



从草图到成品
时装设计手稿
1800 例

张宜 著

• 7大类时尚单品设计
提供海量款式信息与设计素材

• 草图 + 款式图 + 效果图
三大环节揭秘设计师工作现场

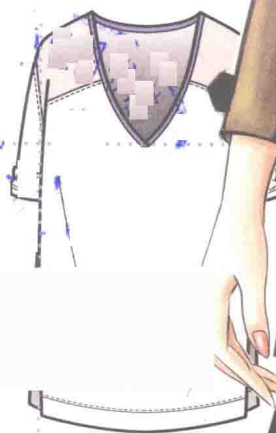
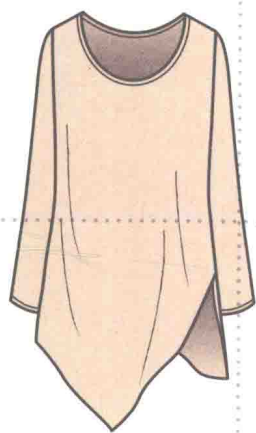
• 从创意构思到设计成形
一本书揭示最精髓的设计方法，全面提升设计力

从草图到成品

时装设计手稿

1800 例

张宜 著



律师声明

北京市中友律师事务所李苗苗律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由著作权人授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 65212870

<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社

010-50856028

E-mail: editor@cypmedia.com

图书在版编目(CIP)数据

从草图到成品：时装设计手稿1800例 / 张宜著.

— 北京：中国青年出版社，2014. 12

ISBN 978-7-5153-3068-6

I. ①从… II. ①张… III. ①服装设计—图集 IV. TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第301291号

从草图到成品：时装设计手稿1800例

张宜 / 著

出版发行：中国青年出版社

地 址：北京市东四十二条21号

邮政编码：100708

电 话：(010) 50856188 / 50856199

传 真：(010) 50856111

企 划：北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

策划编辑：蔡苏凡

责任编辑：张 军

封面设计：元气森林工作室 TangTang

封面制作：郭广建

印 刷：北京瑞禾彩色印刷有限公司

开 本：889 x 1194 1/16

印 张：10

版 次：2015年8月北京第1版

印 次：2015年8月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5153-3068-6

定 价：49.80元

本书如有印装质量问题，请与本社联系

电话：(010) 59521188 / 59521189

读者来信：reader@cypmedia.com

投稿邮箱：author@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站：<http://www.cypmedia.com>

PREFACE 前言

我在院校和培训机构所教授的科目为时装画和时装设计，这两门课程相辅相成，关系极为密切。但是在教学过程中，我发现很多学生对这两门课的学习是机械的，割裂的，甚至有不少学生在学习上走了弯路，这正是我出版这本书的动机。

时装画 ≠ 时装设计

对想要成为时装设计师的同学而言，不论是本科院校还是职业院校，亦或是短期的培训机构，学习的核心都是培养“设计能力”，所开设的课程，如时装画、服装史、服装结构、服装工艺、色彩学、面料学等，都可以说是从不同的角度去理解和诠释设计的方法。其中，时装画是将设计师脑海中的设计意图具象化的关键，是从“无”到“有”的决定性环节；对设计者而言，也是必须掌握的基本技能。

时装画是如此的重要，致使很多初学者在认识上产生了一定的偏差，认为学好了时装画，就学会了时装设计，其实并不然。如果一张时装画具有娴熟的表现技法、鲜明的艺术语言、极具辨识度的个人风格和极高的画面完成度，这样的作品我们会将其归类为时尚插画。时尚插画就和传统的人物画或风俗画一样，其内容和主题来源于时尚秀场或者社会生活。所以，时尚插画师具备的是画面表现能力，而非设计能力。

从草图到成品：设计的灵感与产品的成形

而对于在服装品牌和服装企业工作的设计师而言，并不需要绘制完成度很高的时装画。在服装产品开发的过程中，时装设计师绘制的设计手稿分为三类：一是用于记录设计构思和创意过程的设计草图（既为产品开发所做的方案）；二是用来和制板师沟通，作为制板标准的款式图；三是提供给客户（或用于竞标）和用于宣传推广的效果图。这三种类型的制图都有着明确的目的性和实践性，是建立在大量的市场分析与调研以及流行趋势研究与应用之上的，所有的制图都是为设计开发服务的。

时装设计的流程

在很多人眼中，时装设计师的工作就是绘制设计图，制图虽然重要，却只是设计师工作的冰山之一角。设计师的工作包括前期的市场调研、流行趋势研究、信息收集整合和设计开发等，以及后期的生产监督、宣传推广、销售跟踪等。在这里，我们就产品开发的前期工作（既常说的设计工作）进行流程梳理。

调研

简单地说，调研就是素材的收集和整理。在信息爆炸的时代，对于一个设计师而言，对资讯的接受度和对流行的敏感度是极为重要的。只有当大脑中储存了相当的信息量后，设计起来才能胸有成竹、有的放矢。



