



纺织服装高等教育“十一五”部委级规划教材
东华大学服装设计专业核心系列教材

主编 刘晓刚



服装设计实务

何智明 编著

东华大学出版社



纺织服装高等教育“十一五”部委级规划教材
东华大学服装专业核心系列教材

主编 刘晓刚

服装设计实务

何智明 编著

上海市重点学科建设项目资助
项目编号 B601

东华大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

服装设计实务 / 何智明编著. —上海: 东华大学出版社, 2010. 5

(东华大学服装设计专业核心系列教材/刘晓刚主编)

ISBN 978-7-81111-694-6

I. ①服… II. ①何… III. ①服装—设计—高等学校—教材 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 082647 号

责任编辑 徐建红

封面设计 李勇智 黄鑫帅

版式设计 高静芳

东华大学服装设计专业核心系列教材

服装设计实务

何智明 编著

东华大学出版社出版

(上海市延安西路 1882 号 邮政编码:200051)

新华书店上海发行所发行 苏州望电印刷有限公司印刷

开本:787×1092 1/16 印张:12.25 字数:310 千字

2010 年 5 月第 1 版 2010 年 5 月第 1 次印刷

印数:0 001—4 000

ISBN 978-7-81111-694-6/TS·196

定价:33.00 元

序 一

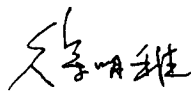
服装产业素来是我国重要的支柱产业。今天的中国不再是世界服装的初级加工厂,已从“中国制造”走向了“中国创造”。中国的服装设计师、中国的服装品牌、中国的服装教育纷纷登上世界舞台,崭露头角。在服装产业繁荣发展的今天,无论是本土的还是世界的服装设计教育格局都出现了很多变革性的因子。产业环境对我国的服装教育提出了全新的要求,既要符合全球化、国际化的趋势,又要坚持本土化的中国特色。

服装设计学科是东华大学的特色学科。作为中国最早设立服装设计学科的高等学府之一,学校以“崇德博学、砺志尚实”为校训,自觉承担起培养我国优秀服装设计专业人才、引导我国服装设计学科发展的重任。中国的服装设计教育从20多年前的借鉴与摸索期发展到如今的成熟与创新期,离不开我校几代服装设计学科专业教师的耕耘与奉献。

立足中国、面向世界,上海繁荣的都市产业与时尚产业成为我校服装设计学科成长的沃土。秉承“海纳百川、追求卓越”的精神,我校服装设计学科带头人刘晓刚教授领衔,服装学院专家教授共同参与,在全国率先推出了大型的服装设计专业系列教材。此套教材涵盖服装设计的方法、思维、技术、品牌、审美、营销、流行等各个方面,理论与实践并举,内容全面,时代性强。可以说,此套教材凝结并展示了我校服装设计教育精英的集体智慧、敢为人先的创新精神,以及严谨求实的学术风范。

一份耕耘,一份收获。衷心希望此套教材的出版能够对我国服装教育与服装产业的发展有所促进。

东华大学校长



序 二

我国高等服装教育从20世纪80年代初起始,屈指数来已有20余年历史,作一个形象的比喻,她已经进入一个朝气蓬勃、活力四射的青春时代。细分起来,服装学科有许多分支,在我国大多数设有服装专业的高等院校中,研究生层面有服装人体科学研究、服装工程数字化研究、服装舒适性与功能服装研究、服装产业经济研究、服装设计理论与应用、服装史论研究等研究方向,本科生层面有服装设计与工程、服装艺术设计、服装表演与设计等专业之分。为了表述的方便,我们姑且统称为服装专业。

与一些拥有百年历史的欧美老牌服装院校相比,目前我国的服装专业还只能算是一个新生专业,尽管我们在教学的许多方面是在摸索中成长,在前进道路上遇到不少问题,但是,我国服装教育也因此而有了自己的特色,虽然我们应该学习国际先进的教育理念,然而,教育本身必须注重创新的规律告诉我们:不必事事效仿伦敦纽约,更毋须言必称巴黎米兰,在全国服装教育同行们的辛勤努力下,从零起步的我国高等服装教育已经卓有成效地为服装产业输送了大量专业技术和经营管理人才,为我国服装产业的腾飞做出了不可磨灭的贡献。

