



高等院校工业设计类“十三五”规划教材

总主编 朱钟炎 范圣玺

时尚产品设计

Fashion Product
Design

主编 田玉晶 俞英



中国海洋大学出版社
CHINA OCEAN UNIVERSITY PRESS

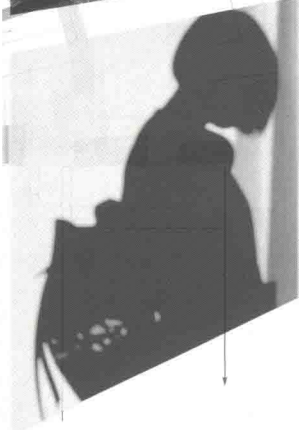
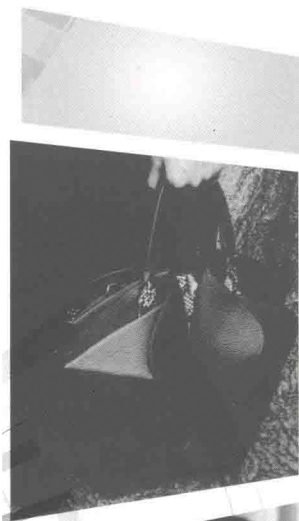
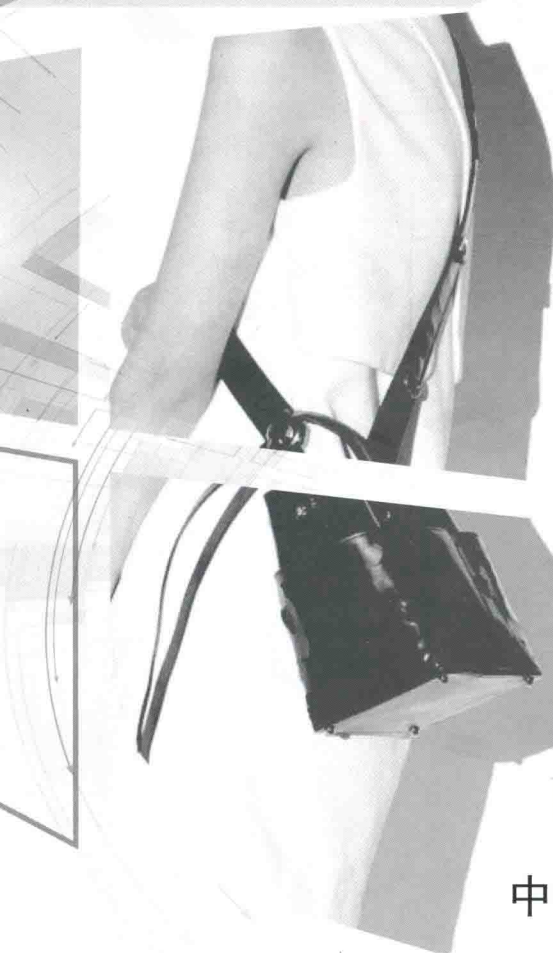
高等院校工业设计类“十三五”规划教材

总主编 朱钟炎 范圣玺

时尚产品设计

Fashion Product
Design

主编 田玉晶 俞英



中国海洋大学出版社
· 青岛 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

时尚产品设计 / 田玉晶, 俞英主编. — 青岛: 中国海洋大学出版社, 2016. 4

ISBN 978-7-5670-1154-0

I. ①时… II. ①田… ②俞… III. ①产品设计—研究
IV. ①TB472

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 094811 号

出版发行	中国海洋大学出版社	
社 址	青岛市香港东路 23 号	邮政编码 266071
出版人	杨立敏	
策划人	王 炬	
网 址	http://www.ouc-press.com	
电子信箱	tushubianjibu@126.com	
订购电话	021-51085016	
责任编辑	王积庆	电 话 0532-85902349
印 制	上海长鹰印刷厂	
版 次	2016 年 5 月第 1 版	
印 次	2016 年 5 月第 1 次印刷	
成品尺寸	210 mm×270 mm	
印 张	9	
字 数	246 千	
定 价	55.00 元	

总序

《中国制造2025》是国务院总理李克强在第十二届全国人民代表大会第三次会议上提出来的，旨在坚持创新驱动、智能转型、强化基础、绿色发展，加快从制造大国转向制造强国。围绕创新驱动、智能转型、强化基础、绿色发展、人才为本等关键环节以及先进制造、高端装备等重点领域，提出了加快制造业转型升级、提升增效的重大战略任务和重大政策举措，力争2025年前从制造大国迈入制造强国行列。

