

国际时尚设计丛书·服装

时装设计： 全程实训教程

FASHION DESIGN
THE COMPLETE GUIDE

[英] 约翰·霍普金斯 ◎ 著
钟敏维 刘 驰 ◎ 译

专业必修课教材



中国纺织出版社

国际时尚设计丛书·服装

时装设计： 全程实训教程

专业必修课教材

藏书

[英] 约翰·霍普金斯 著
钟敏维 刘驰 译

 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书介绍了服装的历史和理论背景,探讨了绘制时装画、色彩设计和计算机辅助设计的方法和技巧;为读者呈现了完整的调研和创意生成过程以及从纸样设计到样衣制作等服装系列设计的完整步骤,描述了服装行业内的各种工作。此外,本书还收录了对服装设计师的一系列访谈,读者能够领略到各位服装设计师对变幻莫测的时尚界的独特见解。

原文书名: FASHION DESIGN: THE COMPLETE GUIDE

原作者名: JOHN HOPKINS

©AVA Publishing SA2012

AVA Publishing is an imprint of Bloomsbury Publishing PLC. This book is published by arrangement with Bloomsbury Publishing PLC, of 50 Bedford Square, London WC1B 3DP, UK

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without permission of the copyright holder.

本书中文简体版经Bloomsbury Publishing PLC.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复制、转载或刊登。

著作权合同登记号: 01-2012-5423

图书在版编目(CIP)数据

时装设计: 全程实训教程 / (英) 霍普金斯著; 钟敏维, 刘驰译. —北京: 中国纺织出版社, 2015.4

(国际时尚设计丛书. 服装)

ISBN 978-7-5180-1400-2

I. ①时… II. ①霍… ②钟… ③刘… III. ①服装设计—教材
IV. ①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第027232号

策划编辑: 华长印 责任编辑: 宗 静 特约编辑: 张长敏
责任校对: 梁 颖 责任设计: 何 建 责任印制: 储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010—67004422 传真: 010—87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

北京佳信达欣艺术印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2015年4月第1版第1次印刷

开本: 635×965 1/8 印张: 26

字数: 279千字 定价: 98.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

006
前言

1 008
时尚大背景

010
1.1 定义时尚

018
1.2 时尚体系

030
1.3 时尚之都

034
1.4 世界文化

036
1.5 访谈录 (Q&A)
李·拉普桑
(Lee Lapthorne)

040
1.6 问题讨论
活动建议
扩展阅读

2 042
时装画

044
2.1 时装画工具与材料

048
2.2 时装画人体

060
2.3 服装款式图

062
2.4 时装插画

066
2.5 CAD时装画

070
2.6 访谈录 (Q&A)
达莉亚·里帕托瓦
(Daria Lipatova)

074
2.7 问题讨论
活动建议
扩展阅读

3 076
色彩与面料

078
3.1 色彩理论

084
3.2 色彩板

088
3.3 纤维

092
3.4 服装面料

096
3.5 如何选用面料

102
3.6 访谈录 (Q&A)
劳雷塔·罗伯茨
(Laurretta Roberts)

106
3.7 问题讨论
活动建议
扩展阅读

4 108
服装样衣制作

110
4.1 服装设计工作室

112
4.2 号型和尺寸测量

114
4.3 纸样设计

118
4.4 立体裁剪

120
4.5 缝制

124
4.6 坯布样衣

126
4.7 适体度与后整理工艺

132
4.8 原型样衣

134
4.9 访谈录 (Q&A)
玛姬·诺里斯
(Maggie Norris)

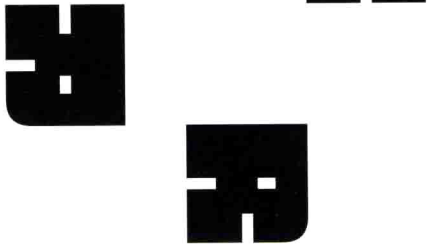
138
4.10 问题讨论
活动建议
扩展阅读

5	140	172	202	204
服装产品开发	作品集与就业实习	结束语	附录	
5.1	142	174	204	
服装系列的含义	服装作品集		索引	
5.2	144	176	207	
服装设计调研	自我推荐		致谢	
5.3	152	182	208	
使用手稿图册	职业机遇		图片来源	
5.4	154	196		
服装系列产品企划	访谈录 (Q&A) 玛塞勒 · L (Marcella L)			
5.5	158	200		
服装的成本核算和定价	问题讨论 活动建议 扩展阅读			
5.6	162			
服装展示				
5.7	166			
访谈录 (Q&A) 达米安 · 肖 (Damian Shaw)				
5.8	170			
问题讨论 活动建议 扩展阅读				

