

现代服装设计与工程专业系列教材

# 服装产品表达

主 编 张辛可

副主编 徐 燚 竺近珠

浙江大學出版社

# 现代服装设计与工程专业系列教材

## 编委会

主 任 邹奉元

副主任 张辛可 薛 元 徐 迅 许淑燕

编 委 (按姓氏笔画排序)

叶菀茵 李 旭 季晓芬 吴宣润 汪建英

张 颖 郑苗秧 祝煜明 翁小秋 章永红

阎玉秀 黄立新 鲍卫君 戴建国

# 现代服装设计与工程专业系列教材

✧ 女装结构设计(上)

✧ 女装结构设计(下)

✧ 男装结构设计

✧ 时装立体构成

✧ 现代服装制作工艺

✧ 服装 CAD 应用基础及技巧

✧ 服装工业样板制作原理与技巧

✧ 服装国际贸易实务

✧ 现代服装企业生产管理

✧ 现代服装材料及应用

✧ 服装立体裁剪技术

✧ 服装设备及其运用

✧ 服装品牌推广与市场营销

✧ 服装产品表达

# 序

我国的现代服装业逐步壮大自手工业、手工业联社、二轻和商业服装公司以及外贸加工,由这些企业发展起来了一大批如今的大众品牌,目前正逐步由大众品牌阶段向设计品牌时代过渡,也正力图实现从世界服装生产大国向世界服装强国的转变。改革开放以来,服装产业的快速发展得到了我国各级政府的充分重视,发展环境不断优化,产业集群和大量服装园区的形成与发展,确立了中国服装业在全球的战略地位。但是我国服装产业长期以来依靠低价格及数量取胜,尽管在面料、加工技术方面我国与国际先进水平的差距已经很小,而产品的附加值和科技含量与发达国家相比仍存在很大差距。创国际品牌、提高产品附加值涉及我国服装业的整体发展水平、设计研发能力等,需要深厚的人文底蕴和历史沉淀,更需要大量高素质的专门人才。

中国的高等服装教育源于20世纪80年代初,只有二十余年的历史,尽管已经培养了一批为服装行业服务的优秀人才,但行业的发展与进步更需要有一批能适应行业进步与发展的人才。按照行业的发展与学科建设的需求来培养人才,是我们一直在追求的目标。

浙江省是我国服装制造业的重要基地,所拥有的服装“双百强企业”数位居全国首位。目前行业的发展现状是:截至2004年末,全省服装行业国有及销售收入500万元以上企业计2423家,从业人员58.58万人。2004年完成服装生产总量24.66亿件,占全国同行业生产总量的20.85%,产量继续保持全国第二位;实现利润47.93亿元,占全国同行业利润总额的31.43%;上缴利税27.26亿元,占全国同行业的25.73%。近年来,浙江服装产业发展迅速,在国内的影响越来越大,已经形成了一批有影响的服装企业和服装品牌。浙江的服装业在经历了群体化、规模化、集约化、系列化的发展历程之后,产品创新求变、生产配套成龙,初步形成了以名牌西服、衬衫、童装、女装为龙头,以男装生产为主,内衣、休闲装、职业服装、羊绒服装、西裤等配套发展的服装产业格局。在空间布局上,已经逐渐显现出区域性发展的脉络,众多区域性品牌凸显,形成以杭、宁、温、绍、海宁为首,化纤及面料、领带、袜业、纺织服装机械等相关行业区际分工配套的多中心网状格局。应该说,浙江省具有优良的服装产业背景,正在打造

国际先进服装制造业基地,发展势态呈现出持续发展的良好趋势。

浙江省有中国最早开设服装专业之一的浙江理工大学(前浙江丝绸工学院)等院校,是培养服装设计师、服装工程师的摇篮。浙江理工大学服装学院经过多年的探索与实践,提出了艺术设计与工程技术相结合、创意设计与产品设计相结合、校内教学与社会实践相结合的服装专业教学思路,形成了自己的鲜明特色,2001年获浙江省教学成果一等奖、国家级教学成果二等奖。服装设计与工程专业被列入浙江省重点建设专业,所属学科是浙江省惟一的重点学科并设有硕士点和硕士学位授予权,为服装行业培养了一大批优秀的适用人才,声誉卓著,社会影响力巨大。中国美术学院是我国著名的美术和美术理论、设计和设计理论的重要的国际性学院,其教学、研究和学术水平均在中国乃至世界的前列。中国美术学院是个大师辈出并在国际上具有重要影响的学院。

