



21世纪高职高专规划教材

艺术设计系列



品

牌

前

线

——童装、女装设计

周启凤 编著



清华大学出版社
<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>



北京交通大学出版社
<http://press.bjtu.edu.cn>



21 世纪高职高专规划教材·艺术设计系列

品牌前线——童装、女装设计

周启凤 编著

清华大学出版社
北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本书主要包括童装、女装设计基础, 童装设计, 女装设计, 童装、女装效果图表现, 时装画技法和服装 CI 与品牌 6 个方面的知识。采用大量生产一线的平面款式图、印花图、绣花图, 以及着装效果图, 重在创意及设计能力的培养与引导。作者提供示范性的设计作品, 让学生学以致用, 以培养学生的实践动手能力, 并为开发设计思维打下良好的基础。

本书可作为高等专科院校、高等职业院校、成人高等院校、本科二级学院相关专业学生学习用书, 也可供五年制高职院校、中等职业学校及企业, 以及其他专业爱好者使用。

版权所有, 翻印必究。举报电话: 010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签, 无标签者不得销售。

本书防伪标签采用特殊防伪技术, 用户可通过在图案表面涂抹清水, 图案消失, 水干后图案复现; 或将表面膜揭下, 放在白纸上用彩笔涂抹, 图案在白纸上再现的方法识别真伪。

图书在版编目 (CIP) 数据

品牌前线: 童装、女装设计 / 周启凤编著. — 北京: 清华大学出版社; 北京交通大学出版社, 2005. 6

(21 世纪高职高专规划教材·艺术设计系列)

ISBN 7-81082-543-7

I. 品… II. 周… III. ① 童服 - 设计 - 高等学校: 技术学校 - 教材 ② 女服 - 设计 - 高等学校: 技术学校 - 教材 IV. ① TS941.716.1 ② TS941.717

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 054638 号

责任编辑: 黎 丹

出 版 者: 清 华 大 学 出 版 社 邮 编: 100084 电 话: 010-62776969

北京交通大学出版社 邮 编: 100044 电 话: 010-51686414

印 刷 者: 北京宏伟双华印刷有限公司

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 185×230 印 张: 14.25 字 数: 213 千字

版 次: 2005 年 6 月第 1 版 2005 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-81082-543-7/TS·6

印 数: 1~4 000 册 定 价: 29.00 元

本书如有质量问题, 请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评, 我们表示欢迎和感谢。

投诉电话: 010-51686043, 51686008; 传真: 010-62225406; E-mail: press@center.bjtu.edu.cn。

出版说明

高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分，它的根本任务是培养生产、建设、管理和服务第一线需要的德、智、体、美全面发展的高等技术应用型专门人才，所培养的学生在掌握必要的基础理论和专业知识的基础上，应重点掌握从事本专业领域实际工作的基本知识和职业技能，因而与其对应的教材也必须有自己的体系和特色。

为了适应我国高职高专教育发展及其对教学改革和教材建设的需要，在教育部的指导下，我们在全中国范围内组织并成立了“21 世纪高职高专教育教材研究与编审委员会”（以下简称“教材研究与编审委员会”）。“教材研究与编审委员会”的成员单位皆为教学改革成效较大、办学特色鲜明、办学实力强的高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院，其中一些学校是国家重点建设的示范性职业技术学院。

为了保证规划教材的出版质量，“教材研究与编审委员会”在全国范围内选聘“21 世纪高职高专规划教材编审委员会”（以下简称“教材编审委员会”）成员和征集教材，并要求“教材编审委员会”成员和规划教材的编著者必须是从事高职高专教学第一线的优秀教师或生产第一线的专家。“教材编审委员会”组织各专业的专家、教授对所征集的教材进行评选，对所列选教材进行审定。

