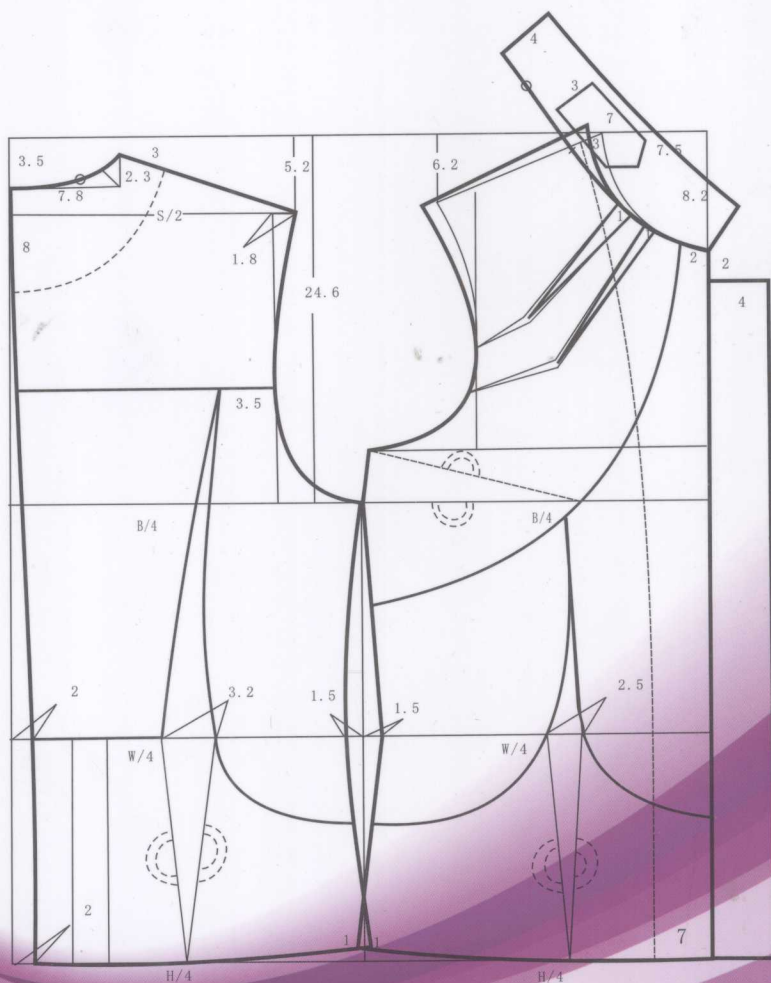
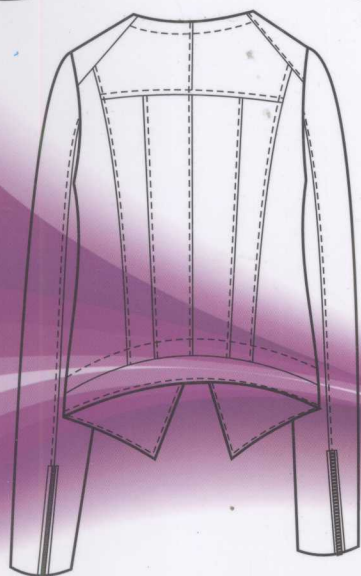
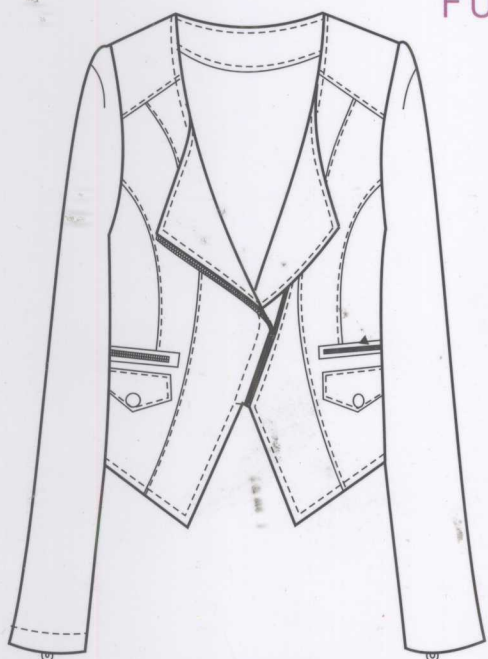


