



教育部 财政部中等职业学校教师素质提高计划成果
服装设计与工艺专业师资培训包开发项目 (LBZD064)



现代服装成衣 设计与应用

教育部 财政部 组编

占必传 主编

范 滢 执行主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS



教育部 财政部中等职业学校教师素质提高计划成果
服装设计与工艺专业师资培训包开发项目 (LBZD064)

现代服装成衣 设计与应用

Xiandai Fuzhuang Chengyi Sheji yu Yingyong

教育部 财政部 组编

占必传 主编

范 滢 执行主编



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容简介

本书是教育部和财政部“中等职业学校教师素质提高计划”中“服装设计与工艺专业师资培训包开发项目(LBZD064)的成果之一”。本书通过模块化教学,为教师的培训梳理了成衣产品的设计定位、流行的把握、创意构思与应用的过程。全书以典型产品为例,如男装、女装、休闲装、职业装等进行项目教学应用,使中职上岗、提高培训的教师在服装企业成衣设计方面得到进一步提高。教材还介绍了服装专业领域的新技术、新材料、新工艺、新设备等服装高新技术的发展趋势,为骨干教师在学科建设、教学研究、课程改革及培养创新思维等方面提供相应的知识。教材对各模块的学习目标与要求进行了阐述,对授课课时、授课方法做了安排,并在各单元后设置了不同难度的思考题,以满足上岗、提高、骨干等不同层次教师培训的需求。

本书可作为各级各类服装院校服装类专业师资的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

现代服装成衣设计与应用 / 范滢主编 ; 教育部, 财政部组编. —北京 : 高等教育出版社, 2012. 1

教育部和财政部中等职业学校教师素质提高计划成果

ISBN 978-7-04-033771-6

I. ①现… II. ①范… ②教… ③财… III. ①服装设计—中等专业学校—师资培训—教材 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第268256号

策划编辑 王雨平
责任校对 刘春萍

责任编辑 周素静
责任印制 韩 刚

封面设计 张 楠

版式设计 王艳红

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司
开 本 787 mm×1092 mm 1/16
印 张 13.75
字 数 280 千字
购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
版 次 2012 年 1 月第 1 版
印 次 2012 年 1 月第 1 次印刷
定 价 32.80 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 33771-00

教育部 财政部中等职业学校教师素质提高计划成果
系列丛书

编写委员会

主 任 鲁 昕

副主任 葛道凯 赵 路 王继平 孙光奇

成 员 郭春鸣 胡成玉 张禹钦 包华影 王继平（同济大学）

刘宏杰 王 征 王克杰 李新发

专家指导委员会

主 任 刘来泉

副主任 王宪成 石伟平

成 员 翟海魂 史国栋 周耕夫 俞启定 姜大源

邓泽民 杨铭铎 周志刚 夏金星 沈 希

徐肇杰 卢双盈 曹 晔 陈吉红 和 震

韩亚兰

教育部 财政部中等职业学校教师素质提高计划成果
系列丛书

**服装设计与工艺专业师资培训包开发项目
(LBZD064)**

项目牵头单位 江苏技术师范学院

项目负责人 占必传

主 编 占必传

执行主编 范 滢

根据 2005 年全国职业教育工作会议精神和《国务院关于大力发展职业教育的决定》(国发〔2005〕35 号),教育部、财政部 2006 年 12 月印发了《关于实施中等职业学校教师素质提高计划的意见》(教职成〔2006〕13 号),决定“十一五”期间中央财政投入 5 亿元用于实施中等职业学校师资队伍建设相关项目。其中,安排 4 000 万元,支持 39 个培训工作基础好、相关学科优势明显的全国重点建设职教师资培养培训基地牵头,联合有关高等学校、职业学校、行业企业,共同开发中等职业学校重点专业师资培训方案、课程和教材(以下简称“培训包项目”)。

