

国际服装丛书·设计

服装设计实务

瞿涛好定 著

刘国联 赵莉 王亚 吴卓 译



中国纺织出版社

前 言

服装产业发展的动力是开发理想的服装商品,追求服装商品的高附加值,因而服装设计也越来越受到重视。在服装设计领域,国内外出版了相当数量的书刊,但就设计方法而言,还是离服装业界的设计实情有较大的距离。

要使服装设计与服装产业的实务相联系,具体方法至关重要,故笔者力求将在服装企业设计室任室长期间和在大学里讲授“服装设计”课程中多年积累的大量资料和经验进行系统整理,以期归纳总结出与服装产业实务紧密联系的服装设计方法。

本书在以上基础上,试图揭示实际的服装设计流程与方法,使服装设计师能够按照消费者的需求进行设计。同时,为了能够使此书更加适合于学习服装设计的学生或从业人员,本书尽可能地使用服装设计的实际资料。主要内容分为以下三章。

第一章介绍服装设计的要素和原理,阐述服装设计的基本理论。第二章具体介绍了服装设计的实际内容,即设计的流程和方法。第三章讨论创作性设计的实际内容,即创作性设计的方法。

在整理、撰写书稿期间,笔者为自己的愚钝和不足而抱憾。想当初怀抱画虎之愿,结果却涂鸭成兔,只好勉励自己还需不断努力和完美,并期待前辈诸贤的指正。最后,向负责本书出版的教学研究社梁哲文社长以及编辑部金洙焕常务等致以谢意。同时也借此机会,对帮助制作资料的考奥龙商社(株)设计室同仁以及协助整理书稿的梁熙文、李贞子、李明真、朴顺朝等表示感谢。

作者

1987.1.5

借修订本出版之际,为修订本的迟迟推出而致以深深的歉意。

向郑松乡教授、郑惠善教授、沈儒京研究员、李言周小姐表示感谢,他们对修订本的书稿整理、服装插图及书稿修订给予了大力帮助。

作者

1999.8.7

第 1 章 服装设计概述

第 1 节 服装设计的概念	1
服装设计的概念	2
服装设计的意义	2
服装设计的条件	2
服装设计与服装设计学	3
服装和造型设计	5
第 2 节 服装设计的要素	7
线条	7
线条的概念	7
线条的种类和性质	7
线条的组合与效果	7
线条的错视	7
形态	7
形态的概念	7
服装的形态	7
形态的错视	7
形态的类型	7
色彩	7
色彩体系	7
色彩的混合	7
色彩调和	7
色彩的效果	7
色彩的性格与感情	7
色彩的流行	7
服装与色彩	7

2 目 录

服装色彩的筹划	158
服装面料和纹样	160
服装面料的种类和功能	160
服装纹样的概念和种类	162
服装面料与设计	162
第 7 节 服装设计的原理.....	163
服装平衡	163
服装平衡理论	163
服装平衡与设计要素	165
服装比例	166
服装比例理论	166
服装比例的运用与效果	168
服装规模与比例	168
服装统一	169
服装韵律	169
服装反复	169
服装渐进	170
服装放射	171
服装连续	171
服装交替	172
服装渐变	172
服装强调	172
服装对比	172
服装集中	173
服装趋势	173

第 四章 服装设计实践

第 四节	服装设计的概念和发展过程	150
	一 服装设计的概念	150
	二 服装产业的发展过程	150
	一 美国的服装产业	150
	二 日本的服装产业	150
	三 法国的服装产业	150
	四 韩国的服装产业	150
第 四节	服装设计和商品企划	150
	一 服装设计和商品企划	150
	二 商品企划的体系和过程	150
	一 信息分析	150
	二 目标市场的确定	150
	三 营销理念确定	150
	四 商品战略	150
	五 设计开发	150
	六 设计	150
	七 产品评会及订货	150
	八 大批量生产	150
	三 服装设计和辅料	150
	一 辅料市场的动向	150
	二 辅料的进货过程	150
	三 辅料的种类	150
第 四节	服装设计和商品企划的实践	150
	一 市场情报分析实例	150

