



“十二五”职业教育国家规划教材  
经全国职业教育教材审定委员会审定



[鞋靴设计系列教材]

# 鞋靴设计学 (第三版)

陈念慧 著

## Shoes Design



中国轻工业出版社 | 全国百佳图书出版单位



“十二五”职业教育国家规划教材  
经全国职业教育教材审定委员会审定



[鞋靴设计系列教材]

# 鞋靴设计学 (第三版)

陈念慧 著

 中国轻工业出版社

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

鞋靴设计学 / 陈念慧著. —3版. —北京: 中国轻工业出版社, 2015.9

“十二五”职业教育国家规划教材 经全国职业教育教材审定委员会审定

ISBN 978-7-5184-0470-4

I. ①鞋… II. ①陈… III. ①鞋—造型设计—高等职业教育—教材 IV. ①TS943.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第127364号

责任编辑: 李建华 责任终审: 劳国强 封面设计: 锋尚设计  
版式设计: 锋尚设计 责任校对: 晋洁 责任监印: 张可

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街6号, 邮编: 100740)

印刷: 北京京都六环印刷厂

经销: 各地新华书店

版次: 2015年9月第3版第1次印刷

开本: 889×1194 1/16 印张: 22.5

字数: 677千字

书号: ISBN 978-7-5184-0470-4 定价: 80.00元

邮购电话: 010-65241695 传真: 65128352

发行电话: 010-85119835 85119793 传真: 85113293

网址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: [club@chlip.com.cn](mailto:club@chlip.com.cn)

如发现图书残缺请直接与我社邮购联系调换

150065J2X301ZBW

# 高等职业技术教育鞋靴设计系列教材

## 编 委 会

编 委 会 主 任    陈念慧

编委会副主任    高士刚    李建华    周福民

编 委 会 委 员    (以姓氏笔画为序)

孙家珏    全    岳    李建华

陈念慧    辛东升    周福民

施    凯    高士刚    徐茂松

黎福明

## 前言 (第三版)

中国鞋业发展至今已走过30年历程,回望这30年,发展的阶段性特征十分明显,先是大规模引进模仿,后是低水平快速扩张,近年又步入彷徨迷茫。2008年始于美国并迅速波及全球的金融危机及所带来的经济危机强烈地冲击着中国鞋业,我国沿海各鞋业基地都不同程度地陷入到发展困境中,外迁、转行或倒闭的企业呈加快之势。这场影响深刻与深远的全球经济危机也再一次提醒我们,30年后的今天,中国鞋业大而不强和创新能力低下依旧是我们一个基本客观现实。

我国鞋业能够较快繁荣扩张的原因比较清楚,但未来如何进一步发展壮大却时时困扰着国内鞋业决策者们。中国鞋业及企业持久发展壮大的真正秘笈在哪里?已获一定成功的业界人士往往坚信和囿于过往的某些成功经验,并以此给出他们的答案,技术出身的坚信好的鞋靴结构与精湛的制鞋技术可以使自己的产品畅销天下;靠营销起家的深信不断创新的营销模式可以使企业长盛不衰;而崇尚管理的则认为管理水平的高低才是决胜市场的关键所在等,不一而足。不可否认,这些企业领袖们也的确获得了某种程度的成功。但是,如果企业始终忽视产品创新,单靠技术、营销、管理、文化这些我们就能打造出真正的国际大牌吗?能真的使企业不断发展壮大吗?

其实,我们只要放眼世界认真分析那些国际知名鞋靴品牌或鞋业强国就不难发现它们成功的秘密所在。虽然影响企业长久发展和壮大的因素不止一个,但几乎所有国际大牌鞋靴以及意大利整体鞋业都是靠强大的产品创新力来实现其长久发展壮大这一目标的,如,阿迪达斯(adidas)、耐克(naik)、爱步(ecco)等无不如此。由此,我们可以看出,鞋靴产品创新设计将在中国鞋靴企业长久发展壮大中发挥着根本性和决定性的作用。虽然近年来我国鞋业各界决策者也越来越重视产品创新设计,但关键是,这些业界决策者对当代鞋靴创新设计的真正内涵及主要创新内容却始终没能树立起一种正确认识,以至于这方面的工作和人才培养成为中国鞋业发展中的最大瓶颈和难以逾越的大山。

