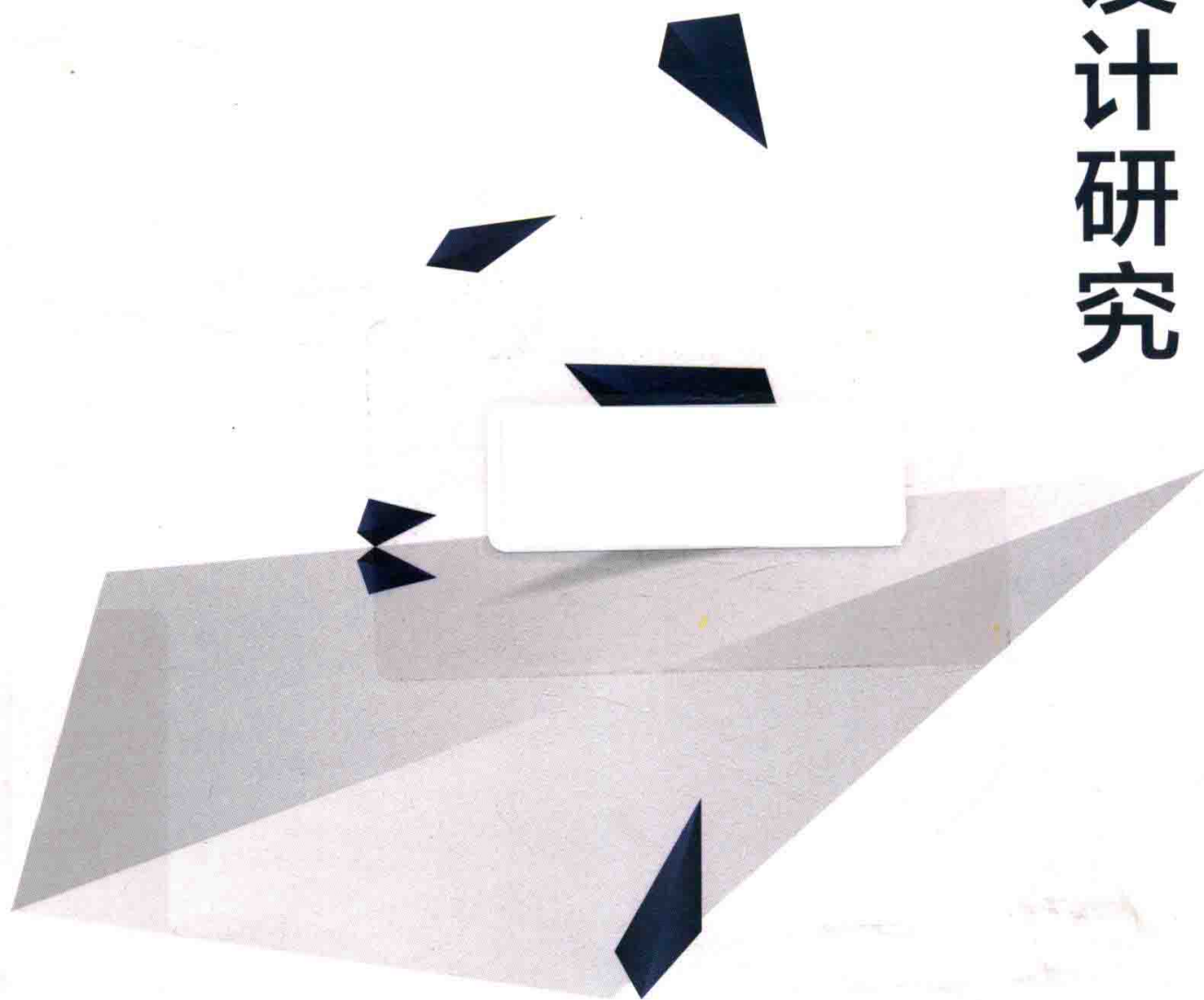
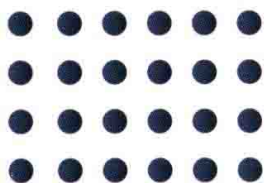


