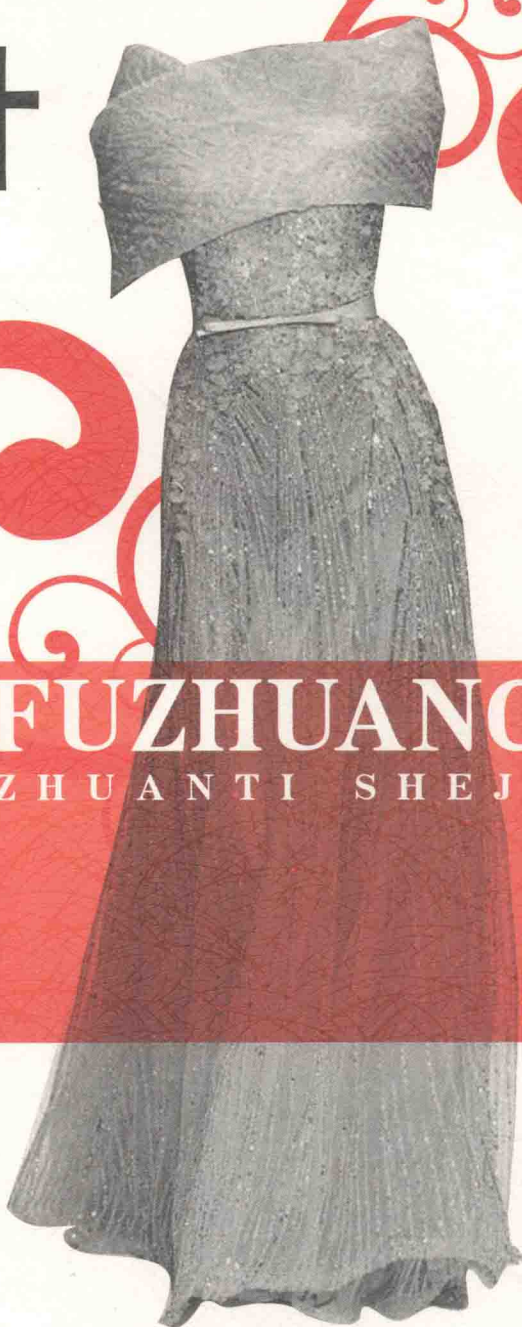


高职高专“十二五”规划教材

# 服装 专题设计

第二版

许崇岫 张吉升 孙汝洁◎主编



FUZHUANG  
ZHUANTI SHEJI



化学工业出版社

高职高专“十二五”规划教材

# 服装 专题设计

第二版

许崇岫 张吉升 孙汝洁◎主编

FUZHUANG  
ZHUANTI SHEJI



化学工业出版社

·北京·

该教材是针对我国服装产业的现状需求,根据教育部高职教育人才的培养模式进行编写的。在编写过程中,注重推行产学合作、工学结合的学习与实施途径,从创意类时装设计、成衣设计、品牌服装设计等方面进行系统地阐述。本教材包括创意类服装设计、创意类服装设计的程序、成衣设计、成衣的分类设计、品牌服装设计概述、品牌服装设计的运作等内容。本书内容充实,并配有大量图片,旨在使学生掌握服装专题设计理论,培养学生创新能力和实际动手能力,提高学生的高素质专业技能水平。

本书可作为高职高专院校、成人高等院校以及本科院校高职教育相关专业的教材,也可供五年制高职院校、中等职业学校以及其他广大服装爱好者和服装设计从业人员阅读参考。

## 图书在版编目(CIP)数据

服装专题设计/许崇岫,张吉升,孙汝洁主编. —2版.

