



服装高等教育“十二五”部委级规划教材
服装表演专业指定用书
江苏高校优势学科建设工程资助项目

THE BASIS ON
FASHION SHOWING AND
ADVERTISING
PERFORMANCE

时装表演与
广告表

吴志琴 © 著




中国纺织出版社

服装高等教育“十二五”部委级规划教材
服装表演专业指定用书
江苏高校优势学科建设工程资助项目

时装表演与广告表演基础



 中国纺织出版社

内容提要

本书是服装高等教育“十二五”部委级规划教材，分为两大部分，系统地阐述了时装表演与广告表演的基本概念、基本表演方法。第一部分具体阐述了模特综合素质的储备、专业表演技能的培养，包括了基础表演技能、舞台表演技能、舞台表演心理素质以及综合表演能力等课程；第二部分具体阐述了广告传播的概念、广告传播的途径、广告传播的形式、平面广告表演技能等主要课程内容。对教学内容的各个环节进行了详细递进式的解析，为模特的时装表演与广告表演的实践运用打下扎实的表演基础。

本书在加强时装模特的综合表演素质与专业表演技能的同时，着力培养引导模特自觉关注流行风尚，吸取、收集国内外相关资料，与本专业的学习紧密结合起来，形成在学习中始终保持开拓视野、积累经验、更新审美视角的专业习惯，始终以独特见解追求时装艺术表演的卓越。

本教材适合于高等教育类、高职高专类服装设计专业师生应用，也可供艺术设计院校的师生参考。

图书在版编目(CIP)数据

时装表演与广告表演基础 / 吴志琴著. — 北京: 中国纺织出版社, 2016.7

服装高等教育“十二五”部委级规划教材

ISBN 978-7-5180-2683-8

I. ①时… II. ①吴… III. ①服装表演—高等学校—教材
②广告艺术—高等学校—教材 IV. ① TS942 ② J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 122141 号

策划编辑: 金 昊 责任编辑: 陈静杰 责任校对: 楼旭红
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

北京通天印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2016年7月第1版第1次印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 13

字数: 153千字 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

作者简介



吴志琴

苏州大学艺术学院副教授。

1959年3月生于江苏苏州。

1989年开始从事时装表演专业的教学与研究。

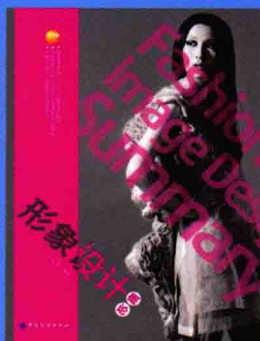
在《装饰》《舞蹈》《东华大学学报（社科版）》《苏州大学学报（社科版）》《纺织教育》《国外丝绸》《现代丝绸》《科学与技术》等杂志发表论文二十余篇。

