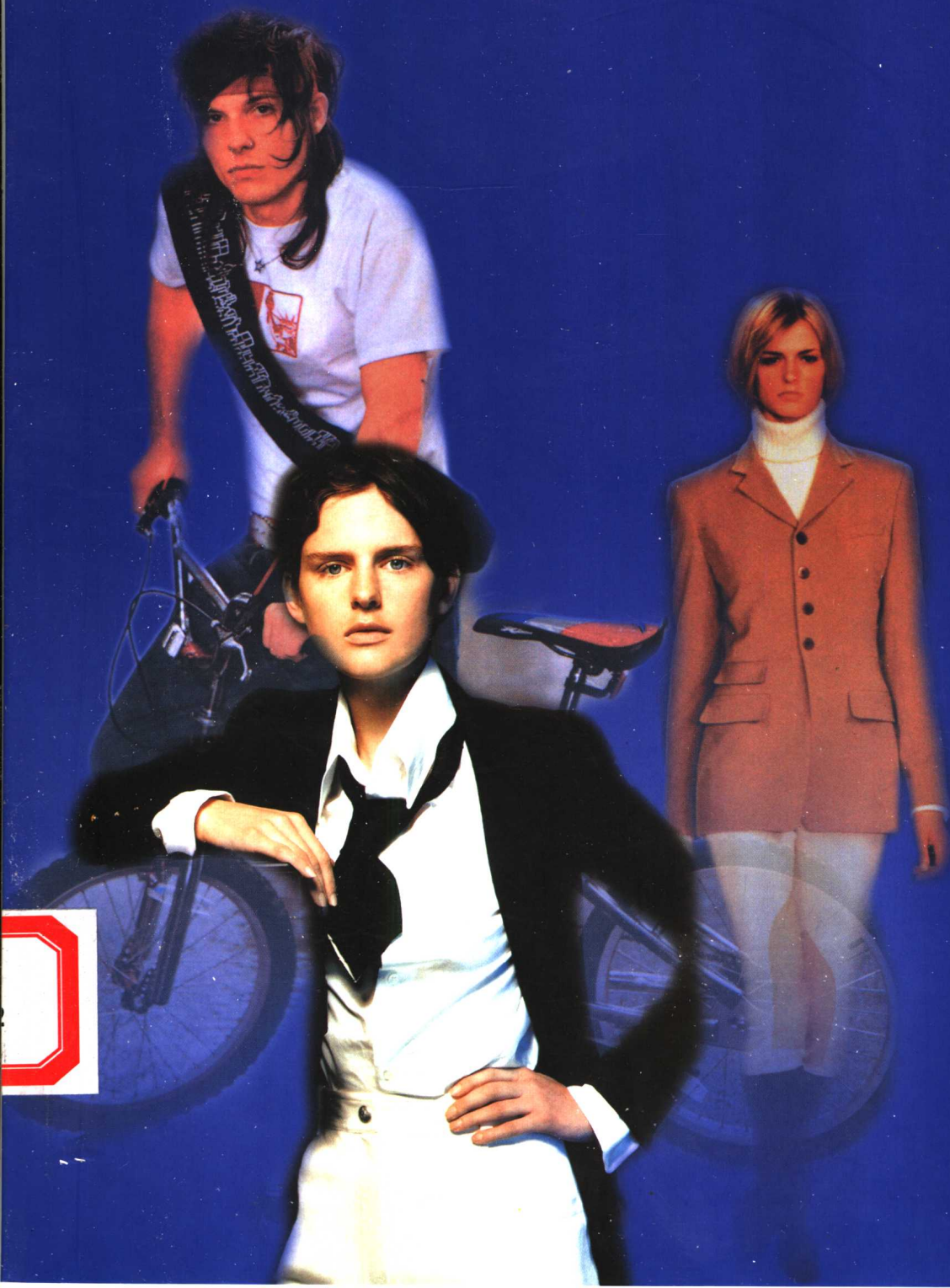


服 装 设 计 系 列 丛 书

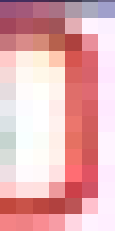
