



高等教育“十二五”全国规划教材

服装设计 与实务

张晓黎 主编

20%

最新教育理念

50%

经典案例解析

30%

最新实战导航

人民美術出版社

高等教育“十二五”全国规划教材

服装设计 与实务

20%

最新教育理念

50%

经典案例解析

30%

最新实战导航

主 编：张晓黎

副主编：信玉峰 韩天爽

人民美術出版社

系列教材编委会

主 任：陈小林

副主任：王少农 冯光荣 刘 洵 李智勇

陈 怡 张 兵 张晓黎 唐廷强

黄强苓

编 委：尤 志 文佳才 付一君 刘 源

阮劲梅 杨国志 李珍林 闵 珂

余 江 余莉萍 张光荣 张跃华

庞君徽 祝建华 徐世玉 陶人勇

黄志刚 舒泳涛

(按姓氏笔画为序)

图书在版编目(CIP)数据

服装设计与实务 / 张晓黎主编. -- 北京: 人民美术出版社, 2012.5

高职高专艺术与设计类教材

ISBN 978-7-102-05902-0

I. ①服... II. ①张... III. ①服装设计 - 高等职业教育 - 教材 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 083406 号

服装设计与实务

策 划：王 远

主 编：张晓黎

副主编：信玉峰 韩天爽

参 编：陈 艾 张 涛 刘成英 韦 超 张奇新

出 版：人民美术出版社

地 址：北京北总布胡同 32 号 100735

网 址：www.renmei.com.cn

电 话：艺术教育编辑部：(010) 65122581

(010) 65232191

发行部：(010) 65252847/65593332

邮购部：(010) 65229381

责任编辑：王 远 黎 琦

封面设计：曹田泉

版式设计：杨 皓 张晓黎 黎 琦

责任校对：马晓婷

责任印制：赵 丹

制版印刷：北京图文天地制版印刷有限公司

经 销：人民美术出版社

2012 年 6 月 第 1 版 第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：6.5

印 数：0001-4000 册

ISBN 978-7-102-05902-0

定 价：36.00

版权所有 侵权必究

如有印装质量问题，请与我社联系调换

总序

肇始于 20 世纪初的五四新文化运动，在中国教育界积极引入西方先进的思想体系，形成现代的教育理念。这次运动涉及范围之广，不仅撼动了中国文化的基石——语言文字的基础，引起汉语拼音和简化字的变革，而且对于中国传统艺术教育和创作都带来极大的冲击。刘海粟、徐悲鸿、林风眠等一批文化艺术改革的先驱者通过引入西法，并以自身的艺术实践力图变革中国传统艺术，致使中国画坛创作的题材、流派以及艺术教育模式均发生了巨大的变革。

新中国的艺术教育最初完全建立在苏联模式基础上，它的优点在于有了系统的教学体系、完备的教育理念和专门培养艺术创作人才的专业教材，在中国艺术教育史上第一次形成全国统一、规范、规模化的人才培养机制，但它的不足，也在于仍然固守学院式专业教育。

国家改革开放以来，中国的艺术教育再一次面临新的变革，随着文化产业的日趋繁荣，艺术教育不只针对专业创作人员，培养专业画家，更多地是培养具有一定艺术素养的应用型人才。就像传统的耳提面命、师授徒习、私塾式的教育模式无法适应大规模产业化人才培养的需要一样，多年一贯制的学院式人才培养模式同样制约了创意产业发展的广度与深度，这其中，艺术教育教材的创新不足与规模过小的问题尤显突出，艺术教育教材的同质化、地域化现状远远滞后于艺术与设计教育市场迅速增长的需求，越来越影响艺术教育的健康发展。

人民美术出版社，作为新中国成立后第一个国家级美术专业出版机构，近年来顺应时代的要求，在广泛调研的基础上，聚集了全国各地艺术院校的专家学者，共同组建了艺术教育专家委员会，力图打造一批新型的具有系统性、实用性、前瞻性、示范性的艺术教育教材。内容涵盖传统的造型艺术、艺术设计以及新兴的动漫、游戏、新媒体等学科，而且从理论到实践全面辐射艺术与设计的各个领域与层面。

这批教材的作者均为一线教师，他们中很多人不仅是长期从事艺术教育的专家、教授、院系领导，而且多年坚持艺术与设计实践不辍，他们既是教育家，也是艺术家、设计家，这样深厚的专业基础为本套教材的撰写一变传统教材的纸上谈兵，提供了更加丰富全面的资讯、更加高屋建瓴的教学理念，使艺术与设计实践更加契合的经验——本套教材也因此呈现出不同寻常的活力。

希望本套教材的出版能够适应新时代的需求，推动国内艺术教育的变革，促使学院式教学与科研得以跃进式的发展，并且以此为国家催生、储备新型的人才群体——我们将努力打造符合国家“十二五”教育发展纲要的精品示范性教材，这项工作长期的，也是人民美术出版社的出版宗旨所追求的。