在此发展方针的指导思想下，工业设计更加注重跨学科的交叉，集成知识，整合创新，跨界探索新的技术、新的形态、新的服务和设计实践。《中国制造2025》也将“人才为本”作为基本方针之一，坚持把人才作为建设制造强国的根本，培养素质优良、结构合理的制造业人才队伍，这也是开设工业设计专业课程的宗旨。在当今重视大众创业、万众创新的形势下，培养工业设计专业人才显得更迫切和更重要。

工业设计教育该如何培养适应新发展需求的工业设计专业人才？本系列工业设计类专业教材正是在信息化和全球化深度发展的时代特征下，适应设计环境的改变、设计对象的改变和创新模式的转变而及时推出的，适应了时代发展和人才培养的需求。

本系列教材编写团队整体构成合理、实力雄厚，由长期从事工业设计教学、科研的高校老师，资深设计总监、技术总监，双师型的专家学者等组成。本系列教材强调团队合作，集整体团队智慧、经验于一体，以高度的责任感，对每册教材的框架、内容、教学环节等进行了多次研讨，融入了务实创新的教改精神。其具体特点如下：

一、系统性。考虑了工业设计专业学科的知识系统，内容涵盖设计史论与方法论、设计技术类、设计表达类和设计实践类四大板块。

二、实用性。教材内容注重与设计行业的结合，教材的编写团队由一线设计教师和知名企业的设计总监或设计从业人员组成，充分体现了理论和实践相对接、学以致用的特点，如《形态基础与产品设计》《产品研发设计表现》《产品系统设计》等教材。

三、时代性。本系列教材注重与时俱进。时代在进步，设计内容也在发展。顺应现代设计的发展需求，教材既注重对设计传统行业的重塑，也兼顾设计学科的跨界探索，如《产品交互设计》《产品设计数字化表现》《产品用户调查》等教材，适应了现代设计的发展需求。

此外，本系列教材考虑产品设计、产品类别的宽泛，因此配套内容考虑较全面，既保持了工业设计学科的规范性和完整性，也体现了工业设计学科发展的前瞻性、系统性、交叉性及实践性，能够适应高等院校工业设计专业教学的需求。通过对本系列教材的学习，学生可以全面提高工业设计专业理论水平及应用能力。同时，本系列教材对相关专业人员也具有较高的参考价值。

朱钟炎 范圣玺
2015年11月

前言

社会的丰富构成，使人们的物质生活和精神生活充满多变的色彩和多态的内容。物质中有精神内容的倾注，精神中有物质形态的构架，人类社会发展和进化的历史，始终围绕着物质和精神相互包容演绎的进化而向前。人们已经依赖各种产品的构成形态选择生存方式与质量。时尚产品设计是在工业设计的产品设计与服装设计的服饰品设计的基础上而延伸提出来的设计概念。它既要求有工业设计的理论基础，又要有时装及服饰品的美感与潮流表现性。

时尚产品设计具有强烈的构成特性，它与其他产品设计既有相同的地方，又有特殊的方面。相同的是他们都属于产品构成的概念，必须符合产品设计的基本要求，相对于技术、材料、工艺、结构、色泽肌理等要素，其原理和要求有很多相同之处。不同的是“时尚”的内涵构成以及构架具有特殊要求。设计表现的语言构成，落实到具体产品内容上的构成特征，时尚潮流和捕捉的路径、方法、技巧等，都是时尚产品设计特有的。此外，时尚产品在产品构成共有的要素中又有着鲜明的特性。所以，时尚产品设计表现出观念超前、构思新颖、表达细腻、材质丰富、工艺精湛、常变常新、引导潮流、开拓品质等超越时代生活的特征。

伴随着人类文明向更深层次的发展，时尚产品会自然地凸显出向两个方向分化发展的趋势，一是大众需求中的个性化表现，二是高端需求中的奢侈性个性追求。他们从两个方向覆盖形成社会人文情感的现实网络，在社会构成中呈现出从不同层面追求和享受时尚生活的活力。基于此，时尚产品的需求非常广泛，时尚产品的产业发展多层交叠，而时尚产品的设计必然会在丰富多彩的同时，充满复杂和尖锐的挑战。这对设计师来说，不是简单的能否胜任的问题，其中更体现着对社会发展的责任把握和对生活内涵的提炼表现。

因此，为了推进时尚产品设计事业的发展，让有志于在这方面有所追求的学生和爱好者有一本系统学习的书籍，我们几经努力编成此书。书中如有不足之处，敬请专家和读者不吝指教，以期为推进我国时尚产品产业的发展和时尚产品设计的兴盛而共同努力。