客观上说,国内许多鞋靴企业老板和所谓的设计开发经理并不清楚现代意义真正鞋靴创新设计指的是什么,他们误以为鞋靴结构与样板设计(业界一般称之为鞋样设计,广东叫出格)就是鞋靴创新设计,亦即新产品设计开发。而实质上,鞋靴结构与样板设计只是这种产品的一种技术设计,它主要考虑和解决的是这种产品的穿着舒适、加工制造和节省材料等三方面问题,而这三方面问题早已不是当前中国鞋靴企业与市场及消费者之间的主要矛盾,目前和未来中国鞋靴企业与市场之间的主要矛盾是“鞋靴产品的审美性和新的实用性(功能)与这两个方面不断增长的要求所形成的矛盾”,而这个主要矛盾也构成了当代鞋靴创新设计的真正创新内容指向,即实用(穿着舒适、便于生产)、美观、时尚、个性的鞋靴款式造型或某种新功能才是鞋靴企业应倾尽全力去开展的最重要的创新设计工作,考虑到鞋靴、服装、包袋等服饰品当代穿用消费中审美占主导这一基本属性,鞋靴创新设计工作更多指的是

对鞋靴款式造型方面的创新变化，这在国际服饰设计界早已是共识。毫无疑问，鞋靴企业只有在这两方面的不断创新才能解决企业与消费者之间的主要矛盾，才能为企业带来更多销量和订单，才能从根本上推动企业不断发展壮大。如果今后我们依旧分辨不清和解决不好这个主要矛盾，继续迷信靠制鞋技术改进、营销花样翻新、渠道建设等来推动企业发展，那么，中国鞋靴行业及企业就不可能真正实现升级转型，更不可能打造出国际一流品牌。也正是由于中国鞋业界普遍对真正意义鞋靴创新设计内涵及主要创新内容上缺乏正确认知，造成了我们稳居世界鞋业第一大国20年后的今天，鞋业界仍旧普遍误以为样板师（一些地方叫鞋样设计师）就是设计师的荒谬、可笑现实，中国绝大多数鞋靴企业产品创新难有大的突破也正是源于此。尤为可悲的是，我们许多决策者在如此重要、关键认知上出现如此重大失误却浑然不知或不愿承认这个现实。

法国、意大利、英国等时尚创意强国的成功经验告诉我们，中国鞋靴高等教育未来能否培养出大量真正意义的实用型优秀鞋靴时尚创意人才，以及中国鞋业决策者们能否在真正意义鞋靴创新设计内涵及主要创新内容理解上幡然觉醒、迷途知返，并制定出有效、有力的产品创新机制和措施，是中国鞋靴企业走出目前困境、实现升级转型和长久发展壮大的最大秘笈！

近些年，业界一些有识之士疾呼企业要“产品为王”，对此笔者深以为然，笔者10年前曾在《世界鞋业》上发表过一篇“产品创新——中国鞋业的原点突破”的文章，说的就是“产品是企业发展的根本，不在产品上下功夫，企业其他工作就成了无源之水和无本之木，优质而有特色的产品才是企业赚取更多利润、赢得市场竞争、打造国际品牌和推动企业持续发展的根本动力”。其实，目前许多中国鞋靴企业决策者也知道“产品为王”的道理，但由于他们在鞋靴产品本质属性和品质内涵理解上出现重大认知偏颇，导致“产品为王”的道理在他们那里只能空为一种理念，目前许多鞋业界经营者还停留在鞋靴产品只要穿着舒适、做工精良、材料实在就是好产品、高品质的认识上，但事实证明，这种认识早已过时。我们必须看到，当代乃至今后，鞋靴的基本属性是以实用为基础，审美为主导，而且这种趋势将会越来越明显。由此我们可以得出，鞋靴产品的形式品质或曰审美质量在其总体品质构成中占有举足轻重的地位。中国鞋靴企业只有高度重视鞋靴形式品质和这方面的创造力，企业“产品为王”的理念才能真正落到实处。

