

<<成衣产品设计>>

图书基本信息

书名：<<成衣产品设计>>

13位ISBN编号：9787506447218

10位ISBN编号：7506447215

出版时间：2009-7

出版时间：中国纺织出版社

作者：庄立新 等编著

页数：236

字数：244000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<成衣产品设计>>

前言

改革开放近三十年来，中国服装业的持续高速发展在很大程度上得益于出口加工的兴旺发达。随着人民生活水平的日益提高，国内成衣市场逐渐发展成熟，尤其当大量国际知名的时尚品牌大举进入国内中低端成衣市场时，中国服装业已经深深地认识到：实施自主品牌战略已刻不容缓。

如果说对于中国服装业，大力实施自主品牌战略已刻不容缓；那么，对于为中国服装业提供高层次、应用性专门人才的高职服装设计教育院校来说，积极推动以产品化为终端的服装设计项目课程的教学，则势在必行。

成衣产品设计是解决高职院校服装设计专业学生认识当今工业化条件下，品牌成衣在产品（开发）中的一系列问题的现实途径。

在对各类品牌成衣企业充分调研的基础上，编著者通过大量实例，将成衣产品设计的方法、规律进行了融会贯通，并按照项目课程教学的方式进行了系统整理，始终围绕着成衣品牌和成衣产品的基本理念，试图为高职服装设计教学和成衣企业的产品开发人员以及广大的成衣业经营者，提供一个比较系统、全面又具有创新思维的教学方案和职场参考。

本书分基础篇和技能篇。

基础篇阐述了关于成衣、产品和设计的一系列基础概念、基本方法和普遍规律；技能篇则根据成衣企业产品设计标准，针对各分类成衣产品项目的设计程序、产品结构、设计要求和方法等作了系统阐述。

讲求方法、注重规律、难度适中，适合高职院校学生在既定学时内较全面地了解成衣产品设计的知识、掌握产品开发的技能，并通过项目课程的实践教学达到举一反三的能力。

本书由庄立新、韩静两位老师负责编著。

其中第四章、第五章、第六章、第十章第二节由韩静编写；第十一章第三节由吉林经济干部管理学院刘影编写；第四章、第五章、第六章的全部图例和第十一章第三节的部分图例由浙江林学院艺术设计学院庄立锋编绘；

<<成衣产品设计>>

内容概要

本书从成衣产品的概念入手，分析了成衣产品的设计理念与定位方法；阐述了成衣设计的基础知识、产品要素的基本构成、各种实用的设计方法以及流行与成衣的关系，并以成衣产品设计为职业目标，确立了成衣产品设计的程序和原理、规律及方法的贯彻体系，对日常、主题、单品的成衣设计项目分门别类地进行了针对性的技能训练。

为高职服装设计专业学生了解现代成衣产品设计的过程，掌握产品设计的规律和方法，有效形成专业技能和职业能力，提供了一条实用而快捷的途径。

本书注重设计观念和课程实践的创新，原创图例丰富、论述系统而专业性强。

可作为高等职业院校服装设计专业实施项目课程教学的教材和普通高等院校本科同类专业的教学参考书；也是业内从事成衣产品开发和商品企划人士的工具书和参考资料。

<<成衣产品设计>>

书籍目录

绪论	基础篇	成衣产品的构成方法	专业理论	第一章	成衣产品概述	第一节	成衣的概念与特征
		第二节	成衣业的产生与发展	第三节	成衣企业与成衣产品	第二章	成衣产品的设计理念与设计风格
		第一节	成衣产品的设计理念概述	第二节	成衣产品的设计风格概述		
		第三节	成衣的产品风格与设计风格	第三章	成衣产品设计定位	第一节	成衣产品设计定位的原则
		第二节	成衣产品设计定位的内容	第三节	成衣产品设计定位的策略	第四章	成衣产品设计基础
		第一节	影响成衣产品设计的因素	第二节	成衣产品设计的构思与方法		
		第三节	形式美法则在成衣设计中的运用	第五章	成衣产品的设计	第一节	成衣产品的廓型、结构与细节设计
		第二节	成衣产品的色彩设计	第三节	成衣产品的面料设计	第	
		第四节	成衣产品的系列化构成设计	第六章	流行现象在成衣中的应用	第一节	成衣流行成因及其传播途径
		第二节	成衣流行的形式与规律	第三节	流行情报的收集与分析	第四	
		市场与流行	成衣技能篇	成衣产品设计项目	专业技能	第七章	成衣产品设计部门的职能与工作流程
		第一节	设计部门的职能与管理	第二节	设计部门的工作流程与要求	第八章	成衣产品设计的程序与管理
		第一节	成衣产品的企划流程与设计流程	第二节	成衣产品的设计程序		
		第三节	成衣产品的设计管理	第四节	成衣产品的品类组合	第九章	成衣的分类产品设计项目
		第一节	成衣设计项目的流程	第二节	女装设计项目	第三	
		第四节	童装设计项目	第十章	主题类成衣产品设计项目	第一节	休闲装设计项目
		第二节	运动装设计项目	第三节	针织装设计项目	第四	
		单一品类	成衣产品设计项目	第一节	内衣设计项目	第二	
		裘皮服装	设计项目	参考文献		第三	

章节摘录

基础篇 成衣产品的构成方法 专业理论 第一章 成衣产品概述 成衣产品概述 当高级时装越来越成为奢侈品促销的手段而渐渐失去其原有功能的时候，成衣工业已经进入了它的黄金时代。

现代科技的进步、生活观念的变更以及成衣业激烈竞争后建立起来的买方市场，改变了人们对成衣“廉价”、“粗糙”、“千人一面”的粗浅认识。

事实上，目前的成衣在多样的选择和丰富的搭配下，人们总是可以在五彩缤纷的成衣品牌中选择并塑造合意的个性而避免“撞衫”的尴尬。

第一节 成衣的概念与特征 一、成衣 成衣（Garments），是相对于个体裁缝店量身定制的衣服而言的，它是服装企业根据目标市场的需求，通过工业化的手段，按一定规格型号批量生产的服装产品。

它具有批量化、标准化、商品化的显著特征。

在成衣未出现时，服装是由家庭自制或由裁缝店量身定制的。

由于工业革命及服装工厂的出现，使批量生产的服装消费不再限于某个个别消费者，消费者在购买服装时可以选择符合自己体型和喜好的成品服装，因此成衣的造型款式、尺寸、颜色、用料等均按照一定的标准设计与生产。

成衣的基本特征主要表现在以下方面。

1.批量化 作为市场化的产物，成衣是按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之为目标顾客。

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。

.....

<<成衣产品设计>>

编辑推荐

《成衣产品设计》：了解成衣产品设计过程 掌握产品设计规律和方法 注重设计观念和课程实践的创新 提供专业技能和职业能力的快捷途径

<<成衣产品设计>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>