第一手资料能带给你最直观的印象和最深刻的触动



时尚插画是一种艺术形式，笔触、线条、韵律以及对氛围的烘托都十分重要；而效果图是围绕着服装进行绘制，要表现出服装的廓型、色彩、图案、质地以及穿着方式



调研所收集的素材,一般分为三大类。

一、灵感源

灵感稍纵即逝,因而极为珍贵。通常而言,灵感来源于你收集的第一手资料,如你在旅途所见的风景、一件精美的工艺品甚至是一片落叶的纹理,都能成为启发你灵感的源泉。对设计师而言,灵感素材往往能反映出设计的情绪,奠定设计的基调,帮助设计师确定设计的主题。

二、市场信息和消费者研究

如果你是一位成衣设计师,那么你的市场调研应建立在对自身产品清晰的认知和定位上。因为消费者的年龄、职业、收入、喜好和消费习惯等,决定了他们购买的服装的类型。需要明确的是,你的设计作品应该只提供给较为特定的消费群体,如果你无法明确自己是为哪一类人服务的,不明白这类人需要什么样的服装,那你的设计就是盲目的。

当你明确了你的产品定位,随之而来的很多细节,例如服装的款式、单品间的搭配方式、色彩、面料、工艺细节和价格区间等,都能一一明确。

此外,别忘了研究你的竞争对手,如果他们做了一季成功的产品,分析一下其获得成功的原因,反之亦然。关注你自己的产品的销售情况,也能提供给你第一手的市场信息:这一季产品的整体销售情况如何?哪些产品卖得好,原因是什么?哪些产品卖得不好,原因又是什么?卖得好的产品在下一季是否有所延续?时尚是一季又一季的轮回,前一季产品带来的市场信息是最为直观、最有价值的。

如果你是一位定制时装设计师,那你就对你的客户进行更为细致的研究(个人信息的收集往往是更为私密的):你为他/她所设计的服装用于什么场合?他/她平日的穿衣风格是什么?喜欢哪些设计师或艺术家?经常参与的社交活动是什么?喜欢的电影、音乐、度假方式、酒店分别是什么?是否有孩子?当你对客户足够了解后,你才能设计出让他/她满意的服装。

三、流行资讯

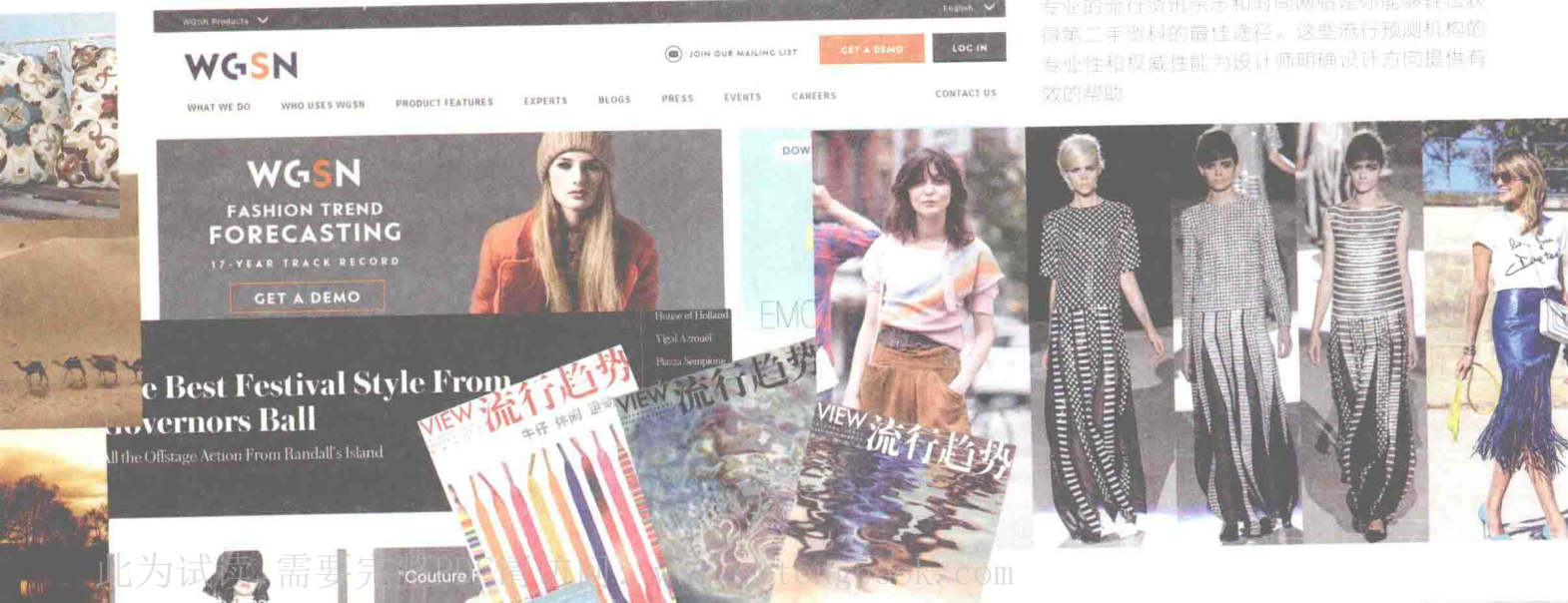
我们所得到的流行资讯也称为第二手资料,因为这些资料是经过趋势预测机构人为加工过的。时装要反映出“时代精神”,社会生活和文化流行对于为特定客户群设计服装的设计师而言是必不可少的。