创意是核心 品牌是方向

# 现代成衣设计研究

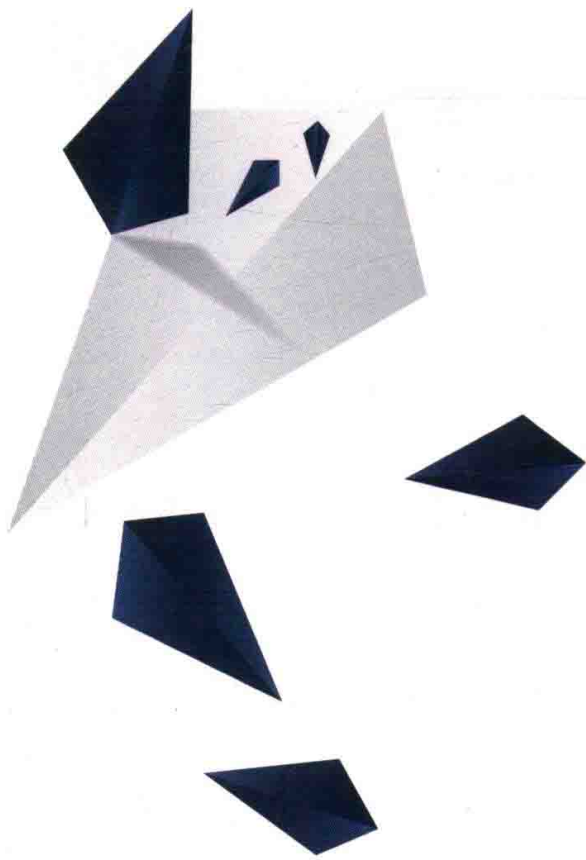
庄立锋◎著



中国纺织出版社有限公司

国家一级出版社  
全国百佳图书出版单位

责任编辑：刘 茸

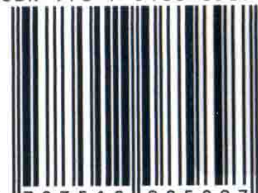


中国纺织出版社有限公司  
官方微信



中国纺织出版社有限公司  
官方微博

ISBN 978-7-5180-8589-7



9 787518 085897 >

定价：68.00元

本书为浙江省教育厅一般科研项目《基于虚拟仿真技术的中式服饰品设计 3D 打印应用研究》（项目编号：Y201942111）、浙江省高校虚拟仿真实验教学项目《皮革裘皮类成衣版型精准化解析匹配虚拟仿真实验》、浙江农林大学线上线下混合式教学模式改革项目《成衣品牌设计》的研究成果。

创意是核心  
品牌是方向

# 现代成衣设计研究

庄立锋◎著

 中国纺织出版社有限公司

## 内 容 提 要

当前,成衣业迅速发展,市场竞争日益激烈,人们对成衣设计的要求越来越高,现代成衣设计要想获得成功需以创意、品牌取胜,在满足消费者日益增长的消费需求时,不断融入创意的元素,设计出具有新意的创意成衣,并以品牌塑造为方向,给成衣设计带来新的生命力。本书以当前成衣设计的现状为背景,在成衣设计的相关理论之上,分析成衣设计的创意元素,探究现代创意成衣设计的具体方法,展现现代成衣设计新颖个性的创意特征,使成衣的实用价值与艺术价值并存。本书研究注重理论与实际的应用结合,对成衣产品中的创意设计具有一定的可操作性和指导意义。

### 图书在版编目(CIP)数据

创意是核心 品牌是方向:现代成衣设计研究 / 庄立锋著. — 北京:中国纺织出版社有限公司, 2021.7  
ISBN 978-7-5180-8589-7

I. ①创… II. ①庄… III. ①服装设计 IV.  
① TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2021)第101381号

---

责任编辑:刘 茸 责任校对:王花妮 责任印制:王艳丽

---

中国纺织出版社有限公司出版发行

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>

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

三河市宏盛印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2021年7月第1版第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:13

