



“十三五”中等职业教育部委级规划教材

FU ZHUANG
CHENGYI SHEJI

服装 成衣设计

施捷 主编
王懿 李军 副主编

附赠网络教学资源：<http://www.c-textilep.com/>

国家一级出版社



中国纺织出版社

全国百种图书出版单位





“十三五”中等职业教育部委级规划教材

服装成衣设计

施 捷 主编

王 懿 李 军 副主编

 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书是“十三五”中等职业教育部委级规划教材。书中系统地介绍了服装成衣设计的全部内容以及实际操作的每一个环节,包括:成衣设计的程序、设计基础、流行趋势、设计要素、设计手法、分类设计等多项工作任务,与服装成衣设计就业岗位情境一致,承载教学服务于服装行业与生产实践的目的。全书在对服装成衣设计理论进行详尽介绍的同时,注重实操性,引入了大量的校企合作实操案例为设计依据,做到理论与实践相结合。

本书既可以作为中等职业学校服装专业的教材,也可供从事服装专业设计的人员阅读与参考。本书附赠网络教学资源,便于教师教学与读者自学使用。

图书在版编目(CIP)数据

服装成衣设计 / 施捷主编. — 北京:中国纺织出版社, 2018.7

“十三五”中等职业教育部委级规划教材

ISBN 978-7-5180-5143-4

I. ①服… II. ①施… III. ①服装设计—中等专业学校—教材 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 130358 号

责任编辑:宗 静 特约编辑:刘 津
责任校对:王花妮 责任印制:何 建

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

北京玺诚印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2018年7月第1版第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:18.25

字数:327千字 定价:49.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

前言

服装成衣设计课程是服装设计与工艺专业的必修课程，也是培养服装专业学生综合服装设计能力的重要专业课之一。其目标是以应用型技术人才培养为核心，培养学生掌握和综合运用服装设计的能力。

2014年7月，教育部关于学习贯彻习近平总书记重要指示和全国职业教育工作会议精神的《通知》，明确提出“要着力推动专业设置与产业需求、课程内容与职业标准、教学过程与生产过程、毕业证书与职业资格证书、职业教育与终身学习对接，更好地适应技术进步和生产方式变革以及社会公共服务的需要。促进校企深度合作育人，激发职业教育办学活力。创新人才培养模式，坚持产教融合、校企合作，坚持工学结合、知行合一，着力提升学生的职业精神、职业技能和就业创业能力。”中等职业教育作为职业教育体系的重要组成部分，正是在这种形式下发展壮大。

伴随着我国服装经济发展的不断深入，服装企业已从单一的服装来样、来料加工逐渐向服装品牌开发转型。众多企业需求一批服装产品设计人员、服装工艺师、服装板型师以及技术和生产管理人员等高科技专门人才，服装成衣设计在企业管理中的地位越来越重要，培养这方面的人才具有广阔的市场前景。为了满足中等职业教育对应用型技术人才的培养目标要求，我们组织了一批在教学一线从事服装设计理论教学和服装成衣实践教学经验丰富的优秀教师，深入企业一线实操，汲取借鉴成功经验，经过细致的调查和分析，我们发现中职学校服装设计专业在现阶段的教学中，普遍存在缺乏贴近企业实践的现象。

产生这种情况的原因主要有两点：一是服装设计教学理念中对“创新技能型”人才培养重视不够。培养创新型人才，需要通过服装成衣实践将创新理念转换为企业产品成果，为社会所用。对于中职校来说，怎样才能运用创新教学法及方式，达到服装设计学科的教学目标；怎样才能培养出具有这样特质的创新学生，更好地适应企业的要求，实现中职服装毕业生“零距离”就业，真正与企业无缝对接，是职教工作者一直在实践摸索的问题。其关键点在于服装专业的教师对校企合作模式下教法和学法的独特设计，在于校企互动教学行动中对小项目课题研究活动进行实践、反思、分析和总结，并通过各种调研、竞赛、展示、交流、分析、教学检验等一系列活动，一边总结、一边探索研究，从而不断改进和完善对“创新技能型”人才的培养方案。二是服装设计教学手段的滞后和教学环境的局限。许多中职服装专业不能在教学实际中搭建起学生就业“真实性”空间和教师教学“有效性”平台。例如模拟提供企业服装设计、生产、营销等真实环境，完善专业技能训练过程，这是一种实际生产环境中完成项目工作的过程，也是一个理论学习、生产技术、技能训练有机结合的过程，是一个真实的实训环境。教师可以直接从生产实际、产品研发过程中提取教学素材，提炼、完善教学内容，把开展教学研究与企业生产实际结合起来，把新技术、新工艺引进课堂教学。同

