



纺织服装高等教育“十二五”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

MAN'S WEAR DESIGN

男装设计

许才国 编著

东华大学出版社

中国美术学院美术考级教材
服装与服饰设计分册

MAN'S WEAR DESIGN

男装设计

中国美术学院美术考级教材

中国美术学院美术考级教材



纺织服装高等教育“十二五”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

男装设计

NANZHUANG SHEJI

许才国 编著

上海市重点学科建设项目资助
项目编号 B001

东华大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

男装设计 / 许才国编著. —上海: 东华大学出版社,
2013. 10

ISBN 978-7-5669-0374-7

I. ①男… II. ①许… III. ①男服—服装设计—教材
IV. ①TS941.718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 243266 号

责任编辑 徐建红

封面设计 崔振凯

版式设计 高秀静

东华大学服装设计专业核心系列教材

男装设计

许才国 编著

出版: 东华大学出版社(地址: 上海市延安西路 1882 号 邮政编码: 200051)

本社网址: <http://www.dhupress.net>

天猫旗舰店: <http://dhdx.tmall.com>

营销中心: 021-62193056 62373056 62379558

印刷: 苏州望电印刷有限公司

开本: 787 × 1092 1/16

印张: 15.5

字数: 400 千字

版次: 2013 年 10 月第 1 版

印次: 2013 年 10 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5669-0374-7/TS · 439

定价: 45.00 元

序 一

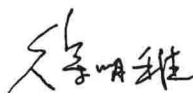
服装产业素来是我国重要的支柱产业。今天的中国不再是世界服装的初级加工厂,已从“中国制造”走向了“中国创造”。中国的服装设计师、中国的服装品牌、中国的服装教育纷纷登上世界舞台,崭露头角。在服装产业繁荣发展的今天,无论是本土的还是世界的服装设计教育格局都出现了很多变革性的因子。产业环境对我国的服装教育提出了全新的要求,既要符合全球化、国际化的趋势,又要坚持本土化的中国特色。

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并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与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人才和经营管理人才,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,服装教育与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不前,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有国际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,

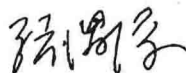
取得了颇有特色的学科建设成效和经验。为此,作为教育部“服装设计与工程”唯一的国家级重点学科所在院校——东华大学服装学院,深感自身在我国服装产业转型期所肩负的责任,从建设《服装设计专业核心系列教材》着手,进行一系列顺应时代需求的教学改革。

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模式,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。

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

在人类社会生活中围绕衣、食、住、行等方面所进行一系列的生产制造、改造及发明等活动,既是满足人们的基本物质需求,亦是满足人们的精神需求,在不同时期两者之间的重要程度有所区别,有时呈现单边上扬,有时呈现并驾齐驱的态势交错发展着。随着时代的发展,尤其是在社会生产力有了较高发展的今天,伴随社会经济的发展、人们生活水平的提高以及科学技术的日益更新,这种在基本物质需求得到满足之后的精神需求变得愈发迫切和重要。就男性的服装需求而言,虽然在不同时期男性社会角色与地位的不同,以及受经济水平、政治环境、战争因素、生产技术、流行趋势、社会审美、季候特征、文化理念、民俗民风的影响,消费者对于男装的审美标准有所不同,但是总体上呈现朝多元化、个性化、多样化、高档化、舒适化的方向发展。

据资料显示世界人口的性别比例接近于1:1,虽然具体到各个国家存在一定数量的差别,但是从全球来讲,男女两性的比例基本处于平衡状态。可以说男装消费需求与女装消费需求同样具有很大的市场空间,围绕男性所进行的系列服饰产品开发,已成为当今主流服装品牌和设计师密切关注的对象,并在市场实际运营中亦带来了价值不菲的利润收益,其中不乏专门从事男装产品设计制造的世界顶级男装品牌和男女服装兼顾的综合类服装品牌运营商。围绕男性服装所展开的品牌建设、产品设计、营销企划、建设越来越被业内所重视,男装产品设计作为男装产品从品牌建立到上市销售中的一个重要环节,是产业链的一个重要组成部分,产品设计的优良程度既影响到销售的利润,更影响到品牌的生存。在服装设计教育界,很多服装设计专业知名院校和教学机构中,男装设计课程也是作为服装设计学范畴中不可或缺的一个重要部分来进行课程设置的,可见男装设计课程的重要性。作为男装设计师应该对男性服装及其设计研发、生产销售等相关知识做细致、全面、专业地认识与研究,以便更好地把握男装发展的命脉,更好地为品牌和消费者服务。