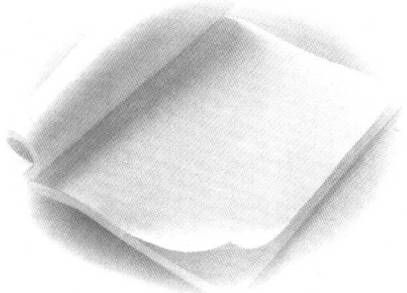
目前，“教材研究与编审委员会”计划用 2~3 年的时间出版各类高职高专教材 200 种，范围覆盖计算机应用、电子电气、财会与管理、商务英语等专业的主要课程。此次规划教材全部按教育部制定的“高职高专教育基础课程教学基本要求”编写，其中部分教材是教育部《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》的研究成果。此次规划教材按照突出应用性、实践性和针对性的原则编写并重组系列课程教材结构，力求反映高职高专课程和教学内容体系改革方向；反映当前教学的新内容，突出基础理论知识的应用和实践技能的培养；适应“实践的要求和岗位的需要”，不依照“学科”体系，即贴近岗位，淡化学科；在兼顾理论和实践内容的同时，避免“全”而“深”的面面俱到，基础理论以应用为目的，以必要、够用为度；尽量体现新知识、新技术、新工艺、新方法，以利于学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力的培养。

此外，为了使规划教材更具广泛性、科学性、先进性和代表性，我们希望全国从事高职高专教育的院校能够积极加入到“教材研究与编审委员会”中来，推荐“教材编审委员会”成员和有特色的、有创新的教材。同时，希望将教学实践中的意见与建议，及时反馈给我们，以便对已出版的教材不断修订、完善，不断提高教材质量，完善教材体系，为社会奉献更多更新的与高职高专教育配套的高质量教材。

此次所有规划教材由全国重点大学出版社——清华大学出版社与北京交通大学出版社联合出版，适合于各类高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院使用。

21 世纪高职高专教育教材研究与编审委员会

2005 年 6 月



前 言

童装、女装设计是服装设计专业中的重点内容。目前,在服装市场的销售方面,童装、女装反映出非常活跃的势头。本书结合市场品牌和潮流,并与成衣生产中的自动化技术、现代管理技术、信息技术、网络工程技术等各生产要素有机地结合起来,形成一种艺术与实用相结合的典范。

服装设计是一门综合性学科,它与多门学科有着密切的联系,尤其与艺术、科技、商业等紧密相连,不可分割。本书根据现代服装企业和市场的需求,将童装、女装分为基础知识、平面款式设计、着装设计、品牌应用与设计四大部分,包含三大类设计内容,即创意类服装设计、成衣设计和品牌服装设计。

从以上几个内容的综合角度来看,本书的目的重点在于服装设计的思维开发和创意能力的培养,介绍创意服装的设计方法,着重开拓同学们的创意思维能力。本书通过挖掘创意灵感的来源,引发构思的联想,并列举大量成功作品的范例等多种形式,展现创意无限的可能性,开阔了设计思路和视野。

本教材立足于全面性和系统性的论述,包括设计基础部分与提高部分,重在服装设计与应用,进行产、学、研三者相结合。由于服装业及服装教育领域发展迅速,也由于作者水平有限,书中疏漏和不尽人意之处在所难免,希望专家、同行和读者批评指正。

作者自创品牌三围博士,开设 swbs 工作室,提供服装专业指导、专业信息、专业培训与设计服务等项目,若需索取品牌前线最新资料(附带光盘),请与作者本人联系。

电子邮箱: zqifeng29@163.com

联系电话: 020-33892031

作 者

2005 年 6 月

目 录

引言	(1)
第1章 童装、女装设计基础	(8)
1.1 服装设计基础知识	(8)
1.1.1 基本概念	(8)
1.1.2 童装、女装设计的基本要素	(9)
1.1.3 童装、女装款式构思要素	(10)
1.1.4 服装设计师的基本素质	(12)
1.1.5 服装设计师的工作	(13)
1.2 服装设计的形式美原理	(14)
1.2.1 比例	(14)
1.2.2 均衡	(16)
1.2.3 对比	(17)
1.2.4 节奏	(19)
1.2.5 统一与变化	(19)
1.3 服装人体知识	(20)
1.3.1 人体比例	(20)
1.3.2 女性人体、儿童人体的比较	(21)
1.3.3 人体上肢与下肢结构表现	(30)
第2章 童装设计	(37)
2.1 童装的概念	(37)
2.2 童装的分类	(37)
2.2.1 按年龄分类	(37)
2.2.2 按号型分类	(38)
2.2.3 按品目分类	(39)
2.2.4 按用途分类	(41)