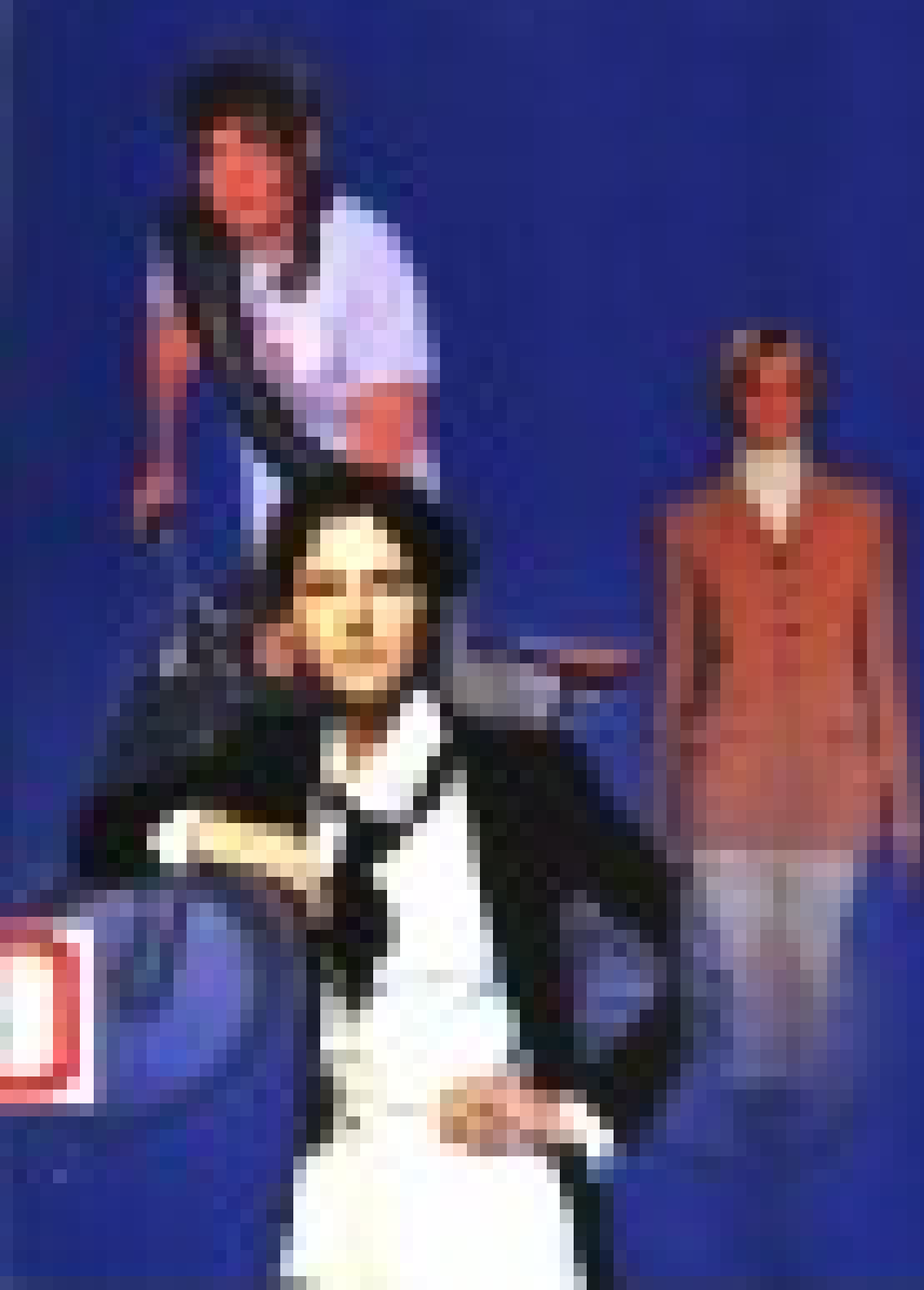
A SERIES OF DRESS DESIGN