4 目 录

● 女性服装业的动向	106
● 女性消费者的动向	107
● 目标市场的制定实例	107
● 市场细分化	107
● 市场目标化	107
● 品牌配置	107
● 营销理念确定实例 源·杂·运·普·战略·雪	107
● 商品战略(源·集·裁)	107
● 价格战略(源·集·裁)	107
● 流通战略(源·集·裁)	107
● 促销战略(源·集·裁)	107
● 部门业务	107
● 商品构成实例	107
● 设计开发实例	107
● 流行趋势预测和分析	107
● 设计理念确定	107
● 色彩企划	107
● 面料企划	107
● 主题图片	107
● 搭配图片	107
● 款式图	107
● 设计图	107
● 促销活动	107

第 7 章 服装创作设计实践

第 7 节 创作设计的灵感来源.....	107
----------------------	-----

形象与创造 猿

创意的产生 猿

第 圆节 创意的展开方法猿

基于基本形态的设计 猿

基于服装外形的设计 猿

基于市场调查结果的设计 猿

基于生活方式的服装设计 猿

基于色彩主题的设计 猿

基于服装搭配的设计 猿

基于流行主题的设计 猿

基于生活素材的设计 猿

参考文献 猿

第 四 章

服装设计实践

第 1 节 服装设计的概念和发展过程

1. 服装设计的概念

1) 成衣的概念

成衣, 英文为 *Ready-to-wear* 或者 *Off-the-rack* 法语为 *Prêt-à-porter* 或 *Prêt-à-vendre* 德语为 *Bekleidungsindustrie* 或 *Bekleidungsbranche*

本书中服装实际是指流行成衣, 不同于定做时装, 定做时装是为特定的人定做, 而成衣是为团体或大众消费者而生产的, 是尽可能地让消费者即时穿着的服装。

成衣和定做时装的不同之处在于, 成衣必须要满足大多数消费者的需求。

从成衣的发展史来看, 在第二次世界大战期间, 妇女开始参加社会活动和缝纫机的大量生产及普及是成衣发展的主要原因。对于中下层阶级来说, 价格昂贵的定做时装是非常奢侈的, 满足日常穿着成为战争期间的重要问题。并且, 从战争和产业革命的历史来看, 大量生产必然带动大量消费, 因此, 成衣时代应运而生。

韩国的情况是随着经济发展, 人民生活水平的提高, 妇女加入到社会生活中来, 生活和消费观念开始转变, 因此, 成衣产业开始形成。

一般来说, 从 20 世纪 50 年代开始, 人们的现代生活方式逐渐形成, 欧美的生活方式开始被其他地区接受。但由于长久以来形成的生活方式和价值观已经定型并相当稳固, 所以, 人们生活方式的变化是其对生活再认识的一种值得关注的征兆。

生活水平不断提高的现代社会, 人们的生活方式在服饰生活方面体现为需求的多样

化、高级化和个性化。

因此随着现代人对衣食需求的变化,原来的成衣概念也随之变化。成衣的概念由原来的“多数顾客即时可以穿着的服装”向“满足顾客个性化、多样化、高级化的需求,并且可以在各种场合中展示时尚服装”转变。

定做时装是建立在服装设计师和顾客一对一的对应关系上,必须满足特定顾客的裁()、()、()这三个条件。

但是,成衣是以满足大众消费者的要求而大量生产为前提的,因此,成衣就必须满足以下几个要求:适应消费者的需求、适当的时期、合理的价格、适当的场所、售后服务、商品的多样化和商品的大量供给。

2) 服装的种类

一般来说服装()除了男装、女装和童装等的分类方法以外,还有以下几种细分方法。

(员) 根据服装性质分类

- ① 男式外衣押大衣()、西装()、夹克()、裤子()、毛衫()等;
- ② 女式外衣押大衣()、套装()、连衣裙()、夹克()、裤子()、毛衫()等;
- ③ 儿童服;
- ④ 幼儿服;
- ⑤ 男式中衣^①押白衬衫()、各种类型的衬衫、背心();
- ⑥ 女式中衣押罩衫()、各种衬衫;
- ⑦ 制服押学生服、军服、劳动服;
- ⑧ 晚装;
- ⑨ 运动装()。

(圆) 根据消费者的生活方式或 裁 的分类

- ① 运动装();