鉴于鞋靴风格在消费者购买中的重要性，新版书中重点增加了18种现代风格女鞋的介绍及其设计把握基本方法，其中，在现代艺术风格女鞋中还推出了十余种较为少见的鞋靴立体造型形式，掌握这些立体造型方法使设计师们一方面可以提高鞋靴款式造型上的变化能力，另一方面还可以增强鞋靴款式造型的艺术性和个性，以迎合当今消费者对鞋靴这种时尚服饰品的个性化和艺术化方面的越来越强的追求。考虑到书中第四章和第八章所讲内容应用

上的重要性,笔者在这两章中分别增加了“2012春夏女鞋流行预测与把握”和“复古风格女时装鞋设计”两个应用把握案例。此外,还在第五章中增加了“鞋靴造型设计关系元素”一节内容,学习者通过学习和掌握本节相关知识与方法,可以进一步提高鞋靴款式造型设计方面的创新变化能力,同时也丰富了学习者在这方面的变化手段。

本书第一版出版于2001年9月,经过近10年的教学实践检验,笔者对第一版进行了较大修改和补充,并入选普通高等教育“十一五”国家级规划教材,于2010年4月出版第二版,次年该书又被教育部评为“普通高等教育精品教材”。作为一部开创性著作,本书对促进和提高国内高等鞋靴设计教学水平发挥了重要作用。本书第三版对内容进行了进一步的修订和完善,并入选“十二五”职业教育国家级规划教材。

期盼中国高等鞋靴实用设计教育春天的到来!

陈念慧

2015年7月

## 前 言 (第二版)

据统计,2006年世界鞋靴生产约为148亿双,其中中国生产约100亿双,其中出口78.5亿双,中国已连续十余年占据世界鞋靴产量和贸易量第一的位置,但生产加工和贸易的第一,只反映了中国鞋业一种低层次上的繁荣,而非产业真正强大,因为我们在发展模式、设计创新、品牌运营、技术输出、人才培养和基础研究等方面还相当落后和薄弱。对此,我们应保持清醒的认识。

我国普通高等鞋靴教育始于20世纪80年代中期,至今已有20余年,1993年又设置开办了高等职业教育鞋靴专业,2000年以后,高等职业鞋靴教育在我国得到快速发展,据不完全统计,目前全国设有鞋靴专业的高等职业技术学院20余所,这些院校多数分布在南方沿海鞋业发达省份。邢台职业技术学院(原中国人民解放军军需工业学院)是我国最早创办高等职业教育鞋靴专业的院校,突出的鞋靴产品设计开发教学及专业特色和学生在产业中的创新能力优异表现,使该院校鞋类设计与工艺专业在鞋靴产业和教育界中享有较高的声誉。

在中国鞋业升级转型走向强大的过程中,鞋靴设计创新无疑是最为重要的推动发展要素,缺乏创新的产业和企业将注定走向衰亡。我国鞋靴高等教育创办以来,多以制鞋技术教育为主,培养的主要是制鞋样板和生产加工等技术方面的人才,随着产业发展和消费需求的变化,只开展技术教育已明显无法满足产业发展需要,鞋靴产品创新型人才正日益受到企业的重视。开展鞋靴设计教育,首先要对它的内涵有正确认识,目前,我国鞋靴产业和教育界还普遍对什么是真正的鞋靴设计存在着错误认识,有的认为,鞋靴设计就是结构与样板设计,样板师或鞋样设计师就是设计师,而实质上这些人才属于技术人员范畴,还有的认为,鞋靴设计就是纯粹的鞋靴款式造型设计,这些错误和偏颇认识都严重影响了我国鞋靴设计教育的开展和学生真正鞋靴设计能力的获得。

鞋靴设计工作与其他人类设计活动一样,也强调对设计客观规律的研究、应用与遵循,并不像目前行业中许多人所认为的那样,鞋靴设计不过是设计师在那里随意地变换颜色和线条,这种荒谬错误认识造成国内许多高等鞋靴教育中的设计教学单纯地讲授鞋靴款式、色彩、肌理等造型元素在鞋靴上的变化,割裂了鞋靴设计与消费者需求、市场、生产、材料、时尚、技术等本为一体的整体性与联系性。