北京:化学工业出版社,2012.8

ISBN 978-7-122-14909-1

I. 服… II. ①许… ②张… ③孙… III. 服装-设计-高等职业教育-教材 IV. TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第163073号

---

责任编辑:蔡洪伟 陈有华  
责任校对:边 涛

装帧设计:尹琳琳

---

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11 $\frac{1}{4}$  字数272千字 2012年9月北京第2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:35.00元

版权所有 违者必究

## 第二版 前言

随着我国经济和科学技术的迅猛发展,服装行业的发展也是飞快迅速,规模越来越大,现在已成为世界上的服装生产、加工和出口大国,凭借雄厚的劳动力资源和强大的产业配套优势,在全球纺织服装行业中具有极强的竞争能力。服装业经过多年的发展,原内向型服装行业已经由劳动密集型向高技术型转变,现代高新技术正在全面介入与改造传统的服装产业,对服装行业的职业岗位结构产生了重大的影响。企业需要大量的懂设计和具有一定审美能力的管理人才和能领会、实施外来订单的要求、解决生产中实际问题的高技能人才。

针对目前的服装发展状况和教育部提出的人才培养模式,我们编写了这本应用性服装教材——服装专题设计。本书第一版自2007年出版以来,多次重印,得到了使用学校的认可和好评。为了更好地服务于广大读者,我们对本书进行了修订再版。本次修订在保持原教材特色的基础上,紧跟服装发展的时尚潮流,删掉了原教材中陈旧的知识,补充了当前服装领域的流行元素。此外,本书吸纳了国内外有益的教育理念和教学方法,结合当前服装行业对高技能人才的需求状况,从服装设计的艺术、实用、商业等不同方面进行综合指导,以现代服装设计理念和生动事例,生动地进行阐述和描绘。注重了服装专业理论的科学性、规范性、系统性;也注重了实践教学的操作性、灵活性、技能性,培养服装专业学生的服装设计思维能力和高素质技能水平。

服装专题设计是服装设计专业的重点课程,它把服装设计的艺术性、科学性、商业性融为一体,根据服装行业和市场的需求,与多门服装专业课程相联系,在服装专业基础课和专业课学习的基础上,进行服装设计要领的具体的、有针对性的系统训练,以期达到服装设计的最终目的。

为充实学习内容和便于学习,开拓学生学习思路和视野,本书在各个章节中,都辅有教学目的和思考练习题,并有各个章节的学时安排,配备了大量的插图。

本书第一章一至五节、第三章由许崇岫编写,第四章由孙汝洁编写,第五章、第六章由张吉升编写,第二章由刘燕霞编写,第一章第六至八节由管伟丽编写,此外,谢天、王爱芬、罗文参加了本书部分内容的编写工作。全书由许崇岫、张吉升统稿。本书由大连大学美术学院副院长、副教授巨德辉主审。同仁和学生为本书提供了许多有价值的图例,在此深表感谢和敬意。

随着社会经济文化的发展,本教材的个别内容 and 专业信息难免有不妥和局限;本教材的编写难免有欠缺之处,恳请广大师生和读者予以批评指正。

编者

2012年6月

## 高职高专服装类专业规划教材 编 审 委 员 会

主 任 马腾文

副主任 侯建平 巨德辉 李晓春 潘福奎 钱晓农 王 晶

王兆红 吴金铭 夏国防 闫永忠 殷广胜 张 泰

委 员 白莉红 白 爽 成月华 戴孝林 邓鹏举 邓树君

窦俊霞 杜丽玮 冯道常 冯素杰 韩邦跃 贺树青

侯家华 侯建平 胡 月 巨德辉 李海涛 李金强

李 俊 李先国 李晓春 刘 蕾 刘青林 刘荣平

刘瑞璞 刘沙予 罗 铮 马腾文 潘福奎 柒丽蓉

钱晓农 任雪玲 尚 丽 邵献伟 石吉勇 孙金平

孙汝洁 孙有霞 王惠娟 王 晶 王培娜 王 茜

王 强 王雪菲 王兆红 吴金铭 吴玉娥 夏国防

许崇岫 许继红 许瑞超 闫永忠 殷广胜 张朝阳

张富云 张吉升 张巧玲 张 泰 张文斌 张艳荣

郑 军

(以上均按姓名汉语拼音排列)