经过四年多的努力,培训包项目取得了丰富成果。一是开发了中等职业学校 70 个专业的教师培训包,内容包括专业教师的教学能力标准、培训方案、专业核心课程教材、专业教学法教材和培训质量评价指标体系 5 方面成果。二是开发了中等职业学校校长资格培训、提高培训和高级研修 3 个校长培训包,内容包括校长岗位职责和能力标准、培训方案、培训教材、培训质量评价指标体系 4 方面成果。三是取得了 7 项职教师资公共基础研究成果,内容包括中等职业学校德育课教师、职业指导和心理健康教育教师培训方案、培训教材,教师培训项目体系、教师资格制度、教师培训教育类公共课程、职业教育教学法和现代教育技术、教师培训网站建设等课程教材、政策研究、制度设计和信息平台等。上述成果,共整理汇编出 300 多本正式出版物。

培训包项目的实施具有如下特点:一是系统设计框架。项目成果涵盖了从标准、方案到教材、评价的一整套内容,成果之间紧密衔接。同时,针对职教师资队伍建设的基础性问题,设计了专门的公共基础研究课题。二是坚持调研先行。项目承担单位进行了 3 000 多次调研,深度访谈 2 000 多次,发放问卷 200 多万份,调研范围覆盖了 70 多个行业和全国所有省(区、市),收集了大量翔实的一手数据和材料,为提高成果的科学性奠定了坚实基础。三是多方广泛参与。在 39 个项目牵头单位组织下,另有 110 多所国内外高等学校和科研机构、260 多个行业企业、36 个政府管理部门、277 所职业院校参加了开发工作,参与研发人员 2 100 多人,形成了政府、学校、行业、企业和科研机构共同参与的研发模

式。四是突出职教特色。项目成果打破学科体系,根据职业学校教学特点,结合产业发展实际,将行动导向、工作过程系统化、任务驱动等理念应用到项目开发中,体现了职教师资培训内容和方式方法的特殊性。五是研究实践并进,几年来,项目承担单位在职业学校进行了1 000多次成果试验。阶段性成果形成后,在中等职业学校专业骨干教师国家级培训、省级培训、企业实践等活动中先行试用,不断总结经验、修改完善,提高了项目成果的针对性、应用性。六是严格过程管理。两部成立了专家指导委员会和项目管理办公室,在项目实施过程中先后组织研讨、培训和推进会近30次,来自职业教育办学、研究和管理一线的数十位领导、专家和实践工作者对成果进行了严格把关,确保了项目开发的正确方向。

作为“十一五”期间教育部、财政部实施的中等职业学校教师素质提高计划的重要内容,培训包项目的实施及所取得的成果,对于进一步完善职业教育师资培养培训体系,推动职教师资培训工作的科学化、规范化具有基础性和开创性意义。这一系列成果,既是职教师资培养培训机构开展教师培训活动的专门教材,也是职业学校教师在职自学的重要读物,同时也将为各级职业教育管理部门加强和改进职教教师管理和培训工作提供有益借鉴。希望各级教育行政部门、职教师资培训机构和职业学校要充分利用好这些成果。

为了高质量完成项目开发任务,全体项目承担单位和项目开发人员付出了巨大努力,中等职业学校教师素质提高计划专家指导委员会、项目管理办公室及相关方面的专家和同志投入了大量心血,承担出版任务的11家出版社开展了富有成效的工作。在此,我们一并表示衷心的感谢!

编写委员会

2011年10月

前言

为贯彻落实《国务院关于大力发展职业教育的决定》(国发[2005]35号)中有关加强师资队伍建设的精 神,切实提高中等职业学校教师队伍的整体素质,优化教师队伍结构,完善职业师资队伍职业化、专业化建设的有效机制,教育部、财政部组织实施了中等职业学校教师素质提高计划重点专业师资培训包开发项目。江苏技术师范学院主持承担了其中的服装设计与工艺专业项目,包括调查研究报告、服装设计与工艺专业教师教学能力标准、服装设计与工艺专业培训方案、服装设计与工艺专业核心教材、服装设计与工艺专业教学法教材和服装设计与工艺专业教师培训质量评价指标体系的编写和研发工作。