本教材共分为七个章节,前部分从男装导论入手介绍了男装的总体特征和发展变化历史及规律,并就现代男装产业的发展状况和男装的设计类型进行了阐述。从第四章开始的中间部分内容为教材重点,讲述了男装的单品分类与系列设计要点、男装产品季候性特征和设计要点,分

析了男装服饰形象整体搭配,并从成衣销售组货与出样陈列的角度讲述了常用男装服饰品设计的要点,以及整体的系列化搭配设计方法。

由于涉及内容较多,加上编者水平有限,书中难免存有浅陋之处,敬请各位专家、读者批评指正。

许才国

目 录

第一章 男装导论	1
第一节 男装的总体特征	2
第二节 男装发展变化历史	7
第三节 男装发展变化规律	17
第二章 现代男装产业	33
第一节 现代男装产业构成	34
第二节 男装产业的发展	40
第三节 男装设计师职业需求	49
第四节 男装终端消费市场	60
第三章 男装设计类型	67
第一节 艺术化男装设计	68
第二节 概念化男装设计	76
第三节 成衣化男装设计	82
第四章 男装单品设计	91
第一节 男装单品的设计原则	92
第二节 男装单品的设计要点	96
第五章 男装系列产品设计	141
第一节 男装系列产品的概念	142
第二节 男装系列产品的设计原则	146
第三节 男装系列产品的创意概念	149
第四节 男装系列产品设计的主题提案	174
第五节 主题提案下的男装系列产品设计规划	178

第六章 男装产品季候性设计	183
第一节 男装产品的季候性特征	184
第二节 男装产品季候性设计要点	188
第三节 春夏男装的开发设计	192
第四节 秋冬男装产品的开发设计	195
第五节 男装产品无季候性设计要点	198
第七章 男装服饰品配搭设计	201
第一节 男装服饰品的特征性分析	202
第二节 男装服饰品的流行性表现	209
第三节 男装服饰配件	211
第四节 男装系列产品设计中的服饰品配搭	230
参考文献	233
后记	235

男装导论 | 第一章

顾名思义,男装就是男子穿着的服装,包括用于男子的一切装饰之物,其外延可以扩展至起到保护和装饰身体作用的男式制品及打扮装束。男装是服装行业的重要组成部分,在内容与形式上有很多区别于女装的特征。从整个行业角度来说,男装在企业规模、生产技术、营销方式、品牌运作等方面均与女装有明显的区别;从产品设计角度来看,男装在设计思维、方法、原则、表现、材料、题材、品类等方面也与女装有所不同,值得进行专门的学习和研究。随着人们对自我的衣着形象提出了更高的要求,服装行业也越来越走向成熟,男装与女装出现了一些新的动向,在各自的共性与个性上分别出现了扩大或缩小某种差异的趋向。



第一节 男装的总体特征

虽然男装和女装存在着较大的区别,但是它们也存在着许多共性之处,因为它们的本质都是人们日常使用的装身物品或着装方式,仅仅是由于着装对象的性别不同而产生了差异。一般来说,在系统性的服装设计专业教学中,人们总是习惯于从女装设计着手,因此,一些服装设计基础知识是基本一致的,此处出现的女装只是为了更好地说明问题,用来作为与男装对比的对象。在此,男装设计是建立在一般的服装设计知识基础之上的专门化论述。

一、男性的特征

一事物之所以成为该事物而不是其他事物,一定有自己的特征。作为服装中的独立门类,男装也有自己的特征。对于设计师来说,了解男装特征的目的是为了更好地了解男装产品的特点,完成男装设计工作。要了解男装的特征,首先要从男性的有关特征谈起。男性的特征主要可以从生理和心理两个方面表现出来。