# 服装纸样

周启凤 李填 谢秀红 雷春明 著

# 设计技术

FUZHUANG ZHIYANG SHEJI JISHU



东华大学出版社

1563922



CS1714502

# 服装纸样

# 设计技术

FUZHUANG ZHIYANG SHEJI JISHU

周启凤 李填 谢秀红 雷春明 著

TS941.2  
0245



重庆大学出版社

重庆师大图书馆

图书在版编目 (C I P) 数据

服装纸样设计技术 / 周启凤等著. —上海: 东华大学出版社, 2012.9

ISBN 978-7-5669-0084-5

I. ①服…II. ①周…III. ①服装设计 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 126128 号

服装纸样设计技术

著 者: 周启凤 李填 谢绣红 雷春明

出版发行: 东华大学出版社

(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

电 话: 021-62193056

印 刷: 苏州望电印刷有限公司印刷

开 本: 889mm × 1194mm 1/16

印 张: 9.75

字 数: 343 千字

版 次: 2012 年 10 月第 1 版

印 次: 2012 年 10 月第 1 次印刷

印 数: 0001 ~ 3000

书 号: ISBN 978-7-5669-0084-5/TS · 334

定 价: 39.00 元

## 作者简介

周启凤，男，生于1966年2月，湖南怀化人，中共党员。现重庆师范大学教师、副教授、高级服装设计师、中国服装设计师协会会员，本科毕业于广州大学艺术设计服装设计专业。1992~2003年先后在深圳意尔时装设计有限公司、万企实业《经典故事》有限公司、安奈尔童装设计有限公司、华夏制服公司担任服装设计师、设计总监等职位。2004~2006年在广州大学纺织服装学院任教，2007年至今在重庆师范大学任教。2003年11月获“金龙盘”杯第三届中外鞋业设计师设计大赛女鞋手稿特等奖。2004年11月获国际服装节“三利杯”第三届中国针编织时装设计大赛优秀奖。2005年1月获第四届中外鞋业设计师设计大赛女鞋手稿一等奖。2007年3月获“中华杯”中南赛区男装设计优秀奖，著有《服装设计表现》、《服装设计与时装画技法》《童装、女装设计》、《男装、制服设计》等高校教材9本，正在撰写与东华大学签署的《服装效果图技法》等三本专著和中国纺织出版社签署的《服装工业纸样技术》专著一本。主持一项市级教改项目《服装技术应用型本科“3+1”人才培养模式改革与实践》、一项精品课程《服装立体裁剪》，参与一项中加合作项目，申请服装裁剪专利两项，在核心期刊上发表论文10余篇。



# 前言

中国加入WTO，对传统服装业的发展是一次难得的机遇，多边贸易及最惠国待遇将有效地扩大我国产品的出口数量，增加就业机会，改善传统产业经营方式。同时，给我国纺织业带来福音，也带来更多的机遇和挑战。在短期内劳动密集型和资源型的服装企业将获益最快。如纺织、服装、轻工、工艺品等生产企业，由于这些企业的产品在发达国家的产业替换中属于夕阳类产品，所以大多数制造商把生产市场放到了发展中国家。从消费需求看，因发展中国家的产品价格比较低廉，因此市场需求在较长时间内不会发生变化，并且需求数量增长的潜力很大。然而，面对全球经济一体化以及围绕市场规则运行的开放式市场，我国传统服装业“入世”后的最紧迫问题不是简单的出口量扩大，而是如何通过有效的改革使传统服装业在最短的时间内与国际接轨，主要体现在如下几个方面：

第一，以往那些严重重复建设的行业和企业在市场开放后，将受到市场竞争机制的沉重打击，预计相当一部分企业要重新选择生存与发展方向，还有一批缺乏市场基础的企业会被淘汰出局。

第二，由于我国高新技术产业的发展起步较晚，不少行业和产业还是空白，特别是那些依赖来料加工的传统出口企业，如果不尽快调整自身技术结构，很可能在开放的竞争中，只能挣加工钱、辛苦钱，还有可能被其他发展中国家抢走部分市场份额。尤其是一些老国有企业，市场转换能力较低，新型技术投入的资金严重不足，因此，将面临进一步的萎缩。

第三，加入WTO，关税下降较大，这会使我国目前一些质次价高的产品被挤出市场，而这些产品又多集中在就业较为集中的传统产业。

第四，对于尚在发展初期的中国技术密集型企业、资本密集型企业，面对国外对手，我们的压力会很大。就世界贸易发展的总趋势看，关税、配额仅仅是市场开放的一种手段，真正能够促进一个国家经济发展的还是生产实力和国内资源的有效开发。

总之，WTO给中国传统服装业带来的不仅仅是关税下调和配额放开的优势，更为关键的是促使传统产业能主动地与国际规范融合，利用市场开放寻求产业升级和管理创新的机遇。在此，中国纺织业应对入世策略主要采取以下几个方面的措施：