核心教材开发针对中等职业学校服装专业教师的社会需求分析、调研报告,依据中等职业学校服装设计与工艺专业教师教学能力和实践能力标准、相应的培训方案,本着实用、适应和可行的原则,为满足中等职业学校服装专业师资对本专业理论知识、实践技能的教学要求,培养实用型、“双师型”教师队伍,规范培训内容组织编写而成。目的是使上岗、提高、骨干各个层级培训的教师在接受了核心课程的培训后,能够达到本专业教师教学能力标准中规定的要求,提高中等职业学校服装专业教师队伍的整体素质,从而全面提高中等职业学校服装设计与工艺专业的教学质量。

课题组对专业核心课程的教材名称、编写大纲、参编人员等都作了认真的调研,并进行了多次的校内外专家认证,编写总体上围绕服装行业工种和项目组织教材内容,从实际应用和培训两方面考虑,注重内容的先进性、实用性和典型性,教材内容包括当前服装行业所需的先进技术、实用技术和关键技能,体现职业教育教学改革与发展方向。教材的组织结构采用模块化方式撰写,每个模块又包括若干单元,单元下分若干项目。每个模块在介绍一定的理论基础知识的同时,更多地结合企业的实际运作案例,对核心技术进行讲解,使理论、实例和技术实训一体化。课题组经过两年的努力最终形成了《现代服装成衣设计与应用》、《服装生产技术与实训》两本核心课程教材。

本书由江苏技术师范学院占必传主编,范滢执行主编,在编写的过程中得到江苏技术师范学院戴国洪教授、朱新生教授在百忙中给予的帮助和启发,以及各级领导的关心和

支持；得到常州日晟服装有限公司、江阴海澜集团、上海银通服饰有限公司的大力支持；更要感谢教育部、财政部“中等职业学校教师素质提高计划”重点专业师资培训包开发项目专家组的悉心指导，同时在编写过程中参考了大量的国内外相关书籍和资料，在此一并表示诚挚的谢意。在编审的过程中虽经多次审查、修改，但由于时间仓促，编著者的水平和经验所限，书中缺点和疏漏之处在所难免，诚恳希望广大读者和同行不吝赐教、批评指正。