参与《服装设计师手册》《服装学概论》等教材的撰写。

在中国纺织服装高等学校服装表演专业大奖赛、全国服装模特大赛、苏州大学百年校庆、江苏省十五届运动会开幕式大型文艺晚会等活动中，获得“优秀指导教师”的荣誉和称号。



《服装表演概论》
作者：肖彬 张舰
定价：49.80元
ISBN：9787506464321



《形象设计概论》
作者：肖彬
定价：49.80元
ISBN：9787506494670



《T台幕后：时尚编导手记》
作者：肖彬 张舰
定价：39.80元
ISBN：9787506453622



《服装表演策划与编导》（第2版）
作者：朱焕良
定价：45.00元（附赠光盘）
ISBN：9787506484695

目录



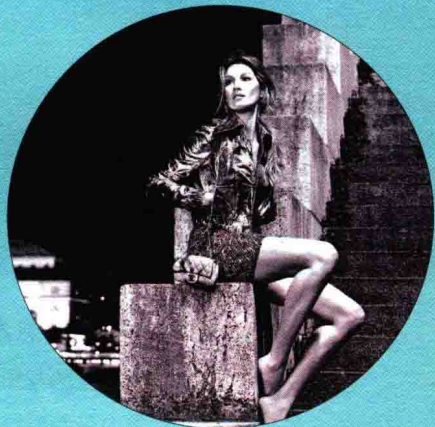
第一部分 时装表演 / 13

第一章 时装模特的综合素质 / 15

第一节 文化艺术素质是模特表演事业发展的基石 / 15

第二节 增强内在素质是模特表演事业长远的保障 / 16

- 一、思考激励模特的表演走向成熟 / 17
- 二、拥有信念的模特人格更具魅力 / 18
- 三、视野激发模特的表演更具张力 / 19
- 四、潜能拓宽模特的表演领域 / 20
- 五、意志力助推模特表演走向成功 / 20
- 六、爱让模特的表演更加美丽灿烂 / 21



第二章 时装模特的表演素质 / 23

第一节 时装模特的表演任务与表演方式 / 23

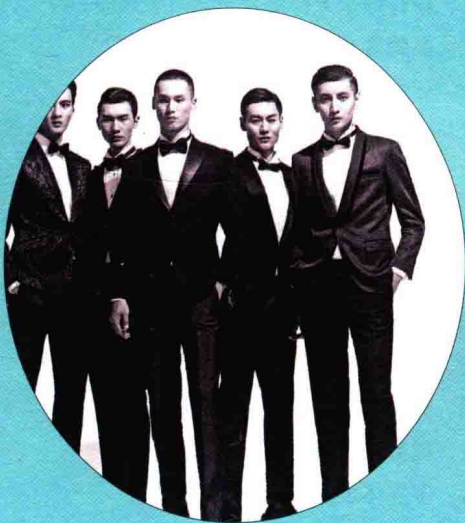
- 一、时装模特的表演任务 / 23
- 二、时装模特的表演方式 / 24

第二节 时装模特的表演个性 / 24

- 一、个性独特的模特更易脱颖而出 / 24
- 二、自信活力的模特更具表演魅力 / 24
- 三、坚守个性风采体现最好的自己 / 25

第三节 时装模特的表演感觉 / 26

- 一、模特的外部感觉 / 26
- 二、模特的内部感觉 / 27
- 三、模特的自我感觉 / 27





第四节 时装模特的想象力 / 28

- 一、想象力来自生活与知识的积累 / 28
- 二、运用想象力培养模特的思维能力 / 28
- 三、运用想象力提高模特的表现力 / 29

第五节 时装模特的表演表情 / 30

- 一、时装表演的表情特点 / 30
- 二、时装表演表情的提炼 / 30
- 三、情景交融的时装表演艺术效果 / 31

第六节 时装模特的表演与音乐 / 31

- 一、时装表演音乐的国际多元化 / 31
- 二、音乐与时装模特的表演 / 32
- 三、时装模特的音乐修养 / 36

第三章 时装模特的分类与时装表演形式 / 39

第一节 时装模特的分类 / 39

- 一、走台模特 / 39
- 二、广告模特 / 42
- 三、试衣模特 / 44
- 四、内衣模特 / 45

五、特殊部位模特 / 46

六、礼仪模特 / 47

第二节 时装表演的种类 / 48

- 一、流行趋势信息发布会时装表演 / 48
- 二、设计师个人作品发布会时装表演 / 49
- 三、品牌发布会时装表演 / 50
- 四、促销型时装表演 / 50
- 五、竞赛型时装表演 / 51
- 六、娱乐型时装表演 / 53

第三节 时装表演的形式 / 54

- 一、风格化表演形式 / 54
- 二、情景式表演形式 / 54
- 三、街景式表演形式 / 55
- 四、舞蹈式表演形式 / 56
- 五、微型式表演形式 / 56
- 六、多媒体表演形式 / 56



第四节 时装模特面孔的时尚影响 / 56

- 一、模特面孔是时尚潮流的风向标 / 57
- 二、中国面孔被西方时尚界认可的审美特点 / 59
- 三、中国模特的“跨界”现象 / 61
- 四、中国模特在国际时尚舞台上异军突起 / 64