鞋靴设计理论构建目前还处于初创阶段,远不够深入和完善。鞋靴设计作为一种实用脑力技术和头脑智慧,决定了鞋靴设计理论内容应是符合鞋靴设计工作过程及技术要求的的一种实用性论述。为此,根据鞋业最新发展,笔者在第二版中做了一定的调整和补充,新版《鞋靴设计学》将鞋靴设计内容分为基础篇和专题篇两部分,基础篇培养的是学生鞋靴设计开发的基础知识与能力,由于其他系列著作陆续出版,因此本书基础篇中有的内容有所删减,同时,增加了产品基础知识内容;专题篇培养的是专项鞋靴设计开发能力,除原有安排的女鞋设计、男鞋设计、童鞋设计、旅游鞋与运动鞋设计、前卫鞋设计、特种鞋靴设计等鞋靴专项

设计知识外,还增加了鞋靴产品企划与鞋靴设计管理两章内容,此外,在女鞋设计中增加了四种细化风格的女正装鞋设计,七种细化风格的女时装鞋设计和三种细化风格的女晚礼鞋设计,在男鞋设计中增加了男时装鞋设计,在小童鞋设计中增加了小童正装鞋设计和小童时装鞋设计等内容。鞋靴产品企划与其他任何一个专项设计知识都可以构成一个较为完整的设计开发能力,这样更符合鞋靴设计工作过程和实际能力要求。当中国鞋业界真正意义的鞋靴设计还处于启蒙和亟待普及的时候,鞋靴设计管理教育就多少显得有些超前,但它确实又是未来中国鞋靴设计事业提高的一个重要发展方向,是鞋靴企业进一步做好设计创新工作、提高设计效率和效益必不可少的一项管理能力,作为本书中的一章,本书鞋靴设计管理只是在方向、框架和基本方法上做了一些探讨,远不够系统和完整,更多的作用是启发和抛砖引玉。

为使学习者更好地理解和掌握本书内容,在新版书中增加了较多数量的图例、设计实训题和设计参考案例,其中不少图例和设计参考素材是选用笔者直接指导过的学生作业,由于学生数量较多,名字不再一一列出,笔者在此一并表示感谢。

陈念慧

2009年5月

## 总 序 (第一版)

自20世纪80年代中期以来,中国制鞋工业借改革开放和世界鞋业调整之机迅速崛起。目前,我国规模以上制鞋企业有数千家,大小企业万余家,年产量约70亿双,占世界总产量一半以上,产业规模和贸易量多年稳居世界第一。然而,产业规模的庞大并不意味着我们在这个领域的强大,我们在鞋靴设计创新、技术输出、国际化品牌的建立与运营、人才培养、基础研究等方面还相当薄弱。随着我国经济不断深入、广泛地融入世界经济体系,世界范围内的竞争将会更加激烈,未来发展将不可避免地对我国鞋业发展提出更高要求。

就在我国鞋业20世纪80年代崛起的同时,世界范围内许多工业企业开始将经营战略重点由过去的生产、营销转向了注重新产品的设计研发。目前,中国制鞋企业整体上尚处于加工型阶段,许多企业靠抄袭、模仿发展。就在我们许多制鞋企业乐此不疲地抄袭、模仿他人的时候,殊不知这些企业也失去了赶超他人的一种创新智慧,失去了抢占市场和获取更多利润的机会,也失去了创建国际著名鞋靴品牌的可能。由加工型向设计开发型和品牌运营型转变已成为我国鞋业历史发展的必然趋势,在这个升级转型过程中,鞋靴创新设计将发挥至关重要的作用,也将成为中国鞋业在国际化道路上能否成功的关键因素之一。无论是竞争需要还是发展需求,中国鞋业都在呼唤设计春天的到来。

