

# 教师专业社会实践总结

## 一、实践单位基本情况

东莞市集智小新智能科技有限公司，注册资金 100 万(元)，是著名的内衣服饰企业，主张健康之美，率先将高科技与传统内衣完美融合，为内衣行业的创新做出卓越。旗下拥有”护汝一号”等极具影响力的精品、运动及生活方式品牌。2016 年研发出全球首款乳腺健康专科的智能内衣，获得国家发明专利，备受瞩目。护汝一号，创立于香港，借由其独特的创意和革新，以及名设计大师的设计与工艺。研发、销售：智能产品、服装、电子产品、家具用品；计算机软硬件的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务及销售；计算机系统集成、数据处理服务；计算机信息技术服务；健身室；个体或群体健康的监测、分析、评估以及健康咨询、指导和危险因素干预；实业投资；投资咨询；经济信息咨询；企业管理咨询；企业形象策划；市场营销策划；文化活动组织策划；展览展示服务；销售：化妆品、护肤品、日用品；货物或技术进出口。

## 二、在实践单位从事工作情况

2019 年 7 月 15 日至 2019 年 8 月 30 日，于该公司进行暑期社会实践。具体工作情况如下：

（一）了解企业文化、品牌和产品定位，向管理人员学习服装行业新管理方式方法，和服装平台管理和营销理念。

（二）了解最新生产流程和生产方式、产品流行趋势等，向制版师和工艺师学习服装制作的新技能、新工艺。

（三）参加品牌新产品研发，解决产品开发与制作相关问题。

（四）与企业深度交流，增进校企关系，为带学生实习和进一步合作打下基础。

## 三、在实践单位的实践收获

（一）学习服装贴合方面知识，熟悉专业设备和使用。

该企业主要生产和设计贴合类服装，应用多为成衣、家居服和内衣及运动服，

用得较广的是贴合内衣类，也被称为无缝内衣，它是采用专用设备生产的一次成型内衣，集舒适、体贴、时尚于一身，腰、臀等部位无需接缝，已成为内衣发展的新趋势。热贴合是一种新型的服装加工技术，即在一定温度、压力等条件下用热熔胶膜把待缝合的衣片通过热压黏合到一起。热贴合工艺部分甚至全部代替了传统缝纫针、缝纫线的使用，使内衣的无缝技术得以更加完美地体现，给内衣行业带来了技术革新。

## 1 热贴合工艺概述

### （1）胶膜的基本知识

胶膜是热贴合工艺中必不可少的组成部分，其特性直接影响着贴合效果。胶膜的主要成分是聚氨酯(PU)。PU 膜是一种无毒环保的高分子弹性体薄膜，具有高透光、高强度、高弹性、耐磨、耐气候、环保无毒、可回收、可分解的特性，对人体皮肤无任何伤害。胶膜成品是 PU 膜贴合于离型纸上，呈整门幅或条圈状。离型纸的作用一方面是为了避免胶膜间相互粘连，便于存放；另一方面，便于高温黏合操作。

### （2）胶膜的分类

胶膜按其耐温性可分为高温胶膜和低温胶膜。高温胶膜的软化点一般高于 100℃，低温胶膜的软化点一般在 100℃以下。高温胶膜熔点较高，因此所需的粘合时间较长，牢度也相对较好一些，常用于无缝内衣的加固和受力部位。按颜色分，胶膜可分为白色胶膜和黑色胶膜。按厚度可分为 25μm、50μm、200μm 等。