(一) 男性生理特征

从服装专业角度来看,男性生理特征主要可以分为形体结构特征和生理机能特征两个部分。

1. 男性形体结构特点的主要表现

从水平尺度看,男性肩背宽阔、四肢粗壮、胯部较窄、腰部与臀部的围度差小于女性。男性肌肉发达,皮下脂肪比例低于女性。根据调查,男性体重约42%为肌肉,18%为脂肪,女性则36%为肌肉,28%为脂肪;从垂直尺度看,男性身高较高,四肢较长,腰节偏下,平均身高高于女性约10~15公分;从立体角度看,男性胸腔发达、躯干比较扁平,局部起伏大于女性,体型呈比较明显的倒三角形。从人种上来看,西方男性整体体形宽大,背部厚实,身材较高。东方男性整体体形窄小,背部扁平,身材较矮。

2. 男性生理机能特征的主要表现

由于受雄性激素影响,男性生理机能显得更高大强健,其食物摄入、活动范围、运动量、负荷能力等均大于女性,一些比较危险的工作场合较多由男性完成,对衣物的耐磨性、抗撕裂性、抗皱性等物理指标提出了更高要求。不过这往往只是符合人们在审美观上对“强者”的定义,并不代表男性在基因层面比女性更优良。目前的生理学及心理学研究已经发现了男性比女性更脆弱的部分方面及指标,具有某些宏观上弱勢(表1-1)。

表 1-1 男女体型差异表

		男	女
躯干	颈部	粗壮、较短、线条较直、肌肉鲜明	细巧、圆润、线条顺滑,肌肉平缓
	肩部	宽阔、肩斜度较平、锁骨突于体表	较窄且圆浑、肩斜度较大、锁骨不明显
	胸部	宽阔、平缓、乳腺不发达	狭窄、起伏、乳房隆起
	背部	较长、厚实、肌肉发达、后背拱起较大	较短、柔和、肌肉平缓、后背拱起较小
	腰部	较粗、较短、腰节线低	较细、较长、腰节线高
	臀部	宽度与肩宽之比较大、外形收紧	宽度与肩宽之比较大、向后突出饱满

(续表)

		男	女
四肢	臂部	粗壮、肌肉发达、局部起伏明显	较细、肌肉不明显、外形柔和圆顺
	腿部	粗壮、肌肉发达、局部起伏明显	细长、肌肉不明显、外形柔和圆顺
	手部	较长、较大、厚实、关节粗壮	较短、较小、纤薄、关节细小
	足部	较长、较宽、厚实、关节粗壮	较长、较窄、纤薄、关节细小

(二) 男性心理特征

就服装设计所关心的内容而言,男性心理特征主要包括心理结构特征和认知机能特征两个部分。

1. 男性心理结构特征的主要表现

男性心理结构是形成男性心理活动的组织机理。长期以来,社会环境塑造了男性特有的社会心理特征,男性在社会、团体和家庭的很多场合中往往处于主导地位,扮演着领导者或负重者的角色,他们一般侧重社会群体意识,对社会事件表现出较大的兴趣,在价值观上普遍将自身的工作视为自身价值的实现,希望与社会融合并以工作业绩得到人们的认可。因此,社会要求男性具备担负起强烈的社会意识和社会责任的心理素质,具有勇敢进取、稳重严谨、坚毅沉着、豪迈大气、敢于承担等品质特征。

2. 男性认知机能特征的主要表现

男性心理特征是人们产生男装审美的主观原因,对男装设计产生很大的影响。男性美基于力度与阳刚的认知,呈现一种力量与严峻的美。在服装审美的思维方式上,男性较多地倾向于抽象思维,崇尚服装线条的简洁,注重服装功能的实用性,强调服装品质的高级感,忽视服装外观的装饰性。社会责任的期待要求男人必须具备可靠的人品,也意味着他们的服装风格一般表现为魁伟雄壮或矫健干练。因此,男性服装的主流风格是一种简洁实用的雄性风范,过分的标新立异往往不被社会广泛地认可。