由于种种原因,真正意义的现代鞋靴设计理念、理论体系和设计教育在我国尚处于启蒙和初创阶段,行业和鞋靴教育界中还有许多人将鞋靴结构和样板设计与鞋靴设计混为一谈,也有部分人将鞋靴设计简单地理解为一种纯艺术造型活动,这些认识上的谬误和偏差对真正鞋靴设计工作开展和鞋靴设计人才培养都产生着严重的阻碍作用。鞋靴设计作为一种产品设计,它需要满足顾客、市场和企业经营的多种需求。鞋靴作为一种产品,它承载和蕴含着特定需求、功能原理、技术、审美、时尚、管理、材料、成本、利润、文化等多种因素,鞋靴设计就是满足以上众多因素的一种创造性活动,是一种人与物的关系沟通。当然,鞋靴作为一种服饰品,在消费过程中,其审美、象征的作用要更大一些,从这个角度看,鞋靴设计所要研究的主要内容是鞋靴款式造型的设计创新。鞋靴设计的综合性和相对独立性,使其正在作为一种新的知识与技术门类被人们所研究和应用。

长期以来,我国鞋靴高等教育包括高等职业教育主要是以技术教育为主,主要培养的是鞋靴样板、工艺、检测、管理等方面的技术人才,并没有开展起真正意义的现代鞋靴设计教育,只建立起了鞋靴技术教育教学体系,尚没有建立起鞋靴设计教育教学体系。随着我国经济的快速发展和人们生活水平的不断提高,鞋靴消费逐步进入到感性时代,人们开始更加关注鞋靴的审美性、时尚性和象征性。当今鞋业,样板、工艺等生产技术因素已不是企业经营与市场之间的主要矛盾因素,生产技术因素只是做实体产品的制鞋企业经营发展的基本保障因素。目前,制鞋企业与市场之间的主要矛盾是鞋靴审美性和新的实用性与这方面不断增长的消费需求所形成的矛盾,而解决这个矛盾唯有靠鞋靴设计才能够实现。

近些年,我国高等职业技术教育得到迅速发展,1992年,我国第一个高等职业技术教育类型鞋靴专业在河北省邢台职业技术学院创办。高等职业技术鞋靴专业教育的开展,离不开相应的理论体系以及此方面的教材建设,根据行业发展和专业教学对鞋靴设计人才的培养需要,我们组织相关院校开始编写这套鞋靴设计系列教材。2007年4月,由邢台职业技术学院和中国轻工业出版社共同组织的高等职业技术教育鞋靴设计系列教材研讨会在扬州大学广陵学院召开,与会主要编者就高职教育教学特点、教材内容、编写体例等方面进行了广泛交流,一致认为本套教材应遵从高等职业技术应用型人才培养规律,围绕如何更好地培养鞋靴职业岗位能力来构建教材的内容和编写体例,对于传授具有独立职业技术能力的教材,其内容排序应以岗位工作过程作为教材内容构建参照,实训技能项目也按此排列,突出教材内容和编写体例的实用性和应用性,并力争反映出当前鞋业生产经营中的主要技术领域的最新发展成果。

鞋靴设计作为一门实用艺术设计与技术 and 市场相交融的新兴综合学科,涉及工业设计学、艺术形态构成学、美学、色彩学、鞋靴制板、制鞋工艺、鞋楦设计、鞋业管理、人机工程学、生物力学、市场学等诸多学科与知识门类,这些知识与技术都是鞋靴设计整体知识与技术不可缺少的组成部分,其中有些知识与技术在行业中都有相对独立的应用价值。为此,我们准备在未来2~3年中规划出版《鞋靴设计学》(第二版,普通高等教育“十一五”国家级规划教材)《鞋靴结构设计》《鞋靴色彩设计》《楦型设计原理》《脚型·楦型·底部件》《现代制鞋工艺》《现代制鞋企业管理》《制鞋机械概论》《鞋靴材料》《鞋靴设计基础》等10余部高职教育教材,初步构筑起我国首个高职教育鞋靴设计系列教材体系。今后我们还将根据行业发展需要以及条件的成熟,再陆续出版鞋靴设计其他方面的系列著作。