国际时尚设计丛书·服装

时装设计： 全程实训教程

专业必修
课教材



内 容 提 要

本书介绍了服装的历史和理论背景,探讨了绘制时装画、色彩设计和计算机辅助设计的方法和技巧;为读者呈现了完整的调研和创意生成过程以及从纸样设计到样衣制作等服装系列设计的完整步骤,描述了服装行业内的各种工作。此外,本书还收录了对服装设计师的一系列访谈,读者能够领略到各位服装设计师对变幻莫测的时尚界的独特见解。

原文书名: FASHION DESIGN: THE COMPLETE GUIDE

原作者名: JOHN HOPKINS

©AVA Publishing SA2012

AVA Publishing is an imprint of Bloomsbury Publishing PLC. This book is published by arrangement with Bloomsbury Publishing PLC, of 50 Bedford Square, London WC1B 3DP, UK

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without permission of the copyright holder.

本书中文简体版经Bloomsbury Publishing PLC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复制、转载或刊登。

著作权合同登记号: 01-2012-5423

图书在版编目(CIP)数据

时装设计: 全程实训教程 / (英) 霍普金斯著; 钟敏维, 刘驰译. —北京: 中国纺织出版社, 2015.4

(国际时尚设计丛书. 服装)

ISBN 978-7-5180-1400-2

I. ①时… II. ①霍… ②钟… ③刘… III. ①服装设计—教材
IV. ①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第027232号

策划编辑: 华长印 责任编辑: 宗 静 特约编辑: 张长敏
责任校对: 梁 颖 责任设计: 何 建 责任印制: 储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010—67004422 传真: 010—87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

北京佳信达欣艺术印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2015年4月第1版第1次印刷

开本: 635×965 1/8 印张: 26

字数: 279千字 定价: 98.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

国际时尚设计丛书·服装

时装设计： 全程实训教程

专业必修课教材

[英] 约翰·霍普金斯 著
钟敏维 刘驰 译



中国纺织出版社

006
前言

1 008
时尚大背景

1.1 010
定义时尚

1.2 018
时尚体系

1.3 030
时尚之都

1.4 034
世界文化

1.5 036
访谈录 (Q&A)
李·拉普桑
(Lee Lapthorne)

1.6 040
问题讨论
活动建议
扩展阅读

2 042
时装画

2.1 044
时装画工具与材料

2.2 048
时装画人体

2.3 060
服装款式图

2.4 062
时装插画

2.5 066
CAD时装画

2.6 070
访谈录 (Q&A)
达莉亚·里帕托瓦
(Daria Lipatova)

2.7 074
问题讨论
活动建议
扩展阅读

3 076
色彩与面料

3.1 078
色彩理论

3.2 084
色彩板

3.3 088
纤维

3.4 092
服装面料

3.5 096
如何选用面料

3.6 102
访谈录 (Q&A)
劳雷塔·罗伯茨
(Laurretta Roberts)

3.7 106
问题讨论
活动建议
扩展阅读

4 108
服装样衣制作

4.1 110
服装设计工作室

4.2 112
号型和尺寸测量

4.3 114
纸样设计

4.4 118
立体贴剪

4.5 120
缝制

4.6 124
坯布样衣

4.7 126
适体度与后整理工艺

4.8 132
原型样衣

4.9 134
访谈录 (Q&A)
玛姬·诺里斯
(Maggie Norris)

4.10 138
问题讨论
活动建议
扩展阅读

5	140	服装产品开发
5.1	142	服装系列的含义
5.2	144	服装设计调研
5.3	152	使用手稿图册
5.4	154	服装系列产品企划
5.5	158	服装的成本核算和定价
5.6	162	服装展示
5.7	166	访谈录 (Q&A) 达米安·肖 (Damian Shaw)
5.8	170	问题讨论 活动建议 扩展阅读

