



“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材
东华大学服装设计专业主干教材

FASHION DESIGN 6 服装设计

服装设计实务

(第2版)

刘晓刚 李峻 罗竞杰 曹霄洁 编著

上海市一流学科建设项目资助

东华大学出版社



“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材
东华大学服装设计专业主干教材

FASHION DESIGN 6 服装设计 6 服装设计实务

(第 2 版)

刘晓刚 李峻 罗竞杰 曹霄洁 编著

上海市一流学科建设项目资助

东华大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

服装设计实务 / 刘晓刚等编著. —2 版. —上海: 东华

大学出版社, 2014. 10

(服装设计; 6)

ISBN 978-7-5669-0564-2

I. ①服… II. ①刘… III. ①服装设计 IV. ①

TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 149598 号

责任编辑 徐建红

封面设计 Callen

东华大学服装设计专业主干教材

服装设计 6: 服装设计实务(第 2 版)

FUZHUANG SHEJI 6; FUZHUANG SHEJI SHIWU

刘晓刚 李峻 罗竞杰 曹霄洁 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

电子邮箱: 425055486@qq.com

印刷: 苏州望电印刷有限公司

开本: 787 mm × 1092 mm 1/16

印张: 12

字数: 320 千字

版次: 2014 年 10 月第 1 版

印次: 2014 年 10 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5669-0564-2/TS·508

定价: 37.00 元



刘晓刚

教授、博导

国家有突出贡献中青年专家

享受国务院政府特殊津贴

全国服装设计与工程专业教育指导委员会副主任

全国艺术专业学位研究生教育指导委员会委员

中国服装设计师协会理事委员

全国十佳服装设计师

东华大学服装学院副院长

东华大学服装学院服装研究中心主任

东华大学-施华洛世奇创意设计中心主任

连续三届上海市高校优秀青年教师

国内多家服装企业设计总监

前 言

“服装设计1—6”是素以纺织服装学科著称的东华大学通过长年教学实践经验积累而形成的服装设计专业本科生系列主干课程,分为“服装设计概论”“男装设计”“女装设计”“童装设计”“专项服装设计”“服装设计实务”6门既相对独立又前后贯通的系列课程。为了“教学有教材、授课有课本”,东华大学服装学院组织专家学者和骨干教师,在2007年前后相继编写出版了与本系列课程配套的同名系列教材。经过多年使用和多次印刷,本系列教材已形成了一定的社会影响力,并申报成为“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材。

2008年,在学校的重视支持下,在师生的共同努力下,东华大学“服装设计”系列课程获得了“国家级精品课程”称号;2009年,承担该课程教学任务的团队获得了“国家级教学团队”称号。

近年来,伴随着我国经济建设取得的辉煌成就,服装产业也发生了巨大变化。无论是服装的设计、生产、销售,还是品牌的延伸、推广、维护,或是行业的供应、服务、配套,整个服装产业链都有了长足进步。作为承担服装设计人才培养主要任务的高等服装设计教育,各高校结合当地服装产业基础和学校办学特色,教学内容和培养模式也都在一定程度上有了与之相适应的变化。为了主动适应行业变化和人才需求,作为国家级教学团队的东华大学服装设计教学团队,有责任也有义务,对原来的“服装设计1—6”课程进行改革,并编写符合新的服装产业发展形势的专业教材。

本次教材编写出发点是坚持既定培养目标,配合教学改革计划,保持原有教材特色,调整部分章节结构,优化深化核心内容,新增学科前沿知识,融入行业通行手段,在专业建设必须满足连续性建设要求的基础上,增加适应产业变化的灵活性,成为经得起时间考验的,既方便于掌握服装设计一般规律和系统知识,又有利于熟悉服装设计业务流程和实操技能的本专业经典教材。

东华大学设计学科被列为“上海市一流学科”建设,服装设计专业是其中的重要建设内容之一。本系列教材的编写出版受到该建设项目的资助。



第一章 服装设计实务的内涵	1
第一节 服装设计实务的定义与特征	2
第二节 服装设计业务的分类与特点	5
第三节 服装设计业务的流程与要求	11
第二章 服装设计业务的基础	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	26
第四节 服装设计业务的行业规范	29
第三章 服装设计业务的前期实务	35
第一节 服装设计业务的确定	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	60
第四章 服装设计业务的中期实务	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	86
第五章 服装设计业务的后期实务	91
第一节 服装设计业务的样品制作	92
第二节 服装设计业务的样品评审	95

