副线品牌设计

比起品牌服装，这个类型面向更大范围的目标人群。副线品牌一词指的是设计师系列中次要的、价格较低的生产线。以DKNY或者卡尔文·克莱恩的CK为例，这些服装多数在百货商场出售。

潮牌设计

此类型的目标消费者更看重品质和紧跟时代的非正式服装，但并非过于时髦的廓型。他们不会优先考虑品牌名，这意味着这种服装价格比较实惠。它们主要在百货商场或者品牌自己的专营店中出售。BCBG、Theory、Anthropologie、Leon Max和Armanie Exchange是潮牌服装设计的代表。

青少年服装设计

此类型的客户群年纪很轻，通常为十三四岁到上大学的青少年。倾向于跟随“快时尚”，流行总是快速更迭。因此品质常常没有外观那么重要。这个年龄段的消费群体有钱可花，而且往往是最大的消费者群体之一。他们喜欢购买Forever 21、Pacific Sunwear、A&F、Old Navy和Urban Outfitters的产品。

少年服装设计

近年来，此类型顾客的重要性日益增加。由于受到网络影响以及她们模仿大姐姐们和朋友们一样穿着打扮，七到十三岁的小女孩变得越来越复杂前卫。这个类型的客户群追逐时尚，但同样并不特别看重品质。主要的青少年服装零售商，如A&F、Aeropostale和American Eagle Outfitters都抓住这个机遇开设了面向这些年轻超级时尚迷的商店。这些年轻消费者也常常光顾dELiA*s、Hilister和H&M。

通勤商务女装

面向成熟顾客，特别是成熟的职业女性。这些顾客对传统经典的外观感兴趣。服装号型针对成熟女性体型，主要在百货商场出售。

大码服装

大码服装可能是发展最快的类型之一。人们对更加时尚的大码服装的需求日益增长，使这个市场成为一个更加注重流行趋势的领域。百货商场和专卖店都出售超大码的服装，网络销售也是关键渠道。



童星艾丽·范宁（Elle Fanning）是十几岁时尚女孩的典范

© Marka/SuperStock