当然,我们也应该看到,与突飞猛进的我国服装企业所取得的成绩相比,后者在发展速度和品质提升方面以自己辉煌出色的成果交出了似乎比服装教育更为显著的答卷。在服装进入品牌化时代的今天,服装企业的进一步发展需要更高水平的服装教育等相关领域的支持,为服装教育提出了新的深化课题,因此,我们不能以已经取得的成绩而自喜,更不能以此为由而裹足,必须进一步理顺教学体系,更新教学内容,深化教学内涵,为我国服装产业尽快出现国际有影响的品牌和建立自主知识产权的设计创新体系而培养高级设计人才。

教育也是品牌,特色是品牌的内涵,每个学校办学都应该有其自己的特色,东华大学(原中国纺织大学)是一所以纺织服装为特色的综合性大学,服装专业倚靠得天独厚的国际大都市——上海的服装产业背景,在学校致力于建设“国内一流、国际有影响、有特色的高水平大学”的办学思想指导下,以“海纳百川、追求卓越”之勇气,重视服装学科规律,关注服装产业变革,倾听服装企业建议,广泛开展国际交流,以“根植产业土壤,服务社会需求”为专业教学理念,

取得了颇有特色的学科建设成效和经验。为此,作为教育部“服装设计与工程”唯一的国家级重点学科所在院校——东华大学服装学院,深感自身在我国服装产业转型期所肩负的责任,从建设《服装设计专业核心系列教材》着手,进行一系列顺应时代需求的教学改革。

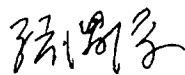
本系列教材集东华大学服装学院全体教师 20 余年专业教学之经验,涉及 30 余门服装设计专业核心课程,由我的学生、也是我国服装设计领域首位博士刘晓刚教授担纲主编,整个系列涵盖本科生和研究生的服装设计专业课程,以专业通识类、专业基础类、专业设计类、专业延伸类和专业提高类五大板块构成立体框架,注重每个板块之间的衔接关系,突出理论与实践、模块与案例、现实与前瞻的结合,改变常见的插图画家式的设计师培养结果,重点在于培养学生的创新思维、表现技能和企划操作之完成能力,其中部分教材为首次面世的课程而撰写,目的在于缩短应届毕业生与企业磨合的时间,使他们能够“快、准、实”地成为品牌企划和产品设计的生力军,也能够为毕业生自主创业提供必须掌握的知识结构。

我相信,凭借东华大学服装学院为本系列教材提供的鼓励和保障措施,以及全体编写教师的集体智慧和辛勤努力,也凭借刘晓刚教授多年来一贯严谨的教风、与服装企业合作的成功经验和已经出版 10 余本教材的业绩,这套系列教材应该非常出色的。

据此,我很高兴为本系列教材作序,并期待其发出耀眼的光芒。

东华大学服装学院 学术委员会主任

教授 博士生导师



前 言

目前,我国大学本科的服装设计专业教学与先进国家的服装设计专业教学存在着一定的差异,产生这种差异的主要原因来自于两个方面,一方面是由国内外大学教学理念和培养环境上的差异而引起,另一方面是受到本专业教学在我国大学形成的特定历史条件的影响。不过,经过 20 多年的发展和国内外交流的日益频繁,我国与国外服装专业在教学理念上的差异已经越来越接近,并没有多少本质上的区别,只是在服装产业水平等培养环境上还存在着一定距离。如果硬是区分一下两者的差异的话,相对而言,国外本专业教学比较强调实践性,具体表现为设计理念与技术实现能力的结合比较紧密;国内教学比较注重理论性,主要体现为设计理论的完整性和系统性比较明显,技术实现能力有待提高。总体而言,两者各有利弊,很难就教学目的本身一分高低。因为,专业教学理念及其效果与产业基础有很大关联,而且,即使是相同的教学理念,也会因为社会环境的不同而出现差异较大的教学效果。

对于用人单位来说,企业非常希望实践操作能力强的毕业生加盟他们的团队,对毕业生的动手能力十分看重。在此形势下,国内服装专业院校都在积极探索教学模式和教学内容的改革,尽量满足企业对设计人才的要求。相对来说,目前我国现行的服装设计教学内容大致上可以分为两个部分,一个部分侧重于理论教学,比如服装学概论、服装设计原理、服装材料学、服装史论等等;一个部分侧重于实践教学,比如男装工艺、女装工艺、服装纸样等。但是,上述教学内容还是基于基本理论和基本方法的讲授,对于服装设计专业毕业的学生来说,还缺少一门能够让他们毕业以后如何独立完成一项服装设计业务的课程,使得受雇于企业或自主开业的毕业生均无法从一开始就能很好应对一项非常具体的、特别是比较复杂的服装设计业务。