这次由浙江大学出版社和浙江省纺织工程学会服装专业委员会共同组织浙江理工大学、中国美术学院等设有服装专业的相关院校编著“现代服装设计与工程专业系列教材”,依托浙江省重点建设专业和重点学科,旨在进一步为中国的高等服装教育及现代服装产业的发展与繁荣作出更大的贡献。参加教材编著的成员是浙江省各院校的骨干教师,多年来一直与服装产业紧密结合,既具有服装产业的实际工作经历,又有丰富的服装理论教学经验。我相信这套系列教材的出版,一定会有助于中国现代高等服装教育的发展,为培养适应服装行业发展需求与21世纪要求的高素质的专门人才服务,同时为我国服装产业的提升与技术进步及增强国际竞争力作出应有的积极贡献。

浙江省重点学科“服装设计与工程”带头人  
浙江省重点建设专业“服装设计与工程”负责人  
浙江省纺织工程学会服装专业委员会主任委员

邹奉元教授  
2005年8月

# 前言

过去,有关服装设计效果图和服装设计方面的教科书是面向绘画基础“好”的学生的。作者认为迄今为止我国的服装设计教育和服装设计教科书存在很大的问题,我们的服装设计教育离设计的本体距离较远。比如,国际标准化组织对“设计图”的定义是:画面上没有人的图称“设计图”,有人的图则称为“草图”。而通常我国的服装设计课都把“草图”叫做“设计图”,且有对其过分重视的倾向;又把款式图叫做“结构图”,且不重视。原因在于很多教师对市场和企业很不了解。因此,我们的教育是每天在进行“虚拟设计”——其实只是在画画,是在讨论表面的服装设计,在不断地“假设需求”,等等。很多学校的教育现状是“教服装的不懂服装,学设计的不会设计”。教出来的学生不懂市场、痛恨缝纫机,对于组成服装的本体元素——服装材料、服装结构和服装工艺了解得也很肤浅,更谈不上进行具体而有效的设计了。

因此,本书以简单易学的方式在教学学生学会描绘标准服装设计图的同时,还试图让学生真正地了解和掌握具有实战意义的服装设计的观念、思想和方法,这既避开了误导性很强的所谓“绘画基础”,而且更具有时代特点和很高的商业价值。

本书在全面地向学生和读者介绍如何“表达服装产品”的同时,还介绍了服装“一盘货”、系列服装产品和产品的局部如何进行企划和设计。

本书是学习服装设计专业学生的必备书,也是职业服装设计师的重要参考书。本书中的大量图例来自著名的国际时尚资讯机构,给读者提供了一批既时尚又很实用的设计参考资料。

编者

2006年10月

# 目 录

|                             |      |
|-----------------------------|------|
| 绪 言 服装产品表达和品牌的关系·····       | (1)  |
| 第一章 服装产品表达的基础·····          | (3)  |
| 第一节 表达即设计·····              | (3)  |
| 第二节 服装设计基础·····             | (5)  |
| 第三节 服装表达基础·····             | (7)  |
| 第四节 服装的局部设计·····            | (8)  |
| 第五节 服装的造型和设计 ·····          | (21) |
| 第六节 服装的色彩 ·····             | (30) |
| 第二章 服装设计的表达 ·····           | (40) |
| 第一节 套装设计的表达 ·····           | (42) |
| 第二节 衬衫设计的表达 ·····           | (48) |
| 第三节 裤子设计的表达 ·····           | (54) |
| 第四节 裙子设计的表达 ·····           | (61) |
| 第三章 服装产品的设计过程 ·····         | (67) |
| 第一节 服装的设计流程 ·····           | (67) |
| 第二节 设计稿的实际表达 ·····          | (77) |
| 第三节 实战型设计部门和设计师工作实况指南 ····· | (83) |
| 第四节 服装市场的调查与预测 ·····        | (86) |
| 第四章 服饰品的设计与表达 ·····         | (91) |
| 第一节 服饰品设计 ·····             | (91) |

|                      |       |
|----------------------|-------|
| 第二节  服饰品的设计图表达 ..... | (99)  |
| 第五章  各类表达图欣赏 .....   | (108) |
| 第一节  男装部分 .....      | (108) |
| 第二节  女装部分 .....      | (133) |
| 参考文献 .....           | (148) |
| 图片来源 .....           | (148) |
| 后记 .....             | (149) |