趋势预测机构的潮流报告和流行杂志是获得这类信息的主要渠道。流行资讯能够为设计师提供较为清晰、明确的设计指导,帮助设计师做出决断。

整合

我们所收集的上述三类信息,可能会非常庞杂,会含有很多无用甚至是错误的信息。整合的工作就是梳理、筛选和归纳信息的过程。一旦我们所需的信息和资料确定后,就需要找到一种方式将其组合起来,这种组合方式可以是充满趣味的、跳脱的,也可以是充满逻辑性的、理性的。

创建一个主题板能够快速有效地帮助你整合资料。你可以用一面墙来创建主题板,也可以用一个速写本来创建。在这个过程中,你不断思考,你的设计方向也越来越明确。



专业的流行资讯杂志和时尚网站是你能够轻松获得第二手资料的最佳途径。这些流行预测机构的专业性和权威性能够为设计师明确设计方向提供有效的帮助。

还需注意的是，尽管款式图不像效果图那样追求艺术性，但是仍然要表现出画面的层次。简而言之，你需要使用不同的线条来表现服装不同的部分：用最粗的线条表现轮廓线，用稍微细一些的线条表现服装部件（领子、袖子、门襟、下摆、口袋等）和结构线（省道、破缝线和工艺手段制作的褶裥），用更细一些的线条表现纽扣、拉锁和明线，用最细的线条表现自由褶皱。

在款式图里，你可以考虑色彩和面料的搭配，也可以不考虑，而将色彩和面料留到效果图阶段再重点绘制。

效果图

效果图所要表达的，是时装穿在人身上的实际效果，是整体造型的氛围。因此在表现效果图时，除了要体现出服装的款式、结构、色彩、面料和装饰细节以外，还要考虑到人物的动态、发型、妆容和服饰配件的搭配等。

多种手段和工具可以用来绘制效果图，传统的绘画材料，如彩铅、水彩、水粉、丙烯、马克笔等，可以帮助你栩栩如生地表现出服装的纹样、色彩与肌理。而绘图软件，如Photoshop、Painter或sai，则能在配色和使用素材等方面提供极大的便利。

不论是用手绘还是电脑绘制效果图，一个能极大提高工作效率的方法就是使用人体模板。人体模板是你事先绘制好的人体图

形，在绘制效果图时，你可以将其用拷贝纸拷贝下来或是扫描进电脑使用。人体模板可以使你将注意力集中在服装的表现而非人体的绘制上。尤其是在创建时装系列时，使用人体模板能够方便你对款式的拓展进行观察，直到形成有统一感的系列作品。

时装系列 (Collection)

如果你是一个定制设计师，你可以为你的客户量体裁衣，设计他/她喜欢的一件单品；但如果你是一个商业设计师，那你需要考虑整个产品线。

一般而言，一个时装系列应包含外套/夹克、上衣、裤子、裙子、针织品等相当数量的单品，这些单品可以相互搭配，并且你还要准备足够的单品可供替换。

设计师通常倾向于在一个系列中，将服装的廓型和色彩进行统一，但在面料、图案、工艺和配件等细节上进行更多的变化，这样能够使你的设计具有强烈的凝聚力，最大限度地体现出系列设计的主题和风格，进一步传达出品牌的特色。

完成了这个阶段，可以说设计工作基本结束了，接下来就是制版、打样、试衣、加工等生产阶段以及发布、订货、宣传推广、物流等销售阶段了。当你的这一季产品刚刚上市，新一季的设计工作又要开始了。时尚就是如此，无比繁忙，但也充满了乐趣。



