

服装设计师

完 全 手 册

clothing
COMPLETE HANDBOOK
design

罗莹 · 编著

岭南美术出版社

责任编辑：周中工
整体设计：刘音
责任技编：李赵耕
钟智燕



设计新人类丛书

ISBN 7-5362-2862-7



9 787536 228627 >

ISBN7-5362-2862

定价：35.00元



时尚美甲技能

劳动和社会保障部教材办公室组织编写

■ 范冰冰 龚乐鹃 编

图书在版编目(CIP)数据

服装设计师完全手册 / 罗莹编著. —广州: 岭南美术出版社, 2004. 6

ISBN 7-5362-2862-7

I. 服... II. 罗... III. 服装—设计—手册
IV. TS941.2-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第118628号

服装设计师完全手册

罗 莹 编著

出版、总发行: 岭南美术出版社

(广州市水荫路11号9、10楼 邮编: 510075)

经 销: 全国新华书店

印 刷: 广东信源彩色印务有限公司

(原广东邮电南方彩色印务有限公司)

版 次: 2004年6月第一版

2004年6月第一次印刷

开 本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 6

印 数: 1-3000册

ISBN 7-5362-2862-7

定价: 35.00元

或许你还只是美院的一名在校学生，或者你已经跨出学校大门却没有找到一份理想的工作，或许你已经工作数年却一直在原来的工作岗位上徘徊不前，当大家都在思索自己的专业方向与发展前途时，或许你真应该看看这套书。

这套书内容广泛，凡是与设计师有关的，几乎无所不包（否则怎么叫《设计师完全手册》呢）。从设计行业大扫描到设计师基本技能与素质的自我评定、求职面试的方法和技巧，再到设计的流程与实践操作，甚至设计进阶——如何成为更优秀的设计师都有详细的介绍。当然，还有很多好玩的东西在里面，自己慢慢翻吧。

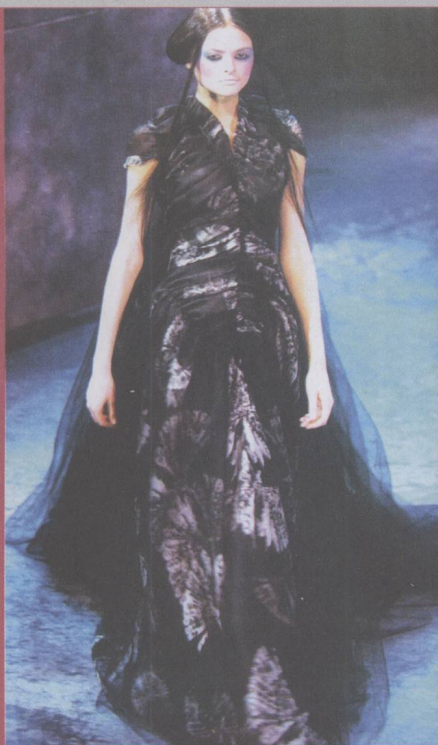
撰写这套书的作者都是工作了数年、实践经验丰富的“大虾”。在这里，他们现身说法，与你一道分享成功的经验与失败的教训。不过，在社会竞争异常激烈的今天，他们可是各设计行业中的佼佼者哦。

想把尚是设计新手的你装备成一名素养全面、技术过硬的优秀设计师吗？想做设计新人类吗？那么，好好看看这套书吧。

第一章	透视服装设计	1
第一节	服装设计与服装设计师	2
第二节	世界服装业的发展及概况	4
第三节	中国服装业的发展及概况	6
第四节	服装设计师的工作职责	11
第五节	服装设计师的分类	12
第六节	服装设计师的收入与职业前景	15
第二章	服装设计师的基本技能与素质要求	21
第一节	绘画基础与造型能力	22
第二节	丰富的想象力	23
第三节	对款式、色彩和面料的掌握	24
第四节	对结构设计、裁剪和缝制的理解	25
第五节	对服装设计理论及历史的了解	26
第六节	对20世纪服装发展史和大师风格的掌握	28
第七节	了解市场营销学与消费心理学	30
第八节	电脑运用能力	32
第九节	观察力和敬业精神	33
第三章	如何进入服装设计行业	37
第一节	选择适合自己的服装公司	38
第二节	了解应聘的公司	40
第三节	准备应聘的个人资料	41
第四节	抓住面试官的心	42
第五节	试用期间的几个问题	44
第四章	如何成为更优秀的设计师	49
第一节	加强对国内外服装市场的关注	50
第二节	市场调研和定位分析	51
第三节	从设计助手到首席设计师	53
第四节	经验与个人风格	54
第五节	选择适合你的公司	55
第六节	积极参加服装设计大赛	56
第七节	通过发布会推出自己	58
第八节	出版与发表	58
第九节	参加设计师评选	59
第五章	如何创立自己的品牌	69
第一节	经验的积累	70
第二节	资金的筹备	71
第三节	品牌的名称与定位	72
第四节	公司的结构与路线	75
第五节	进入市场销售环节	77
第六章	优秀设计案例与品牌分析	83