# 绪言 服装产品表达和品牌的关系

服装产品在现代的一个很主要的表达形式是产品的品牌化趋势。

美国市场营销协会对品牌如此定义:品牌是一种名称、术语、标记、符号或设计,或是它们的组合运用,其目的是借以辨识某个销售者或某群销售者的产品或服务,并使之同竞争对手的产品或服务区分开来。

可以说,品牌的作用是标识,其本质是区分。而服装品牌随着服装的商业化而产生,现在的服装消费已经基本进入品牌消费的时代。

服装品牌中最顶级的是高级时装品牌和设计师品牌,然后是高级成衣品牌和普通成衣品牌,它们还可以衍生出二线和三线品牌等。另外,还有专事服装设计、加工、批发、零售、物流、服务等专业细分的品牌。

一个品牌的构成要素形成了产品本身、产品包装、品牌名称、促销、广告以及整体外观。因此,品牌是所有这些自然的、美学的、理性的、感性的要素的综合体。

19 世纪以后,“品牌”和“打造品牌”这两个词就已被用得很普遍,其原义正在被淡忘,但品牌借以区别不同生产商的产品并因此方便消费者选择的作用仍旧没有改变。

由于品牌的发展显示出很多的超出产品本身的价格和价值以及诸多的重要性,在整个 20 世纪乃至 21 世纪初,人们纷纷认识到品牌的意义和价值,并追逐着创建品牌。首先,法律认可了品牌对于消费者和生产者的价值。如今,世界上大多数国家都已认识到属于知识产权范畴的商标、专利、设计、版权都是真正意义上的财富。其次,“品牌商品”的意识已经成功地渗入到服务行业及其他无形的领域中,因此,提供金融、零售和其他服务的人一般都要把自己的服务看作是品牌产品,只要它们有别于其他竞争者提供的服务。现在,服务品牌和产品品牌享有同等的权利。第三,也是最重要的一点,除了诸如大小、形状、包装和价格等具体因素外,品牌产品或服务区别彼此的方式越来越多地涉及一些无形的因素。消费者可以选择的品牌质量变得十分微妙,有时甚至变化多端。例如:一个牌子的服装和另一个牌子的服装表面上看来相差不大,但其价格却可相差 10 倍之多;一件卖 70 块钱的衬衫不如质量相差无几每件却卖 300 块钱的衬衫来得畅销。这就是品牌的神奇之处。

由于品牌发展的历史,使得金融界和营销界都普遍承认品牌不仅具有“消费价值”,而且具有“金融价值”,并且这一价值是可以被测量的。因此,现在各种测量品牌“金融价值”的方法也得到了发展。

品牌在其过程中自始至终和人的生理、心理需求以及人群定位、社会政治、经济和文化面貌密切相关。

按《品牌圣经》一书中世界著名品牌咨询顾问公司的苏珊娜·哈特和约翰·莫非所强调的“所谓品牌策略是一个创造过程,它运用研究方法和大批专家的技术,不过最后通过和消费者结合的方式创造了特色”。这里强调的是品牌必须具备和同类产品具有差别性的原则。

因此,本书所涉及的内容,都是为创造和维护服装品牌服务的。

# 第一章 服装产品表达的基础

## 第一节 表达即设计

### 一、设计的意义

设计 design 一词来源于拉丁语 designare、意大利语 disegno 以及法语 dessin 的融合。从一般意义上讲,设计是人在“用”和“美”的思想指导下进行创造性的想象,并把其设想具体地表现为“一种造物”的人类活动。因此,所谓设计用最简洁的语言表达就是造物。

可以这么认为,造物创新是设计的本质,而这一本质的结果便是推进物的进步、人的进步以及创造人类历史和培育人类文化。简而言之,所谓“设计”是指对造物的一种整体的计划、规划、设想、解决问题的方法,并通过视觉的方式传达出来和完成的活动过程。现在通常意义的设计即指“现代设计”。对于设计来说,“现代设计”不是一种风格,也不是一种流派,而是现代人需要的包括现代建筑设计、现代产品设计、现代服装设计和现代平面设计等在内的现代人类的设计造物活动的完整设计活动。