# 目 录

## 第一篇 创意类服装设计 1

### 第一章 创意类服装设计 1

|                |    |
|----------------|----|
| 第一节 创意类服装概述    | 2  |
| 一、创意类服装的概念和作用  | 2  |
| 二、创意类服装的特点和分类  | 4  |
| 第二节 创意类服装的构思过程 | 8  |
| 一、主题确定阶段       | 8  |
| 二、素材准备、整理阶段    | 8  |
| 三、灵感闪动阶段       | 8  |
| 四、创意联想阶段       | 10 |
| 五、完成阶段         | 10 |
| 第三节 创意类服装的灵感来源 | 11 |
| 一、灵感来源于传统服装    | 12 |
| 二、灵感来源于大自然     | 12 |
| 三、灵感来源于民族文化    | 14 |
| 四、灵感来源于文化艺术    | 16 |
| 五、灵感来源于社会变迁    | 17 |
| 六、灵感来源于高科技素材   | 18 |
| 第四节 创意类服装的构思方法 | 19 |
| 一、主题构思法        | 19 |
| 二、形象构思法        | 19 |
| 三、联想构思法        | 20 |
| 四、分解重构法        | 20 |
| 五、组合构思法        | 20 |
| 六、以点带面法        | 20 |
| 第五节 创意类服装的色彩设计 | 21 |
| 一、创意类服装的配色     | 21 |
| 二、流行色的运用       | 24 |
| 三、创意类服装的色彩构思原理 | 28 |
| 四、服装配色美的规律     | 32 |
| 第六节 创意类服装款式设计  | 33 |
| 一、廓型设计         | 33 |
| 二、内部造型设计       | 36 |
| 三、局部造型设计       | 37 |
| 第七节 创意类服装的面料设计 | 41 |

# 目 录

|                      |    |
|----------------------|----|
| 一、创意类服装的服用材料         | 41 |
| 二、创意类服装常采用的面料再造方法    | 44 |
| 三、创意类服装材料采用的对比方法     | 48 |
| 第八节 创意类服装的系列设计       | 50 |
| 一、运用款式设计为同一设计形式的组合   | 50 |
| 二、运用色彩为同一设计形式的组合设计   | 50 |
| 三、运用服装材料设计为同一设计形式的组合 | 51 |
| 四、运用装饰手段为同一设计形式的组合   | 51 |
| 五、运用风格为同一设计形式的组合     | 51 |
| 思考与练习                | 52 |

## 第二章 创意类服装的设计程序

53

|                  |    |
|------------------|----|
| 第一节 创意主题的确定      | 54 |
| 一、先立意，再搜集素材      | 54 |
| 二、先有素材，再立意       | 57 |
| 第二节 创意主题的分析、构思过程 | 58 |
| 一、收集素材，寻找构思切入点   | 58 |
| 二、发挥联想，捕捉灵感      | 58 |
| 三、完善设计构思的过程      | 60 |
| 第三节 创意构思的设计表现    | 64 |
| 一、创意构思的直观化       | 64 |
| 二、创意构思的成品化       | 67 |
| 思考与练习            | 68 |

## 第二篇 成衣设计

69

### 第三章 成衣设计

69

|              |    |
|--------------|----|
| 第一节 成衣设计概述   | 70 |
| 一、成衣与成衣设计    | 70 |
| 二、成衣产品的特点    | 70 |
| 三、成衣设计的特点和要求 | 73 |
| 第二节 成衣的设计程序  | 74 |
| 一、成衣设计的定位分析  | 74 |
| 二、市场信息的调查与研究 | 75 |

# 目 录

|               |    |
|---------------|----|
| 三、成衣设计的构思完善   | 76 |
| 四、成衣设计的表现     | 81 |
| 第三节 成衣设计的工艺程序 | 85 |
| 一、服装材料的选择阶段   | 85 |
| 二、样衣的样板制作阶段   | 86 |
| 三、样衣制作阶段      | 87 |
| 四、成衣的批量生产阶段   | 87 |
| 五、服装展示与营销阶段   | 89 |
| 思考与练习         | 90 |

