

徐子淇 主编

Fashion

普通高等教育“十一五”规划教材

服装构成基础



化学工业出版社

Fashion

徐子淇 主编

普通高等教育“十一五”规划教材

服装构成基础



化学工业出版社

· 北京 ·

本书是在平面构成、色彩构成、立体构成的理论基础上,紧密围绕服装设计有关知识,图文并茂、理论结合实践地阐述了平面构成的要素、平面构成的骨格、色彩的基本知识、色彩的对比与调和、服装配色的方法、色彩的构思与表现、立体构成的造型基础、立体构成的形式与方法、立体构成要素在服装设计中的综合应用九章内容。

本书是一本介绍服装构成相关基础知识较全面的教材,适用于本科、高职高专等服装院校以及服装职业技术培训学校的学生使用,同时,对于服装设计专业人员和广大的服装设计爱好者的学习和研究也有一定的参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

服装构成基础/徐子淇主编. —北京:化学工业出版社, 2010.8

普通高等教育“十一五”规划教材

ISBN 978-7-122-08698-3

I.服… II.徐… III.服装-基础理论-高等学校:技术学院-教材 IV.TS941.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第096189号

责任编辑:蔡洪伟 陈有华

装帧设计:尹琳琳

责任校对:王素芹

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装:化学工业出版社印刷厂

787mm×1092mm 1/16 印张11½ 字数265千字 2010年8月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:42.80元

版权所有 违者必究

服装构成基础

编写人员名单

主 编 徐子淇

副 主 编 丁 玮 王冬梅 王晓林 郭文君

编写人员 (排名不分先后)

徐子淇 丁 玮 王冬梅 王晓林

郭文君 刘楠楠 郑 辉 栾海龙

巴 妍 杨绍桦 王 丽 赵 霞

前言

伴随着国民经济的快速增长和大众生活水平的不断提高，人们对服装的要求向着舒适、美观及高品质的方向发展。这就要求服装设计师要全方位地了解服装设计的有关理论知识，掌握实践技能，而服装构成则是学习和掌握服装设计理论与实践的基础。

本书是在平面构成、色彩构成、立体构成的理论基础上，紧密围绕服装设计的有关知识，图文并茂、理论结合实践地阐述了平面构成的要素、平面构成的骨格、色彩的基本知识、色彩的对比与调和、服装配色的方法、色彩的构成与表现、立体构成的造型基础、立体构成的形式与方法、立体构成要素在服装设计中的综合应用九章内容。其中，第一章和第二章由丁玮、郑辉、徐子淇编写；第三章由王丽、王冬梅编写；第四章由杨绍桦、徐子淇编写；第五章由王冬梅、徐子淇编写；第六章由栾海龙、赵霞、徐子淇编写；第七章由刘楠楠、王晓林、郭文君、巴妍编写；第八章由郭文君、刘楠楠、王晓林编写；第九章由王晓林编写。全书由徐子淇负责组织、规划与设计，并对所有章节进行统稿、校稿，并作整体润色及最后定稿。

本书是一本介绍服装构成相关基础知识较全面的教材，适用于高等本科、高职高专等服装院校以及服装职业技术培训学校的学生使用。同时，对于服装设计专业





人员和广大的服装设计爱好者的学习和研究也有一定的参考价值。

当然，对于一个服装设计师来说，仅仅从书本上学习是远远不够的，更重要的是多多地进行实践研究，在实践中不断地总结经验。再将这些经验应用到实践中，结合流行时尚，设计出具有一定市场价值与审美价值的服装。

