

合肥工业大学出版社

百所艺术院校打造百部精品

盛楠 谢保卫 任学超 编著

Clothes Production Management

服装生产管理

高等院校应用型设计教育规划教材 ▼ 服装艺术与工程系列

丛书主编 邬烈炎

高等院校应用型设计教育规划教材
PLANNED TEXTBOOKS ON APPLIED DESIGN EDUCATION FOR STUDENTS OF UNIVERSITIES & COLLEGES

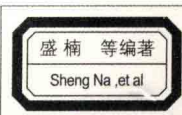


服装生产管理

CLOTHES PRODUCTION MANAGEMENT

CD 盛楠 谢保卫 任学超 编著

合肥工业大学出版社
HEFEI UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS



图书在版编目数据
C I P ACCESS

图书在版编目 (C I P) 数据

服装生产管理/盛楠等编著. —合肥: 合肥工业大学出版社, 2010.4

高等院校应用型设计教育规划教材

ISBN 978-7-5650-0172-7

I.服… II.盛… III.服装工业-生产管理-高等学校-教材 IV.F407.866.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第061840号

服装生产管理

服装生产管理
CLOTHES PRODUCTION MANAGEMENT

编 著	盛楠 谢保卫 任学超
责任编辑	方立松 王磊
封面设计	刘亭亭
内文设计	陶霏霏
技术编辑	程玉平
书 名	高等院校应用型设计教育规划教材——服装生产管理
出 版	合肥工业大学出版社
地 址	合肥市屯溪路193号
邮 编	230009
网 址	www.hfutpress.com.cn
发 行	全国新华书店
印 刷	安徽联众印刷有限公司
开 本	889mm × 1092mm 1/16
印 张	9
字 数	300千字
版 次	2010年9月第1版
印 次	2010年9月第1次印刷
标准书号	ISBN 978-7-5650-0172-7
定 价	28.00元 (含教学光盘1张)
发行部电话	0551-2903188

编撰委员会



丛书主编：邬烈炎

丛书副主编：王瑞中 马国锋 钟玉海 孟宪余

编委会（排名不分先后）

王安霞	潘祖平	徐亚平	周 江	马若义
吕国伟	顾明智	黄 凯	陆 峰	杨天民
刘玉龙	詹学军	张 彪	韩春明	张 非
郑 静	刘宗红	贺义军	何 靖	刘明来
庄 威	陈海玲	江 裕	吴 浩	胡是平
胡素贞	李 勇	蒋耀辉	陈 伟	邬红芳
黄志明	高 旗	许存福	龚声明	王 扬
孙成东	霍长平	刘 彦	张天维	徐 仂
徐 波	周逢年	宋寿剑	钱安明	袁金龙
薄芙丽	森 文	李卫兵	周 瞳	蒋粤闽
季文媚	曹 阳	王建伟	师高民	李 鹏
张 蕾	范聚红	刘雪花	孙立超	赵雪玉
刘 棠	计 静	苏 宇	张国斌	高 进
高友飞	周小平	孙志宜	闻建强	曹建中
黄卫国	张纪文	张 曼	盛维娜	丁 薇
王亚敏	王兆熊	曾先国	王慧灵	陆小彪
王 剑	王文广	何 佳	孟 琳	纪永贵
倪凤娇	方福颖	李四保	盛 楠	闫学玲

江南大学

南京艺术学院

北京服装学院

方立松

周 江

何 靖

主 审 院 校

CHIEF EXAMINE UNL

策 划

PLANNERS

参编院校



参编院校

EDITORIAL UNI.

排名不分先后

江南大学	南京艺术学院
苏州大学	南京师范大学
南京财经大学	南京林业大学
南京交通职业技术学院	徐州师范大学
常州工学院	常州纺织服装职业技术学院
太湖学院	盐城工学院
三江学院	江苏信息职业技术学院
无锡南洋职业技术学院	苏州科技学院
苏州工艺美术职业技术学院	苏州经贸职业技术学院
东华大学	上海科学技术职业学院
上海交通大学	上海金融学院
上海电机学院	武汉理工大学
华中科技大学	湖北美术学院
湖北大学	武汉工程大学
武汉工学院	江汉大学
湖北经济学院	重庆大学
四川师范大学	华南师范大学
青岛大学	青岛科技大学
青岛理工大学	山东商业职业学院
山东青年干部职业技术学院	山东工业职业技术学院
青岛酒店管理职业技术学院	湖南工业大学
湖南师范大学	湖南城市学院
吉首大学	湖南邵阳职业技术学院
河南大学	郑州轻工学院
河南工业大学	河南科技学院
河南财经学院	南阳学院
洛阳理工学院	安阳师范学院
西安工业大学	陕西科技大学
咸阳师范学院	宝鸡文理学院

参编院校



排名不分先后

渭南师范大学	北京服装学院
首都师范大学	北京联合大学
北京师范大学	中国计量学院
浙江工业大学	浙江财经学院
浙江万里学院	浙江纺织服装职业技术学院
丽水职业技术学院	江西财经大学
江西农业大学	南昌工程学院
南昌航空航天大学	南昌理工学院
肇庆学院	肇庆工商职业学院
肇庆科技职业技术学院	江西现代职业技术学院
江西工业职业技术学院	江西服装职业技术学院
景德镇高等专科学校	江西民政学院
南昌师范高等专科学校	江西电力职业技术学院
广州城市建设学院	番禺职业技术学院
罗定职业技术学院	广州市政高专
合肥工业大学	安徽工程科技学院
安徽大学	安徽师范大学
安徽建筑工业学院	安徽农业大学
安徽工商职业学院	淮北煤炭师范学院
淮南师范学院	巢湖学院
皖江学院	新华学院
池州学院	合肥师范学院
铜陵学院	皖西学院
蚌埠学院	安徽艺术职业技术学院
安徽商贸职业技术学院	安徽工贸职业技术学院
滁州职业技术学院	淮北职业技术学院
桂林电子科技大学	华侨大学
云南艺术学院	河北科技师范学院
韩国东西大学	

参编院校

EDITORIAL UNI.

