

纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材
普通高等教育服装营销专业系列教材

服装设计 管理教程

FASHION
DESIGN
MANAGEMENT
COURSE

陈晓鹏 主编



东华大学出版社

纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材
普通高等教育服装营销专业系列教材

服装设计管理教程

FUZHUANG SHEJI GUANLI JIAOCHENG

主编 | 陈晓鹏

东华大学出版社

内 容 提 要

本教材作为专业教学的基础,以反映产业的新变化、展现学科领域的新成果为目标,采用新结构、新素材,体现新理念、新进展,在教学内容选择和结构安排上注重知识、能力等综合素质的培养,旨在贯彻优秀教育理念,实现启发式教学。本书既有偏重视觉和技术创新的内容,又有项目管理和战略规划的内容,是培养现代服装设计和服装管理人才的重要教学用书。

本书可以作为高等院校服装专业的教科书,也可以作为服装企业管理人员的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

服装设计管理教程/陈晓鹏主编. —上海:东华大学出版社,2013.5

ISBN 978-7-5669-0239-9

I. ①服… II. ①陈… III. ①服装设计—管理—高等学校—教材 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 048059 号

上海沙驰服饰有限公司赞助



责任编辑 库东方

装帧设计 陈 澜 杨雍华

出 版: 东华大学出版社(上海市延安西路 1882 号, 200051)

本 社 网 址: <http://www.dhupress.net>

天猫旗舰店: <http://dhdx.tmall.com>

营 销 中 心: 021-62193056 62373056 62379558

印 刷: 苏州望电印刷有限公司

开 本: 787 mm × 1 092 mm 1/16 印张 13.75

字 数: 345 千字

版 次: 2013 年 5 月第 1 版

印 次: 2013 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5669-0239-9/TS · 388

定 价: 35.00 元

普通高等教育服装营销专业系列教材编委会
(按姓氏笔划为序)

编委会主任

001 |

- 倪阳生 中国纺织服装教育学会
- 杨以雄 东华大学服装·艺术设计学院

编委会副主任

- 万艳敏 东华大学服装·艺术设计学院
- 李晓慧 北京服装学院商学院
- 赵 平 北京服装学院服装艺术与工程学院
- 刘国联 苏州大学纺织与服装工程学院
- 刘 利 天津工业大学艺术与服装学院
- 吴海弘 上海沙驰服饰有限公司
- 沈 雷 江南大学纺织服装学院
- 陈建伟 青岛大学纺织服装学院
- 胡洛燕 中原工学院服装学院
- 胡守忠 上海工程技术大学服装学院
- 顾朝晖 西安工程大学服装与艺术设计学院
- 潘 力 大连工业大学服装学院

编委会委员

- 王建伟 郑州轻工业学院艺术设计学院
方泽明 福建师范大学美术学院
朱 坤 重庆师范大学服装学院
任 力 浙江理工大学服装学院
刘红晓 广西科技大学艺术与文化传播学院
刘青玲 青岛大学纺织服装学院
孙玉钗 苏州大学纺织与服装工程学院
孙菊剑 安徽农业大学轻纺工程与艺术学院
李 敏 东华大学服装·艺术设计学院
吴春胜 浙江科技学院服装学院
张巧玲 河南工程学院服装学院
张技术 山东工艺美术学院服装学院
张皋鹏 四川大学轻纺与食品学院
陈东生 闽江学院服装与艺术工程学院
陈明艳 温州大学美术与设计学院
陈 欣 扬州大学艺术学院
陈晓鹏 中原工学院服装学院
季嘉龙 常熟理工学院艺术与服装工程学院
周 萍 河南科技学院服装学院
侯东昱 河北科技大学纺织服装学院
徐 静 德州学院纺织服装学院
奚柏君 绍兴文理学院纺织服装学院
曹 喆 南通大学纺织服装学院
彭景荣 浙江农林大学艺术设计学院
穆 芸 大连工业大学服装学院

前言 | PREFACE

001 |

设计管理的思想和理论从 20 世纪 60 年代开始逐步发展,不仅在产业界,在理论界和教育界也被广泛关注。现在,设计管理已经成为一门新兴的学科,许多院校将其作为设计、艺术学专业的课程,有的院校将其列入管理专业的教学计划。服装设计管理既有偏重视觉和技术创新的内容,又有项目管理和战略规划的内容,是培养现代服装设计和服装管理人才的重要教学内容。《服装设计管理教程》教材作为专业教学的基础,以反映产业的新变化、展现学科领域的新成果为目标,采用新结构、新素材,体现新理念、新进展,在教学内容选择和结构安排上注重知识、能力等综合素质的培养,旨在贯彻优秀教育理念,实现启发式教学。

