



服装高等教育“十二五”部委级规划教材
江苏省高等学校立项精品教材



THE INTEGRATION OF FASHION

DESIGN, PATTERN AND PROCESS

一体化系列女装 设计·制板·工艺

陈洁 / 主编

范君 周荣梅 管丽萍 李月丽 / 副主编



中国纺织出版社





服装高等教育“十二五”部委级规划教材
江苏省高等学校立项精品教材

一体化系列女装 设计·制板·工艺

陈 洁 主 编

范 君 周荣梅 管丽萍 李月丽 副主编



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书是服装高等教育“十二五”部委级规划教材,江苏省立项精品教材。本书以六个工作过程为编写思路,通过一个完整的设计项目的工作过程为线索形成学习体系,融合了服装设计、服装制板、服装工艺等教学内容,以系列女装设计为核心,通过确定设计主题、款式设计、选择面辅料、结构设计与成衣制作等一整套项目式操作过程,将理论知识和典型案例贯穿其中,拓展和推广了系列女装技术的相关内容。

本书设计理念新颖,图片精美,案例丰富,实践性强,贴近企业实际,力求先进性和实用性相结合,对服装设计教学具有很好的指导作用,也可作为服装设计师及相关设计人员的参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

一体化系列女装:设计 制板 工艺/陈洁主编

—北京:中国纺织出版社,2015.9

服装高等教育“十二五”部委级规划教材

ISBN 978-7-5180-1666-2

I. ①—… II. ①陈… III. ①女服—高等学校—教材

IV. ①TS941.717

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第117943号

策划编辑:金 昊 责任编辑:杨 勇 责任校对:寇晨晨
责任设计:何 建 责任印制:王艳丽

中国纺织出版社出版发行

地址:北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码:100124

销售电话:010—67004422 传真:010—87155801

http://www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 http://weibo.com/2119887771

北京通天印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2015年9月第1版第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:9

字数:110千字 定价:36.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

出版者的话

《国家中长期教育改革和发展规划纲要》（简称《纲要》）中提出“要大力发展职业教育”。职业教育要“把提高质量作为要点。以服务为宗旨，以就业为导向，推进教育教学改革。实行工学结合、校企合作、顶岗实习的人才培养模式”。为全面贯彻落实《纲要》，中国纺织服装教育学会协同中国纺织出版社，认真组织制订“十二五”部委级教材规划，组织专家对各院校上报的“十二五”规划教材选题进行认真评选，力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应，并对项目式教学模式的配套教材进行了探索，充分体现职业技能培养的特点。在教材的编写上重视实践和实训环节内容，使教材内容具有以下三个特点：

（1）围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设置特点，从培养学生学习兴趣和提高职业技能入手，教材内容围绕生产实际和教学需要展开，形式上力求突出重点，强调实践。附有课程设置指导，并于章首介绍本章知识点、重点、难点及专业技能，章后附形式多样的思考题等，提高教材的可读性，增加学生学习兴趣和自学能力。

（2）突出一个环节——实践环节。教材出版突出高职教育和应用性学科的特点，注重理论与生产实践的结合，有针对性地设置教材内容，增加实践、实验内容，并通过多媒体等形式，直观反映生产实践的最新成果。

（3）实现一个立体——开发立体化教材体系。充分利用现代教育技术手段，构建数字教育资源平台，开发教学课件、音像制品、素材库、试题库等多种立体化的配套教材，以直观的形式和丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展中的重要组成部分，为出版高质量的教材，出版社严格甄选作者，组织专家评审，并对出版全过程进行跟踪，及时了解教材编写进度、编写质量，力求做到作者权威、编辑专业、审读严格、精品出版。我们愿与院校一起，共同探讨、完善教材出版，不断推出精品教材，以适应我国职业教育的发展要求。

中国纺织出版社
教材出版中心

前言

本书综合了服装设计、服装制板以及服装制作工艺，并通过案例展示了系列女装从设计到成衣制作的全过程。我们根据近年来教学改革的发展并紧跟当前行业任务运作流程编写了这本项目教学的新教材，实现以学生为主体完成基本技能和单项技能的训练。