服装设计实务课程正是在此前提下开设出来的一门技能性很强的实务性新课程。本课程的主要内容是以如何开展服装设计业务为主线,从目前我国服装行业普遍存在的实际情况出发,就服装设计业务的一般操作过程及其主要环节,从大量实践经验中整理成一个个便于操作的知识点。本课程论述的关系对象主要是设计业务的委托方与独立设计机构,也包括服装企业内部设计团队,他们中的许多设计实务的基本内容是共通的。

本课程的重点不是在于对服装设计理论作深入的探讨,而是在于分解这些理论知识,强调它们在实际中的应用性,是对诸多课程中可用于服装设计实务的知识梳理,为学生指出在服装企业(含独立设计机构)中的服装设计业务的实际操作方法,也为毕业生今后开创自己的服装设计工作室奠定实务方面的专业基础。

与专门传授具体的服装产品设计方法的男装设计、内衣设计或毛皮服装设计等基础类服装设计课程不同的是,本课程的内容贯穿了从承接业务到后期服务的服装设计业务全过程,简略了关于如何展开具体产品设计的内容,对一些不属于设计工作本身、却又是一项完整的设计工作不能缺少的其他工作内容进行了适当的介绍。因此,本课程以上述设计课程为基础,要求选修的学生必须掌握服装设计的一般专业知识,才能使选修本课程的效果更为有效。

本教材的编写得到了东华大学服装学院的大力支持,特别是刘晓刚教授的专业团队的无私帮助,他们有着非常丰富的实践经验,博士研究生厉莉和硕士研究生朱迪为本教材做了不少基础工作,并且配了全部插图。本教材也可作为有志于开拓服装设计业务的业内人士或服装设计爱好者的参考用书。

何智明

2010年4月

目 录

第一章 服装设计实务概述	1
第一节 服装设计实务的定义	2
第二节 服装设计业务的特征	3
第三节 服装设计业务的类型	5
第四节 服装设计业务的要求	10
第五节 服装设计业务的流程	13
第二章 服装设计业务基础	19
第一节 服装设计业务的宏观基础	20
第二节 服装设计业务的微观基础	24
第三节 服装设计业务的业务来源基础	26
第四节 服装设计业务的行业规范	29
第三章 服装设计业务前期	35
第一节 服装设计业务的准备	36
第二节 服装设计业务的导入	49
第三节 服装设计业务的策划	61
第四章 服装设计业务中期	69
第一节 服装设计业务的产品设计	70
第二节 服装设计业务的技术沟通	82
第三节 服装设计业务的方案评审	87
第五章 服装设计业务后期	93
第一节 服装设计业务的样品制作	94

第二节	服装设计业务的样品评审	97
第三节	服装设计业务的方案增补	102
第四节	服装设计业务的跟踪服务	105
第六章	服装设计业务拓展	109
第一节	业务拓展条件	110
第二节	业务拓展原则	112
第三节	业务拓展渠道	113
第四节	业务拓展方法	117
第五节	业务拓展要点	119
第七章	服装设计业务辅助环节	123
第一节	采购环节	124
第二节	管理环节	128
第三节	资源环节	133
第四节	跟单环节	136
第五节	内务环节	141
第八章	服装设计业务常见弊病	145
第一节	业务前期弊病	146
第二节	业务中期弊病	152
第三节	业务后期弊病	159
第四节	业务拓展弊病	164
第九章	服装设计业务风险	171
第一节	服装设计业务风险的类型	172
第二节	服装设计业务风险的原因	173
第三节	服装设计业务风险的危害	177
第四节	服装设计业务风险的防范	179
参考文献		184

服装设计实务概述 | 第一章

从字面上理解,“实务”是指要求解决的某特定领域中的实在事务,也可以理解为实际事务、实质工作、现实任务、实际例子等等;“业务”是指两个或两个以上组织为了某种目的而需要处理的工作事务,可以理解为岗位工作、技术工作、商业任务等等。实务和业务在不同领域均有不同所指,比如,在科学领域有科研业务、军事领域有训练业务、教育领域有教学业务等等,各领域业务成绩出色的人则称为业务标兵。但是,在具有经营性质的各行各业里面,业务通常特指销售方面的事务,因为任何企业最终仍然是以“销售产品、销售服务、销售技术”等为主要经营内容,“销售”成为达到“赢利”这一经营的基本目的的主要手段,所以,“业务”通常被指销售,特指如何接洽生意和谈成生意,业务员被指专门承揽业务的人员,业务成绩被简称为“业绩”。