本书包括上、中、下三篇。上篇重在基础,对设计管理的概念、层级、设计战略、设计管理的方法和决策进行了介绍。中篇重在解析服装设计管理的关键环节,对服装设计的成本管理、流程管理、资源管理、组织管理和项目管理等五大管理内容进行了介绍。下篇重在实践,对服装设计管理实务中的典型问题和热点进行了分析,包括消费者的定位、设计风格、设计创新与拓展、设计运作、设计沟通等内容,并对服装设计管理的发展趋势和设计管理的责任进行了探讨。

本书是在反复的研讨和交流中成型的,集中了多所院校的专业教学经验:

中原工学院的陈晓鹏老师编写了第一章、第二章和第十六章；南通大学的曹喆老师编写了第三章、第四章；东华大学的李敏老师编写了第五章、第十四章；浙江科技学院的吴春胜老师编写了第六章、第七章；山东工艺美术学院的张技术老师编写了第八章、第九章和第十五章；青岛大学的郑广泽老师编写了第十章至第十三章。

东华大学服装·艺术设计学院杨以雄教授和东华大学出版社蒋智威社长给予了我们很多有益的建议，东华大学出版社库东方编辑给予了我们最有力的支持，并为出版做了大量工作；中原工学院的韩枫、侯倩为此书的资料整理和插图付出了很多心血，在此表示最诚挚的感谢！

由于水平和条件有限，本教材还存在不足和错误，随着设计领域和教育不断发展，也会有更多需要改进和完善之处，希望广大读者朋友和同行、专家不吝指教，共同促进设计管理学科的发展！

编著者

2013年3月

目录 | CONTENTS

上篇 设计管理基础

第 1 章 设计管理概论 003

- 1.1 概述 003
- 1.2 服装设计管理 012

001 |

第 2 章 设计战略 020

- 2.1 设计管理的层级 020
- 2.2 设计管理的战略性 022
- 2.3 品牌战略与产品形象 026
- 2.4 设计战略和产品系统规划 028

第 3 章 设计管理方法 036

- 3.1 设计管理方法的分类 037
- 3.2 任务管理法 044
- 3.3 人本管理法 046
- 3.4 目标管理法 050
- 3.5 系统管理法 053

第 4 章 设计决策 056

- 4.1 设计的决策依据 057

4.2 设计决策方法	058
4.3 服装设计决策	063

中篇 服装设计管理环节

第5章 服装设计成本管理	067
--------------	-----

5.1 服装设计的成本	067
5.2 服装样品的成本	069
5.3 案例分析:样衣成本分析	069
5.4 服装设计成本控制方法	073

第6章 服装产品开发流程管理	075
----------------	-----

6.1 服装产品开发流程	075
6.2 产品开发流程控制	088
6.3 案例分析:产品开发管理	096

第7章 服装产品开发资源管理	099
----------------	-----

7.1 产品开发信息资源与管理	099
7.2 产品开发实体资源与管理	105
7.3 服装产品开发知识管理	110

第8章 服装设计的组织管理	114
---------------	-----

8.1 服装设计组织的形式与部门功能	114
8.2 服装设计组织的岗位与职责	118
8.3 服装设计组织的人员管理	120

第9章 服装设计项目管理	123
--------------	-----

9.1 服装设计项目的确定	124
9.2 服装设计项目的规划	126

9.3 服装设计项目的执行	129
9.4 服装设计项目的评估	133

下篇 服装设计管理实务

第 10 章 目标消费层定位与设计目标	137
---------------------	-----

10.1 目标消费层分析与定位	137
10.2 设计目标设定	139

第 11 章 服装设计风格与设计定位	143
--------------------	-----

11.1 服装设计风格分析	143
11.2 服装设计风格与设计定位	147
11.3 服装设计风格定位与拓展	149

第 12 章 服装设计创新与拓展	151
------------------	-----

12.1 服装设计创新的内涵和动力	151
12.2 服装设计创新的前提与制约	152
12.3 服装设计要素之间的关系	154
12.4 服装设计创新的方法与过程	156
12.5 服装设计拓展	160