字数:228千字 定价:68.00元

---

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

# 前 言

成衣是近代服装行业中的专业术语，指服装企业按照一定规格、号型标准批量化生产的成品服装。成衣设计则是指以批量生产的成衣为设计对象进行的设计活动。20世纪60年代，基于近代服装产业的发展，成衣设计活动从高级时装业中分化出来，形成了高级成衣业，即将高级时装中便于成衣生产的或成衣厂商认为能引起大众流行的作品简略化，进行小批量加工生产。到了20世纪60年代末期，一批年轻的设计师开始专门从事高级成衣设计，使高级成衣业拥有了自己独立的设计活动，从此，成衣设计迈入了新纪元。时至今日，成衣业蓬勃发展，已成为服装行业的发展主体，现代成衣设计也开始探索新的发展方向。

与早期的服装设计注重实用性与审美性不同，现代成衣设计更加强调创意与品牌建设。换言之，对现代成衣设计研究来说，创意是核心，品牌是方向。基于这样的现实情况，本书紧紧围绕创意成衣设计与成衣品牌建设两个核心内容，来探究现代成衣设计的发展动向，以期能为刚进入成衣设计相关行业的从业人员、自学成衣设计的读者提供一些参考资料。

本书秉持理论与实践相结合的原则，分三个层次来阐述现代成衣设计的相关研究成果。第一部分为基础，以现代成衣业的发展历史为脉络，介绍了现代成衣的设计理念和风格，并对现代成衣设计的价值属性和分类进行了分析，意在以最清晰明了的方式将现代成衣设计的基础理论传达给读者。第二部分为应用，是本书的重点章节，从现代成衣设计的影响因素和形式美法则入手，先探讨成衣设计的创意思维，包括成衣设计的创意灵感、方法和流程；再按照现代成衣的要素分

类，分别探究其创意设计方式，包括廓型、结构、面料、色彩、图案，以及系列化构成设计；然后对成衣品牌的发展进行探究，从市场调研到设计定位、主题策划、流行趋势分析，再到产品设计和品牌推广，依次剖析以品牌为发展方向的现代成衣设计趋势。第三部分为案例，通过对知名品牌的案例分析，拓展现代成衣设计的艺术境界，超越经验层面，启迪创意思维。

全书结构合理，脉络清晰，内容安排详略得当，符合读者的阅读习惯。本书避免了大而空的论述方式，紧密结合相关实例，图文并茂，由浅入深地对现代成衣设计的相关理论及研究成果进行了阐释。紧贴国际时尚潮流的同时，又深刻把握住了现代成衣业的发展脉搏，这是本书最大的特色所在。

在写作过程中，笔者借鉴了相关著作和资料，尽可能地追求完善，但由于时间、精力和水平有限，本书难免还存在一些不足，对此，希望各位同行和广大读者予以批评指正，并提出宝贵意见。在成书过程中，笔者得到了许多朋友的帮助，在此向他们表示由衷的感谢。

作者

2021年1月

# 目 录

第一章 现代成衣设计概述	/1
第一节 现代成衣的基本概念	/1
第二节 现代成衣业的产生与发展	/3
第二章 现代成衣设计的理念和风格	/9
第一节 现代成衣的设计理念	/9
第二节 现代成衣的设计风格	/12
第三章 现代成衣设计的价值属性和分类	/33
第一节 现代成衣设计的价值属性	/33
第二节 现代成衣设计的分类	/36
第四章 现代成衣设计基础	/49
第一节 现代成衣设计的影响因素	/49
第二节 现代成衣设计的形式美法则	/55