1. 组建大型纺织集团，建立工贸一体的公司结构。过去纺织业重组是强帮弱，强弱联合，而在市场开放的过渡期内，我国必须采取强强联合、工贸联合、内外贸联合、跨地区联合。强强联合就是要组建国家级的大型纺织业联合公司，以资本、技术、人才和市场为纽带，通过联合提高整体竞争实力，以规模优势降低成本，以资本优势提高技术等级。工贸联合就是要将纺织企业的自营出口权与外贸企业的对外贸易权合二为一，减少对外出口过程中的内耗，发挥各自的市场特长。内外贸联合就是要客观地把握“入世”后合资企业的产品掉头内销的趋势，要通过内外贸合一，混业经营，削弱合资企业“外转内”对我国纺织品出口的影响。跨地区联合就是打破省地界限、国家界线，特别是要寻求与欧美国家共同组建跨国纺织业联盟的对策，使我国的资源优势与发达国家的技术优势互融、互补。要组建大型纺织业集团，国家应给予必要的支持政策，应加大国家资本退出的速度，以此强化企业的市场化职能。应在更短的时间内率先允许纺织业内外贸的合并，允许企业重组和国有资本退出，原有的外贸

专营权同步转移。

2. 完善国内市场，开拓出口渠道。在市场开放的准备期内，要积极利用国家扩大内需的各项政策，大力开发国内潜在市场，特别是家庭用、产业用纺织品市场，引导企业进一步加大对农村纺织品的开拓，充分利用国内退税率提高、退税速度加快、棉花价格下降、分配自营出口配额等各项条件，力争全年出口达到最高水平。

3. 优化产品结构，建立有效的营销激励机制。要集中现有优良资产、优势资本和优良技术装备，开发市场适销的特色化产品，增加高附加值产品，提高产品毛利率。对于积压产品、亏损严重的产品要坚决停产，将产品产销率提高到国家要求的水平。加强营销管理，要把“质量、效率、低耗、效益”有机结合起来，强化全员的市场意识，增强营销人员的责任感和积极性。

4. 改善资产结构，提高企业整体素质。通过多种形式，改善资产结构，通过兼并破产、资产重组、债务重组、土地置换等降低企业负债率。兼并破产和重大资产重组必须要与减员增效结合起来，改组后新设立的企业必须按照行业的先进标准来进行定员；兼并破产和重大资产重组要与遏制重复建设、重复开发和重复投资结合起来，在重组中要注意按专业化和规模经济集中优良资产，大力推进技术进步，形成分工合作、深度开发的局面。把国有纺织经济布局战略调整与纺织产业所有制结构调整紧密结合起来。通过资产重组和争取上市的方式，加强扶持重点国有纺织企业，提高国有纺织经济的整体素质和对国民经济的影响力。同时，采取各种有效措施，进一步鼓励和引导民营、个体、外商等非公有制经济的发展。

服装外销市场不断地扩大，内销市场发展也很迅速。劳动力密集型产业不断向内陆扩展，自创服装品牌如日东升。不管是外销、内销或自创品牌，它们都需要提高服装自身的质量。服装企业在注重各自服装品牌文化发展的同时，大力强抓服装的质量关，提倡“质量第一，质量就是生命”。服装品牌企业大力推广服装生产的集团化，科技化，自动化，强抓生产流水线，责任到人，开展各类竞争、竞技活动。发展服装 CMI、CI、VI 等系统，板房采用电脑设计、纸样、放码系统，自动悬挂系统，自动裁剪系统，各种专业特种机械等，电脑代替了传统的人工作业，不但提高了技术质量，节省了时间，又提高了经济效率。服装生产加工技术水平地提高，则要求我们在服装技能方面的水平也要不断地提高，在技术更新的同时，还要求尽可能地减少误差。我们要不断地提高个人的专业素养和技术水平，需要层层把关。服装纸样技术是服装加工环节中的核心技术，需要全力地学习，学透、学精、学巧。但苦于市面上缺少高端技术指导类图书，大部分都集中在纸样技术的基础层面，深入度还不够，或实践中无法应用，根本不能解决实践中遇到的技术难题。在此情境下，我们做出过很多尝试和努力，解决了许多服装技术难题，培养了众多技术型人才。经过反复实践，最后把它整理成这本《服装纸样设计技术》，这是设计师和纸样师综合努力的结果，是我们用辛勤的汗水在春天播下的种子，希望能在秋天硕果累累，展望丰收！