6	172	作品集与就业实习
6.1	174	服装作品集
6.2	176	自我推荐
6.3	182	职业机遇
6.4	196	访谈录 (Q&A) 玛塞勒·L (Marcella L)
6.5	200	问题讨论 活动建议 扩展阅读

202	结束语
-----	-----

204	附录
204	索引
207	致谢
208	图片来源

前言

《时装设计：全程实训教程》生动地展现了服装设计的背景和特征，描述了设计实践的相关领域和职业前景。

不论从学术角度，还是从其善变的本质——作为流行文化的一部分和当代媒介，时尚都是一个非常复杂的话题。本书主要向读者提供在国际服装设计行业中普遍存在的、关于服装设计工作过程和协作关系的最新理念。为顺应这种开放型的行业背景，本书从伦敦、巴黎和纽约三个国际时尚中心选取了一些经验丰富的服装设计师、行业专家、设计专业的学生以及从业人员，对他们进行了访谈，并收录了部分作品。

本书旨在帮助服装设计专业的学生和有志从事时尚工作的人，从概念或设计主题的产生到样衣制作和服装系列的诞生，去理解设计的关键步骤。本书着眼于实践，展示了各类服装设计工作室的原创作品和图片。

每一章节都以一组学习目标作为开端，以问题讨论和活动建议来收尾。希望这种方式能激励读者去对章节内容进行更深入的分析 and 探讨。除此之外，每一章都列出了扩展学习的资源清单，其中一部分内容专业性较强，有国际影响力，能为您的个人研究或调查拓宽思路。

服装设计是一门综合性的学科，涉及多个领域，比如美学、工业、经济和文化。无论您是想成为一名服装设计师，还是想拓宽知识面，希望本书能加深您对服装设计的理解。

1 时尚大背景

目标

介绍时尚的背景与定义

认识服装产品的分类

思考服装流行周期的变化规律

理解时尚之都形成的历史背景

了解丰富多样的国际时装盛事

在大媒体背景下品鉴时尚

01 — 时装摄影

广告宣传 and 时装摄影不断地为时尚注入活力和激情，有时也带来争议。
摘自：Anne combaz for ponytail magazine



01

1 时尚大背景

- 1.1 定义时尚
- 1.2 时尚体系
- 1.3 时尚之都
- 1.4 世界文化
- 1.5 访谈录 (Q&A)
李·拉普桑
(Lee Lapthorne)
- 1.6 问题讨论
活动建议
扩展阅读

1.1 定义时尚

流行文化

持续变化

时尚包罗万象，与社会学、文化学、心理学和经济学有着千丝万缕的联系。面对如此复杂的本质，要想简单地对时尚下一个定义非常困难。尽管时尚一词涵盖了各种款式的衣服、丰富的配饰、多元的生活方式和某一时期的行为，但一两件衣服并不能代表时尚，时尚仍然与“衣服”或者“服装”有着显著的区别。因此，我们应该将视线投向更广阔的当代社会现象和人类行为，在这样的大背景下去理解时尚。

时尚通常被视为一种流行文化。时尚流行转瞬即逝，似乎显得微不足道，而事实上，时尚有待于我们去做更细致的分析和更深入的文化解读，这种解析有必要联系时尚的共有语境、社会交流功能和传播渠道。大多数社会学家和历史学家都认为文化是后天习得的。依此而论，时尚也是后天习得的一种社会行为。虽然为求保暖和防护而穿衣是一种本能，但人类的各种约定和交流活动，使得时尚俨然成为品位、财富和理想的文化象征。时尚的这种社会功能随着个人身份与集体身份的糅合日趋稳定。随之，时尚文化也许将被广泛地理解成一种系统，它联合了个体，有着自身的规则，并结合当前形势和社会规范提供了某种社会结构模式。

时尚最显著的特征就是不断地变化和重现，形成持续的周期，让人联想到哲学里的时代精神（zeitgeist）理论。时尚反映时代特征，若要定义什么是时尚并不是一件容易的事。凡是被誉为时尚的事物，一定要具有时代性。穿着流行服装就可以称为时尚，这是最简单的例子。然而，由于时尚是不断变化和持续更新的，谁最先接受时尚，谁就最有可能树立起时尚风向标，引领时尚的潮流。这样，最先接受时尚的人将葆有激情，让时尚发生变化，但是一些外部因素和时尚的主导力量会削弱他们的影响。