由此可见,实务的含义比业务更为宏观,可以理解为将业务涵盖在内的实在事务。为了本课程论述专业问题的需要,在此有意扩大一般商业意义上的“(销售)业务”概念,并且剥离了其中一部分无关的内容,将业务的概念界定为包含了业务洽谈、技术实现、资源利用、客户管理等完成全部设计工作所需内容的大概念,也即包含内容更多的“实务”概念。



第一节 服装设计实务的定义

服装设计实务是近来出现的名词,与这一词汇相近的有业务、事务、任务等。为了后续课程在论述上的方便,明晰实际设计工作中的分工,本节将对服装设计中的实务与业务做一个概括性的界定。

一、服装设计实务

服装设计实务是指一切围绕服装产品开发任务而展开的全部工作,特指设计工作中的事务性工作。事务性工作是指为了完成主要任务而配套或辅助的日常工作,在服装设计领域,服装设计实务的内容非常广泛,它还包括业务洽谈、签订合同、物品采购、业务管理等一些保障产品设计开发的核心工作得以顺利进行的辅助工作。在此,服装设计实务并不是指“设计”工作本身。

相对而言,设计工作中的事务性内容比较琐碎、实际,工作成绩往往因工作本身或工作过程的显示度有限而不够突出,但它却是非常重要的工作,对提高和辅助核心设计工作的质量大有裨益。有时,这些工作被认为不是设计师的工作,比如为了开拓新业务而进行的业务接洽、为了监督产品质量而进行的跟单等,但是,如果一个服装设计师不懂或不会做这些工作,必将难以把控整个设计工作的进程,从而影响整体工作质量的完成度。事实上,在设计工作的实际操作中,设计师将不可避免地完成相当部分的设计实务工作。

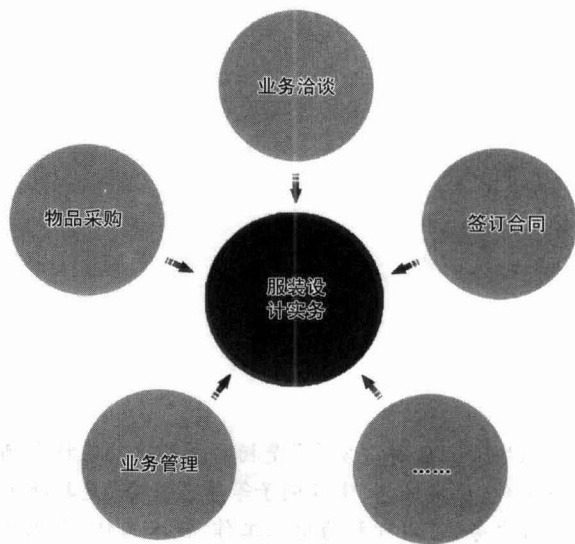


图 1-1 服装设计实务包括的内容非常广泛,是一切围绕服装产品开发任务而展开的全部工作

二、服装设计业务

服装设计业务是指实质性地承担了服装产品开发主要任务的核心工作,特指设计工作中的专业性工作。专业性工作是指完成主要任务所必需的具有专业知识含量的技术工作,也即未经专业训练人士所难以完成的工作内容,其中包括本课程所分列的服装设计的前期、中期和后期三大块主要工作,它们对实现工作目标负直接责任,是引领辅助工作所包括的全部工作内容和方向的核心工作。

一般来说,设计工作中的专业性工作比较复杂、难度较大,但它能体现一个设计师的技术业务水平,是一个设计团队的核心竞争力,其工作成绩往往可以用比较明确的标准进行考核,也经常被认为是设计师的主要工作,大部分服装院校的专业课程设置主要围绕着这些内容进行。