编 者

2011 年 7 月

模块一 现代成衣产品设计 / 1

单元1 成衣产品的发展源流 / 2

第一节 成衣产品的概念与特征分析 / 3

第二节 成衣业的产生与发展 / 6

第三节 成衣企业与成衣产品 / 10

单元2 成衣产品的设计理念与设计风格 / 11

第一节 成衣产品的设计理念 / 12

第二节 成衣产品的设计风格 / 16

第三节 成衣的产品与设计风格 / 17

单元3 成衣产品设计定位 / 19

第一节 成衣产品设计定位的原则 / 20

第二节 成衣产品设计定位的内容 / 23

第三节 成衣产品设计定位的策略 / 24

单元4 成衣设计中的流行把握 / 26

第一节 流行的影响力 / 27

第二节 寻找流行 / 32

第三节 把握流行 / 37

第四节 预测流行 / 41

单元5 成衣产品设计主题及方案的确立策略 / 44

第一节 设计主题的来源 / 45

第二节 成衣设计方案的确立 / 51

单元6 成衣产品设计的实训步骤 / 55

第一节 概念设计为先导 / 56

第二节 产品设计的具体实施 / 59

单元7 设计手法的运用策略 / 71

第一节 材料的创新运用 / 71

第二节 款型设计手法的运用 / 78

第三节 色彩设计手法的运用 / 80

第四节 细节设计手法的运用 / 84

模块二 成衣产品创意设计与应用 / 88

单元1 成衣产品创意设计项目实训 / 88

第一节 成衣产品设计项目的确立 / 89

第二节 成衣产品设计项目的筹备 / 89

第三节 成衣设计项目的实施 / 90

第四节 成衣设计项目的鉴定 / 92

单元2 女装设计项目实训 / 93

第一节 女装设计方案的准备 / 93

第二节 女装日常服主要品种及设计特点 / 95

第三节 正装礼服设计 / 99

第四节 女装成衣产品设计与应用项目程序 / 103

单元3 男装设计项目实训 / 104

第一节 男装设计方案的准备 / 104

第二节 男装主要品种及设计特点 / 105

第三节 男装成衣产品设计与应用项目实例 / 111

第四节 男装成衣产品设计与应用项目作业 / 113

单元4 主题类成衣产品设计项目实训 / 113

第一节 休闲装设计项目 / 113

第二节 职业装设计项目 / 119

模块三 服装业新技术新材料新工艺新设备 / 127

单元1 现代成衣设计发展趋势 / 128

第一节 现代成衣时尚创意流行趋势 / 128

第二节 成衣业发展趋势剖析 / 145

单元2 服装结构设计与服装人体工程学新进展 / 149

第一节 服装技术法规的建立与完善 / 150

第二节 服装规格设计原理和技术方法的研究 / 152

第三节 服装结构设计理论的建立与发展 / 153

第四节 服装人体工程学的研究与应用 / 156

单元3 服装工业生产工艺技术新方法 / 158

第一节 服装工业生产形态的现状和展望 / 158

第二节 服装工业生产传输系统的应用 / 160

第三节 我国服装工艺技术方法的发展 / 161

第四节 服装生产工艺理论的研究进展 / 165

单元4 国内外服装材料的现状与发展前景 / 167

第一节 现代服装材料的发展 / 168

第二节 21世纪服装材料的发展前景 / 173

单元5 国内外服装高新技术设备发展之比较 / 175

第一节 国内外服装高新技术设备发展对比 / 176

第二节 21世纪服装设备技术的发展趋势 / 181

单元6 计算机在服装行业中的应用 / 183

第一节 计算机在国内外服装行业中的发展概况 / 184

第二节 21 世纪服装 CAD/CAM 的发展趋势 / 192

单元 7 服装企业的发展趋势及营销新理念 / 195

第一节 服装生产与经营管理体系及方法 / 195

第二节 计算机在服装管理中的应用 / 198

第三节 服装生产与经营管理的新发展 / 203

参考文献 / 207

模块一 现代成衣产品设计

随着社会经济和科学技术的发展,我国各类服装企业不仅规模迅速扩大,而且在加工深度和品种上都有较大发展,逐步形成了集纺织、服装、服饰及相关产品为一体的产业体系,对我国国民经济的发展作出了重大贡献,对世界服装贸易产生了举足轻重的影响。

中国的成衣市场是世界上最具有增长潜力的市场。数据显示和研究资料表明,我国人均纤维消费出现较快增长,超过世界平均水平。从城市消费来看,目前成衣率已达到80%~90%,农村的成衣率也达到70%左右,随着物质生活水平的不断改善,成衣率无疑还将进一步提高。

成衣是建立在工业化生产基础之上的服用产品,是根据各个细分市场的目标消费者需求进行定位的,按照一定的产品系列标准,采用批量化方式生产出来的、并经过市场流通而实现价值的商品。与高级时装相比,成衣依托现代文明、工业技术和营销手段,将产品的物质性、审美性、流通性发挥到一个新的高度。现代设计、规模生产、全球营销几乎成为所有服装企业的终极目标。

成衣产品设计是一项针对现代服装企业生产的产品开发工作,即以满足不同消费群体日常生活需求为目的的系统性计划。成衣产品设计是以市场为导向,受企业资源、消费对象、品牌风格、产品路线、流行信息、营销策略、市场反馈等多种因素制约的限定性设计。无论是都市情调的休闲服,还是酒店的职业服,或是私密空间的家居服,成衣产品设计总是明确地按照消费对象的衣着功能和审美取向进行构思,选择与着装时间、地点、场合等因素相吻合的面辅材料、造型元素、结构方式和工艺手段,同时也总是按照成本规划、推广理念、周到服务等营销手段保证产品的顺利流通。