## 2.热贴合工艺的原理及使用设备

热贴合工艺通过外界的加热加压，利用热熔胶膜的热流动性和粘合性，使上下两层织物牢固地贴合在一起。一定温度下胶膜融化成液态，在压力的作用下部分胶膜会渗到底层织物与其纤维分子粘结；冷却后，上下层织物就通过胶膜而牢固地融为一体。在加工过程中，根据工艺和工序不同，需要胶膜机、烫唛机、上胶机、热包边机等专用设备。胶膜机使用面较广，其工作原理是通过加热使热熔胶膜融化渗透并与弹性面料粘结，形成牢固的接缝。胶膜机主要由上下两块平板组成，上平板均匀加热，加热时间、温度可自由设定，压力可调。不过胶膜机只能用来加工平面裁片，如文胸鸡心位、文胸的肩带、超声波运反侧翼和超声波运反肩带等。小裤的大片，一些带有曲线的部位，如文胸侧比、下扒、前领等，

就需要用有弧度的专用机器来完成。下平板不加 热，配有吸风装置，采用旋转设计，保证材料不变形，且便于对裁片进行整理铺平。烫唛机本质上是小的胶膜机，用来压合比较小的内衣部位，如耳仔位置、后背扣和烫石等。热包边机工作原理同一般的缝纫包边机，不同的是缝纫压脚部位由上下两个加热滚轮代替，上下滚轮同时加热加压，在机器运行过程中，吹风管吹出热风给予胶膜持续的热量，因此可以在传送的过程中完成连续粘合操作，包边机粘合原理如图 1 所示。但热包边机一般不能单独使用，需要和贴胶膜的贴胶机配合使用。包边机温度、压力和滚轮的转动速度均可自由设定，粘合时间的长短主要由滚轮转动速度决定。它主要用于对文胸前领、夹弯、碗脚，底裤的腿脚、腰围等带有曲线的部位进行 贴合，同时也可以对压胶偏离的地方补压胶。如图 1.

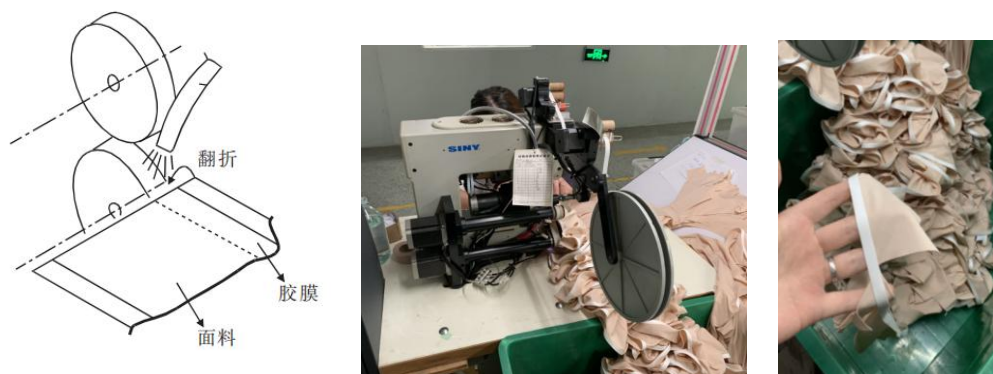


图 1 包边机工作原理及包边压膜半成品

（二）热贴合工艺代替了传统的车缝工艺，广泛运用于文胸、底裤、户外衣和其他成衣中。

### 1. 热贴合工艺在内衣中的应用

#### （1）连接固定

如图 2 所示，热贴合技术分别应用于文胸大片、小裤大片、小裤裆部、小裤腿围、文胸钩拌和肩带等部位，均体现了其连接固定作用。

#### （2）松紧带效果

底裤腰围、塑身衣下摆、底裤腿围、文胸侧翼以及底裤侧缝等都使用贴合工艺，即用贴条代替松紧带的使用。图 2（b）所示腿围的贴条，其在保持弹性的同时避免了使用松紧带产生的厚重感和不适感。