品牌成衣设计

刘君 陈燕琳 编著



品牌成衣设计



服装系列丛书

TS941.2
L742

品牌成衣设计

刘君 陈燕琳 编著

A SERIES OF DRESS DESIGN



西南师范大学出版社

HAN 7/4/04

图书在版编目(CIP)数据

品牌成衣设计 / 刘君 陈燕琳 编著. —重庆: 西南师范大学出版社, 2003.9

ISBN 7-5621-2948-7

I. 品... II. 刘... III. 服装—设计—高等学校

—教材 IV. TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2003)第082540号

服装设计系列丛书

品牌成衣设计

刘君 陈燕琳 编著

责任编辑: 王正端 张六莲

装帧设计: DZW 王书彬 李林娣

出版发行: 西南师范大学出版社

经 销: 新华书店

制 版: 重庆海阔特数码分色彩印有限公司

印 刷: 四川省印刷制版中心有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 7

字 数: 224千字

版 次: 2003年9月 第1版

印 次: 2003年9月 第1次印刷

I S B N: 7-5621-2948-7/J·282

定 价: 48.00元

本教材采用了大量图片,在此对各位作者表示感谢。因多种原因,无法与收入本书作品的部分作者取得联系,在此表示致歉。恳请收入作品的作者与我社联系,以便署名并支付稿酬。

西南师范大学出版社

联系电话: 68860895

耐人寻味的是，人类除了“食色”之外，最熟悉的东西也许当数服装了。事实也是如此。几乎所有的人自降世以来便被“衣”这种东西包裹，从此相伴终身。所以衣着行为是人类最普遍的行为，以至衣裳也平凡得让人忽视，甚至轻视。

大约20年前，当改革开放的高校刚刚要开设服装专业时，竟令某些人大惊失色。有人不无轻蔑地认为：小裁缝岂能登大学讲堂！其实谬也。

服装，倒是颇有资格将自身视为一门学科，一门边缘学科。它涉及面甚广，包含有材料、结构、工艺、设计、色彩、图案、构成、美学、史学、人类学、社会学、心理学，还有服装CAD、营销、CI、展示等等，有时很难将其归为艺科还是工科。毋庸置疑，服装作为人类生产、生活本身的实践已存在了几千年，只不过对其理论的探究，则是较晚才开始的。

最早讨论服装理论的是哲学家、人类学家、美学家，他们关注的是人为什么穿衣，也就是服装的起源和功能。黑格尔（Hegel）在他那部三卷《美学》里提到：“时髦样式的存在理由就在于它对有时间性的东西有权利把它不断地革旧翻新。”诚然说得十分哲理。他又说：“除掉艺术的目的以外，服装存在理由一方面在于防风御雨的需要，大自然给予动物的皮革羽毛而没有以之给予人；另一方面是羞耻感迫使人用服装把身体遮盖起来。”不过，他的德国同胞、人类学家格罗塞（E. Grosse）不这么认为：“……所以遮羞的衣服之起源不能归之于羞耻的感情，而羞耻感的起源倒可以说是穿衣服的这个习惯的结果。”这是他在《艺术的起源》中的精彩议论。以后，像弗吕格尔（J. C. Flugel）、拉弗（J. Laver）等学者都在服装的深层心理、美学等理论层面作出了卓越的探索。

服装设计教育的逐步完善是在第二次世界大战以后。现代设计教学晚于设计本身也是十分正常的。因为工业设计的教育仅仅始于上个世纪20年代的德国包浩斯，可以作为工业设计范畴的现代服装设计也是从这一体系里派生出来的。人们从服装的板型、裁剪工艺逐步上升到设计的理念、史论的研究，现代营销手段的研究。从纤维材料到服装销售、从流行趋势把握到衣着行为研究，这是个教学体系，也是一项系统工程。

中国的服装教育是在困难中、在某些偏见中探索成长的，并已经取得了一些成果。我们有艺科的模式，也有工科的模式，这与发达国家的服装教育类似。但我们尚未建立具有中国特色的模式及各院校的特色模式。有鉴于此，我们编撰了本套丛书。

本套丛书聘请了国内诸服装院校的教授参与编著，其内容涵盖了服装教学的诸多方面。当然，我们不奢望成就一座大厦，但愿意为之添砖加瓦。

主 编

- | | | |
|------|-------------|-----|
| 袁 仄： | 北京服装学院服装系 | 教授 |
| 陈 飞： | 南京艺术学院服装系 | 副教授 |
| 余 强： | 四川美术学院艺术设计系 | 教授 |

