

库本



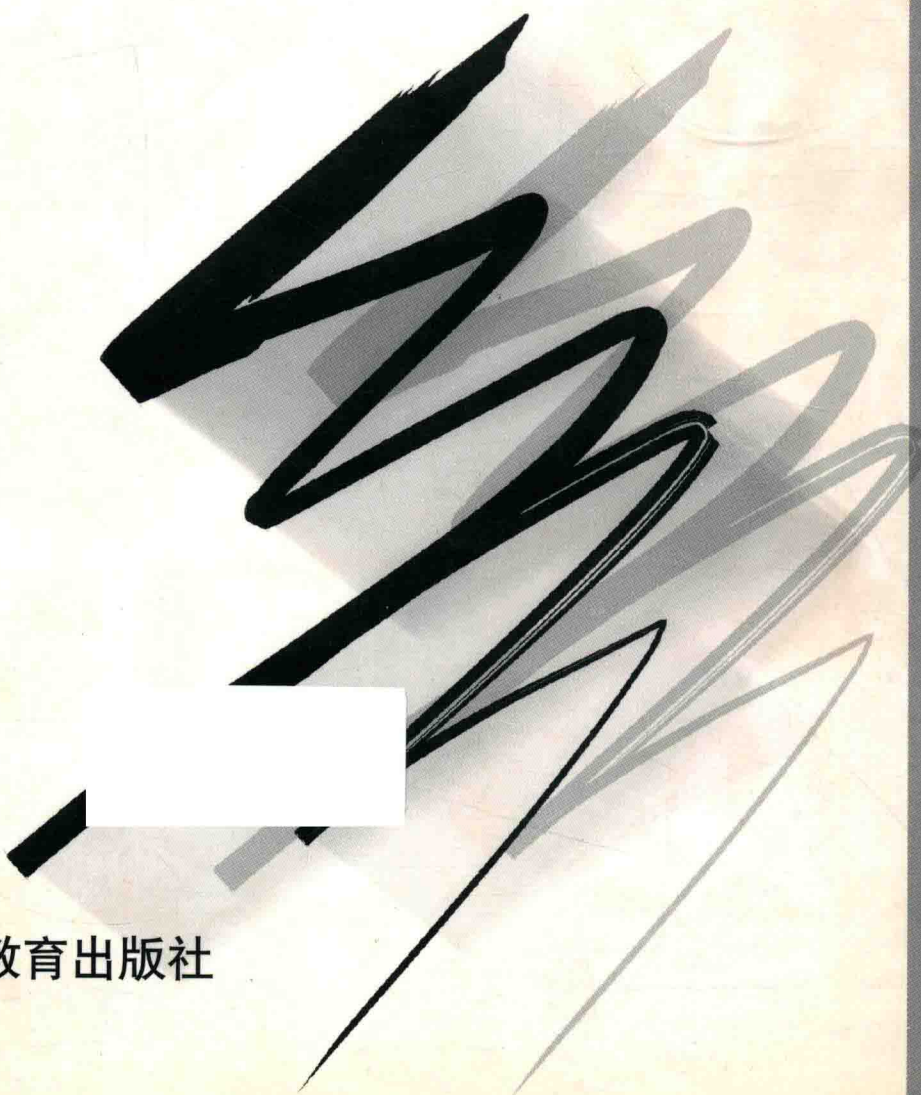
普通高等教育“十五”国家级规划教材

(高职高专教育)

# 服装立体制板

FUZHUANG LITI ZHIBAN

王珉 编著



高等教育出版社

TS941.631  
26

普通高等教育“十五”国家级规划教材  
(高职高专教育)

内容提要

# 服装立体制板

王珉 编著

高等教育出版社

## 内容提要

本书是普通高等教育“十五”国家级规划教材(高职高专教育),是教育部有关高职高专教育专业教学改革试点院校的教师编写的。主要内容包括服装立体剪裁的发展史、服装产品设计、设计工程、结构设计、立体制板、整合立体制板纸样、样衣的制作过程以及工业板的制作过程。对服装立体制板的历史沿革和设计、制作工艺作了介绍,具有较强的指导性和实践性。

本书可作为高等职业院校、高等专科学校、成人高等院校及本科院校高职教育相关专业的学生学习用书,也可供五年制高职院校、中等职业学校及其他相关领域的人员学习、参考。

## 图书在版编目(CIP)数据

服装立体制板/王珉编著. —北京:高等教育出版社,  
2003.8

ISBN 7-04-012486-6

I. 服… II. 王… III. ①服装—设计②服装量裁  
IV. TS941

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 037534 号

出版发行 高等教育出版社  
社 址 北京市西城区德外大街 4 号  
邮政编码 100011  
总 机 010-82028899

购书热线 010-64054588  
免费咨询 800-810-0598  
网 址 <http://www.hep.edu.cn>  
<http://www.hep.com.cn>