作者于2012年8月

# 目 录

<b>第一章 服装基础知识</b> .....	<b>7</b>
一、服装纸样符号.....	8
二、服装制图代号.....	8
三、男女体型分类.....	8
四、服装洗水符号.....	10
五、衣片名称.....	11
六、裤片名称.....	12
七、裙片名称.....	13
八、服装术语.....	13
九、工作任务分析.....	14
<b>第二章 局部纸样设计</b> .....	<b>19</b>
一、领型纸样设计.....	20
二、袖型纸样设计.....	31
三、女装原型母板纸样设计.....	39
<b>第三章 服装基本款纸样设计</b> .....	<b>42</b>
一、装腰西裙纸样设计.....	43
二、高腰西裙纸样设计.....	44
三、A字裙纸样设计.....	45
四、女西裤纸样设计.....	46
五、男西裤纸样设计.....	47
六、女牛仔裤纸样设计.....	48
七、女衬衣纸样设计.....	49
八、男衬衣纸样设计.....	50
九、连衣裙纸样设计.....	51
十、旗袍纸样设计.....	52
十一、女西装纸样设计.....	53
十二、传统三开身女西装纸样设计.....	54
十三、男西装纸样设计.....	55
<b>第四章 看板出样</b> .....	<b>57</b>
<b>第五章 看图出样</b> .....	<b>104</b>
<b>第六章 看单出样</b> .....	<b>137</b>
<b>参考书目</b> .....	<b>156</b>




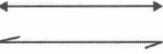




















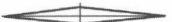





第一章  
服装基础知识





## 一、服装纸样符号 (表 1-1)

表 1-1 服装纸样符号

	轮廓线 (完成线)		距离线
	辅助线 (基础线)		布纹线 (纱向线)
	虚实线 (隐形线)		烫朴位
	点画线 (对折线)		对条符号
	双点画线 (折边)		对花符号
	缉明线 (压明线)		对格符号
	等分线 (等量线)		剪口符号
	等量 (等位) 符号		重叠 (拼合) 位
	自然褶 (抽褶) 位		缩缝符号
	双折、拼合位		橡筋线
	等距符号		直角符号
	丁字省、死省		放缝头、加止口
	腰省、菱形省		归、拔熨烫符号
	塔形省 (子弹省)		切割、展开
	单边褶、工字褶		钮位、钮眼

## 二、服装制图代号 (表 1-2)

## 三、男女体型分类 (表 1-3)

表 1-2 服装制图代号

B	胸围	UB	乳下围
W	腰围	H	臀围
N	领围	SW	肩宽
BL	胸围线	WL	腰围线
HL	臀围线	EL	肘围线
KL	膝位线	BP	胸高点
SP	肩点	AH	袖窿
HS	头围	AT	袖山
SL	袖长	CW	袖口
SNP	肩颈点	FNP	前颈点
BNP	后颈点	SL	裙长
TL	裤长	L	衣长
FW	前胸宽	BW	后背宽
NH	领深	NW	领宽

表 1-3 男女体型分类

单位: cm

内容	代号			
	A	B	C	D
类型	标准体型	微胖体型	胖体型	瘦体型
女体 胸腰差	18~24	13~9	8~4	24~19
男体 胸腰差	16~12	11~7	6~2	22~17

#### 四、服装洗水符号 (表 1-4)

表 1-4 服装洗水符号

	常规干洗		不可干洗
	可漂白		不可氯漂
	任意溶剂干洗		不可机洗
	石油溶剂干洗		不可水洗
	家庭漂白水漂白		低温熨烫 (100℃)
	不可漂白		中温熨烫 (150℃)
	最高水温30℃ 常规洗涤		高温熨烫 (215℃)
	最高水温40℃ 缓和洗涤		不可熨烫
	不可手拧		低温蒸汽熨烫 (最高110℃)
	小心手洗		不宜手洗
	悬挂晾干		悬挂晾干
	平放晾干		平放晾干
	自然阴干		湿挂晾干
	转筒干燥		不可转筒干燥



五、衣片名称 (图1-1)