编 委

- | | | |
|------|------------------|-------|
| 包铭新： | 上海东华大学服装学院 | 教授 |
| 李当岐： | 清华大学美术学院 | 教授 |
| 刘元风： | 北京服装学院 | 教授 |
| 丁国强： | 武汉科技大学服装学院 | 教授 |
| 胡 月： | 北京服装学院服装系 | 副教授 |
| 张晓凌： | 中国艺术研究院 | 研究员 |
| 区伟文： | 香港理工大学纺织制衣学院 | 副教授 |
| 陈 莹： | 苏州大学艺术学院 | 教授 |
| 廖爱丽： | 广州美术学院设计系 | 教授 |
| 吴 洪： | 深圳大学服装学院 | 副教授 |
| 史 林： | 苏州大学艺术学院 | 教授 |
| 牟 群： | 四川美术学院美术学系 | 副教授 |
| 黄 嘉： | 四川美术学院设计艺术系 | 教授 |
| 龚建培： | 南京艺术学院设计分院 | 副教授 |
| 王晓梅： | 云南艺术学院设计艺术系 | 副教授 |
| 吴简婴： | 江苏雅鹿高级职业服装设计有限公司 | 高级设计师 |
| 罗亚平： | 立雅高级毛衫有限公司 | 高级设计师 |
| 诸艺萌： | 江苏省服装总公司 | 高级设计师 |



刘 君

1968 年生于广州，讲师。
1990 年毕业于苏州丝绸工学院服装设计专业，其后在企业从事服装设计工作，
1993 年入深圳职业技术学院任教至今
作品和论文曾多次发表于专业杂志，并编著《时装与材质设计》一书。



陈燕琳

1968 年生于武汉，讲师。
1990 年毕业于中央工艺美术学院之后长期从事服装教学工作，
作品和论文曾多次发表在专业杂志上，并编著《时装与材质设计》一书。

第一章 成衣的产生与发展 2

- 一、成衣的阶级差别 2
- 二、社会进步对成衣的影响 2
- 三、第二次世界大战后的成衣业 3
- 四、年轻风暴与成衣的迅速发展 4
- 五、现代成衣的趋势特点 5
- 六、与科学技术共同成长的成衣工业 5

第二章 成衣概念 6

- 一、成衣的定义 6
- 二、成衣的特性 6
- 三、成衣与高级时装 6
- 四、成衣的划分 10
- 五、成衣的类别 10

第三章 成衣与流行 16

- 一、流行的定义 16
- 二、影响流行的因素 16
- 三、流行周期 18
- 四、流行的变化形式 18
- 五、如何掌握流行趋势 20
- 六、流行与成衣设计 23

第四章 成衣的风格类别 26

- ## 一、风格的划分 26

- 二、传统古典风格 28
- 三、柔美浪漫风格 30
- 四、优雅高贵风格 32
- 五、民族乡村风格 34
- 六、先锋前卫风格 36
- 七、休闲运动风格 38
- 八、男士军服风格 40
- 九、现代都市风格 42

第五章 品牌成衣的设计策划 44

- 一、成衣品牌策划的定义 44
- 二、市场细分的意义 44
- 三、成衣的市场细分 44
- 四、品牌的类别 48
- 五、品牌概念的确定 50
- 六、品牌的市场定位 52
- 七、成衣商品策划 54

第六章 成衣设计 60

- 一、成衣设计的相关因素 60
- 二、收集服装信息 60
- 三、成衣设计 62
- 四、成衣设计师的设计说明 68
- 五、样衣的生产与确认 68

第七章 世界著名品牌 70

- 一、柏帛丽(Burberry)——典型的英国传统风格 70
- 二、夏奈尔(Chanel)——女性高贵品牌的象征 72
- 三、吉尔·桑德尔(Jil Sander)——简约的美学精神 74
- 四、迪奥(Dior)——高级时装的代名词 76
- 五、道尔斯与加伯纳(Dolce & Gabbana)——性感热情的意大利风格 78
- 六、贝纳通(Benetton)——服饰广告中的一枝奇葩 80
- 七、卡尔文·克莱恩(Calvin Klein)——个性化简约主义的代表 82
- 八、高田贤三(Kenzo)——丛林之梦 84
- 九、古孜(Gucci)——时装王国的当代传奇 86
- 十、米索尼(Misson)——针织的世界 87
- 十一、普拉达(Prada)——艺术与商业的结合 88
- 十二、三宅一生(Issey Miyake)——服装创造家 90
- 十三、路易·威登(Louis Vuitton)——享誉全球的皮具世家 92
- 十四、芬迪(Fendi)——传统与创新的皮草世家 94
- 十五、拉尔夫·劳伦(Ralph Lauren)——生活风格的倡导者 96
- 十六、范思哲(Versace)——性感与魅力的时尚帝国 98
- 十七、玛丝·玛拉(Max Mara)——意大利最大的女式成衣制造商 100
- 十八、唐娜·卡伦(Donna Kaeen)——为生活而设计 102