第四章 时装模特的基础表演技能 / 67

第一节 时装模特的形体要求与测量方法 / 67

- 一、女模特的形体要求 / 67
- 二、男模特的形体要求 / 68
- 三、模特的形体测量方法 / 68

第二节 时装模特的动态表演技能训练 / 70

- 一、模特的形体站立姿态训练要求 / 70
- 二、模特的姿态造型训练要求 / 72
- 三、姿态造型的创设训练 / 79
- 四、姿态造型的层次变化训练 / 80
- 五、时装表演台步训练 / 86
- 六、时装表演转体动态训练 / 90

第五章 时装模特的舞台表演技能 / 93

第一节 舞台表演线路技能训练 / 93

- 一、舞台表演线路训练要求 / 93
- 二、舞台表演线路训练 / 96

第二节 时装模特的个性表演风格训练 / 103

- 一、模特的个性表演风格特征 / 103
- 二、模特个性表演风格训练要求 / 109

第三节 时装风格展示训练 / 109

- 一、时装风格展示训练要求 / 109
- 二、模特表演的可塑性特征 / 113
- 三、模特可塑性时装展示训练 / 114
- 四、服饰品展示训练 / 123

第四节 时装模特的综合表演能力训练 / 125

- 一、综合表演能力训练要求 / 125
- 二、舞蹈训练内容 / 129

第二部分 广告表演 / 141

第六章 广告 / 143

第一节 广告传播理念 / 143

- 一、中国模特广告代言的现状 / 143
- 二、广告表演教学的重要性 / 144

第二节 广告表演概念 / 145

- 一、广告模特 / 145
- 二、广告模特的选择 / 145

第三节 平面广告模特与影视广告模特的区别 / 149

- 一、平面广告模特的表演特点 / 149
- 二、影视广告模特的表演特点 / 150
- 三、广告代言双方的法律责任 / 150

第四节 广告传播 / 151

- 一、广告的受众目标 / 152
- 二、广告的情感诉求 / 152
- 三、广告传播的形式 / 153
- 四、创新性是广告传播制胜的法宝 / 161



第七章 平面广告表演技能 / 163

第一节 平面广告表演技能训练 / 163

- 一、理解主题思想 / 163
- 二、大胆尝试创新 / 164
- 三、运用时尚流行文化 / 164
- 四、演绎表情的节奏点 / 164
- 五、掌握造型的定律感 / 165
- 六、控制镜头前的表现力 / 165
- 七、善于与摄影师沟通 / 165
- 八、学会听快门咔嚓声 / 166

第二节 平面广告拍摄方法 / 167

- 一、摆拍的表达方式 / 167
- 二、抓拍的表达方式 / 167
- 三、抢拍的表达方式 / 168

第三节 平面镜头感和平面造型训练 / 169

- 一、平面镜头感训练 / 169
- 二、平面造型训练 / 176

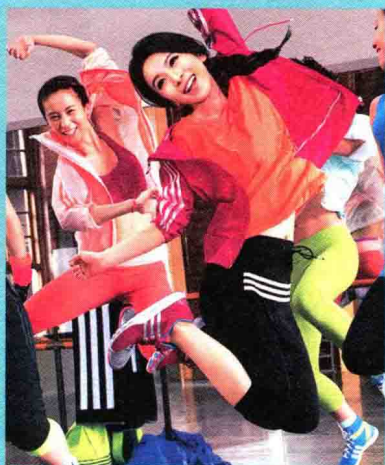
第八章 影视广告表演技能 / 183

第一节 影视广告表演技能训练 / 183

- 一、影视广告人物形象的塑造 / 183
- 二、影视广告人物的性格塑造 / 184
- 三、影视广告人物的情感渗透 / 184
- 四、影视广告人物的心理节奏 / 185
- 五、影视广告形象的整体创意 / 186
- 六、镜头里广告角色的走位 / 187

第二节 影视广告人物角色塑造方法 / 187

- 一、广告角色的预习准备 / 188
- 二、广告角色“心理”体验 / 188
- 三、广告角色“心象”捕捉 / 188
- 四、广告角色“动态”设计 / 188
- 五、广告角色“情感”把握 / 189
- 六、广告角色“分寸”控制 / 189