根据社会发展水平的影响和制约,设计活动的核心内容包括三个方面:

- (1)计划、策划和构思;
- (2)视觉传达,即把计划、策划、构思、设想和解决问题的方式用视觉的方式传达出来;
- (3)计划通过传达以后的具体实施和使用。

设计是一门综合科学,也是一门边缘科学。人文科学、自然科学、社会科学这三大领域的成果可以应用于设计。同时,设计也得到诸科学领域的支持。

### 二、设计的特性

现代设计的最大特性在于它是高度的应用性和美观性的结合体。也可以这么说,现代设计的最高思想是“高情感+高科技”,它是包含了人类全部文化和科学手段的一种活动。

#### 1. “用”的意识和“美”的意识

在我们生活中有各种各样的生活用具,它们都因其用途不同而具有各种外形,在理论上我们称这些东西为造型体。比如:吃饭要有种种食具,人要有种种衣服穿、要有种种房子住等。

如果没有这些造型体,就不可能构成人类生活。这些造型体满足了人类生活的各种需要。

动物也是如此。鸟为了生存要筑巢,蜜蜂为了居住和产蜜要筑造精巧的六角形蜂巢,可是鸟巢和蜂巢这种造型体,经过了千百年的时代变迁,仍然没有多大变化。因为不论是鸟还是蜜蜂,它们的巢的造型都不受意识的支配,完全是一种生存本能,所以显示不出时代的变化。

人类是有意识的,人们能够随着时代的发展不断改善生活。从步行到使用牲畜和车,一直到现在使用汽车、飞机、飞船……随着这些新颖的造型体的不断出现,人类生活不断向丰富多彩的方向发展。

鸟、蜜蜂只有本能而没有意识,人却能在生活本能的基础上有追求美的意识,这就是人和动物的本质区别。仅仅以代替步行用的“车”来说,人们对车的要求,并不是可以跑或跑得快就满足了,它还要有美的形状、漂亮的颜色。这就说明人在满足使用需要以外,还需要有情感和心理上的满足。

人类在生活中既要得到“用”的满足,又要在情感和心理上得到“美”的满足,在人的需求中这二者是融为一体的。由此,有了需要(即“用”)的意识才能产生设计意识,而随着设计意识便形成实际的设计行动。因此,“用”和“美”作为一体是为一个目的服务的,二者是缺一不可的。

### 2. 设计和艺术的关系

“用”的意识是科学的意识,“美”的意识是艺术的意识,设计是“用”的意识和“美”的意识的综合。因此,作为设计师必须具备科学家和艺术家的思想和态度。

设计和艺术是有明显区别的。艺术产生于美的意识,从开始到结果,仅以艺术家认为的“某种美或者是美的思想”为信条。艺术家认为美应该是没有功利的。但是,在设计中不能只考虑纯粹的艺术美,重要的是应用美,因为在设计中,美并不能自由地不通过某种形式的“用”表现出来。艺术和设计的行为过程、方向和结果均是不一样的。

艺术家是把心中的美、情绪、观念、价值观等“虚”的、意识的东西,或者说是把一个物质的、客观的世界通过艺术家的“眼和思想”,表现为一个或一种“非物质的”主观世界。换言之,艺术家表达的是自我和主观。

而设计家的工作和思想是一个从主观到客观的过程。他仅仅凭主观和美的意识是不行的。他要把主观的想象和追求美的意识加以客观的思考和现实的把握,然后把设计变为一个或一种客观的存在物。因此,在设计中,“纯粹美”是受到限制的。这种限制就是艺术和设计的区别,只有对此有了认识才能对设计的概念有正确的理解。设计的第一步就是从这里开始的。设计家的设计过程是把主观的、“虚”的东西,通过“自己的思想和客观的造物行为”,达到客观的结果。设计家表达的既是自我,但更是客观。

### 3. 设计的特征

现代设计必须表现出它的合理性、经济性、审美性和独创性,只有这样才可以是较完美的设计。现代设计有以下特征:

- (1)合理性 功能和构造相适应,适当的材料和技术的选择;
- (2)经济性 材料费、加工费的预算是经济的;
- (3)审美性 具有时代的、社会的和新鲜的美感;
- (4)独创性 包含独特的创造性思维。