本系列教材由邢台职业技术学院和中国轻工业出版社共同发起。系列教材在编写过程中,得到了中国轻工业出版社、邢台职业技术学院、浙江工贸职业技术学院、广东白云职业技术学院、浙江温州大学、江苏扬州大学广陵学院和中国皮革与制鞋工业研究院等单位及有关领导的大力支持,编者在此一并表示诚挚谢意。由于高职教育鞋靴设计系列教材在我国尚属首次编著,在内容编排、体例格式等方面缺少经验和可借鉴的材料,加之现代制鞋行业发展迅速,不足之处在所难免。因此,编者在这里还恳望有关专家和读者不吝赐教,以使这套系列教材今后能不断得到修正、补充,以达到更好地培养高素质技能型鞋靴设计人才及推动中国鞋业持续发展的目的。

陈念慧

2007年5月于邢台职业技术学院

## 序（第一版）

鞋与服装共同构筑了人类的服饰文化，它反映了人类的物质和精神文明的发展进程。鞋不仅满足人的穿用需要，还有着丰富的文化内涵和社会意义。从民俗学上看，不同的国家与民族有着不同的穿鞋传统与习惯，从中能反映出各自的风俗习惯、审美理念和工艺技术水平；从社会角度看，鞋在人类历史发展进程中，体现着物质文明和精神文明的程度。鞋已经成为人类生活中不可缺少的一个组成部分。

目前，中国已成为世界鞋类产品生产大国，其总产量和出口量均居世界第一位。随着我国加入 WTO，作为劳动密集型产业的制鞋业，将迎来巨大的发展机遇。由于历史原因，中国制鞋业目前尚处于低层次的加工型阶段，产品缺乏创新设计，要改变这种状况，就必须提高我国鞋类产品设计开发能力，鞋靴的创新设计应成为中国制鞋业与国际竞争的开路先锋。

但多年来，我国鞋业界在此方面著述甚少，对提高我国鞋类产品设计水平形成严重制约，我院陈念慧同志作为这个专业的带头人，近些年潜心研究鞋类产品的设计与开发，发表了多篇论文和专著，现又将自己鞋靴设计教学研究和设计实践成果，加以理论化、系统化，撰写出这部《鞋靴设计学》专著。

本书共十三章，从多个角度较为全面地论述了鞋类产品设计与开发的有关知识与方法，条理清楚、论述详实。作者非常注意设计理论与实际应用的结合，根据本书的特点与性质，书中提供了大量插图和精彩鞋靴设计范例。这部著作的问世，填补了目前我国高等制鞋教育和高等职业技术制鞋教育中鞋靴设计教材的空白。同时这部著作也可以作为中等制鞋教育和企业中广大鞋靴设计人员提高专业设计水平的参考用书。相信它将对提高我国鞋靴设计水平、培养专业设计人才，以及推动中国鞋业发展发挥重要作用。

当然，由于作者受各方面条件限制和影响，加之编写时间仓促，这部著作今后还需进一步充实和完善，但陈念慧同志毕竟在这方面迈出了重要一步。

中国人民解放军军需工业学院

邢台职业技术学院

院长 王建勋

2000年12月

## 前 言（第一版）

目前，中国鞋类产品生产总量和外贸出口量都已居世界第一，中国已成为世界鞋类制品生产加工、销售中心，中国制鞋业在世界鞋业中占有重要地位。然而，产量的巨大、从业人员和设备的规模都不能说明中国鞋业是真正强大的，因为我们的产品在国际市场上平均单价只有区区几美元，我们的产品几乎是低档货的同义词，输出的基本上是廉价的劳动力。造成这种情况的原因是多方面的，但最主要的原因是我国制鞋业缺乏强大的鞋类产品设计创新能力，这已成为制约我国制鞋工业在 21 世纪进一步发展的最重要因素。

中国鞋业呼唤设计时代的到来。

要提高中国鞋业的设计水平，就必须建立鞋靴设计的理论，用正确和实用的鞋靴设计理论去提高我国的鞋靴设计水平。由于种种原因，我国在此方面的系统研究和著述尚处于空白。令人欣喜的是，中国人民解放军军需工业学院陈念慧先生率先在此方面进行了较为系统、深入和全面的研究，填补了我国这一方面理论研究的空白，其意义和影响将是重大而深远的。