经 销 新华书店北京发行所  
印 刷 北京新丰印刷厂

开 本 850×1168 1/16  
印 张 11.25  
字 数 260 000

版 次 2003 年 8 月第 1 版  
印 次 2003 年 8 月第 1 次印刷  
定 价 29.80 元(含光盘)

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

**版权所有 侵权必究**

# 出版说明

为加强高职高专教育的教材建设工作,2000年教育部高等教育司颁发了《关于加强高职高专教育教材建设的若干意见》(教高司[2000]19号),提出了“力争经过5年的努力,编写、出版500本左右高职高专教育规划教材”的目标,并将高职高专教育规划教材的建设工作分为两步实施:先用2—3年时间,在继承原有教材建设成果的基础上,充分汲取近年来高职高专院校在探索培养高等技术应用性专门人才和教材建设方面取得的成功经验,解决好高职高专教育教材的有无问题;然后,再用2—3年的时间,在实施《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》立项研究的基础上,推出一批特色鲜明的高质量的高职高专教育教材。根据这一精神,有关院校和出版社从2000年秋季开始,积极组织编写和出版了一批“教育部高职高专规划教材”。这些高职高专规划教材是依据1999年教育部组织制定的《高职高专教育基础课程教学基本要求》(草案)和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》(草案)编写的,随着这些教材的陆续出版,基本上解决了高职高专教材的有无问题,完成了教育部高职高专规划教材建设工作的第一步。

2002年教育部确定了普通高等教育“十五”国家级教材规划选题,将高职高专教育规划教材纳入其中。“十五”国家级规划教材的建设将以“实施精品战略,抓好重点规划”为指导方针,重点抓好公共基础课、专业基础课和专业主干课教材的建设,特别要注意选择一部分原来基础较好的优秀教材进行修订使其逐步形成精品教材;同时还要扩大教材品种,实现教材系列配套,并处理好教材的统一性与多样化、基本教材与辅助教材、文字教材与软件教材的关系,在此基础上形成特色鲜明、一纲多本、优化配套的高职高专教育教材体系。

普通高等教育“十五”国家级规划教材(高职高专教育)适用于高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院、继续教育学院和民办高校使用。

教育部高等教育司

2002年11月30日

# 前 言

服装立体制板是服装设计专业学生必修的核心课程。目前,各地服装教学的改革十分热烈,其重点是专业课程的设置和教学内容的改革。服装立体制板是一门操作性很强的课程,其目的是培养学生对服装制板的认识、设计和制作能力,即培养学生服装款式设计、服装结构定位、服装立体制板及制作服装工业板型的能力。因此,本教材注重课程体系整合与结构优化,科学设计各个教学环节,加强知识结构相互之间的内在关系,并将之作为高等职业技术教育教材改革的重要原则。本教材具有以下几个突出特征。

**整合性:**本书围绕核心能力的培养,对以往的服装专业课程体系进行了突破性的整合。从服装款式设计入手,通过平面结构定位、立体裁剪制作板型、技术整理纸样、样衣的研制技巧、修改板型的方法到最终确定服装工业板型,把这些内容作为一门完整的课程有机地联系在一起。这门课程涵盖了服装款式设计、服装结构设计(平面、立体)、服装缝制工艺的技术处理、服装板型修改与确定等各门课程。这种综合性教学的优势在于将服装设计与服装工艺很好地结合在一起,并深入体现了服装设计中的工艺性内涵。

**创新性:**本教材对传统的服装制板进行了大胆的改革,特别是对制板材料的更新,用各种类型的纸张代替了以往的布料。应用纸张作为制板材料可降低制板成本。同时操作更加方便,避免了面料在制板时受丝道的影响、限制、变异和整理时的变形,也消除了面料难以拼贴而造成的麻烦。