本教材使学生对服装设计——服装制板——服装工艺形成完整的印象，打破以往教材中各门课程自成体系、互不相关的现状，通过对设计、制板、工艺等基础知识的综合，使学生对理论知识有一个更好的、全面的认识。同时，通过对系列女装从任务书分析、面辅料搭配、结构、工艺一整套模拟企业产品开发的项目式操作过程，使学生了解服装企业的成衣操作流程，掌握不同种类女装变化款的纸样制作原理与方法，并能按照纸样和工艺要求缝制出成衣；通过项目的实例操作，使学生了解服装成衣化生产的内在规律，具备独立完成服装的款式解读、打样、制作“三位一体”的综合能力，并对服装企业的生产、开发有一个全面的认识，从而达到零距离上岗的目的。

本教材内容新颖、全面，实例丰富，注重艺术与技术的紧密结合；在加强实践环节上，强调动手能力和理论联系实际能力的培养。学生在学习过程中，可以参考书中的实例进行项目实施。

本教材由陈洁主编，盐城工业职业技术学院服装设计教学团队编写组共同完成。其中过程一至过程三由范君老师编著，过程四由周荣梅、陈玉红老师编著，过程五由管丽萍老师编著，过程六由李月丽老师编著，图片技术处理彭光荣老师。在此感谢盐城市唯洛伊服饰有限公司、江苏亨威实业集团提供项目与案例支持，感谢工作单位盐城工业职业技术学院对科研、教学工作的重视，感谢服装设计专业师生提供的服装设计效果图及成衣工艺制作过程，感谢穿针引线、POP-FASHION等网站提供资料的搜集与分享。

由于编者水平有限，时间仓促，资料有限，书中疏漏之处在所难免，热诚希望各位同仁与专家批评指正。

编者

2014年12月

教学内容及课时安排

章/课时	课程性质/课时	节	课程内容
过程一 (2课时)	理论 (2课时)		· 系列女装项目简介
		一	系列设计概述
		二	项目简介
过程二 (10课时)	理论 (2课时) 与实践 (8课时)		· 系列女装市场调研
		一	调研概述
		二	调研的形式
		三	调研的内容
		四	调研报告的内容
		五	调研报告的格式
		六	调研案例
过程三 (10课时)	理论 (2课时) 与实践 (8课时)		· 系列女装主题方案
		一	主题的确定
		二	色彩的确定
		三	面、辅料的确定
		四	风格的确定
		五	制定主题板
过程四 (24课时)	理论 (6课时) 与实践 (18课时)		· 系列女装设计方法
		一	系列女装设计构思
		二	系列女装设计方法
		三	系列女装款式设计拓展图
		四	系列女装设计效果图
过程五 (14课时)	理论 (4课时) 与实践 (10课时)		· 系列女装制板
		一	女装制板基础
		二	女装制板方法
		三	系列女装制板案例
过程六 (60课时)	理论 (8课时) 与实践 (52课时)		· 系列女装制作工艺
		一	女装制作工艺基础
		二	系列女装制作工艺

注 各院校可根据自身的教学特点和教学计划对课程时数进行调整。

目录

过程一 系列女装项目简介	002
第一节 系列设计概述	002
第二节 项目简介	004
一、项目实践	004
二、品牌产品开发任务	004
三、设计任务书	004
四、确定项目小组及目标规划	005
思考与练习	006
 过程二 系列女装市场调研	 008
第一节 调研概述	008
第二节 调研的形式	010
第三节 调研的内容	011
一、文化背景	011
二、色彩	012
三、造型与结构	012
四、面料与肌理	012
五、细节	012
第四节 调研报告的内容	012
第五节 调研报告的格式	013
第六节 调研案例	013
思考与练习	016
 过程三 系列女装主题方案	 018
第一节 主题的确立	018
第二节 色彩的确定	018
一、色彩构思原则	018
二、影响服装色彩的因素	021
三、主题色彩确定的方法	022

第三节	面、辅料的确定	022
一、	面料的质地	024
二、	面料的组织结构	024
三、	面料的表面处理	026
四、	面料和纱线交易会	030
第四节	风格的确定	030
一、	社会的流行风格	030
二、	目前国内市场女装的风格	030
第五节	制定主题板	036
	主题板的关键要素	041
	思考与练习	041
过程四	系列女装设计方法	043
第一节	系列女装设计构思	043
一、	设计构思	043
二、	设计思维	043
第二节	系列女装设计方法	044
一、	系列构思从草图入手	045
二、	系列组成从套数考虑	045
三、	系列设计从材料入手	045
四、	系列色彩从设计表现形式入手	046
五、	国际知名服装设计师系列女装设计作品赏析	055
第三节	系列女装款式设计拓展图	058
一、	女式合体上装系列产品款式拓展设计表现	058
二、	女式休闲上装系列产品款式拓展设计表现	058
三、	女式休闲外套系列产品款式拓展设计表现	059
四、	女式连衣裙系列产品款式拓展设计表现	059
五、	女式长大衣系列产品款式拓展设计表现	059
六、	女式针织休闲上装系列产品款式拓展设计表现	060
七、	女式半裙系列产品款式拓展设计表现	061
八、	女装典型系列产品款式及细节部位拓展设计示意图	061
第四节	系列女装设计效果图	062
一、	系列设计效果图	062
二、	女装色彩系列的表现	067
三、	女装面料系列的表现	068
四、	装饰工艺系列的表现	070

