



服装高等教育“十二五”部委级规划教材  
服装设计专业系列教材

# 服装设计 概论

余 强 / 编著

- 服装的历史发展
- 服装设计创意思维
- 服装造型
- 服装面料与装饰
- 时装流行与品牌策划
- 世界著名时装设计师



中国纺织出版社




服装高等教育“十二五”部委级规划教材  
服装设计专业系列教材

余 强 / 编著

# 服装设计 概论



FASHION  
DESIGNING

 中国纺织出版社

## 内 容 提 要

本书立足于服装设计基础知识的介绍,内容涵盖服装的历史发展、服装设计的创意思维、服装造型的形式美法则及运用、服装面料与装饰、时装的流行与品牌营销等,同时对服装设计教学及其他相关知识也进行了简要归纳和有序整合,以帮助学生对服装设计有全面、系统、深入的理解和认识。

本书可供服装专业院校师生使用,还可供服装设计从业人员参考与学习。

### 图书在版编目(CIP)数据

服装设计概论 / 余强编著. —北京: 中国纺织出版社, 2016. 6

服装高等教育“十二五”部委级规划教材 服装设计专业系列教材

ISBN 978-7-5180-1957-1

I. ①服… II. ①余… III. ①服装设计—高等学校—教材 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第212664号

---

策划编辑: 李春奕 责任编辑: 杨 勇 责任校对: 梁 颖  
责任设计: 何 建 责任印制: 王艳丽

---

中国纺织出版社出版发行

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

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博http://weibo.com/2119887771

北京华联印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2016年6月第1版第1次印刷

开本: 889×1194 1/16 印张: 8

字数: 146千字 定价: 49.80元

---

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



- 第一章 设计的含义 / 12
  - 一、设计的本质与定义 / 12
  - 二、中西服装设计文化比较 / 24
  
- 第二章 服装的产生、发展与社会功用 / 29
  - 一、服装的起源 / 29
  - 二、社会变迁与着装 / 32
  - 三、服装的文化属性与社会功用 / 37
  
- 第三章 服装的形态范畴 / 42
  - 一、服装的概念 / 42
  - 二、服装的分类与用途 / 48
  
- 第四章 服装的形态语言 / 56
  - 一、服装的廓型设计 / 56
  - 二、服装的造型要素 / 59
  - 三、服装的部件设计 / 65
  
- 第五章 服装设计的载体——面料 / 69
  - 一、面料的概念和分类 / 69
  - 二、面料与服装设计 / 71
  
- 第六章 服装与装饰 / 75
  - 一、服装设计的形式美法则 / 75
  - 二、服装的图案 / 77
  - 三、服装的色彩 / 79
  - 四、饰物的种类及其在着装中的意义 / 84
  
- 第七章 服装设计美学的范畴与基本特征 / 89
  - 一、为生活的性格 / 89
  - 二、服装的美学特点 / 90

## 第八章 时装的流行与品牌营销 / 97

- 一、时装流行的心理机制 / 97
- 二、时装的特征 / 97
- 三、流行与传播 / 100
- 四、服装品牌与市场营销 / 103

## 第九章 服装设计教育的研究与未来 / 105

- 一、服装设计教育 / 105
- 二、服装历史研究 / 107
- 三、服装理论研究 / 108
- 四、服装设计师的位置与素养 / 110

## 第十章 世界著名服装设计师 / 112

- 一、查尔斯·弗雷德里克·沃斯 (Charles Frederick Worth) / 112
- 二、加布里埃·夏奈尔 (Gabrielle Chanel) / 113
- 三、克里斯汀·迪奥 (Christian Dior) / 114
- 四、克里斯特巴尔·巴伦夏加 (Cristobal Balenciaga) / 115
- 五、皮尔·卡丹 (Pierre Cardin) / 115
- 六、瓦伦蒂诺·格拉瓦尼 (Valentino Garavani) / 116
- 七、伊夫·圣·洛朗 (Yves Saint Laurent) / 117
- 八、三宅一生 (Issey Miyake) / 118
- 九、让-保罗·戈尔捷 (Jean Paul Gaultier) / 119
- 十、克里斯汀·拉克鲁瓦 (Christian Lacroix) / 121
- 十一、薇薇安·韦斯特伍德 (Vivienne Westwood) / 122
- 十二、约翰·加利亚诺 (John Galliano) / 123
- 十三、詹弗兰科·费雷 (Gianfranco Ferre) / 125