图 2 热贴合技术在无缝内衣各部位的应用

### (3) 包边

在文胸的前领、下扒、夹弯等部位热包边，代替原有的缝纫包边，避免了缝纫线的使用，外观更加简洁，如图 3 所示。

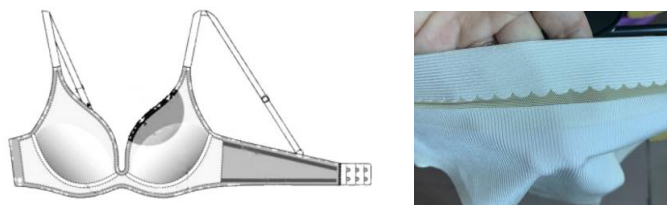


图 3 文胸前领、夹弯等部位的贴合

### (4) 综合性能

在一些模杯文胸和无缝塑身衣的设计开发过程中，上述几种热贴合的功能都有用到，可真正实现完全无缝。如图 4 所示。

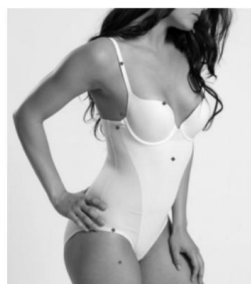


图 4 热贴合工艺在塑身衣上的应用

## 2. 热贴合技术的优点

分析热贴合工艺在内衣生产中的应用，发现其技术优点有：

(1) 以热贴合技术代替车缝工艺，使面料性能得以更好体现，避免了缝纫线迹与皮肤的长时间摩擦对人体产生的不适，使着装感更加舒适，没有缝纫带来的痕迹，有助于更好地搭配服装。

(2) 简化了服装加工工艺，提高了内衣的生产速度。

（3）胶膜与面料粘合后可形成优美外观效果，使内衣结构稳定，造型持久。

（4）在人体脂肪聚集区，如臀部、腰部等，使用贴合技术，具有一定的托胸、纤腰、提臀和直背等功能。

### 3. 存在的问题及解决方案

热贴合技术在生产实践中也同时存在一些问题，因此，找出其解决方案，可以生产出更好更优势的内衣。

（1）水洗牢度需要提高。目前大部分内衣企业不具备优质无缝内衣的开发生产的能力，主要是因为无缝内衣在经过多次重复的洗水测试后，胶膜和弹性面料粘合部分出现一定程度的洗水脱层现象。

（2）产品的弹性回复率及耐疲劳性有待提高。由于胶膜本身弹性的限制导致成品的耐穿性相对车缝款内衣较差，所以提高胶膜的性能，找出胶膜与弹性面料的最佳匹配方式是其研究的方向。

（3）耐用性有待提高。剥离强度是评估耐用性的重要指标。要确保弹性胶膜在水洗前后均具有极高的剥离强度，是内衣胶膜开发的一个重要方向。

（4）贴条粘合若发生错误，则很难重新贴合，只能重新补片，从而造成材料上的浪费，应严格控制各环节质量，避免人为因素造成的损失。

（5）无缝贴合使用的新设备价位都很高，胶膜的价位也比传统缝纫线高，故比一般缝制内衣成本高出许多，因此只有改进现有工艺，加强管理才可以降低生产成本。

（6）由于设备所限，一些较难工序还是难以实现，所以开发新设备势在必行。

（7）耐黄性有待提高。抗烟熏褪色能力是纺织品耐黄性测试的一项指标，是指纺织品的色泽抵抗废弃作用的牢度。目前，胶膜企业开发的胶膜大部分抗烟熏能力较差，在内衣穿着的长时间内会变黄，因此研发耐黄性胶膜是胶膜研发的另一个重要方向。

## （二）了解内衣设计及产品开发流程，进行内衣和家居服的设计。

### 1. 市场调研

此阶段涉及设计中心、营销中心和技术中心的技术部（即工艺部）三个部门的工作流程，其中以设计和营销中心为主，技术部仅为提前参与。市场调研阶段的流程形式相对灵活，一般不分先后，部门内部、部