五、女装服饰品系列的表现	071
六、女装风格特征系列的表现	072
思考与练习	073
过程五 系列女装制板	075
第一节 女装制板基础	075
一、服装号型的标准	075
二、女性人体与服装号型的关系	077
三、成衣规格的制定方法和表达方式	079
第二节 女装制板方法	080
一、平面制板	080
二、立体制板	081
第三节 系列女装制板案例	081
款式一、修身分割长裙	082
款式二、修身外套与百褶长裙	084
款式三、箱式大衣	087
款式四、马甲套装	089
思考与练习	094
过程六 系列女装制作工艺	096
第一节 女装制作工艺基础	096
一、服装裁剪基础	096
二、女装缝制工艺基础	098
三、女装熨烫工艺基础	106
四、女装工序分析	108
五、女装的工艺要求与检验	110
第二节 系列女装制作工艺	113
案例一、瑰语	113
案例二、简画	118
思考与练习	135
参考文献	136

系列女装项目简介

过程内容：1. 系列设计概述

2. 项目简介

过程课时：2课时

教学目的：1. 能够掌握女装技术项目的课程内容。

2. 能够掌握女装市场的整体情况。

3. 了解女装当前的流行趋势及女装产品相关的信息资讯。

4. 掌握女装的基本知识内容。

5. 培养学生理论联系实际的能力。

6. 培养学生敏锐的洞察力。

7. 培养学生的自学能力。

8. 资料整合和分析能力。

教学方式：讲授、案例、引导启发、小组讨论、多媒体演示。

教学要求：1. 以讲授为主，通过案例讲解，引导自主学习。

2. 下达任务书，明确任务。

3. 制订工作计划，分组讨论，方案初稿。

课前准备：1. 能通过多种媒介获取相关资料。

2. 对于任务先进行创意拓展。

过程一 系列女装项目简介

第一节 系列设计概述

什么是系列设计？就字面而言，它是由“系列”与“设计”两个词组合而成，其中“设计”是中心词、“系列”是它的限制词。系列设计是指在一组产品中的色彩、款式、风格、面料、工艺等元素中至少有一种共同的元素，这个共同元素就是系列设计的核心设计点，系列设计规范了设计思维，使一个设计点可以扩大、延伸至一组产品，使该组产品既多样化又统一和谐。

随着人们认识能力和技术手段的迅猛发展，用系统的眼光、系统的思维来系统化地设计产品表现出很大的优越性，使系列思维设计近年来得到迅速的发展，并在现代设计中占有重要的地位。

生活需要系列设计。系列设计服务于生活，系列化产品能美化生活，系列化产品的情趣将创造全新的生活观念和生活方式。

优秀的设计作品是各设计要素共同配合衬托的结果，优秀的系列作品更要选择这些要素，并且把单品服装的造型元素展开为系列化构思的设计过程。设计已不再是孤立地考虑

一个单独形的构成，而是设计出服装与人的着装状态、服装与整个环境的状态以及系列中服装与服装之间、服装与饰品之间各种形与色的延伸与组合，展现出系列产品或系列作品的时尚和风貌，如图1-1～图1-3所示的学生设计作品。



设计理念：灵感来源于盐，以素净白色，晶莹光束，棱角肌理，立体结构彰显女性坚强自信，高雅时尚之美

图1-1 《盐语》设计者：侯炎

生如夏花

本系列以梔子花为源,服装肌理采用梔子花两次设计,呈现出春夏时节柔和而富有活力的景象,优雅沉静中又不失律动,给人以清新自然之感,内敛而不张扬。当微风轻轻滑过,扬起的衣摆如枝头梔子的柔姿,恍若一幅午后静谧的梔子图



