

国际服装丛书 ①
服装设计师完全素质手册

[英] 格里·库克林 著 吕逸华 王琪 译

中国纺织出版社

策划编辑: 刘 磊
责任编辑: 王文仙
封面设计: 李 强

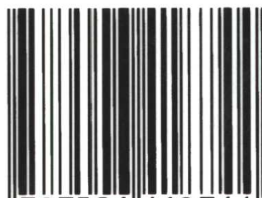
国际服装丛书

①

服装设计师 完全素质手册



ISBN 7-5064-1874-6



9 787506 418744 >

定价: 12.00 元

服装设计师完全素质手册

[英]格里·库克林 著
吕逸华 王琪 译



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书主要介绍了时装设计师应该掌握的服装工艺知识和技能,内容包括成本意识、材料利用、样衣裁剪、粘合衬工艺原理、缝制工艺原理、熨烫工艺原理、服装整理和检验,以及样衣间、服装设计室的运作,设计师和其他成员的交流技巧等等。全书图文并茂,文字简练,可读性、操作性强,可供广大时装设计师参考,也可作为服装专业师生的教学用书。

Garment Technology for Fashion Designers

Gerry Cooklin

© 1997 by Blackwell Science Ltd.

著作权合同登记号:图字:01-2000-18302

本书中文简体版经英国 Blackwell Science 公司授权,由中国纺织出版社独家出版发行。本书内容未经出版者书面许可,不得以任何方式或任何手段转载或刊登。

图书在版编目(CIP)数据

服装设计师完全素质手册/(英)格里·库克林(Cooklin, G.)
著;吕逸华,王琪译. - 北京:中国纺织出版社,2000. 10
(国际服装丛书Ⅱ)
书名原文:Garment Technology for Fashion Designers
ISBN 7-5064-1874-6/TS·1439

I. 服… II. ①库…②吕…③王… III. 服装-设计-手册
IV. TS941-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 42842 号

策划编辑:刘 磊	责任编辑:王文仙	责任校对:郭姝兰
责任设计:李 然	责任印制:刘 强	

中国纺织出版社出版发行
地址:北京东直门南大街 6 号
邮政编码:100027 电话:010-64168226
<http://www.c-textilep.com/>
E-mail: faxing@c-textilep.com
中国纺织出版社印刷厂印刷 各地新华书店经销
2000 年 10 月第一版第一次印刷
开本:850×1168 1/32 印张:4.875
字数:127 千字 印数:1—5000 定价:12.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

序

20 多年来，我一直在以色列拉马特甘（Ramat Gan）的深凯（Shenkar）学院任教。在教室的课堂教学中，我总是力图通过课题模拟实际工作环境来进行授课，这样做的目的是希望对提高学生的实际能力有所帮助，并能有助于鼓励学生以综合的正确眼光去观察与时装设计师每天的工作日程有密切联系的许多活动。这些活动有三方面的中心主题，即材料和劳动力的成本、服装技术和设计部运作。

由于不是每一个服装车间都有固定的服装技术人员，这就意味着设计师必须在制作样衣阶段确定许多与技术有关的方案。此外，设计师必须熟悉生产方法和服装生产车间的限制条件。一件很漂亮的样衣，如果其价格不在公司的目标价格范围内，那么也不能出售。定价是否合理也是设计师工作的重要内容。

本书试图向学生和设计师提供在面临与服装设计总目标直接有关的课题时作出正确决定的方法。

格里·库克林

译者序

虽然服装已被公认为是艺术、技术和经济相结合的产物,但是在实际工作中,不少服装设计师往往没有对技术和经济引起足够重视,而把艺术放在至高无上的地位,并把艺术囿于时装画的局限范围,从而耽迷于自我欣赏之中。一个想要成功的服装设计师,应具有基础技术素质,掌握影响服装质量、成本和加工效率的技术,否则将由于缺乏经济意识、市场意识、技术意识和合作精神,而在激烈的竞争中显得苍白无力。