## 第四章 成衣的分类设计

91

|              |     |
|--------------|-----|
| 第一节 礼服设计     | 92  |
| 一、男式礼服       | 93  |
| 二、女式礼服       | 94  |
| 第二节 职业装设计    | 102 |
| 一、职业时装       | 102 |
| 二、职业制服       | 104 |
| 第三节 休闲装设计    | 109 |
| 一、运动类休闲装     | 110 |
| 二、时尚类休闲装     | 111 |
| 三、职业类休闲装     | 113 |
| 第四节 内衣与居家服设计 | 115 |
| 一、内衣设计       | 115 |
| 二、居家服设计      | 118 |
| 第五节 童装设计     | 119 |
| 一、儿童的生理与心理特征 | 119 |
| 二、童装的分类      | 124 |
| 三、童装的设计      | 124 |
| 第六节 针织服装设计   | 129 |
| 一、针织服装面料的特点  | 129 |
| 二、针织服装的类别    | 130 |
| 三、针织服装的设计    | 133 |
| 思考与练习        | 136 |

# 目 录

## 第三篇 品牌服装设计 137

### 第五章 品牌服装设计概述 137

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 第一节 品牌服装的涵义及分类    | 138 |
| 一、品牌的涵义           | 138 |
| 二、品牌服装            | 139 |
| 三、服装品牌            | 139 |
| 四、品牌形象            | 140 |
| 五、品牌服装的分类         | 140 |
| 第二节 品牌服装的设计要素及其整合 | 142 |
| 一、品牌要素分析          | 142 |
| 二、设计要素的应用         | 145 |
| 三、品牌要素的整合方法       | 146 |
| 思考与练习             | 146 |

### 第六章 品牌服装设计的运作 147

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 第一节 品牌服装定位           | 148 |
| 一、品牌定位的概念            | 148 |
| 二、品牌定位的目的            | 148 |
| 三、品牌定位的内容            | 148 |
| 第二节 品牌服装的运作          | 149 |
| 一、定位消费群体,确定企划对象      | 150 |
| 二、搜集市场情报,分析品牌在市场中的地位 | 151 |
| 三、品牌服装的设计风格 and 主题   | 152 |
| 四、品牌服装的配套设计          | 161 |
| 五、品牌服装设计的实施与表现       | 162 |
| 六、品牌服装的销售策划          | 163 |
| 第三节 部分品牌服装的简介        | 165 |
| 一、国内部分服装品牌企业简介       | 165 |
| 二、世界部分服装品牌简介         | 167 |
| 思考与练习                | 169 |

### 参考文献 170

# 第一篇

## 创意类服装设计

### 第一章 创意类服装设计



#### 学习目标

掌握创意类服装的概念、分类、特点和作用；掌握创意类服装获取灵感的途径和创意类服装设计的基本方法；掌握创意类服装的构思过程，培养运用不同材料进行服装的创意设计的能力。

## 第一节 创意类服装概述

### 一、创意类服装的概念和作用

#### 1. 创意类服装的概念

创意：是一种突破传统的、以前曾未出现过的、新奇的、独特的创造性的思维意识。是一种新生事物，有新的思维模式和新的方法，以独特新鲜、新奇见长。

创意类服装：创意类服装是设计师通过发挥自己独特的想象力和创造力，设计出体现设计师个人情感，使设计作品有新的创造性意识形态的富有个性化、艺术化的服装形式。主要是指强调个人特殊品位的、强调个性化的、弱化实用功能的、艺术鉴赏性高的、大胆开拓服装元素的、推动服装个性发展的服装。

创意类服装设计：是指设计者根据自己的素养，综合分析思考政治、经济、文化、社会、传统、消费者、人体工程学、技术材料等因素，发挥其独特的思维想象和创造力，设计出具有时尚化、个性化、情感化、艺术化、审美情趣高的服装。创意类服装设计主要是突出作者的设计独创性，设计师会根据每个季节的流行趋势，把自己丰富的想象力、个人情感、审美品位，借助服装为载体，通过充满灵感、充满想象力的创意，将时装加以时尚化、个性化、新颖化，使其达到更新的发展境界（如图1-1-1、图1-1-2所示）。



图1-1-1



图1-1-2

## 2. 创意类服装设计的内容和作用

服装设计的内容从广义上讲包括许多,如社会动态和意向、生活方式和品位、职业特点和功能、性格特征和习惯等。狭义地讲服装设计的内容包括:款式设计、色彩设计、面料设计、服饰品搭配设计等。在这几个方面里,款式是设计的主体,色彩是创造服装设计整体艺术效果的重要条件,面料是服装设计实现的素材和表现形式。