**实践性:**本教材特别突出对学生动手能力的培养,全书的重点是培养学生绘制服装设计图,掌握立体制板的程序、方法和技巧,熟悉各种服装类型的制板工作,并具有制作各种样衣的能力,最后达到能完整地制作工业板的能力。

**生动性:**本书在阐释立体成型和制板的方法时,配用了大量的图片和表格,引用了丰富的案例,适宜教学。

此外,本书还引入了国外最新的制板设计观念和方法,同时首次对立体制板的形成、发展进行了概括和总结,对服装款式工业设计制图也引入了全新的设计理论和观念。

本书参编:倪映疆、潘凝、王键、王京菊。

作者水平有限,书中难免有疏漏之处,请读者批评指正。

编者

2003年2月

## 郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 82028899 转 6897 (010)82086060

传真：(010) 82086060

E-mail: dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街4号

高等教育出版社法律事务部

邮编：100011

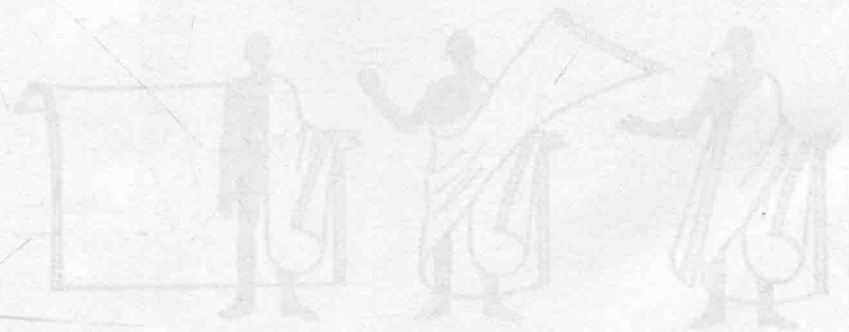
购书请拨打读者服务部电话：(010)64054588

策划编辑	赵洁
责任编辑	邹清泉
封面设计	于文燕
版式设计	马静如
责任校对	康晓燕
责任印制	孔源

# 目 录

<b>第一章 服装立体裁剪的发展史</b> .....	1	<b>第二节 女裙立体制板</b> .....	66
第一节 服装立体成形的演变 .....	1	<b>第三节 女裤立体制板</b> .....	70
第二节 服装立体裁剪的形成 .....	5	<b>第四节 长袖女上衣立体制板</b> .....	73
思考题 .....	8	<b>第五节 无袖女上衣立体制板</b> .....	77
<b>第二章 服装产品设计</b> .....	9	<b>第六节 女式插肩袖大衣立体制板</b> .....	78
第一节 企划工程 .....	10	思考题 .....	85
第二节 设计工程 .....	11	<b>第六章 整合立体制板纸样</b> .....	86
第三节 设计图样的绘制 .....	13	第一节 立体制板标记 .....	86
第四节 设计图样的应用 .....	26	第二节 板型部位调整 .....	87
思考题 .....	43	第三节 初期的板型确定 .....	97
<b>第三章 设计工程</b> .....	44	第四节 整合工业初板 .....	104
第一节 国家服装号型标准 .....	44	第五节 编制设计定单 .....	107
第二节 选择立体制板人台 .....	50	思考题 .....	111
第三节 编制设计定单 .....	54	<b>第七章 制作样衣</b> .....	112
思考题 .....	56	第一节 女式合体马甲的制作过程 .....	112
<b>第四章 结构设计</b> .....	57	第二节 女式插肩袖大衣的制作过程 .....	122
第一节 确定人台上的基准线 .....	57	思考题 .....	137
第二节 立体制板的前期准备 .....	60	<b>第八章 制作工业板</b> .....	138
思考题 .....	62	第一节 确定面料缩量 .....	138
<b>第五章 立体制板</b> .....	63	第二节 制作工业板 .....	144
第一节 女式合体马甲立体制板 .....	63	思考题 .....	170

服装形变服装是指把天然纤维织成织物或经化学纤维作为原料制成,经剪裁缝合经过缝制加工的人工穿件的衣物。并未被使用过,这类衣物只是一块布料。许多衣服皆在古代的图案(图



# 第一章

## 服装立体裁剪的发展史

**学习目标:**通过本章的学习,了解服装立体成形与服装立体裁剪的历史发展轨迹。在服装演变的历史过程中,其最初阶段是非立体式的、不裁剪的非成形形式,后来才逐渐出现了立体式的、裁剪的半成形和成形形式。

服装是反映社会的镜子,服装裁剪也是反映社会的镜子,服装的裁剪方式与社会、经济、文化、审美、时尚等的发展紧密相关。随着人类文明的不断推进,服装立体成形从古代到现代经历了非成形、半成形、成形阶段,服装裁剪也由直线裁剪、平面裁剪发展到曲线裁剪和立体裁剪。服装立体成形与立体裁剪的成形过程反映了历史上不同时代、不同地域、不同文化的生产与社会发展水平。

### 第一节 服装立体成形的演变

#### 一、服装非成形阶段

非成形类服装是指把天然的植物体或动物体原封不动地作为衣物来使用,进而指没有经过缝制加工的人工物体的衣物。在未被使用时,这类衣物只是一块衣料。非成形类服装在古代的西亚(图