谨以此序感谢所有与人民美术出版社共同努力的艺术教育工作者！

中国美术出版总社 社长
人民美术出版社



第一章 时装设计程序与方法

第一节 时装设计与方法

一、了解时装设计 /002

1. 何为时装、何为时装设计 /002
2. 时装设计的特征 /002
3. 时装设计的要求和原则 /002

二、怎样做时装设计 /003

1. 设计定位 /003
2. 设计理念 /003

知识链接：商品企划 / 大师名言 / 作品欣赏 / 课堂练习

3. 主题看板 /004

4. 提取设计元素 /004

(1) 提取造型元素 / (2) 提取色彩元素 / (3) 提取材料元素

知识链接：CNCS

5. 重组设计元素 /005

三、设计元素提取与整合 /005

1. 造型元素的整合 /005

课堂练习：造型元素提取与整合 / 经验提示：学习建议 / 知识链接：廓形随时尚而变化

2. 色彩元素的整合 /008

课堂练习 / 知识链接：流行色 / 经验提示：时光色彩设计原则

3. 材料元素的整合 /009

课后练习

四、三大设计元素的关系和设计重组 /010

1. 色彩元素与材料元素 /010

2. 造型元素与色彩元素 /010

3. 造型元素与材料元素 /010

4. 图案与造型、色彩、材料设计元素的组合 /010

课后练习

五、时装设计提要与分析 /012

知识链接：设计构思

第二节 分解训练

一、设计灵感从哪里来？ /013

二、提炼设计元素 /014

三、设计元素整合，形成创意板 /014

四、设计元素怎么用 /014

1. 从造型元素中提炼廓形设计 /014

学习建议

2. 从造型元素中提取细节设计 /015

3. 色彩元素设计 /015

4. 材料元素设计 /015

课堂练习：材料元素设计——面料再造 / 经验提示：名师再造面料

设计训练 / 专题训练：提取造型元素 / 本节练习

第二章 分类设计与实践

第一节 职业装设计

一、职业装 /020

1. 何为职业装 /020

2. 职业装设计的特征 /020

知识链接：CIS 中的职业装 /020

二、职业装设计的主要内容及方法 /020

1. 职业分析及服装设计思路 /021

知识链接：职业装设计要求

2. 设计流程 /022

经验提示：设计方案与客户关系

3. 案例解析：航空公司空乘人员服装 /022

(1) 国外航空制服 / (2) 中国国际航空公司的空姐服装 / (3) 中国移动通信女式制服设计稿

三、设计案例 /023

1. 调研分析阶段 /024

2. 设计步骤 /024

(1) 信息收集及分析 / (2) 色彩设计和材料选择 /

(3) 廓形设计 / (4) 结构设计 / (5) 样衣制作 / (6) 后期装饰工艺设计与制作 / (7) 后期调整 / (8) 验收

经验提示：职业装的设计实施 / 本节练习

第二节 休闲装设计

一、休闲装 /027

1. 何为休闲装 /027

2. 休闲装设计的特征 /028

二、怎样做休闲装设计 /028

课后练习

三、设计案例 /031

1. 设计主题：老照片 /031

2. 造型设计：“A”型 / “H”型 手绘稿 /032

3. 色彩设计：无彩色系 /032

4. 完成的效果图 /033

5. 面料再设计 /033

6. 后期制样 /034

7. 完成作品，成衣展示 /034

设计评价 /034

专题训练一 / 专题训练二

第三节 影视、舞台服装设计

一、影视服装设计 /036

1. 明确思路——认识剧本中的角色，理解导演的意图 /036

2. 设计方法和步骤——塑造统一的视觉风格 /036

(1) 确定视觉风格 / (2) 确定角色服装款式 / (3) 确定造型风格 / (4) 确定服装的色彩并挑选面料 / (5) 综合图纸最后调整

二、舞台服装设计 /037

1. 舞台人物造型设计 /037

2. 案例解析：舞台人物造型设计《再见，梅兰芳》 /037

三、新娘妆造型设计 /038

第三章 拓展系列设计

第一节 时装款式系列设计

一、什么是系列设计 /040

二、怎样做时装款式设计系列 /040

1. 从造型元素拓展设计 /040

课堂练习

2. 从色彩元素拓展设计 /042

(1) 主色调统一 / (2) 均衡调整 / (3) 分割色协调 / (4) 加入强调色 / (5) 色彩层次的律动变化
大师作品解读：安娜苏 / 知识链接：安娜苏的设计风格 / 课堂练习