图1-2 《生如夏花》设计者:宋约莉

吾栖墨尚



设计理念:灵感来源于湿地优美的丹顶鹤,在服装中体现其优雅动人的曲线以及忠贞的精神

图1-3 《吾栖墨尚》设计者:马文

第二节 项目简介

一、项目实践

一个项目是一件连续性的工作，一般持续2~6周，包含调查研究和实践技巧。项目的主题、任务、目标都在一份项目计划中规定清楚。作为系列女装设计项目的入门，首先确定项目计划书，提出项目主题并与你讨论需要做什么。项目计划书会明确设计的内容，也会告诉你的目标市场是什么，以及最后的评估者也就是消费者，并明示出该系列女装的标准、完成时间等。

进行项目实践的主要目的是为了培养对一组特定的任务需求的创造性反应能力。它常常是对不同市场类型的时装设计师职责的要求。项目实践是一个锻炼技能的机会，这些技能是离开校园走上工作岗位必需的。

二、品牌产品开发任务

项目课程的内容以某一品牌服装产品的项目进行设置。如唯洛伊（VILUEE）品牌源自中国江苏，创始于2001年（原名春江花月），距今已有14年的历史，有一定的顾客群，于2011年注册了时尚女装品牌唯洛伊，主要生产经营时装、羽绒服、大衣、皮草等女性服饰，有实体店和淘宝网店。以中高档时尚女装和高级定制为主要诉求，服务于都市白领等成功女性。

唯洛伊品牌女装定位：全方位路线、多元化款式、白领阶层。唯洛伊文化：以观念为元、以人为本、以实践为根、以坚持为深，孜孜以求的不仅仅是时装品位，更是生活与人生的品位，共同淳淳传递着真、善、美的文化理念；本着将心比心，相辅相成的团队观念；秉承物有所值、物超所值的诚信经营理念；创建一个有望、有信、有爱的企业。校企双方在技术服务、就业等方面一直有良好的合作。

三、设计任务书

设计任务书是一切创造性设计工作的起点，而设计工作通常来说是一个有时间限制而又持续展开的工作。从本质上看，设计任务书会激发出设计人员的灵感和创意，并能够大致勾画出它所要达到的目标。它会列出所有限制的因素、有利的条件或者存在的问题，同时也会给出所要完成的最终成品或任务的具体信息。因此，设计任务书的主要目的是对设计人员有所帮助，同时更为重要的是，对整个项目的进程起到引导作用。

1. 设计任务书的类型

（1）个人设计任务书：在任务讨论中由主管人员指定并且要求个人单独完成，其目的在于使设计师掌握系列项目设计的操作流程，达到任务书中有关创造性的要求，而且还

要达到任务书中明确规定的评价标准。

(2) 竞赛设计任务书：通常是为了参与由一个公司或者社会组织用以推广产品或者品牌而举办的设计比赛，这种比赛也会对行业内的设计新人起到鼓励作用。这种与企业结合的做法将会达到宣传以及促销等目的。

(3) 团队设计任务书：要求在一个设计团队中开展工作，共同完成一个项目，每个人都会被指派去完成具体的设计任务，其最终目的是获得一个既连贯又有内在联系的系列设计。

(4) 商业设计任务书：根据市场和客户需求有着非常明确的目的和目标，要考虑市场、季节性、服装类型、成本以及穿着场合这些因素中的部分或全部。真正衡量作为一名设计师所具有创造力的标准是：为了获得客户的认可，既紧密贴近设计要求，又遵循任务书的限定，并且最终能够达成令人兴奋和有所创新的设计。

2. 案例

基于某一品牌服装产品定位，以2015年春夏季白领女性着装为设计目的，结合当季流行趋势和固定客户人群的消费需求进行系列设计，操作过程：

- (1) 进行市场调研，撰写调研报告。
- (2) 寻找主题，确认色系与面料，制作主题板。
- (3) 确定设计方案，绘制基本款并拓展基本款（裙子、裤子、上装各两款）。
- (4) 基本款搭配（1~2套），确认设计最终款（4~6套）。
- (5) 购买面料、设计款制板。
- (6) 样衣工艺缝制。
- (7) 样衣试穿，工艺修改。

四、确定项目小组及目标规划

品牌引领、任务导向是新型教学模式，以工作任务为中心，针对市场对人才需求的变化及人才培养目标提出在完成工作任务的过程中要以团队协作为实践特点，在项目实施前，要确定项目开发小组。团队的创造能力、交流沟通能力、团队协作能力和良好的职业道德，是项目产品顺利开发的保障。

