

服装表演专业规划用书
“十一五”部委规划教材
中国服装设计师协会职业时装模特委员会推荐教材



服装表演

尚彬 张昶 主编

概念
论



服装表演专业指定用书
服装高等教育“十一五”部委级规划教材
中国服装设计师协会职业时装模特委员会推荐教材

服装表演概论

肖彬 张舰 主编

内 容 提 要

本书是服装高等教育“十一五”部委级规划教材。本书以服装表演专业的综合理论和全方位技能培训为切入点,全书分为四大部分,系统地介绍了服装表演和服装模特的概念;详细地阐述了服装模特的基本培训项目——形体训练、舞蹈训练、音乐基础、形象塑造、心理素质、参赛指导及模特的经纪与管理等课程;具体讲解了服装表演的策划与制作——策划与编导、舞美设计、管理与执行;最后重点拓展了服装表演的传播与推广的新颖理论。

本教材对服装表演专业的相关知识进行了详尽的梳理和阐释,结合了北京服装学院表演专业教师积累多年的教学与实践经验,并收集、吸纳了大量国内外相关资料,注重科学性和规律性,在加强对学生专业能力与技巧培养的同时,更加强调整教学效果的实操性和市场性,构建了服装表演专业科学、规范、系统的教学体系。

本书适合于高等教育类、高职高专类服装设计专业师生使用,也可供艺术设计院校的师生参考。

图书在版编目(CIP)数据

服装表演概论 / 肖彬, 张舰主编. — 北京: 中国纺织出版社, 2010. 8

服装表演专业指定用书

ISBN 978-7-5064-6432-1

I. ①服… II. ①肖… ②张… III. ①服装—模特—表演艺术—高等学校—教材 IV. ①TS942.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第081013号

策划编辑: 刘 磊 金 昊 责任编辑: 李沁沁
责任校对: 余静雯 责任印制: 周文雁

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京东直门南大街6号 邮政编码: 100027

邮购电话: 010—64168110 传真: 010—64168231

http: //www. c-textilep. com

E-mail: faxing @ c-textilep. com

北京外文印务有限公司印装 各地新华书店经销

2010年8月第1版第1次印刷

开本: 889×1194 1/16 印张: 11

字数: 232千字 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

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,已成为当今本科教育的主题。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。2005年1月,教育部颁发了教高[2005]1号文件“教育部关于印发《关于进一步加强高等学校本科教学工作的若干意见》”(以下简称《意见》),明确指出我国本科教学工作要着眼于国家现代化建设和人的全面发展需要,着力提高学生的学习能力、实践能力和创新能力。《意见》提出要推进课程改革,不断优化专业结构,加强新设置专业建设和管理,把拓宽专业口径与灵活设置专业方向有机结合。要继续推进课程体系、教学内容、教学方法和手段的改革,构建新的课程结构,加大选修课程开设比例,积极推进弹性学习制度建设。要切实改变课堂讲授所占学时过多的状况,为学生提供更多的自主学习的时间和空间。大力加强实践教学,切实提高大学生的实践能力。区别不同学科对实践教学的要求,合理制定实践教学方案,完善实践教学体系。《意见》强调要加强教材建设,大力锤炼精品教材,并把精品教材作为教材选用的主要目标。对发展迅速和应用性强的课程,要不断更新教材内容,积极开发新教材,并使高质量的新版教材成为教材选用的主体。


随着《意见》出台,教育部组织制订了普通高等教育“十一五”国家级教材规划,并于2006年8月10日正式下发了教材规划,确定了9716种“十一五”国家级教材规划选题,我社共有103种教材被纳入国家级教材规划。在此基础上,中国纺织服装教育学会与我社共同组织各院校制订出“十一五”部委级教材规划。为在“十一五”期间切实做好国家级及部委级本科教材的出版工作,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三个特点:

(1) 围绕一个核心——育人目标。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,章后附形式多样的思考题等,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。