第一章

透视服装设计



chapter 1

第一节

服装设计与 服装设计师

服装设计在许多人的脑海里是一个很美好的词,常使人联想到“T”形台、模特、鲜花和掌声,而服装设计师的身影更是常常淹没在时尚、潮流之中,穿梭于各种发布会和博览会之间,每日与各种光怪陆离的时装、美女相伴,过着优越、独特和令人羡慕的生活。

同时,服装又与人们的生活密切相关,俗话说,“衣、食、住、行、用”,“衣”是排在最前面的,而每个人对服装都有不同的感受,都可以评头论足、说三道四一番。那么,什么是服装设计呢?

我们不妨把“服装设计”一语拆开来看一看。“服装”二字简单地说就是人体的外部遮盖物——无论是原始社会人们穿的兽皮树叶,还是当今社会流行的高级时装,都应称之为“服装”。而“服”是衣裳鞋帽的总称,主要指物品。在中国古代,人们很早就提出“衣,人之所依以避寒暑也”的说法;“装”字是指装扮及人体着装后的状态,主要指精神。可见服装的实用性和审美性自始至终都是人们穿着服装的目的之一。

名牌服装设计图



而“设计”(DESIGN)一词源于法语 DESIGNARE,原意是将人们头脑中的想法、意念,以具体的形式展现出来。设计既不是纯艺术,也不是纯自然科学与社会科学,它是一种多学科交叉的综合学科。在设计的过程中,设计师要时刻考虑设计的合理性、经济性、审美性和独创性。只有这四种设计要素完美结合才能称之为优秀、成熟的设计。此外,服装设计因为是直接为人服务的,因此还要考虑设计的对象——人的因素,这包括人们穿着服装的时间、地点、场合、目的、理由及价格等因素。



迪奥作品

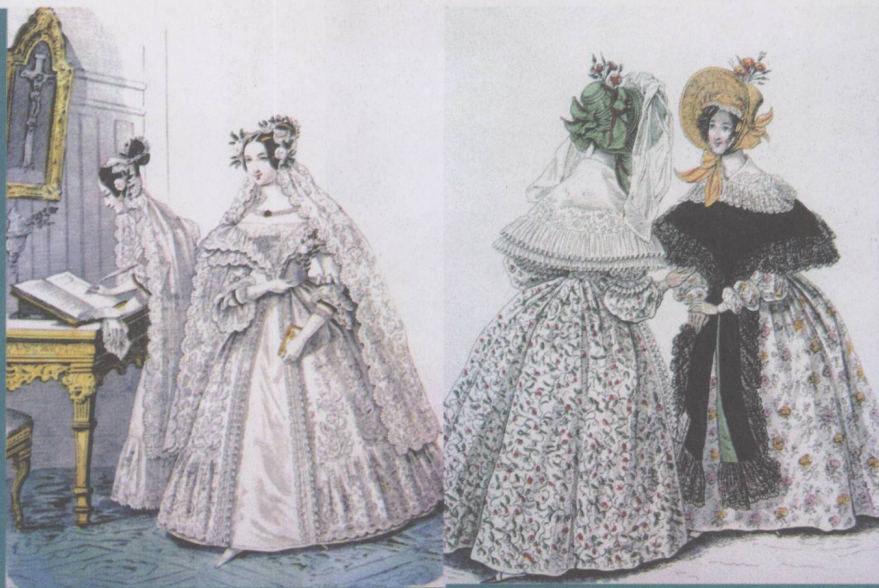
所以,服装设计是指服装设计师按市场需求,遵循市场规律,遵从大多数消费者的意愿,依照服装企业生产的要求和工艺,完美地体现艺术性与技术性、装饰性与实用性相结合的设计作品。可见,服装介于艺术品和商品之间,是艺术和技术的统一。