门之间的工作流程多为并行。调研的内容主要包括市场需求、生活方式、社会环境、流行趋势等，包括以下四个子流程阶段：

每年的 4 月份为考察阶段，参与者包括部分设计师、工艺师及营销人员。设计师的主要目的是了解国际流行趋势和国际市场上各品牌的产品，如产品结构、设计创新的灵感等。此外还会经常参加一些内衣及面料展会，结识新的供应商，挑选可能用于产品设计开发的新面料。设计师关注的重点是与具体产品相关的信息，不断寻找设计的灵感来源；营销人员更多关注的则是市场的变化及趋势，了解终端店铺对货品的反馈及消费者的反应；工艺技术部门的人则关注产品的新工艺及设计实现。

了解市场的新需求以及国内外内衣品牌甚至是相关成衣品牌的新动向。

在考察完成之后，设计师应集中精力进行资料的整理和搜集，浏览国内外网站、杂志，产生新的构想和设计灵感。而实际上此阶段通常也是与上面的国内市场调研，甚至国外考察阶段并行穿插进行的。

## 2.商品企划

在设计中心进入下一阶段，即设计企划的工作流程之前，还涉及营销中心重要的配合流程即商品企划，这是其完成了调研阶段后就开始的工作流程，所以营销中心的市场调研阶段必须比设计中心快才能有效配合其工作流程，只有在营销中心完成了商品企划并向设计中心出具了《需求报告书》之后，设计中心的工作流程才能进入具体产品的设计企划阶段。实际商品企划与上一阶段设计中心的工作流程形成了部门间前后流程阶段的并行。

（1）商品企划的内容主要包括分析去年同季上市产品的销售数据，定位并描述目标客户群商品企划的内容主要包括分析去年同季上市产品的销售数据，定位并描述目标客户群新增、调整或确定各品牌产品的大品类——如品牌秋冬的产品就分为暖衣、休闲家居、基础内衣、明星系列、美体五大类，而春夏时则会将暖衣的产品线调整为泳衣。

（2）具体确定每个品类中的系列数、系列名和定位——根据每季市场需求的变化决定新增、调整或保持。如近几季目标消费群体对于隆胸效果好且舒适的文胸的需求越发明显，所以在进行商品企划时就应新增一个无托的系列和一个具有较好隆胸效果的系列，以强化产品的特点和定位。

(3) 确定每个系列中的具体款数——此时需具体计划,如不但要计划 基础内衣这一品类中的文胸产品的上市款数为 10 款,还要进一步细化其市场定位,要求这 10 款文胸产品中,高档、中档和低档的分别占 4 款、4 款和 2 款。在企业实践中一般认为一色就是一款,可见这也会涉及到颜色的问题,但此阶段营销部门对颜色不会提出过于具体的要求,仅会根据市场的特点在必要时提出一些相关需求,诸如要求 10 月份上市的基础内衣产品系列中定位于高档和中档的款式中必须各有一款红色的内衣,有时还会有,诸如“要求高档款式的红要显得高贵华丽,中档款式的红要有喜庆的感觉”这样直观、感性的需求描述。

### 3.设计企划

设计中心主要根据市场调研和营销中心商品企划的结果,即书面形式的《市场调研报告》和《需求报告书》,进行具体产品的设计企划,工作流程包括:

(1)先由设计总监按品牌下达企划任务并对各品牌有一个大方向的整体把控,并且要符合营销中心提出的产品大方向,其次再结合设计师的调研结果分别确定各品牌的总体设计风格导向及其在产品上的贯穿性,以保持设计理念的持续性,对经典设计的传承性,此外,还要对新的设计点的进行挖掘和创新。

(2)然后由设计总监和各品牌的高级设计师根据商品企划阶段最后提出的具体需求,结合已拟定的大框架,在采购部提供的面料小样中大致确定可供各品牌进行选择的范围。

(3)接下来,由各品牌的高级设计师负责各自品牌的工作流程。首先需制定更为详细具体的实施策略,诸如通过产品设计实现品牌定位调整的策略、色彩配比调整策略、对于今年要大力开发的品类加大设计力度的策略、单品男士内裤年轻化的设计策略等,对这些都需要先做一个设定,以便能够指导设计师之后具体的企划工作。此外,还需确定产品结构,包括具体系列、主题风格、产品数量等。最后,分配具体的企划任务到每个设计师。