总序



前艺术设计类教材的出版十分兴盛,任何一门课程如《平面构成》、《招贴设计》、《装饰色彩》等,都可以找到十个、二十个以上的版本。然而,常见的情形是,许多教材虽然体例结构、目录秩序有所差异,但在内容上并无不同,只是排列组合略有区别,图例更是单调雷同。从写作文本的角度考察,大都分章节,平铺直叙,结构不外乎该门类知识的历史、分类、特征、要素,再加上名作分析、材料与技法表现等等,最后象征性地附上思考题,再配上插图。编得经典而独特,且真正可供操作、可应用于教学实施的却少之又少。于是,所谓教材实际上只是一种讲义,学习者的学习方式只能是一般性地阅读,从根本上缺乏真实能力与设计实务的训练方法。这表明教材建设需要从根本上加以改变。

从课程实践的角度出发,一本教材的着重点应落实在一个“教”字上,注重“教”与“讲”之间的差别,让教师可教,学生可学,尤其是可以自学。它必须成为一个可供操作的文本、能够实施的纲要,它还必须具有教学参考用书的性质。

实际上不少称得上经典的教材其篇幅都不长,如康定斯基的《点线面》,伊顿的《造型与形式》,托马斯·史密特的《建筑形式的逻辑概念》等,并非长篇大论,在删除了几乎所有的关于“概念”、“分类”、“特征”的絮语之后,所剩下的就只是个人的深刻体验、个人的课题设计,于是它们就体现出真正意义上的精华所在。而不少名家名师并没有编写过什么教材,他们只是以自己的经验作为传授的内容,以自己的风格来建构规律。

大多数国外院校的课程并无这种中国式的教材,教师上课可以开出一大堆参考书,却不编印讲义。然而他们的特点是“淡化教材,突出课题”,教师的看家本领是每上一门课都设计出一系列具有原创性的课题。围绕解题的办法,进行启发式的点拨,分析名家名作的构成,一次次地否定或肯定学生的草图,无休止地讨论各种想法。外教设计的课题充满意趣以及形式生成的可能性,一经公布即能激活学生去进行尝试与探究的欲望,如同一种引起活跃思维的兴奋剂。

因此,备课不只是收集资料去编写讲义,重中之重是对课程进行有意义的课题设计,是对作业进行编排。于是,较为理想的教材的结构,可以以系列课题为主,其线索以作业编排为秩序。如包豪斯第一任基础课程的主持人伊顿在教材《设计与形态》中,避开对一般知识的系统叙述,只是着重对他的课题与教学方法进行了阐释,如“明暗关系”、“色彩理论”、“材质和肌理的研究”、“形态的理论认识和实践”、“节奏”等。

每一个课题都具有丰富的文件,具有理论叙述与知识点介绍、资源与内容、主题与关键词、图示与案例分析、解题的方法与程序、媒介与技法表现等。课题与课题之间除了由浅入深、从简单到复杂的循序渐进,更应该将语法的演绎、手法的戏剧性、资源的趣味性、效果的多样性与超越预见性等方面作为侧重点。于是,一本教材就是一个题库。教师上课可以从各取所需,进行多种取向的编排,进行不同类型的组合。学生除了完成规定的作业外,还可以阅读其他课题及解题方法,以补充个人的体验,完善知识结构。

从某种意义上讲,以系列课题作为教材的体例,使教材摆脱了单纯讲义的性质,从而具备了类似教程的色彩,具有可供实施的可操作性。这种体例着重于课程的实践性,课题中包括了“教学方法”的含义。它所体现的价值,就在于着重解决如何将知识转换为技能的质的变化,使教材的功能从“阅读”发展为一种“动作”,进而进行一种真正意义上的素质训练。

从这一角度而言,理想的写作方式,可以是几条线索同时发展,齐头并进,如术语解释呈现为点状样式,也可以编写出专门的词汇表;如名作解读似贯穿始终的线条状;如对名人名论的分析,对方法的论叙,对原理法则的叙述,