理解了什么是服装设计,服装设计师便不再神秘与高深莫测,相反,在服装设计中,我们认为:作品的美感和设计师的个性体现不是至关重要的,而市场和消费者才是真正的上帝。这是因为为消费者提供品种多样、价格适中、按规格和质量要求生产的产品是服装设计的基本要求,设计师的作品只有在艺术、技术、质量、价格等各方面均能被消费者接受,从而实现从艺术品到产品、从产品再到商品的转换,其作品才能称之为好的服装设计作品。

这就要求服装设计师不仅要会画几笔效果图,会做几件充满“灵感 and 设计意念”的设计作品,参加几次“设计大赛”,搞几场“发布会”,就可以号称“设计师”或“名师”了,还要真正了解市场、了解消费者的购买心理,掌握真正的市场流行趋势(而不是时装杂志上颁布的流行趋势),并将设计与工艺构成完美的结合,配合适当的营销途径,将服装通过销售转化为商品,被多数消费者喜爱和接受,真正体现其价值,才能称为一名合格的服装设计师。

第二节

世界 服装业的 发展及概况



欧洲服装史图片

世界服装业的发展起始于19世纪产业革命之后,飞梭的发明使纺织机械化成为可能,缝纫机的产生使服装工业的出现成为现实。在这以前,服装业一直处于手工缝纫时代。

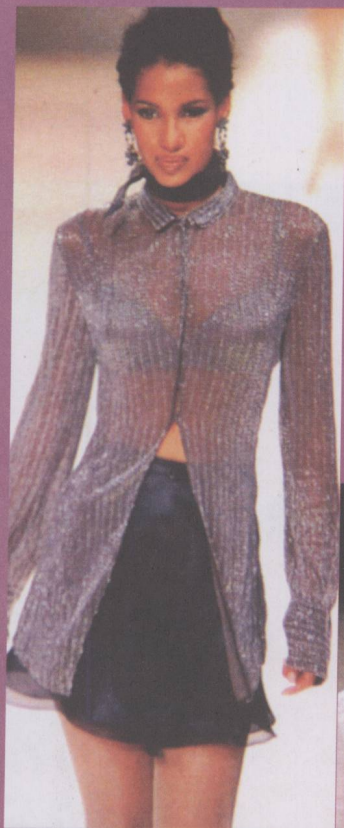
服装业的出现,首先要归功于1790年英国人托马斯·塞因特(Thomas Saint)发明的最原始的链式缝纫机。虽然这台最早的缝纫机因简陋而且粗糙未能普及,但却具有划时代的意义——它完成了从手工到机械的进化,标志着几千年来人们用手工缝纫服装的历史即将结束,一个用机械缝纫的时代即将来临。

缝纫机的出现缩短了制衣的时间,提高了产量,虽然20世纪初服装企业只能用缝纫机生产简单粗陋的制服、渔民服装和军装,但使用服装机械批量生产的服装,数量大、品种多、价格适中,大多数人能够接受。这促使“时髦”和“流行”的概念得以迅速、大面积普及,使20世纪翻天覆地的服装变革和演化成为现实。