的确,一件没有销路或虽有销路,却不能给公司带来足够利润的服装,即使能展示设计师个人的艺术才华和独特个性,也是毫无实际意义的不成功的作品。在我国,服装设计人才的高等教育首先在艺术院校的摇篮中诞生,时至今日,依然按艺术类标准招生。前不久,我国教育领导部门在进行专业调整时,在服装设计专业名称的设计二字前还冠以艺术二字,显然,强调了服装设计的艺术性。我国服装设计专业的学生在画时装画方面的技能和勤奋在海内外都是得到公认的。在将近 20 年的教学实践和社会反馈中,面临着日趋激烈的市场竞争,人们不得不作深层次的思考,服装设计专业的学生除了需接受艺术教育外,加强技术和经济方面的知识和技能训练实属必要。可以毫不夸张地说,一位现代社会的服装设计师如果没有技术素养,要想使产品占有相当的市场份额,加工效率高,并能为企业带来滚滚财源,是不可能的。同时,没有能与企业的其他部门进行良好合作、善于交流的品质和团队精神,也不可能是一位称职的设计师。服装业是涉及纤维生产、纺

织加工、辅件供应、商业贸易、媒体传播等部门的大产业链,又因它品种纷繁,时尚莫测,使其比其他商品更难捉摸。

平时,我们常听消费者在抱怨或向我们提出质疑,诸如,服装定价的依据,一件同样的服装在不同的商店内价格迥异,令人咋舌,有时甚至能讨价到它原价的十分之一而成交。服装打折之风此起彼落,令人惊奇!究竟服装的利润应占销售价的多大比例,有没有一定的规律呢。

另一方面,我们又常听说设计师为自己精心设计的作品被打入冷宫而无奈地叹息,也为自己不能与企业中的其他成员进行有效的交流而困惑。设计部的工作究竟如何运作,设计师应具有哪些技能,通过什么途径才能彼此理解,设计师应对企业负多大责任,对这些问题的探讨无疑是有益的。

本书试图向我们提供以上所涉及到的服装设计师,尤其是时装设计师所必备的基础知识。书的内容分三部分,即服装成本和材料利用、服装技术(包括样板裁剪、制作、熨烫、熔衬等原理)以及样衣设计和制作部门的组织、管理和交流。显然,这些技能是我们所需要的,它有利于提高我国设计师的素质,有利于促进我国服装加工技术水平的提高,增强国际竞争能力。

本书在素以裁剪严谨、做工考究而闻名遐迩的英国出版,也在美国、加拿大、澳大利亚、德国、日本等国出版发行。作者格里·库克林(Gerry Cooklin)毕业于英国伦敦时装学院(London College of Fashion)。在英国和以色列从事服装工业生产管理和教学工作30多年,其间在以色列贝格集团(Bagir Group)担任副经理12年,分管技术和产品开发工作;在深凯(Shenkar)学院任高级讲师,从教20多年;与此同时还兼任世界各地多家公司的顾问,他曾经出版了许多有关服装制板和放样技术的书籍,诸如《女外衣样板裁剪》(《Pattern Cutting for Women's Outerwear》)、《童装样板推档》(《Pattern Grading for Children's Clothes》)、《男装样板推档》(《Pattern Grading for Men's Clothes》)等等。由此可见,他在服装技术的理论和实践两方面都积累了丰富的知识和经验。

本书的主要特点是理论和实践相结合,可操作性强,图文并茂,文字简练。首次出版于 1997 年,资料比较新,能反映当前的服装技术水平。

由于以上种种原因,萌发了我们翻译这本书的愿望,现在把它提供给读者,希望能引起读者的兴趣,并能从中获得裨益。书中的序和引言,第一部分和第三部分由北京服装学院吕逸华教授翻译,第二部分由北京服装学院青年教师、在职硕士研究生王琪翻译。全书由吕逸华审定。由于水平有限,不足和错误之处敬请广大读者指正。