3. 从服装材料元素拓展设计 /045

(1) 系列风格材料 / (2) 不同材料不同颜色搭配设计 / (3) 相同材料、不同肌理可以拓展许多款式设计
课外练习

三、其他设计手法拓展设计系列 /046

第二节 系列设计的分解“入手”训练

1. 女装设计细节图例 /048

2. 男装款式局部细节设计图例 /048

立体分割造型设计 / 斜插袋造型变化 / 斜插袋与下摆的搭配方式 (一) / 斜插袋与下摆的搭配方式 (二) / 前贴袋造型变化 / 袖口造型变化 / 袖口造型设计 / 袖型变化 / 挡风片工艺变化 / 挡风片造型变化 / 肩部造型变化 / 肩部细节变化

3. 衬衫型夹克设计细节图例 /050

外套衬衫型夹克 / 分割拼接设计 / 门襟变化 / 衣身前片设计变化 / 门襟设计造型变化

第三节 时装拓展系列设计

一、案例解读——ZARA 时装拓展系列设计 /051

1. 搭配核心单品的系列设计 /051

2. 基本款的系列设计 /052

3. 核心款的配套设计 /053

二、目标市场与系列设计 /054

经验提示：系列拓展的技巧 / 大师名言 / 知识链接：搭配设计

三、品类组合构成 /055

本节练习

第四章 品牌服装设计

第一节 何为品牌服装设计

一、从认识到了解 /058

1. 什么是品牌服装设计 /058

2. 直观认识品牌服装 /058

二、深入了解品牌服装 /058

1. 了解品牌背景 /058

2. 长线跟踪品牌产品 /059

知识链接：Burberry 格子图案 / 经验提示：高级成衣解读

3. 找出相同点进行归纳 /059

课堂练习 / 知识链接：经典品牌故事——Burberry

第二节 设计之前

一、品牌服装怎么设计 /060

1. 品牌理念 /060

知识链接：KENZO 品牌 / 知识链接：高田贤三

2. 品牌产品 /061

知识链接：产品附加值设计

3. 品牌形象 /061

二、品牌服装的设计方法有哪些 /062

1. 品牌服装风格的延续性 /063

2. 品牌服装风格的创新性 /064

课堂练习

第三节 怎样设计品牌服装

一、转换思考习惯 /066

1. 抛弃单件式、单系列思维 /066

2. 建立框架式思维 /066

二、形成设计框架 /066

1. 先充分了解所要服务的品牌 /066

(1) 文化内涵 / (2) 产品特点 / (3) 运营模式
经验提示：产品调研方法 / 知识链接：ZARA 品牌、产品诉求、运营模式 / 课堂练习 / 学习建议