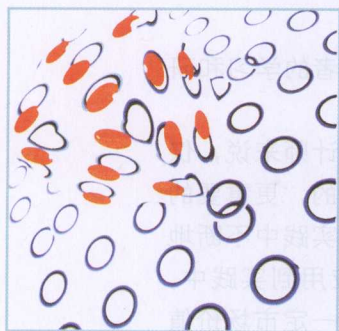
编者

2010年6月

CONTENTS

目录

001~050 第一篇 平面构成



002

第一章 平面构成的要素

第一节 造型基本要素——点	002
一、点的概念	002
二、点的形态描述	002
三、点的性质与作用	002
四、点在服装设计中的应用案例	005
第二节 造型基本要素——线	008
一、线的概念	008
二、线的形态描述	008
三、线的性质与作用	008
四、线在服装设计中的应用案例	012
第三节 造型基本要素——面	016
一、面的概念	016
二、面的形态描述	016
三、面的性质与作用	016
四、面在服装设计中的应用案例	018
第四节 平面空间	022
一、平面空间的概念	022
二、平面空间表达方法	022
三、平面空间的特性	023
四、服装设计中的空间感	023
小结	025
思考与练习	025

CONTENTS

目录

目录 第二章 平面构成的骨格



026

第二章 平面构成的骨格

第一节 骨格的组织结构	026
一、骨格的定义	026
二、骨格的作用	026
三、骨格的分类	026
第二节 骨格的种类	028
一、重复	028
二、近似	032
三、渐变	033
四、放射	036
五、变异	037
第三节 比例与分割	039
一、等形切分	039
二、等量切分	040
三、比例关系切分	040
第四节 对比	042
一、形的对比	042
二、骨格的对比	043
三、无骨格的对比	044
第五节 肌理	045
一、视觉肌理	045
二、触觉肌理	048
小结	049
思考与练习	050

CONTENTS

目录

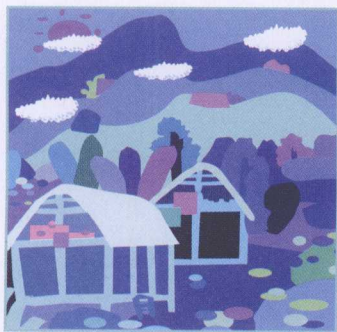
051 ~ 114 第二篇 色彩构成



052

第三章 色彩的基本知识

第一节 色彩的基本概念	052
一、色彩的科学依据	052
二、色彩的分类	054
第二节 色彩的混合	054
一、加色混合	054
二、减色混合	055
三、空间混合	055
第三节 色立体	056
一、色彩的三属性	056
二、色立体	057
小结	059
思考与练习	059



060

第四章 色彩的对比与调和

第一节 色彩的对比	060
一、色彩对比的概念	060
二、以对比为主的色彩构成	062
第二节 色彩的调和	068
一、色彩调和的概念	068
二、色彩调和的原理及方法	068

CONTENTS

三、色彩的面积与色彩的调和	072
小结	072
思考与练习	072



073

第五章 服装配色的方法

第一节 服装配色美的原则	074
一、配色中的主次	074
二、配色中的对称与均衡	075
三、配色中的节奏与韵律	077
四、配色中的强调	079
五、配色中的呼应	080
第二节 服装配色的方法	081
一、无彩色系配色	081
二、无彩色与有彩色配色	082
三、以色相对比为主的配色	082
四、以明度对比为主的配色	085
五、以纯度对比为主的配色	086
六、以冷暖对比为主的配色	090
第三节 色彩与你	090
一、服装色彩与人体	090
二、服装色彩与年龄	091
三、服装色彩与服装元素	091
四、服装色彩设计注意事项	091
小结	091
思考与练习	092

CONTENTS

目录



093

第六章 色彩的构成与表现

第一节 色彩构思的灵感来源	093
一、自然界色彩的启示	093
二、民族文化的启示	096
三、来自姊妹艺术的启示	099
第二节 色彩构思的提炼与应用	105
一、色彩资料的收集	105
二、色彩资料的归纳与运用	107
小结	114
思考与练习	114



115 ~ 171 第三篇 立体构成

116

第七章 立体构成的造型基础

第一节 立体的本质	116
一、什么是立体	116
二、立体的三个视图	117
第二节 服装立体构成的造型要素——点元素	117
一、点的概念	118
二、点与点的关系	118
三、点的空间变化	119