衷心感谢刘士弢老师的多处修改、更正,感谢北京服装学院高级设计师蒋金锐老师和教授服装工程的姜蕾老师对全书的修改。

最后,祝愿我国新一代的时装设计师群星灿烂,共同托起我国服装业的明天。

译者

2000 年 8 月

目 录

引言	(1)
----------	-----

第一部分 成本意识

第一章 设计师和服装成本	(3)
--------------------	-----

一、工作框架	(3)
--------------	-----

二、服装成本计划	(4)
----------------	-----

第二章 服装样板裁剪和材料利用	(8)
-----------------------	-----

一、服装材料的利用	(8)
-----------------	-----

二、制板工程	(8)
--------------	-----

三、缝型	(10)
------------	------

四、折边	(13)
------------	------

五、门襟贴边宽度	(15)
----------------	------

六、裁剪辅料	(17)
--------------	------

七、热熔衬	(17)
-------------	------

八、里料	(21)
------------	------

九、计算机裁剪	(25)
---------------	------

十、小结	(25)
------------	------

第三章 服装辅料	(26)
----------------	------

一、里料	(26)
------------	------

二、次要辅件	(29)
--------------	------

三、小结	(35)
------------	------

第二部分 服装工艺

第四章 服装工艺概述	(37)
一、简介	(37)
二、背景	(38)
三、设计师和样板裁剪师	(43)
四、小结	(45)
第五章 样衣裁剪	(46)
一、裁剪的准备工作	(46)
二、排板	(54)
三、条纹与格子面料的裁剪	(61)
四、小结	(68)
第六章 粘合衬工艺原理	(69)
一、简介	(69)
二、粘合衬的结构	(69)
三、粘合衬的选择	(76)
四、不同样板对粘合衬的要求	(77)
五、小结	(80)
第七章 缝制工艺原理	(81)
一、简介	(81)
二、缝纫机的构件	(81)
三、送布系统	(89)
四、线迹与缝型	(91)
五、机械与设备	(95)
第八章 熨烫工艺原理	(101)
一、简介	(101)
二、熨烫的分类	(101)
三、熨烫的构成	(102)
四、机械与设备	(104)

五、小结	(111)
第九章 服装后整理与检验	(113)
一、简介	(113)
二、服装后整理	(113)
三、检验	(115)
四、小结	(119)
第十章 样衣间	(120)
一、简介	(120)
二、运作环境	(120)
三、生产方法	(121)
四、工作人员的组成和责任	(122)
五、小结	(124)

第三部分 服装设计部的运作

第十一章 交流	(125)
一、简介	(125)
二、服装款式编号系统	(125)
三、设计师与员工的交流	(127)
四、设计部与其他部门的交流	(130)
五、样衣生产总结表	(131)
六、小结	(133)
第十二章 管理和组织	(134)
一、简介	(134)
二、原则	(135)
三、管理的实践	(138)
四、计划与控制	(139)
五、小结	(142)
参考文献	(143)
索引	(144)

引 言

服装设计不是存在于真空中,而是从纤维生产开始的一系列加工过程的最终产品。根据各方面权威人士的估计,从纤维生产到样衣阶段大致需要 6~8 个月。对服装生产者而言,加工过程的内部环节在得到下一个季节的材料之前就已开始工作,这是因为在选择材料以前,公司必须确定准备做什么产品。

这一系列活动通常是从市场部所做的市场调查开始。市场调查有正式的和非正式的,在调查中公司要估计自己的目标市场和将以何种价格为顾客服务。同时,设计师可能要去访问国外的高级时装店,以便了解下一季节的流行趋势信息。设计师在形成新的样衣构想时,把市场营销策略和设计结合在一起,开始考虑样衣发布会系列产品的总框架。然后选择和订购织物及辅料。设计师开始准备能代表样衣发布会系列服装主题的中心设计。被批准的中心设计将成为计划开发的各种产品的基础。图 1 所示为设计室在销售前的工作流程。

服装设计是一项有目的的策划工作,除了要发挥每一个设计产品的美感因素之外,设计师还必须考虑许多技术问题和有关商业因素。当设计一旦被批准和服装材料运到工厂,整个设计队伍就必须开始参加样衣制作工作。本书就是从样衣的生产开始,提出的有关文字说明是同时针对设计师和样板裁剪师的。因为在小的工厂里设计师和样板裁剪师很可能是同一个人。