(2) 突出一个环节——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。

(3) 实现一个立体——多媒体教材资源包。充分利用现代教育技术手段,将授课知识点制作成教学课件,以直观的形式、丰富的表达充分展现教学内容。

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。




FOREWORD

丛书序

回顾我国改革开放以来，最先走向市场的服装行业和应运而生的模特行业的发展历程，可以看到伴随着20世纪90年代后期服装产业向品牌经营转变的进程，大型服装服饰展会、企业新产品发布、品牌传播和广告宣传等在行业 and 品牌发展中日益重要；同时，时尚概念也拓展到服装服饰等传统领域之外的相关产业，如住宅、汽车、电脑、手机、化妆品等跨界延伸。快速发展的时尚产业不仅深刻影响了社会经济和文化，也极力触动和推动着模特行业的进步和完善。以时尚产业发展较快且辐射力度较大的北京市而言，有一年两次的中国国际时装周和具有重要影响力的中国国际服装服饰博览会以及汽车、房产、移动通讯、电子产品等展销会，另有国际著名奢侈品品牌等博览会都在营造着北京市乃至全国其他主要城市时尚消费和时尚发展的氛围，同时不可避免地使模特行业在诸多领域及其品牌传播和市场推广的商业活动中空前活跃起来。

北京服装学院表演（服装表演）专业自1993年开办至今的十几年里，通过校院领导和全体师生们的共同努力，针对社会需要，对该专业的培养目标、教育理念、课程建设、师资培养、社会实践等方面不断进行调整和完

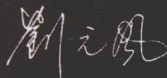


善，逐步形成了在国内服装表演教育领域的学科优势和专业特色，并且于2009年成为北京市特色专业。此外，北京服装学院还是中国服装设计师协会职业时装模特委员会主任委员单位，与业内权威模特经纪机构有着良好的合作关系，在高等院校及模特行业内拥有良好的专业形象。为继续加强服装表演专业的学科教材建设，推动我国服装表演专业教学水平，为我国模特行业输送更多的优秀人才，我校组织了一批具有理论研究水准和专业实践经验的校内外专家、学者陆续撰写出一套高等院校服装表演专业系列教材，并被纳入中国服装设计师协会职业时装模特委员会的推荐教材。

该系列教材的出版，对规范高等院校服装表演专业的教学内容和体系、强化理论与实践教学的方式和方法、提升国内本专业的教学和实践水平将会起到积极的作用。我相信，这套教材不仅能为高等院校服装表演专业的教学提供有益的参照，而且也能成为服装表演专业爱好者和从业者的良师益友。

祝贺高等院校服装表演专业系列教材的出版，并对中国纺织出版社、中国服装设计师协会职业时装模特委员会以及给予本系列教材出版提供建议和帮助的模特经纪机构和业内专家的鼎力支持，表示真诚的谢意。

北京服装学院院长、教授



2010年3月



服装表演专业指定用书编委会

顾 问

- 王 庆 中国服装设计师协会 主席
中国国际时装周组委会 主席
- 苏葆燕 中国服装设计师协会 常务副主席

主 任

- 刘元风 北京服装学院 院长、教授
中国服装设计师协会 副主席

副主任

- 赵 平 北京服装学院服装艺术与工程学院 院长、教授

主 编

- 肖 彬 北京服装学院 服装艺术与工程学院 服装表演与时尚传媒系 系主任
教育部纺织服装教育指导委员会 服装表演分指导委员会 副主任
中国服装设计师协会 职业时装模特委员会 主任委员
- 张 舰 中国著名时尚制作人
中国服装设计师协会 职业时装模特委员会 主任委员
北京服装学院 服装艺术与工程学院 服装表演与时尚传媒系 客座教师

委 员

- 张 延 中国服装设计师协会 职业时装模特委员会 总干事
- 梁向方 东方宾利文化发展中心 常务副总经理
- 耿 巍 中国著名时尚编导
北京服装学院 服装艺术与工程学院 服装表演与时尚传媒系 客座教师
- 李玮琦 北京服装学院 服装艺术与工程学院 服装表演与时尚传媒系 副教授
- 吴 琪 北京服装学院 服装艺术与工程学院 服装表演与时尚传媒系 教师
- 向 冰 北京服装学院 服装艺术与工程学院 服装表演与时尚传媒系 教师
- 高中光 北京服装学院 服装艺术与工程学院 服装表演与时尚传媒系 教师
- 关 琦 北京服装学院 服装艺术与工程学院 服装表演与时尚传媒系 教师
- 刘筱君 北京服装学院 服装艺术与工程学院 服装表演与时尚传媒系 教师