参考文献 / 127

后 记 / 128




服装高等教育“十二五”部委级规划教材  
服装设计专业系列教材

余 强 / 编著

# 服装设计 概论



FASHION  
DESIGNING

 中国纺织出版社

## 内 容 提 要

本书立足于服装设计基础知识的介绍,内容涵盖服装的历史发展、服装设计的创意思维、服装造型的形式美法则及运用、服装面料与装饰、时装的流行与品牌营销等,同时对服装设计教学及其他相关知识也进行了简要归纳和有序整合,以帮助学生对服装设计有全面、系统、深入的理解和认识。

本书可供服装专业院校师生使用,还可供服装设计从业人员参考与学习。

### 图书在版编目(CIP)数据

服装设计概论 / 余强编著. —北京: 中国纺织出版社, 2016. 6

服装高等教育“十二五”部委级规划教材 服装设计专业系列教材

ISBN 978-7-5180-1957-1

I. ①服… II. ①余… III. ①服装设计—高等学校—教材 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第212664号

---

策划编辑: 李春奕 责任编辑: 杨 勇 责任校对: 梁 颖  
责任设计: 何 建 责任印制: 王艳丽

---

中国纺织出版社出版发行

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

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博http://weibo.com/2119887771

北京华联印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2016年6月第1版第1次印刷

开本: 889×1194 1/16 印张: 8

字数: 146千字 定价: 49.80元

---

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

# 编委

**主 编** 袁 仄：北京服装学院服装系 教 授  
 陈 飞：南京艺术学院设计学院服装系 教 授  
 余 强：四川美术学院设计艺术学院 教 授

**编 委** 包铭新：上海东华大学服装学院 教 授  
 李当歧：清华大学美术学院 教 授  
 刘元风：北京服装学院 教 授  
 田 清：清华大学美术学院 教 授  
 胡 月：北京服装学院 教 授  
 张晓凌：中国艺术研究院 研究员  
 区伟文：香港理工大学纺织制衣学院 副教授  
 陈 莹：苏州大学艺术学院 教 授  
 廖爱丽：广州美术学院设计系 教 授  
 吴 洪：深圳大学服装学院 教 授  
 史 林：苏州大学艺术学院 教 授  
 苏永刚：四川美术学院设计艺术学院 教 授  
 马 蓉：四川美术学院设计艺术学院 教 授  
 龚建培：南京艺术学院设计学院 教 授  
 朱建辉：云南艺术学院设计艺术系 副教授







全面推进素质教育，着力培养基础扎实、知识面宽、能力强、素质高的人才，已成为当今教育的主题。教材建设作为教学的重要组成部分，如何适应新形势下我国教学改革要求，与时俱进，编写出高质量的教材，在人才培养中发挥作用，成为院校和出版人共同努力的目标。2011年4月，教育部颁发了教高[2011]5号文件《教育部关于“十二五”普通高等教育本科教材建设的若干意见》（以下简称《意见》），明确指出“十二五”普通高等教育本科教材建设，要以服务人才培养为目标，以提高教材质量为核心，以创新教材建设的体制机制为突破口，以实施教材精品战略、加强教材分类指导、完善教材评价选用制度为着力点，坚持育人为本，充分发挥教材在提高人才培养质量中的基础性作用。《意见》同时指明了“十二五”普通高等教育本科教材建设的四项基本原则，即要以国家、省（区、市）、高等学校三级教材建设为基础，全面推进，提升教材整体质量，同时重点建设主干基础课程教材、专业核心课程教材，加强实验实践类教材建设，推进数字化教材建设；要实行教材编写主编负责制，出版发行单位出版社负责制，主编和其他编者所在单位及出版社上级主管部门承担监督检查责任，确保教材质量；要鼓励编写及时反映人才培养模式和教学改革最新趋势的教材，注重教材内容在传授知识的同时，传授获取知识和创造知识的方法；要根据各类普通高等学校需要，注重满足多样化人才培养需求，教材特色鲜明、品种丰富。避免相同品种且特色不突出的教材重复建设。