总序



就如同面的表达方式。这样学习者在阅读教材时，就如同看蒙太奇镜头一般，可以连续不断，可以跳跃，更可以自己剪辑组合，根据个人的问题或需要产生多种使用方式。

艺术设计教材的编写方法，可以从与其学科性质接近的建筑学教材中得到借鉴，许多教材为我们提供了示范文本与直接启迪。如顾大庆的教材《设计与视知觉》，对有关视觉思维与形式教育问题进行了探讨，在一种缜密的思辨和引证中，提供了一个具有可操作性的教学手册。如贾倍思在教材《型与现代主义》中以“形的构造”为基点，教学程序和由此产生创造性思维的关系是教材的重点，线索由互相关联的三部分同时组成，即理论、练习与构成原理。如瑞士苏黎世高等理工大学建筑学专业的教材，如同一本教学日志对作业的安排精确到了小时的层次。在具体叙述中，它以现代主义建筑的特征发展作为参照系，对革命性的空间构成作出了详尽的解读，其贡献在于对建筑设计过程的规律性研究及对形体作为设计手段的探索。又如陈志华教授写作于20世纪70年代末的那本著名的《外国建筑史19世纪以前》，已成为这一领域不可逾越的经典之作，我们很难想象在那个资料缺乏而又思想禁锢的时期，居然将一部外国建筑史写得如此炉火纯青，30年来外国建筑史资料大批出现，赴国外留学专攻的学者也不计其数，但人们似乎已无勇气再去试图接近它或进行重写。

我们可以认为，一部教材的编撰，基本上应具备诸如逻辑性、全面性、前瞻性、实验性等几个方面的要求。

逻辑性要求，包括教材内容的选择与编排具有叙述的合理性，条理清晰，秩序周密，大小概念之间的链接层次分明。虽然一些基本知识可以有多种不同的编排方法，然而不管哪种方法都应结构严谨、自成一体，都应生成一个独特的系统。最终使学习者能够建立起一种知识的网络关系，形成一种线性关系。

全面性要求，包括教材在进行相关理论阐释与知识介绍时，应体现全面性原则。固然，教材可以有教师的个人观点，但就内容而言应将各种见解与解读方式，包括自己不同意的观点，包括当时正确而后来被历史证明是错误或过时的理论，都进行尽可能真实的罗列，并同时应考虑到种种理论形成的文化背景与时代语境。

前瞻性要求，包括教材的内容、论析案例、课题作业等都应具有一定的超前性，传授知识领域的前沿发展，而不是过多表述过时与滞后的经验。学生通过阅读与练习，可以使知识产生迁延性，掌握学习的方法，获得可持续发展的动力。同时一部教材发行后往往要使用若干年，虽然可以修订，但基本结构与内容已基本形成。因此，应预见到在若干年以内保持一定的先进性。

实验性要求，包括教材应具有某种不规定性，既成的经验、原理、规则应是一个开放的系统，是一个发展的过程，很多课题并没有确定的唯一解，应给学习者提供多种可能性实验的路径或多元化结果的可能性。问题、知识、方法可以显示出趣味性、戏剧性，能够激发学习者的探求欲望。它留给学习者思考的线索、探索的空间、尝试的可能及方法。

由合肥工业大学出版社出版的《高等院校应用型设计教育规划教材》，即是在当下对教材编写、出版、发行与应用情况进行反思与总结而迈出的有力一步，它试图真正使教材成为教学之本，成为课程的本体的主导部分，从而在教材编写的新的起点上去推动艺术教育事业的发展。

邬烈炎

南京艺术学院设计学院院长 教授

目录



目 录 CONTENTS

11 第一章 服装生产管理概述

- 第一节 我国服装业发展历史
- 第二节 我国服装业发展现状
- 第三节 我国服装业发展趋势
- 第四节 服装生产管理的基础知识

20 第二章 服装企业组织结构和部门职能

- 第一节 服装企业组织结构
- 第二节 服装企业部门职能
- 第三节 服装企业管理制度

24 第三章 生产技术管理

- 第一节 技术部组织结构与岗位职能
- 第二节 技术部工作流程
- 第三节 技术部工作表单
- 第四节 服装新产品的开发和样品试制
- 第五节 服装订单的报价和产品定价
- 第六节 服装生产的工艺技术文件管理
- 第七节 服装原材料的预算、检验及测试
- 第八节 服装工艺文件的技术档案

59 第四章 生产计划管理

- 第一节 生产计划部组织结构与岗位职能
- 第二节 生产计划部工作流程
- 第三节 生产计划部表单
- 第四节 生产计划的制定
- 第五节 生产计划的实施与控制

70 第五章 服装生产厂工程管理

- 第一节 服装生产厂组织机构与岗位职能
- 第二节 生产车间工作流程
- 第三节 生产车间表单
- 第四节 裁剪车间工程管理
- 第五节 缝制车间工程管理
- 第六节 整理包装车间工程管理

116 第六章 服装质量控制管理

- 第一节 质检部组织机构与岗位职能
- 第二节 质检部工作流程
- 第三节 质检部工作表单
- 第四节 服装质量管理的主要内容
- 第五节 成衣质量标准
- 第六节 成衣质量检验分类
- 第七节 成衣质量检验的项目

131 第七章 服装设备与安全生产管理

- 第一节 设备部组织机构与岗位职能
- 第二节 设备部工作表单
- 第三节 服装设备使用与维修
- 第四节 服装设备日常管理
- 第五节 服装生产的安全管理

138 第八章 服装贸易部、人事部管理

- 第一节 贸易部组织机构与岗位职能
- 第二节 人事部组织机构与岗位职能
- 第三节 人事部管理制度

144 参考文献

前言



由于现代科技飞速发展和全球经济的一体化,服装工业得到了迅猛发展,国内外服装市场的竞争日趋激烈,服装工业的年产值和创汇率在我国国民经济中的比重逐年提高,但我国服装生产大而不强。随着我国服装制造业的发展,服装工业新技术、新设备、新工艺应用层出不穷,生产管理水平也有了大幅度地提高。如何运用先进的理念、科学的方法对服装企业进行管理,使服装企业的生产要素得到优化配置,产生更大的经济效益,是摆在我们面前亟须解决的重大课题。面对这种情况,服装生产企业要想在市场中占有一席之地,就要使其生产现场应具有较强的生命力。生产现场是服装生产企业管理的核心内容,生产现场管理水平的高低直接影响到产品质量、企业的生产效率和企业的经济效益。因此有效的生产现场管理,已成为企业提升竞争力的关键因素。