教学内容及课时安排

章/课时	课程性质/课时	节	课程内容
第一章	第一部分 绪论 (3课时)		● 服装表演概述
		一	服装表演的概念
		二	服装表演的属性
三		服装表演的分类	
第二章			● 服装模特的概念
		一	服装模特的分类
	二	服装模特的形体标准及测量方法	
第三章	第二部分 服装模特的基础培训 (14课时)		● 服装模特的基础培训之——形体训练
		一	服装模特形体训练的特点和作用
		二	模特形体训练的主要内容与基本要求
		三	形体训练计划的制订
四		形体训练与饮食营养的关系	
第四章			● 服装模特的基础培训之——舞蹈训练
		一	服装模特舞蹈训练的意义与特点
		二	模特舞蹈学习应遵循的原则及注意事项
		三	模特舞蹈基础训练
四		舞蹈训练中不同舞种的风格解读	
第五章			● 服装模特的基础培训之——音乐基础
		一	服装表演中音乐及其行为表现的意义
		二	音乐艺术与服装艺术
		三	音乐风格与服装风格
四		现场音乐与服装动态表现	
第六章			● 服装模特的基础培训之——形象塑造
	一	形象设计的概念及意义	
	二	服装模特的基本形象要求	
	三	服装模特在典型工作情形中的形象策划	
四	服装模特典型工作以外的形象策划		
第七章		● 服装模特的基础培训之——心理素质与心理状态	
	一	服装模特学习心理学的目的及意义	
	二	模特应具备的人格特征	
	三	模特表演活动的感知过程	
四	影响模特表演成效的几项重要因素		

第七章	第二部分 服装模特的基础培训 (14课时)	五	模特的心理训练
第八章		六	综合心理素质及自我价值的提升
			● 专业赛事的分析指导
第九章		一	专业赛事的基本流程
		二	赛后模特市场推广
			● 服装模特的经纪与管理
		一	文化市场与演出市场
		二	文化经纪人的概念
		三	职业模特文化经纪人的活动内容与策略
第十章		四	服装模特的职业规划
		● 服装表演的策划与编导	
	一	服装表演的创意	
	二	服装表演的编排	
	三	模特的选配	
	第十一章		● 服装表演的舞美设计
		一	服装表演的舞台设计
		二	服装表演的灯光知识
		三	服装表演的音响和视频知识
	第十二章		● 服装表演的管理与执行
一		服装表演的执行团队	
二		服装表演的合约	
三		服装表演的现场管理	
四		服装表演舞美队的管理	
第十三章		● 服装表演与传播推广	
	一	从传播推广的角度重新审视服装表演	
	二	传播与推广的基本概念	
第十四章		● 服装表演的传播要素与原理	
	一	服装表演的传播要素	
	二	服装表演的传播原理	
第十五章		● 服装表演与媒体策划	
		认识媒体	
		服装表演的媒体策划	



CONTENTS

目录

第一部分 绪论 / 14

第一章 服装表演概述 / 16

第一节 服装表演的概念 / 16

第二节 服装表演的属性 / 17

- 一、服装表演是再创作的艺术 / 17
- 二、服装表演的时效性 / 17
- 三、服装表演是不可重复的表演艺术 / 17

第三节 服装表演的分类 / 18

- 一、订货会服装表演 / 18
- 二、发布会服装表演 / 18
- 三、促销型服装表演 / 19
- 四、艺术创意型服装表演 / 19

第二章 服装模特的概念 / 20

第一节 服装模特的分类 / 20

- 一、时装模特 / 20
- 二、商业模特 / 20
- 三、内衣和泳装模特 / 20
- 四、试衣模特 / 21
- 五、“部件”模特 / 22
- 六、影视模特 / 22
- 七、特殊模特 / 22

第二节 服装模特的形体标准及测量方法 / 23

- 一、模特的形体标准 / 23
- 二、形体测量的方法 / 23

第二部分 服装模特的基础培训 / 26

第三章 服装模特的基础培训之一——形体训练 / 30

第一节 服装模特形体训练的特点和作用 / 30

- 一、模特形体训练的特点 / 30
- 二、模特形体训练的作用 / 31

第二节 模特形体训练的主要内容与基本要求 / 32

- 一、模特形体训练的主要内容 / 32
- 二、形体训练的基本要求及注意事项 / 35

第三节 形体训练计划的制订 / 36

- 一、练习部位 / 36
- 二、重复次数 / 36
- 三、练习组数 / 36
- 四、适宜动作 / 37
- 五、间歇时间 / 37
- 六、调整训练计划的时间 / 37
- 七、形体训练计划 / 37