在时装系列的设计中，单品之间的搭配极为重要，同时还要考虑单品之间的可替换性

CONTENTS 目录

前言 004

SECTION 1 上衣 008

上衣的草图 010
上衣的细节解析 022
上衣的款式图 034
上衣的效果图 040

SECTION 2 针织衫 044

针织衫的草图 046
针织衫的图案设计 052
针织衫的款式图 058
针织衫的效果图 060

SECTION 3 裙子 064

裙子的草图 066
裙子的细节解析 076
裙子的款式图 084
裙子的效果图 088

SECTION 4 裤子 090

裤子的草图 092
裤子的细节解析 104
裤子的款式图 108
裤子的效果图 112

SECTION 5 发型与妆容 114

发型的草图 116
妆容的草图 120
发型与妆容的效果图 124

SECTION 6 服饰配件 126

包的草图 128
鞋的草图 134
腰带的草图 140
珠宝的草图 142
服饰配件的效果图 144

SECTION 7 系列设计 146

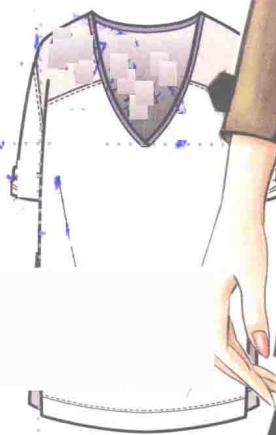
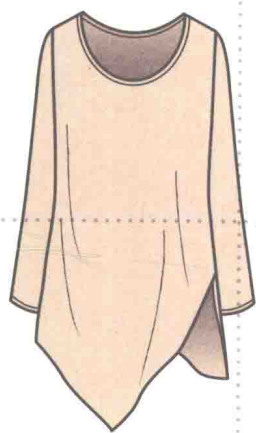
系列设计的草图 148
系列设计的效果图与款式图 156