Zeitgeist

从字面上讲，Zeitgeist指的是时代精神。时尚是流行文化的一部分，也遵循着时代精神的原则，通常反映当前的政治和文化状况。它极易受到外部力量的影响，比如重大事件、主流思想观念、社会团体以及科技等。

时尚就是时代精神（Zeitgeist）。“Zeit”意味着时间，只要时尚初现端倪，你就得像精确的瑞士表一样精准地捕捉到它。

卡尔·拉格菲尔德（Karl Lagerfeld）

性别

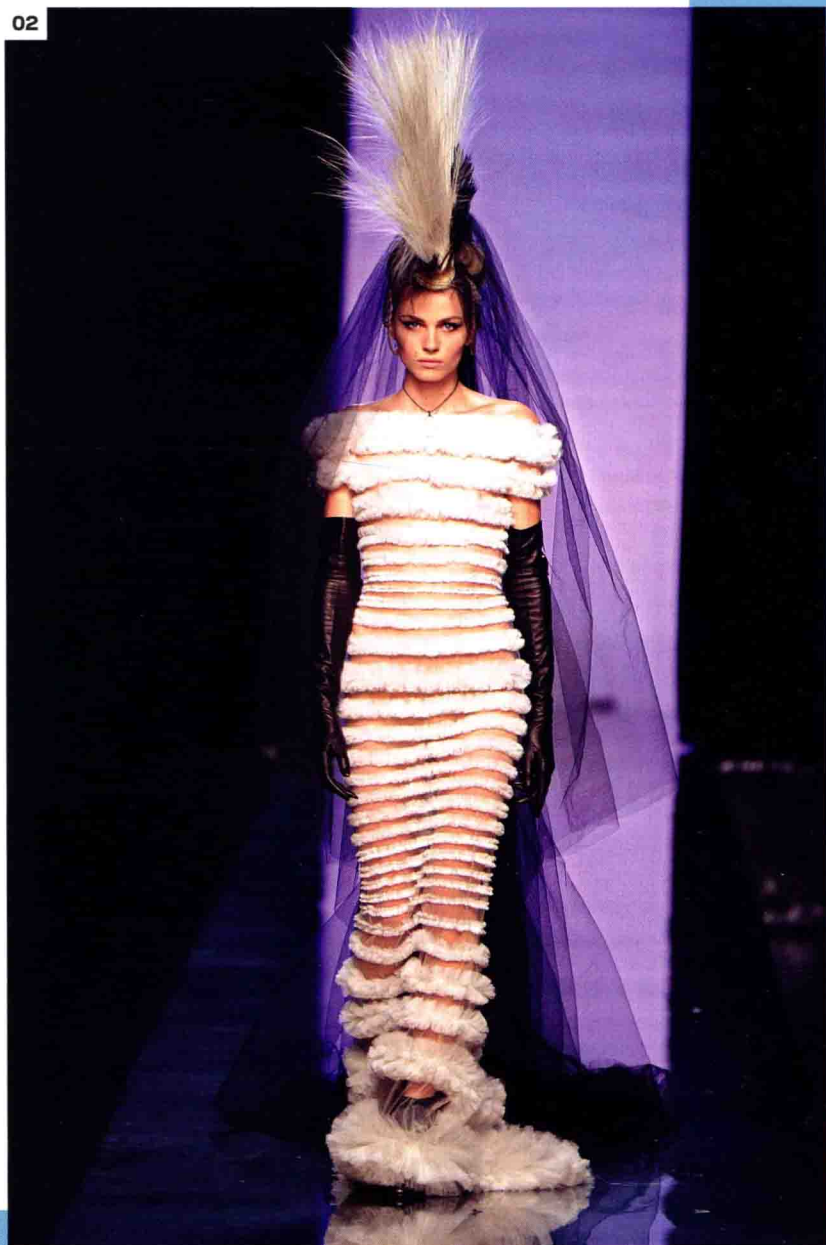
从根本上讲，时尚要表达性别特征。性别特征通常是由社会角色和文化准则来限定的。在历史上，时尚如何表现性别，受到年龄、风俗、地位和两性关系的影响。而在当代时尚文化里，大媒体与时尚传播越来越多地影响着时尚对性别的表达。从商业角度来看，女装相对男装而言占据主导地位。男装的领域仍然局限于行政制服和职业装。这种不平衡状态深化了时尚与性别的关系问题。当代时尚语境下的男女，在穿着上或是界限分明，或是变得模棱两可（诸如“男友款”之类的词进入时尚词典）。而庄重与魅惑，在不同的文化里仍然有着不同的解释，许多服装设计师也对两者间的关系进行了探索。