三、两者的关系

本课程的服装设计实务将围绕服装设计业务展开,亦指为了帮助设计业务完成的实际事务。在本课程涉及的范围内,“实务”与“业务”的词义相当,其区别在于,前者是面对服装设计任务的事务性工作的总称,具有现实、务实之意;后者是面对服装产品开发的专项性工作的范畴,具有操作、实现之意。不过,在实际工作和生活用语中,这两个概念往往难以明确区分,没有本质上的差异,有时甚至经常被混淆、对换或等同,在不同的工作场合下,两者的所指往往被混为一谈,只是在对这两个词的词义联想上显得有些差异而已。这种差异表现为,在不同工作场合下使用这两个词会出现不同的含义,比如,在接洽工作时只会说“业务”而不会说“实务”,在职业考核时往往会说“实务”而不说“业务”。总的来说,人们经常遇到的是“业务”一说,行业内的岗位分工也只有“业务员”而没有“实务员”。

相对来说,业务比实务更为具体,更为单一,范围也更小,并且被包含在实务之中。因此,本课程所说的“实务”也尊重行业内的一般说法,是指以“业务”为主线而展开的全部设计工作。

第二节 服装设计业务的特征

尽管服装设计与家具设计、电器设计、餐具设计、玩具设计等一样,都属于设计学科中的产品设计范畴,但是,就整个操作过程来看,服装设计业务不同于其他产品设计业务,有其自己的特征,这种特征因服装产品本身特点而产生。了解这些特征,有助于人们在操作服装设计实务时有一个更加清晰和全面的认识。

概括起来,服装设计业务主要有以下几个特征。

一、连续性

服装设计业务具有连续性特征。由于服装是人们一年四季离不开的实用性生活产品,零售市场上须臾不能或缺,而且是大部分百货公司经营的大宗商品,因此,服装是销售不能断档的常年连续运转的商品,所以,服装设计工作也一刻不能停留,必须跟着销售季节的变化,不断推出新产品。一般总是在一个销售季节的新产品开发刚结束,就立刻投入下一个销售季节的新产品开发。有时,一家服装企业会按照销售季节或产品品类的需要,配备两套或两套以上设计团队,前后交错地分别负责各自的产品开发工作。

这里所说的销售季节与自然季节不是一个概念。销售季节是指按照销售规律划分的季节,按照服装行业通常做法,一般把销售季节分为春夏、秋冬两个季节;自然季节是根据当地气候变化划分的季节,一般分为人们熟知的春、夏、秋、冬四个季节。因此,服装行业的国际惯例往往按照春夏或秋冬两季进行流行趋势发布,服装零售市场每年的大规模产品换季也集中在初春或初秋进行。服装设计业务也是按照这一特点,一般分为两个季节进行产品开发。如果把销售季节分为春、夏、秋、冬四个季节,往往会使设计工作更加琐碎、更为繁重,工作成本也随之提高,不过,有些服装企业依然会在春夏和秋冬两个大的销售季节的基础上,细化产品的季节性特征,按



照月份或星期设定产品波段的周期。

二、琐碎性

服装设计业务具有琐碎性特征。由于款式、色彩、材料、工艺等构成服装产品的设计因素很多,流行变化的速度很快,产品品种复杂多样,再加上品牌推广、终端维护、顾客服务等销售环节比较复杂,不仅专业性设计工作显得十分琐碎,细小环节很多,而且事务性日常工作也混杂其中,必须考虑到方方面面的衔接关系,协调好企业、商家、顾客之间的利益平衡,才能最高效益和最大程度地完成整个产品开发工作,因此,服装设计业务表现出相当的琐碎性。

服装设计业务的琐碎性主要表现在必须逐一解决在设计过程中将会遇到的每个实实在在的、不可回避的具体细节问题。比如,每件产品上使用的缝纫线就有颜色、型号、材质的考虑,钮扣的选择也会遇到直径大小、颜色、材质、外形等问题,或者在纸样和样衣之间的打样与修改的多次反复与确认等,这些细节问题都需要一一确定。此外,设计过程中的沟通、评审、管理等环节也是需要认真仔细地对待的十分琐碎的工作内容。

三、漫长性

服装设计业务具有漫长性特征。相对一些其他产品的设计工作而言,除了表演服装、仪式服装等应急的或者临时的设计任务以外,大部分为服装品牌而进行产品开发的服装设计业务都比较漫长,因为创建品牌本身就是一项需要时间验证的十分漫长的工作。以这部分业务为例,按照目前的行业状况,一次完整的品牌服装产品设计周期从头至尾一般至少需要半年以上的时间。造成服装设计业务漫长性特征的主要原因是服装产品的季节性。