近年来，陈念慧先生在鞋靴设计研究上，取得了较突出的成绩，发表和出版有多篇论文和著作，其中一些观点，对我国鞋业界很有指导性。如在制鞋行业中率先指出，鞋靴设计真正涵义是指设计师对能沟通鞋靴—人（消费者）—社会—企业关系的方案、计划的制定，而不是目前行业中普遍认为的鞋靴设计是帮样结构与样板设计；认为鞋靴创新设计主要涵义是鞋靴造型上的创新设计，同时也含有鞋靴实用功能上的开发设计，并指出鞋靴产品的创新设计与开发在各种形式的鞋业企业或公司中都应该占有至高无上的地位，是一切工作的核心，是关系到企业生死存亡之大事等。

陈念慧先生在《鞋靴设计学》一书中运用多方面的知识，力争使读者能对鞋靴设计有一个较为完整、系统的认识，并获得一种实际设计能力。本书在理论建构上视角新颖、内容丰富，在许多方面进行了开拓式的研究和尝试。书中大量图例对加深理解本书理论、拓展视野以及提高设计意识，都会有很好的帮助。相信本书的出版，对中国鞋靴设计事业的起步和开展将发挥重要和积极的影响。

杨文杰

2000年12月于天津



## CONTENTS

### 绪 论 001

## 基础篇

### 第一章

#### 鞋靴概论

- 004 一、鞋靴涵义
- 005 二、鞋靴的历史
- 012 三、鞋靴设计学的研究范畴
- 014 四、鞋靴设计涵义
- 015 五、鞋靴设计特性
- 016 六、鞋靴设计的作用与地位
- 017 七、鞋靴设计师
- 018 八、鞋靴分类
- 021 九、鞋靴设计原则

### 第二章

#### 鞋靴设计基础

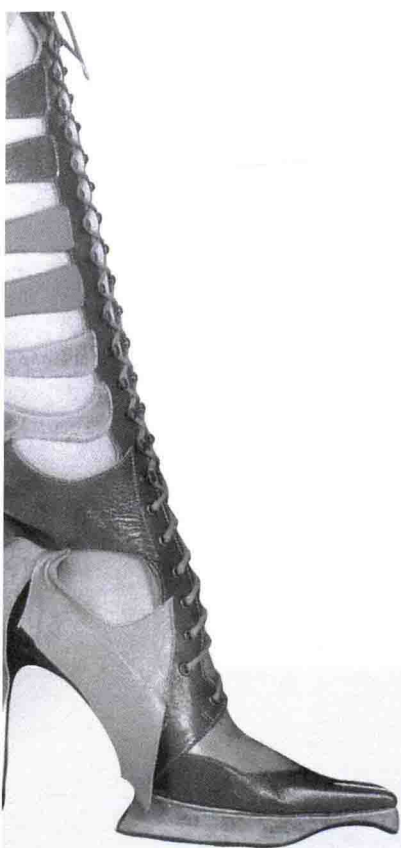
- 024 一、产品基础知识
- 028 二、工业设计基础
- 030 三、形态构成基础知识

- 041 四、下肢生理构造与机能
- 045 五、鞋靴舒适性构成
- 046 六、鞋靴结构与样板设计基础知识
- 048 七、制鞋工艺基础知识
- 048 八、制鞋材料基础知识
- 050 实训一 运用“点”“线”“面”平面造型元素各设计一款运动鞋
- 051 实训二 运用“线”材和“面”材立体构成分别设计一款女时装凉鞋和女时装靴

### 第三章

#### 鞋靴设计与流行

- 052 一、鞋靴流行涵义与产生
- 054 二、鞋靴流行规律
- 054 三、鞋靴流行预测
- 055 实训三 女浅口时装鞋流行时尚把握
- 057 参考案例 鞋靴流行预测与把握



## 第四章 鞋靴设计程序

- 063 一、鞋靴产品设计程序的概念
- 063 二、程序在鞋靴设计中的作用及意义
- 064 三、鞋靴设计程序的关键
- 064 四、鞋靴设计程序展开
- 080 实训四 鞋靴设计局部修改构思法
- 080 实训五 鞋靴设计局部借鉴构思法
- 081 实训六 鞋靴设计具象构思法
- 081 实训七 鞋靴设计题材主题构思法
- 083 参考案例 鞋靴产品设计开发流程模式一  
鞋靴产品设计开发流程模式二  
加工型鞋靴企业技术部工作流程