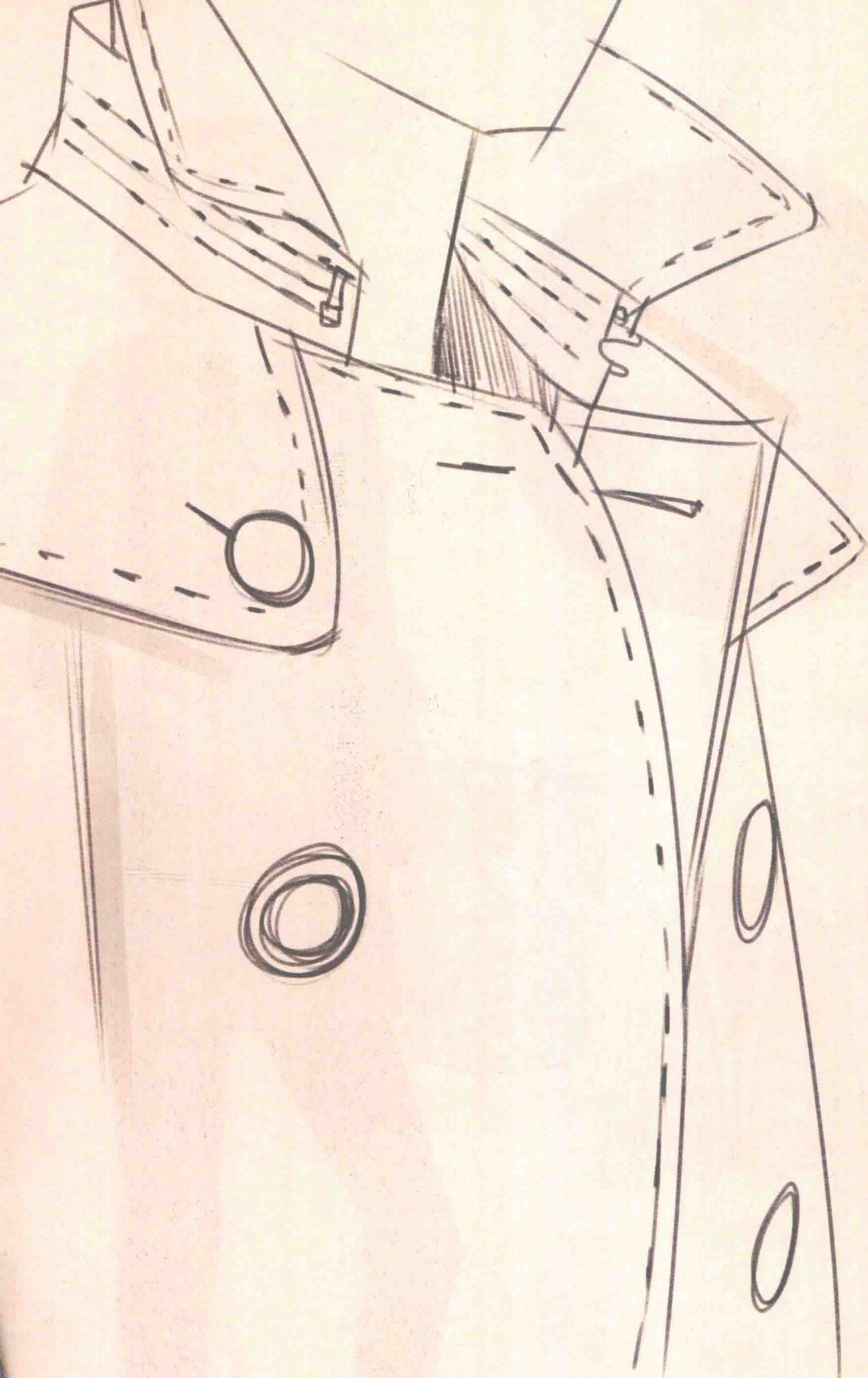
从草图到成品

时装设计手稿

1800 例

张宜 著





CONTENTS 目录

前言	004
----	-----

SECTION 1 上衣 008

上衣的草图	010
上衣的细节解析	022
上衣的款式图	034
上衣的效果图	040

SECTION 2 针织衫 044

针织衫的草图	046
针织衫的图案设计	052
针织衫的款式图	058
针织衫的效果图	060

SECTION 3 裙子 064

裙子的草图	066
裙子的细节解析	076
裙子的款式图	084
裙子的效果图	088

SECTION 4 裤子 090

裤子的草图	092
裤子的细节解析	104
裤子的款式图	108
裤子的效果图	112

SECTION 5 发型与妆容 114

发型的草图	116
妆容的草图	120
发型与妆容的效果图	124

SECTION 6 服饰配件 126

包的草图	128
鞋的草图	134
腰带的草图	140
珠宝的草图	142
服饰配件的效果图	144

SECTION 7 系列设计 146

系列设计的草图	148
系列设计的效果图与款式图	156

PREFACE 前言

我在院校和培训机构所教授的科目为时装画和时装设计，这两门课程相辅相成，关系极为密切。但是在教学过程中，我发现很多学生对这两门课的学习是机械的，割裂的，甚至有不少学生在学习上走了弯路，这正是我出版这本书的动机。

时装画 ≠ 时装设计

对想要成为时装设计师的同学而言，不论是本科院校还是职业院校，亦或是短期的培训机构，学习的核心都是培养“设计能力”，所开设的课程，如时装画、服装史、服装结构、服装工艺、色彩学、面料学等，都可以说是从不同的角度去理解和诠释设计的方法。其中，时装画是将设计师脑海中的设计意图具象化的关键，是从“无”到“有”的决定性环节；对设计者而言，也是必须掌握的基本技能。

时装画是如此的重要，致使很多初学者在认识上产生了一定的偏差，认为学好了时装画，就学会了时装设计，其实并不然。如果一张时装画具有娴熟的表现技法、鲜明的艺术语言、极具辨识度的个人风格和极高的画面完成度，这样的作品我们会将其归类为时尚插画。时尚插画就和传统的人物画或风俗画一样，其内容和主题来源于时尚秀场或者社会生活。所以，时尚插画师具备的是画面表现能力，而非设计能力。

从草图到成品：设计的灵感与产品的成形

而对于在服装品牌和服装企业工作的设计师而言，并不需要绘制完成度很高的时装画。在服装产品开发的过程中，时装设计师绘制的设计手稿分为三类：一是用于记录设计构思和创意过程的设计草图（既为产品开发所做的方案）；二是用来和制板师沟通，作为制板标准的款式图；三是提供给客户（或用于竞标）和用于宣传推广的效果图。这三种类型的制图都有着明确的目的性和实践性，是建立在大量的市场分析与调研以及流行趋势研究与应用之上的，所有的制图都是为设计开发服务的。

时装设计的流程

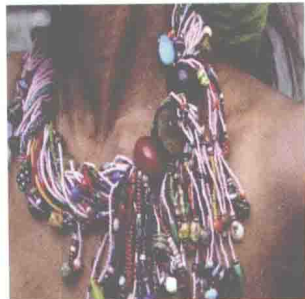
在很多人眼中，时装设计师的工作就是绘制设计图，制图虽然重要，却只是设计师工作的冰山之一角。设计师的工作包括前期的市场调研、流行趋势研究、信息收集整合和设计开发等，以及后期的生产监督、宣传推广、销售跟踪等。在这里，我们就产品开发的前期工作（既常说的设计工作）进行流程梳理。

调研

简单地说，调研就是素材的收集和整理。在信息爆炸的时代，对于一个设计师而言，对资讯的接受度和对流行的敏感度是极为重要的。只有当大脑中储存了相当的信息量后，设计起来才能胸有成竹、有的放矢。



第一手资料能带给你最直观的印象和最深刻的触动



时尚插画是一种艺术形式，笔触、线条、韵律以及对氛围的烘托都十分重要；而效果图是围绕着服装进行绘制，要表现出服装的廓型、色彩、图案、质地以及穿着方式



设计草图——思维的发散

有了较为明确的设计方向，就需要用设计草图对你的设计构思进行探索和实验。绘制设计草图是一个思维发散的过程，当我们收集了大量资料后，这些信息都会激发你的灵感，你常常会在不同的设计方案之间摇摆不定，因而设计草图的绘制应该是极为快速的，就像头脑风暴一样，这样才能将你的设计理念和创新之处快速记录下来。你需要将尽可能多的想法记录下来，最后再选择对当季产品最为适合的设计方案。