编者
2016年3月

教学导引

一、教材适用范围

本教材是产品设计、服装与服饰设计、纺织品设计等专业的专业方向选修课之一。本书系统地介绍了时尚产品设计开发的基本流程与方法,使得读者学会流行趋势预测、设计研究、设计构思、设计表现的过程,并提供了以上环节的要点分析及方法。同时也从鞋靴、箱包、帽子三种时尚配饰产品的案例中,讲述了其在设计中的不同基础知识和设计要点,让读者从鞋靴、箱包、帽子的设计中感知差异性。总之,与市场上其他教材相比,本教材较全面、系统地总结了时尚产品设计的流程及设计要点,并结合国际时尚品牌实际设计的流程综合提炼了时尚产品的设计方法,具有国际视野和高度。

本教材图片丰富,结合实际案例,图文并茂地阐述了相关的理论和知识点,避免了从形式到形式、从文本到文本的传统教材编写模式。

二、教材学习目标

1. 了解时尚产品设计的基本概念、方法和流程。
2. 熟悉时尚产品设计的流行趋势研究的相关方法,提高对流行时尚的敏锐度。
3. 熟悉时尚产品设计研究的作用、要素和基本方法。
4. 熟悉时尚产品设计构思的作用、要点和基本方法。

三、教学过程参考

1. 流行趋势分析。
2. 设计研究及规划。
3. 设计方案的构思。
4. 设计方案的深入。
5. 设计方案的表达。
6. 进程的汇报与点评。
7. 作业完成与反馈。

四、教材建议与实验方法

本课程着重训练,强调勤于动手,脑手并用,根据特色专业训练。

1. 实践练习:流行趋势调研和主题分析。

基本要求:文字与图案表达出主题概念(A4-5张)。

2. 实践练习:设计研究和设计构思。

基本要求:草图(A4-10张)。

3. 实践练习:设计表达。

基本要求:效果图、厂图(A4-5张)。

建议课时

总课时: 32

章节	内容	课时数
第一章	时尚产品设计概述	4
第二章	时尚产品设计的流行趋势预测	6
第三章	时尚产品的设计研究	6
第四章	时尚产品的设计构思	6
第五章	时尚产品的设计表现	6
第六章	时尚产品设计案例赏析	4

目录

◆	第一章 时尚产品设计概述.....	1
	第一节 时尚设计的概念.....	2
	第二节 时尚设计的特征.....	3
	第三节 时尚设计的流程.....	6
	第四节 时尚设计的基本原则.....	11
◆	第二章 时尚产品设计的流行趋势预测	14
	第一节 流行趋势预测的作用.....	15
	第二节 流行趋势预测的要素.....	17
	第三节 流行趋势预测的渠道.....	31
	第四节 流行趋势预测的方法.....	41
◆	第三章 时尚产品的设计研究.....	47
	第一节 设计研究的作用.....	48
	第二节 设计研究的要素.....	50
	第三节 设计研究的方法.....	57
◆	第四章 时尚产品的设计构思	67
	第一节 设计构思的作用.....	68
	第二节 设计构思的要点.....	69
	第三节 设计构思的方法.....	74

◆	第五章 时尚产品的设计表现	88
	第一节 设计表现的三个基本方面	89
	第二节 设计表现的工具和材料	95
	第三节 设计表现的绘制方法	98
	第四节 设计表达的排版	107
◆	第六章 时尚产品设计案例赏析	110
	第一节 时尚口袋设计案例	111
	第二节 时尚鞋履设计案例	119
	第三节 时尚帽饰设计案例	125
◆	参考文献	135
◆	后 记	136



第一章 时尚产品设计概述

时尚产品设计在艺术设计领域里已是一种发展趋势，涉及的专业包括产品设计、服装与服饰设计、纺织品设计等，时尚产品设计是基于集服装设计、工业设计背景下的知识结构而形成的。

第一节 时尚产品设计的概念

“时尚”最基本的解释是外在行为模式很快流传于社会的现象。如衣着、发型、语言等方面的一种异乎寻常的亚文化及其行为模式，往往很快吸引许多人竞相模仿，广为流传。

“设计”在2010版《辞海》中解释为“根据一定的目的要求，预先制定方案、图案等，如服装设计、厂房设计”。在《现代汉语词典》中，“设计”的解释分为两种：作为动词的解释为“在正式做某项工作之前，根据一定的目的要求，预先制定方法、图样等”；作为名词的解释为“设计的方案或规划的蓝图等已经完成”。从国际上看，现代设计的概念源于英语“design”，它作为动词具有两层含义：①设计（图案或图样）、绘制；②计划、谋划、预定。作为名词具有四层含义：①计划；②设计图、图样、图案；③图样设计、美术工艺品的设计；④装饰图案。