(4)设计师开始进行具体的产品设计企划,其中文胸产品如果需要使用新杯型则需提前与工厂方面进行沟通,由设计师主动提出需求并尽力将设计构想通过有效的方式表达出来。

对于其它产品，设计师可直接根据自己所分到的系列，从其所属品牌已挑出的面料小样的范围里进行进一步的挑选，并根据已选面料通过各种形式表达出自己的设计理念，一般会用到展板，且多附有文字说明和图片，包括生活场景的呈现、灵感来源的展示、产品定位的描述、产品款式的整体感觉、产品色彩的主体方向、面料颜色和机理的感觉等。

设计师完成企划任务后，提出最原始的个人的产品企划草案。各品牌的高级设计师先进行审核并予以整体把握，除此之外，还应确定各系列所对应《需求报告书》中要求的大概价格范围以及各自上市的时间，并在进行适当的调整和控制之后，整理出汇总的本品牌的产品企划报告草案，上报设计总监，最后再由设计总监进行所有品牌的全面调整和把控。事实此时设计总监已经在履行其中层设计流程管理的职能。见图 7 产品开发。



图 5 内衣产品开发

#### 4. 发布会产品开发

设计中心除了承担一年两季的新产品开发任务之外，同时还承担着时装发布会产品设计开发的任务，分别为每年三月下旬的泳装发布和十月下旬的内衣、概念性礼服及流行趋势发布。此阶段的流程内容主要包括市场调研、流行趋势预测、提出设计构思、面料需求、绘制效果图、打板制作几大活动阶段。其中，对爱慕而言，最重要的莫过于设计师设计构思后的面料选择阶段，由于其发布会的产品创新大多使用的是国外的进口面料，交付期较长，设计中心需按举办发布会的时间倒推，提前两至三个月向采购部提出面料需求，在面料未到之前，设计师就要开始设计服装款式并绘制效果图，直到距离发布会前约一个多月左右面料基



本到位后，设计师即与工艺师配合进入正式的发布会产品制作阶段。

### （三）了解品牌销售平台的运作方式和销售策略。

该企业正在开发销售全平台，以水宜芳品牌为先期入驻品牌，开展会员制进行线上销售。开发水宜芳小程序，用户可以自行在小程序平台进行选购，界面设计合理人性化。后期计划入主发展其他内衣品牌及全品类商品和品牌。见图 6。