二、男装的特征

在男性的生理特征和心理特征的影响下,男装从总体上需要表现男性的气质、风度和阳刚之美,强调严谨、挺拔、简练、概括的风格。在不同文化背景和历史条件下,这种雄性美的表现方式和表现力度不尽一致,并被赋予了时代特征。比如,以男装廓形为例,中国古代习惯用扩大的量感来表现男性的雄性特征,采用宽袖大襟或夸张的头饰等服装元素,增强男性的体量感。西方古代服装则受到实证主义哲学思想的影响,主张用隆肩、排扣、高领等局部夸张手法,表现男性的雄健之美。现代男装的廓形已趋于理性,多用精良的剪裁技术和各种衬料,将男装塑造成一个以直线为主的略呈方形的廓形,意在塑造与现代男性刚性挺拔的内在气质与美感。

当前,主流男装主要表现出以下几个基本特征:

(一) 突出款式的严谨规范与功能性

大多数男性因从事社会工作的需要,对于服装功能性的重视胜于装饰性。男性服装款式的外部轮廓在设计上多采用呈箱型结构的基本款型,内部结构也多以直线或直线与曲线结合,追求阳刚、强健和简练的外观特征。在日常着装中,男装以常见的基本款型为主,花哨和个性的款



式仅见于青少年服装中。这一现象源自于19世纪以后逐渐发展成熟的现代西装,这种象征了商业精神的服装样式潜藏着保守的功利主义社会意识形态,执着的时间概念被认为是具有商业价值的信念,使这种服装样式成为一种被社会广泛认同的经典样式而得以长时间流传。另外,从事商业活动的男性希望自己的服装是一种简单的组合,可以轻而易举地快速完成得体的装扮。因此,相对女装来说,男装在款式、色彩、面料、工艺及配饰等方面,表现出严谨和干练的外观(图1-1)。

(二) 强调色彩的稳健沉着与含蓄性

男性的社会地位和性格特征决定了男装的色彩不能与缤纷多姿的女装色彩一致,一般采用稳重素雅的色调与严谨有序的图案。这一特征尤其体现在男士正装上。稳重的服装色彩给人以沉稳、老练、深邃等男性化的联想,产生可以委以重任的心理印象。严谨的图案增加了男装外观上的变化,但也不失男装风格的基本特征。男装的色彩处理,多采取统一色调,或采用大面积统一色系与小面积点缀色系对比的方法,以体现男子的个性和风格。事实上,在不同地域、民族习俗、宗教信仰、社会时尚、流行趋势等等因素的影响下,男装色彩非常丰富,特别是一些如运动装、T恤衫、文化衫和夹克衫等品类的青少年男装,在色彩和图案的运用上经常见到与女装比较接近的强烈、明快的各种色彩和图案,但总体上男装还是以中性色和深色为主,常常采用质朴、稳重的色调和图案,表现出精神饱满和稳健沉着的性格(图1-2)。



图1-1 稳重、大方的男士着装形象



图1-2 用色沉稳的男装设计

（三）表现材料的挺括素雅与品质感

男装的重点之一在于对具有品质感材料的运用。由于男装的产品寿命周期一般比女装要长,同类产品的销售单价也比女装要高,作为服装产品的主要成本,男装的材料档次要比女装高。随着纺织科技的升级换代,运用于男装的面料品种越来越丰富,其显著特征是粗犷、挺括、有质感,条纹面料和格纹面料是男装长盛不衰的流行元素。男装的辅料功能越来越细化,其显著特征是保型、弹性、透气、强化,另外个性化定制辅料成为男装品牌的标识元素。长期以来,男装服用材料的应用原则已经形成了一种行业惯有的行规。如晚礼服宜选丝织锦缎或高支精纺毛料、西装应选中薄型精纺毛料、秋冬大衣采用厚型呢绒面料等等。不过,当前的主流男装也在一定程度上出现了向女装面料靠拢的现象,或者说是女装面料出现了男装化特征,增加了两者的通用性(图1-3)。