第 13 章 服装的外延设计	163
----------------	-----

13.1 服装产品形象设计	163
13.2 服装品牌形象设计	165
13.3 服装品牌终端设计	167

第 14 章 服装设计的运作	171
----------------	-----

14.1 服装设计工作室的运作	171
14.2 设计师品牌	177

14.3 品牌服装设计运作	180
---------------	-----

第 15 章 服装设计沟通和传达 184

15.1 服装设计沟通的内容与形式	185
15.2 服装企业内部的设计沟通	188
15.3 服装企业与外部的设计沟通	190
15.4 服装产品识别与表达	191

第 16 章 服装设计管理的发展趋势与责任 197

16.1 服装设计管理的发展趋势	197
16.2 服装企业的社会责任与设计管理	198

参考文献 205

上篇 | 设计管理基础

第1章 设计管理概论

知识要点

1. 设计管理的概念
2. 设计管理的职能
3. 设计管理的特点
4. 服装设计管理的要求和内容
5. 服装设计管理的作用
6. 我国服装设计管理的现状

003

随着知识经济的到来,以设计为先导的竞争拉开了序幕。设计创造财富、设计创造未来,设计创新成为企业可持续发展的不竭动力。设计管理渗透到了企业运营的每个环节,成为企业关注的焦点。

1.1 概述

设计管理是对设计活动进行的计划、组织、领导、控制,是提高产品开发效率、创建竞争优势、达成企业战略目标的利器,在企业的生存和发展中发挥着至关重要的作用。

设计管理既面向产品开发,也兼顾营销推广,既处理短期的设计事务,也着眼于企业的整体和长远目标规划。有效管理设计团队和资源,从战略高度赢得品牌效益和市场效益,把设计的优势运用到品牌形象规划、产品策划、开发执行、市场推广等各个阶段是设计管理的重要职能。

对于服装企业,掌握设计管理的方法能够促进设计发挥应有的作用。服装

产品更新快、流行性强、个性鲜明,对设计管理水平的要求更高。随着企业的竞争从规模竞争、价格竞争、质量竞争转向速度竞争、创新竞争、形象竞争,设计管理体系的建立和发展成为每个服装企业必须面对的基础工作。

设计管理的思想和理论从 20 世纪 60 年代开始逐步发展,不仅在产业界,在理论界和教育界也被广泛关注。现在,设计管理已经成为一门新兴的交叉学科,许多院校将其作为设计学的学位课程,有的院校将其列入管理专业的教学计划。设计管理既有偏重视觉创新的内容,又有项目管理和战略规划的内容,因而成为培养设计人才和管理人才的核心教学环节。

设计管理在企业的经营实践中慢慢形成,随着产业的发展和管理理念的更新,人们对设计管理的认识不断丰富与完善。不同的企业、不同的认识角度、不同的部门对设计管理的理解有很大差异,不同的学术流派对设计管理也都有着独到的见解。

在服装行业,越来越多的企业意识到设计和设计管理的重要性。服装设计管理整合了服装产品设计和品牌形象规划,为企业的产品创新、品牌推广建立完整的体系。通过设计管理,服装企业将产品开发纳入更加高效的管理系统,并使服装的设计品质和功能价值得到全面提升。

1.1.1 设计管理的概念

(1) 设计管理的定义

设计(Design)是“设想”和“计划”的组合,具有构思、策划和解决问题的方法等含义。狭义的设计指的是把计划和设想通过视觉的形式表达出来的活动,特指造物活动中的形象设计。

管理(Management)是社会组织为了实现预期的目标,以人为中心进行的协调活动,由计划、组织、领导和控制等基本职能组成。

设计管理(Design Management, DM)结合了设计和管理两方面的复杂内容。其概念及内涵一直以来存在着大量争议,是定义最为多元的现代管理概念。在这一领域集结了来自商业、制造业、学院、专业设计师和政府机构等不同背景的观点,因此,“设计管理”没有统一的定义。

台湾学者刘瑞芬搜集整理的“设计管理”定义达 33 种,这些定义的内容涉

及设计咨询、拟定设计策略、设计需求和资源、组织之间的交流、设计计划开展、设计稽核执行等方面,不同的定义对上述六个方面各有侧重。

国际设计管理学会(Design Management Institute, DMI)在 20 世纪 80 年代提出:设计管理是以使用者为中心对特定的产品、界面和环境进行资源开发、组织、计划和控制的活动。这一定义强调以设计活动为特定对象,又将设计的外延拓展至管理学科中,是得到了广泛认可、比较合理的设计管理的概念,也是本教材采用的定义。