第四节 形体训练与饮食营养的关系 / 38

- 一、食物的摄入 / 38
- 二、用餐指导 / 39

第四章 服装模特的基础培训之二——舞蹈训练 / 40

第一节 服装模特舞蹈训练的意义与特点 / 40

- 一、服装模特舞蹈训练的意义 / 40
- 二、服装模特舞蹈训练的特点 / 42
- 三、舞蹈元素在服装表演中的运用 / 43



第二节 模特舞蹈学习应遵循的原则及注意事项 / 44

- 一、模特舞蹈学习应遵循的原则 / 44
- 二、模特舞蹈学习过程中的注意事项 / 47

第三节 模特舞蹈基础训练 / 48

- 一、柔韧度 / 48
- 二、灵活度 / 49
- 三、协调性 / 49

第四节 舞蹈训练中不同舞种的风格解读 / 50

- 一、矜持含蓄、高雅大方——芭蕾 / 50
- 二、高傲融卑微、热情和冷漠——弗拉门戈 / 51
- 三、灵动随意、性感幽默——爵士 / 51
- 四、率性自然、真我显现——街舞 / 52

第五章 服装模特的基础培训之一——音乐基础 / 54

第一节 服装表演中音乐及其行为表现的意义 / 54

- 一、音乐与服装表演 / 54
- 二、音乐行为表现与服装表演 / 55

第二节 音乐艺术与服装艺术 / 56

- 一、时间和过程的艺术形式 / 56
- 二、相互依存、相互作用的协调统一 / 56
- 三、一种自我表达的话语方式 / 57
- 四、社会功能的共性表征 / 57

第三节 音乐风格与服装风格 / 60

- 一、发展方向和趋势上的近似风格 / 60
- 二、风格元素的相互映衬 / 61

第四节 现场音乐与服装动态表现 / 63

- 一、现场音乐营造和释放的心理环境与联觉对应关系 / 63
- 二、音乐流动中的服装动态表达 / 64

第六章 服装模特的基础培训之一——形象塑造 / 66

第一节 形象设计的概念及意义 / 66

- 一、形象设计的概念 / 66
- 二、服装模特学习形象设计的意义 / 67

第二节 服装模特的基本形象要求 / 69

- 一、服装模特的基本形象要求 / 69
- 二、时尚对服装模特形象塑造的影响 / 71

第三节 服装模特在典型工作情形中的形象策划 / 74

- 一、面试情形中的整体形象策划 / 74
- 二、试装情形下的形象策划 / 75
- 三、排练情形下的状态表现 / 76
- 四、演出工作的状态表现 / 77
- 五、影像拍摄工作中的配合 / 79
- 六、典型工作之后的关系维护 / 81

第四节 服装模特典型工作以外的形象策划 / 82

- 一、皮肤的保护 / 82
- 二、头发的护理 / 83
- 三、手部、脚部及指甲的保养 / 83
- 四、化妆及日常着装 / 83
- 五、香水的使用 / 84
- 六、基本礼仪修养 / 84

第七章 服装模特的基础训练之一——心理素质与心理状态 / 86

第一节 服装模特学习心理学的目的及意义 / 86

第二节 模特应具备的人格特征 / 86

第三节 模特表演活动的感知过程 / 87

- 一、模特表演活动与感觉系统 / 87
- 二、模特表演活动与知觉系统 / 88

第四节 影响模特表演成效的几项重要因素 / 88

- 一、表演技巧的把握程度 / 88
- 二、想象力的作用 / 88
- 三、观众的重要作用 / 89
- 四、人际关系的重要作用 / 89
- 五、模特自身素质的重要作用 / 89

第五节 模特的心理训练 / 89

第六节 综合心理素质及自我价值的提升 / 90

- 一、正确进行自我评价 / 90

- 二、缓解心理压力 / 91
- 三、解决怯场的问题 / 91
- 四、建立自信 / 91
- 五、克服自卑心理 / 91
- 六、克服嫉妒心理 / 91

第八章 专业赛事的分析指导 / 92

第一节 专业赛事的基本流程 / 92

- 一、报名 / 92
- 二、报到 / 92
- 三、集体培训与摄影活动 / 93
- 四、试装排练 / 93
- 五、正式比赛 / 93
- 六、庆功晚宴 / 93