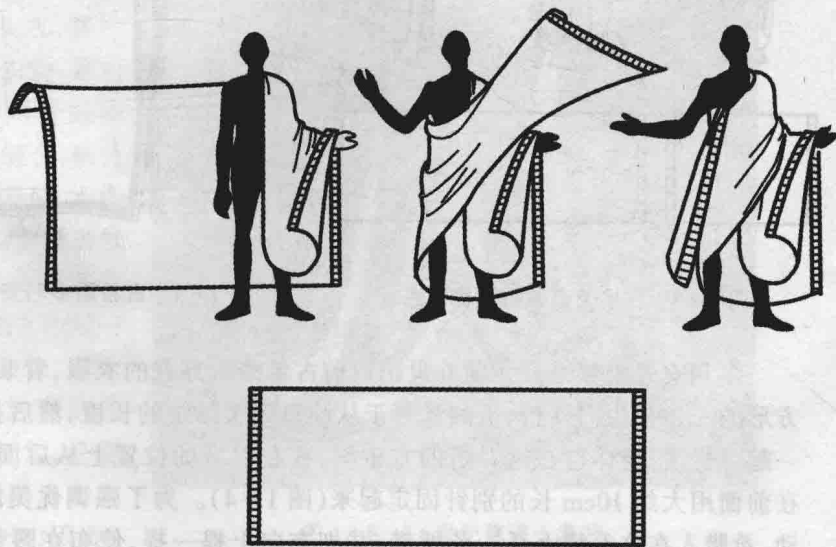


图 1-1 古代西亚巴比伦人卷衣的缠绕方法



1-1)、罗马(图 1-2)、埃及(图 1-3)和希腊等地都出现过,今天印度女性所披的纱丽,就是这种服装形制的延续。

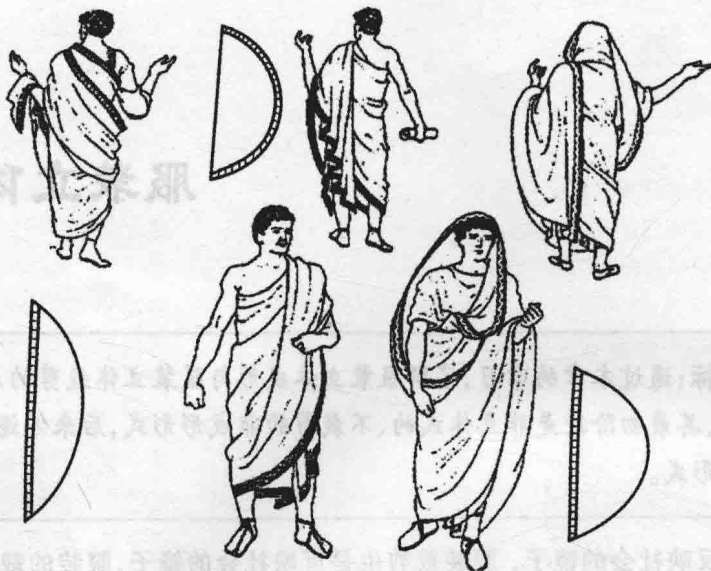


图 1-2 古罗马托加的种类及穿法



图 1-3 古埃及多莱帕里着装法



图 1-4 古希腊多利安式希顿着装方法

多利安式希顿是公元前 6 世纪以前古希腊人穿着的衣服,着装方法是:先把长方形的一条长边向外折,折的量等于从脖子到腰际线的长度,然后把两条短边合在一起对折,把身体包在这对折的布中间,在左右肩的位置上从后面提上两个布角,在前面用大约 10cm 长的别针固定起来(图 1-4)。为了强调优美的衣褶和便于行动,希腊人在这希顿上系一条腰带,并把布向上提一提,使布在腰带上形成膨馥的余量,以至垂下来盖住腰带,并在腰带处随意调节纵向垂褶的疏密。(图 1-5)



图 1-5 古希腊多利安式希顿

非成形类服装是由人类社会远古和早期时代的生产力水平决定的,也取决于自然环境、社会环境与文化习俗,其特点是自然、实用、简洁、随意,并具有较强的装饰性。

## 二、服装半成形阶段

半成形类服装是指多少经过一些加工的衣物,如贯头衣类(图 1-6)。半成形类服装开始于古罗马时期的“丘尼卡”,一直延续到中世纪的歌德时期。在中国,半成形类服装则是从远古的黄帝、尧、舜的“垂衣裳而天下治”开始,直至 20 世纪 30 年代的中华民国初年。

古罗马时期的丘尼卡(图 1-7),是一种宽大的睡袍一样的袋状贯头衣,其构成单纯,用两片毛织物,留出伸头的领口与伸两臂的袖口,在两侧和肩上缝合,袖长及肘部,衣长男的及膝、女的及踝,腰部系带子,形成自然而优美的衣褶,腰带有宽有窄,一般为白色,在室内穿一般不系腰带。