因此,日本通产省对于优秀的商品设计规定了五大标准:

- (1)有效地选择和运用材料的特性;

- (2)操作简单;
- (3)独特的造型美;
- (4)合理的价格;
- (5)安全的考虑。

## 第二节 服装设计基础

### 一、服装设计的定义

服装设计是一种以追求实用美为目标,以人体为对象,以材料为基础,与各种机能性相结合,运用一定的表现技法完成造型,塑造出人体美的创造性行为。

服装设计者不仅要推敲服装的设计构思,而且要从创作的中心要求出发,使各方面的配套工作符合自己的设计意图。

### 二、服装设计的目的和任务

服装设计的目的,是根据人们对服装的具体要求而决定的。按其性质可分为工业性服装设计和非工业性服装设计。工业性服装设计的直接目的是使设计作品能够形成一定数量的批量生产,发展生产,提高经济效益。非工业性服装设计是以宣传品牌价值、设计构思和展示工艺水平为目的的,因此这类设计作品通过风格独特、做工考究等来强化宣传效果。

从总的方面来讲,服装设计是为了美化人体、美化生活、满足人们穿戴的需求,因此,从某种意义上讲,服饰与人体巧妙组合所体现的美是符合大众要求、符合人的生活方式、具有艺术与实用价值的人体状态的美。

人的体型是多种多样的,高矮胖瘦,参差不齐,标准身材的人体只是极少部分,因此,使不理想因素达到理想的程度,使所设计的作品生产后受到市场欢迎甚至供不应求,是服装设计的主要任务。要达到这一目标,设计师要了解人体的知识,注意国内外信息的收集和市场调查,有目的地探索设计新元素,了解新材料、新产品的特点,不断学习先进的科学技术,了解服装变化的趋势。只有通过长期努力,设计师才会取得较理想的设计效果。

### 三、服装设计的先决条件

现代社会中,服装是体现现代科学、文化、人的精神文明和物质文明的一种标志。现代服装要有适应于一定社会集团、社会意志和社会活动的功能。因而,从事服装设计,首先要明确服装设计的先决条件。

服装的功能性条件和原则性条件是服装设计的先决条件,而先决条件又具体地表现为服装的实用条件、美观条件、经济条件等。其中,服装的实用条件要求包括功能要求和适应要求两方面;服装的美观条件涉及各种美的因素,归纳、综合而形成人与物结合的状态之美——服装穿着的整体美;服装的经济条件应主要考虑产品的价格是否与其价值相符,包括材料和人工成本、生产加工效率、不同地区和不同人群的购买力等。

#### 四、服装设计的工作范围及程序

服装设计的工作范围所涉及的内容是十分广泛的,但是总的来说,服装设计的工作范围是实物设计、加工完成的全部过程。服装设计有其科学合理的工作程序,包括:明确设计目的和要求;针对设计目的和要求进行调查研究;按要求完成设计草图;组织集体初评;完成设计效果图;按设计方案进行技术及经济评价;新产品的试制;设计产品鉴定、定型等。

#### 五、服装设计的具体过程

人们的设计活动,一般都要经过观察、思考、计划、实施四个阶段,这是一般的设计流程。具体到服装设计上,这个流程就拥有了关于服装设计的一些特性。服装设计的主要流程可以概括成以下几步。

##### 1. 目的、效果的考察

在设计之前,必须明确设计的动机和目的,只有明确了设计的目的,才能清晰地去考虑设计效果。有五个 W 和一个 H 的规则可以学习。

- (1)谁(Who)——穿着者的年龄、性别、体形、职业、个性、肤色、发型、发色、面部色;
- (2)什么时候(When)——季节、时间;
- (3)什么地方(Where)——场所、环境;
- (4)为什么(Why)——目的;
- (5)什么(What)——服装的种类;
- (6)多少(How)——预算、价格。

##### 2. 形态的考虑

明确目的之后,便是对服装形态的研究,使之能满足设计的目的和效果。形态设计包括服装造型的设计、材料的选择、技术工艺的研讨、色彩的配置和细节部分的设计等。

##### 3. 设计表达

设计表达是通过对市场的透彻了解,再将这些经分析处理过的信息和某个特定的企业和品牌的定位和条件相结合,然后将设计方案用视觉的渠道和方法进行表现和传达。

常用的表达方式有概念板、时装画、效果图、款式图等,不同的方式有不同的表现目的,其应用也不同。在时装画设计、绘制的过程中,要提倡在经过平面表达后进行立体裁剪,这样能够使设计者更有效地将时装画转化成实体作品。