## 第五章 现代成衣设计的核心——创意 /69

- 第一节 成衣设计的创意思维 /69
- 第二节 创意成衣设计的灵感 /74
- 第三节 创意成衣设计的方法 /79
- 第四节 创意成衣设计的流程 /88

## 第六章 现代成衣设计的要素创意设计 /93

- 第一节 现代成衣的廓型、结构与细节设计 /94
- 第二节 现代成衣的面料创意设计 /112
- 第三节 现代成衣的色彩与图案创意设计 /117
- 第四节 现代成衣设计的系列化构成设计 /128

## 第七章 现代成衣设计的方向——品牌 /135

- 第一节 成衣品牌的设计调研 /135
- 第二节 成衣品牌的设计定位 /139
- 第三节 成衣品牌的主题策划 /144
- 第四节 成衣品牌的流行趋势分析 /149
- 第五节 成衣品牌的产品设计 /157
- 第六节 成衣品牌的推广 /163

## 第八章 案例篇 /171

- 第一节 国际篇 /171
- 第二节 国内篇 /187

## 参考文献 /197

# 第一章

## 现代成衣设计概述

所谓设计，指的是把一种计划、规划、设想、解决问题的方法，通过视觉方式传达出来的活动过程。成衣设计对设计师提出了较高的要求，包括设计师要具有较高的创新设计水平，掌握必需的专业技能，设计还必须与市场结合，了解生产、营销环节的知识，设计的产品要符合消费者需求等。其中，明确现代成衣的基本概念，了解现代成衣业的产生与发展历程，是成衣设计的前提条件，也是对每位设计师的基础要求。

### 第一节 现代成衣的基本概念

成衣是近代在服装产业中出现的一个专业概念，指对应某个消费群体，按照一定规格、号型标准进行批量生产的，满足消费者即买即穿的系列化成品服装，是相对于量体定制、自制的衣服而出现的一个概念，是尽可能地让消费者可以即时穿着的服装。它是随着近代工业文明的不断进步及人们生活方式的改变而出现的服装形式。目前，在商场、专卖店、服装连锁店出售的服装都是成衣。

成衣必满足三个方面的条件，分别是批量化、标准化与商品化。

## 一、批量化

作为市场化的产物，成衣是以批量化来体现其在时尚主流中的地位与特征的。它针对的是消费观念和消费方式极为相似的一类群体，而不是具体的某个人。我们通常将这类群体称为目标顾客。目标顾客是成衣产品的购买者，是成衣产品开发和设计所为之努力研究的主体对象。

## 二、标准化

成衣产品是根据目标顾客的需求来制订其外观款式与内在品质的。要使这些款式和品质在批量生产中得到保证，并且得到同一消费层面的不同体型的顾客的认可，标准化是其必要且唯一的途径。因而，无论是档差还是质检要求，均是成衣市场产品标准化特征的具体表现。

## 三、商品化

成衣产品必然会成为商品，通过市场这一媒介使生产者与消费者得到沟通，最终目标顾客成为现实顾客，成衣产品满足现实需求。然而，这一满足并不代表永远，服装消费需求将随着下一季时尚的变迁而转移，会寻求新的契合点，这就是创造需求和满足需求的过程。

成衣的价值取决于两方面。第一个方面是生产方式，成衣设计师的工作任务是满足目标消费群体的衣着需求，而不受限于某个具体顾客的喜好。因此，在市场意识的主导下，他们对流行的把握和时尚的创意更为主动。成衣采用工业化、标准化、批量化方式进行生产，使产品的平均成本大幅降低，而品质则在标准化的贯彻下得以保障。第二个方面是营销方式，现代的规模化经营，使成衣产品在零售价格上具有极强的竞争力。

服装设计包含的内容广泛，从类别上可以分为日常装设计、高级时装设计、休闲装设计、舞台装设计等；从设计类别上可以分为纱线结构设计、面料设计、图案设计、款式设计等。

成衣设计学服从于“设计学”的大概念，并从中延伸出符合成衣设计的设计理论和设计手法。与纯艺术形式不同，成衣设计更注重实用性与市场性、创造性

与市场性的完美结合，在个性与市场之间寻找一个平衡点。

## 第二节 现代成衣业的产生与发展

### 一、成衣业产生的前奏

随着男性参与社会经济各个层面社交活动的增多，对男装的审美和要求也慢慢地改变，在新洛可可时期奠定了现代男装着装的国际惯例。男表演变成为白天的常服、夜间的礼服（燕尾服的最初样式）、白天的礼服（晨服的最初样式）、外出便装、背心、西裤等，男装更加注重着装时间、着装地点和着装目的，从此走进一个微妙发展时期，惯例的形成为现代成衣的发展奠定了坚实的基础。