现代人的着装个性成就了成衣品牌的日趋成熟,市场的细分决定了产品风格、流派、种类的细分化。千差万别的消费需求和个性取向越来越明显地体现在成衣产品的形式变化中。不同品牌的成衣文化建设也使目标消费群在品牌美誉度的感召下形成强大的凝聚力和忠诚度。

流行时尚是社会潮流的产物,也是成衣品牌构建的要素之一,它具有很强的时代气息,在一定程度上影响着时代的风尚。符合品牌发展需要的流行时尚,具有很强的聚焦力、感

召力和影响力,同时也具备造势的引爆点,因此拥有庞大的消费群体。成衣流行趋势的推广和运作促进了成衣市场的消费,因此成衣产品以流行为生命的共同体,以彰显时尚为产品设计的目标。作为一种不断流变的、时效性较强的文化现象,成衣的流行体现了设计者引导和受众消费之间的平衡。如今,熟练的流行时尚运作模式越来越多地融入成衣产品,且在品牌的竞争中愈演愈烈。

总之,成衣是现代人日常生活的主要衣着形式,是一个国家或地区的政治经济、科技文化发展水平的综合体现。当高科技时代的衣着消费不断地改变着人们的着装观念和生活状态时,成衣时尚也越来越焕发出五光十色的风采。无论世界时尚如何流变,科学技术和工业文明早已将人们衣着的各个层面深深地打上了产品化的烙印,从这个意义上讲,成衣必然是现代和未来服装发展的主流趋势。

单元1 成衣产品的发展源流

培 训 目 标

【专业知识与技能目标】

1. 掌握成衣的基本概念。
2. 掌握成衣业崛起的原因及其先驱。
3. 了解成衣工业与成衣产品之间的关系。

【教学实践目标】

1. 收集服装史上相关的图例和例证,通过调研并结合本地区一些成衣生产企业的现状,阐述成衣的基本概念和发展过程。
2. 以最新实例说明成衣设计的要点,并分析成衣工业与成衣产品。

【授课学时与形式】

1. 授课学时为1学时。
2. 采用理论学习、开放研讨、实地考察形式。

【训练方法】

运用项目教学法、考察法。

第一节 成衣产品的概念与特征分析

当高级时装越来越成为人们脑海里令人神往的创意理念和奢侈的理想形象而渐渐失去其原有功能的时候,成衣工业已经进入了它的黄金时代。成衣是按标准号型工业化大批量生产的服装,起始于美国。20世纪中叶前,成衣被认作低劣服装的代名词,直到20世纪60年代才得到服装业界的认同。随着现代科技的进步、生活观念的改变,现代成衣业的发展越来越迅猛,诸多成衣品牌超越了原来低廉和大众化的传统概念,现代成衣在设计风格、品牌个性及工艺水准等方面都达到了相当高的水平。

一、成衣

成衣,是相对于个体裁缝店量身定制的衣服而言的,是服装企业根据目标市场的需求,通过工业化的手段,按一定规格号型批量生产的服装产品,具有批量化、标准化、商品化的显著特征。在成衣未出现时,服装是由家庭自制或由裁缝店量身定制的。由于工业革命及服装工厂的出现,使批量生产的服装消费不再限于某个个别消费者,消费者在购买服装时可以选择符合自己体型和喜好的成品服装,因此成衣的造型款式、尺寸、颜色、用料等均按照一定的标准设计与生产。

成衣的基本特征主要表现在以下方面。

1. 批量化

作为市场化的产物,成衣是按批量化来体现其在时尚主流中的地位与特征的。它针对的是消费观念和消费方式极为相似的一类群体,而不是具体的某个人。我们通常将这类群体称之为目标顾客。目标顾客是成衣产品的购买者,是成衣产品开发和设计的主体对象。