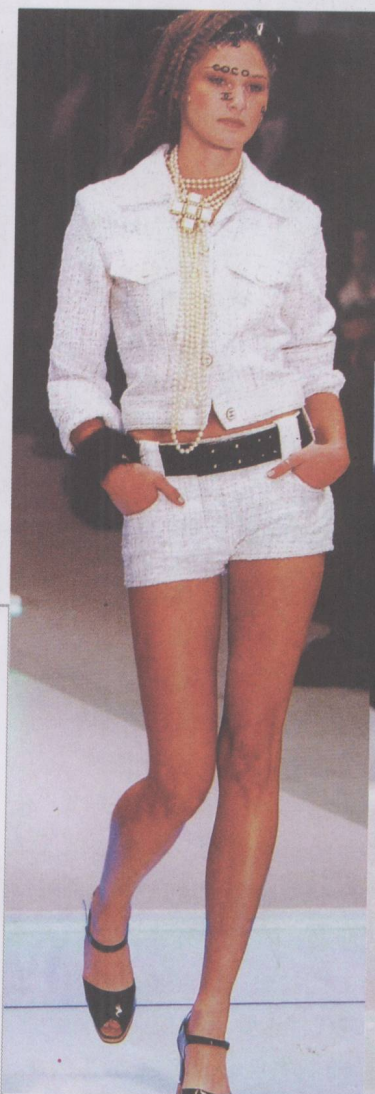
20世纪60年代,伴随着服装工业化的进程和

高级时装的衰退,各家高级时装公司顺应潮流陆续推出高级成衣系列,他们把当年高级时装发布会上比较简洁、能引起大众流行、便于成衣生产的高级时装款式进行改造、简化后,把设计专利出售给成衣商,或自行投入进行小批量的生产投放市场,这使“成衣设计”和“高级成衣设计”的概念得以广泛传播。60年代以皮尔·卡丹和圣·洛朗为首成立的“高级成衣协会”,每年3月和10月在巴黎的卢浮宫展示来自世界各地的50多位著名服装设计师的春夏、秋冬两季的高级成衣设计,米兰、伦敦、纽约和东京也同期举办高级成衣的发布会。高级成衣逐渐声势浩大,成为一个独立的行业,60年代以后成名的设计大师,多靠高级成衣出名,如我们非常熟悉的阿玛尼、三宅一生和丹娜·凯瑞等。

从19世纪末世界服装业的产生到21世纪的今天,世界服装业蓬勃发展,西方服装业历经了上百年的发展历程和经验积累,造就了无数赫赫有名的世界顶级名师,创立了无数极具影响力、拥有悠久历史的世界名牌,形成了世界范围的“摩登时代”。



阿玛尼的成衣设计作品

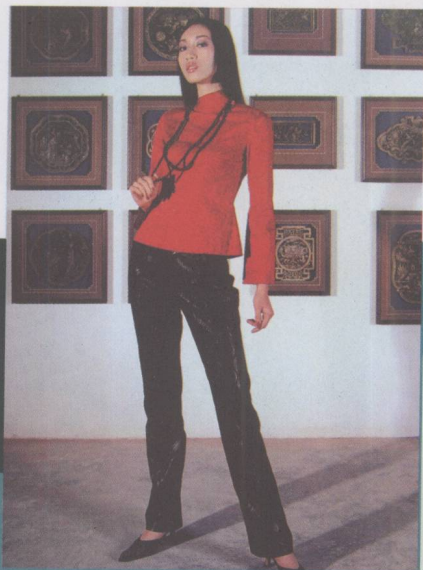


夏耐尔的成衣作品



第三节

中国 服装业的 发展与概况

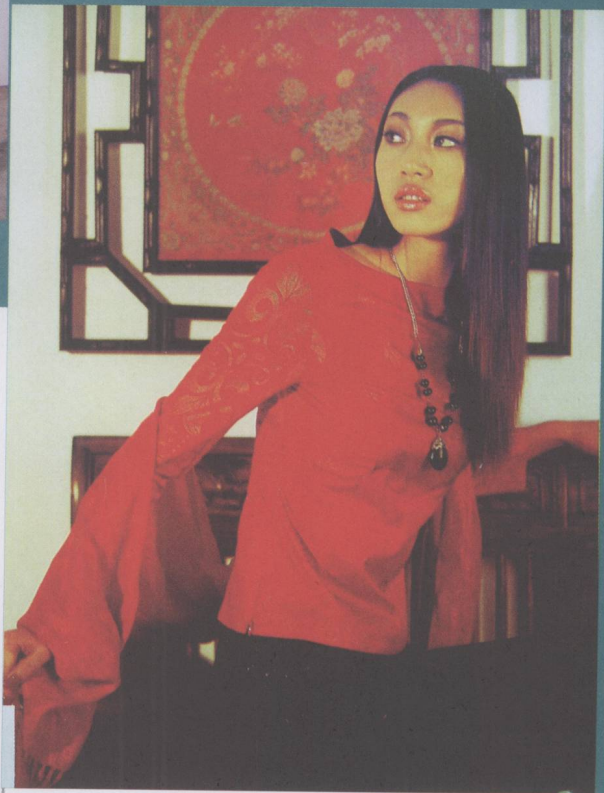


中国在历史上被称为“衣冠王国”，五千年服饰的演变，造就了古朴凝重的先秦风格、浓郁华丽的汉唐风格以及严谨富贵的明清风格，这些无疑为我们今天的服饰设计留下了丰厚的文化遗产。