第三节 影视广告表情情绪训练 / 190

- 一、发挥个性特征 / 191
- 二、表演意识集中专一 / 191
- 三、情绪酝酿与准备 / 192
- 四、表情训练内容 / 192

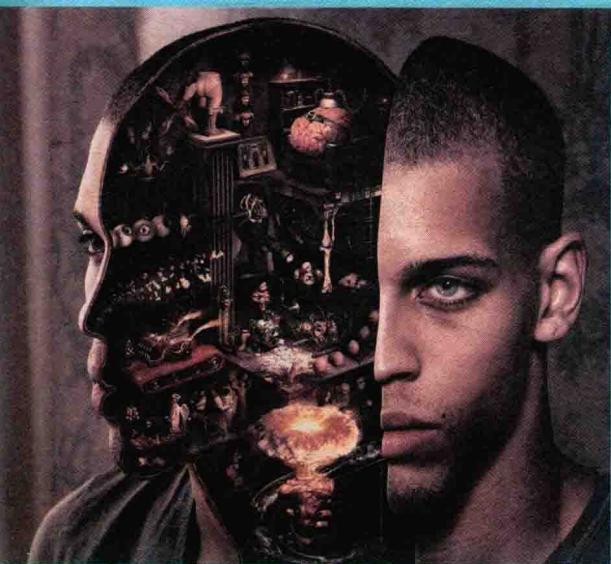
第四节 影视广告情绪情节深化训练 / 193

- 一、表情转化情绪情节训练 / 193
- 二、广告成品模仿训练 / 195
- 三、主题命名式训练 / 196
- 四、广告策划与创意训练 / 198
- 五、广告词的语言训练 / 203

结语 / 205

后记 / 206


参考文献 / 208



服装高等教育“十二五”部委级规划教材
服装表演专业指定用书
江苏高校优势学科建设工程资助项目

时装表演与广告表演基础

吴志琴 著

 中国纺织出版社

内容提要

本书是服装高等教育“十二五”部委级规划教材，分为两大部分，系统地阐述了时装表演与广告表演的基本概念、基本表演方法。第一部分具体阐述了模特综合素质的储备、专业表演技能的培养，包括了基础表演技能、舞台表演技能、舞台表演心理素质以及综合表演能力等课程；第二部分具体阐述了广告传播的概念、广告传播的途径、广告传播的形式、平面广告表演技能等主要课程内容。对教学内容的各个环节进行了详细递进式的解析，为模特的时装表演与广告表演的实践运用打下扎实的表演基础。

本书在加强时装模特的综合表演素质与专业表演技能的同时，着力培养引导模特自觉关注流行风尚，吸取、收集国内外相关资料，与本专业的学习紧密结合起来，形成在学习中始终保持开拓视野、积累经验、更新审美视角的专业习惯，始终以独特见解追求时装艺术表演的卓越。

本教材适合于高等教育类、高职高专类服装设计专业师生应用，也可供艺术设计院校的师生参考。

图书在版编目(CIP)数据

时装表演与广告表演基础 / 吴志琴著. — 北京: 中国纺织出版社, 2016.7

服装高等教育“十二五”部委级规划教材

ISBN 978-7-5180-2683-8

I. ①时… II. ①吴… III. ①服装表演—高等学校—教材
②广告艺术—高等学校—教材 IV. ① TS942 ② J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 122141 号

策划编辑: 金 昊 责任编辑: 陈静杰 责任校对: 楼旭红
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

北京通天印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2016年7月第1版第1次印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 13

字数: 153千字 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

出版者的话

《国家中长期教育改革和发展规划纲要》(简称《纲要》)中提出“要大力发展专业教育”。职业教育要“把提高质量作为重点。以服务为宗旨,以就业为导向,推进教育教学改革。实行工学结合、校企合作、顶岗实习的人才培养模式”。为全面贯彻落实《纲要》,中国纺织服装教育学会协同中国纺织出版社,认真组织制订“十二五”部委级教材规划,组织专家对各院校上报的“十二五”规划教材选题进行认真评选,力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应,并对项目式教学模式的配套教材进行了探索,充分体现职业技能培养的特点。在教材的编写上重视实践和实训环节内容,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,从培养学生学习兴趣和提高职业技能入手,教材内容围绕生产实际和教学需要展开,形式上力求突出重点,强调实践。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,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。