第三节	服装设计业务的方案增补	99
第四节	服装设计业务的跟踪服务	103
第六章	服装设计业务的辅助环节	107
第一节	采购环节	108
第二节	管理环节	112
第三节	资源环节	117
第四节	跟单环节	120
第五节	内务环节	124
第七章	服装设计业务的拓展实务	129
第一节	拓展条件	130
第二节	拓展原则	132
第三节	拓展要点	133
第四节	拓展渠道	136
第五节	拓展方法	139
第八章	服装设计实务的常见弊病	143
第一节	前期实务弊病	144
第二节	中期实务弊病	150
第三节	后期实务弊病	157
第四节	业务拓展弊病	163
第九章	服装设计业务风险	169
第一节	服装设计业务的风险原因	170
第二节	服装设计业务风险的危害	173
第三节	服装设计业务的风险类型	175
第四节	服装设计业务风险的防范	177
附录 1	产品评审意见表	182
附录 2	设计方案增补表	183
附录 3	×××××项目进度表	184
	后记	185
	参考文献	186



FASHION DESIGN

第一章

服装设计实务的内涵

从字面上理解,实务通常是指具有现实意义的操作标准、操作流程、操作方法等实际问题,亦指实际工作、实质工作、现实任务、实际操作、具体操作等。“实务”往往相对“理论”而言,强调其操作性、实践性和结果性。

与“实务”有一个相近的名词,叫做“业务”。业务是指两个或两个以上组织为了某种共同目的而需要合作或处理的工作事务,可以理解为岗位工作、行业工作、商业任务等等。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。在具有经营性质的各行各业里,业务通常指销售、交易方面的事务,特指如何接洽生意,业务员被指专门承揽业务的人员。

在实际工作中,实务和业务两个概念因存在某些共性特征而往往容易混用或难以区分。两者的差异在于:实务偏重于某一具体事物的操作性,业务偏重于某种交易合作的外联性。

第一节 服装设计实务的定义与特征

服装设计实务是近年来出现的名词,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,本节将从广义和狭义两个方面,对服装设计中的实务做一个概括性界定。

一、定义

(一) 广义定义

服装设计实务是指一切围绕服装产品开发任务而展开的实际工作,包括流程制定、环节落实或结果评价等实际工作。在现实工作中,服装设计实务的内容非常广泛,它可以包括趋势研究、设计策划、样品制作、实物评价等产品设计开发的核心工作,也包括业务洽谈、签订合同、物品采购、业务管理等一些保障上述核心工作得以顺利进行的辅助工作(图1-1)。在此,服装设计实务并不是指创意、构思、表达等“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、宽泛,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生产跟单等,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,设计师在实际工作中,将不可避免地承担相当数量的与设计任务有关的事务性工作。

(二) 狭义定义

服装设计实务是指在服装设计工作中实际发生的事务性工作。有一个与“实务”相近的词,叫做“业务”,在服装行业中称为“服装设计业务”。“业务”原指行业内需要处理的事务,通常多指销售事务,即进行或处理商业上相关的活动。

服装设计业务是指具有内外联合共同完成特征的设计合作工作。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或一个设计团队的专业水平,是个人或企业的核心竞争力,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。

本课程“业务”特指设计任务中的专业性工作而非事务性工作。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。

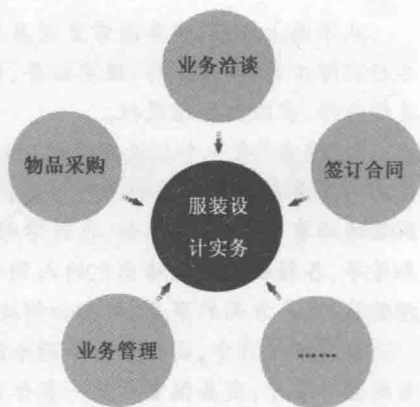


图1-1 服装设计实务的内容非常广泛,包括一切围绕服装产品开发任务而展开的全部事务性工作

二、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,有其因服装产品本身特点而形成的固有特征。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生活物品,也是百货公司等市场经营中须臾不能或缺的大宗零售商品,因此,服装是销售上不能断档的常年连续运转的商品,所以,服装设计工作也必须跟着销售季节的变化,一刻不停地不断推出新产品。企业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。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。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。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基础上,细化产品的季节性特征,按照月份或星期设定产品上货波段,把销售季节分为4个或4个以上。

(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,因此,服装设计业务表现出相当的琐碎性。企业必须考虑到方方面面的衔接关系,协调好厂家、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。