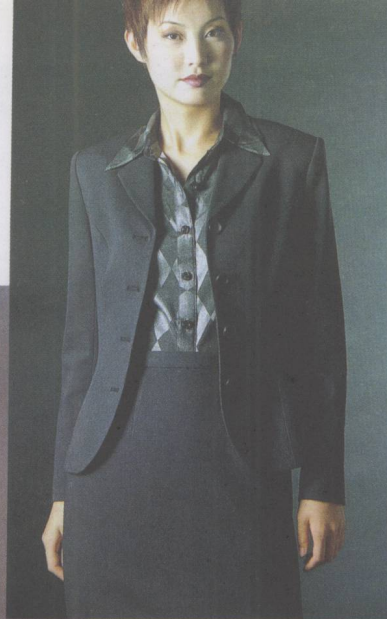
19 世纪中叶，鸦片战争打开了中国的大门，也打破了中国相传几千年的纺纱织布、手工缝纫、手工刺绣和家庭作坊式的服装制作方式，使人们看到旗袍马褂之外的西式服装。在这种外来因素的影响下，中国的现代服装工业被迫开始起步，在当时出现了与服装业相关的现代棉纱业、棉织业、缫丝业、毛织业和麻织业等，而制衣业仍以手工加工为主。在上海、江浙一带，出现了以制作中式礼服、常服为主的“本帮裁缝”和以制作西装、燕尾服、时装、马裤为主的“红帮裁缝”，部分服装作坊开始使用缝纫机。

20 世纪 30 年代，受租界文化的影响，在当时的时装中心——上海出现了较大规模的服装公司，标志着中国服装业开始从手工时代过渡到机械缝制的时代。

结合现代设计元素的中式服装



新中国成立后，政府将私营的和作坊式的服装店，改造、合并建立起一些国营的服装厂，批量生产各种简洁、实用的服装。虽然当时品种较少，加工技术也比较简单，处于封闭和技术落后的状态，但无论如何中国的现代服装工业迈出了第一步，同时服装行业的机械化程度不断提高，处于良性发展时期，并且成立了纺织工业部。



女性职业装设计



“文革”期间，在极左思想的影响下，人们对美的追求和对生活的热爱被深深压制。在物质比较贫乏的生活环境下，人们的衣着简陋、单一，无论男女都身着宽大、直身的绿军装或深蓝色的外套，服装业的发展受到很大制约。

直到改革开放后，中国的社会经济发展逐渐走

向正轨，中国的成衣业才有了真正的起步。如果我们敢于面对这一现实，我们就会发现，中国的经济特别是服装工业落后于欧美等国近半个多世纪！20世纪80年代初期，我国的经济开始迅猛发展，面对着空白的市场，服装公司开始了大批量、少品种的生产，各地服装公司蜂拥而至，但在生产上推行的还是“以产定销”的模式。为了在竞争中寻求生存与发展，国内服装企业认识到了设计的重要性，服装设计从早期的强调实用性，发展到了注重审美性的时期。