有着丰富的创造力和想象力的创意,运用在服装设计中,可以赋予设计作品以新的艺术、个性、情感、时尚的服装形式。由此满足穿着者对于服装的审美需求,进而满足企业的效益需要,促进服装的消费和市场的繁荣;同时,创意性强、艺术氛围浓的服装,在设计时弱化了服装的实用功能,突出了审美、个性、情感效果,虽然不能穿着,但是,可以充分发挥和展现设计师的创作灵感和想象力,极大地推动服装行业的艺术探讨、扩大服装的发展规模(如图1-1-3、图1-1-4所示)。



▲ 图1-1-3 三宅一生的作品



▲ 图1-1-4 姚峰的作品

在人类历史发展的过程中,服装作为人类生活中不可缺少的组成部分,经过漫长的发展与演变,经历了从原始到现代、从初级到高级的变化。从简单的缠裹护体,到复杂的审美创意,服装体现了当代社会发展的水平和文明水准,同时也体现了个人的精神风貌,服装的创意直接影响着服装发展审美品位的深度和层次,进而影响整个社会服装发展的水平,也推动了社会的进步。

## 二

## 创意类服装的特点和分类

## 1. 创意类服装的特点

创意性服装体现了服装的“创新”特点。具体表现如下。

(1) 前瞻特点 服装创意的超前主要是指作者把新奇创新的想法运用到服装上,使服装的作品具有极大的与众不同的感染力,在设计的过程中要求打破常规的创造思维方式,构想的过程中可以进行疯狂的奇思妙想,达到一种常人无法想象的效果。例如沃斯的高贵富丽、夏奈尔的简洁实用、韦斯特伍德的叛逆古怪,在当时作品推出的时候,无不令人惊叹其非凡的创造力。由于消费者和欣赏者的审美品位和艺术素养不同,因此一件服装作品,由于审美者不同,评价的方式、审美的角度、看法、观点和结果是不同的。设计师要具有超前的意识和丰富的想象力和创造力。运用合理的形式去表达作品的内容和形式美,由此提高欣赏者的审美品位和层次(如图1-1-5、图1-1-6所示)。



▲ 图1-1-5 韦斯特伍德的设计作品



▲ 图1-1-6 姚峰的作品

(2) 艺术鉴赏特点 设计者运用独特的设计,表现出对现实生活的审美感受和审美理想,在设计中,通过款式、色彩、面料和服饰搭配等要素的组合,形成强烈视觉冲击力和感染力的设计风格,从而打动观众,得到观众的认可和赏识,使人们达到精神的愉悦感,让人通过联想领略设计者所要表达的思想内涵和情感,并且广为传播,产生广泛持久的社会作用(如图1-1-7、图1-1-8所示)。

(3) 服装流行的引导特点 设计师通过自己的审美素养和对当前社会文化与动向的理解,创造出具有时代特点和鲜明风格的时装,引导了当前服装文化的潮流和流行趋势,让欣

赏者提高自己的审美品位，从而推动服装的发展（如图1-1-9、图1-1-10所示）。



▲ 图1-1-7 著名服装设计师姚峰的作品



▲ 图1-1-8 纸张创意服装



▲ 图1-1-9 迪奥的新外观



▲ 图1-1-10 Mugler 品牌在巴黎时装周上展出作品

## 2. 创意类服装的分类

创意类服装按照其功能的不同可以分为展示型服装和表演类服装。

(1) 展示型服装 主要是为了展示设计师的创意性思维水平,从而提高企业知名度或进行学术交流。根据设计的目的分为以下几个方面。

① 比赛类服装。为了进行学术研讨和交流,提高设计师思维和服装设计水平,推出优秀服装设计新人,从而提高人们的审美水准,推动服装行业发展而进行的服装设计大赛。参加大赛可以锻炼加强设计师的心理素质,增强自信力,宣传自己,为以后的设计生涯作好铺垫。