① 中衣,介于外衣与内衣间的服装。

- ②晚礼服（~~华丽~~、~~精致~~、~~考究~~）；
- ③办公服（~~简洁~~、~~大方~~、~~得体~~）；
- ④便装（~~舒适~~、~~休闲~~、~~随意~~）；
- ⑤观众服（~~整洁~~、~~大方~~、~~得体~~）；
- ⑥学生制服（~~整洁~~、~~大方~~、~~得体~~）；
- ⑦社交服（~~简洁~~、~~大方~~、~~得体~~）；
- ⑧外出服（~~保暖~~、~~防风~~、~~实用~~）；
- ⑨日常服（~~舒适~~、~~大方~~、~~得体~~）；
- ⑩办公服（~~简洁~~、~~大方~~、~~得体~~）；
- ⑪正装（~~正式~~、~~庄重~~、~~得体~~）；
- ⑫休闲装（~~舒适~~、~~大方~~、~~得体~~）；
- ⑬耐磨服（~~结实~~、~~耐用~~、~~实用~~）；
- ⑭家居服（~~舒适~~、~~大方~~、~~得体~~）；
- ⑮工作服（~~实用~~、~~大方~~、~~得体~~）。

六、根据价位分类

- ①高价位服装（~~昂贵~~、~~奢华~~、~~高档~~）；
- ②中、高价位服装（~~高档~~、~~奢华~~、~~高档~~）；
- ③中价位服装（~~舒适~~、~~大方~~、~~得体~~）；
- ④低价位服装（~~实惠~~、~~实用~~、~~大众~~）。

（源）根据消费者年龄分类

- ①婴儿服（~~可爱~~、~~舒适~~、~~柔软~~）；
- ②幼儿服（~~活泼~~、~~可爱~~、~~舒适~~）；
- ③儿童服（~~活泼~~、~~可爱~~、~~舒适~~）；
- ④少男少女装（~~时尚~~、~~大方~~、~~得体~~）；
- ⑤青少年装（~~成熟~~、~~大方~~、~~得体~~）；
- ⑥青年装（~~成熟~~、~~大方~~、~~得体~~）；
- ⑦成人装（~~成熟~~、~~大方~~、~~得体~~）；
- ⑧男士服（~~成熟~~、~~大方~~、~~得体~~）；

- ⑨未婚女士服（皂泽增增类）；
- ⑩已婚女士服（配泽增增类）；
- ⑪妇女装（皂泽增增类）；
- ⑫老人装（泽增增增类）。

（缘）根据时尚需求程度分类

- ①大众服装（泽增增）；
- ②日常服装（增增增）；
- ③新型日常服装（增增增增增）；
- ④流行服装（增增增）；
- ⑤前卫服装（增增增增增增增）。

（远）根据品牌分类

- ①全国著名品牌（增增增增增增增）；
- ②设计师品牌（增增增增增增增）；
- ③特征品牌（增增增增增增增）；
- ④闯兑品牌（增增增增增增增增增增增）；
- ⑤个人品牌（增增增增增增增）；
- ⑥商店品牌（增增增增增增增）；
- ⑦进口品牌（增增增增增增增）；
- ⑧特许品牌（增增增增增增增）；
- ⑨无品牌（增增增增增增增）。

3) 服装设计的条件

成衣 ,作为满足消费者的各种需求、可即时穿着的服装 ,必须具备以下几个特点。

六、色彩的多样化

当今的时代是“穿出色彩的时代”,色彩在服饰生活中占有相当重要的地位,消费者

都希望能 在色彩斑斓的时装中选出自己中意的颜色。色彩是流行趋势变化中的一个非常敏感的环节。设计师们通过色彩体现自己的设计理念,并与消费者产生共鸣。在服装生产过程中,色彩的多样化与时装生产总量和最小生产量有着密切的关系。

六、选择合适的面料

根据服装的特性、种类和价格范围,必须选择适当的面料。现代消费者对面料方面的常识和资讯信息越来越有认识,因此在购买时装时,对面料的选择也非常慎重。为了满足消费者对服装个性化的要求,需加大商品的差别化,所以,在选择面料时一定要具有战略性眼光。