图1-3 强调面料质感的男士服饰

（四）炫耀工艺的精细讲究与实用性

男装不同于女装的最重要特征之一在于男装的工艺。这种情况尤其出现在以高级定制为营销模式的西装、大衣等男士正装中。一般来说,男装工艺比女装工艺更加讲究,尤其是出现在男装内里的定型工艺以及熨烫等其他工艺,更是女装难以企及的(图1-4)。虽然男装工艺的种类未见得比女装明显增加,但是,男装对工艺的品质却要求较高。因此,同样品类的男装加工费明显高于女装,比如男西装加工费要比女西装高出一倍甚至更多。为了配合这些工艺的表现,男装生产的专用设备也比女装复杂,一条产能相同的男装生产线的设备投入远远高于女装生产线,这也是男装售价高于女装的原因之一。近几年来,随着社会观念和审美取向的不断变化,男装特有的工艺有逐步弱化的趋势,越来越多的装饰工艺可以运用于男装,给简朴的男装增添了更多耐人寻味的内涵。

（五）崇尚配饰的社会标准与协调性

男装的整体穿着比较讲究服装与配饰的协调。由于人们对男子形象提出的稳重、沉着、机智、干练等社会角色要求,男装的穿着形象一般强调配饰与配饰或配饰与服装之间的统一为主,



讲究配套穿着的整体效果。统一表现了和谐与低调,但同时也减弱了个性,比如在正式国际会议上,男装几乎是清一色的商务西装,配饰的品种也仅为大同小异的领带、腰带、袖扣等,这种打扮比较符合社会对男性形象的标准与要求,因此,对于男装来说,配饰品类是比较固定的,远不如让人眼花缭乱的女性配饰那样多姿多彩。高品质的手表、领带和皮带,是男性在正规场合必不可少的装备,佩戴适合的眼镜、围巾和袖扣,能营造出更加有品位的男性形象(图1-5)。不过,就某一款配饰产品来说,很多男装配饰在材料的内在质量和消耗数量上,比女装配饰的要求更高,比如一根男装腰带往往可以做好几根女装腰带,男装手表也经常比女装手表大很多,这也是男装配饰比女装配饰价格更高的原因之一。



图1-4 精湛的手工艺

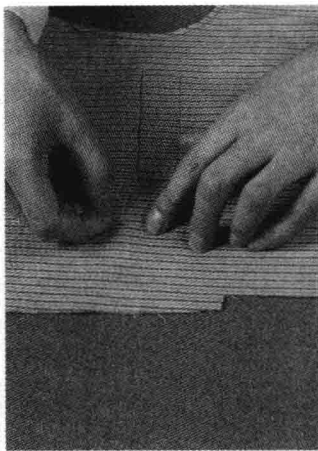


图1-5 适合的配饰既是礼仪也是品位

三、男装与女装的主要区别

为了使男装设计行为及其结果变得更加专业,应该清晰地认识男装与女装之间的区别。男装与女装有很多相似之处,有些地方甚至难以区分,比如,有些面料、图案、色彩、工艺等男装元素,女装也可采纳。但是,为了使设计师在男装设计时,根据品牌的定位,更加准确地表达品牌定位中规定的内容,做到有意识地加强或减弱男装元素,有必要从服装三大构成要素的角度及其他几个外围环节的角度,以成衣为例,对男女装进行横向上的定性比较,了解男女装的主要区别。比较的前提是两者的行业地位、市场份额、产品类别、质量档次等情况基本相同。男装与女装的比较结果(表1-2)。

表1-2 男装与女装的定性比较

		男装	女装	
设计 区别	款式	廓形	平挺,直线型居多,变化少	起伏,弧线型为主,变化多
		细节	数量少,单一面积大	数量多,单一面积小
		功能	强调实用功能,忽略装饰功能	弱化实用功能,强调装饰功能
		装饰	种类少,面积小,效果低调	种类多,面积大,效果夸张