后记 106

参考文献 106

第一章 成衣的产生与发展

一、成衣的阶级差别

1770年,成衣最先由巴黎一家裁缝店始创,距今200多年。当时成衣在欧洲并不乐观,阶级差别把人们分成好几个集团,着装是以阶级为中心的,从一个人的衣着,可以识别阶级和身份,而且法律明文规定款型、颜色和质料的穿着等级。一方面服装的样式是以头衔和身份为前提的,服装作为人们在社会中所处的阶级、阶层和具体角色位置的表征有着严格的限制;另一方面传统服装的装饰性远远大于功能性,服装上各种刺绣、钉珠、花边等等繁琐的装饰都需手工完成,因此无从开拓大量生产成衣的途径。

二、社会进步对成衣的影响

距今约100多年前,美国胜家服装缝纫机开始供应家庭主妇,但当时缝纫机的出现并未给人们的生活带来重大改变,对一个妇女来说,它只不过可以使人能较轻松地为人做更多的衣物罢了。

把缝纫机搬进工厂,开始大量生产服装的是德国。到了19世纪中叶,由于缝纫机的导入和廉价的家庭劳动,使得成衣生产进入了新的发展期,服装的生产开始成了一种工业化的生产。以动力和纺织业为开端引发的工业革命使缝制衣物所需的材料变得容易得到,加工衣物的机器设备也更加普及,从而为削弱等级观念提供了强有力的技术和物质保障。初期的成衣产业主要生产男性工作服、男装以及妇女的外套、内衣类、披肩等多种商品,1870年以后,则导入了不同尺寸的成衣。当时的成衣以一般大众为对象,不受季节和款式潮流的影响。

到20世纪初,由美国为首开始掀起的世界范围的女权运动引起了服装的巨大变革,使服装由非功能性转向功能性。女性解放的浪潮,

使职业妇女人数剧增,男女平等的思想使当时越来越多的女性走出家庭进入社会工作,因此产生了大批经济独立的女性。由于外出工作,收入足以使她们生活自立,但因此也使她们自己缝制衣服的时间大大地减少了,于是求助于成衣的供给,使成衣市场得到了发展;而由于妇女在社会工作的缘故,需要有适应工作的功能性强的实用女装,所以出现了上班服、工作服之类机能性的服装,这只是改变的开端,富于机能性的女装在女性生活中的确立,标志着服装的成衣化向前迈出了坚实的一步。