本教材就是为适应服装工业发展和服装教育发展的需要,满足课堂教学的需要而编写的,目的是更好地培养出懂设计、善管理、会经营并具有多方面专业知识和技能的服装专业人才,参与日趋激烈的国际化竞争。本书稿紧紧围绕服装生产这条主线,展开相关内容及其管理理论和方法的讨论,力求做到深入浅出,图文并茂。全书从理论与实践上系统地阐述了服装技术管理、生产计划管理、生产车间管理、质量管理、设备与安全管理等内容。同时又结合服装企业与市场的紧密联系,增加了服装企业组织、服装生产资源分析和近年来各种生产管理理念和新技术等新内容,使教材更加适应当今社会的需求。

本书内容共八章,第一、二、三、四章由淮北职业技术学院谢保卫编写,第五、六、七、八章由淮北职业技术学院盛楠编写。本书有关数据提供、插图编辑、统审由任学超副教授负责。

在编写过程中还得到了安徽农业大学吴蓉老师、淮北今一纺织制衣有限公司工程师刘强先生、张焕修先生及设计师张佰慧大力帮助,在此特表示感谢。

本书内容简练,通俗易懂,实用性强,可作为服装高等教育的专业教材,也可作为服装高职教育及成人教育的服装专业教材,亦可作为服装企业领导、技术人员、管理人员培训教材或参考书。由于编者研究水平和实践经验有限,难免有不足和疏漏之处,敬请读者批评指正,提出宝贵意见。

盛楠(东华大学研究生,淮北职业技术学院讲师)

谢保卫(淮北职业技术学院讲师)

任学超(淮北职业技术学院副教授)

服装生产管理

CLOTHES PRODUCTION MANAGEMENT



第一章 服装生产管理概述

■ 学习目标:

通过本章的学习,要求学生了解我国服装业发展历史、现状、趋势,以及生产管理的概念、任务、内容、原则、特点、方法和手段等基本知识。使学生对我国服装业发展有一个总体的认识,并掌握和熟悉管理的基本理论、生产管理研究对象及生产流程程序。

■ 学习重点:

服装业发展趋势及服装工程管理基本知识。

■ 学习难点:

服装工程管理的任务、特点、原则、方法、生产流程程序。

■ 第一节 我国服装业发展历史

我国是世界上历史最悠久的文明古国之一,是最早发明和掌握纺织品生产技术的国家。西汉时期,纺织品的纹样设计和制作技术就有相当高的水平。马王堆出土的汉帛画作为汉代纺织品在现代科学技术高度发达的今天也令世人赞叹不已。中国的纺织品和服装对世界文明进程产生了无法估量的影响。我们今天在很多博物馆收藏的绘画和雕塑作品上,都可以看到古代各国人们所穿着的丝绸服装的痕迹,飘逸动人。著名的“丝绸之路”就是将我国精美的纺织品作为主要货物出口到中亚、西亚甚至欧洲地区,对世界物质文化和精神文化的交往作出了巨大贡献。由于作为货物传至西方的丝绸价格奇高,各国元首及贵族曾一度以穿着中国丝绸为富有荣耀的象征。在古罗马,丝绸制的服饰成为当时贵族的高雅时髦装束。埃及历史上著名的艳后克利奥帕特拉也曾经被记载穿着丝绸外衣接见使节,并酷爱丝绸制品。中国古代的服饰对东亚诸国也有很大的影响,今天的韩服和日本和服都存在着唐朝时服饰的文化精髓。

我国的成衣制造有着悠久的历史,由于封建社会制度的影响,束缚服装科学技术和生产力的发展,停留在手工作坊的生产形式。清末随着洋务运动的开展,西方服饰开始传入中国,19世纪末20世纪初以宁波裁缝为代表的“红帮”裁缝开设了中国第一家西装店,不仅为我国服装工业留下宝贵的文化遗产,也为我国服装现代化奠定了坚实的基

础。早期流行的“红帮”、“白帮”、“中式”、“大帮”等裁缝店的定制生产方式成为当时的主流,是以师徒制作坊式的个体劳动的生产形式存在。新中国成立以前,我国的服装业一直停留在小而散的手工业阶段。当时服装成衣业的发展规模很小,主要生产一些军服、针织内衣等产品,形成不了气候。

新中国成立后,国家首先对手工业进行改造,我国服装业也走过了“缝纫合作社”、“被服厂”、“服装厂”等阶段。就其性质来讲,从个体发展到小集体再到大集体所有制,然后划入到第二轻工业行政主管部门管辖,体制为国有企业的属性。前后用了30年的时间,直到70年代末才完成了服装工业的形成阶段。这一期间,服装生产发展的速度缓慢。