(2) 突出一个环节——实践环节。教材出版突出高等教育和应用性学科的特点,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,并通过多媒体等形式,直观反映生产实践的最新成果。

(3) 实现一个立体——开发立体化教材体系。充分利用现代教育技术手段,构建数字教育资源平台,开发教学课件、音像制品、素材库、试题库等多种立体化的配套教材,以直观的形式和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,以适应我国职业教育的发展要求。

中国纺织出版社
教材出版中心

时装表演虽然在我国起步较晚，但是它已经进入寻常百姓的日常生活。时装表演不仅人美、衣美、场地美，而且它所透露的时尚信息为民众所享有，置身其中常常被鲜花和美酒所包围。

时装表演涉及的领域极其广阔，不仅包含了服装设计、服饰配件、选美选秀、平面出版、化妆造型，而且还涵盖了音乐、戏剧、影视等门类，可以说它是一门综合艺术。然而，时装表演既是一项美丽的事业，又是一项艰苦的工作，通常时装表演从业人员需要付出艰辛的劳动。在国外，一位优秀的时装模特，往往要拿着自己的资料，奔走于客户、秀场，接受设计师、编导的工作安排，不停地排练到深夜。

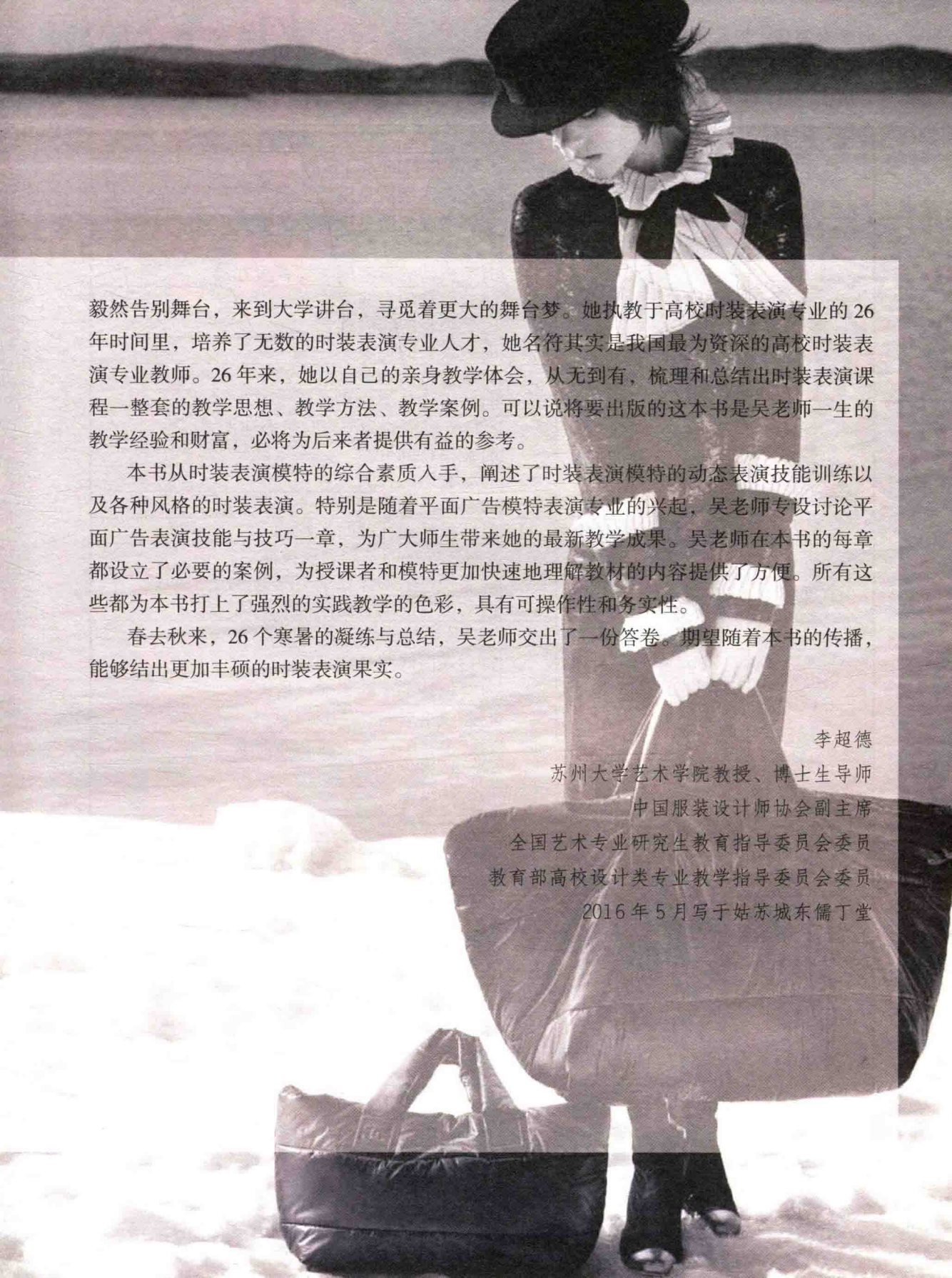
时装表演在中国，虽然也能追溯到晚清的容龄公主、德龄公主随父从欧洲回国以后举办的沙龙活动以及中华民国上海滩的时尚派对，但是，真正的模特走近我们的生活却是近 30 多年的事。确切地说，中国模特事业是沐浴着改革开放的春风，诞生于时代的浪潮中。