男装的发展并没有使女装产生巨大改变，新洛可可时期的贵族依然沉迷于紧身胸衣，为了追求裙子下摆的宽大而采用裙撑，甚至当美国女设计师在 1851 年为解放妇女着装推出宽松的灯笼裤时，在美国却遭到了嘲笑。两次世界大战期间，欧洲女性加入后方的军工生产，发现华贵、优雅的高级女装已经不合时宜，而军装风格的服装、男装的西服具有更好的功能性，加上战时配给制度的影响，促使女装完成了历史性的转变，形成了现代女装的国际惯例。因此可以说，第一次、第二次世界大战拉开了成衣业发展的前奏。

### 二、成衣业的初步兴起

成衣店最早产生于英国，主要生产男子日常服装及围巾、帽子、雨伞等服饰品。由于早期的成衣款式单一，产品质量和企业管理也不成熟，其产品基本上服务于中、下层的消费者。19 世纪后期，法国出现了女装成衣店。美国作为大众成衣的发源地，首先在美国纽约的第七大道兴起现代成衣产业并形成规模，从而影响了世界的成衣业。1889 年，20 岁的波兰青年路易斯·波纳来到纽约，1890 年年底，他与朋友一起在纽约开了一家只有三台缝纫机的服装厂。从 1890 年到 1910 年的 20 年间，经过先驱们的不断努力，成衣产业得到一定的发展。当时的主要成衣产品是非常便宜的男衬衫和宽松裤，消费者主要是出航的水手、拓荒者

和农场工人。由于缝纫机的普及和受到无力购买定制服装的中、下阶层消费者的欢迎，成衣的需求量不断上升。成衣还使女性从家庭裁缝中解放出来，提供给她们更多参与社会活动的机会。成衣的便利性和经济性越来越受到大众的欢迎。此后的几十年中，尤其是第二次世界大战期间，成衣业极大地刺激并推进了美国经济的发展，也促成美国成衣产业着眼于整合全球资源，制定更为严格和统一的标准，以此提高产品开发能力、转换经营理念、进行科学管理，最终成为世界成衣业的领头军。

成衣是服装领域在工业化生产方式下诞生的产物，其产生主要由以下四个条件促成。

### （一）设备条件

先进的技术促进了服装生产设备的发明和改进，被称为针纺业的服装工业很快开始运用缝纫机器进行批量化生产并日趋成熟。1859年，胜家公司在手摇缝纫机的基础上，设计了第一台脚踏缝纫机，这一创举从根本上促成了服装加工的机械化。妇女们几乎在家中就可以缝制出具有专业水平的服装，从而提高了服装加工的整体水平。继缝纫机后面世的是钉扣机和锁眼机以及用于熨烫服装的机器，甚至丝袜和手套都可以由编织机制造。缝纫机与其他机器的大量运用加快了成衣生产的步伐。随着大量手工劳作被服装机器替代，生产效率不断提高，成衣的生产成本被大大降低，高产量和低价格快速推动着服装的消费。

### （二）产业条件

18世纪下半叶，英国第一次工业革命推动了整个纺织业的技术改造，使生产日益社会化，从业人员队伍不断壮大，从而彻底改变了纺织业的生产方式。

1785年，蒸汽机开始用于纺织生产，被发明和应用的还有飞梭、针织机和动力织布机等，大大地推动了机械化生产代替手工生产的进程。1850年以后的20多年间，纺织技术和纺织工艺的突飞猛进，带动了毛纺织业革新：人造纤维被生产出来，毛织类中多了弹性织物，服装面料的品种、色彩等得到前所未有的丰富。工业化给纺织生产带来的优势，标志着一个新时代已经到来。