当时的外衣主要是托加,但由于托加庞大,日常穿用极不方便,所以许多人平常就只穿丘尼卡,因此,丘尼卡逐渐具备平常的外衣的功能。

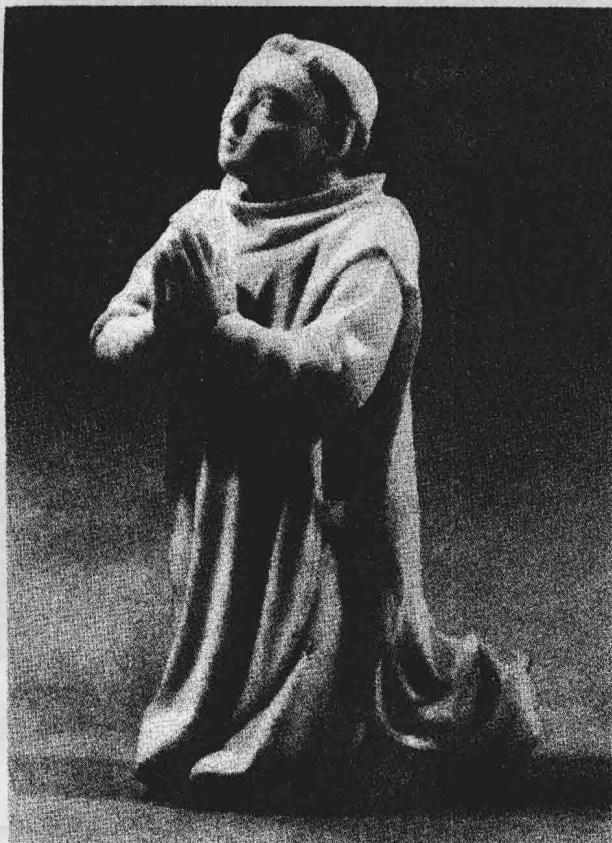


图 1-6 14 世纪修道士着装

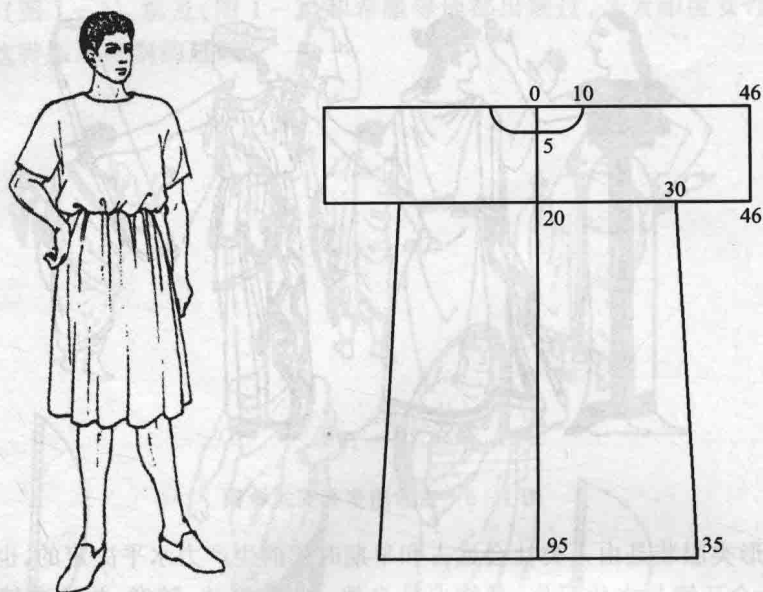


图 1-7 古罗马时期的丘尼卡

### 三、服装成形阶段

成形类服装是指为适合人的形体而做成的衣物，我们现代人的服饰大多属于这一类，即通过一定的裁剪和缝制，加工成一定形状的衣物。与前两种相比，其物的加工程度有了巨大的质的飞跃，我们称其为成形类衣物。成形类服装始于文艺复兴时期，服装“成形”的明显特征为衣片上出现“省”的应用、处理及分割(图 1-8)，这种裁剪方法一直沿用至今。

服装由非成形、半成形到成形的转变在很大程度上取决于针和梭子的出现，梭子织出了更加柔软的面料，便于缝制；针的出现提高了服装的制作技术，使服装的变化形制丰富起来，使面料可以自由裁剪，使服装更加符合人的体型变化，致使服装的形制愈变愈复杂，裁剪方法也在不断的改善，并逐渐趋于完备。