工业设计大师Victor Papanek 提出“设计是为构建有意义的秩序而付出的有意识的直觉上的努力”。一方面包括理解用户的期望、需要、动机，并理解业务、技术和行业上的需求和限制；另一方面是将这

些所知道的东西转化为对产品的规划（或者产品本身），使得产品的形式、内容和行为变得有用、能用，令人向往，并且在经济和技术上可行。这也是设计的意义和基本要求所在。

产品设计是一个创造性的综合信息处理过程，通过多种元素如线条、符号、数字、色彩等的组合把产品的形状以平面或立体的形式展现出来。它是将人的某种目的或需要转换为一个具体的物体或工具的过程；是把一种计划、规划设想、问题解决的方法，通过具体的操作，以理想的形式表达出来的过程。

虽然现在并没有权威的词典对时尚产品设计有明确的定义，但是本书中所提及的时尚产品设计是以服饰时尚产品为特色的时尚产品设计研究体系，主要包括产品以及家居用品、智能硬件等“生活时尚”产品的设计研究，同时还包括时尚产品的消费动向、商品转化、流行趋势以及产品舒适性、适用性的研究（图1-1-1、图1-1-2）。



图1-1-1 部分时尚产品类型图例1



图1-1-2 部分时尚产品类型图例2

第二节 时尚产品设计的特征

时尚产品是一种比较特殊的产品，其主要特点是品种、款式、颜色、面料、品牌等属性分类繁多、变化快。时尚产品的市场变化相对较快、季节性很强，从经营者的角度来看，时尚产品行业是一个时效很快，产品生命周期相对较短的行业。这就要求时尚产品的经营者判断力要快、要准，否则就会在行业的激烈竞争中被淘汰。

产品的开发者在查看他们的产品在预计的市场范畴中是否有较大的影响时，通常都需要考虑时尚产品设计的相关特征。

2.1 时尚性

在一个时代的潮流下，设计师们各有独特的创作天地，能够形成百花齐放的繁荣局面。然而，时尚发展瞬息万变，每一段潮流都有它的生命周期，一波推着一波向前迈进。如今，时尚产品款式千变万化，形成了许多不同的风格，有的具有历史渊源，有的具有地域渊源，有的具有文化渊源，以适合不同的穿着场所、不同的穿着群体、不同的穿着方式，展现出不同的个性魅力（图1-2-1）。



图1-2-1 时尚博主的着装搭配体现了时尚产品的时尚性

2.2 季节性

时尚产品具有非常鲜明的季节性，受流行趋势影响比较大，所以市场运作和产品管理与其他行业有所不同，例如款式、尺码、颜色的组合特性、库存的风险特性、市场策略的灵活性等（图1-2-2）。

2.3 区域性

时尚文化与城市发展的关系密不可分，时尚以产品为载体，产品以设计为先驱，伦敦、巴黎、纽约、米兰，无不以出色的设计贴上了地域文化标签。时尚产品的设计同时具有地域性的要求，我们应该根据目标客户的敏感度以及他们所处的流行趋势等级的位置，来调整产品的风格、外观、色彩、面料、印花的构成要素（图1-2-3）。



图1-2-2 雅氏的鞋履设计体现了时尚产品的季节性



图1-2-3 箱包的设计体现了上海的区域性特点

2.4 功能性

人们购买时尚产品时都具有一定的目的，如果时尚产品设计开发能够在一开始就满足客户的需求，可能会大大增加销售的数量以及客户的满意程度，特别是那些对于功能性要求相对更高的时尚产品（图1-2-4）。