服装的阶级差别使服装具有身份和阶层表征。图为上流社会的服饰着装

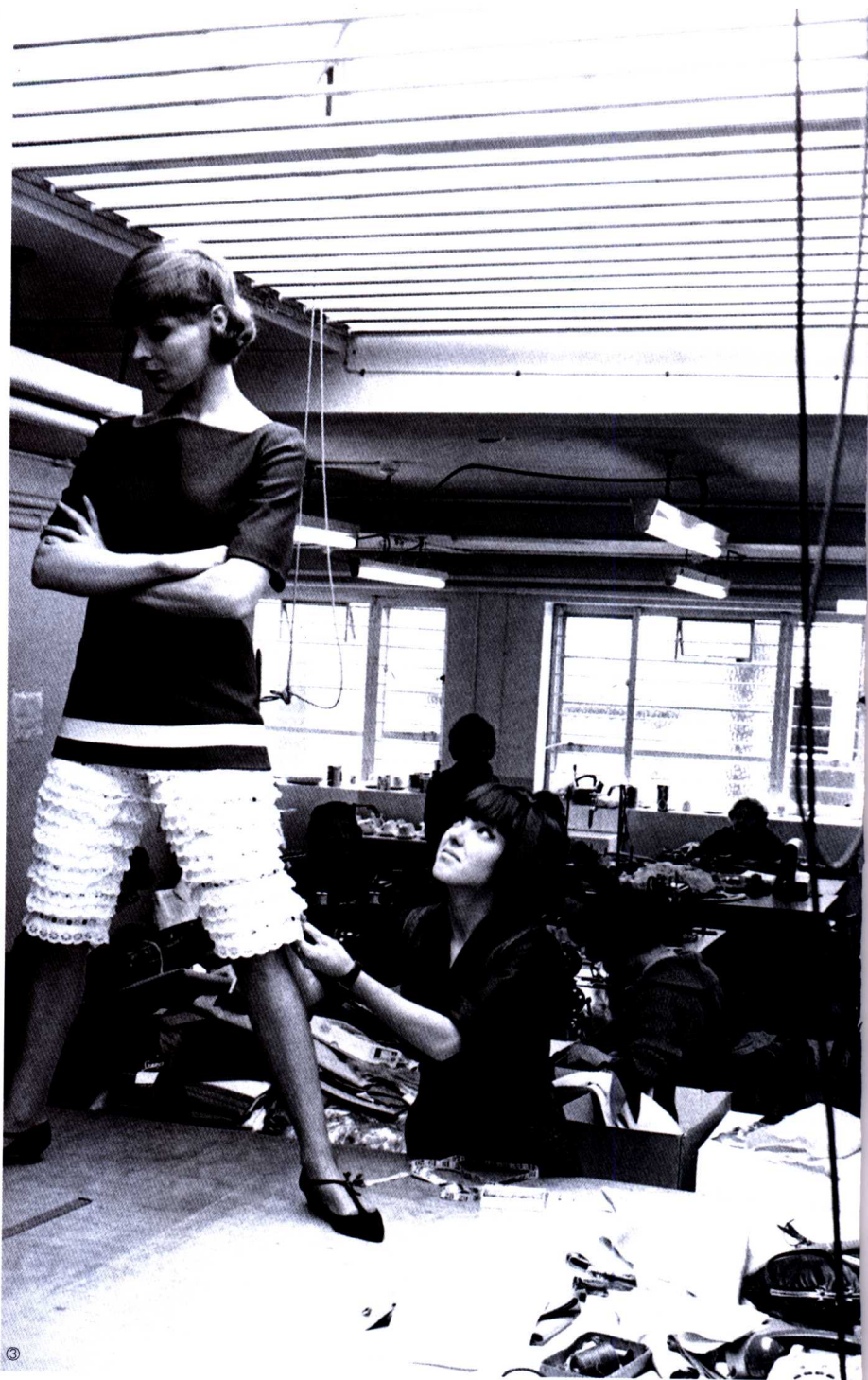
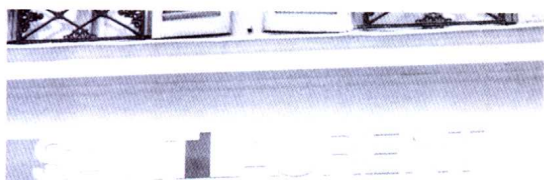
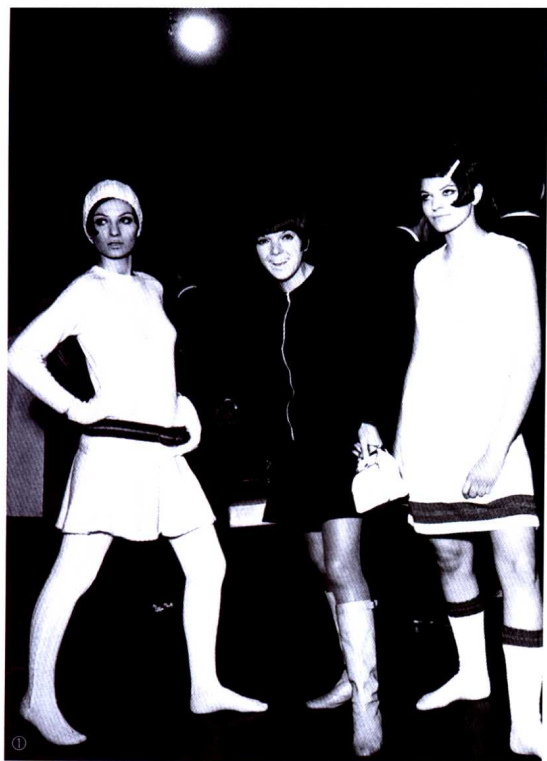
三、第二次世界大战后的成衣业