##### 4. 结构

设计表达步骤完成以后,要进行结构方案的实施。首先要对着装者量取尺寸,然后进行平面制图取得纸样或立体裁剪取得纸样。纸样的好坏直接影响到服装的制作和成形水平。

##### 5. 工艺

纸样完成后即是工艺制作。纸样铺到布上裁剪后,要经过假缝、补正、缝纫、熨烫完成的过程。在裁剪布料时,须注意布的纱线方向是否正确,注意布料的图案变化与规整。

##### 6. 完成

裁剪和缝纫技术的结束并不代表设计的终结,而是还要检查并纠正有错误的地方。比如,有以下一些值得注意的方面:目的和效果等条件是否解决;机能的实用性和审美是否得到满足;穿着者和服装是否协调等。

### 第三节 服装表达基础

本书所谓的服装产品表达就是指用比较实用的手法来绘制服装设计图稿。一般常用的工具有铅笔、橡皮、水笔等。如果需要上色,可以用水粉或者水彩色,或者也可以用马克笔着色。利用电脑软件也可以绘制服装款式的表达图,常用的软件有 Coreldraw, Photoshop, Illustrator 等,这些软件可以绘制出丰富多彩的效果图。现在很多的服装公司和设计公司都利用这些软件进行设计。当然,徒手绘制的能力是利用电脑的基础。一般我们会先在纸面上徒手绘制服装的款式图,再利用扫描仪将图扫入电脑,然后利用软件进行勾绘。直接利用软件进行绘制是比较困难的,因为人们对于鼠标的控制毕竟不如铅笔那样灵活,因此在学软件之前,我们必须很好地掌握徒手绘制的技能。

以服装产品表达中的款式图的绘制为例。款式图的绘制也要分步骤进行。一般我们先绘制出服装的领型,再绘制出款式的大型,画出袖子,最后添加各部分的细节。让我们先来大致熟悉一下绘制整件服装的步骤,对服装款式的绘制有一个大致的了解(见图 1-1)。