七、设计的多样化

当今的消费者 对服装流行趋势的敏感度不断增强,对服装设计的要求也越来越高。为了满足 不同阶层、不同生活方式的消费者的要求,就必须不断地进行服装的开发设计。

优秀的设计作品并不完全是具有与众不同的样式和出众的设计,而是应把服装的种类、穿着场合、价格、面料和色彩等元素完美地结合在一起。所以,真正意义上的优秀设计作品是要使消费者在穿着服装时能够展现出她的仪态、生活方式和个性,并引起消费者心理的共鸣。特别是服装作为时尚流行中的重要部分,更应时刻跟随流行趋势,保持新鲜感。

八、服装号型的多样化

消费者的体型不可能是完全标准的体型,而成衣则是以标准体型为基础生产的,因此,为了 能适合消费者的各种体型,成衣必须提高号型尺寸的多样化程度。

消费者购买成衣的一个重要原因是成衣具有便利性的特点,可以即时穿着。这就需要多样化的号型。均码(或高弹)具有灵活性和伸缩性的特点,是解决号型尺度问题的一个不错的方法。

九、价格合理化

根据服装的种类、用途、面料和流行程度等的不同,必须制定合理的价格。应从购买者的立场上,合理地制定商品的价格,做到物有所值。

1. 提供适当的流通渠道及售前服务的提供

根据成衣的种类、价格和服装的需求程度,必须提供适当的流通渠道和售前服务。

2. 提供足量的物资供给

要在消费者购买的时期和场所中提供足量的商品供给。

3. 准确把握服装的流行周期

在成衣销售过程中服装的样式非常重要。不管是流行服装还是过时的服装,一定要以服装的需求程度、消费者的生活方式、裁剪等的完美结合为前提。

4. 为提高消费者购买欲而进行的店面设计

成衣在展示或销售时,应运用店面设计的技巧和方法。如商品企划过程中,对消费者需购买的商品进行充分展示,以诱导出消费者对商品的新感觉。这一点在商品销售过程中非常必要。

5. 提供商品情报,做好售后服务

给消费者提供常识性的商品知识和情报,帮助她们解决服装在穿着和保管时会遇到的问题,并为消费者提供满意的售后服务。

2. 服装产业的发展过程

1. 美国的服装产业

美国的近代服装产业是 1846~1847 年间确立起来的。当时的服装产业并不针对大

众,是从美国的富人阶层开始,其后才向广大民众扩散,迎来了大众成衣的开化期。美国即是大众成衣的发源地。

现在,世界最大的成衣生产基地是纽约的第七大道。纽约第七大道的创始人是 1898 年的秋天,在纽约港口登陆的 19 岁波兰青年路易斯·波那。第二年的年底,路易斯和朋友一起在纽约开了一家只有三台脚踏缝纫机的小型服装厂。从 1899—1904 年经过先驱们的不断努力服装产业得到了一定的发展。

事实上,美国的成衣产业和服装业一样,是从女性成衣开发前的半个世纪,也就是 19 世纪初期的男性成衣开始的。新英格兰(马萨诸塞州)的布鲁斯·布拉泽斯(服装店名月牌牌)的最早成衣顾客是经常出航的水手们,早期的成衣大多是非常便宜的衬衫和宽松裤(海裤),主要顾客是家中没有女仆的单身男性、周边的拓荒者和农场中的劳动者。

第一次世界大战以后美国迎来了繁荣的 1920 年。这个时期美国的富有阶层开始憧憬巴黎的高级定制时装(高级定制),纽约的客商们每年两次去巴黎购买高级定制时装。这个时期,成衣业者为了购买高级时装的样板花费了大量的金钱。

然而,从 1929 年开始的经济危机迫使 1930 年的成衣产业破产。在这种不景气的情况下成衣产业一边确定号型尺寸和改善经营状态,一边提高自身的设计能力以便促进成衣产业的近代化进程。最终,作为第二次世界大战战胜国的美国成为世界成衣产业的先头军。

由于缝纫机的普及和受无力购买定做服装的中下阶层的欢迎成衣的需求量不断上升。特别是随着女性社会参与程度的增大和收入水平的提高,成衣使女性从家庭裁缝中解放出来,具有便利性和经济性特点的成衣越来越受到欢迎。