时，教师利用其双重身份，通过直接参与企业成衣研发，获取最新知识，开展科学研究工作，形成有实际应用价值的课堂成果转化。

本着“润物无声、育人无痕”的职业态度，以职业分析为依据，以岗位需求为基准，以培养成衣设计、管理服务一线的应用技术型人才为宗旨，多所学校多位老师合作编写了适合中等职业教育服装专业的。本教材以坚实的理论知识为基础，大量的校企合作真实案例为依据，同现有其他版本的教材相比，具有以下鲜明的特色。

(1) 超越教室生成设计的学习与成长。这是未来职业教育发展要走的一个方向，是一种超越课堂、超越教室的学习方式。为了更好地实施课程改革，体现校企合作教学理念，在教学内容和地点设置上，力求与现代服装企业实际工作相吻合，实现学习训练环境与实际场景的高度“仿真”。

(2) 关注价值顶层设计的增长与培育。中等职业教育精神是通过教育的持久价值来实现学生就业的创造价值。职业学校的教育梦想是希望每个学生发挥自己的潜力，形成专业化的学习能力。通过学习本教材，教育学生不仅要具备良好的应用技能，同时还要求学生挖掘自身潜力、见识、专业及技术，这些都在很大程度上影响着一个人学习的方式，甚至直接关系到就业后的成败。

(3) 把握教学灵活设计的需求与手段。职业教育给予学生的能力结构可以分为三个层次，一是可以直观感受到、可以学习掌握的某一职业技能；二是行业领域内的通用技能；三是在行业和领域内所有人必备的核心技能。而核心技能是最高层次的能力，不仅决定从业者当下的工作绩效，还决定其日后的发展和终生成就。

全书共分八个单元，单元一、单元二、单元五由江苏省南通中等职业学校的王懿老师负责编写；单元三、单元四、单元六、单元七学习任务一由江苏省南通中等职业学校的施捷老师负责编写；单元七学习任务二、学习任务三、单元八由东莞市纺织服装学校李军老师负责编写。施捷老师负责全书的总纂及修改。

在本教材编写过程中，得到中国纺织出版社、上海赛晖服饰有限公司、江苏唯路易实业有限公司的鼎力支持，在此表示真诚的谢意。

本书编写历时两年，由于作者水平有限，在有限的撰写时间中，难以达到尽善尽美，书中难免有不足和疏漏之处，敬请各位专家、读者指正。

施 捷
2017年10月

目录

单元一 服装成衣设计概述·····	001
学习任务一 成衣设计概述 ·····	001
一、任务书 ·····	001
二、知识链接 ·····	002
三、学习拓展 ·····	007
四、检查与评价 ·····	007
学习任务二 成衣业的产生与发展 ·····	007
一、任务书 ·····	007
二、知识链接 ·····	008
三、学习拓展 ·····	009
四、检查与评价 ·····	010
学习任务三 用“设计语言”表达设计师的职业素养 ·····	010
一、任务书 ·····	010
二、知识链接 ·····	011
三、检查与评价 ·····	011
单元二 成衣流行的成因与应用·····	012
学习任务一 成衣流行的成因 ·····	012
一、任务书 ·····	012
二、知识链接 ·····	013
三、检查与评价 ·····	015
学习任务二 成衣流行的形式与规律 ·····	015
一、任务书 ·····	015
二、知识链接 ·····	016
三、学习拓展 ·····	019
四、检查与评价 ·····	021
学习任务三 流行趋势的收集与应用 ·····	022
一、任务书 ·····	022