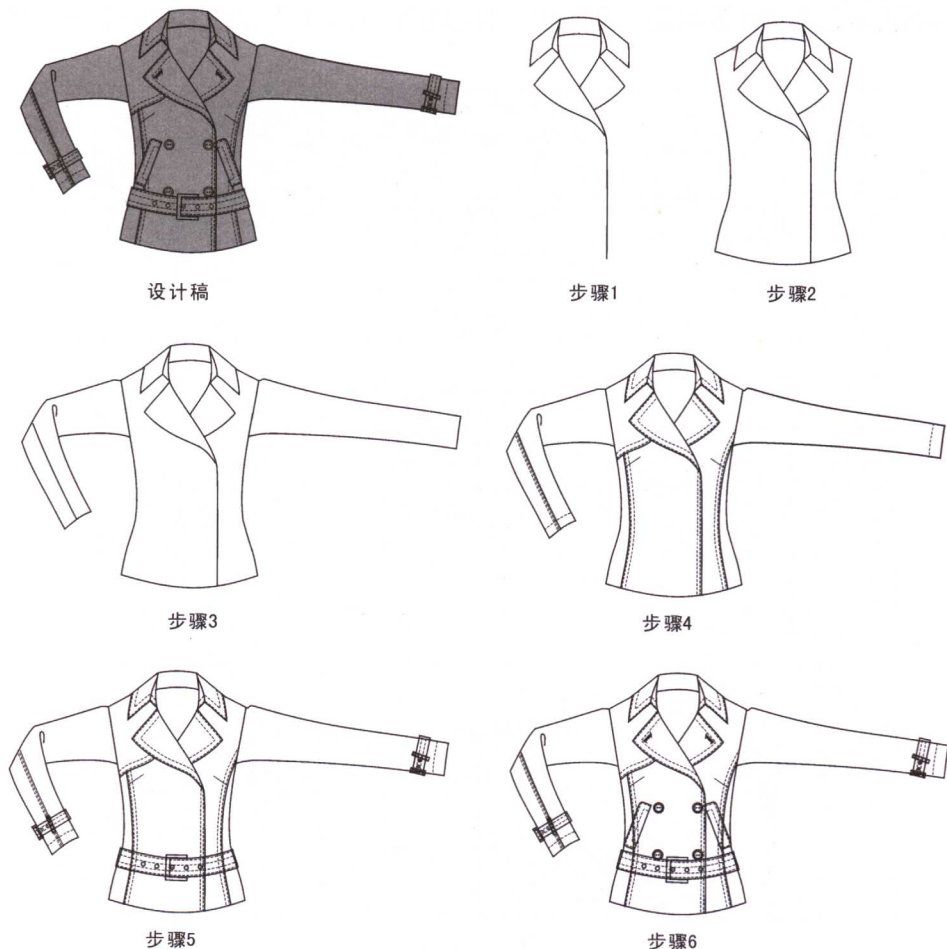


图 1-1 服装款式图的绘制步骤示例



## 第四节 服装的局部设计

服装的局部绘画和设计是服装整体绘画和设计的基础,因此了解服装的局部结构是非常必要的。服装上衣的局部由领、袖、袋和大身组成,在领子中以立领、翻领、衬衫领、开门领、无领为基础型进行变化。在袖子中以一片袖和两片袖为基础型进行变化,各个部件有着自己不同的设计特点和流行趋势。以下我们对这些部件作一个概要的介绍,主要还是需要通过实践以及不断的摸索来掌握这些部件的绘制要点和设计要点。

### 一、领子设计

#### 1. 立领

立领为最传统和基本的领型,它是直接在领圈线上装上一个领片构成,基本是靠近脖子而竖直的效果,因此在绘制和设计时应注意领片竖直的高度和与脖子贴合的程度。不同的领高有不同的效果。同时可以在领片上作一些分割和装饰的效果。有的立领和大身是连在一起的,那就不必绘制出领圈线。可以作一些领省来帮助塑造女装的胸部造型。如图1-2所示。

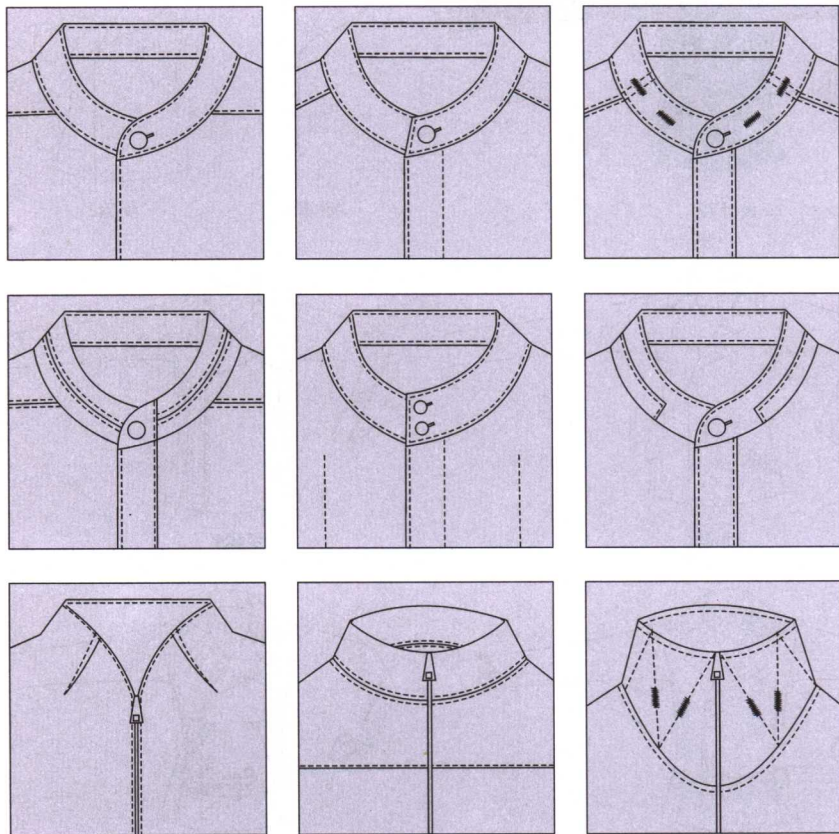


图1-2 立领



## 2. 衬衫领

衬衫领是在立领的基础上添加了一个翻领而构成的。标准的男式衬衫领就是由领座和翻领两部分构成,领座其实就是立领,因此我们在绘制的时候就应注意将这两个部分区分开来。当然也可以将领座和领面合二为一,女式衬衫领就是联体的。这些在设计以及绘制时都要加以区分。可以在领面的大小和装饰上作一些细节设计。如图1-3所示。