三、市场调研 /068

1. 市场调研 /068

(1) 调研流行趋势 / (2) 有针对性地调研同类服装品牌 / (3) 消费者调研

2. 调研报告的内容 /068

(1) 调研对象的背景介绍 / (2) 当季产品开发特点综述 / (3) 形象推广策略 / (4) 提出对本品牌下季开发的可借鉴之处

范例：针对某品牌 2010 年春夏市场调研报告

第四节 从企划开始统筹设计方案

一、企划案的目的是什么 /069

1. 体现品牌发展思路 /069

2. 体现计划性 /069

二、企划案里应该有什么 /069

1. 从市场分析入手 /069

2. 产品开发是主体 /070

3. 品牌战略要突出市场性 /070

学习建议

第五节 开发提案怎么做

一、做主题看板 /070

二、确定开发主题 /071

1. 选定主题理念及风格 /071

2. 确定主题下的系列 /071

经验提示：主题下的系列要求 / 案例解析：某品牌男装开发

3. 阐述各系列的设计要点与细节 /071

三、确定产品结构 /072

1. 各系列单品构成表的制作 /072

2. 各单品代表款式 /072

3. 产品数量预设 /072

4. 上市波次预设 /072

第六节 品牌服装设计开发

一、主题下的款式设计 /073

1. 品牌基本款 /073

2. 本季核心款 /073

3. 调整款 /074

经验提示

二、主题下的拓展系列设计 /074

三、产品搭配 /074

第七节 品牌服装设计实施

一、制作样衣 /075

1. 结构制版 /075

2. 工艺制作 /075

二、样衣评审 /075

第八节 品牌服装陈列展示

一、服装订货会 /076

知识链接：服装订货会策划流程及主要内容 / 知识链接：关于陈列

二、专业博览会、时装周的展示 /078

经验提示：毕业生设计感悟

第九节 项目案例

一、项目——时尚男装品牌杉杉 S2 2011 夏装设计与开发 /079

链接 1——精品课实践内容的组织图 /079

链接 2——精品课作业要求 /080

链接 3——实习时间和评价评估 /080

链接 4——教学成果要求 /080

二、开发实施 /080

指定题目设计——以大熊猫为主题元素 /080

选定图案应用的方式 /081

接下来到印染厂印制试样，完成样衣 /081

后期准备模特拍照，做画册，全力准备订货会 /081

本章作业

第五章 项目实践

第一节 关于市场调研

一、下达任务 /084

1. 任务目标 /084

2. 任务要求 /084

二、任务实施 /084

1. 调查对象和内容 /084

2. 调查方法 /084

3. 调研分析和表达方式 /084

三、评价标准 /085

课后练习

第二节 产品设计开发

一、下达任务 /085

1. 任务目标 /085

2. 任务要求 /085

二、实施流程 /085

三、流行趋势解读 /086

知识链接：流行咨询公司

1. 关键风格分析 /086

(1) 20 年代复古风 / (2) 海洋风格 / (3) 中性柔情

2. 关键面料分析 /088

(1) 运动装透气设计的孔洞 / (2) 光泽感的质感 / (3) 透明和轻盈的材料

3. 关键色彩分析 /089

(1) 透彻的白 / (2) 耀眼的橙

4. 关键单品分析 /089

(1) 超级 Mini 短裤 / (2) 外套 / (3) 腰间裙摆装饰

5. 关键细节 /090

四、风格和主题的确定 /091

五、项目实施 /091

1. 选定项目品牌，分组负责项目任务 /091

2. 分析流行趋势，确定产品主题 /091

3. 讨论确定产品系列 /091

案例解析：2012 年春季的 F&C 品牌产品开发

4. 各小组进行单品开发 /093

5. 系列内的产品搭配 /094

6. 款式开发定稿 /094

六、样品展示 /095

1. 单品 /095

2. 套装 /095

七、项目评价表 /096

八、定价与上市 /096

九、课外拓展性任务与训练 /096

本章作业

附件一：设计大赛赛事 /097

附件二：时尚网站 /097

附件三：“时装设计师”职业标准 /097

推荐刊物 /097

本教材小结 /097

后记

1

本章重点：时装设计的方法

本章难点：设计元素提炼、归纳与重组

授课形式：理论与实践

建议学时：12 学时

第一节 时装设计与方法

一、了解时装设计

二、怎样做时装设计

三、设计元素提取与整合

四、三大设计元素的关系和设计重组

五、时装设计提要与分析

第二节 分解训练

第一节 时装设计与方法

一、了解时装设计

1. 何为时装、何为时装设计

时装，通常是指在一定时期和一定区域内流行的新装。

时装具有时空性、流行性和周期性的特征，又可分为前卫性时装、大众性时装、品牌时装。后两类是以市场为导向的服装产品，是满足大众消费者从求同转向求异审美需求的服装。这里的时装设计主要指大众时装产品、品牌时装产品的开发与设计。

有两个设计要点：第一是创新设计，其核心问题是解决如何提升时装产品的附加值。第二要创新有度，使时装产品既适应市场需求，又能积极引导市场消费趋势，达到创新价值和市场消费的紧密结合。



前卫性时装。2012 秋冬纽约时装周上，Y-3 继续秉承品牌惯有的运动风格与时尚相结合的设计理念。



2012 秋冬 Phillip Lim 女装发布

2. 时装设计的特征

时装的最动人处正是紧随时尚，所以，时装设计的特征主要表现为：具有较强的时代特征、创新意识、先进的技术手段等，需要体现穿着者的个性和时尚意识。

3. 时装设计的要求和原则

时装设计要遵循功能性、创造性、象征性、审美性及市场性要求。

在设计过程中，设计原则——形式美法则贯穿设计的全过程，指导我们如何将已提炼好的设计元素组合成一件美的服装。



大众性时装 优衣库

品牌时装 西班牙时装品牌 ZARA

二、怎样做时装设计

1. 设计定位

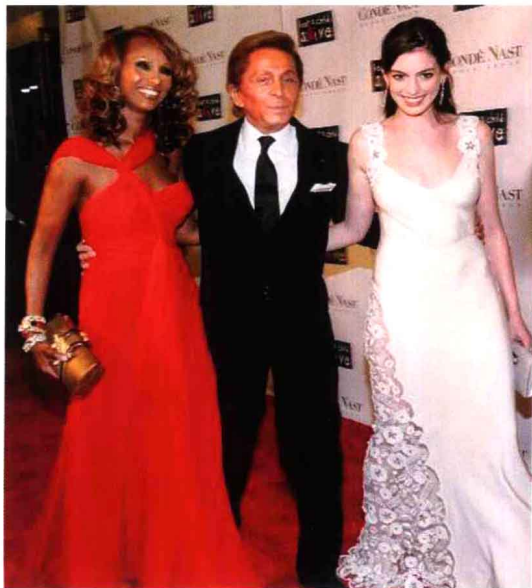
大众时装，是满足大众日常生活的流行服装，通常以穿着的目的确定设计定位；品牌时装，依据品牌的目标消费群的着装需求以及提升产品的附加值定位。

2. 设计理念

通过商品企划，明确新季产品的开发理念，提出设计主题，进行重要的信息采集与市场调研，包括最新资讯、流行趋势、上季商品分析、面辅料收集等，收集灵感源，用以提炼元素表现主题。