二、知识链接	022
三、学习拓展	023
四、检查与评价	026
单元三 成衣设计部门职责与工作流程	028
学习任务一 成衣设计部门职责	028
一、任务书	028
二、知识链接	029
三、学习拓展	040
四、检查与评价	042
学习任务二 成衣设计部工作流程	042
一、任务书	042
二、知识链接	043
三、学习拓展	050
四、检查与评价	056
单元四 成衣设计程序	058
学习任务一 成衣设计开发企划准备	058
一、任务书	058
二、知识链接	060
三、学习拓展	071
四、检查与评价	075
学习任务二 成衣设计开发施展过程	075
一、任务书	075
二、任务实施	076
三、检查与评价	088
学习任务三 成衣设计开发后期反馈	089
一、任务书	089
二、知识链接	091
三、学习拓展	098
四、检查与评价	102
单元五 服装成衣设计基础	103

学习任务一 成衣设计的影响因素	103
一、任务书	103
二、知识链接	103
三、学习拓展	105
四、检查与评价	107
学习任务二 成衣设计的基本要素	107
一、任务书	107
二、知识链接	108
三、学习拓展	110
四、检查与评价	111
学习任务三 形式美法则在成衣设计中的运用	112
一、任务书	112
二、知识链接	112
三、学习拓展	114
四、检查与评价	115
学习任务四 成衣风格系统化分析	115
一、任务书	115
二、知识链接	116
三、学习拓展	118
四、检查与评价	119
单元六 成衣设计中设计元素的架构	120
学习任务一 主题元素的设计	120
一、任务书	120
二、知识链接	121
三、学习拓展	125
四、检查与评价	126
学习任务二 色彩元素的设计	127
一、任务书	127
二、知识链接	127
三、学习拓展	136
四、检查与评价	137
学习任务三 廓型与款式元素的设计	138

一、任务书	138
二、知识链接	138
三、学习拓展	145
四、检查与评价	147
学习任务四 材料元素的设计	149
一、任务书	149
二、知识链接	150
三、学习拓展	162
四、检查与评价	164
学习任务五 装饰元素的设计	165
一、任务书	165
二、知识链接	166
三、学习拓展	174
四、检查与评价	179
学习任务六 工艺元素的设计	181
一、任务书	181
二、知识链接	184
三、学习拓展	195
四、检查与评价	197
单元七 成衣项目分类设计	200
学习任务一 童装成衣设计	200
一、任务书	200
二、知识链接	202
三、学习拓展	210
四、检查与评价	214
学习任务二 女装成衣设计	215
一、任务书	215
二、知识链接	216
三、学习拓展	224
四、检查与评价	234
学习任务三 男装成衣设计	235
一、任务书	235

二、知识链接	240
三、学习拓展	245
四、检查与评价	254
单元八 服装成衣设计管理	255
学习任务 服装设计管理的概念	255
一、任务书	255
二、知识链接	255
三、学习拓展	259
四、检查与评价	261
附录 思考题答案汇总	262
单元一 服装成衣设计概述	262
学习任务一 成衣设计概述	262
学习任务二 成衣业的产生与发展	262
学习任务三 用“设计语言”表达设计师的职业素养	263
单元二 成衣流行的成因与应用	263
学习任务一 成衣流行的成因	263
学习任务二 成衣流行的形式与规律	263
学习任务三 流行趋势的收集与应用	264
单元三 成衣设计部门职责与工作流程	265
学习任务一 成衣设计部部门职责	265
学习任务二 成衣设计部工作流程	266
单元四 成衣设计程序	267
学习任务一 成衣设计开发企划准备	267
学习任务二 成衣设计开发施展过程	268
学习任务三 成衣设计开发后期反馈	268
单元五 服装成衣设计基础	269
学习任务一 成衣设计的影响因素	269
学习任务二 成衣设计的基本要素	269
学习任务三 形式美法则在成衣设计中的运用	270
单元六 成衣设计中设计元素的架构	271
学习任务一 主题元素的设计	271

学习任务二 色彩元素的设计	271
学习任务三 廓型与款式元素的设计	272
学习任务四 材料元素的设计	273
学习任务五 装饰元素的设计	275
学习任务六 工艺元素的设计	276
单元七 成衣项目分类设计	276
学习任务一 童装成衣设计	276
学习任务二 女装成衣设计	277
学习任务三 男装成衣设计	278
单元八 服装成衣设计管理	279

单元一 服装成衣设计概述

单元描述：我国成衣业的发展，可以看成是一个时代的剪影。透过其产生、发展、变革的历史，可以清晰地感受到时代生产力的发展和人们审美观念的变革。我国的成衣业经历了由早期手工作坊式的生产阶段至近代工业化生产阶段，直至当今品牌细分化和竞争多元化（国际化）的阶段。