第二节 赛后模特市场推广 / 94

- 一、赛后宣传与推广 / 94
- 二、如何选择模特经纪公司 / 94

第九章 服装模特的经纪与管理 / 96

第一节 文化市场与演出市场 / 96

- 一、文化市场的概念 / 96
- 二、演出市场的概念 / 97

第二节 文化经纪人的概念 / 98

- 一、文化经纪人的基本概念 / 98
- 二、文化经纪人的作用 / 98
- 三、文化经纪人的职能 / 98
- 四、文化经纪人的权利与义务 / 99
- 五、文化经纪人的相关法律制度 / 99

第三节 职业模特文化经纪人的活动内容与策略 / 100

- 一、模特经纪公司 / 100
- 二、模特经纪人的活动策略 / 103
- 三、模特与模特经纪人的配合 / 105

第四节 服装模特的职业规划 / 106

- 一、从模特就业的价值方面规划自己 / 106
- 二、从模特的分类上规划自己 / 106
- 三、从就业地域上规划自己 / 107
- 四、从职业选择方面规划自己 / 109

第三部分 服装表演的策划与制作 / 110

第十章 服装表演的策划与编导 / 112

第一节 服装表演的创意 / 112

- 一、时尚编导 / 113
- 二、把握创意要点 / 114
- 三、服装表演的整体设计 / 115

第二节 服装表演的编排 / 118

- 一、模特的试装 / 118
- 二、音乐的制作 / 119
- 三、排练前的案头准备 / 120
- 四、排练的实施 / 121
- 五、编导的口令 / 123
- 六、编导的激情与启发作用 / 123

第三节 模特的选配 / 124

- 一、模特面试的预约 / 124
- 二、模特面试的方式 / 125
- 三、模特面试的执行 / 126

第十一章 服装表演的舞美设计 / 128

第一节 服装表演的舞台设计 / 128

- 一、演出现场的平面设计 / 129
- 二、T台的设计 / 129
- 三、背板的设计 / 130
- 四、台阶的设计 / 130
- 五、后台的设计 / 131
- 六、操作台的设计 / 131
- 七、记者席的设计 / 131
- 八、观众席的设计 / 131

第二节 服装表演的灯光知识 / 132

- 一、灯光在服装表演中的作用 / 132
- 二、利用灯光的特点来表现服装作品 / 133
- 三、标准T台灯光的设计 / 134

第三节 服装表演的音响和视频知识 / 135

- 一、音响设备在服装表演中的应用 / 135
- 二、视频在服装表演中的应用 / 136

第十二章 服装表演的管理与执行 / 137

第一节 服装表演的执行团队 / 137

- 一、制作人——演出整体安排的领导者，项目的经营者 / 137
- 二、编导——演出创意的核心及组织者 / 137
- 三、后台管理员——后台秩序的保障者 / 137
- 四、舞美监制——舞台、灯光、音响、视频的统帅 / 138
- 五、造型总监——对完美表现服装作品的点睛作用 / 138
- 六、模特管理——参演模特的统帅 / 138
- 七、媒体统筹——新闻传播的保障 / 138
- 八、公关统筹 / 138

第二节 服装表演的合约 / 138

- 一、场地使用的协议 / 138
- 二、与客户的协议 / 138
- 三、与供应商的协议 / 139
- 四、与模特公司的协议 / 139

第三节 服装表演的现场管理 / 139

- 一、现场平面位置的安排 / 139
- 二、卫生管理 / 140
- 三、进票的管理 / 140
- 四、路标指示系统安置 / 141

- 五、现场场灯的控制 / 141
- 六、治安和消防报批手续 / 141
- 七、停车及车辆管理 / 141
- 八、保安的管理 / 141
- 九、来宾签到的管理 / 142
- 十、服装表演的善后管理 / 142