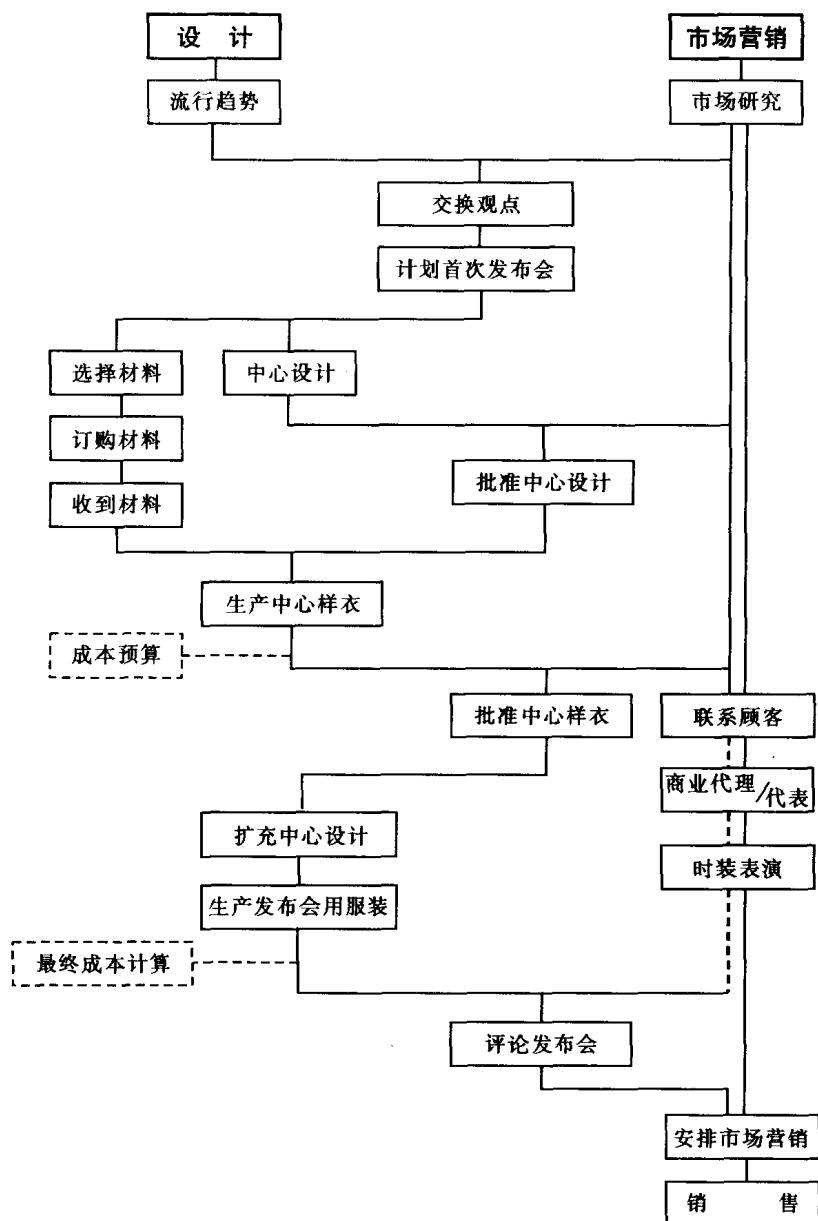


图1 设计室在产品销售前的工作流程

第一部分



成本意识

第一章 设计师和服装成本

追求利润是所有企业的目标,服装行业也毫不例外。从设计到生产加工是否成功只能在季节末从公司账面的色彩是红还是黑来判断。有许多因素影响利润的多少,但是在一般情况下,是否获利起始于设计师。

一、工作框架

设计师的工作从何着手,其回答应该是以下两个因素的组合:

- 市场专门化;
- 标准服装概念。

这两者之间的联系给设计师提供了最初的成本估算。

(一)市场专门化

根据服装的类别,服装工业可分成不同的领域,每个领域又可根据价格进行细分。例如男西装裤,又可按价格高低分成从最廉价的到非常昂贵的不同档次。当然,价格明显地反映了产品的总质量和流行程度。

大多数服装生产者全神贯注于自己在某一领域的特定产品市场份额的扩展和供应。因此,他们积累了大量有关该类产品适用性、价格

和生产要求的专门知识。拥有这些专门知识的公司就能把平均出厂价格进一步细分为几个部分,例如服装材料、劳动力费用、管理费用和利润。这些分析结果可向设计师提供正确的有关服装材料和劳动力的投资数额。成本的两个因素,即服装材料和劳动力费用之间的比例因不同的服装款式而变化,但是两者的总和必须达到或很接近目标,以便使新的样衣处在一个适当的价格范围内。

(二)标准服装概念

大多数服装生产厂家的生产系统均建立在标准服装的基础上。所谓标准服装指的是这个生产线所能生产的代表性服装。代表性服装的生产涵盖通常都有的工作内容,并且能在各种运作中达到人员和设备的协调一致。这种类型的工厂在人员、机器和布局不发生大的变动的情况下,可以应付面料和服装款式在适当范围内的变化。

标准服装概念被广泛采用是因为生产的普遍性存在于同类服装中。这就意味着在实际生产中除了个别款式外,几乎每一种服装都要经过相同的标准操作过程。例如,加工裙子时普遍采用的过程包括包缝、缉制省道、缝合侧边缝、绱拉链、准备和绱腰头、中间熨烫和整体熨烫、整理和检验等。