小组成员的组合搭配要根据自身的特长，由3~5人组成。每个成员明确自己的任务与责任，将设计任务分解量化，找出开发中的难点，相互进行协作，落实任务、人员、资源等。

根据设计任务书对环境和资料的分析与研究，确定开发小组和进度安排。开发小组要根据设计任务书对新产品的开发与主题设计进行确定，能够根据产品设计进行服装结构变化的制板与样衣制作。

不同的主题所要训练的目标的侧重点不同，但从广义上说，评估的共同标准包括下述能力：

- (1) 以创造性的、独立的和恰当的方式进行研究并应用的能力。
- (2) 分析并解决设计问题及其过程中的沟通能力。
- (3) 解决设计问题时富有创造性、严谨性。
- (4) 在探索技巧、材料、图案和色彩方面的技能、想象力和原创力。
- (5) 在选择设计方向上的综合构思能力。
- (6) 对行业/专业角色和方法论的领会和理解。
- (7) 独立工作及团队合作的能力。
- (8) 良好的工作实践和视觉、语言和书面表达的能力。
- (9) 管理时间、自我指导、自我评价的能力。
- (10) 充分体现创造能力和天资潜能。

思考与练习

1. 课后根据自身专长组成设计团队，进行设计任务书的策划练习。
2. 查阅系列女装相关资料，结合设计任务书，策划团队项目。

系列女装市场调研

- 过程内容：**
1. 调研概述
 2. 调研的形式
 3. 调研的内容
 4. 调研报告的内容
 5. 调研报告的格式
 6. 调研案例

过程课时：10课时

- 教学目的：**
1. 熟悉女装调研方式及女装具体调研操作的细节内容。
 2. 能够掌握品牌服装市场的整体情况，相关实践性的问题。
 3. 了解女装当前的流行趋势，女装产品相关的信息资讯。
 4. 掌握女装项目任务过程，能撰写完整的市场调研报告。
 5. 培养学生搜集资料、解读流行信息的能力。
 6. 资料整合和分析能力。
 7. 培养学生的自学能力。

教学方式：讲授、案例、引导启发、小组讨论、多媒体演示。

- 教学要求：**
1. 以讲授为主，通过案例讲解，引导自主学习。
 2. 明确任务，女装的调研内容、过程及方法。
 3. 制订工作计划，分组讨论，调研报告草稿。

- 课前准备：**
1. 确定即将调研的品牌。
 2. 通过各种方式搜集相关信息。

过程二 系列女装市场调研

第一节 调研概述

《牛津英文大词典》：“针对素材和资料来源所进行的系统化的调查研究，其目的在于建立起事实基础并得出新的结论。”

成功的设计，是把市场调研作为设计过程的一个重要环节。新产品的开发与市场调研是密不可分的，可以说是在充分的市场调研的基础上进行的。通过市场调研，能够发现当前流行的风尚或者样式，时装设计师将在他们的作品中表达出这种时代精神，即为时尚。时尚不断地发生变化，而且在每一季中人们都会寄希望于设计师能对时尚轮回进行重新改造。由于这种追求新奇感的持续压力，设计师不得不对新的灵感及其在系列设计中的诠释方式进行更深层次的挖掘和探寻。

女装的有关资料和最新信息是每一位设计师需要研究和掌握的背景素材，为当前的女装设计提供理论依据。资料是指有关传媒记录的资料，资料分为文字资料和直观形象资料两种形式。文字资料包括美学、艺术理论、中外服装史、相关文章等；直观形象资料包括各种专业杂志、画报、录像、幻灯、照片及有关影视服装资料等（图2-1）。可以说资料是侧重于已经过去的、历史性的素材，在搜集资料时应尽可能多地查阅相关文字资料和直观形象资料，这样可以开拓思路，做到设计的新颖，特别是比赛设计作品，如果资料研究不充分会造成类似、相同或过时的遗憾。

女装的信息是指相关国际和国内最新的流行导向与趋势。信息也分为文字信息和形象信息两种形式。信息是最新的、前瞻性的、预测性的，对于信息的掌握不只限于专业的和单方面的，而是多角度的、多方位的，与服装有关的信息都应有所涉及，如最新科技成果、最新纺织材料（图2-2）、最新文化动态、最新艺术思潮（图2-3）、最新流行色彩、最新流行纱线、最新流行款式等。

调研指的是调查研究，是从过去的事物中学到新东西的过程。在新产品开发之前，第一步必须进行的是对目标市场的了解、分析和研究。阅读市场调研报告的人，一般都是比较繁忙的企业经营者或有关机构负责人，因此，撰写市场调研报告时，要力求条理清楚、言简意赅、易读好懂。