随着《意见》出台，教育部及中国纺织工业联合会陆续确定了几批次国家、部委级教材目录，我社在纺织工程、轻化工程、服装设计与工程等项目均有多种图书入选。为在“十二五”期间切实做好教材出版工作，我社主动进行了教材创新型模式的深入策划，力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应，充分体现教材的适用性、科学性、系统性和新颖

性，使教材内容具有以下几个特点：

（1）坚持一个目标——服务人才培养。“十二五”普通高等教育本科教材建设，要坚持育人为本，充分发挥教材在提高人才培养质量中的基础性作用，充分体现我国改革开放30多年来经济、政治、文化、社会、科技等方面取得的成就，适应不同类型高等学校需要和不同教学对象需要，编写推介一大批符合教育规律和人才成长规律的具有科学性、先进性、适用性的优秀教材，进一步完善具有中国特色的普通高等教育本科教材体系。

（2）围绕一个核心——提高教材质量。根据教育规律和课程设置特点，从提高学生分析问题、解决问题的能力入手，教材附有课程设置指导，并于章首介绍本章知识点、重点、难点及专业技能，增加相关学科的最新研究理论、研究热点或历史背景，章后附形式多样的习题等，提高教材的可读性，增加学生学习兴趣和自学能力，提升学生科技素养和人文素养。

（3）突出一个环节——内容实践环节。教材出版突出应用性学科的特点，注重理论与生产实践的结合，有针对性地设置教材内容，增加实践、实验内容。

（4）实现一个立体——多元化教材建设。鼓励编写、出版适应不同类型高等学校教学需要的不同风格和特色教材；积极推进高等学校与行业合作编写实践教材；鼓励编写、出版不同载体和不同形式的教材，包括纸质教材和数字化教材，授课型教材和辅助型教材；鼓励开发中英文双语教材、汉语与少数民族语言双语教材；探索与境外合作编写或改编优秀教材。

教材出版是教育发展中的重要组成部分，为出版高质量的教材，出版社严格甄选作者，组织专家评审，并对出版全过程进行过程跟踪，及时了解教材编写进度、编写质量，力求做到作者权威，编辑专业，审读严格，精品出版。我们愿与院校一起，共同探讨、完善教材出版，不断推出精品教材，以适应我国高等教育的发展要求。

中国纺织出版社  
教材出版中心







中国是世界上最大的服装生产国和出口国，同时服装市场也是发展速度最快、变化最复杂、最具挑战性的。服装生产正从量的扩张向质的优化转变，通过设计在社会中不断演绎出新的面貌。但从整体看，发展是不平衡的。一方面，服装的生产已成为国民经济的一个重要产业，其产量、出口和消费均居世界第一位；另一方面，现代服装工业的高端设计与生产技术、全球化营销管理、自主品牌的开发与运营等关键技术的研究与发达国家尚有较大的距离。因此，如何利用我国资源的优势，在设计理念、造型、色彩、形象塑造、文化传播等方面，开发具有自己文化特色的国际品牌，对于我国未来的服装产业升级非常重要。