左边两图是有关流行趋势研究权威机构公布的 2012 春夏女装设计指导之一。图片中的水果印花，高纯度色，使人感受到浓浓的热带风情；航海风引出的柔美的运动款式与仿古代植物图样的超写实水果印花、波普风格的彩色玻璃饰物……传达给我们的流行信息：怀旧、舒适的极简主义将持续流行，而运动元素与鲜艳的图案结合，表现出充满青春活力、特立独行的时装风貌。



知识链接：商品企划

商品企划是以实现企业利益为出发点，以满足目标消费群体的需求为导向，从市场营销的角度，通过对商品明确定位、组合策略和生命周期管理，实现商品从无到有到卖给消费者（规划、设计、开发、采购、生产、销售）等的一系列规划和管理。其中涉及到概念形象、陈列、品牌传播、促销、营销策略、商品品类规划、店铺管理等。

大师名言

“我从人群、音乐、电影、自己的家、旅行以及伦敦、巴黎和纽约的街上获取灵感。遇见有趣的人、参与重大事件，这些巨大的能量源以各种形式满足于我。”——瓦伦蒂·诺

作品欣赏

（左图）富丽华贵、美艳灼人是 Valentino 设计的特色。他喜欢用最纯的颜色，体现“前所未有的女性化、充满人性和细致”。他是豪华、奢侈的生活方式的象征，极受追求十全十美的名流明星所钟爱。

课堂练习

在流行资讯中找出典型前卫时装、大众时装、品牌时装，分析服装风貌的异同。

3. 主题看板

汇集有用信息形成灵感创意版, 提出主题看板, 可采用文图并茂的形式。其作用主要有三点: 一是通过主题文图的内容界定设计的范围, 明晰所设计时装的整体风貌; 二是通过文图内容, 获取需要的设计元素和细节; 三是看板的图片色彩表现出所设计时装及系列的色彩基调。



主题看板 a



主题看板 b

学生灵感创意版及设计提案练习范例:



邓爱萍习作



4. 提取设计元素

围绕设计主题, 提取设计元素。

设计元素是设计的基础, 这些元素包括线条、颜色、材料、廓形、细节形状, 这是所有服装产品设计的根本。设计元素不同的组合构成不同的服装风貌。时装设计的主要元素可归纳为造型元素、色彩元素、材料元素。



(1) 提取造型元素

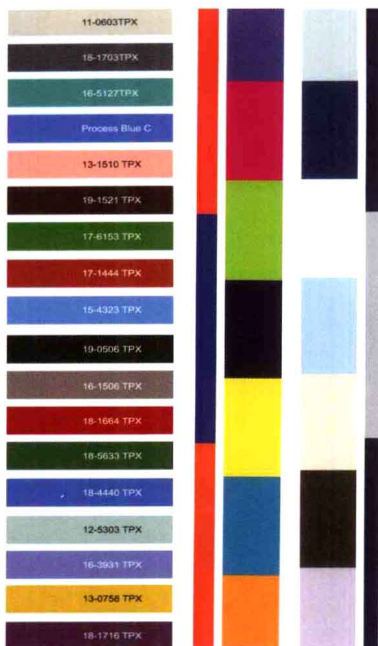
造型元素指服装的廓形和各个局部的造型以及比例。

将元素以绘画形式记录下来。可以先整体记录, 然后寻找分析各局部的设计点, 并寻找有设计潜力的设计细节进行局部的绘画记录准备(如上图)。

(2) 提取色彩元素

色彩元素的设计指改变色彩的冷暖、明度、纯度和配色。

将特征性色彩从 PANTONE (潘通) 色卡, 或采用 NCS (自然色系统)、CNCS 色彩系统, 根据个人及企业的使用习惯从中挑出备用。



色卡

知识链接: CNCS

CNCS 是由中国纺织信息中心联合国际国内顶级色彩专家和机构, 经多年精心调研而开发的色彩体系, 力求为服装设计师和相关机构提供当前最权威、最时尚的色彩信息和色彩管理解决方案。

(3) 提取材料元素

材料元素包括材料的成分、质感、肌理、外观等。

材料元素从纺织品流行趋势提取新材料信息, 并有针对性地大量收集材料的小样。



收集面辅材料的小样

5. 重组设计元素

重组设计元素的关键是设计者要多角度、多方面思考, 进行思维发散。“意在笔先”, 产生新的有创意的设计思路, 然后收敛, 进行聚合思维, 对各种创造性设想做理性的分析、归类整理, 最终制定出符合要求的新产品设计提案。