服装设计业务的漫长性主要表现为对设计业务的跟踪服务需要较长时间。仅仅设计行为本身而言,设计一件服装的过程并不十分漫长,有时甚至比设计某种其他产品耗时更短,寥寥几笔即告完成。虽然被认为是设计师主要工作的产品设计画稿所需要的完成时间可以掌控在设计师手里,但是,一个服装销售季节一般需要半年时间,其中可能会出现要求补充新款式等工作指令,或者要求设计师经常性地在商场内为新产品出样,此时即意味着设计工作并没有结束。这种漫长性还体现在不同销售季节之间在产品上的关联度上,其目的是为了维护品牌产品在风格上的延续,有利于消费者对品牌识别。当然,相对于动辄耗时数年的飞机、汽车等新产品设计而言,服装设计的耗时就不算什么了。

四、前瞻性

服装设计业务具有前瞻性特征。出于服装是最能体现穿着者个性和与穿着者物理距离最接近的产品等原因,几乎没有一种其他产品比服装产品更讲究流行性,流行的主要特征之一是产品更换的快速性,而服装产品单价较低和制造迅速等特点,为快速推出新款式提供了条件。由于服装产品对流行元素有很高的要求,各个服装品牌都希望把准时尚的脉搏,走在时尚的前列,设计过程的漫长性原因也对服装设计业务提出了必须跨季节进行的要求,因此,服装设计业务对产品中的前瞻性提出了顺理成章的要求。为了做到这一点,服装设计工作也被要求提前展开。

服装设计业务的前瞻性表现为提前对产品流行趋势做出准确的判断。为此,专门从事流行

预测业务的研究机构在服装企业开始产品设计之前,就已完成下一年度的流行趋势报告。这一前瞻性通常提前一年到二年。比如,国际流行色协会提前二年发布“国际流行色趋势报告”,世界最具权威的面料展法国第一面料视觉展(Première Vision,业内简称“PV展”)展出的是参展商们提供的提前一年研发的面料新样品。服装企业则根据这些前瞻趋势或者自行研究成果,将产品的设计定位提前一年甚至更长时间进行。



图 1-2 每年两届的法国 PV 展是面向全世界的顶尖面料博览会

第三节 服装设计业务的类型

根据目的、要求和表现的不同,服装设计业务可以分为很多类型。在现实工作中,一项设计业务往往需要具备特定而明确的目标,难以简单地采用一种分类方法对其界定,因此,绝大部分设计业务需要从多种分类角度进行界定,才能将某项设计业务描述清楚。比如,某项业务是“长期的女装成衣样板设计”,其中就分别使用了从时间、对象、内容、结果的分类角度,描述了该项业务是“长期的、为了女性的、成衣化的样板”等特定性内容。

一般来说,服装设计业务可以分为以下一些类型。

一、从时间上分

(一) 短期设计业务

短期设计业务是指耗用在业务上的时间较短的业务。这种业务一般是指一次性的且在短期内必须完成的业务,通常来说,此类业务的内容不太复杂,品种较少,系统性弱,程序也比较简单,因而耗时较短。此类业务的全部设计内容一般要求在数周内完成,最短的可以是几天内完



成。比如,为数不多的款式设计、花型设计、样板设计等。

（二）中期设计业务

中期设计业务是指耗用在业务上的时间介于短期设计业务和长期设计业务之间的业务。这种业务一般用时稍长,难度和数量显然要比短期业务要求高,通常来说,如果此类业务的难度较高,则数量不多;如果数量较多,则难度不高;或者两者要求都不高,但是程序要相对复杂一些,比如,某些品类的流行趋势研究、服装发布会作秀服装设计等。

（三）长期设计业务

长期设计业务是指需要长时间或跨季度进行的业务。这种业务一般用时很长,其难度或数量要求较高,系统性强,程序复杂,因而耗时很长。一个单项长期业务的时间一般需要连续半年以上,或者几个相同的中期业务的累计也可认为是长期业务。比如,某个品牌在整个销售季节的全盘货品设计、流行趋势跟踪研究、固定多年的产品设计等。

二、从来源上分

（一）服装企业设计业务

服装企业设计业务是指来自于服装企业的业务。这种业务既可以是本服装企业内部需要的,也可以是其他服装企业委托的,一般是用于以品牌名义进行市场销售的时尚类服装设计,比如,运动装设计、女装设计、休闲装设计等。由于设计业务的发起者是对设计业务的内容、规格及流程都非常熟悉的业内企业,因此,在业务的技术沟通上比较容易达成共识,相对来说,业务开展之初不需要太多铺垫环节,即可直奔主题。