80年代中后期，我国服装业的发展速度很快，



T台时装SHOW



2002年广州国际服装节



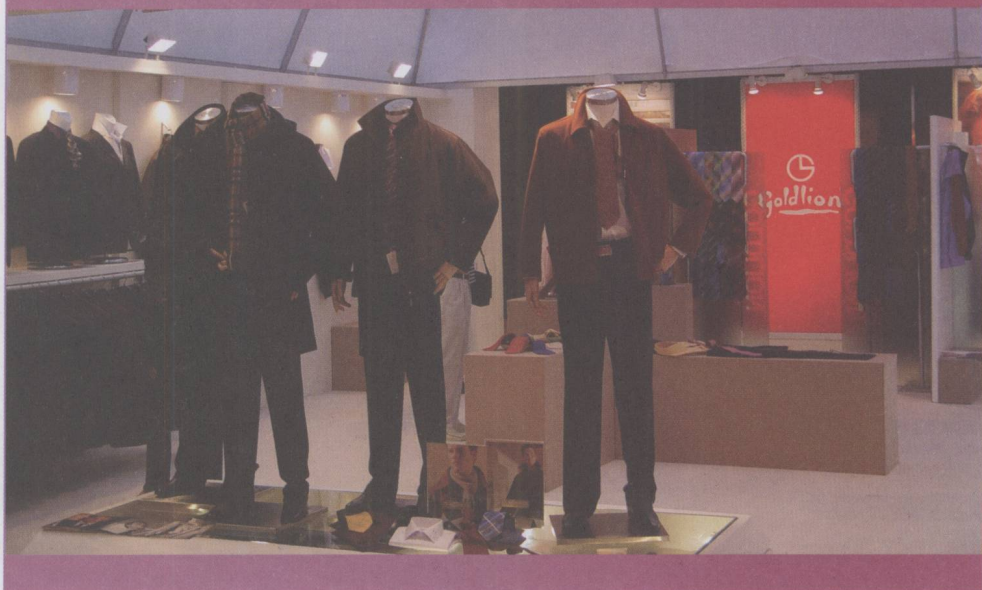
服装出口量名列世界前茅。当然，这个“出口量”并不是指我国自己的品牌服装出口，而是指对外加工服装的出口。国际服装加工业的基地在“二战”后，从美国移至日本，后又从日本转向发展中的香港、南韩和台湾，现在，轮到了劳动力更加低廉的中国。据有关资料显示，一个服装技工每小时的平均薪水在美国为5美元，在香港是1美元，而在大陆只有0.16美元左右。当然，从另一个角度来看，在这个对外加工阶段，我国的服装业也学到了一些国外生产加工的先进技术，引进了一批先进设备，一些沿海地区特别是广东、福建、浙江等地的服装企业从中受益匪浅。

20世纪80年代对中国的服装业来说是一个欣欣向荣、百废待兴的时代，在当时外来品牌压力很小的情况下，中国的成衣业得到很大的发展，服装机械设备得到更新，加工技术更加规范严格，面料、辅料不断完善，消费者开始有了“时髦”和“流行”的概念，影视明星的着装和时装广告的宣传对普通老百姓也有了较大的引导作用。1989年，中国超级

模特大赛在广州举办，中国人第一次有了“时装表演”、“时装模特”的概念，产生了传播大江南北的“流行色”。

虽然在这之前，1979年，法国著名服装设计师皮尔·卡丹独具慧眼，最早率领巴黎时装模特和他新奇大胆的设计作品进入过中国，使中国老百姓大开眼界，也使“皮尔·卡丹”这个品牌家喻户晓，但国外品牌真正进驻国内是在20世纪90年代以后。

90年代以后，随着改革开放的不断深入和人们生活水平的不断提高，国外的品牌服装由少至多、由中、低档到高档大量涌入国内市场：1986年，



国外品牌服装年销售量仅占国内服装总销售量的0.1%，但到1998年却激增到10%——短短的10年时间里猛增了100倍。国内各大城市里充斥着诸多国外名牌服装，例如被改名为“银街”的北京东单大街，在不到700米的街道两旁，林立了30多家海外名牌服装店，从上万元的CD、GUCCI、YSL、GIVENCHY、KENZO和VERSUS等国际著名的高级成衣品牌，到上千元的MICHEL RENE、MONTAGUT、THEME、JESSICA等中高档品牌成衣，和几百元的BENETTON、ESPRIT、BOSSINI等休闲便装，甚至NIKE、ADIDAS、PUMA等运动装品牌，真是应有尽有。其他各大城市也莫不如此。国外品牌的进驻使国内消费者目不暇接、眼花缭乱的同时，也使国内的服装公司和三资

企业在服装产品定位、款式设计、营销模式上有了很好的学习和借鉴的机会，开始推出自己的服装品牌和形象，如当时的“蒙妮莎”、“爱德康”、“银梦”等都是红极一时的国内品牌。