2.2.5 按材料分类	(42)
2.2.6 按制作工艺分类	(42)
2.2.7 按着装风貌分类	(43)
2.3 童装的设计要素	(45)
2.4 童装设计的面料	(47)
2.5 童装设计方法与步骤	(52)
第3章 女装设计	(106)
3.1 女装设计基础	(106)
3.1.1 女装概括与分类	(106)
3.1.2 女装单体造型设计	(107)
3.1.3 女装组合造型设计	(107)
3.2 女内衣设计	(108)
3.3 女运动服、休闲服设计	(110)
3.4 婚纱、晚礼服设计	(111)
3.5 职业装设计	(114)
第4章 童装、女装效果图表现	(138)
4.1 服装局部造型	(138)
4.1.1 衣领的造型	(138)
4.1.2 衣袖的造型	(139)
4.1.3 口袋的造型	(140)
4.1.4 门襟的造型	(140)
4.1.5 结构线的造型	(140)
4.2 服装平面效果设计	(141)
4.2.1 平面绘制原理及方法	(141)
4.2.2 款式图绘制方法	(142)
4.2.3 手工操作	(143)
4.3 着装效果设计	(143)
第5章 时装画技法	(166)
5.1 色铅画技法	(166)
5.2 水粉画技法	(167)
5.3 水彩画技法	(169)
5.4 唛克笔表现技法	(170)

5.5 有色纸表现技法	(171)
5.6 计算机表现技法	(171)
第6章 服装 CI 与品牌	(184)
6.1 服装 CI	(184)
6.1.1 CI 的定义	(184)
6.1.2 服装 CI 的意义	(184)
6.1.3 服装 CI 系统的构成	(185)
6.2 服装的品牌与销售方式	(185)
6.2.1 服装的概念	(185)
6.2.2 品牌的概念	(186)
6.2.3 品牌的决策	(187)
6.2.4 销售方式	(187)
参考文献	(217)

服装作为人类重要的审美对象，是一门艺术性与实用性相结合的新兴学科，表现在服装设计专业教学中出现了两大类型的教学体系：一类是“艺术型”，重在艺术性、抽象性、创意性与技法性的学习；另一类是“实用型”，以实用性、具象性、可操性、市场性为导向。目前高职高专的服装设计专业教学采取了“以后者为重点，以前者为导向”的教学思路。根据两种类型的特点，笔者结合多年来的教学经验与社会实践，提出“三五”运动（即“五动、五展、五模拟”）的专业教学方法与大家共同探讨。

教育家陶行知先生曾说：“我们此地的教育，是生活的教育，是供给人生需要的教育，不是假的教育。人生需要什么，我们就教什么”，“解放学生的双手，解放学生的嘴，解放学生的空间，解放学生的时间”。我们的教育就是从事人才资源的开发，培养对社会有用、有一技之长的人，也就是培养适应生活、适应管理、适应服务、适应第一线技术的应用型人才。我们的专业教学以适应社会为目标，以扎实技能、技术为手段，以知识面较宽（转岗知识储备）、素质（文化、心理、生理及与人合作）较高为宗旨。因此，笔者推出专业教学的“三五”运动。

五 动

（一）多动手——解放学生的双手，培养学生的动手能力，即“操手”意识

我国目前的服装教育来源于高等艺术院校的美术教育，在教学结构和教学方法上，深受美术教育模式的影响。学生在校几年用于素描、色彩、构成及其他基础课的学习和训练占据了大部分时间，许多学生对服装设计概念的认识和理解是一种与绘画相关的技能，认为学习的目的就是能画得一手好画，能拿出几个理想的效果图方案，服装画好了，就等于设计学好了，这是一种片面的理解。学生缺乏对服装专业知识的全面了解和掌握，具体表现在重绘画、模仿、抄袭视觉效果和创意，忽视了对服装本身的设计、裁剪与制作，忽视了对现实生活的认识 and 实际需要，忽视了对市场与管理、信息与技术等多方面的了解，导致学习走入了脱离生活、脱离服装设计本质的误区。所以，服装设计除了要多画，还要多裁、多做，要把设计构思、创意变成现实；不能只强调点、线、面和画“服装画”的要求，还要掌握服装的制作工艺，面、辅料的选择，以及市场的营销和生产的管理；要避免单一模式的教学，