综上所述, 提取设计元素和重组练习是时装创新设计的关键, 只有掌握正确的设计思维(途径)和应用的方法, 设计才会成功。

三、设计元素提取与整合

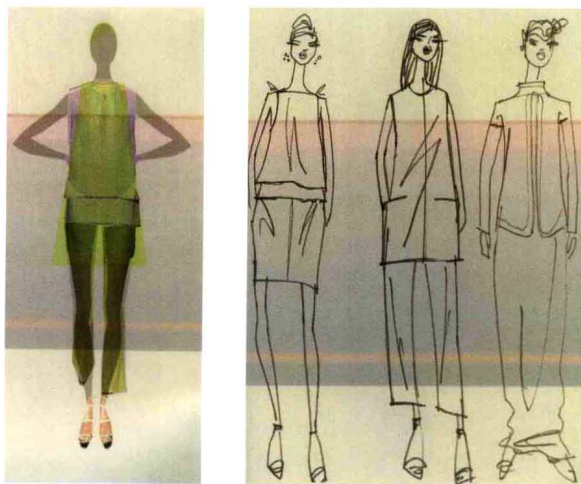
下面进行设计元素的提取过程和元素重组的思维过程练习。

1. 造型元素的整合

造型元素的整合指服装的款式设计, 重点是服装的廓形变化。廓形是用以描绘服装轮廓和塑形的过程, 是每季服装发生变化的基本元素之一。廓形的设计在合体、紧身、宽松的结构中变化。近年来, 各类服装单品的各种造型, 通常强调局部和细节上的变化。

例如, 设计主题——XXXX。

造型元素整合的几种方案如右图。



基本廓形为“H”型, 在此基础上做“H”型造型元素的组合

教学案例示范 【流行信息分析】——关于流行趋势的造型元素提炼与分析



2010/2011 春夏女装廓形变化及设计创新点：“X”型、翘肩成为设计创新点。



2009/2010 秋冬男装高级成衣廓形变化及设计创新点 a. 桶型，茧形圆肩，注重体积感。



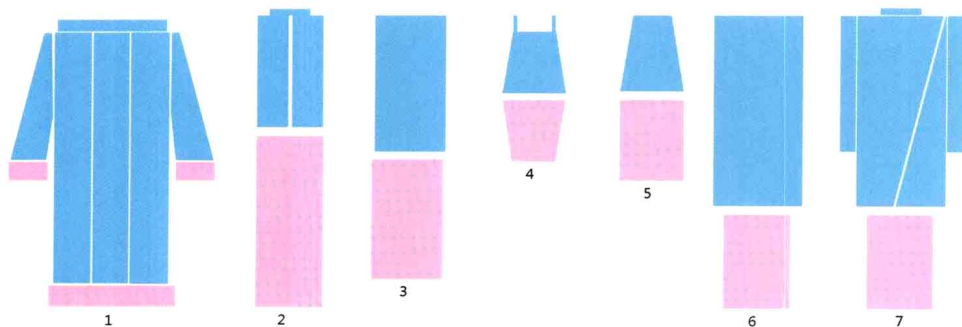
b.“X”型，腰线上移，高腰线的处理，圆润的肩。

c. 吸收了女装的高腰线结构，腰线上移，袋位提高，线条圆润，产生新的比例是又一设计创新点。

课堂练习：造型元素提取与整合

练习 1：按照教学案例的示范，进行廓形提取和整合设计

学生练习范例



对“H”造型元素进行组合变化，尝试形成新的廓形。

练习 2：收集流行趋势中各类单品的局部和细节上的变化，归纳出新的设计要素。

经验提示

在不同部位，按照在不同部位进行不同面积比例的变化，反复应用，可帮助我们打开思维，这是时装设计非常重要的练习办法。

学习建议

廓形变化及设计创新点分析、造型元素整合，可作为专题反复练习，对学习时装设计非常重要。

知识链接：廓形随时尚而变化



迪奥从 1952 年到 1956 年推出的新造型

关于廓形——迪奥的“新风貌”时装

1947 年 2 月 12 日，迪奥以他推出的新装震惊了全世界，并给二战后的市场复苏注入一针强心剂。这种被称为“新风貌”的时装与战时风格迥然相异——窄窄的肩去除了垫肩更显柔美，丰胸、细腰、蓬起的长裙离地面仅 20 厘米。迪奥称它为“花冠线条”，其用料之多（长达 25 英码）令人瞠目结舌，受到一些人的欢迎，同时也遇到另一些人的责难。随着战争的远离，新风貌逐渐被推广开来。它的出现不但彻底改变了服饰风貌，还极大地促进了消费，带动了经济的复苏。