90年代中后期，随着服装市场的不断膨胀，市场逐渐趋于饱和，激烈的竞争导致了服装业的优胜劣汰，许多缺乏实力、技术落后的服装企业纷纷倒闭。在计划经济转向市场经济的过程中，服装市场也开始了从“以产定销”到“以销定产”的阶段。这个过程中，内地和北方地区一些较落后的服装企业和其他产业一样，历经着衰退、转型、再发展的阵痛，但这是市场经济发展的必然规律。

南方和沿海地区由于优越的地理位置和经济基础，吸引了大量的外资，服装业发展较为稳定。广东省的虎门在1992年只有10多家香港人开办的服装厂，到1997年已有上千家本地人创办的服装企业，它们从早期的接单加工到现在的自行设计、生产、销售，日益蓬勃发展，一举成为全国最大的服装批发市场。

国外品牌服装展示



广州天马时装批发中心



国内一些有实力的大公司在市场不景气的环境下,也能保持良好的势头,如目前在深沪两地上市的服装公司已有26家,其中包括杉杉股份、龙头股份、雅戈尔、美尔雅、华联控股、湖北多佳、远东股份、北京中燕、康赛集团和幸福实业等。从1997年开始推出的“中国十大名牌”,到“2000年服装行业百强”,高档女装的杉杉、职业休闲的圣三利、休闲女装的哈德利、休闲男装的康赛、皮革服装的应大、羽绒制品的美尔姿、苧麻制品的益鑫泰和童装的小红豆等品牌在当今市场上都有一定的占有率。南方和沿海地区的服装企业甚至可以和香港、台湾等东南亚地区的服装企业媲美。广东的虎门、中山,浙江的杭州、海宁,福建的石狮都是全国著名的服装生产基地。

谈到服装业不得不涉及到服装教育。十多年前,也就是20世纪80年代中期,当我坐火车去北京上大学时,旁边的旅客总是羡慕地问及我的学校和专业,当听说是“服装设计专业”时,都不解地问:“那不是裁缝吗?这还要上大学?!”值得庆

杉杉集团旗下的法涵诗服装品牌



幸的是这个年代终于过去了。法国早在19世纪就开始了服装设计教育,而我们国家在20世纪80年代后才陆陆续续在一些美术院校和纺织院校里设置了“服装设计”专业,比西方国家晚了近100年。但通过20多年的努力与发展,服装设计教育在我国已初具规模,目前全国设有服装设计专业的院校有30多所,可以培养服装设计博士、硕士、本科、专科、职高及成人教育的专业教学体系已经初步形成。

第四节

服装设计师 的工作职责



设计草图



服装设计是个团体工作，通常需要设计群体的协作与配合，在这个设计群体中通常划分为首席设计师、设计师和助理设计师三个部分。

首席设计师也叫总设计师或设计总监，其工作职责首先是要参与和确立服装品牌的形象定位，把持和贯穿服装品牌的风格、路线，掌握公司服装品牌的发展方向，是企业产品整体规划的决策者。在设计方面，每季前首席设计师要提出整体设计方案、设计系列和设计思路，并和生产部门协调工作共同开发新产品、新技术和新面料；在企业形象方面，首席设计师要同营销部门和广告部门共同努力，确保品牌形象的完整和新形象的不断推广。

首席设计师最重要的是设计经验和社会经验的积累，他不仅是服装企业的领头羊，要求具备很高的综合素质以及很强的组织管理能力和协调能力，同时首席设计师地位显赫、身负重任、关系重大，其自身能力、工作努力程度与设计路线的成败直接关系到整个企业的命脉。

设计师的工作职责主要是负责品牌的具体款式

设计及相关工作。设计师应具有较强的设计创意和表达能力，同时能够独立提出设计方案，善于解决设计工作中的困难，是赋予产品以生命力和活力、提升服装产品的个性和品位的人。在服装企业中，设计师的工作职责比较广泛，从市场调研、具体面料的选用、系列色彩的搭配、款式的组成和结构细部处理到与打版师傅配合解决技术问题，甚至辅助安排生产等都是设计师的日常工作。

助理设计师的主要工作职责是辅助、配合设计师做好相关工作，如整理、归纳和收集设计资料，将设计草图绘制成正稿等。还要能按照设计师的需