图 1-8 洛可可时代的女装

## 第二节 服装立体裁剪的形成

### 一、裁剪方式

当我们随着服装由非成形、半成形到成形的历程走来,就会发现服装的裁剪方法也在随之不断发生着变化。服装在半成形以前一直采用的是“直线裁剪”,如古罗马时期的丘尼卡、我国古代的深衣、袍、衫(图 1-9)以及世界大多数地区现存的民族服装,因其各部衣片多呈直线状,故均属直线裁剪。直线裁剪所构成的衣服用料量较大,并与立体的人体之间形成不规则的多余空间,因而衣服显得宽松(图 1-10)。另

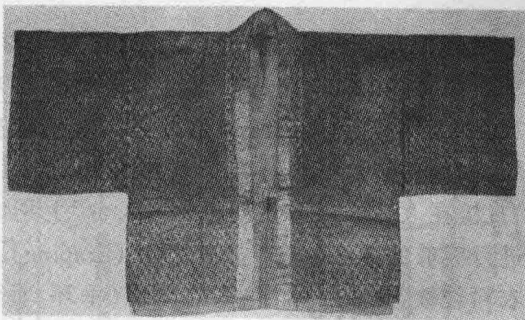


图 1-9 中国元代棕色印金罗对襟夹袄



图 1-10 中国宋代灵鹫球纹锦袍



图 1-11 19 世纪的欧洲女装

一种与“直线裁剪”相对的是“曲线裁剪”,服装在成形期多采用这种裁剪方式。它是一种根据人体体型的凹凸起伏立体地包装人体的裁剪法,因其裁片不再局限于

简单的直线,特别是由于“省道”(dart)的出现和运用,去掉了衣服与人体之间多余的空间(有时又根据设计上的需要有意增大这个空间),使所构成的衣服呈合体地体形,故称之为“曲线裁剪”(图1-11)。有人把“曲线裁剪”称为西方式的,把“直线裁剪”称作东方式的裁剪方法。西方式的裁剪法在18世纪末的法国大革命以后,由于受社会诸多因素的影响以及所用衣料、缝制技巧的发展,男女装在裁剪上进一步分化,出现了男装裁剪和女装裁剪。

## 二、平面裁剪与立体裁剪

裁剪方式除了直线与曲线之分,还可分为“平面裁剪”和“立体裁剪”两大类,所谓平面裁剪(drafting),是指通过平面制图的方式制出“板”(衣片纸样),再把这个板放在衣料上裁剪的方法。这原是男装的裁剪方法,现在多用于批量生产的男女成衣。与此相对,把衣料或其代用品(一般用平纹组织的白色生棉布或棉麻交织布)直接在人体或人体模型也称“人台”上用大头针和剪刀一边进行衣服造型,同时进行裁剪的方法称作“立体裁剪”(draping)。这在女装中使用较多,因女装使用的衣料较软,悬垂感强,悬垂的褶皱(垂环、垂浪)有很优美的女性味(图1-12、图1-13),所以西方传统的女装一直采用这种裁剪法。



图1-12 20世纪初的欧洲流行女装



图1-13 20世纪50年代欧洲流行女装

平面裁剪和立体裁剪传入我国的时间不同,普及的程度也不同。以前,在我国一提到立体裁剪,总有一种高深莫测的感觉。其实立体裁剪比平面裁剪更易掌握

及操作,因为它更直观。立体裁剪是通过平面—立体—平面(图 1-14),最终达到立体效果的过程,在这个过程中,设计制作者通过对人台与服装面料之间空间大小的把握,制成具有不同空间量的款式。立体裁剪是在人体与材料之间寻求一个空间,这个空间要满足人体运动的机能,立体裁剪能直观确认服装的造型,确认服装在人体上的分量、平衡关系和分割位置的适宜度。这是与平面裁剪的不同之处,它能看出服装在人体上的直接效果。有人把服装造型比做软雕塑,在进行立体裁剪时,服装设计师就充当着雕塑家的角色。