资深的业界专家都知道，上海服装公司、北京外贸公司、深圳广告公司等成为了第一批吃螃蟹的人，他们组建了中国第一批模特队。而当年的编导老师也多为舞蹈和体操老师兼任，他们成为这项美丽事业最初的拓荒者。

据好友张舰和陈娟红讲，当年去美国参加“福特精英模特大赛”，还要仿照国家体育代表团的组队模式，要政审，有行政领导做领队，足见其重视程度。

原苏州丝绸工学院工艺美术系一批老领导审时度势，根据中国当时服装设计事业发展的趋势，秉承着“人无我有、人有我特”的办学原则，提出了创办时装表演专业的构想。他们的大胆设想不能不说是创新之举，很快得到了上级部门的批准。1989 年，我国第一届时装表演专业模特迈着豪迈的步伐走进苏州丝绸工学院大门，向世人宣告：中国第一个时装表演专业在美丽的苏州古城诞生了，这看似平常的教育新闻足以载入当代中国高等教育史。

从时装表演专业诞生至今的 26 年时间里，我们不能忘记第一个承担时装表演专业教学任务的老师，她就是现任苏州大学艺术学院服装系副教授吴志琴老师。吴老师早年是一位优秀的舞蹈演员，在缤纷灿烂的大舞台上挥洒了自己青春与汗水，在事业的顶峰时期，



毅然告别舞台，来到大学讲台，寻觅着更大的舞台梦。她执教于高校时装表演专业的26年时间里，培养了无数的时装表演专业人才，她名符其实是我国最为资深的高校时装表演专业教师。26年来，她以自己的亲身教学体会，从无到有，梳理和总结出时装表演课程一整套的教学思想、教学方法、教学案例。可以说将要出版的这本书是吴老师一生的教学经验和财富，必将为后来者提供有益的参考。

本书从时装表演模特的综合素质入手，阐述了时装表演模特的动态表演技能训练以及各种风格的时装表演。特别是随着平面广告模特表演专业的兴起，吴老师专设讨论平面广告表演技能与技巧一章，为广大师生带来她的最新教学成果。吴老师在本书的每章都设立了必要的案例，为授课者和模特更加快速地理解教材的内容提供了方便。所有这些都为本书打上了强烈的实践教学的色彩，具有可操作性和务实性。