绘制设计草图可以采用两大步骤，第一步是在基本款的基础上，进行整体变化（既本书的草图部分），整体变化又包含对款式和服装廓型进行变化；第二步是在选定款式的基础上，对服装的局部细节进行变化（既本书的细节解析部分），领型、袖型、下摆、门襟、结构线、口袋等，在这些构成服装的基本部件上进行拓展，你将会以一个款式为基础，得到十款、二十款或者更多的衍生款式。根据这种方法，你就很容易设计出一系列既有联系又有创新变化的Collection。

情绪板

当草图的绘制到达一定的阶段后，你需要停下来，再次进行整合，剔除一些不够满意的设计，保留令人满意的草图进行深入

的细化（不够满意的设计不要轻易扔掉，它们也许能用在以后的设计中）。

然后，在已有主题板的基础上，我们进一步创建情绪板。情绪板应该较为清晰地展现出你的设计的整体面貌和细节，配色方案、面料、图案肌理和服饰配件，都应在情绪板上有所体现。可以说，当你的情绪板创建完成后，你的设计就基本成形了。

款式图

款式图也被称为结构图，是将设计草图转化为较为标准的平面制图。款式图通常绘制正面和背面，如果侧面或服装内里有特殊设计还需要单独绘制。一些设计草图忽略或没有表现清楚的部分，也要通过款式图进行补充说明。

对服装公司和服装企业而言，款式图非常关键，因为它是制板师进行纸样设计的标准。款式图不要求表现人体，但是要准确而清晰地反映出服装的比例关系和细节，如破缝线、省道、口袋、扣合件、明线、饰边等等。

款式图可以手绘，用不同粗细的自动铅笔和签字笔，再借助人体模板和拷贝纸，就能绘制出准确、对称的款式图。但更多的设计师会使用矢量软件来绘制款式图，Adobe Illustrator和CorelDraw能够帮助你快速绘制出款式图。



基于款式的基本型，进行服装廓型上的变化

对前胸和上身的造型细节进行局部变化

调研所收集的素材，一般分为三大类。

一、灵感源

灵感稍纵即逝，因而极为珍贵。通常而言，灵感来源于你收集的第一手资料，如你在旅途所见的风景、一件精美的工艺品甚至是一片落叶的纹理，都能成为启发你灵感的源泉。对设计师而言，灵感素材往往能反映出设计的情绪，奠定设计的基调，帮助设计师确定设计的主题。

二、市场信息和消费者研究

如果你是一位成衣设计师，那么你的市场调研应建立在对对自己产品清晰的认知和定位上。因为消费者的年龄、职业、收入、喜好和消费习惯等，决定了他们购买的服装的类型。需要明确的是，你的设计作品应该只提供给较为特定的消费群体，如果你无法明确自己是为哪一类人服务的，不明白这类人需要什么样的服装，那你的设计就是盲目的。

当你明确了你的产品定位，随之而来的很多细节，例如服装的款式、单品间的搭配方式、色彩、面料、工艺细节和价格区间等，都能一一明确。

此外，别忘了研究你的竞争对手，如果他们做了一季成功的产品，分析一下其获得成功的原因，反之亦然。关注你自己的产品的销售情况，也能提供给你第一手的市场信息：这一季产品的整体销售情况如何？哪些产品卖得好，原因是什么？哪些产品卖得不好，原因又是什么？卖得好的产品在下一季是否有所延续？时尚是一季又一季的轮回，前一季产品带来的市场信息是最为直观、最有价值的。

如果你是一位定制时装设计师，那你就对你的客户进行更为细致的研究（个人信息的收集往往是更为私密的）：你为他/她所设计的服装用于什么场合？他/她平日的穿衣风格是什么？喜欢哪些设计师或艺术家？经常参与的社交活动是什么？喜欢的电影、音乐、度假方式、酒店分别是什么？是否有孩子？当你对客户足够了解后，你才能设计出让他/她满意的服装。