应注意学生综合能力,即“操手”意识的培养和思维的开发。学生应从基础教学开始培养设计的创新意识,在学习过程中培养学生对服装设计的发现与创造,大胆尝试用各种方法进行设计。现阶段,高职高专的专业教学敢于大胆创新,走在市场前沿,符合市场需求,重视学生动手能力的培养,发展颇有前景。

(二) 爱动脑——解放学生的思维空间,开发创新意识

在纷繁复杂的时代,必须培养学生懂得把握时代的脉搏,提高对社会环境的敏感性和时尚潮流的捕捉能力,强调多观察、多比较、多思考,训练学生具有敏锐的感观力和感悟力。“成功偏爱思考的头脑”,服装设计的灵感与创新,应通过人脑有意识、理想化的思考,积极地、频繁地动用脑筋,思维就会越用越活,越用越巧。即使是模仿,也要经过头脑的思考,绝不是照搬照抄、一成不变,否则设计就会失去意义。设计者白天花大部分时间在市场考察,晚上得花一部分时间用来静静地思考,反复琢磨,最后才得出设计方案。不经过思考和反复比较的设计作品是缺乏市场生命力的。

(三) 勤动脚——解放学生的学习空间,走出课堂,深入市场

当今,国际、国内市场迅猛发展,因循守旧注定是没有出路的,必须培养学生深入市场,到商场、批发市场了解行业的新动态和市场的运作情况。对各种场所的不同群体、不同层次人群的着装需求,以及对国内外市场现代服装走向进行调查,对各类品牌进行调查、分析写出较详细的调查报告。市场是实现商品价值的主要地方,也是实现自我价值的主要阵地,是课堂无法取代的。

针对服装专业市场,主要有面、辅料市场、成衣市场、生产制造市场、图书信息市场,以及人才市场。设计师应紧跟市场潮流,以市场为导向,走在市场的前列。同时,还要关心和参加各种行业活动,如博览会、展览会和设计师、师生作品大赛等行业竞赛活动,借助媒介、信息和资料了解国内外,特别是欧洲发达地区现代服装潮流与时尚的发展趋势。

遗憾的是,我国目前服装教育的现状,并非令人满意,主要表现在教学体制与机制、学科建设、教学方法、教学内容、教学手段等。教学与实际需要的差距仍然较大,与市场严重脱节,这并不是言过其实。据有关调查表明,许多院校服装专业毕业生,行业从业率相对较低,即使就业,也随时面临着被淘汰的危险,甚至有的干脆改行。其主要原因是缺乏市场经验,缺乏自信。虽然这种状况来自诸多方面的因素,但不可否认,其根本原因是学生不能适应企业或市场的需要而退出,甚至有一些学生因为对市场太陌生,缺乏足够自信,根本不敢涉及服装业,毅然改弦更张。时至今日,我们的企业和市场还是紧缺“适合”的服装设计师。

市场固然重要,但个人的勤奋,吃苦耐劳则更是本质条件。笔者曾问起过同行中很有成就的一位设计师:“你为什么薪水那么高,有那么多设计成果呢?”她直率地说:“这很简单,我全靠脚上的两个老茧走出来的。”因此,服装设计专业的教学,在结合社会对人才的需求及根据学院自身的优势,潜移默化地引导学生有针对性地、系统地进行技能训练,掌

握色彩与线条、平面与着装效果的表现的同时,更应该让学生懂得创造的灵感来源于市场,来源于生产实践和观察,只有深入市场,才能真正体会到非凡的想像力和无穷的创造力。市场是服装设计的生命,市场是服装设计创造的源动力。走进市场,了解市场,分析市场,掌握市场,才能引导市场。

(四) 善动心——服装设计前的“胸有成竹”、“心有灵犀”

郑板桥的眼中之竹,心中之竹,手中之竹——“胸有成竹”,给了我们启示:服装设计也应如此。每当我们设计的时候,首先思想在前,心中先有衣服的轮廓;不管是成熟的,还是未成熟的,是成功的,还是未成功的,经过设计者反复酝酿之后,通过思维传达给手,最后才成形在纸上。心手相印,心想事则成。