立体裁剪以其对美的充分感受和运用,对人体结构的充分理解,从着衣的人体

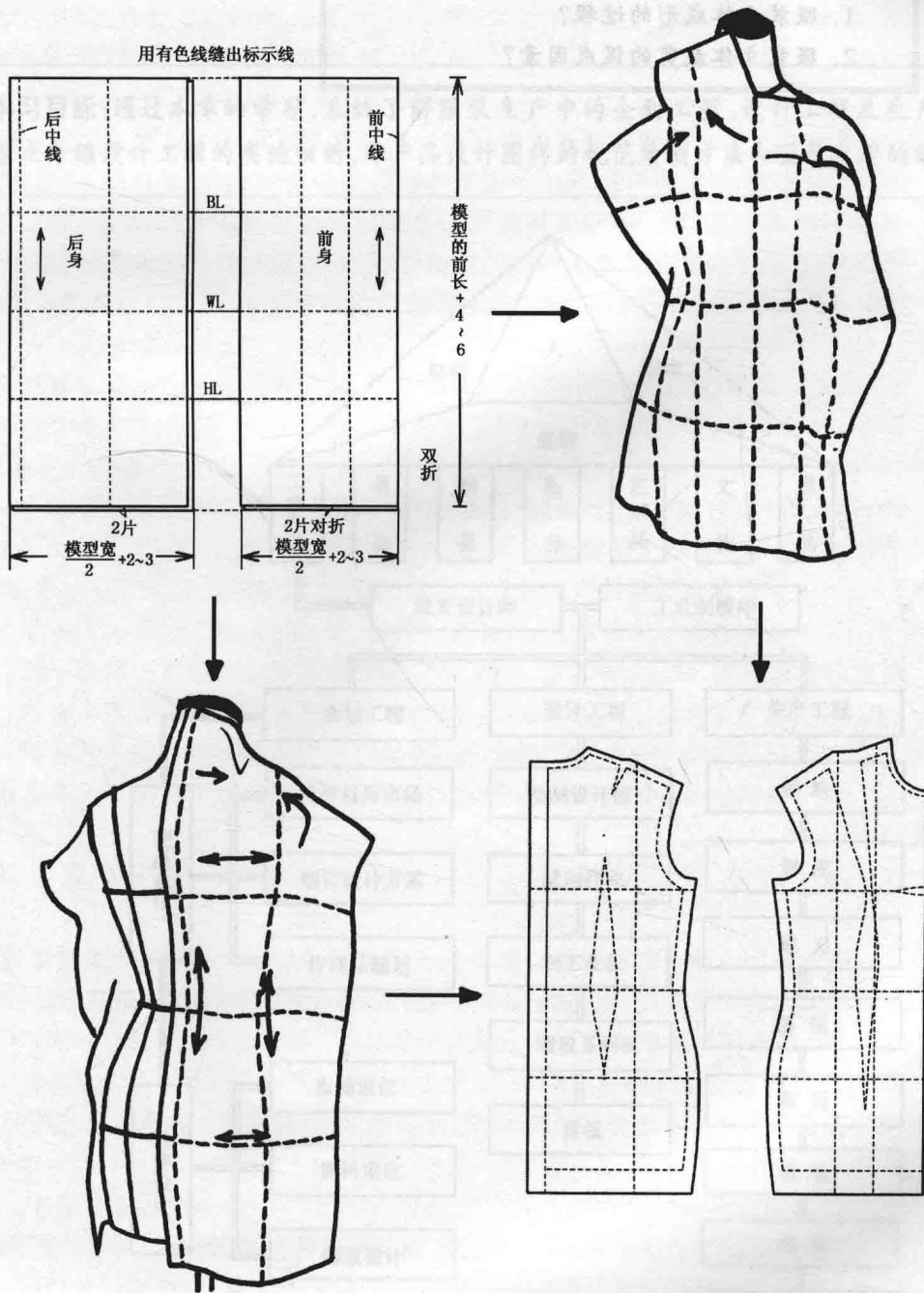


图 1-14 立裁示意图

或人型架上寻求和摄取最完美、最理想、最合体、最巧妙的款式。用立体裁剪所形成的服装,不仅是实用品,更是一种艺术品,是一种活生生、有立体感、动静结合的艺术品。



思考题

- 1. 服装立体成形的过程?
- 2. 服装立体裁剪的促成因素?