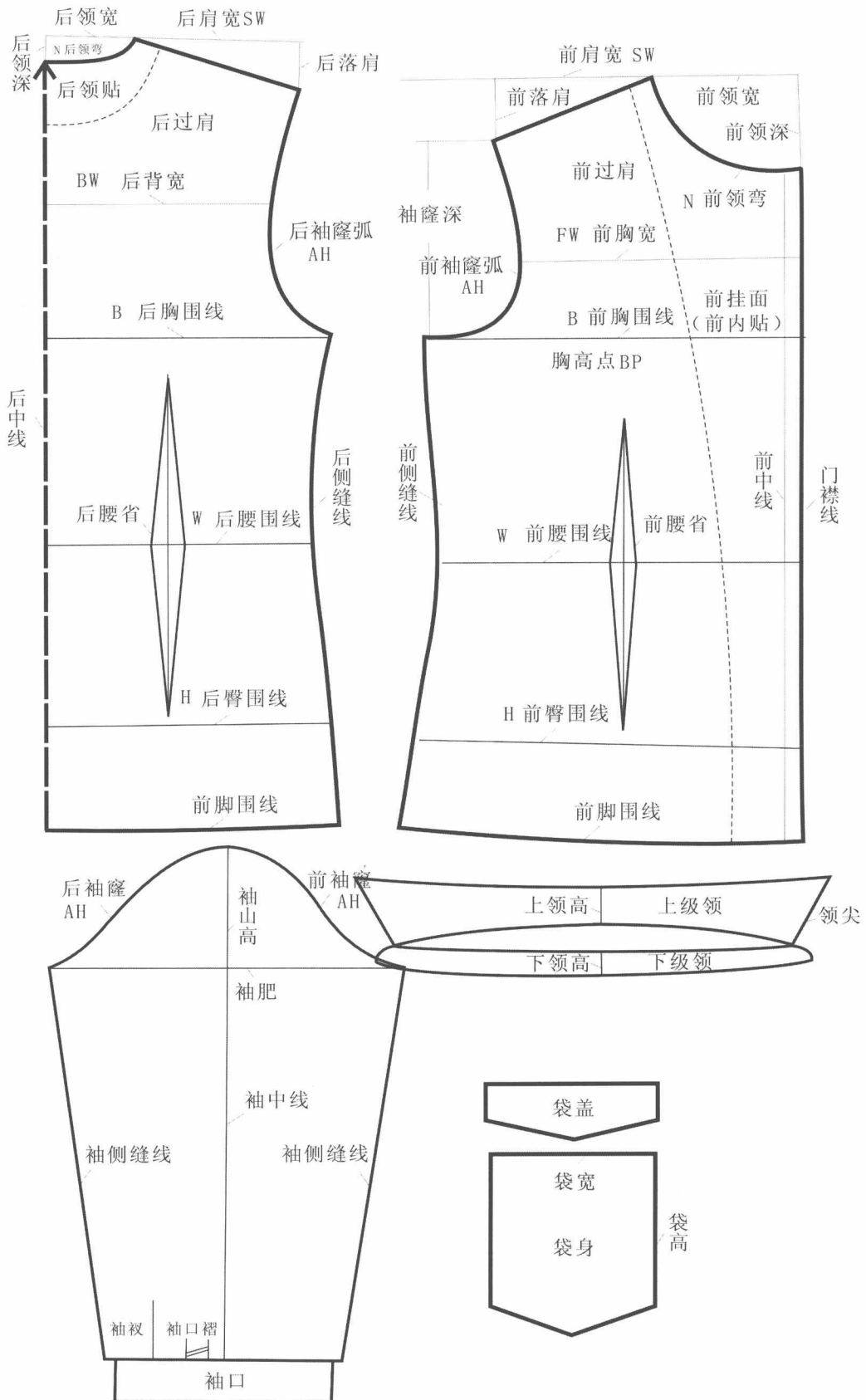


图 1-1 衣片名称

## 六、裤片名称 (图1-2)

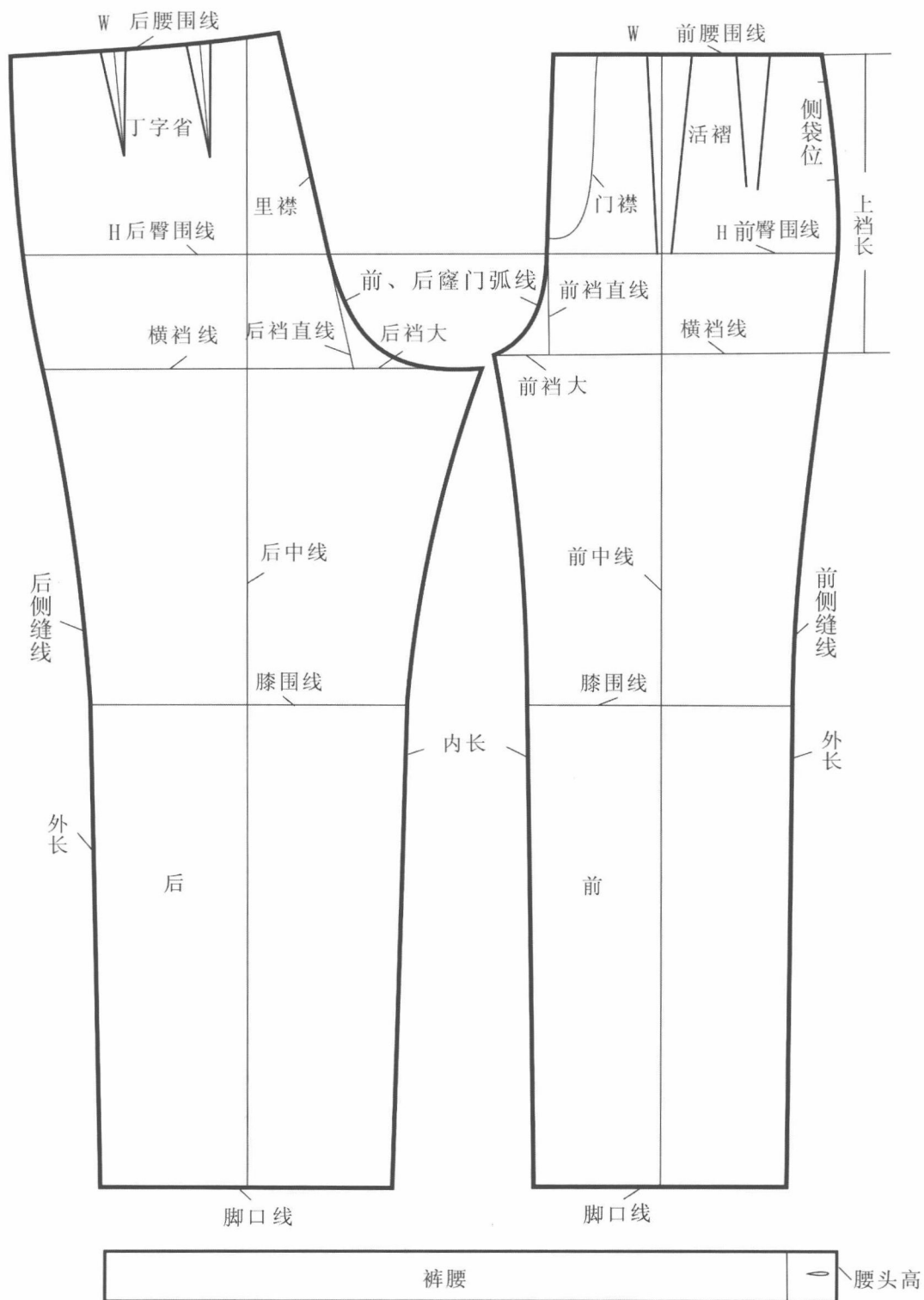


图1-2 裤片名称

## 七、裙片名称 (图 1-3)

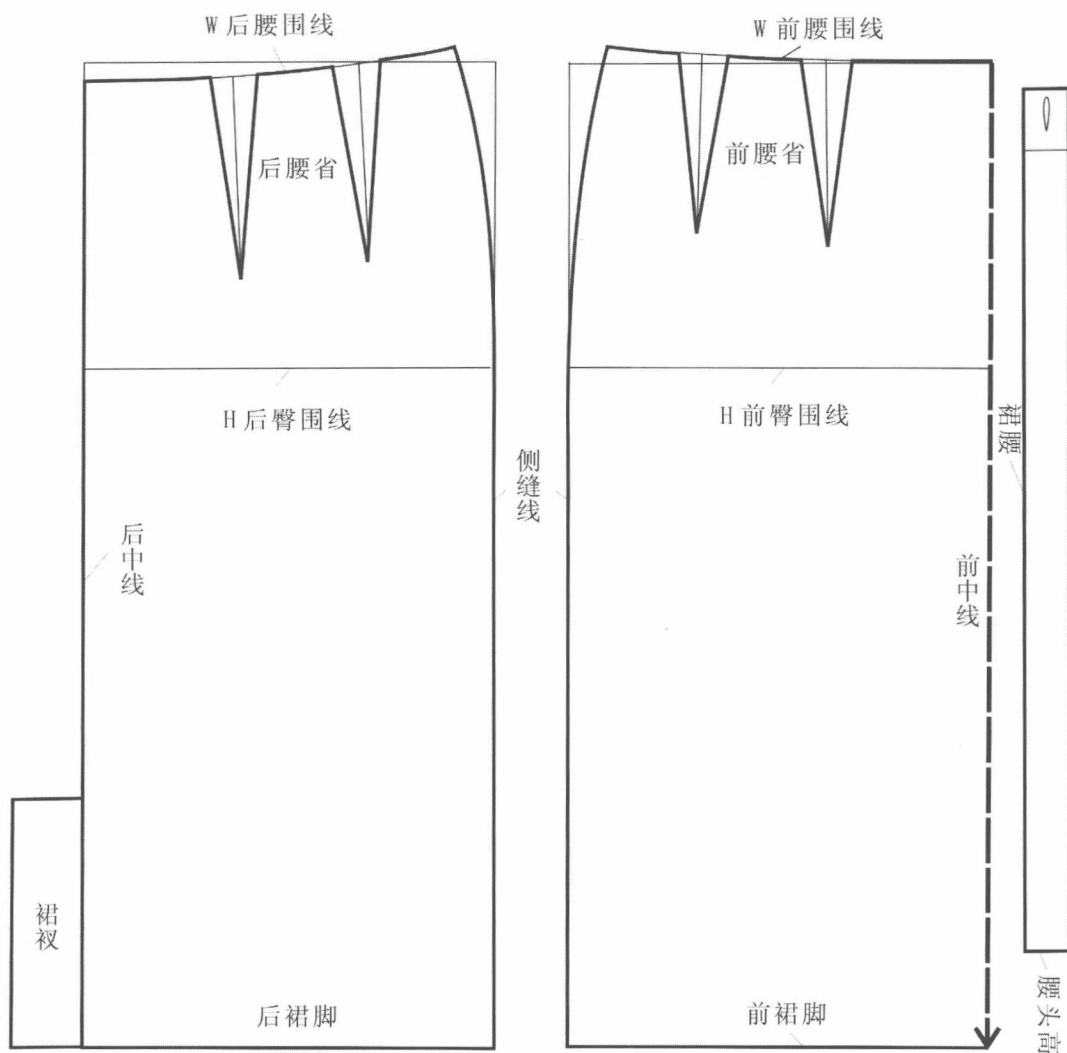


图 1-3 裙片名称

## 八、服装术语

在国家标准中，详细规定了有关服装术语的基本内容。该标准为推荐性标准，在实际应用时，无论其内涵还是外延，都要与时尚流行和行业习惯相对应。有些术语的解释带有一定的地方性。服装设计是一种创造性构思活动，在实际操作中，这一特征贯穿于企业活动的全过程，从市场调研、生产条件、企业战略到艺术构思、结构造型、样衣调整等。

(1) 服装款式 (style): 指服装的式样，通常指形状因素，是造型要素中的一种。