除此之外,我们还需要心胸博大,有鸿鹄之志,树立正确的人生观、价值观。有对人生乐观的态度,对身边的事物及人要有爱心,正确地辨别“真、善、美”。做一名合格的大学生,美学教育是一门必修的课程。

(五) 好动嘴——让学生学会经商,学会交际,学会展示自我

在服装生产技术管理、服装市场营销等课程教学中,应把怎样做一名合格设计师,怎样处理人际关系,怎样协调各部门间的关系,怎样学会经商,怎样学会表现自我等作为课题或主题班会、答辩会等形式来开展。形式要多样化,内容要具体化。设计课除了多画、多动手以外,教师还要多提出问题让学生回答,这不但解决了问题本身,还让学生锻炼了动嘴的能力。在社会实践中,让学生充分展示自己的才华,亲自去体验业务员、售货员、推销员、促销员、管理员等角色,与客户交谈,与消费者沟通,参加现场拍卖,现场应聘或多上讲台等。充分展示学生的口才能力,培养学生在实践中发现问题、独立分析问题、解决问题的能力。

五 展

(一) 展示学习成果,展示教学水平

某院一年一度的科技节,毕业汇演开展得轰轰烈烈,项目丰富多彩,形式多种多样,有声有色。其中有学生作品展、绘画技法大赛、纸样大赛、工艺大赛、服装表演等,学生热情高涨,全员出动,积极参加,师生打成一片,形成一个竞争争优的好气势。这对展示学习成果、展示教学水平是卓有成效的。服装设计毕业作品的演展活动,既是一种学生在校专业学习成果的汇报,也是教学单位展示教学水平的一个机会。

在欧美一些知名的服装院校,非常重视学生毕业演展的组织和宣传,将演展活动视为一种极具宣传和影响的活动,而且这样的演展吸引了不少社会名人、客商、时装品牌经营者和设计家。许多著名的世界级设计师都是在毕业演展活动中脱颖而出的。因此毕业演展活动、

科技节、服装设计类大赛等活动对学生来说是一次难得的机会,师生必须全力以赴,将自己的能力和水平展示出来,以开启服装事业的大门。

然而,目前我国一些院校的教学单位和学生还没有意识到参加毕业演展和大赛对社会、学校的影响,学生只注重参与而不关心结果。毕业演展成为一种形式上的汇报,没有形成扩大宣传的局面,无法给学生带来真正的利益。之所以存在这种现象,究其原因,主要在于教学课程与计划的设置。通常,毕业设计安排在毕业前最后一学期,对毕业生来说,这个学期面临着求职和毕业,许多学生忙于找工作,因而花在毕业设计创作及制作上的时间不多,从而使毕业创作的质量大打折扣。造成这种状况的因素,主要在于学生本人对毕业设计创作的重视程度、教师的耐心指导和指导水平,以及学院教学部门的关心,社会企业、媒体的参与和支持等,这些都是毕业设计创作水平、质量的前提保证,也是毕业演展活动能否办好的重要条件。走过毕业演展、科技节、服装大赛等这段不同寻常的T型路,使学生对未来充满信心和希望,对自己有一个清楚的认识和了解。应该说,毕业演展的汇报、交流和学习活动,是他们漫漫艺术设计征途的起点,同时也是展示教学水平和成果的标志。

(二) 展示学校办学特色与品牌形象

当今,市场竞争实际是一种人才的竞争,品牌的竞争。特色办学、品牌效应作为人才培养模式和战略,在人才培养的竞争中显得十分重要。随着人们物质生活水平的不断提高,精神生活的不断丰富,文明社会中许多现代元素不断融入了人们的生活理念之中。设计已成为最贴近人们的生活和文化,以及最能张扬民族文化的传播形式。服装既是一种生活必需品,也是一种艺术品(法国人把高级服装称为第八艺术)。服装设计无疑也是一种艺术创新活动,因此服装教学更应突出自己的专业特色。在教学过程中,应有针对性地、系统地进行技能训练,进行主题设计、命题设计,根据客户的要求,根据面、辅料样板,根据投资者的计划,根据来板要求进行设计等,以开发学生的想像力与创造力。