改革开放以后,服装企业从计划经济体制转换为市场经济体制,服装生产技术管理的目的就起了根本性的变化。在计划经济体制时期,以完成上级下达的生产计划为主要目的,企业只要完成上级下达的产值、产量、利润等技术经济指标,即可谓是一个很好的企业。然而在市场经济体制下,生产技术管理的目的则应由上级满意转变为市场需求和用户满意,由上级认可转变为社会认可。为此,要在市场经济体制下做好生产技术管理工作,就必须从根本上改变观念,一切均应以生产优质产品、使用户满意、能占领市场为管理方向。

服装业的发展速度非常迅猛。服装的生产是在近三十多年内,才被列为工业生产范畴,出现国有企业、集体企业、三资企业、个体企业等多种生产形式。我国现有服装生产企业10万余家,主要集中在我国沿海地区,即广东、浙江、江苏、山东、上海等地区。这些地区的服装产量约占全国服装总产量的70%。不同地区、不同类型的企业,生产管理水平大不一样。就地区而言,东部沿海地区的服装生产企业,不仅数量众多,而且由于历史和经济的原因,生产管理水平一般也较高;中部地区次之;西部地区则较低。从企业类型上说,大中型国有企业、合资、外资的服装生产企业,由于资金、设备和人才等原因,生产管理水平一般较高;小型的私人、个体的服装生产企业,生产管理水平则较低。随着我国改革开放的深化,西部大开发战略决策的实施,社会主义市场经济的发展,这种差别有越

来越小的趋势。从1994年起我国服装产品总量和出口量一直雄居世界第一,中国已成为世界上最大的纺织品与服装生产出口国之一。纺织服装业在中国现代化进程中起到很重要的作用。是我国出口创汇的重要支柱产业之一,是国民经济的重要组成部分。

■ 第二节 我国服装业发展现状

进入21世纪,我国在2001年12月的多哈会议上加入了“世界贸易组织”(WTO),成为该组织的第145个成员国。从此我国在世界经济全球化中发挥着更大作用,同时也促进了我国经济更快的增长,服装工业也因此取得长足发展。另外,由于出口服装的数量激增,一方面使我国服装工业发生了结构性的变化;另一方面也使服装出口遇到了各种各样的贸易壁垒。进入21世纪,出口服装数量和产值很快就超过了内销服装。出口服装占据服装业的主导地位,由此也带来了我国服装工业生产模式的变化。

中国服装工业在经过20多年快速发展的同时,为了适应激烈的市场竞争,服装工业的生产根据行业的发展和市场需求,形成了多种模式,主要包括如下几类:

1. 品牌服装生产

指服装生产企业生产,自主拥有并得到消费者广泛认可的品牌服装,它必须有一个或几个属于本企业注册商标权的品牌。这类企业一般情况下拥有雄厚的资金、庞大的生产规模,并配有自己的科研、设计、开发队伍。如雅戈尔、罗蒙、波司登、白领、七匹狼这些品牌企业都属于集团公司,有着遍布全国的“专卖店”销售终端,目前均以内销为主,有些实力雄厚的企业也在以自己的品牌将产品打入国际市场。

2. 贴牌服装生产

指服装生产企业使用订货商提供的品牌进行生产的一种模式。我国服装出口数量增长迅速,出口值已达千亿美元,并超过内销服装。从事服装贸易的生产企业也在迅速增加,在我国服装生产企业中已占据过半份额,并仍在增长。这些企业中少数专门为某一国际名牌贴牌生产,多数是承接各国各种品牌的贴牌生产,它们共同的特点是由客户下订单,并提供品牌、样衣、原辅材料的样本以及服装

生产工艺单,按客户的指令进行生产。其优点是能够做到零库存,不设外发部,不需设计师和庞大的销售网络,基本无风险。其缺点是没有自己的品牌,利润微薄,受制于人,并会随着国际贸易形势的变化而遭受预料不到的严重经济损失。个别大、中型出口企业已经意识到自主和创新的重要,除了采用客户提供的样本外,也开始开发自己的新产品,这称为“出样订货”。

3. “外发”加工生产

指大、中型服装生产企业或服装出口贸易公司将自身生产力不能消化的订单转给那些无力直接承接订单的小型服装企业进行生产的模式。这种小企业可以不设开发部,甚至不设技术部和裁剪车间,只需十几台或几十台平缝机,再招一些车工,就能进行生产。这些企业的老板大都是一些较大企业的技术人员或者高层生产管理人员,积累了一定的经验和原始资本后开始自己创业。因为从事外发服装生产投资少、见效快、风险也不大,所以发展很快。但这种服装企业的工作十分辛苦、利润更加微薄、依赖性更强,然而也为社会作出了很大贡献,解决了不少就业问题。因这种类型的企业有较大的市场,许多大企业里的高级技术和管理人员又有强烈的创业愿望,所以越办越多,凭着他们吃苦耐劳的精神、强烈的责任心和坚定的信念,必然能做大、做强,以取代一些从加工业中退出的大、中型服装企业,甚至发展成为大型出口服装企业。

4. 服装出口贸易

指专门承接国外服装订单的贸易企业,接到订单后,自己并不加工生产,而是将其外发或外包给各种服装生产企业进行加工,然后付给加工费或收购,再卖给国外客户。服装出口贸易企业主要工作人员有接单员、理单员、跟单员、采购员。接单员也称业务员,需具备一定的外语能力,与客户保持密切联系,负责接单报价,以及合同的签订、跟踪、管理等;理单员,主要负责把外文订单翻译成中文订单,再根据客户的各种技术文件编制成中文的生产工艺单;跟单员,主要对外发(或外包)到加工厂家的订单进行质量和产量监控,及时向加工厂提供各种原辅材料以及其他物料;采购员主要负责采购原辅材料。这类企业原来以香港或外资企业为多,现在国内不少大、中型服装生产企业和国外独资服装生产企业也纷纷从艰苦的加工业转向服装贸