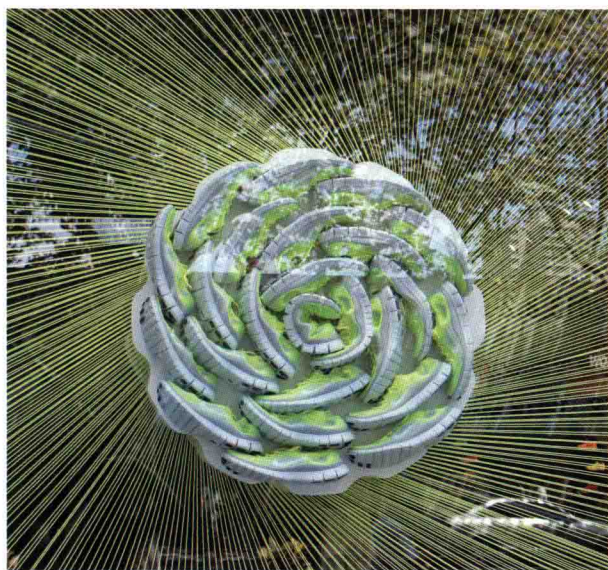


图1-2-4 Nike的鞋履设计体现了其材料特点及功能性

2.5 计划性

时尚产品设计的计划性在于其要求严格执行以时间节点为纽带的工作计划。由于受到供货商和经销商等诸多合作伙伴的系统性制约，需要很强的计划性做保障，在产品系列的设定上也能体现明显的计划性特征（图1-2-5）。



图1-2-5 蜂巢系列箱包设计体现了时尚产品设计的计划性

第三节 时尚产品设计的流程

时尚产品的设计流程会因为企业的规模、品牌的大小而产生差异,从一个时尚产品的构思到最终产品完成需要经历一个相当复杂的过程,本章节综合红谷集团(时尚皮具企业)、上海雅氏鞋业有限公司(时尚鞋履设计企业)、南通富美帽业有限公司(时尚帽饰企业)、上海埃力盟创意设计有限公司(时尚鞋履设计工作室)、英国伦敦艺术大学(国外著名时尚设计院校)等提供的时尚产品设计的案例,总结了时尚产品设计的基本流程和关键性步骤供大家参考。

3.1 时尚产品设计的基本流程

时尚产品设计的基本流程是市场调查—收集信息与资料—确定产品设计风格—季度新品企划与产品设计—绘制设计草图—确定设计方案—初审—产品设计阶段—试制样品—试制品评估—修正稿图—绘制产品设计正稿图。

01 市场调查

02 收集信息与资料

03 确定产品设计风格

04 季度新品企划与产品设计

05 绘制设计草图

06 确定设计方案

07 初审

08 产品设计阶段

09 试制样品

10 试制品评估

11 修正稿图

12 绘制产品设计正稿图

01 市场调查

在设计构思前，要了解市场各种信息，做好充分的调查。找出新产品在当前市场中的保障性和潜在性，认真分析现有市场同类产品的竞争情况（图1-3-1）。



图1-3-1 对2015 CHIC展市场调研

02 收集信息与资料

通过媒体、杂志、时尚机构、百货公司新品展示等各种专业渠道，收集各种资料与情报，并进行归纳分析（图1-3-2）。



图1-3-2 在意大利琳琅沛丽皮革展上收集2016夏季资讯

03 确定产品设计风格

通过市场调查分析各类专业的时尚产品的信息与资料，认真分析流行色、流行面料、信息元素，分析使用频率较高的材料性能、款式趋势、畅销产品等，最终确定产品设计的风格（图1-3-3）。



图1-3-3 分析流行面料和印花

04 季度新品企划与产品设计

根据市场调查以及企业品牌战略对产品的要求，加上自己对艺术的独特理解，规划出季度新品企划与产品设计，包括主题和波段规划、色彩规划、面料规划、设计细节等（图1-3-4）。



图1-3-4 规划主题和产品

05 绘制设计草图

在此基础上绘制设计草图或者表达创意的效果图（图1-3-5）。



图1-3-5 绘制草图

06 确定设计方案

考虑技术细节，从色彩、质地、完整性等几个方面来确定与创意相吻合的面料和辅料（图1-3-6）。



图1-3-6 挑选面料和辅料

07 初审

在草图的基础上，由设计总监对设计草图进行初审，从中选出适合的设计趋势或设计概念（图1-3-7）。



图1-3-7 方案的筛选和评审

08 产品设计阶段

在设计趋势图的基础上，设计师分别进入具体的产品设计阶段，并拿出产品设计图稿，确定其不同的比例、尺寸的正确位置，画出其构成部分（图1-3-8）。



图1-3-8 方案的深入和设计

09 试制样品

按产品设计图稿对新品进行制板打样、缝制、试制样品（图1-3-9）。



图1-3-9 试制初样

10 试制品评估

对试制样品进行合理性和符合性评估，判断样品是否满足季度新品企划与产品设计风格的要求（图1-3-10）。



图1-3-10 样品的试用和评估

11 修正稿图

结合评估结果，对样品，进一步审查设计方案，调整款式细节，最终确定设计图稿并确定所有新品样式（图1-3-11）。



图1-3-11 修正图稿

12 绘制产品设计正稿图

最终确定正稿图，并确定所有的样品样式（图1-3-12）。



图1-3-12 绘制成精确的设计稿