说到特色办学与品牌特色,法国巴黎高等装饰艺术学院服装设计专业的教学方法值得我们探讨和借鉴。该校在服装设计教育方面,对学生特别强调“如何创造”,而这个创造的过程又建立在一系列的基础练习上。这里首先介绍该专业十分有代表性的课题——“分解与重组”。老师将不同的服装,如T恤衫、外衣、外套的缩小比例的裁剪纸样(现成的)发给同学们,要求他们把这些裁样的每一个部分当作一个独立的元素,如领子、袖口、袖筒、胸前、后片等,然后不受任何限制地选取其中一个或多个元素(可放大或缩小其比例),自由地把所选元素进行重新组合,以构成新的服装。例如,十件袖筒可以制成一条裙子,而一百个领子也可以组合成一条晚礼服等。通过练习,主要让学生在创造的起点就走出框框之外,使他们能很快地进入角色,无约束地进行尝试和创作。这种学习过程会使学生得到启发,并产生一些新的意想不到的创意和意外的发现,甚至会有几种或更多的设计方案产生。实践使他们明白,艺术创作是没有固定准则的,创造性思维要从原有的束缚中解放出来。这也是“解构主义”所创导的思想理念。

另一个很有特色的课程,是在特制的人体模型上直接裁剪。学校特别制订了一批以真人缩小2.5倍的人体模型,教师让学生根据提供的英式宫廷服饰图像,去想像古典服装的成衣的形成。在人体模型上,试着用布料直接裁剪,找出其裁剪图形,并做成成衣小样。除此之外,老师还要求他们根据某设计大师的作品或某企业设计产品,迅速勾出速写画面,在这基础上找出大师裁剪图,并进行缩样复制练习。之后,同学们根据自己掌握的方法,利用小模型独立地设计几件作品。再者,通过一幅或多幅图片,自编一个构思版,即从各图片中找到1~2个共型,以此统领全局,进行创意构思,并提炼1~6个色卡,或从一个灵感中引出多个分型,形成一个系列的服装。通过例子可以看出法国服装教育的开放、严谨、灵活和宽松,他们的教学不是强调太多的裁剪准则和制作规矩,而是注重感受和分析能力的培养;追求迅速、准确地控制整体的能力,具有直接、迅速把握整体关系的特点。正是这种特色办学,使法国的服装在世界上赢得了极高的荣誉和地位。

国内许多服装院校,特别是高职高专都有一套自己的办学特色,并注重品牌效应,取得了实效。主要成果有以下几个方面。

- (1) 注重学校VI设计及品牌形象设计,提高了社会的知名度。
- (2) 重视与企业合作办学,厂学结合,学商结合,学与学的结合等多种渠道办学模式。
- (3) 注重校园硬、软件的建设,如校园文化、电化教学设备、图书馆、科技馆,以及实训场的重点建设。
- (4) 发展与国际知名院校或企业联合办学,开展多种合作形式,力争打入国际市场。
- (5) 开发专业教学软件,与高新企业全力合作,提高教学中的科技含量。
- (6) 聘请企业高级工程师及名院教授开设公开课和多种形式的讲座等,聘请业务精英、资深设计师做专业教师,或教师深入第一线。
- (7) 开展多种形式的专业拓展活动,如一年一度的校庆,邀请原毕业学生(有较大成就的)回校介绍成功经验等。
- (8) 参加社会各项专业交流活动。
- (9) 举办各类专业人才交流活动,创双向效益等。
- (10) 开展立体式教学法,即课堂电化教学立体法,把平面设计转向立体成件法、教-学-用三维教学法。

(三) 开展事前弊病、错误纠正

进入企业或厂家,我们首先看到的是“质量第一、信誉第一”的标幅,在各项工作中都以“严”字当头。教学过程中,也要把“质量第一”的理念灌输给学生。在设计、制作服装时,首先设想可能出现的种种弊病,指导学生对出现的弊病加以修正,提高他们对产品质量的认识。