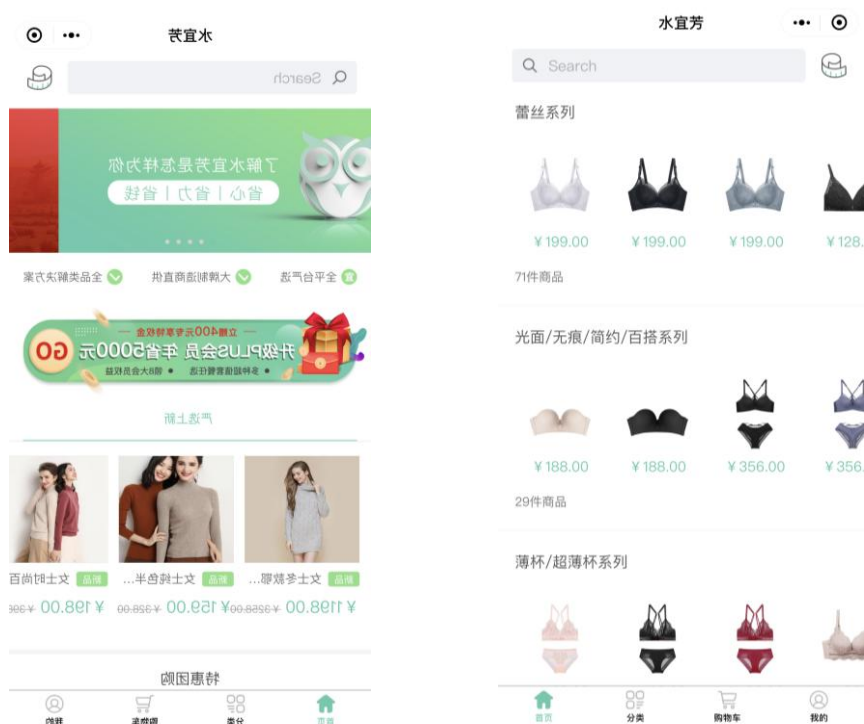


图 6 水宜芳平台界面

## 四、对本专业建设课程教学方面的启发

### （一）建议实施项目制课程

抓紧服装项目设计的动机与市场价值，以服装市场研究为导向拉近服装项目设计课程与市场的距离。一方面，应把握好服装项目设计的经济因素，适当引入企业案例，引导服装专业学生向设计师发展，在树立全新的市场经济意识的基础上，切实实现服装项目设计与服装市场的融合。因为一个优秀的服装设计师，应具备较强的市场观察和分析能力，所以必须随时关注服装市场的需求及顾客心理的变化，深入研究和 分析国际、国内的服装形势，准确设计出服装的成本价格，建立相应的销售模式。另一方面，要增强服装项目设计学生表达、沟通能力的培养，不仅要开发和设计单一的服装产品，也要开发和设计出更多的系列产品，强化服装产品细节方面的设计，树立全新的时尚思维，从服装品牌创造、品牌风格

建立、品牌市场定位、品牌营销选择等方面出发提升服装项目的精神文化，切实促进学生走进服装市场，准确了解、分析和判断服装市场的前沿情况，发现亮点，才能使学生的服装产品紧跟市场。强化学生在服装项目设计的真实体验，重点推进设计师综合素质与专业能力的培养工作在服装项目设计课程教学策略实施中，应强化学生在服装项目设计的真实体验，重点推进设计师综合素质与专业能力的培养工作。例如，可以增强服装项目设计课程的真实体验性，把企业的真实项目引入课堂，让学生在学中做，做中学。在项目课程中，教师引导学生自主学习，让学生能综合运用所学的专业知识准确分析和划分服装功能，积极开展一系列服装主题训练项目教学，深入研究和分析面料的变化设计，去市场考察，或者去面料企业积极进行参观，准确把握服装面料的性能和特点，从而运用质地不同的面料设计出不同款式的服装风格，进一步提升服装设计的整体效果。

## （二）学生应多去企业学习参观，了解第一手资料

这样做一方面，着重培养学生的职业素质和能力，建立动态的服装产品设计管理机制。应以市场调查为方向强化服装产品的规划，以现代化和信息化为方向拓宽服装设计领域，力争培养复合型的职业设计师。另一方面，强化企业现场和案例的真实体验式实践设计，激发学生强烈的服装专业兴趣，积极强化服装与设计工作室的实践与结合，实现服装设计专业教育与服装行业的融合。

## （三）设计方案要落地，需要企业导师的指导

企业工作人员是接触行业的一线人员，对行业和市场以及产品的把控是最精准的，学校里的课程以系统教授为主，企业导师则从实战角度出发，锻炼出来的学生是要接受市场和行业考验的，所以可以和行业无缝对接，缩短学生毕业与社会磨合的时间段，有利于培养创新型复合型设计技术人才。

总结，对于这个多月的专业实践，对我来说是一个机会和提升，也为专业教学提供了良好的平台和机会。

报告人：艺术设计学院 张长敏

2019 年 12 月 5 日