能力目标：能够对服装进行合理的层次定位；能够分析普通成衣、高级成衣及高级定制服装的差异；能够掌握新中国成立后的女子典型成衣样式；能够理解服装设计师需要具备的职业素养。

知识目标：理解并掌握成衣的层次结构；了解成衣业的产生过程及我国成衣业的发展脉络；理解并掌握服装设计师所需要具备的职业素养。

学习任务一 成衣设计概述

一、任务书

请将图1-1~图1-3所示的几款成衣进行层次定位，并分析说明原因。



图1-1 博物馆珍藏女装



图1-2 Alexander McQueen
(亚历山大·麦昆) 作品



图1-3 时尚运动女装

(资料来源：时尚网<http://www.yoka.com>；蝶讯网：www.sxxl.com)

（一）能力目标

- （1）理解并掌握成衣、高级成衣、高级定制的含义。
- （2）能够对成衣进行合理的层次定位。
- （3）能够分析普通成衣、高级成衣及高级定制服装的差异。

（二）知识目标

- （1）理解并掌握成衣的概念及特点。
- （2）理解并掌握成衣的层次结构。

二、知识链接

成衣设计概述主要包括：成衣概念；成衣的层次；成衣设计（图1-4）。

（一）成衣

成衣是区别于量体裁衣式的个人定制而出现的批量化生产模式，它是服装企业依托工业化的生产流程，参照国内外的号型标准，根据市场的需求而出现的制衣形式。

成衣除了具备规范的号型标准外，其面料的成分、款式造型、颜色、尺寸、产品包装、洗涤保养说明等均有明确的标志和标准。因此，成衣具有以下特点。

1. 号型标准规范化

我国目前的成衣产品参照的是国家号型标准，这是服装行业确定样板规格的基础，消费者可以根据个人的体型特点，找到适合自己的成衣。

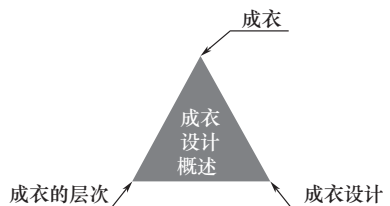


图1-4 成衣设计概述思维导图

【友情链接】服装号型标准

（1）概况。

国家服装标准《中华人民共和国国家标准——服装号型》由国家技术监督局于1991年7月17日发布，1992年4月1日实施，分男子、女子和儿童三种标准，它们的标准代号分别是GB 1335.1—91、GB 1335.2—91和GB/T 1335.3—91。经过修订，目前使用的服装号型标准是2008年12月31日发布，2009年8月1日实施，仍旧分男子、女子和儿童三种标准。标准代号为GB/T 1335.1—2008、GB/T 1335.2—2008和GB/T 1335.3—2009。

（2）人体体型分类。

号型的意义：号指人体的身高，以厘米为单位，是设计和选购服装长短尺寸的依据。型指人体的胸围或腰围，以厘米为单位，是设计和选购服装肥瘦尺寸的依据。

人体体型分类：国家标准根据人体的胸围与腰围的差数，将体型分为四种类型，即Y、A、B、C，体型所对应的男子胸腰差数分别为22~17cm、16~12cm、11~7cm、6~2cm，女子胸腰差数分别为24~19cm、18~14cm、13~9cm、8~4cm。

（3）号型的表示方法。

国家标准规定服装上必须标明号型，套装中的上、下装分别标明号型。例如，男装号型170/88A：适合于身高168~172cm，胸围在86~89cm及胸腰差在16~12cm的人。女装号型

160/81C: 适合于身高158~162cm, 胸围在79~82cm及胸腰差在8~4cm的人。

(4) 号型系列。

身高以5cm分档, 分成7档。男子标准从155cm、160cm、165cm、170cm、175cm、180cm到185cm。女子标准从145cm、150cm、155cm、160cm、165cm、170cm到175cm。胸、腰围分别以4cm、3cm、2cm分档, 组成号型系列。身高与胸、腰围搭配分别组成5·4、5·3、5·2号型系列。