成衣流水过程中,始终坚持“拒绝不合格产品流入下一道工序”,在哪里出现了错误就要在哪里即时解决,即时纠正,严格把关。决不要在事后、成件后出现错误或弊病,否则会

对企业造成不可估量的损失和浪费。所以专业教学过程中开展事前弊病、错误纠正是让学生的“质量意识”深入人心，在未来的工作中具有高度的责任心和质量感。

（四）开展社会公益及服务活动

培养学生对社会的服务意识，免费上岗，造福社会，加强道德素质教育。

每到3月“文明月”的时候，街头上出现了许多人为亮丽的风景，服装专业的学生摆出了衣车现场为民缝补衣物。这不但提高了学生为民服务的意识，加强了道德素质教育，而且还为学生提供了一次实践的机会，又使课堂的理论知识得到检验，一举三得，何乐而不为呢？类似的例子到处存在，举不胜举，我们应加以充分利用，并发扬光大。

（五）展示“主人翁”精神

把课堂搬进厂房，厂学结合，让学生学会当家做主，做一名真正的“主人翁”。模拟各岗位责任人，以下把“主人翁”分成五个模拟责任人，让之各行其责（以课程设置或班会形式）。

五 模 拟

（一）模拟投资者

投资者是要承担各种各样的风险，投资任何项目都要有周密的计划。在服装专业教学中，可以模拟服装行业中任意一个项目，如“假如我是服装企业投资者，假如我是品牌专业店投资者，假如我是面或辅料投资者等，我该怎么样去做？”模拟投资商（生产商），即投资人，直接承担经济投资的压力，设想投资项目的规模、计划、过程及投资回报，如何经营好自己的企业，如何面临市场的支负盈亏及竞争的挑战，如何盈利，如何解决面临的困难，如何进行企业管理、生产管理、营销管理等。

（二）模拟岗位责任人

假如我是总经理、部门经理、厂长、部门主管、设计师、工艺师、业务员、员工等，我应该如何做好自己的本职工作？如何承担自己的岗位责任？如何为企业（公司、厂部）分忧解难？如何为企业创汇盈利？如何处理上、下级关系、同事关系、员工关系等。作为集体中的一员，应以身作则，个人服从集体，局部服从整体。

（三）模拟一线服务员

服务员是面对消费者、代表企业或公司的“第一面门”。

“客户就是上帝”，怎样做到让客户满意？要以饱满的热情，微笑的面孔，温和的语调，积极的工作态度投入到工作中去。在工作中设想会遇到怎样的困境和突发事件，该如何独立处理？如何推销自己的产品？如何精通自己的业务？

（四）模拟消费者

消费者包括大众消费者、个性消费者与特殊消费者（追星族）。怎样把握市场流行？怎样表现个性？怎样做“群众专家”？怎样获得自己的消费权益等。

（五）模拟专家、质量监管员

今日的大学生，毕业后将会走向社会的各行各业，都会成为未来的技术骨干及专家。假如将来你有全面的专业知识，又掌握质量监控的权力，在你的权力范围之内该做些什么？怎样去做？为什么要这样做？做了又为什么？懂得国家法规、质量规范与标准，肩有千斤担，路就在脚下，你该如何走？

我国是纺织服装大国，是世界服装生产与出口贸易额最大的国家之一。1994年以来，我国服装总产量和出口量一直世界第一，我国将成为21世纪的“世界服装中心”。中国加入世贸后，关税下调，而且还面临国际品牌服装的进入和挑战。严酷的事实，让新兴的服装业及设计师们也认识到来自服装文化、服装理论、服装设计与工艺、服装市场和管理、服装教育和信息等各层面的成熟和发展及与国际服装行业发展主流的差距，意识到我国服装市场的脆弱，使他们对我国服装的未来陷入深深地思考之中。

从20世纪80年代开始，我国服装业得到了国家和政府的重视，服装教学发生了根本的转变，服装教育走进了高等教育的大门，结束了过去师傅带徒弟的学习方式，昔日的裁缝师傅成为如今的服装设计师。在新的市场经济环境中，社会对服装设计师从认知到认识，使不断壮大的年轻服装设计师队伍充满生机，逐渐走出了不受重视的窘境，摆脱了困惑的局面。服装教育成为艺术设计专业的一门热门学科，全国各高等院校、成人教育、民办大学、技校、职业学校等各种层次院校扩大办学，相继成立了服装学院、服装系、服装设计或相关专业，成为改革开放在教育领域中的一个亮点。笔者作为高职高专服装专业教师队伍中的一员，深感荣幸，同时也倍感责任之重大。