## 第二章

# 服装产品设计

**学习目标:**通过本章的学习,系统了解服装生产中的企划工程、设计工程及生产工程三个阶段。本章重点介绍设计工程的实施细则,即产品设计图样的规范绘制方法和设计定单的编制工作。

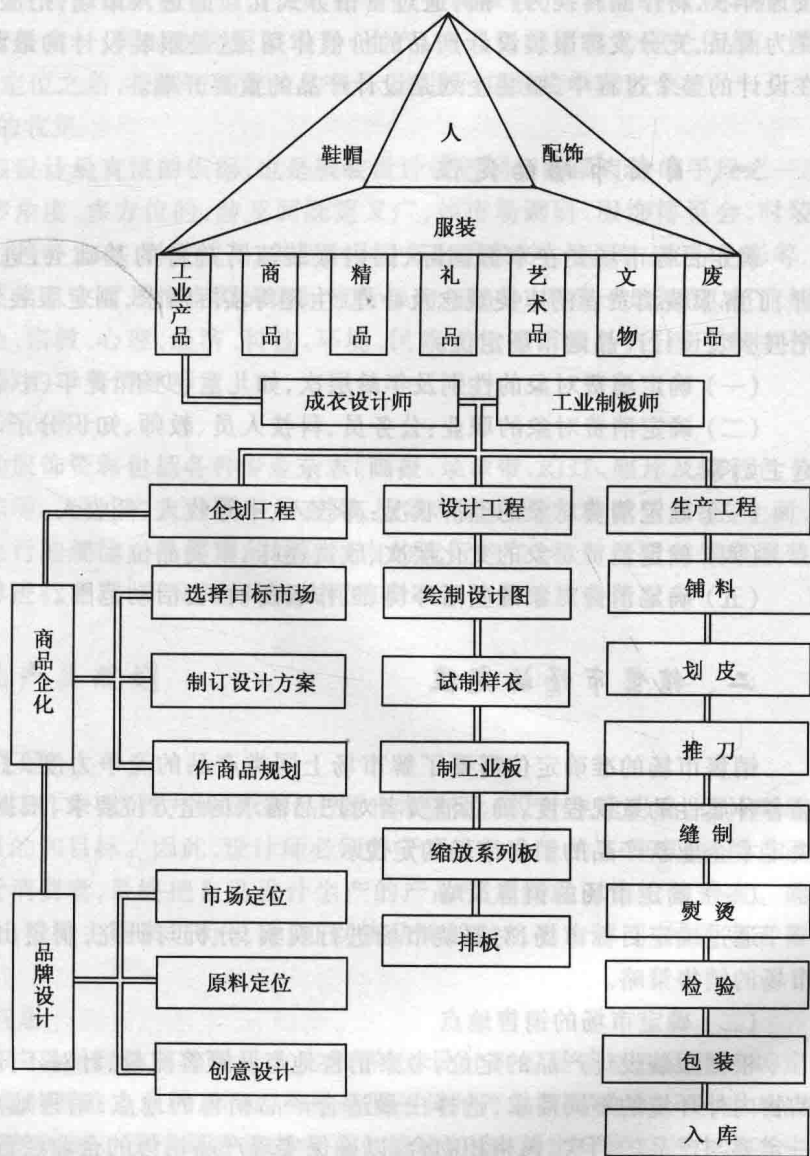


图 2-1 服装产品流程



服装产品设计的流程分为:企划工程、设计工程、生产工程三个阶段。

**企划工程:**是以市场的流行消费需求为依据,选择目标市场、制定设计方案、做出产品设计的规划。

**设计工程:**是服装产品制造的具体实施阶段,其实施即是对企划准确而充分的表现,包括绘出设计效果图、制出设计版、做出设计样衣,这些工作对后期生产流程起着重要的指导作用。

**生产工程:**是企划工程的具体体现,是在产品设计的基础上生产成品的过程,也是决定产品质量的重要过程。(图 2-1)

### 第一节 企划工程

服装设计不是停留在纸面效果上的一种纯粹意义的美术作品,它最终应以产品的形式出现,成为设计产品。并在设计效果图的基础上,经制版师、工艺师做出设计样衣,将作品转换为产品,通过营销方式让产品进入市场,把服装设计产品转变为商品,充分发挥服装设计产品的价值作用,这是服装设计的最终目的。因此,在设计的过程中,服装企划是设计产品的重要开端。

#### 一、目标市场的定位

确定目标市场要在掌握国际、国内服装流行趋势的基础上,进行服装市场调研、了解服装消费者的审美观念及心理、生理等实际需求,制定服装营销策略,由此把握服装设计产品的市场定位。

(一) 确定消费对象的性别及年龄层次,如儿童、少年、青年、中老年、老年等。

(二) 确定消费对象的职业:公务员、科技人员、教师、知识分子、工人、农民、家庭主妇等。

(三) 确定消费对象的经济状况:高收入、中等收入、低收入。

(四) 确定消费对象的文化层次、欣赏趣味、审美品位。

(五) 确定消费对象的生活环境、工作场所、社会活动范围。

#### 二、销售市场的定位

销售市场的准确定位需要了解市场上同类产品的竞争力度,了解消费者对产品各种属性的重视程度,确立消费者对产品需求的全方位要求,根据企业自身情况决定本企业新产品的销售市场的定位。

(一) 确定市场的销售策略

通过确定目标市场,对服装市场进行观察、分析与研究,制定出服装产品投放市场的销售策略。

(二) 确定市场的销售地点

根据服装设计产品的定位,考察销售地点及顾客流量,针对不同层次的顾客对购物内外环境的不同需求,选择出最适合产品销售的地点;销售地点的档次、风格一定要与产品的档次、风格相吻合,以确保实现产品销售的企业经营目标。

(三) 确定市场的销售方式