2. 生产模式批量化

成衣区别于量体裁衣的制衣形式就在于其产品的批量化生产。正是由于批量化的生产, 有利于服装企业更好地进行成衣的品质控制, 并且有助于企业降低成本, 增加产量和利润, 拓展消费市场。

3. 品牌定位细分化

随着服装行业的飞速发展, 目前国内服装品牌林立, 要想在激烈的市场竞争中获得一席之地, 就要明确自身的设计定位, 细分消费群体。成衣品牌的定位也要更加明确, 同时需要具备前瞻的视野, 尤其是现代女装品牌的定位, 需要满足和体现不同消费人群的差异性需求, 展现出个性化、时尚化、专业化的特点。

4. 营销模式多元化

当今服装销售市场竞争十分激烈, 成衣的销售人员需要更加专业, 需要懂面料、色彩、搭配、测量等服装的专业知识, 懂得针对不同的消费心理推荐相应的服装款式, 同时还需要及时将市场的供需情况反馈给企业。随着网络时代和电子商务销售平台的兴起, 服装的营销模式呈现出多元化的特点。

5. 品质控制标准化

成衣的品质控制, 需要建立健全的一系列的品质控制的方法和标准。例如, 成品的号型、规格要求、生产中的品质控制、质检要求、面料的成分要求、洗涤要求、品牌的包装要求、商标标志要求等。这些对于当今企业而言, 都需要十分严格且规范化。

(二) 成衣的层次

按照成衣品牌的层次结构, 有如下分类。

1. 高级定制

高级定制(译自法语Haute couture), 也称为高级时装。它是根据顾客的特定需求而进行量身定制, 以设计师的服务为重点, 对每个顾客而言强调其专属感和个性化, 尺码、规格非常精确; 扬长避短, 用料考究, 工艺精湛, 大部分用手工制作, 完全量体裁衣。针对体型定制人台, 能够体现穿着者和设计师的个人风格, 经过多次假缝和试穿, 堪称艺术品。价格非常昂贵, 顾客群往往是贵族、影星、社交圈的名流等。

1.1.1 【友情链接】高级定制的由来

Haute Couture是高级定制的法语原名, Couture指缝制、刺绣等手工艺, Haute则代表顶级。其诠释了其服饰制作高点的含义, 最终成为法国人崇尚奢华古老传统的代表, 每年一

月和七月，由法国高级时装协会筹办的高级定制发布在巴黎举行。

Haute Couture于1858年诞生，创始人是英国人Charles Frederick Worth（查尔斯·弗雷里德·沃斯）。想成为高级女装品牌必须向法国工业部下属的高级女装协会提交正式申请，必须同时满足以下6个条件。

- (1) 在巴黎设有工作室。
- (2) 参加高级定制服装女装协会举办的每年一月和七月的两次女装展示。
- (3) 每次展示至少要有75件以上的设计作品是由首席设计师完成。
- (4) 常年雇佣3个以上的专职模特。
- (5) 至少雇佣20名工人。
- (6) 每个款式的服装件数极少并且基本由手工完成。

满足以上条件之后，还要由法国工业部审批核准，才能命名为Haute Couture。高级定制的称谓并不是终身制的，它需要每两年申报一次，不合格者即取消高级女装资格。

出现于19世纪沃斯时代的高级定制在鼎盛时期曾有数百个品牌，随着服装产业化的不断加剧，加上申请高级定制的条件苛刻，如今只有20家左右的服装品牌还保有高级定制的称号。如Pierre Cardin（皮尔·卡丹）、Carven、Givenchy（纪梵希）、Yves Saint Laurent（伊夫·圣·洛朗）、Christian Dior（迪奥）、Chanel（夏奈尔）、Hanae Mori（森英惠）等都属于高级定制的范畴。在意大利，类似高级定制的服装被称为高级时装，Giorgio Armani（乔治·阿玛尼）、Gianni Versace（范思哲）等都属于高级时装的范畴（图1-5）。