2. 标准化

成衣产品是根据目标顾客的需求来制订其外观形式与内在品质的。要使这些形式和品质在批量生产中得到保证,并且得到同一消费层面的不同体型顾客的认可,标准化是其必要且唯一的途径。因而,服装型号、规格尺码、面料成分标注等均是成衣市场产品标准化特征的具体表现。

3. 商品化

成衣产品必然成为商品,通过市场这一媒介使生产者与消费者得到沟通,最终目标顾客成为现实顾客,使成衣产品满足现实需求。然而,这一满足并不代表永远,服装消费需求将随着下一季时尚的变迁而转移,会寻求新的契合点,这就是创造需求和满足需求

的过程。

成衣的价廉物美取决于两方面。一是生产方式,成衣设计师的工作任务是满足目标消费群体的衣着需求,而不受限于某个具体顾客的喜好。因此,在市场意识的主导下他们对流行的把握和时尚的创意更为主动。成衣采用工业化、标准化、批量化方式进行生产,使产品的平均成本大大降低,而品质则在标准的贯彻下得以保障。二是营销方式,现代营销策略的规模化经营,使成衣产品在零售价格上具有极强的竞争力。国内外不乏以成衣闻名的品牌,如贝纳通(BENETTON)、萨拉(ZARA)、爱使普利(ESPRIT)等。

二、高级时装与高级成衣

在时尚之都法国和意大利,女装品牌依原创性和手工含量分为三个层次:

高级时装(HAUTE COUTURE)、高级成衣(COUTURE READY-TO-WEAR)及成衣(READY-TO-WEAR);男装也分为高级时装、高级成衣和成衣。

1. 高级时装

高级时装是服装设计与制作的一种最古老的形式,它不仅在过去为法国巴黎所独享,而且在现在也依然如此。高级时装的起源可上溯到19世纪中期的沃斯时代,最盛时有数百家高级时装屋,如今只有十余家享此殊荣,并且时有更新。高级时装是时装界的奢侈品,其唯美、原创的设计维系于已延续一百五十年之久的手工艺工艺技术,而且其称号受到立法保护。要成为高级时装必须向法国工业部下属的专业委员会(高级女装协会)递交正式申请,经审定合格才能获得高级时装的称号。高级时装不是终身制的,需两年申报一次,审查不合格即取消资格。巴黎每年会举行两次高级时装秀,分别在1月和7月。他们会把由高级时装屋生产出来的顶级时尚的、独品定制的、最昂贵的,同时也是最具创造力和创新性的设计展示于T台或陈列柜中,供买手们和专门应邀前来的贵宾挑选。

高级时装是根据顾客特定的着装需求量体裁衣、手工制作的极具流行要素的个性化定制服装,也称高级定制服装。它以顾客为中心,以设计师的服务为重点,倾注制作者的才能与精力,强调专属性和个性化,但却不一定非常激进(图1-1-1)。其重点在于体现设计师与穿着者的个人风格,是艺术化服装的最高境界。高级时装一般为手工缝制的单品,制作周期为2~3个月,价格非常昂贵,尽管现在全世界只有极少数人能够消费得起高级时装,但是由于它几乎不受成本约束的创意,在时尚行业中仍具有举足轻重的地位。

高级定制服装的程序较为复杂,首先顾客寻找合适的品牌与设计师,这将有一个磨合的过程,因此充分沟通、了解顾客的想法非常重要;然后仔细量体并详细记录顾客的体型特征等相关数据;接下来就是构思出图并将设计创意、细节等向顾客讲解清楚,经顾客确认后用白坯布立体裁剪出样衣、确定板型、选择面料进行裁剪缝制;在制作半成品、成品的过程中试装要求3~10次,在不断地修改中完善;最后完成后将成品包装并送达顾客手中,正是这种精致的设计与体贴周到的服务成为两个多世纪众多爱美时尚人士的渴望。