三、流行资讯

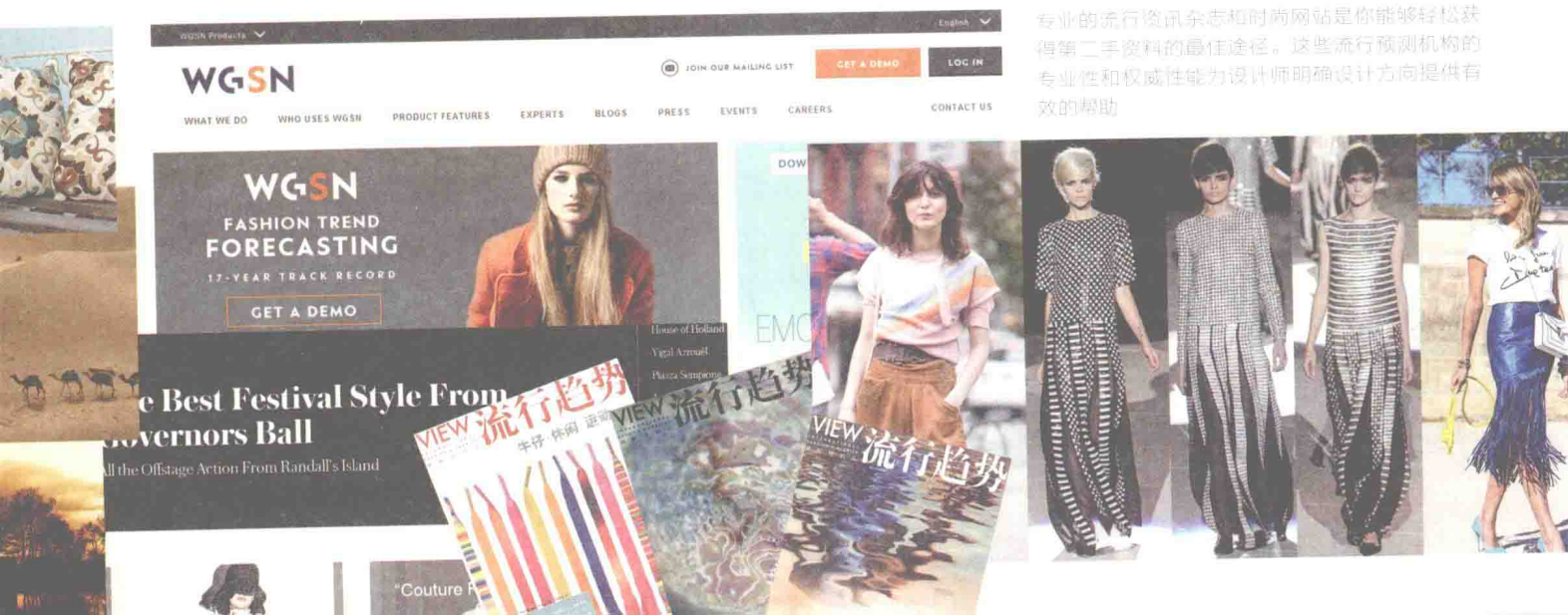
我们所得到的流行资讯也称为第二手资料，因为这些资料是经过趋势预测机构人为加工过的。时装要反映出“时代精神”，社会生活和文化流行对于为特定客户群设计服装的设计师而言是必不可少的。

趋势预测机构的潮流报告和流行杂志是获得这类信息的主要渠道。流行资讯能够为设计师提供较为清晰、明确的设计指导，帮助设计师做出决断。

整合

我们所收集的上述三类信息，可能会非常庞杂，会含有很多无用甚至是错误的信息。整合的工作就是梳理、筛选和归纳信息的过程。一旦我们所需的信息和资料确定后，就需要找到一种方式将其组合起来，这种组合方式可以是充满趣味的、跳脱的，也可以是充满逻辑性的、理性的。

创建一个主题板能够快速有效地帮助你整合资料。你可以用一面墙来创建主题板，也可以用一张速写本来创建。在这个过程中，你不断思考，你的设计方向也越来越明确。



还需注意的是，尽管款式图不像效果图那样追求艺术性，但是仍然要表现出画面的层次。简而言之，你需要使用不同的线条来表现服装不同的部分：用最粗的线条表现轮廓线，用稍微细一些的线条表现服装部件（领子、袖子、门襟、下摆、口袋等）和结构线（省道、破缝线和工艺手段制作的褶裥），用更细一些的线条表现纽扣、拉锁和明线，用最细的线条表现自由褶皱。

在款式图里，你可以考虑色彩和面料的搭配，也可以不考虑，而将色彩和面料留到效果图阶段再重点绘制。

效果图

效果图所要表达的，是时装穿在人身上的实际效果，是整体造型的氛围。因此在表现效果图时，除了要体现出服装的款式、结构、色彩、面料和装饰细节以外，还要考虑到人物的动态、发型、妆容和服饰配件的搭配等。

多种手段和工具可以用来绘制效果图，传统的绘画材料，如彩铅、水彩、水粉、丙烯、马克笔等，可以帮助你栩栩如生地表现出服装的纹样、色彩与肌理。而绘图软件，如Photoshop、Painter或sai，则能在配色和使用素材等方面提供极大的便利。

不论是用手绘还是电脑绘制效果图，一个能极大提高工作效率的方法就是使用人体模板。人体模板是你事先绘制好的人体图

形，在绘制效果图时，你可以将其用拷贝纸拷贝下来或是扫描进电脑使用。人体模板可以使你将注意力集中在服装的表现而非人体的绘制上。尤其是在创建时装系列时，使用人体模板能够方便你对款式的拓展进行观察，直到形成有统一感的系列作品。