图1-5 Dior（迪奥）的高级定制工艺
（图片来源：<http://www.eeff.net>）

高级定制的流程

- (1) 寻找到合适的设计师或品牌，顾客与设计师进行初次接触磨合。
- (2) 与设计师充分地沟通，互相了解、调动情绪、激发灵感。

(3) 顾客向设计师提出具体的想法, 例如, 具体的风格; 或指出其心中的偶像; 或提出细节要求, 例如什么场合需要、顾客的身份、角色等, 设计师都会综合考虑。

(4) 量体, 尤其是各种细节和需要补正的尺寸数据。

(5) 设计师出图。设计师会向顾客把设计的意图、创意、细节等讲明白。

(6) 试样, 用白坯布进行制作。

(7) 选定面料。

(8) 试穿, 按指定面料做成的“半成品”, 然后进行修改。

(9) 由白坯布制作成半成品, 然后再制成成品。高级定制至少要有三次以上试装, 不断地修改完善, 如迪奥的高级定制要求试装10次。

(10) 最后完成。

2. 高级成衣

高级成衣(译自法语Pret-a-porter), 其英译为Ready-to-wear, 它是以中产阶级为消费对象, 在一定程度上运用高级时装的制造技术, 小批量生产的高档成衣。现在大多是设计师品牌, 消费对象多是中产阶级, 价位较高。是介于高级定制和普通成衣之间的一种服装产业。高级成衣发展到今天, 早已不是高级定制(高级时装)的附庸, 而是成为引领世界下一季流行指向的“权威”风向标(图1-6)。



图1-6 Chloe品牌广告大片
(图片来源: 蝶讯网: www.sxxl.com)

【友情链接】高级成衣的由来

高级成衣原本是高级时装的副业。在20世纪20年代末, 为了扩大顾客群体, 许多时装店

对外开设了“门市部(boutique)”，除了主要销售的香水、化妆品和毛皮外，还出售高级成衣。到了20世纪60年代末70年代初，巴黎的高级时装业出现危机，顾客和店面急剧减少，“高级时装”这颗曾经无比璀璨的明星似乎即将陨落，而这时，“时装民主化”的呼声越来越高，恰好正是高级成衣兴起的时机。在皮尔·卡丹(Pierre Cardin)、伊夫·圣·洛朗(Yves Saint Laurent)等人的带领下，高级时装业逐渐壮大起来，许多人纷纷效仿，他们成立了法国高级成衣协会，也像高级时装一样每年举行两次发布会，并将时间错开，定在每年的三月和十月。曾经作为高级时装副业的高级成衣保留着许多高级时装的特点，因为它们主要是将高级时装里面便于生产的或被认为能引起大众流行的款式拿出来，在设计师的指导下进行小批量生产，而价格却相对便宜得多。除了高级时装店经营高级成衣外，1963~1965年间，一批年轻的高级成衣设计师进入时装界，这些设计师力求打破传统高级时装的局限，喜欢以新时代作为灵感来源，令人耳目一新。这使得高级成衣业成了真正独立的产业。与成衣相比，高级成衣的版型、规格更完整，面料更考究，工艺、装饰细节上更精致，注重手工的加入。很多高级成衣多是设计师品牌，讲究品牌的风格和理念，注重个性和品位，有明确的客户群：中产阶级白领、职员等。

3. 成衣

成衣是按照一定号型标准和质量要求，参照工业化生产模式批量生产的系列成品服装。成衣有别于单量单裁的定制式服装，消费群体为广大的普通百姓，价位相对便宜。成衣的风格定位各有不同。无论是各品牌的专卖店、精品店、百货店还是超市，各种类型不同、风格不同的成衣皆有销售。

【友情链接】我国历史上的“成衣”

(1) 裁制衣服。《淮南子·说山训》：“先针而后缕，可以成帷，先缕而后针，不可以成衣。”清·吴炽昌《客窗闲话·呆官》：“忽忆及忤逆事，命僕唤纫工，僕误为其欲成衣也。”

(2) 裁制衣服的人。《老残游记》第三回：“本日在大街上买了一匹茧绸，又买了一件大呢马褂面子，拿回寓去，叫个成衣做一身棉袍子马褂。”

(3) 加工好出售的衣服。韩希钧《霞光》：“她把衣服穿到身上，长短、宽窄正好合身。她觉得很奇怪……这是她平生第一次买成衣穿呀！”

(三) 成衣设计

成衣设计属于产品设计的类别，是服装设计的一个分支。成衣设计就是研发和设计适合于企业批量生产的并能够适合大众消费的成品服装设计。成衣设计除了满足人们基本的生理需求之外，还要考虑人们更高层次的心理(审美)需求。所以它兼备实用的功能性和艺术的审美性(图1-7)。