CONTENTS

目录

四、点元素在服装中的应用	120
第三节 服装立体构成的造型要素——线元素	122
一、线的概念	122
二、线的分类	123
三、线材的构成形式及方法	124
四、线元素在服装中的应用	128
第四节 服装立体构成的造型要素——面元素	131
一、面的概念	131
二、面的分类	132
三、面材的形态	132
四、面材的构成形式	135
五、面元素在服装中的应用	137
第五节 服装立体构成的造型要素——体元素	141
一、体的概念	141
二、体的分类	141
三、体块的构成形式	143
四、体元素在服装中的应用	144
小结	147
思考与练习	147



148

第八章 立体构成的形式与方法

第一节 立体构成的美学原则	148
一、对比	148
二、统一	150
三、韵律	151
四、平衡	153

CONTENTS

目录

第二节 服装立体构成的造型表现	156
一、整体感	156
二、层次感	156
三、立体感	157
四、肌理感	158
小结	160
思考与练习	160



161

第九章 立体构成要素在服装设计中的综合应用

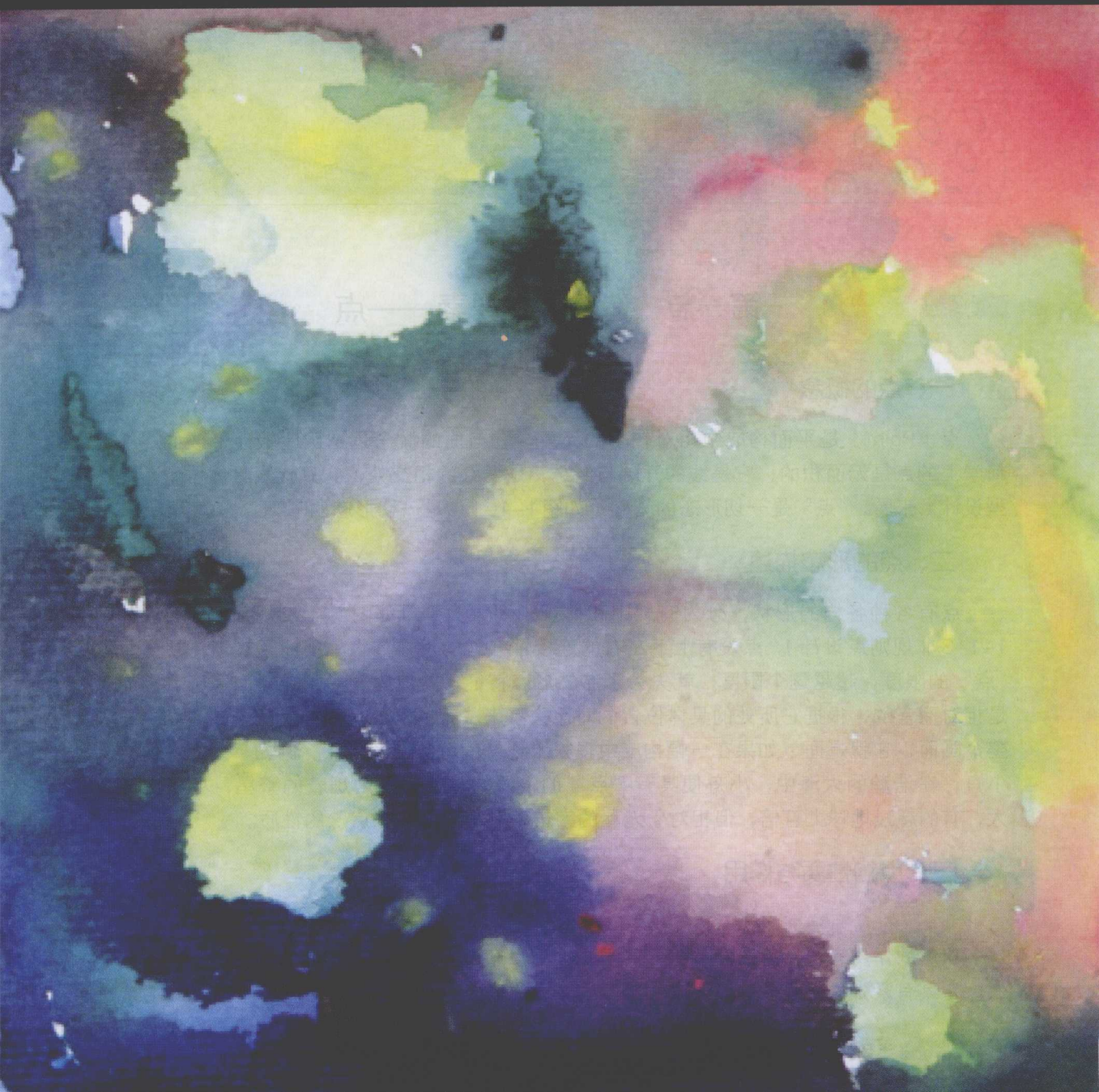
一、立体构成要素在面料再造中的应用	161
二、立体构成要素在服装立体构成作品中的应用	161
三、立体构成要素在服装立体裁剪中的应用	163
四、立体构成要素在配饰设计中的应用	165
五、立体构成要素在品牌服装中的应用	166
小结	170
思考与练习	171