在对世界著名服装品牌的分析中，我们会发现其营造的高附加值主要是包含在服装产品中的设计文化，即在物质之内的精神内容。

一方面，服装工业是具有鲜明文化表象与个性表达特征的行业。由于世界不同文化的差异，消费者在选择产品时更多地选择产品的社会意义，而服装是最能展现其社会地位、自我个性、品位与修养的商品。消费者在期望得到社会认同的同时，更注重情感的独立、个性的彰显与自主意识。另一方面，主持服装设计工作的设计师不仅要对产品本身的设计负责，而且他们所演绎的生活方式、推崇的穿衣哲学、表达的时尚精神和视觉美学等都是设计产品的文化形象为宗旨，也是企业整体形象的一部分。今天，在欧美国家，许多著名品牌的背后都以著名的设计师作为支撑，一些品牌甚至完全是因为拥有某位天才设计师而知名。如迪奥的加利亚诺、夏奈尔的拉格菲尔德、华伦天奴的瓦伦蒂诺等著名时装设计师本身就是品牌的化身。

所谓“衣、食、住、行”，“衣”乃在首位，其重要性可见一斑。衣服与我们的生活息息相关，而时装的变迁和发展更是一部充满动感的历史，以至于任何艺术上的革新或社会新思潮的涌现都会给

服装带来新的表现形式。而科技的发展又推动设计师对“未来时装”的想象。世界文化的交流和互动，带来了服装设计前所未有的变化。意大利设计学院副院长费·布瑞格罗（Fe Briz Io）先生认为：无论是中国的设计师还是欧洲的设计师都必须从彼此的文化中汲取营养。人们已经非常清楚地认识到，文化的本土化和多元化是人类共同持续发展的重要力量。同时，东西方各国各民族的服装文化自古以来永不停歇地在同化和异化的事实，似乎让我们更加清楚地看到 21 世纪时尚的未来走向。

相关资料显示，目前中国纺织服装的出口仍以贴牌为主，自主设计、自主品牌的商品占总体出口比重不足 10%。这说明，作为产业链高附加值的服装创新设计还比较薄弱。尽管中国已成为全球重要的纺织服装制造中心和出口大国，但目前还没有形成具有国际竞争力的设计师品牌，设计师的产品和附加值也没有充分体现出来。意大利著名服装设计师凯特林·伊万诺（Ivano Cattarin）在考察了中国的服装品牌之后，认为中国服装设计要更加紧密地与世界舞台相结合，了解世界的资讯，还要考虑如何走向国际市场，提供有国际化品位的产品。因此，时装的线条、廓型和可穿性，必须选择各种创新性和各种系列颜色的特别面料来进行加工。最先进的时装必须是所有这些细节的集合。从设计到服装的最后熨烫，不管是时装设计师还是工艺师，对于各个加工的单个环节都要非常了解，并且能够解决每一个环节出现的问题。这也是本书将设计思维与设计方法作为重点阐释的主要原因。

服装设计是一门实践性很强的学科，只有通过不断地实践才能真正认识服装，才能获得更多的直接经验，才能做出真正好的有用的设计。面对时代赋予的新课题，设计师需要漫长的学习路径与时间的积累。如何将自己的设计理念、创意与品牌的定位有机地结合，已经成为中国设计师不断探索和领悟的共识。我们有理由相信，在不久的将来，中国的时尚产业一定会走在世界时尚的前沿，而设计师也将成为服装企业创新能力的标志。



- 第一章 设计的含义 / 12
  - 一、设计的本质与定义 / 12
  - 二、中西服装设计文化比较 / 24
  
- 第二章 服装的产生、发展与社会功用 / 29
  - 一、服装的起源 / 29
  - 二、社会变迁与着装 / 32
  - 三、服装的文化属性与社会功用 / 37
  
- 第三章 服装的形态范畴 / 42
  - 一、服装的概念 / 42
  - 二、服装的分类与用途 / 48
  
- 第四章 服装的形态语言 / 56
  - 一、服装的廓型设计 / 56
  - 二、服装的造型要素 / 59
  - 三、服装的部件设计 / 65
  
- 第五章 服装设计的载体——面料 / 69
  - 一、面料的概念和分类 / 69
  - 二、面料与服装设计 / 71
  
- 第六章 服装与装饰 / 75
  - 一、服装设计的形式美法则 / 75
  - 二、服装的图案 / 77
  - 三、服装的色彩 / 79
  - 四、饰物的种类及其在着装中的意义 / 84
  