院校学生 and 行业设计人员,应该踊跃报名参加比赛。参赛的设计者在参赛前,首先要了解比赛的要求、性质。根据参赛要求进行设计构思。了解赛事的服装设计主题和风格,注重时尚性、新颖性、奇特性,找好素材和表现语言,从服装的款式、色彩和面料上进行设计创作,设计出新奇、特别的服装(如图1-1-11、图1-1-12所示)。



▲ 图1-1-11 2012春夏巴黎时装周



▲ 图1-1-12 Tsumori Chisato秀场的作品

② 时装发布类服装。服装行业或相关机构为了推出或者宣传自己的品牌、为了订货提高公司效益和实力、为了发布流行趋势引导服装消费而展示的服装。通过时装发布会,在广大消费者中树立良好的形象,巩固自己的品牌地位,因此设计的要求是不以盈利为目的,主要靠作品新颖的个性和奇特的设计特点来打动观众的心,以便给观众留下深刻的印象;通过时装发布会,可以向消费者传递最新的服装流行信息,引导服装的生产和经营,引导消费者消费,从而增进服装行业的发展规模;通过时装发布会,向消费者展示公司的创新水平和设计实力,争取订货对象,扩大销售规模(如图1-1-13、图1-1-14所示)。



▲ 图1-1-13



▲ 图1-1-14

(2) 表演类服装 表演类服装主要是为表演服务的,是在戏剧、舞蹈、演唱会、杂技等场合表演时所穿的服装。它的功能主要是展现表演者的风采、渲染表演气氛。受舞台场景、表演的性质类别和剧情的影响。要求设计师了解表演的对象和剧情,充分展现舞台效果和气氛,如图1-1-15、图1-1-16所示。



▲ 图1-1-15 李雪莹作品



▲ 图1-1-16 李雪莹作品

## 第二节 创意类服装的构思过程

创意类服装的设计构思是设计师根据素材的积累、设计的主题、市场的情况、工艺流程，运用一定的形象思维，对所要设计的服装进行全面的分析和思考，然后加以提炼、推理、形成新的服装形象的创作过程。

根据设计师的创作经验，服装设计构思一般可以分为以下几个阶段。

### 一、主题确定阶段

主题是服装设计作品所要表现的中心思想，是作品的灵魂与主导，设计创意类服装，通常要确定服装的主题。确定主题的目的是启发和引导设计师对所要设计的内容进行创意和拓展。选好题材，明确主题，有目的思考和创作，是设计的关键。

确定主题的第一步首先要进行市场调研，了解国内外的服装流行趋势及其规律，研究新的科技成果、新的文化动态和新的艺术思潮，充分掌握各种信息和素材。素材是服装设计不可缺少的设计元素，是设计构思创作的源泉。主题是服装作品的中心思想。二者相互影响、相互制约。设计的关键就是通过对素材的具体运用，体现主题的意图。

### 二、素材准备、整理阶段

设计者在准确解读主题、拓展主题、确定主题后，接下来就要根据主题，有针对性地收集相关的素材：深入生活，了解未来穿衣人的社会经济状况、文化水准、生活方式等，通过采风、考察市场、参加博览会等获得直接信息。参加各地举办的博览会，能收集到许多信息，还可通过电视影像、报刊杂志、网络通讯等获得间接信息，这是搞服装创意的重要手段。从资料中，我们可以了解到参展商展出的商品中所包含的明显的流行趋势，以及参观者特别是服装业内人士参观展览时的反应。因此素材有助于了解时装界的现状。收集素材和信息时，可以采用勾画形象和文字记录相结合的方法，收集、描绘、记录下自己感兴趣的信息。

通过对所搜集的素材进行感受、分析、研究，提出许多联想和设计方案。图1-2-1、图1-2-2为著名时装设计师武学伟、武学凯兄弟的时装作品。

### 三、灵感闪动阶段

通过对素材的收集、整理、感受和想象找到灵感，初步确定构思目标和方向。这个时期是灵感涌现时期。产生灵感的源泉很多，传统服装、大自然的景物、民族文化、文化艺术、社会变迁、高科技素材等都会产生灵感。要及时地捕捉灵感，并及时记录、及时整理，以便发现对设计有用的灵感来源（如图1-2-3所示）。