对生产者来说,比较简单的方法是向设计师提供车间生产一件标准服装时每一组操作所需的时间。设计师参考所提供的时间和标准服装,就能够相当准确地估计出每一个新的设计所需要的工作内容。同时,设计师能估计出所要求的操作过程是否适应车间的生产平衡。

可以说,没有人期望时装设计师在服装的成本核算上是一名专家,但设计师必须意识到他们对成本的影响。服装必须在样衣阶段进行成本估算,因为假如在制作样衣时不考虑成本高低,常常会使工作徒劳无功。因此设计师和样板裁剪师在必要时应改变设计和样板,以便使新的样衣的价格处于正确的价格范围内。

二、服装成本计划

对影响生产特定服装成本的每一项内容,要像服装材料价格表一样详细列出。这些成本总数再加上利润就是公司向顾客开出的零售

价。每一个公司有自己计算成本的方法。组成服装成本的内容一般有四个方面,即服装材料、直接劳动力、车间管理费、总管理费。

(一)服装材料

服装材料指组成最终产品的所有材料和辅料,这些材料包括面料、里料、粘合衬、纽扣、拉链、垫肩、条带、商标、吊牌、衣架和包装材料等等。

(二)直接劳动力

这里涉及服装生产过程所用的全部劳动力成本,包括裁剪、热熔衬料、普通缝纫、专用机器操作、熨烫、整理、检查和包装等用工。所有类别和等级的劳动力都有一项直接管理费,其中包括节假日工资、病假工资、福利补贴等等以及雇主要向雇员支付的法定款项。这通常按工资的百分比来计算。当这项百分比附加在雇员的工资上时,就成为计算直接劳动成本的基础。

(三)车间管理费

计算车间管理费有不同的方法,但是,多数采用以下三种要素的组合。

1. 非直接劳动力 包括车间每一个不直接参加生产操作的人,如经理、车间主任、监管、工程师、仓库管理员、会计、文书、修理人员、守门人、搬运工、保卫人员、清洁人员等。

2. 费用 包括车间在运作过程中固定的和变动的费用,如租金、税、公用事业费、磨损费、保险费、保养费、空调费和各种能源费用。

3. 非直接材料消耗 这些材料作为消耗用品计入成本,包括所有的不直接与缝制服装有关材料、物品等,如办公材料、备件、排料用纸、保养用材料、划粉和大头针等。

以上三个因素的总和是车间的管理费用,因为这些费用不能很方便地应用在特定的成本单元中,所以通常用直接劳动力费用的百分比来表达。例如,在给定的时期内的费用为:直接劳动力费用 28000 英镑(包括直接管理费),车间管理费 33600 英镑,所以车间管理费是直接劳动力费用的 120%。由此可见,用这个百分比简化了每个操作者每分钟工作成本的计算。

例如：每小时劳动力费用为 6.00 英镑，车间管理费按 120% 计算，为 7.20 英镑，总的成本为 13.20 英镑，每分钟工作成本为 0.22 英镑。因此，每种操作的价格是，每分钟的工作成本乘以允许的操作时间。

（四）总管理费

总管理费包括所有的劳动成本和公司在运作过程中所需要承受的费用，如行政管理费、市场营销费、财政费、保险费、仓库费、租金和公用事业费。设计部门的成本通常分配在这些费用中。

再次强调，由于将这些费用按比例分配到特定的成本单元中还存在实际的困难，因此通常以直接劳动力费用、车间管理费和直接材料费用总合的百分比来表达，在同一时间内所有成本的计算举例如下：

直接材料费用	84000 英镑
直接劳动力费用	28000 英镑
按直接劳动力费的 120% 计算车间管理费	33600 英镑
合计	145600 英镑
总管理费	65520 英镑

所以，可以很方便地算出总管理费是所有其他成本费的 45%。服装成本是由直接使用的服装材料、直接劳动力、车间管理、总管理等四个方面费用加起来所组成的。

图 1.1 为服装成本的计算举例，不同的公司在计算的内容、采用的术语和形式上可能有些变化，但是成本计算的基本目标即生产服装的成本需要多少是相同的。

（五）设计师的作用

计算服装成本的准备工作通常由成本计算员确定，他要校对和整理所有有关的信息和计算费用。在计算成本以前设计部需要检查和批准样衣是否基本可行。一个训练有素的排板员能减少所需材料的数量，也能正确分析生产过程的工作内容，但是如果样衣生产出现过多的材料和劳动力费用时，这些人也没有办法使样衣的生产达到可以接受的程度。所以说设计师有远比设计服装更重要的职责。