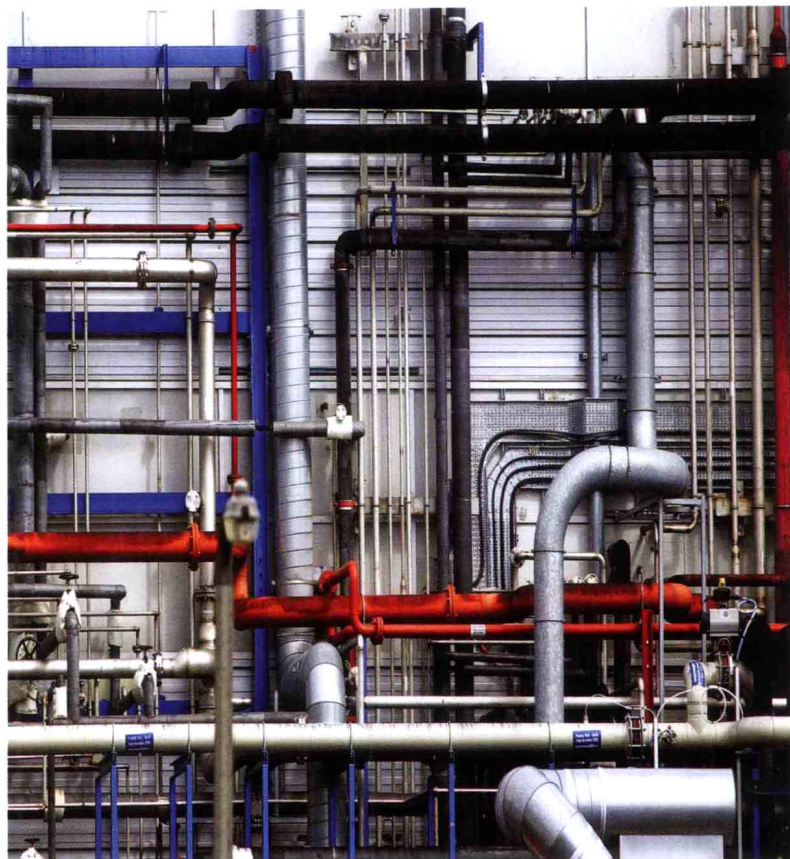
迪奥被誉为 20 世纪最出色的设计师之一。以迪奥“新风貌”设计为代表的高级时装设计，被称为服装设计艺术与技术结合的典范。

2. 色彩元素的整合

色彩是影响服装整体视觉效果的主要因素。提取的色彩元素要结合流行趋势按不同的目标消费群的喜好,以及着装者对色彩的认知状况进行重组整合。色彩元素的整合要至少达到两个目的,一是用好流行色的商业价值,二是能从色彩设计上拓展系列设计。

例如,设计主题——美丽的工业。

将提出的色彩元素排列出来:



灵感图

黑色、白色(近似白)、灰色、金属色、中性色、低纯度色、自然色、高纯度色通过几种归纳方法使色彩有序重组:

方案1 无彩色(黑色、白色、金属色)归类。

方案2 黑色与高纯度色归类。

方案3 近似白与中性色归类。

方案4 金属色与低纯度色归类。

在归类色彩组合中可以再细分各色的比例,通过色彩的比例量的变化使色彩在视觉上呈现出不同的“重量”,从而可以产生出主色调。

以方案1无彩色类为例,我们可以有:

黑色调:黑色 90%,白色 5%,金属色 5%。

白色调:白色 95%,金属银色 5%。

银色调:金属银色 95%,黑色 5%。

银白色调:银色 45%,白色 50%,黑色 5%。

将重组的色彩用潘通色卡,或NCS、CNCS色卡分组排列。

如右图学生作业。

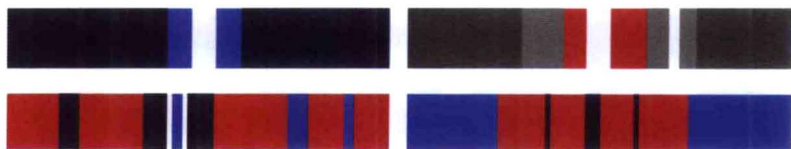


学生作业

课堂练习

流行色彩的提取及色彩元素整合

示范：以方案2黑色与高纯度色归类为例，我们可以配色如图：



经验提示：时光色彩设计原则

时装开发中色彩设计的一般原则——大延续（以延续上季产品的色调风格为主）、小变化（根据流行转移加入的变化）。

知识链接：流行色

所谓流行色，就是指某个时期内人们的共同爱好，带有倾向性的色彩。

流行色与服装的面料、款式等共同构成服装美。流行色是一种趋势和走向，它是一种与时俱变的颜色，其特点是流行最快而周期最短，同时具有很好的商业价值。它是一种低成本的投入，对市场消费具有积极的指导作用。