20世纪中叶，新科技革命的成果在各个行业得到广泛应用，服装业也不例外。材料学研究、人体工程研究、机械自动化控制、计算机普及化等促使成衣的品种丰富、品质优良。如今，成衣已经成为大众衣着的主要来源。



### （三）商业条件

现代成衣产业的形成、发展与营销方式的变化和百货商店的创立密切相关，也正是百货商店的创立才使成衣突破了自身局限，缩小了与大众的距离。从此，成衣商品开始通过市场这一主流渠道实现其自身价值。1830年以后，百货商店的销售模式开始得到推广，巴黎的一些商店开始出售成衣，逛街成为一种消遣时尚。1852年，布西科夫妇在巴黎开设了第一家名为“乐蓬马歇”的大型百货公司，并首次将成衣及其他服饰品陈设在一个聚集地，给人们的生活带来了极大的方便。不久，百货商场这种商品营销模式在欧美各国相继涌现，不仅为成衣产品找到了销售的主流途径，更为成衣业提供了更为广阔的发展空间。

早期的成衣产品服务于中、下层消费者，虽然款式单一、制作粗糙，但价廉而实用的成衣正适合他们的购买力。随着社会发展，成衣工业不断成熟，市场的供需关系逐渐良性化，工业化成衣的产品价值也通过现代商业形式的建立和推广得以更为快速地体现。工业时代的商品经济带来了生活方式的变化，人们的着装方式逐渐稳定并形成了一些约定俗成的惯例，这种着装规范与程式实际就是服装造型元素及其组合方式稳定性和标准化的体现。同时，广泛的社会活动使服装日益简洁。1850年以后，面料上乘、颜色柔和、裁制简洁的服装逐渐成为主流，现代工业社会的服装审美取向已初露端倪。

### （四）专业技术条件

英国妇女家庭类杂志的出版商塞缪尔·贝顿最早设立了纸样邮购的服务，为服装制作提供标准的样板。1850年，美国人巴塔利克也开始出售样板。服装样板的商品化使流行款式得以向大众推广，同时也为服装技术的普及发挥了积极的作用。

1910年，“时装之父”沃斯的小儿子加斯顿·沃斯担任了高级定制服装协会的第一任主席，这个机构创立了服装设计的标准以及保护服装设计师和从业人员的利益不受侵犯的行业规范，并促成了1930年高级时装商业学校的创办。服装学校的建立使成衣技术和标准得到迅速普及。这时出现了一位重视服装结构技术创新并产生巨大影响的人物——曾经受雇于巴黎著名的雅克·杜塞时装店的设计师马德里尼·维奥纳。维奥纳夫人于1912年自立门户，她意识到实物对于顾客的重要性，因而摒弃了大多服装设计师的习惯做法，不再只是用素描效果图的方式画下自己的设计，而是利用微型人台（后来很快改为真人大小的人台）进

行立体裁剪来创作和展示作品。她还把女性内衣、裤子的缝制手法如细缝、抽纱、卷边等技术用在成衣工艺上，用突破传统的斜裁结构成型法设计出外观别致新颖的服装，使织物在不同结构之间的吻合技术达到了新高度。

1919年，由沃尔特·格罗佩斯开办的包豪斯学校开始推行工业设计理念并传遍欧美。“功能为先”“功能为美”“简洁就是时尚”等一系列现代工业文明所孕育的审美观念在设计界大行其道并影响深远，格罗佩斯在《艺术家与技术师在何处相会》一文中，阐明了“功能第一、形式第二”的原则。他说：“物体是由它的性质决定的，如果它的形象适合于它的功能，人们就能一目了然地认识他的本质。一件物体的所有方面都应当同它的目的形象配合，就是说，在实际上能完成它的功能，是可用的、可信赖的，并且是便宜的技术上的成功同时也就是艺术上的成功。”<sup>①</sup>这些设计理念在第二次世界大战后被普及和推广，并成为使服装设计由单件手工制作的生产方式逐渐转向工业批量化生产方式的思想基础。