春去秋来，26个寒暑的凝练与总结，吴老师交出了一份答卷。期望随着本书的传播，能够结出更加丰硕的时装表演果实。

李超德

苏州大学艺术学院教授、博士生导师

中国服装设计师协会副主席

全国艺术专业研究生教育指导委员会委员

教育部高校设计类专业教学指导委员会委员

2016年5月写于姑苏城东儒丁堂

教学内容及课时安排

章 / 课时	课时性质 / 课时	节	课程内容
第一章 (2 课时)	基础理论与时装 表演技能训练 (108 课时)		• 时装模特的综合素质
		一	文化艺术素质是模特表演事业发展的基石
		二	增强内在素质是模特表演事业长远的保障
第二章 (2 课时)			• 时装模特的表演素质
		一	时装模特的表演任务与表演方式
		二	时装模特的表演个性
		三	时装模特的表演感觉
		四	时装模特的想象力
		五	时装模特的表演表情
第三章 (4 课时)		六	时装模特的表演与音乐
		• 时装模特的分类与时装表演形式	
	一	时装模特的分类	
	二	时装表演的种类	
第四章 (60 课时)	三	时装表演的形式	
	四	时装模特面孔的时尚影响	
第五章 (40 课时)		• 时装模特的基础表演技能	
	一	时装模特的形体要求与测量方法	
第六章 (4 课时)	二	时装模特的动态表演技能训练	
		• 时装模特的舞台表演技能	
	一	舞台表演线路技能训练	
	二	时装模特的个性表演风格训练	
	三	时装风格展示训练	
第七章 (40 课时)	四	时装模特的综合表演能力训练	
		• 广告	
	一	广告传播理念	
	二	广告表演概念	
第八章 (30 课时)	三	平面广告模特与影视广告模特的区别	
	四	广告传播	
		• 平面广告表演技能	
第九章 (40 课时)	一	平面广告表演技能训练	
	二	平面广告拍摄方法	
	三	平面镜头感和平面造型训练	
第十章 (30 课时)		• 影视广告表演技能	
	一	影视广告表演技能训练	
	二	影视广告人物角色塑造方法	
	三	影视广告表情情绪训练	
	四	影视广告情绪情节深化训练	

目录



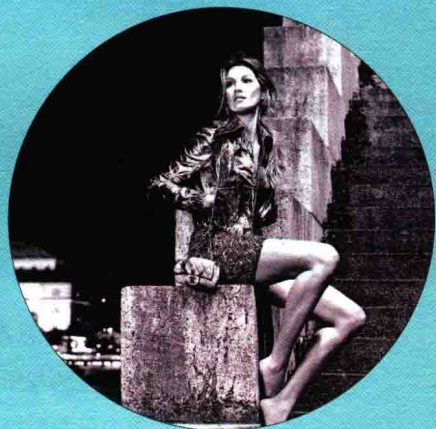
第一部分 时装表演 / 13

第一章 时装模特的综合素质 / 15

第一节 文化艺术素质是模特表演事业发展的基石 / 15

第二节 增强内在素质是模特表演事业长远的保障 / 16

- 一、思考激励模特的表演走向成熟 / 17
- 二、拥有信念的模特人格更具魅力 / 18
- 三、视野激发模特的表演更具张力 / 19
- 四、潜能拓宽模特的表演领域 / 20
- 五、意志力助推模特表演走向成功 / 20
- 六、爱让模特的表演更加美丽灿烂 / 21



第二章 时装模特的表演素质 / 23

第一节 时装模特的表演任务与表演方式 / 23

- 一、时装模特的表演任务 / 23
- 二、时装模特的表演方式 / 24

第二节 时装模特的表演个性 / 24

- 一、个性独特的模特更易脱颖而出 / 24
- 二、自信活力的模特更具表演魅力 / 24
- 三、坚守个性风采体现最好的自己 / 25

第三节 时装模特的表演感觉 / 26

- 一、模特的外部感觉 / 26
- 二、模特的内部感觉 / 27
- 三、模特的自我感觉 / 27