笔者把“三五”运动的教学手段推荐给大家，旨在与大家共同探讨如何搞好高职高专服装设计专业教学，为我国职业教育事业出谋划策。

1.1 服装设计基础知识

1.1.1 基本概念

(1) 服装设计

服装设计是指运用一定的思维形式、美学法则和设计程序,将设计构思以绘画的手段表现出来,然后选择适当的材料并通过相应的裁剪方式和缝制工艺,使设计构思进一步实现物化的全过程。构成服装设计的三要素是:面料、款式和色彩。

(2) 时装画

时装画又称服装效果图,是指由设计师绘制的表达服装构思的方案,或反映款式效果的绘画图。在服装行业,甚至在美术领域,服装效果图已成为一个独立的画种,有艺术类和实用类两种。服装生产效果图是用来指导后工序的蓝本,表现手法应以写实、逼真为主,人物造型不可过分夸张。服装生产效果图不同于艺术类服装效果图,包括服装着装效果、平面款式图、面、辅料小样、规格及工艺说明等内容。

(3) 衣裳

古时上称衣,下称裳(多指上衣下裙),即上身和下身衣服的总称。

(4) 衣服

衣服是指遮盖人体的染织物,基本意思与衣裳相同。广义的衣服包括内衣、外衣及头上、脚上所穿戴的全部物品。习惯上,衣服不包括鞋和帽。

(5) 服装

服装是人和衣服的总和。广义上讲,服装是指已被传统积累固定并体现出人群特征或人的个性的衣着,兼有实用与装饰双重性。衣服和服装的区别在于前者只指衣物本身,没有人的因素,而后者是人穿上衣服之后所产生的一种状态。服装艺术设计是人着衣状态后的艺术表现,是人与衣服之间高度协调的一种设计与展现。

(6) 衣着

衣着是指人身上的穿戴,包括帽子、首饰、围巾、鞋袜等。

(7) 服饰

服饰一方面指衣物和装饰品(如腰带、胸针等),另一方面指衣物上的装饰(如服饰图案、纹样等)。

(8) 成衣

成衣是指应时出现的按一定规格和标准号型而批量生产的服装。成衣的前身是时装,时装是通过成衣的形式来构成流行的。

(9) 时装

时装即富有时代感、时兴的、时尚的服装,有别于已经出现的服装。“时”含有时空背景的界定范围,因此时装并非特指现代的服装,每一个历史时期内所产生的最新的服装,相对于那个历史时期来讲,都可以称之为时装。

(10) 针织物

针织物是指将各种纤维纺成的纱线用互相串套的方式编织起来的织物,其结构较松散,容易脱丝和起毛,但柔软且弹性大,贴体舒适。

针织物因纱线串套的方式不同,处理工艺也不同,品种比较丰富,如平纹布、拉绒布、卫衣布、剪毛布、拉架布等。

(11) 梭织物

梭织物又称机织物,是指将各种纤维纺成的纱线按经、纬交叉的方式编织而成的纺织物,如斜纹布、帆布、灯芯绒、牛仔布、时装料等。

(12) 裘与皮

裘是指带毛的动物皮,有十分自然、美丽的花纹,并且具有兽毛特有的光泽,蓬松,风格豪华、高贵。

皮是指刮去动物的毛,并经过鞣制加工过的兽皮。常见的有猪皮、羊皮、牛皮、蛇皮等。

1.1.2 童装、女装设计的基本要素

(1) 设计的合理性

服装设计是面向广大的消费者,设计师必须站在穿着者的立场,依据设定的消费群体进行构思设计。为了做到这点,应该使设计具备合理性。

设计合理性表现在以下几方面。

① 在面辅料的运用中能很好地表现服装结构和造型。不同的面辅料适用于不同的服装结构和造型。薄料适合做松软造型,而厚料则适用于硬挺轮廓。例如,薄纱、雪纺在表现浪漫主义风格的春夏少女装时效果最佳,而皮革、铜钉制成的夹克裤装能一展女性的英武之气。

② 服装款式和结构处理恰到好处,穿着合体舒适。这主要体现在技术运用的合理性。