### 三、服装市场的成衣化

1950年，著名的高级定制服装公司“迪奥”开始将一些深受顾客欢迎的裙装进行批量生产，如黑白图案和单色人造丝撞色裙，其他公司的经营方式也有类似的调整。自1960年开始，欧美服装消费热情持续高涨，成衣已经居于服装市场的统治地位，散落于乡间小镇的裁缝铺几乎被摧毁殆尽，高级定制服装的市场份额急剧萎缩。

成衣市场的扩大进一步刺激了成衣产业的发展，1950年以后，各种新型的缝纫专用设备被发明和使用，合成纤维及混纺织物面料也得到进一步的开发，新材料、新工艺的不断涌现使新产品不断地给消费者带来耳目一新的感觉。流行时尚的节奏越来越快，大众心目中原本粗糙、廉价的成衣印象早已被时尚的潮流洗刷得一干二净。

成衣的成本被严格控制在一定的尺度内，为了使产品更具竞争力，许多公司将加工转移到劳动力成本较低的亚洲地区，同时为了保证品质、提高效率以获取最大化利益，大多国际知名的成衣品牌都从“品牌推广—产品设计—生产—营销”等方面建立了自己的跨国控制系统。这种根据控制程序进行国际分工协作的关系正是成衣业成熟化的标志。

① 耿明松. 中外设计史 [M]. 北京: 中国轻工业出版社, 2017: 134.

#### 四、国际合作的成衣业

“随着全球经济一体化的发展，成衣业面临着一系列变革，它是一个流动性大、劳动密集型、国际性的行业。”<sup>①</sup>自1960年起，欧洲及美国的成衣工业为了提高自身的竞争力，开始把生产线转移到亚洲或者其他低成本地区，一件成衣的产生可能经过负责策划或者产品设计的品牌公司以及负责市场推广的品牌公司，采购代理和贸易公司在市场中充当着中介的角色，协助不同国家和地区的服装设计、订货、物料采购、生产、流通推广等一系列工作。全球成衣供应链的形成迫使成衣业形成高度专业化和生产集约化的特点。

全球经济在20世纪80年代和90年代高速发展，时装贸易成为许多国家和地区的经济增长点。无论是奢华昂贵的高级时装，还是针对大众消费者的成衣，都出现了极大的增长需求。女性更广泛地扮演着社会中的各种角色，服装在款式、材料、品牌等方面越发多元化，成衣业空前发展。

<sup>①</sup> 吴玉红. 成衣产品设计 [M]. 北京: 中国轻工业出版社, 2014: 12.



## 第二章

# 现代成衣设计的理念和风格

现代成衣的设计理念展现出现代环境下成衣设计者的独特见解，科学技术的发展赋予了成衣设计更多的表现形式与表现手法，为顺应时代发展也涌现了许多新的成衣设计理念，其中最具代表性的有虚拟成衣设计、绿色成衣设计、文化内涵成衣设计、超维视觉成衣设计等。成衣设计理念的展现有赖于成衣的各种风格形式，创作理念的改变会带来作品风格的转换。在现代成衣设计中，划分成衣风格具有很重要的意义。成衣设计的风格能传达出成衣的总体特征，给人以视觉上的冲击力和精神感染力，这种强烈的感染力是成衣设计的灵魂所在。

### 第一节 现代成衣的设计理念

成衣的设计理念从人们的心理出发，紧跟时代的脚步，以期获得大家的喜爱。随着信息化技术的不断发展，互联网技术以一种崭新的传播方式转变着传统的成衣设计理念。成衣设计网络化已成为现代成衣设计的新理念，在网络成衣设计的指引下出现了虚拟成衣设计、绿色成衣设计、文化内涵成衣设计、超维视觉成衣设计等现代成衣设计理念。