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,纽扣的选择也会遇到直径大小、颜色、材质、外形、手感等问题,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都需要一一确认的细节问题。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、仪式服装等临时应急的设计任务以外,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。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。就设计行为本身而言,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。这种漫长性还体现为不同销售季节之间在产品上的关联度,其目的是为了维护产品在品牌风格上的延续,有利于消费者识别品牌。

(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主要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,就已完成未来流行趋势报告。这一前瞻性通常提前一年到两年。比如,国际流行色协会提前两年发布“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(图1-2)。服装企业则根据这些前瞻趋势或者自行研究成果,将产品的设计工作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

三、关系

实务与业务两者的关系是:①实务涵盖业务。本课程指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。相对来说,业务比实务更为单一,范围也更小,并且被包含在实务之中;②两者词义相当。在本课程涉及的范围内,“实务”与“业务”的词义比较近似,其区别在于,前者是全部工作的总称,具有现实操作之意;后者是技术工作的分类,具有专业实现之意;③易于现实混淆。在实际工作或生活用语中,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,在接洽工作任务时经常说“业务”而较少说“实务”,在区分工作性质时往往说“实务”而不常说“业务”。在实际工作中,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”。

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”为主线而展开的与设计有关的全部工作。

第二节 服装设计业务的分类与特点

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,只有从时间、对象、内容、结果等多个分类角度,才能将某项“冬季的、女性的、成衣化的、样板”等特定内容的“女装设计”业务界定为“秋冬女装成衣样板设计”。

一般来说,服装设计业务可以分为以下几种类型。

一、按客户分类

(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计划的,也可以是其他服装企业委托设计的,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,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。因此,在业务的技术沟通上比较容易达成共识(图1-3)。

(二) 社会团体设计业务

社会团体设计业务是指来自于社会各界的业务。这种业务一般是各类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熟悉,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。

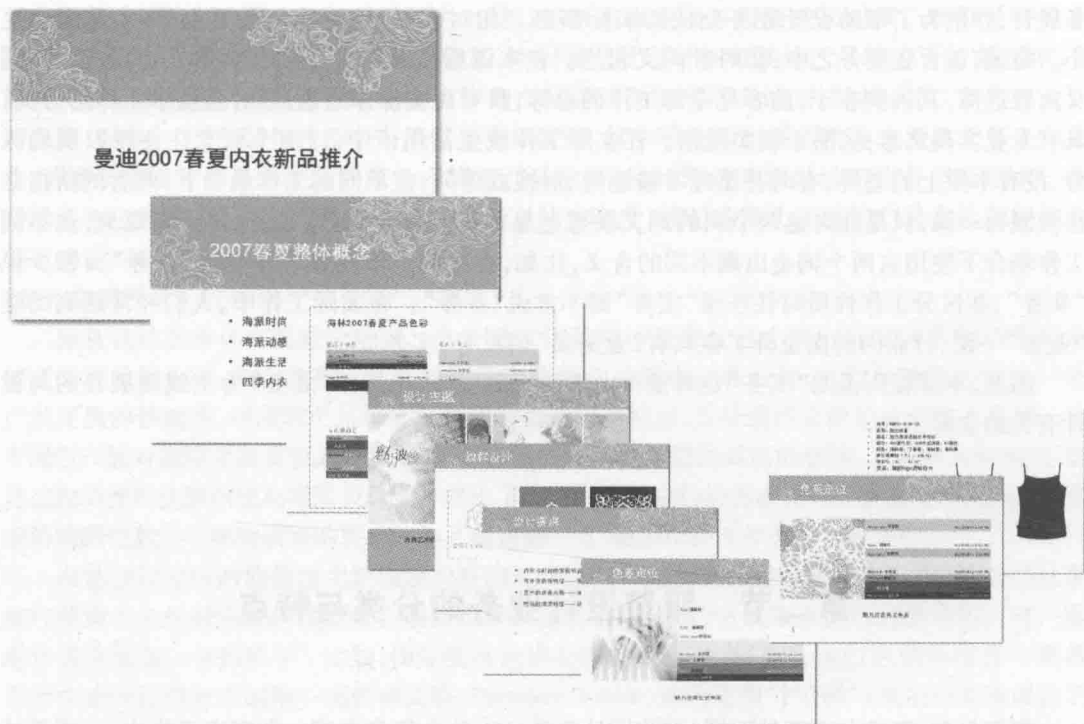


图 1-3 设计力量薄弱的服装企业会将产品设计业务外包给有能力的企业或者工作室

(三) 政府部门设计业务

政府部门设计业务是指来自于各级政府及直属机构的业务。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,流程较复杂,承接此类业务的设计团队应该做好充分的思想准备。