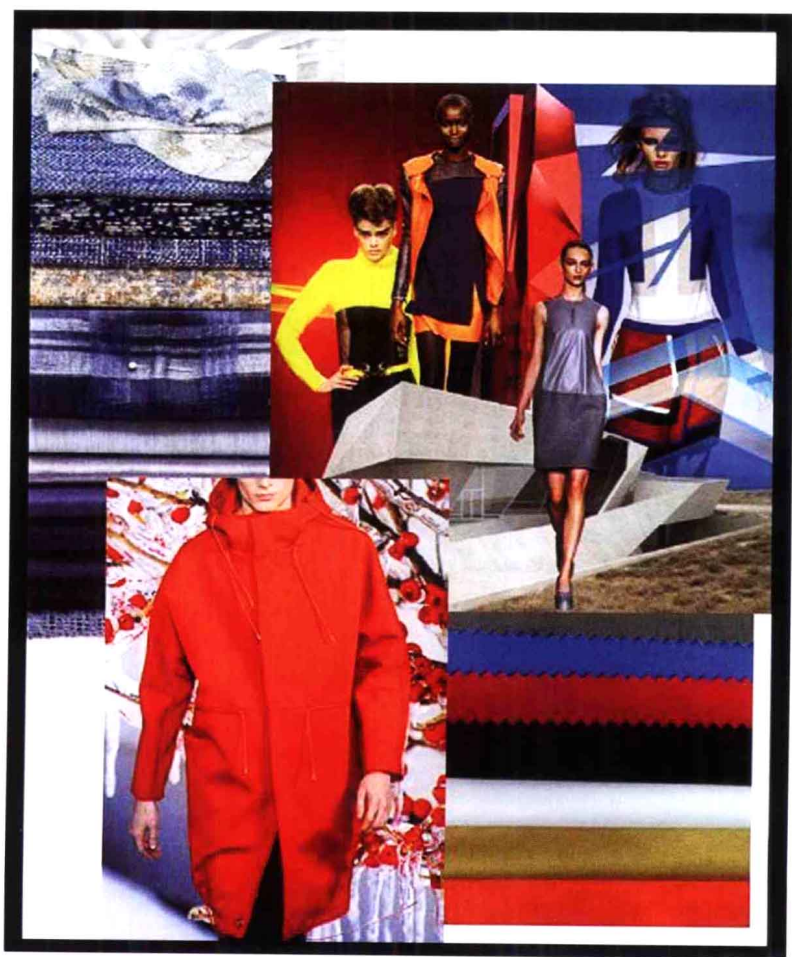
流行色组织、机构及发布流行色和面料趋势的知名公司有国际流行色协会、国际羊毛局、国际棉业协会、法国时装工业协调委员会、日本流行色协会、中国流行色协会、杜邦、蓝精、阿考迪斯、巴黎·娜丽罗获设计事务所等。

3. 材料元素的整合

整理收集的材料小样，将提取的材料元素排列出来，做材料样卡。

例如，设计主题——美丽的工业。

将预想能表现该主题理念的面料选出，并按色调、肌理、风格归类。



材料的重组与时装风格

做材料看板，通过看板能表现出材料的质感、组织风格、搭配组合及时装风格，帮助我们做下一步的设计。

将提取的材料元素排列出来，如纺织品、皮革、金属，在重组前将材料进行进一步的类别细分，然后有主次地进行重新组合。

元素分类：

- | | |
|------|---|
| 纺织材料 | <ul style="list-style-type: none"> 棉织品 牛仔布 印花细棉布 化纤织品 |
| 皮革材料 | <ul style="list-style-type: none"> 天然皮革 人造革 |
| 金属材料 | <ul style="list-style-type: none"> 抛光 亚光 |

元素重组：

方案 1 以牛仔布为主要的材料，配以天然皮革和亚光金属。

方案 2 以化纤织品为主要设计材料，配以人造革和抛光金属材料。

方案 3 以天然皮革为主要设计材料，配以印花细棉布和亚光金属材料。

以上三个方案作为示范，提供给学习者思路——设计思维按照这个轨迹，通过运用材料比例的变化，以及材料的各种特质可组成许多设计构思。如方案 1 的材料又可以组成将皮革为主要设计材料，辅以牛仔布和金属材料。

课后练习

收集材料，做出面料、辅料及你感兴趣的材料素材样本，最好能针对确定的设计概念和主题。并尝试材料元素的多组合设计。

四、三大设计元素的关系和设计重组

设计元素的分类和整合仅是对千变万化的元素做一个大致的设计思考，理出设计的脉络。各设计元素的关系是互相衬托、互相影响的，进行设计重组将会产生无限的设计思路。如面料是色彩的载体，同一色彩在不同材质上有不同的表现，多样表现和搭配为服装设计提供了广阔的空间。

1. 色彩元素与材料元素

服装的色彩是通过材质来体现的。各异的材质与多彩的色调形成了各种各样的服饰形态，给人以不同的印象、美感，以及特定的象征意义。



红色，张扬而富有激情，在不同的面料上折射出不同的光彩和不同的风格。红色应用在针织材料（左一）、绸缎面料（左二）、毛皮面料（左三）以及化纤弹力面料（右一）上有完全不同的风格。

2. 造型元素与色彩元素

（右上图 a、c、d）

3. 造型元素与材料元素

（右上图 b、c）

4. 图案与造型、色彩、材料设计元素的组合

图中各款时装均可找到色彩、材料、图案、造型、细节诸种元素的设计整合重组，这是现代时装设计重要的设计手法。