## 第五章 鞋靴款式造型设计构成要素与 形式构成法则

- 091 一、鞋靴款式造型设计构成要素
- 113 二、造型关系元素
- 117 三、鞋靴款式造型设计形式构成法则

- 120 实训八 女浅口时装鞋形态造型元素帮面  
结构式样设计
- 121 实训九 鞋靴形态造型元素帮面平面分割  
设计
- 122 实训十 鞋靴材质肌理造型元素设计
- 122 实训十一 鞋靴图案造型元素设计
- 123 实训十二 鞋靴协调形式构成设计
- 123 实训十三 鞋靴呼应形式构成设计
- 124 实训十四 鞋靴装饰工艺造型元素设计
- 125 实训十五 鞋靴装饰配件造型元素设计

## 第六章 鞋靴局部造型设计

- 126 一、鞋靴头式造型设计
- 128 二、鞋靴底、跟造型设计
- 130 三、鞋靴耳部件造型设计
- 132 四、蝴蝶结造型设计
- 137 实训十六 鞋靴头式局部造型设计
- 138 实训十七 鞋靴底、跟局部造型设计
- 138 实训十八 鞋靴“耳”部件局部造型设计

## 专题篇



### 第七章 鞋靴产品企划

- 140 一、鞋靴产品企划的涵义与作用
- 142 二、鞋靴品牌企划
- 148 三、鞋靴产品企划
- 155 实训十九 新鞋靴品牌企划
- 156 参考案例 鞋靴品牌设计一般流程和方法

### 第八章 女鞋设计

- 163 一、女鞋设计分析
- 164 二、常见风格女浅口正装鞋设计
- 167 三、女休闲鞋设计
- 169 四、女凉鞋设计
- 170 五、经典风格女时装鞋设计
- 184 六、女晚礼鞋设计
- 186 七、常见现代风格女鞋设计
- 232 实训二十 不同风格的女浅口正装鞋设计
- 233 实训二十一 不同风格的女时装鞋设计
- 236 参考案例 复古风格女时装鞋设计案例

### 第九章 男鞋设计

- 242 一、男鞋设计分析
- 243 二、男正装鞋设计
- 248 三、男休闲鞋设计
- 256 四、男礼鞋设计
- 258 五、男时装鞋设计
- 263 实训二十二 不同风格和类型男鞋设计
- 265 参考案例 成品鞋成本核算(定额)单

### 第十章 鞋靴系列设计

- 266 一、形态造型要素系列设计
- 266 二、色彩造型要素系列设计
- 267 三、材质肌理造型要素系列设计
- 268 四、图案造型要素系列设计
- 268 五、装饰工艺造型要素系列设计
- 268 六、配件造型要素系列设计
- 268 七、综合造型要素系列设计
- 269 实训二十三 鞋靴色彩造型元素系列设计



## 第十一章 童鞋设计

- 271 一、童鞋设计分析
- 272 二、童鞋设计
- 280 实训二十四 小女童时装靴设计
- 281 实训二十五 小女童正装鞋设计
- 282 实训二十六 小男童正装鞋设计

## 第十二章 旅游鞋、运动鞋设计

- 284 一、旅游鞋、运动鞋设计分析
- 285 二、旅游鞋、运动鞋设计
- 288 实训二十七 运用形态和色彩两种造型元素设计一款运动鞋

## 第十三章 前卫鞋设计

- 290 一、前卫鞋设计分析
- 290 二、前卫鞋设计
- 293 实训二十八 前卫鞋设计

## 第十四章 特种鞋靴设计

- 294 一、特种鞋靴设计分析
- 295 二、特种鞋靴设计
- 297 实训二十九 特种鞋靴设计

## 第十五章 鞋靴设计管理

- 298 一、设计管理基础
- 300 二、鞋靴设计机构
- 302 三、鞋靴设计不同管理层级主要职责内容概述
- 315 参考案例 设计开发部岗位任职说明书

## 参考文献

- 327 第四章 参考图例
- 329 第八章 参考图例
- 334 第九章 参考图例
- 337 第十一章 参考图例