二、按属性分类

(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,不具备将设计稿转变成实物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批量化产品生产,使得设计结果所对应的产品投入巨大,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经济责任较为重大。

(三) 周边设计业务

周边设计业务是指与服装设计主流业务相关的其他设计类业务。这种业务一般是主流业务的补充,属于与服装事业相关的辅助性设计,比如,店铺陈列设计、培训课程设计、品牌网页设计等等。此类业务往往由其他设计领域的设计团队完成,但是,出于时间紧迫等原因,在要求不十分严格时,可以交给服装设计团队完成。

三、按性质分类

(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,概念设计往往需要极强的原创设计能力,或以申报成功的专利技术为重要内容,使竞争对手既因为顾及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,时效性强,其成功与否的首要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,国际上服装产品开发的现状也证明了此类业务将是我国服装产品开发的未来趋势。本课程将以此业务作为重点讨论的内容。

(三) 趋势研究业务

趋势研究业务是指针对未来市场可能出现的需求而开展的流行趋势预测工作。这种业务一般由拥有较高行业地位的专业机构自行布置,往往是这些机构在分析和总结了当前市场动态以及消费心理变化之后,对下一年度服装市场走向作出预先猜测的结果。研究结果可以分为虚拟和实物两种,但前者居多,并且不承担直接经济责任。因此,其面向某个具体品牌的针对性不是很强,而是一种凭借专业水平对行业及市场所做的判断(图1-4)。

四、按数量分类

(一) 单一设计业务

单一设计业务是指完成整个设计任务中的某一项内容。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风格固化等原因,需要依靠更为专业、更具创新的设计力量弥补自身在技术或创意上的不足。比如,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

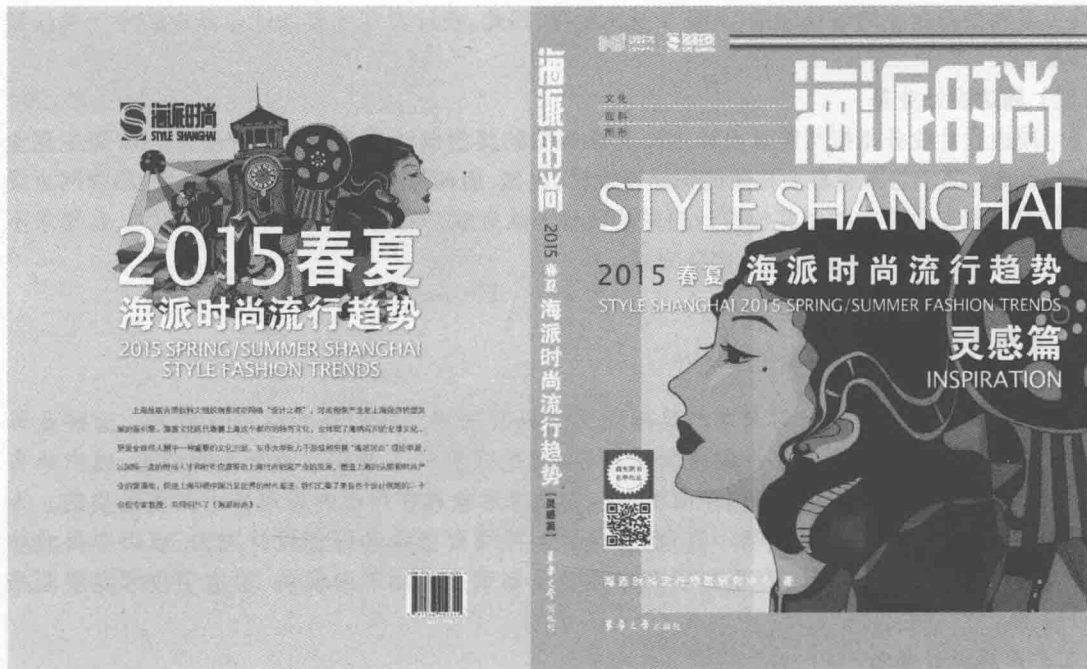


图 1-4 流行趋势研究是服装设计业务中的重要内容之一

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 系统等设计任务组成一个业务模块,委托给该企业以外的设计机构完成。