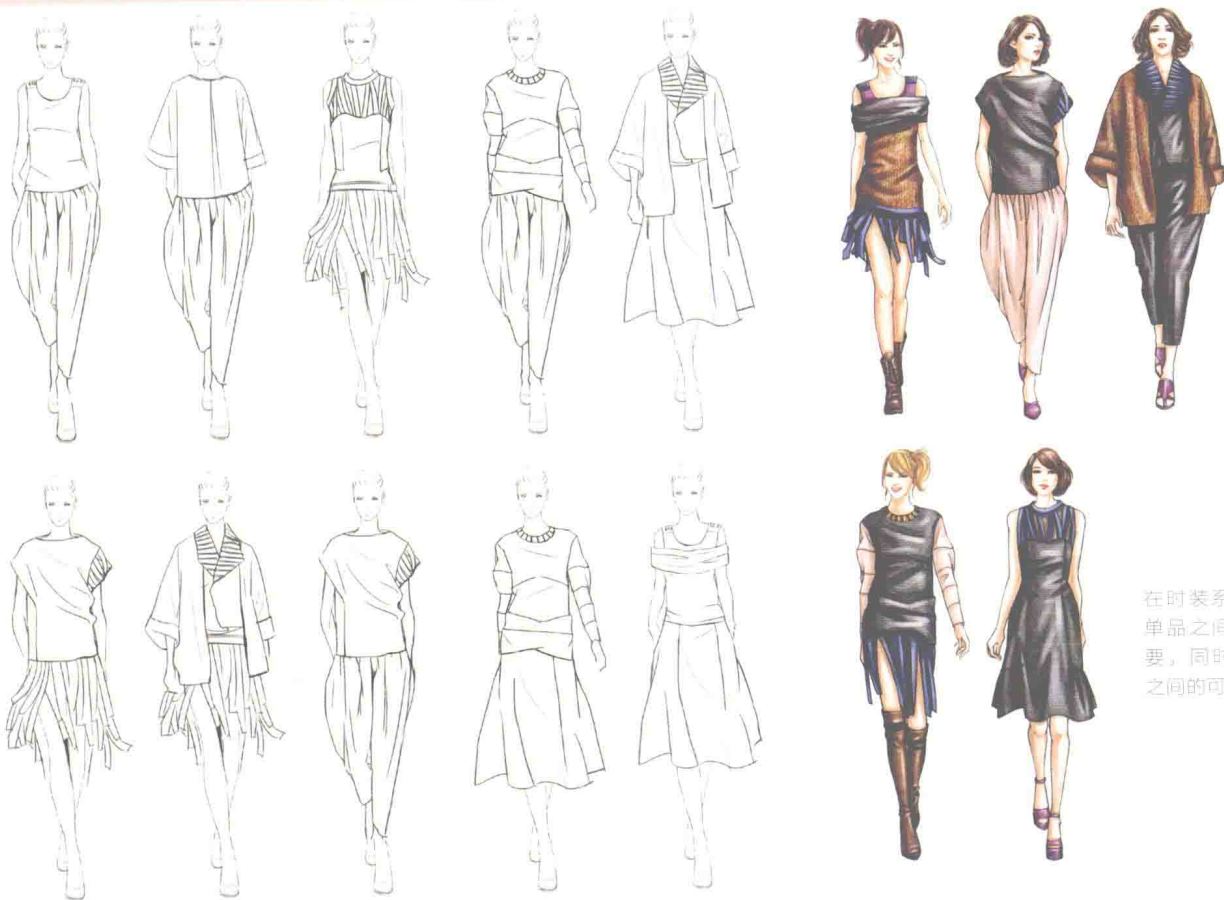
时装系列 (Collection)

如果你是一个定制设计师，你可以为你的客户量体裁衣，设计他/她喜欢的一件单品；但如果你是一个商业设计师，那你需要考虑整个产品线。

一般而言，一个时装系列应包含外套/夹克、上衣、裤子、裙子、针织品等相当数量的单品，这些单品可以相互搭配，并且你还要准备足够的单品可供替换。

设计师通常倾向于在一个系列中，将服装的廓型和色彩进行统一，但在面料、图案、工艺和配件等细节上进行更多的变化，这样能够使你的设计具有强烈的凝聚力，最大限度地体现出系列设计的主题和风格，进一步传达出品牌的特色。

完成了这个阶段，可以说设计工作基本结束了，接下来就是制版、打样、试衣、加工等生产阶段以及发布、订货、宣传推广、物流等销售阶段了。当你的这一季产品刚刚上市，新一季的设计工作又要开始了。时尚就是如此，无比繁忙，但也充满了乐趣。



在时装系列的设计中，单品之间的搭配极为重要，同时还要考虑单品之间的可替换性



The background of the entire page is a light pinkish-beige color, covered with various fashion sketches in a darker pinkish-brown ink. These sketches include various styles of jackets, blouses, and coats, some with collars, buttons, and belts. The sketches are drawn in a loose, artistic style, showing the outlines and some details of the garments.

SECTION 1

上衣

上衣的
草图