（二）社会团体设计业务

社会团体设计业务是指来自于社会团体的业务。这种业务一般是从事非服装经营业务的社会团体(包括其他行业的企业)委托的团体服装设计,比如,工作服设计、演出服设计、校服设计等。由于设计业务的发起者对设计业务不太专业,在沟通中将会耗费较多的时间,用于解释、示范等方面的工作,才能达成双方的共识。因此,此类业务必须加强基于普及专业知识方面的沟通工作,将专业知识通俗化。

（三）政府部门设计业务

政府部分设计业务是指来自于政府部门的业务。这种业务一般是政府部门委托的制服设计,也可以是大型活动的团体服装设计,比如,检察制服、公安制服、军队制服、国家庆典服等。由于此类业务要考虑设计结果的社会影响力,对设计方案的审核程序及审核结果比较慎重,意见反复较多,而且经常会进行公开性的社会招标,因此,这些业务一般耗时较长,承接业务的设计团队应该做好充分的思想准备。

三、从生产上分

（一）定制设计业务

定制设计业务是指为了满足个别客户的特殊需求而进行的设计业务。这种业务一般是个人客户委托的特殊订单,通常产品数量不多,但各项要求较高,必须以特定客户为对象,以特殊要求为标准,并完成单件生产。比如,高级定制服装、婚纱礼服的设计等。由于这些客户往往不是专业客户,不具备完成设计后的制作条件和制作能力,因此,需要承接设计的团队能够完成从

设计到制作的整个过程。

（二）成衣设计业务

成衣设计业务是指为了满足产品的批量生产要求而进行的设计业务。这种业务一般是设计能力较弱的业内企业委托的生产性行为,也是大部分设计机构的主要业务。由于委托方需要根据设计结果进行产品的批量生产等缘故,使得设计结果所对应的生产总额巨大,其成功与失败将直接关系到委托企业的市场表现,甚至涉及其生存,因此,设计者在此类设计业务中的责任较为重大。

四、从数量上分

（一）单项设计业务

单项设计业务是指完成整个设计任务中的某项内容。这种业务的委托方一般具有相当水准的设计能力,甚至拥有规模不小的设计团队,但是由于涉及的产品品类范围局限或团队的设计水平不高等原因,需要依靠更为专业的设计力量弥补自身技术上的不足。比如,以擅长设计和生产梭织面料服装的企业,为了开拓针织面料服装,往往需要求助于在此方面更具专业优势的设计团队。

（二）多项设计业务

多项设计业务是指完成整个设计任务中的多项内容。这种业务的委托方一般也拥有一定的设计能力,为了快速完成整个产品设计开发任务,而将其中的多项设计任务外发给社会上的独立设计机构,自己完成最为擅长的一部分设计任务。比如,某个产品品类齐全的休闲装企业自己完成主要产品开发,将与之配套的服饰品和VI系统等设计组成一个业务模块,委托给设计机构完成。

（三）整体设计业务

全部设计业务是指完成整个设计任务中的全部内容。这种业务的委托方一般是不具备设计能力的生产型企业,从产品设计到品牌形象设计、从店面设计到包装设计等所有涉及设计的工作,都打包成一个完整的设计业务,委托给专业设计机构。此类业务具有系统性强、涉及面广、耗时较长、费用较大等特点,要求承揽方配备各方面的设计人才,具有非常全面的专业素质。

五、从性质上分

（一）概念设计业务

概念设计业务是指针对未来产品而提出的具有前瞻意味的新产品设计业务。这种业务的重点并不是为了实现产品即时销售的需要,而是以着眼于未来市场变化的姿态,提出具有预见性的新概念产品方案,达到在市场上树立品牌形象和在行业内表现技术高度的目的。为了确保设计结果的先进性和唯一性,概念设计往往以注册成功的专利技术为重要内容,使竞争对手既因为知识产权而不敢模仿,也迫于技术高度而难以模仿。

（二）产品设计业务

产品设计业务是指针对用于现时销售的服装的设计业务,特指成衣服装产品的设计业务。这种业务是全部服装设计业务中的最主要业务,需求量大,实效性强,其成功与否的第一标准是以产品销售量的高低来衡量的。设计力量薄弱的服装企业一般都有这方面的业务需求,国际上