(2) 服装造型 (modeling): 指由服装造型要素构成的总体服装艺术效果。造型要素的划分，从具体造型分为款式、配色与面料三要素；从抽象造型分为点、线、面、形、体、色、质、光等；从部件分为鞋帽、上衣、下衣、外套、内衣、装饰品等。

(3) 服装轮廓 (silhouette): 即服装的逆光剪影效果。它是服装款式造型的第一视觉要素，在服装款

式设计时是首先要考虑的因素，其次才是分割线、领型、袖型、口袋造型等内部的部件造型。轮廓是服装流行发展中的一个重要因素。

(4) 款式设计图 (design drawing): 指体现服装款式造型的平面图。这种形式的设计图是服装专业人员必须掌握的基本技能，由于它绘画简单，易于掌握，是行业内表达服装样式的基本方法。

(5) 服装效果图 (effect drawing): 指表现人体在特定时间、特殊场所穿着服装效果的表现图。企业老板应学会阅读服装效果图。服装效果图通常包括人体着装图、设计构思说明、采用面料及简单的财务分析。

(6) 服装裁剪图 (cutting drawing): 即用曲、直、斜、弧线等特殊图线及符号将服装款式造型分解展开成平面裁剪方法的图。国内流行的裁剪制图方法主要有中国比例裁剪法和日本原型裁剪法。有时还附有补充说明图。

(7) 服装结构线 (structure line): 指在服装纸样上，表示服装部件裁剪、缝纫结构变化的线。裁剪图上的图线根据粗细分为两大类：一类是细线（包括制图辅助线、尺寸标注线、等分线等）；另一类是粗实线（表示裁剪制作的结构线）。根据国家标准，细线的粗细为 0.2~0.3cm；粗线粗细为 0.6~0.9cm。

(8) 服装 (garments): 穿于人体起保护和装饰作用的制品，其同义词有“衣服”和“衣裳”。中国古代称“上衣下裳”。服装的效果取决于穿着对象、服装造型与穿着环境三大方面的因素。