- 第七章 服装设计美学的范畴与基本特征 / 89
  - 一、为生活的性格 / 89
  - 二、服装的美学特点 / 90

## 第八章 时装的流行与品牌营销 / 97

- 一、时装流行的心理机制 / 97
- 二、时装的特征 / 97
- 三、流行与传播 / 100
- 四、服装品牌与市场营销 / 103

## 第九章 服装设计教育的研究与未来 / 105

- 一、服装设计教育 / 105
- 二、服装历史研究 / 107
- 三、服装理论研究 / 108
- 四、服装设计师的位置与素养 / 110

## 第十章 世界著名服装设计师 / 112

- 一、查尔斯·弗雷德里克·沃斯 (Charles Frederick Worth) / 112
- 二、加布里埃·夏奈尔 (Gabrielle Chanel) / 113
- 三、克里斯汀·迪奥 (Christian Dior) / 114
- 四、克里斯特巴尔·巴伦夏加 (Cristobal Balenciaga) / 115
- 五、皮尔·卡丹 (Pierre Cardin) / 115
- 六、瓦伦蒂诺·格拉瓦尼 (Valentino Garavani) / 116
- 七、伊夫·圣·洛朗 (Yves Saint Laurent) / 117
- 八、三宅一生 (Issey Miyake) / 118
- 九、让-保罗·戈尔捷 (Jean Paul Gaultier) / 119
- 十、克里斯汀·拉克鲁瓦 (Christian Lacroix) / 121
- 十一、薇薇安·韦斯特伍德 (Vivienne Westwood) / 122
- 十二、约翰·加利亚诺 (John Galliano) / 123
- 十三、詹弗兰科·费雷 (Gianfranco Ferre) / 125

## 参考文献 / 127

## 后 记 / 128



基础理论——

# 设计的含义

---

**课程名称：**设计的含义

---

**课程内容：**设计的本质与定义  
中西服装设计文化比较

---

**课程时间：**5 课时

---

**教学目的：**让学生了解设计及设计的基本概念，了解设计的创造性思维和服装设计的流程，服装与人体的关系，服装设计的原则以及中西服装设计文化等。

---

**教学要求：**从设计概念出发，分析设计的含义，包括对中西服装设计思想的跨文化比较；由此对服装设计有一个系统全面的理解。

---



# 第一章 设计的含义

## 一、设计的本质与定义

### (一) 设计的意义和分类

#### 1. 设计的意义

设计(Design)改变我们的生存状况,倡导一种更为美好的生活方式。

从考古实物分析,最早的石器经过加工打制,最终成为具有一定功能的工具,是朝着一定目标的创造过程。人类正是在这一漫长的制造活动中,孕育和培养了设计的造型观念和方法。可以说,人类最初的工具制造不仅成为人的标志,而且成为设计起源的原点。几百万年来,人类从茹毛饮血的生存方式到刀耕火种、择水而居的农耕生活,从耕织一体的家庭手工业生产到大工业革命的兴起,由此而建构了一系列人工组成的社会符号和文化系统。

作为人类设计活动的延续和发展,在经历了长期的酝酿阶段后,直到20世纪20年代才开始确立为一门新兴的现代学科,即工业设计。“工业设计”一词源于英文“Industrial Design”,它是在现代工业化生产条件下,运用科学技术与艺术方式进行产品设计的一种创造性方法。

工业设计产生的条件是现代化大工业的批量生产和激烈的市场竞争,其设计对象是以工业化方法批量生产的产品。工业设计作为一种职业,大约始于1945年。工业设计的职业化使工业设计走上了现代设计之路,形成了适应现代科学技术发展的设计职业特征。

工业设计的职业化体现了工业设计的实践意义:



有服装界哲人之尊的日本时装设计师三宅一生(Issey Miyake)的设计作品,简洁有力,充满强烈的设计意识。