易公司。这类企业的增多,将使我国服装工业分工更细致、专业化程度更高,有利于我国服装工业的可持续发展。

■ 第三节 我国服装业发展趋势

知识经济时代已经到来,现代科学已经迈入了网络信息、生物工程、新材料开发应用和计算机等大型尖端技术时代。这种知识型产业革命将带动服装业的不断繁荣和发展,要求我国的服装生产管理跟上时代的步伐,抓住历史的机遇,适应新形式的要求,为我国服装业的发展添砖加瓦。

目前我国服装产业的发展呈如下趋势:

一、合并与收购

很多服装制作和零售公司与其他公司合并,有些公司收购了其他公司,这些变化的直接结果就是形成规模更大更有实力的公司。一些本来规模就很大的公司也寻求合并,一些巨大的商家对生产厂家的营销体系及其进入消费市场有着相当大的影响。如美国咨询公司KSA调查表明:1987年美国5家最大的服装零售商的销售额之和占总销售额的35%,到了1991年,前5家的销售总额总共占了45%的市场份额,10年之后,这个数字更是超过50%。从生产商方面看,大的公司也越来越大。总的来说,合并和并购导致了少数公司的集中。尽管这种集中有利于提高效率和生产力,但也隐藏着服装工业所需要的创新。换句话说,这些大公司的发展造成了最近几年服装业中千篇一律的状况。

尽管高级时装仍然是最能引起人们极大关注的焦点,但它只能占据服装业的一小部分市场份额。那些通过合并和兼并的大公司以大批量生产的产品来满足大众市场,因而占有大部分市场份额。如果说高级时装充满了激动人心的一面,引导着时尚潮流,那么,生产普通成衣的服装企业则与服务大众市场紧密联系在一起。

二、纵向发展

服装业中的不同部门的企业已逐渐向其他的部门渗透。如服装生产商涉足服装零售业,而零售商则向生产领域扩展。这种纵向发展并不是新鲜事,只不过最近几年更加明显。在男装业,由生产商拥有的零售店一直就存在,而现在,女装业中此类运作也越来越多。这种例子非常多,但最明显的是生产商和零售商相互渗透。例如,零售商积极地参与

它所销售服装的设计和生 产 监 控。相反,很多生产商都开办了自己的零售店。

如美国最老牌的Levi's牛仔服也于20世纪90年代中期开设了专卖店。在生产领域,一些服装公司已纵向联合控制了服装生产所需面料的供应、价格和质量。许多纺纱商、针织商、织造商、服装生产商和零售商过去曾经各自属于独立的部门,而现在,它们之间的界限已经不再明显。同时,纵向发展就像合并与兼并一样导致了公司的集中,形成了一些规模巨大的企业,从而为服装业增添了更加激烈的竞争条件。随着这一趋势的发展,纵向联合将遍布全球各地。

三、全球化

通信和交通系统的发展已经使全球经济逐步走向一体化。从某种程度上说,这对纺织和服装工业并不陌生。服装工业很久以来就是在对国际事件如欧洲的高级时装展作出反应的过程中发展的,而且几个世纪以来,服装在国际贸易中也占有相当的地位。尽管纺织和服装产品在过去几十年中一直在国际商务中发挥着一定的作用,但早期的这些活动对今天快速的全球化进程并不是直接的推动者。如今的服装业就其本质而言是非常国际化的,要求从事这一行业的人必须要有全球化的思维。服装制造商经常会寻找一些加工成本低廉的地方来加工服装,零售商也到世界各地寻找货源或直接安排生产。不仅生产遍布世界各地,而且生产的服装也销售到世界的每个角落。服装零售商的全球化速度特别快,而中国服装工业的发展,全球化也是必由之路。

四、计算机和因特网信息系统在服装业的运用

通信技术与服装工业的全球化是同步的。通过今天的通信系统,一个在纽约的公司可以通过卫星将其设计和制板传送到日本的一个公司裁剪和生产。通过电视会议系统,零售商可以不必离开办公室就能看到从厂家传送的服装式样,甚至可以通过计算机系统直接订货。计算机再订货系统非常精确,商店里卖出服装后,过不了多久商品就可以补齐。

计算机技术几乎改变了服装业的方方面面。这些发展已经增加了服装产品的品种,缩短了生产时间,提高了设计和生产工序,总的来说取消了服装生产过程中所有耗时的手工操作。同时,互联网为

服装工业和消费者发现新产品和了解信息提供了许多新的方式。

信息时代还改变了消费者购物的方式。信息高速公路已使电子零售成为可能。消费者可以坐在家里通过互联网在网上采购,如果还没有联网,则可以通过CD—ROM目录或电视家庭购物来作出选择。这些新的方式加上多种印刷的产品目录,对传统的店铺零售商提出了挑战。

计算机在服装工业中的应用,提高了企业的管理水平,降低了工人的劳动强度,提高了生产效率,推动了服装产业由劳动密集型产业向技术密集型产业的转化。最常见的是利用计算机进行款式设计、图案设计、制板、推板、排料、工艺制作等工作,比较先进的是将服装的设计采用三维立体虚拟,能把服装的效果图转换成成衣样板,还可模仿面料的质地、织法、悬垂性,实现电脑三维模拟表演等,使设计的服装在屏幕上显示出完美、逼真的形象,效果更加直观。