第二次世界大战后，新的经济增长带来了平等的社会消费，过去那种以血统、世袭为基础的服装标识体系已经结束，取而代之的是以金钱为基础的新秩序，即发生了“政治权利形式”向“货币权利形式”的转移。一方面，随着财富的增长，时尚变得民主化了，过去被排除在高雅大门外的大众妇女开始留心每一季服装的款式变化，而杂志、电影、收音机也不断为她们提供服装情报；另一方面，服装业为应付新需求，也重新投产设备，成衣的品质和产量显著提升。同时，战后人们新的价值观与生活方式导致了服装时尚的变化，美国人相对舒适、随意的着衣生活观念开始产生影响，事实上美国成衣业在战后发展较快，并逐步形成了一套标准化的号型尺码系统，对后来全世界的成衣服装都有着深远影响。

但成衣企业在战后推出的产品，仍是沿用高级时装店所制作的服装线条，在20世纪50年代巴黎高级时装的鼎盛时期，成衣所代表的仍是较廉价的服装。



女性解放的浪潮，使职业妇女人数剧增。出现了富于功能性的女性职业装与上班服



①玛丽·奎特的设计简洁而年轻化，深受年轻人追捧
 ②伊夫·圣·洛朗 Yves Saint Laurent 在 60 年代开的第一家高级成衣店“RIVE GAUCHE”
 ③玛丽·奎特——60 年代时尚流行的领导者

四、年轻风暴与成衣的迅速发展

20 世纪 60 年代是成衣快速成长的时期，使巴黎高级时装退出闪耀舞台的直接原因是——“年轻风暴”，年轻一代认为由高级时装店规制的“由上至下”的流行传播体制是不民主的，并公开反对服饰作为人的社会地位的象征，因而开始向传统的服装体制挑战。年轻人希望用打破常规的服装穿着形式来对传统规范提出示威，英国的年轻浪潮在 1967 年达到高潮，年轻人在服装市场的整体购买力约占 50%，美国以及其他西方国家也有相同倾向，而此年轻层进入服装市场后，便成为 60 年代成衣快速成长的主要动力。大约在 1965 年，“成衣 Pret-a-porter”取代了“订制服装 Confection”

成为现代服装语汇,这个名词的转换可以说代表了当时整个社会体制的大变动,将服饰带入了工业化阶段,服装成了大量制造的“标准化成品”。年轻一代使服装发挥了革命性的作用,扭转了以往的服饰观念,给服装业输入了活力、自由和平民意识,从而使世界各地的女性不必再紧张地盯着巴黎高级时装,而可根据自己的喜好、个性和体型,自由选择组合服装。服装评论家这样写道:“60年代才是20世纪的真正开端,它使服装业进入了一个令人难以想象的新纪元,一个完全脱离了以往发展轨迹的新纪元。”

以前服装表现的是阶级,现在的成衣体现的却是人本性,时至今日,我们已很难单从一个人的外表判断他的社会阶层、经济地位、职业和国籍。成衣业使服装呈现出民主化和生活化的趋势,同时,由于生活方式与价值观念的改变,使得成衣有了更广阔的发展空间。



60年代的嬉皮文化对服装的变革产生了深远的影响

五、现代成衣的趋势特点

现代成衣的趋势特点:

- 款式大众化——令人容易接受而不突兀,具备一些可以一穿再穿的基本元素。
- 成衣具有系列性与可组合性,可自由组合搭配,人人都可根据自己的个性喜好自由搭配塑造形象。
- 成衣的款式基本无年龄之分,只要尺码适合,任何年龄段都合穿。
- 成衣的色彩与材质受流行影响。
- 成衣是流行的衍生而非独创——稍有流行感,但不至于前卫过头。
- 成衣设计是新的比例而非新的概念或主张。
- 无阶级之分——无论出身如何,人人都可穿着漂亮,都能喜欢牛仔裤或名牌。

六、与科学技术共同成长的成衣工业

随着科技的发展,服装原材料以及加工工具的进步,大大改变了服装制作水平,促进了成衣工业的发展。

1945年之后的50多年中,在服装技术中取得的显著成果有:

- 粘合衬的发明以及与此相关的特殊纺织品、树脂和工程技术的发展。
- 电动控制针的位置、自动切线、具有来回缝装置、具备记忆功能的缝纫机
- 包括设计、制板、推板、排料功能的服装CAD系统。
- 由微型计算机控制的生产设备。
- 通过CAM系统实施的快速裁剪系统,色差分辨系统。
- 可编程的辅料和整烫设备。
- 电脑驱动的材料处理系统。

时至今日,缝纫机械多达4 000余种,随着电脑技术在服装业的应用,使成衣生产产生了质的变化。

第二章 成衣概念

一、成衣的定义

成衣：指按标准号型成批量生产的成品服装。

英文：ready made, ready to wear.

二、成衣的特性

●成衣的尺寸并非专为某一人体量身制作，而是根据某一类群体的体型需要，统计出合理的系列尺码。

●成衣是为某一广大群体生产的，生产模式与产品规格依据属工业产品，因此要求品质规格化、生产机械化、产量速度化。

●成衣是针对某一类群体的特点、需要而进行定位设计的销售性商品，其商业性要求价格合理化、款式大众化、品种系列化与组合化，可全方位地为锁定地顾客群服务。

●成衣在产品的款式及规格设计时都有其标准性。成衣大都按其款式要求，有适当的洗烫标准和用料成分、尺码、价格，并具有其个别的商标。

三、成衣与高级时装

成衣与高级时装的差别，首先是在制作工艺和制作方式上截然不同。高级时装采用时装店工作室的高技术，以多次假缝以及90%以上的手工缝制完成所构想的作品，客户必须要量出3~5个人尺码，而后有可能要等上数月才能拿走服装。艺术价值与缝制的完美性是高级时装所追求的目标，因此有人形容高级时装属于横跨大西洋航游的时代而不属于协和式飞机时代。

而成衣的设计观念则不同，其反映的是生活的自然装扮和个性生命力，以商业观点为设计考量。成衣为街头女性提供了她们所希望的新服饰以及自由选择的空间，不像高级时装只为个别特定的女性而设计制作。随着社会价值观念的转变、生活节奏的加快，在现代个性化、多样化的服装时代，人们的服装转换极为频繁，流行服装的生命周期极短，所以完美的剪裁及手工被视为次要的价值，成衣顺应社会各阶层的需求，采用工业化大批量多品种的生产方式，因而使成衣成为今日衣生活的主流。

其次，巴黎的高级时装店历史悠久。“法国高级时装联盟”创立于1868年，历史悠久。在巴黎，要想从事高级时装这个行当，必须得到巴黎高级时装店协会的特别承认。开设高级时装店，必须具备以下条件：

- 每年在规定的时间内，举办2次个人作品发表会，每次作品不少于75套；
- 须拥有20人以上的从业人员，产品要进行数次假缝试样后再缝制；
- 每年对特定的顾客举行数十次展示活动，作品须由专属该店的时装模特来展示。



Esprit提出“在乎心态而非年龄”的口号正符合现代成衣大众化、系列化以及无年龄界线的趋势特点

高级时装本身可说是一种艺术，高级时装几乎全是用手工缝制的，缝纫机的作用还不到整个工作的1/10，高级时装设计师被称为coutureier。

巴黎的“法国高级成衣协会”成立于20世纪60年代初，在第二次世界大战之前，法国的服装，要么是以有限的高级顾客为对象的高级时装，要么是以一般大众为对象的成衣。第二次世界大战之后，顺应社会时代的需求，出现了介于二者之间的高级成衣，法语称pret-à-porter。它的意思是只要修改一下就可以立刻穿用的衣服。高级成衣设计师在法国时装界称为styliste。

高级时装发表会是在新的季节到来前举办的，分别为每年1月进行春夏季作品发布会，7月进行秋冬季作品发布会。

高级成衣和一般成衣的发布会则提前半年举办，于每年3月举办秋冬季作品发布会，10月举办春夏季作品发布会。



20世纪30年代是时装与艺术完美结合的年代，艾尔沙·夏帕端丽的设计无疑体现了这一特质



在制作态度和制作方式上与成衣截然不同的高级时装几乎都是以手工的形式完成



艺术价值与缝制的完美性是高级时装所追求的目标