1 时尚大背景

1.1 定义时尚

- 1.2 时尚体系
- 1.3 时尚之都
- 1.4 世界文化
- 1.5 访谈录 (Q&A)
李·拉普桑
(Lee Lapthorne)
- 1.6 问题讨论
活动建议
扩展阅读



01 — 让·保罗·戈 尔蒂埃 (Jean Paul Gaultier) 2011秋 冬系列

雌雄难辨的男模安德烈·皮吉斯穿着法国设计师让·保罗·戈尔蒂埃设计的以詹姆斯·邦德的形象为灵感的套装。安德烈也在戈尔蒂埃的时装大片中以缪斯女神形象出现。

摘自: Catwalking

02 — 戈尔蒂埃2011春 夏高级时装系列

在让·保罗·戈尔蒂埃的巴黎高级时装秀上，安德烈·皮吉斯身着新娘礼服。皮吉斯的吸引力与时尚圈对雌雄同体的兴趣相关。

摘自: Catwalking

虽然时尚看起来只是表面性的，但在社会和心理层面上，穿着实际影响着个体的自我感觉和个体所期望的他人对自己的看法。社会仍然要求我们遵从性别和文化规则，但时尚却能表达个体愿望，展现个性。服装设计中很重要的一点就是服装廓型的变化。纵观历史上服装廓型的演变规律，各个时期的理想体型就形象地铺展在我们面前，它承载了当时的性别观和审美观。例如，追求穿着舒适的观念刚兴起，就产生了休闲装——这是20世纪最伟大的遗产。时尚常被人视为品位的象征，或被当作获取认同感的工具，由此所带来的心理压力，让人们不可能完全自由，也不可能摆脱穿衣规则的束缚。不管怎样，时尚是一个永恒的话题，有着无穷的魅力。

服装具有象征意义，在历史上常被用以表达身份和地位，构造社会和文化差异。例如，用装饰来区别身份，用礼服来区分宗教或政党。穿着不同类别的服装（如穿着制服或是休闲装）还能表达集体特征。服装的各种象征意义被频繁使用，并不断更新。例如，设计师经常从军装获取灵感，将某些元素应用到女装上。虽然军装元素的实际功能丧失了，但它的象征意义却转化到了女装上。从设计的角度来看，服装象征意义的转化跟跨文化影响和团体意识有关。有时，我们故意颠覆服装的传统象征意义，来表达一种反叛精神，像街头时尚就是一个典型的例子。

时尚产业层次多元，商业机会众多。它超越国家和政治边界，覆盖生产制造业、零售业乃至传媒等多个经济领域。由于19世纪以来，工业技术的加速革新，才造就了如今庞大的时尚产业链。时尚行业最特别的一点就是供应链（Supply chain）。高效的供应链管理，引发了许多社会、道德和环境方面的争议，人们甚至对供应链自身赖以更新的计划报废（Planned obsolescence）策略也提出了质疑。

供应链（Supply chain）

供应链是经过严密计划和安排的一系列步骤。在这些步骤的指导下，原材料被转化成产品进行销售或推广。

计划报废（Planned obsolescence）

1954年布鲁克斯·史蒂文斯（Brooks Stevens）将这一词汇推广开来。他将其定义为“激起消费者不断购买新产品的欲望”。

社会生产过剩时，人们就会想方设法处理剩余价值……我们卖掉时尚，等待随之而来的新时尚。只要有剩余价值，就有时尚产生。 奥特·凡·布希（Otto Van Busch）

01 — 探究身份

当今时尚背景下，在女装中借用男装元素已十分常见。

摘自：Anne Combaz for Tush magazine