目前服装产业的计算机应用领域有服装CAD(计算机辅助设计),CAM(计算机辅助生产),FMS(柔性加工线),CAPP(计算机辅助工艺计划),CAQ(计算机辅助质量系统),CIMS(计算机集成生产系统)等。

五、消费者的个性化需求

进入21世纪后,服装企业发现越来越难迎合消费者不断变化的喜好。20世纪80年代,消费者还是时尚的狂热追随者,品牌对他们来说非常重要,消费者愿意花钱购买显示地位的产品。到了90年代以后,消费者更加注重价值,愿意付出更少获得更多,引用一位服装集团总裁的话来说:“现在是消费者控制着局面。”

正因为服装业竞争激烈,给消费者提供了如此多的选择,消费者在服装消费方面比以前变得更加谨慎,不再轻易地受到促销的诱惑而去购买他们并不需要的东西。消费者的喜好已经变化,并且更加独立,他们更愿意决定适合自己的风格而不愿意受别人的主宰。

服装业的各个环节和部门正在绞尽脑汁来吸引和满足越来越挑剔的消费者。很多企业都收集更多的消费者需求信息,根据越来越细分的消费市场调整产品以满足个性需求。

六、时尚的快速传播

随时收集世界各地的时装情报、流行趋势及市场信息等,还可以将产品的销售情况及时输入计算机,便于统计和处理。厂家、百货公司、服装店联网,用来调查市场销售和需求情况。

电子商务技术在服装界得到了广泛的应用,网上销售也是近年来火爆的新兴商业。服装信息一旦从互联网上发出,服装品牌的选择,服装设计,服装面料选择,服装加工等一系列的活动就会借助电子商务平台同时行动起来,企业即可按订单快速组织生产。

由于卫星通信系统的发展,消费者能很快地看到新的时尚并希望很快地得到它。而在这之前,来自欧洲时装展的时尚需要两年的时间才能传播到大众市场。现在,几乎世界各地的消费者能同时看到巴黎和米兰的时装展,而心急的消费者也等不及两年后穿上新款时装。这种信息的快速传递对整个生产销售产生了压力,要求他们必须比以前任何时候都要快地作出反应。

流行时尚在世界范围内的快速传播也意味着各地的消费者能够同时穿上类似的新衣服。比如,洛杉矶、香港、东京和北京的青少年可以听同样的音乐,穿着极其相似的衣服。而且,他们穿着的服装与其他国家的同龄人的相似程度要比本国的上一代人高。

七、缩短反应时间

服装业不得不重新考虑并重新组织产品的制作和销售方式,以缩短其从生产到零售店的时间。这些策略被称为“快速反应系统”和“快速补充系统”。这些快速的周转系统已经变得非常重要,因为没有哪个公司愿意将大量投资放在库房里。零售商希望能很快地从生产商那儿得到货品而不愿意自己的库存大量增加。同样,服装生产商也不希望有大量的库存闲置在库房里。因此,服装生产商希望从它的原料供应商那里快速得到补充。这样就迫使各部门对其下游部门作出快速反应。因为这些因素,服装产品从生产到消费者所需的时间比以前大大地缩短。这些策略也降低了消费者过去因缺货引起的失望。尽管这些变化要求所涉及各部之间会作较大的调整,但毕竟由于能够快速满足消费者对最新时尚的永不停止的追求而使整个服装工业大为受益。

八、服装专用设备的功能趋于集成化

在服装工业生产进程中,新设备的采用已越来越受到重视,目前已广泛采用各种高速自动缝纫设备、高压水裁剪、激光裁剪和无线缝合等技术。这些技术设备对服装业起到了极大的推动作用。

在裁剪车间,采用自动控制拉布机,全自动裁剪机,并与CAD联机,来实现自动进行排板或衣片的裁剪。最后由标签机完成打号分包任务。在缝制车间,使用柔性吊挂线,实现衣片传递过程,缝制设备自动化、专业化,由一个操作工同时操作几台专用设备,提高生产速度和产品质量。

九、服装个性化设计增加

服装的整体设计不仅考虑穿着者全身衣服的协调,而且还考虑与其他配饰是否相配,甚至连其发型、体型、皮肤、头发都要考虑进去,以设计和生产出更加美观、合体的整套服装。人们对自身服饰的要求各自不同,追求具有个性化的表现。在服装款式、用料、色彩、配件等方面都要体现出个性化的特点。因此,要求服装厂具有品种多、批量小、质量高的服装与之相适应。

随着消费者对购物的兴趣逐渐降低,他们对服装业提供的产品价值、质量和服务要求也有所提高。很多消费者越来越对生产流水线造成的千篇一律感到厌倦,因此,很多公司针对消费者的要求增加了定制业务。随着市场竞争的加剧,定制越来越成为商家重要的经营策略。计算机技术使生产商和零售商便于搜寻特定的顾客群以及他们的需求。而定制也将要求公司生产小批量、多品种的产品,如LEE公司几乎包含了各种女式牛仔服系列:斜纹牛仔、灯芯绒、斜纹布、传统牛仔等,又如短裤、中长款、宽松款、紧身款、松紧腰身、高腰款等。