(三) 完整设计业务

完整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,拥有较广泛的设计资源,具有非常全面的专业素质。

五、按特长分类

(一) 性别类设计业务

性别类设计业务是指以穿着对象的性别为目标对象的设计业务。这种业务首先以男女性别区分,随后才是不同品类区分,比如男装、女装中的男式正装设计、女式休闲装设计等。按照消费者性别,服装企业的产品经营范围基本上可以分为男装企业、女装企业,目前也有男女装都包括的综合企业。因此也就有了基于消费者性别分类的设计业务,随着时间的推移,设计团队将因为长期从事于某种性别服装的业务而形成业务专长。

(二) 场合类设计业务

场合类设计业务是指以服装的使用场合为穿着环境的设计业务。这种业务的设计范围是

以穿着场合区分的,根据休闲、运动、商务、礼仪等不同场合,把设计业务的范围定为休闲装、运动装、商务装、礼仪装等,不一而足。由于对不少承揽方来说,设计业务来源具有某种程度的局限性,他们会十分珍惜眼前的客户,希望拥有为数不少的稳定的回头客户,如此一来,业务范围内的设计品类也会相应收窄。

(三) 等级类设计业务

等级类设计业务是指以服装品牌的等级为出发点的设计业务。这类业务可以把品牌按照大众品牌、高端品牌、奢侈品品牌等粗略地划分,在设计业务的完成形式和产品中的设计含量等方面提出不同的要求,其收费标准也会相应地水涨船高。相对而言,越是高等级品牌越是讲究设计含量,这些品牌中的成熟企业由于自身的设计能力较为强势,一般很少将主要设计业务外发给设计机构,而是依靠企业自己的设计团队内部完成。

六、按结果分类

(一) 画稿设计业务

画稿设计业务是指业务完成结果到画稿为止的设计业务。这类业务相对比较单一,只要求业务完成的递交形式以画稿为准,其前提条件是委托方必须拥有样板设计和样品制作等后续能力。由于部分设计机构的制作设备和技术能力往往不及生产型企业,为了节省业务经费和快速体现设计结果,技术能力强的委托方往往采用自行打样的办法,解决画稿完成以后所必备的样板和样衣等技术实现工作(图1-5)。



图1-5 画稿设计业务是指业务完成结果到画稿为止的设计业务

（二）样板设计业务

样板设计业务是指业务完成结果到样板为止的设计业务。这类业务有两种情况,一种是从画稿到样板设计,另一种是仅仅只有样板设计。相对而言,前者是多项式业务,其工作量较大;后者是单项式业务,其工作量较小。由于从画稿到样板的过程存在着某些不确定因素,比如样板师的经验,同样的画稿可能会出现局部处理不同的样板,为了让承揽方解释设计的最终效果,委托方会要求把设计业务做到样板为止。

（三）样品设计业务

样品设计业务是指业务完成结果到样品为止的设计业务。这类业务也有三种情况,一种是从画稿到样品制作,另一种是从样板到样品制作,还有一种是仅仅制作样品。前者是较为完整的设计业务,后两者是部分的设计业务。一般来说,第一种业务类型较多,第二种业务类型居次,第三种业务类型较少。对承揽方来说,越是居后的业务类型的附加值越低,对委托方来说,承揽方的样品制作未必能达到自己的要求。

七、按责任分类

（一）主持设计业务

主持设计业务是指从工作责任及其工作形式的主从关系上进行分工合作的设计业务。这类业务与产品品类、业务时限或客户对象等因素并无直接关系,只是在业务的工作责任上有所区分,业务主持者将承担业务的主要责任与风险,一般由专业经验丰富、业内口碑良好、具有组织能力的一方担任业务的主持工作,其主要工作是确定整个业务的方向性框架结构、设定完成业务的各项标准、掌握业务经费分配等。

（二）协助设计业务

协助设计业务是指以业务参与者的身份,帮助和配合主持设计者完成整体工作的设计业务。这类业务在分工上主要从事辅助性的、基础性的或局部性的工作,比如收集资料、实施调研、市场分析、绘制草稿、整理文案等,尽管其所承担的工作量未必很少,有时甚至要承担绝大部分颇为繁琐的事务性工作,但是在承担责任方面则比较轻微,精神压力较小,因此,其工作性质仍然处于协助地位。

八、按时间分类

（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,应急性强,设计程序也比较简单,因而耗时较短。此类业务的全部设计内容一般要求在数天或数周内完成。比如,小型演出服;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。