(2) 设计管理概念解析

在工业经济向知识经济转变的进程中,制造导向的生产过程向信息导向的创作过程转变。在设计领域,以风格和美学为重心成为促进产品、沟通和运营的手段。如今的设计更关注改进消费者体验,建立更高效的运营机制,在这样的变革的时代,设计管理的作用日益重要并不断调整着自身。

设计管理的定义一般是以设计或管理为出发点展开的。对于设计管理的理解大致分为两类:一种是基于设计师的视角,即对设计工作的管理;另一种是基于企业管理的视角,即对系统化的新产品设计及其他与品牌的定位和形象有关的工作所做的战略性策划与管理。主要的观点参见表 1-1。

表 1-1 关于设计管理的定义一览表

代表学者	时间	内 容
迈克尔·法尔 (Michael Farr)	1965 年	设计管理的功能是界定设计问题、寻找最合适的设计师、创造一种环境并使他们在既定的时间和预算内解决问题。(这是设计管理的经典定义之一,被众多设计管理研究者引述)
彼得·高柏 (Peter Gorb)	1984 年	设计管理的主要活动是“设计项目管理”与“设计管理组织”,是为实现企业的目标有效地分配公司内设计资源的活动。
邓成连 (中国台湾)	1999 年	设计管理是在设计活动中运用策划、组织、指导和控制等管理原则,进行的界定设计组织、进行设计企划、制定设计规范、拟定设计程序、执行创意设计、评价设计成果等工作,目的在于发挥设计效能,提高设计效率,增进设计竞争力。
张乃仁	2002 年	设计管理是在以设计为中心的产品创新活动中,在考虑人性和人的活动的基础上,以系统化方法所制定的一套科学的管理方法。
李视祖	2002 年	设计管理可以理解为对设计活动的组织和管理,是借鉴和利用设计管理学的理论和方法对设计本身进行的管理,是在设计范畴中实施的管理;设计管理有时指制造商的设计工程管理,有时可以理解为设计组织的团体管理,又可以指设计中蕴含的一种管理思想,即从管理学的角度将设计理解成一种管理方式。
尹定邦	2003 年	设计管理是设计企业、设计部门借助创新和高技术的营销与管理,开拓设计市场,并通过将各种类型的设计活动合理化、组织化、系统化,充分利用设计资源,使设计成果更富竞争性,企业形象更鲜明,从而不断推动设计质量和生产力的提高。

1.1.2 设计管理的职能

设计对企业的重要意义被广泛重视,设计作为传播与商业工具的运用大大提升了设计管理的地位。设计管理跨越了多个领域,体现在品牌沟通、产品设计、零售环境、广告活动、企业形象、网络传播等方面。所有的需求——从企业目标、客户要求到社会责任,都需纳入设计管理加以整体考虑。设计管理在战略层面、战术层面和实施层面的职能可以归纳为以下八个方面:

(1) 确定设计战略与目标

设计管理明确企业的设计战略,能够将企业长远发展的使命与现实相结合,包括优化配置企业的设计资源、发展明晰的设计理念、创新改良设计管理系统等。

设计管理的目的是使各个层次的设计围绕设计战略协调一致。产品战略、企业与品牌形象战略以及逐步渗透到企业各环节的营销、组织、经营规划等方面都在设计战略指定的方向下展开。

围绕设计战略确定长期和短期的目标是设计工作展开的前提,也是设计管理的任务和重要职能。企业的设计部门根据设计战略组织各项活动,预测活动的成果。

(2) 确定设计流程与项目管理

设计流程管理对设计活动开展过程的各个环节进行监督和控制,确保设计的进度,并协调商品开发与技术、生产、物流等部门的关系。

设计项目管理是在企业安排各项工作时,充分考虑设计的目标,对任务与资源进行计划和组织,是对达成目标的一系列相关活动的整体控制,包括内容规划、时间安排、展开措施等。

设计管理在新产品开发与企业其他经营活动中起着协调作用,它连接和沟通企业的创造性、革新性活动与企业日常运作和商业经营,使其步调一致、方向明晰。

(3) 管理设计人力资源

设计管理对设计人员和团队有关的事务进行规划和统筹,包括:选择合适的