参考文献

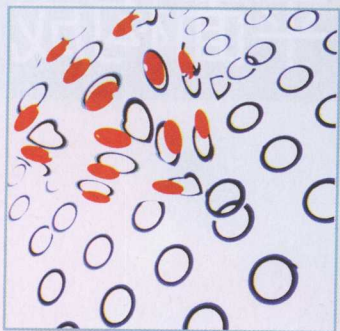
172



001~050
第一篇 平面构成



第一章 平面构成的要素



本章要点

- 平面构成三大要素“点”、“线”、“面”的基础知识；
- “点”、“线”、“面”在服装设计实例中的应用。

第一节 造型基本要素——点

一、点的概念

点 (Point) 是平面构成中相对较小的元素, 它与面的概念是相互比较而形成的。在几何学上的点是无面积的, 它是线的开端与终结, 是两线的相交处, 它只代表具体位置。从造型设计上来看, “点”是一切形态的基础 (如图 1-1-1 点是一切形态的基础)。

二、点的形态描述

点有各种各样的形状, 分为有规则和非规则两大类 (如图 1-1-2 规则点设计, 如图 1-1-3 非规则点设计)。点没有上下左右的连接性与方向性, 其大小不能超越当作视觉单位“点”的限度, 超越这个限度, 就失去了点的形态特征, 就成为“形”或“面”了。因而点是相对而言的, 根据它所处的具体位置的对比关系来决定。例如: 同样是一个圆, 如果布满整个画面, 它就是面; 如果在一幅构成中多处出现, 就可以理解为点。例如: 大海中的一叶小舟, 在浩瀚的大海中, 小舟便具有“点”的性质; 晴空夜晚闪烁着的繁星, 尽管星球之大, 有的超过地球上百倍, 但相对于无尽的宇宙, 它却呈现出“点”的性质。

三、点的性质与作用

1. 点的心理特征

从点的作用来看, 点是力的中心。当画面中只有一个点时, 人们的视线就集中在这个点上, 它具有紧张性。因此, 点在画面的空间中, 具有张力作用。它在人们的心理上, 有一种



图1-1-1 点是一切形态的基础



图1-1-2 规则点设计



图1-1-3 非规则点设计

扩张感(如图1-1-4点的张力作用)。

当空间中有两个同等大的点,各自占有其位置时,其张力作用就表现在连接此两点的视线。在心理上产生吸引和连接的效果(如图1-1-5两点间的心理连线)。空间中的三点在三个方向平均散开时,其张力就表现为一个三角形(如图1-1-6心理上的三角形)。当空间中有三点以上的排列,我们称之为多点,多点间存在着更加丰富的视觉作用力,通过点的大小变化、排列组合可以表现出复杂的设计语言(如图1-1-7多点产生的灰色空间)。