第四节 服装表演舞美队的管理 / 142

- 一、舞美制作团队的选择 / 142
- 二、舞美设计图纸尺寸的管理 / 143
- 三、场地勘查 / 143

第四部分 服装表演的传播与推广 / 144

第十三章 服装表演与传播推广 / 146

第一节 从传播推广的角度重新审视服装表演 / 146

- 一、传播推广的历史回顾 / 147
- 二、传播推广是服装表演的终极目的 / 148
- 三、传播推广是服装表演的本质属性 / 150
- 四、传播推广是服装表演行业发展的内在需求 / 151

第二节 传播与推广的基本概念 / 152

- 一、传播的基本概念 / 152
- 二、推广的基本概念 / 154

第十四章 服装表演的传播要素与原理 / 156

第一节 服装表演的传播要素 / 156

- 一、传播流程与传播要素 / 156
- 二、服装表演的传播要素 / 157

第二节 服装表演的传播原理 / 161

- 一、服装表演与议程设置 / 161
- 二、服装表演与多级传播 / 162

第十五章 服装表演与媒体策划 / 165

第一节 认识媒体 / 165

- 一、媒体——一种话语权的标志 / 165
- 二、大众媒体——各有所长 / 166
- 三、媒体分类——专业性和受众区隔 / 168

第二节 服装表演的媒体策划 / 170

- 一、确定推广主题，统一传播口径 / 170
- 二、选择适宜媒体，合理布局 / 172
- 三、拟定媒体策划方案并执行 / 172
- 四、对传播效果进行总结评估 / 172

后记 / 174

参考文献 / 176

第一部分 | 绪论

第一章

课题名称：服装表演概述

课题内容：服装表演的概念

服装表演的属性

服装表演的分类

课题时间：1课时

教学目的：让学生了解关于服装表演的基本常识，能够阐述服装表演的概念及属性，同时了解演出的分类方法。

教学要求：1. 使学生了解服装表演的概念。

2. 使学生了解服装的三个概念。

3. 使学生能够对常见的四种类型的服装表演有基本的辨别和分析，找到其相似点和不同点。

课前准备：对服装表演有基本的认识 and 了解，观看或参与过服装表演或者模特比赛。

第二章

课题名称：服装模特的概念

课题内容：服装模特的分类

服装模特的形体标准及测量方法

课题时间：2课时

教学目的：让学生了解关于服装模特的基本常识，能够阐述服装模特在服装表演中的作用，了解模特的分类，认识不同类型模特的身材形象要求以及市场定位。了解自己的形体，对形体能够进行基本的测量。通过此章节的训练，让学生全方位了解模特行业以及对自己的体型、形象有基本的了解和分析，找到适合自己的市场定位。

- 教学要求：
1. 使学生了解服装模特的概念。
 2. 使学生了解服装模特的分类。
 3. 使学生对不同类型的模特进行分析和辨别。
 4. 使学生掌握服装模特的形体标准及测量方法。

课前准备：对服装表演有基本的认识 and 了解，观看或参与过服装表演或者模特比赛。

1 Part 1

第一部分 | 绪论



第一章 服装表演概述

第一节 服装表演的概念

服装表演构建了服装设计师与消费者之间的桥梁。从广义上讲，服装表演是把设计师设计的服装产品给予展示的一种表达方式，一般是让模特按照设计师的设计理念，穿戴好所设计的服装成品及配饰，并在特定的场所（如服装发布会场）向观众，尤其是向时尚媒体、记者、时尚买手、商家等专业观众展示的一种演出形式。从狭义上讲，服装表演是一种用真人模特向客户展示服饰的促销手段，通过服装的展示表演向消费者传达服装的最新信息、表现服装的流行趋势、体现服装设计师的完美构思和巧妙设计，是一种重要的营销手段。

服装模特则是服装表演的承载者。模特需要通过形体语言展示服装的功能、款式、结构，显现设计师的创造力和想象力，把不同服装着装感觉表现出来，引导消费者对时尚文化的认同和对某种品位服饰消费的欲望。

服装表演属于有时间性变化的艺术，需要在单位时间内表现作品的全过程，表演过程中有任何疏忽和错误都是无法挽回的，有可能造成终生遗憾。众多媒体、嘉宾花费相当的时间专程来现场观看表演，因此，作为一名导演有责任做到专业性、细致化，认真协调每一个细节，以保证万无一失；作为一名服装模特，在表演中的每个动作和造型、表现的每件作品不仅仅要满足客户的要求，也要对每位观众负责。