(9) 时装 (fashion): 在一定时间、地域内为一大部分人所接受的新颖入时的流行服装。如果是尚为一小部分人最先穿着称为新潮时装。服装按照流行可以分为流行时装和定型服装。定型服装是经过流行的筛选相对固定下来的服装款式，如西装、中山装、茄克、旗袍等。流行时装的周期性很强，分为产品的孕育期、萌芽期、成长期、成熟期及衰退期等。随着社会文化及消费水平的提高，流行周期将变得越来越短。同一款时装在一定周期内的价格差别可能会很大，所以人们说“时装无常性”，但也最能体现设计者与穿着者的文化艺术修养与穿着水平。

(10) 成衣 (ready-to-wear): 按照国家规定的号型规格系列标准，以工业化批量生产方式制作的服装称为成衣。

(11) 服装分解图 (resolving drawing): 指表示服装某部位内外结构关系的示意图。分解图通常作为款式设计的依据。成衣化率是表示一个国家或地区服装工业化生产水平和服装消费结构的标志之一。

## 九、工作任务分析

### 1. 服装设计师工作任务分析 (表 1-5)

表 1-5 服装设计师工作任务分析

序号	工作项目	工作任务	工 作 行 为
1	市场调研	流行趋势的分析	对市场流行的服装面料、款式、工艺进行分析
			对流行色彩、最新款式进行分析
			收集市场反馈 (过往销售记录)
2	产品定位	产品风格	按公司发展思路、产品路线，目标客户群的需求确定产品主题，色彩、面料、细节
		产品结构	产品系列构思、款式分配、价格成本分配

(续表)

序号	工作项目	工作任务	工 作 行 为
3	分配系列	风格、款式分配	不同风格, 系列款式的分配、色彩分配
		材料采集	服装面料小样采集 服装辅料小样采集
4	款式设计	设计图稿	描绘服装效果图 选配小样面料
			描绘平面、局部工艺图稿
5	审稿	审稿、定稿	与营销人员沟通, 参与修改 定稿
6	样板制作	与板房沟通	与打板师沟通款式结构特征 与打板师沟通款式尺寸 与打板师沟通工艺
		工艺图案跟进	图稿方案 图案配色 图案工艺
7	审板	参与审板、定板	参与修改样板(尺寸、板型、材料)
			参与定板(定好的板由跟单跟进) 废板(吸取设计经验)
8	补款	补充服装产品, 完善结构	补充服装产品, 完善结构, 完成面料, 辅料及相关方面的跟进
9	服饰整体完善	服饰的搭配(鞋、帽等)	服饰的整体搭配(鞋、帽、包、饰物等)
10	产品推广	协助产品的图文说明	产品风格特征、款式特点介绍 产品风格特征、款式特点文字介绍
		参与产品静态展示	参与制订服装展示方案及协助工作
		参与产品动态展示	参与制订产品发布会方案及协助工作
11	市场反馈	服装市场信息反馈与销售部门的沟通	根据市场反馈信息形成反馈记录(跟踪服装款式、色彩、工艺), 根据客户意见汇总后跟进和处理, 形成分析报告
12	新产品的 设计准备	下一季度新产品的 开发准备工作	新产品的研发准备
			收集收新流行资讯



## 2. 制板师工作任务分析 (表 1-6)

表 1-6 制板师工作任务分析

序号	工作项目	工作任务	工作行为	
1	资料分析	客户要求分析	书面沟通, 确定设计师及客户要求	
		面料分析	根据不同的面料确定其不同面料的缩水烫缩情况(蒸汽缩水, 高温缩水)	
		款式分析	确定造型结构	
		工艺分析	与设计师沟通各细部尺寸分割部位及特殊工艺要求	
2	出头样	出净样	制图	
			出实样	
			出部位实样	
		出毛样	拷贝	
3	车头板	样板检验	加缝位	
			标注对位点	
		与车板师沟通	检查规格尺寸是否符合图样要求	
		车板	检查部位组合是否吻合	
4	审板	规格尺寸	提出工艺要求	
			车板	车板
			工艺要求	核对是否与制单相符
		核对是否符合设计师及客户要求		
		核对面料搭配是否适当(内单头板可用替代布料)		
		面料辅料搭配	核对是否符合客户要求, 是否需要调整工艺	
核对材料搭配是否与制单相符				
确认	确认板			
5	客户确认板	客户反馈信息	根据反馈意见修改样板	
			复板	
6	放码	放码号型数量确定	根据制单要求, 确定码数, 计算各码规格的差值	
		确定档差	计算各码的档差	
			各码间的审核	
		放码	根据各码档差进行缩放	
确定各部位的对位点				
7	编制工艺单	款式图绘制	绘制前后片主要部位的示意图	
		尺寸规格	写出系列码的主要尺寸	
		工艺要求	写出缝制要求	