如果画面中的两点为不同大小时,人们的注意力会先集中在优势的一方,然后再向劣势方向转移(图1-1-8点的视觉中心在大点)。点的排列,以等间隔在一条线上,则产生线的效果。(如图1-1-9点的集中呈现虚线效果)这在广告和包装设计中是极为常见的(如图1-1-10)。

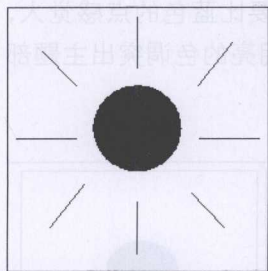


图1-1-4 点的张力作用

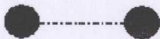


图1-1-5 两点间的心理连线

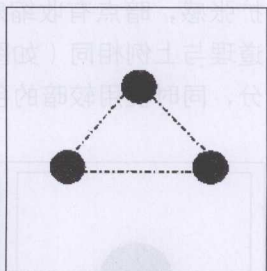


图1-1-6 心理上的三角形

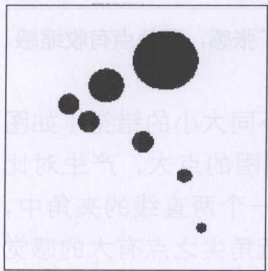


图1-1-7 多点产生的灰色空间

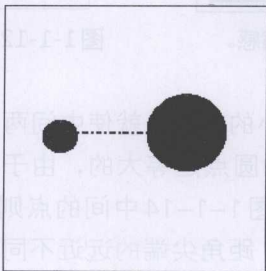


图1-1-8 点的视觉中心在大点



图1-1-9 点的集中呈现虚线效果



图1-1-10 点在广告设计中的应用

2. 点的视错

所谓“错觉”，就是感觉与客观事实不相一致的现象。点所处的位置，随着色彩、明度和环境条件等变化，便会产生远近、大小等变化的错觉。一般明亮的暖色会接近眼睛，而且有前进和膨胀的感觉。因此，在黑地上的白点，较同等大在白地上的黑点感觉为大。亮点有扩张感，暗点有收缩感（如图1-1-11）。从色彩角度看，橘黄色的点要比蓝色的点感觉大，道理与上例相同（如图1-1-12）。按照这一设计原理，在设计中可用明亮的色调突出主题部分，同时使用较暗的色彩（或冷色调），表现次要部分。

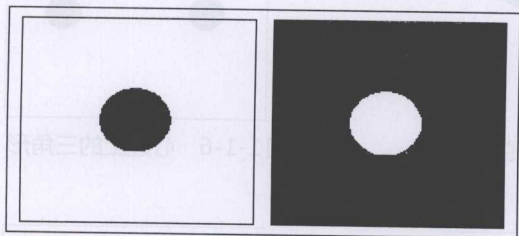


图1-1-11 亮点有扩张感，暗点有收缩感。

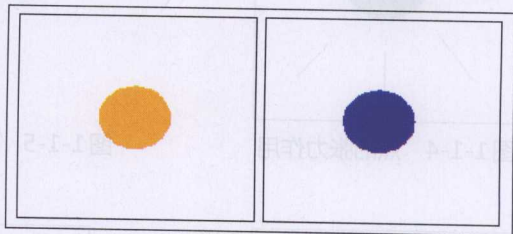


图1-1-12 橘黄色点有扩张感，蓝色点有收缩感。

同一大小的点，由于周围点大小的不同，就使中间两点也产生有不同大小的错觉（如图1-1-13、图1-1-14）。两图中间的圆点是等大的，由于图1-1-13周围的点大，产生对比作用，而感觉中间的点小。相反，图1-1-14中间的点则感觉大。在一个两直线的夹角中，同一大小的两个点，由于位置不同，距角尖端的远近不同，便产生靠近角尖之点有大的感觉（如图1-1-15）。