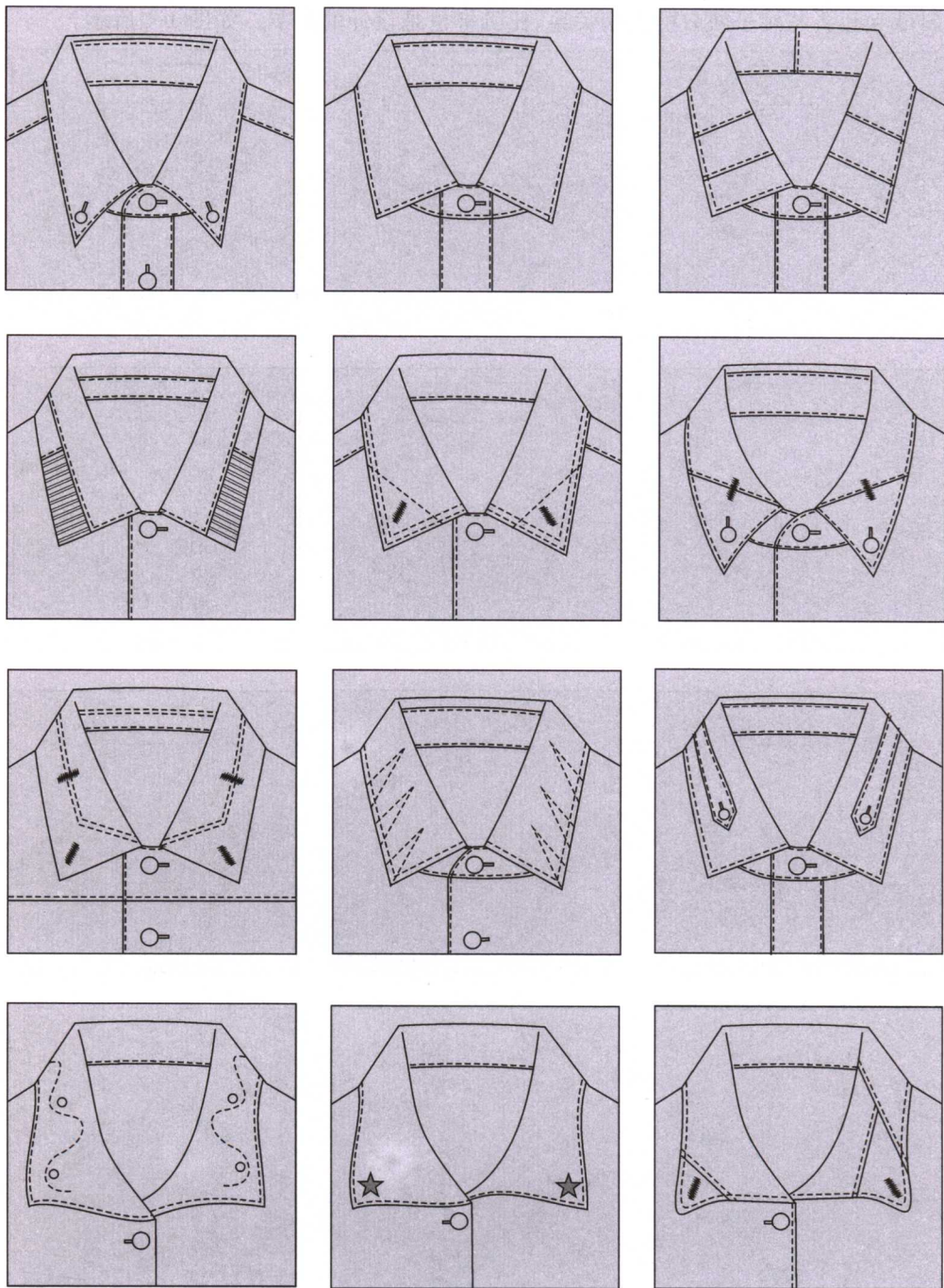


图1-3 衬衫领