因此美国的成衣业作为规模愈来愈大的成长产业受到世界的注目。其主要原因如下。

六、美国服装产业具有较长的历史

美国在 1850 年左右已经具备了成衣化生产的条件比韩国的服装产业历史早了大概 100 多年。

七、服装市场规模巨大

人口众多、高收入、女性对社会活动的积极参与、服饰生活的多样化、娱乐活动的增多和社交集会的多样化等促进了服装市场规模的扩大。

为服装产业的商品供应和市场能力居世界首位

为实现快速反应 服装产业实行体系化

确立了与 (纺织业) 的协作体制

具有优秀的企业体系

为了培养服装产业 加大人才交流的力度

综上所述,美国服装业的发展令人瞩目,是体现美国的历史和传统的产业,是以市场开发为主,并具有强大的商品开发能力的产业。

日本的服装产业

日本的成衣业是随着明治时期的文明开化,洋服首先被用于官服中而开始形成的。日本的成衣于明治 年开始大量生产,除了主要为军人生产军服以外,巡警、邮递员制服和工厂的劳动服也开始成衣化生产。

一般大众成衣的生产则从明治中期开始首先是男士长大衣(斗篷)等的需求量的增大后,成衣的种类也开始扩大。

明治时期的女士成衣生产则是从学生制服和护士服开始。

一般大众成衣的普及源于关东大地震。那个时期,简便服装开始在关西地区流行,家庭主妇穿着洋装化的趋势开始扩大。 年的中日战争以后国家对国民服、军服、儿童服等服饰进行了统一规划管理。

第二次世界大战后的 年 月,日本成衣协会成立。 年以后消费者对成衣的认识开始提高,成衣制造业的数量增加形成了过渡竞争的趋势。 年,全国范围内的工业组合联合会成立,迎来了日本成衣业的又一个发展期。

年合成帝特纶(日本聚酯合成纤维)的出现大大促进了消费,并且以合成纤维的生产为起点逐渐开拓了市场。从 年开始通过同海外厂商的两次合作和流行色协会组织的活动以 年冬季奥林匹克运动会的召开为契机日本真正的成衣产业时代到来了。同时期的商品研发也在同步进行开发了运动服()

和休闲服(造型简单)。并在 1920 年借着常青藤款式开始流行的契机为青年人开辟了独立的市场。

服装产业的发展是具有一定的历史条件和社会背景的。就日本来说,由于大众的社会化、服装的单一化和国民的特点等原因,日本的服装产业曾经比美国和法国的服装产业落后很多。但是,当今日本的服装业已与国际接轨并拥有了自己独特的服装生产体系。

观察法国的服装产业

法国发达的服装产业是和法国政府长久以来的鼓励和经济支持分不开的。纵观法国的历史,历代的法国政府不仅在政策上支援服装产业,而且还通过立法保护服装设计师的设计活动和支援服装零售业的发展。

追溯法国政府对服装产业的支持,可到路易 14 执政时期。当时,路易 14 的顾问吉恩·巴迪斯特·科贝特(分社)认为服装产业应该成为法国最大的产业,他对路易 14 进谏时说道“金光归属于秘鲁,而时尚归属于法国”,自此以后,法国政府开始支持服装产业的发展。

1) 高级时装

高级时装店(高级定制)单从字面上可以理解为具有优秀缝制工艺的店铺,而从服装业界的用语上应理解为“由各个服装店铺中少数有名的服装设计师进行独特的具有创意的服装设计,并通过服装展示会的展示以后,采用个人定做的方式而进行再生产加工的公司”。

最早的高级时装店是 1858 年由英国人查尔斯·弗列德里克·沃斯(悦)在巴黎建立的。高级时装店是以订购方式为前提而进行设计制作的服装店铺的通称,并以精妙的缝制技术和完美的细节处理为宗旨。

以这样的制作宗旨为基础的高级时装店,再与 19 世纪 60 年代改良的缝制机械相结合,为大规模的服装制作提供了前提。因此,在 19 世纪末期,巴黎迎来了女性服装的春天。不可否认,沃斯为高级时装的发展作出了不可磨灭的贡献,1898 年他去世为止,一直是服装业界的领军者。

英国人沃斯放弃了自己在伦敦的事业,把自己的高级时装店建立在巴黎,并取得了巨大的成功,这是以当时的社会背景为前提的。如巴黎在历史上是时装的发源地;当时政府对时装发展的重视;相关的服装辅助产业和服装加工产业也非常发达;巴黎在国际市