十、特种服装的设计前景广泛

特种服装的设计前景广泛。具有防水,防火,防烫,防腐蚀,防辐射等性能,特种服装的品种不断增多,人们各种不同用途的需要都得到了满足。

在这种形势之下,建立科学的生产管理系统,已势在必行,作为服装设计专业,开设“服装生产管理实务”课程也必须跟上服装业的发展形式,否则只懂“服装设计理论”而不懂“管理”已不能适应服装企业的人才需求了。

■ 第四节 服装生产管理的基础知识

现代服装企业是指从事服装成衣的批量生产和贸易、具有法人资格、实行独立核算的经济单位。它拥有一定的生产规模、一定的生产能力和一定的资金,拥有经营人员、管理人员、技术人员和缝制操作工等各类人员,并具有生产经营服装类型的决策、服装产品的定价与销售、资金投入与留用的支配、原钢材料及设备的购置、员工的聘用与管理、员工的待遇分配等多项权限,同时也负有承担经营风险、自负盈亏等经济责任及遵规守约、履行义务等法律责任。

一、服装生产流程简介

不同的服装企业有不同的组织结构、生产形态和目标管理,但其生产过程及工序是基本一致的。服装生产大体上由以下八道主要生产单元和环节组成:

1. 服装设计

一般来说,大部分大、中型服装厂都有自己的设计师设计服装款式系列。服装企业的服装设计大致分为两类:一类是成衣设计,根据大多数人的号型比例,制定一套有规律性的尺码,进行大规模生产。设计时,不仅要选择面料、辅料,还要了解服装厂的设备和工人的技术;第二类是时装设计,根据市场流行趋势和时装潮流设计各款服装。(图1-1)



图 1-1



图1-2

2. 纸样设计

当服装的设计样品为客户确认后, 下一步就是按照客户的要求绘制不同尺码的纸样。将标准纸样进行放大或缩小的绘图, 称为“纸样放码”, 又称“推档”。目前, 大型的服装厂多采用电脑来完成纸样的放码工作, 在不同尺码纸样的基础上, 还要制作生产用纸样, 并画出排料图。(图1-2)

3. 生产准备

生产前的准备工作很多, 例如对生产所需的面料、辅料、缝纫线等材料进行必要的检验与测试, 材料的预缩和整理, 样品、样衣的缝制加工等。

4. 裁剪工艺

一般来说, 裁剪是服装生产的第一道工序, 其内容是把面料、里料及其他材料按排料、划样要求剪切成衣片, 还包括排料、铺料、算料、坯布疵点的借裁、套裁、裁剪、验片、编号、捆扎等。

5. 缝制工艺

缝制是整个服装加工过程中技术性较强, 也较为重要的成衣加工工序。它是按不同的款式要求, 通过合理的缝合, 把各衣片组合成服装的一个工艺处理过程。所以, 如何合理地组织缝制工序, 选择缝迹、缝型、机器设备和工具等都十分重要。

6. 整烫工艺

成衣制成后, 经过熨烫处理, 达到理想的外形, 使其造型美观。熨烫一般可分为生产中的熨烫(中烫)和成衣熨烫(大烫)两类。

7. 成衣品质控制

成衣品质控制是使产品质量在整个加工过程中得到保证的一项十分必要的措施, 是研究产品在加

工过程中产生和可能产生的质量问题, 并且制定必要的质量检验标准和法规。

8. 后处理

后处理包括包装、储运等内容, 是整个生产过程中的最后一道工序。操作工按包装工艺要求将每一件制成并整烫好的服装整理、折叠好, 放在胶袋里, 然后按装箱单上的数量分配装箱。有时成衣也会吊装发运, 将服装吊装在货架上, 送到交货地点。

二、生产管理的概念

管理就是运用科学的思想、组织、方法和手段对企业的人力、物力、财力及其生产和经营的全部活动与进程进行计划、指挥、监督和协调, 并通过对职工的教育和鼓励, 保证企业生产和经营的连续性、均衡性、经济性和安全性, 以达到预定的生产和销售目标, 满足社会需求。

服装生产管理是指服装生产从投料到产品完成的全过程的管理, 同时也包括与服装生产有关的生产要素管理、生产计划管理、技术管理、质量控制及其与生产相关的信息管理。

随着服装生产的发展和技术进步, 无论是从生产效益还是生产规模或引导服装流行趋势及改进产品质量等方面, 工业生产的优势得到了充分的体现。但是, 工业生产的优势则要靠加强生产技术管理来实现, 当今服装工业生产已经到了没有管理几乎不能正常生产的程度。比如, 工业生产的原辅材料、生产设备、裁剪、缝纫、锁钉、熨烫、包装等是由若干个部门分工合作的。其生产过程也是由几十人或一百多人的流水作业来完成的, 生产方式已经形成了群体作业。由此可见, 没有完善的生产技术管理是很难维持正常生产秩序的。严格控制与生产有关的方方面面, 全面、全过程地加强技术管理工作, 这样才能确保企业经济效益和产品质量不断提高。

三、服装生产管理的职能

自从人类有了共同的劳动以后, 就产生了管理。服装生产从个体作业转换为群体工业化的流水作业以后, 也同样就产生了服装生产的管理。因为管理具有很强的专业性和技术性, 所以不同的行业其管理内容也不完全相同, 但是其主要职能还是具有共同点, 那就是计划、组织、协调、检查和督促。现在结合服装专业生产的特点论述如下: