

Clothing

高等院校服装专业教程

Design

服装展示设计

赖传可 熊炜 祝丽莉 主编

主编 燕平 Gaobeng Yuanxiao Fuzhuang Zhuanye Jiaocheng

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位
西南师范大学出版社



高等院校服装专业教程

服装展示设计

赖传可 熊 炜 祝丽莉 编著

西南师范大学出版社



高等院校服装专业教程

服装展示设计



图书在版编目(CIP)数据

服装展示设计/赖传可等编著. —重庆:西南师范大学出版社,2011.8

全国高等院校服装专业实用教材

ISBN 978-7-5621-5403-7

I. ①服… II. ①赖… III. ①服装—陈列设计—高等学校—教材 IV. ①TS942.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 156933 号

高等院校服装专业教程 服装展示设计

编 著 者: 赖传可 熊 炜 祝丽莉

责任编辑: 王 煤

封面设计: 乌 金 晓 町

装帧设计: 梅木子

出版发行: 西南师范大学出版社

网址: www.xscbs.com

中国·重庆·西南大学校内

邮 编: 400715

经 销: 新华书店

制 版: 重庆海阔特数码分色彩印有限公司

印 刷: 重庆长虹印务有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 7.75

字 数: 223 千字

版 次: 2011 年 8 月第 1 版

印 次: 2011 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5621-5403-7

定 价: 47.00 元

总序

人类最基本的生活需求之一是服装。在过去的社会中,人们对服装的要求更多是趋于实用性与功能性。随着人类文明的进步,科学技术的发展和物质水平的提高,服装的精神性已越趋明显。它不仅是一种物质现象,还包含着丰富的文化内涵——衣文化。随着服装学科研究的不断深入和国际交流的广泛开展,服装产业的背景也发生了巨大变化,服装企业对设计师的要求日益提高,这也对高等教育服装专业教学提出了新的挑战。

高等教育的服装专业教学,其宗旨是培养学生的综合素质、专业基础和专业技能。教育部曾提出面向 21 世纪课程体系和教学内容改革的实施方案,为高等院校在教材系统建设方面提供了契机和必要的条件。新时期教育的迅猛发展对服装设计教学与教材的建设提出了更新的要求。

在西南师范大学出版社领导的大力支持下,根据教育部的专业教学改革方案,江西省纺织工业协会服装设计专业委员会针对江西省各高等院校开办服装设计专业的院校多、专业方向多、学生多等现象,组织了江西科技师范学院、南昌大学、江西师范大学、江西蓝天职业技术学院、江西服装职业技术学院、南昌理工学院的一批活跃在服装专业教学第一线的中青年骨干教师编写这套教材。这批教师来自不同的院校,有着不同的校园文化背景,各自处于不同的教学体系,分别承担着不同的教学任务,共同编写了这套具有专业特色的系列教材。因此,这套教材具有博采众家之长的综合性特色。

此套教材,重点突出了专业素质的培养,以及专业的知识性、更新性和直观性,力求具有鲜明的科学性和时代特色,介绍并强调了理论与实践相结合的方法,其可读性强,且更贴近社会需求,更富有时代气息,体现了培养新型专业人才的需求。此套书适合作为高等院校服装专业的教材,也适合服装爱好者及服装企业技术人员使用。

此套教材能顺利出版,特别要感谢西南师范大学出版社的领导和编辑们,感谢所有提供图片和参考书的专家、学者的大力支持,感谢所有为编写此套书付出辛勤劳动的老师们,因时间及水平有限,丛书中疏漏及不尽如人意之处在所难免,恳请各位专家、同行、读者赐教指正。

中国服装设计师协会理事

江西省纺织工业协会服装设计专业委员会主任 燕平

江西科技师范学院教授、硕士生导师





中国高等职业院校服装教材

服装展示设计

中国高等职业院校服装教材
服装展示设计

目录

第一章 展示设计概论 / 001

- 一 展示的概念与功能 / 002
- 二 展示的分类和发展 / 005

第二章 服装展示设计的要素 / 013

- 一 形式美原理在服装展示设计中的运用 / 014
- 二 服装展示空间基础 / 017
- 三 服装展示设计与色彩 / 018
- 四 服装展示设计与照明 / 025
- 五 服装展示中的人体工程学 / 033

第三章 服装展示设计的流程 / 039

- 一 服装展示设计的程序 / 040
- 二 服装展示设计的文案 / 041
- 三 服装展示设计的实施 / 043

第四章 服装展示设计的表达与基本技法 / 049

- 一 制图基础 / 050
- 二 图纸的绘制 / 053
- 三 服装展示道具设计 / 055

第五章 服装销售空间设计 / 063

- 一 店外设计 / 064
- 二 橱窗设计 / 067
- 三 店内设计 / 073
- 四 服装卖场的陈列设计 / 076

第六章 服装展览空间 / 081

- 一 服装展览的空间设计 / 082
- 二 服装展览会场的道具设计与选用 / 090

附图 / 095

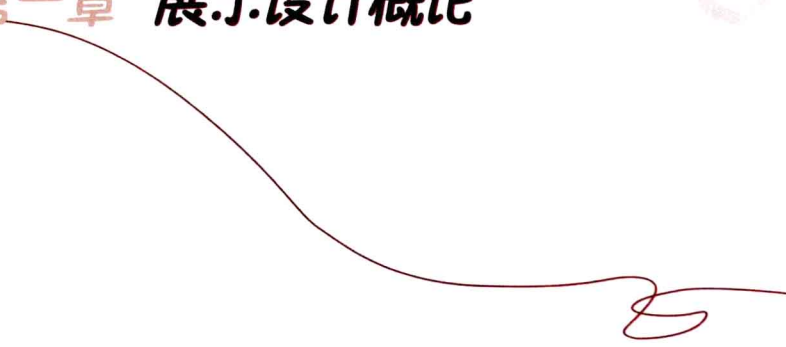
参考文献 / 117



高等院校服装专业教程

服装展示设计

第一章 展示设计概论



了解展示的分类及演变发展,掌握展示的概念、本质、特征及展示设计应具备的基本素质。

一 展示的概念与功能

(一)展示的概念

展示,英文为 display,是拉丁语 Dispicare 和 Displico 的组合,有“表现”、“被见”之意,是表示展现之类的状态行为。现代展示设计是指在限定的空间范围和时间范围内,运用独特的艺术创意和科技手段,对空间进行再创造,并使其产生独特的空间氛围,完美展示展品,使展品与观众达到完美的沟通,这样的空间设计称为展示设计。

展示设计人员需具备市场营销、企划、立体造形、安排人潮流线等能力,并具备一定的水电知识,了解最新电子技术等。

展示设计是一种“配合演出”的设计,设计者在设计之前要先了解“被展示的物件或概念”,找出要表达的主题,然后将“主题”通过展示空间和道具加以渲染、诠释而完成设计。展示空间和道具是否精彩不是最重要的,展品是否出彩才是重点。商业空间设计和会展设计属其中的分支。

商业空间设计的内容包括各类商场、专卖店、贸易展览会等商业销售空间的室内外环境规划、美化等设计工作,也包括室内商品陈列和各类附属促销品的摆设等工作。(图 1-1)



图 1-1

1. 展示设计的意义

展示设计是一门综合艺术设计,是设计者通过运用平面规划、空间设计、灯光布景、色彩配置、电子媒体等手段创造出一个具有艺术感染力和个性鲜明的展示空间,将展品呈现给观众,使其快乐、轻松、完整地接受展品信息。因此,它的主体为商品。而展示空间是伴随人类的社会政治及经济阶段性发展逐渐形成的。在既定的时间和空间范围内,设计者运用艺术的设计语言,通过对空间与平面的创造,使其产生独特的空间范围,在设计中不仅含有解释展品、宣传主题的意图,还使观众能参与其中,达到完美沟通的目的,这样的空间形式,我们一般称之为展示空间。对展示空间的创作过程,我们称之为展示设计。从展示的终极目的来谈,展示效益是一切展示活动中追求的根本目的。

21 世纪的今天,人类交流方式已发生了翻天覆地的变化,人们对于交流方式的期待也越来越高。传统的展

示场所是交流产品和企业信息的基本需要,随着科技的不断发展和观念的转变,如何通过对空间的利用把信息以一种愉快的方式传递出去是展示设计者的重要课题。在现代展览中,参展者与消费者的互动获得了非常好的展示效果,目前以参展者为主角的展览模式必须改变,更多的空间与时间将交给消费者,消费者已经成为设计关注的焦点。

2. 展示在人类心理活动中的由来及特性

自然界中的动植物为达到某种目的,常常以表演、夸张、炫耀、示威等方式来传递信息。而人类更是这方面的行家里手,早期的涂鸦装饰、纹身,现代的服饰装扮和化妆造型等都在展示人的各种心理个性和心理需求。所以说心理展示在人类的心理活动中是与生俱来的一种本能。

3. 在未来的社会发展中,体验经济将占据越来越重要的地位,而展示空间给予观众的体验将是受众关心的焦点

“体验经济是人类经济形态继农业经济、工业经济、服务经济之后的第四台阶。消费和服务不再是机械的交易过程,消费场所成了剧场,消费者成了参与者和主要演员,体验为卖方提升了商品和服务的附加值。为买方带来了趣味、知识、想象力和值得记忆的审美体验……”(《体验经济》)

在展示设计中,设计师运用造型、灯光、色彩、文字、音乐、电子媒体、虚拟现实系统等手段,使传统的展示内涵得以极大地扩展和丰富,更注重设计主题带给观众的心理体验,更多地引导人们参与其中。这种在空间中的全方位体验是其他媒介无法获得的。也正是因为这一原因,使展示设计扮演了愈加重要的角色。(图 1-2、图 1-3)

(二)展示的本质

展示是一种有目的的行为,它的本质是一种传播活动,形式是一种时空艺术,主要作用于经济、文化领域。“展”即“看——被看——解决物品、事情的空间方式”;“示”即“指向——告知——传播物品、事情的信息”。展示是在一种步行、停留的状态下产生的视觉行为。



图 1-2



图 1-3

从信息传播的角度对展示进行理论分析,其注重的是沟通及桥梁的作用。

所有的展示都是一种交流,也自然符合信息交流的主要特征。1948年美国学者 H.拉斯韦尔(H.D.Lasswell)在《传播在社会中的结构与功能》一文中提出了构成信息过程的五种基本要素,对信息活动的一般过程和要素进行了细致地研究和归纳。这五种基本要素为:

- 1)Who(谁)
- 2)Say what(说什么)
- 3)In which channel(通过什么渠道)
- 4)To whom(向谁说)
- 5)With what effect(有什么效果)

因为这五大要素的英文表述中都有一个以“W”开头的词,所以称之为“五 W”模式。这个模式并不复杂,它无非是说任何一个信息活动过程都由五个部分组成:信息传播主体,信息内容,信息传播渠道,传播对象和传播效果。以一个服装展销会为例,“谁”这个要素就是参展的厂家或经销商;“说什么”则是其推出的服装款式、面料及相关信息;“通过什么渠道”这个要素就是利用展厅或发布会等传播媒介对外传播自己的商品信息及形象;“对谁说”这个要素则是参展者的意图展示并与之交流的对象,即消费者或潜在的消费者,也就是参展商的目标群体;而“产生什么效果”这个要素则是目标客户群在参观展览后产生的消费效应。这五个方面或要素的组合,便构成了一个展示信息活动的传播过程。当然这样的划分方式有一定的局限。因为这是一种信息的单向直线运动模式,没有提供一条受众对信息产生反映后的反馈渠道。而现代展示更多地关注信息的反馈,这就使得客观存在不是一个静态的、链式的结构,而是一个循环往复、周而复始的动态的“环”。其中“链”的首与尾被反馈系统相连,即在厂家或经销商与消费者之间形成一个完整的回路,使得信息发送者发送的原始信息得到充实,并加强了这个“环”的紧密性。



图 1-4

(三)展示的特征

1. 真实性

展示活动一般都是通过实物展品作为展示的内容,因为通过实物展品能更加直观的显示展品的特性,比抽象的文字和图形更加具有说服力,观众通过眼看手摸能更好地有效判断和选择。(图 1-4)

2. 多维性

展示的场地、展具、展品、时间、观众都是展示设计中的基本元素。现代社会信息的交流虽因



图 1-5



图 1-6



图 1-7

因特网的发展已不受场地、时间、国度的限制,虚拟空间的展示技术也已日趋完善。但是,展示大厅的实物展示依然存在着必要性和它的生命力。在展示大厅可以直接触摸和感受展品,另外还能让人对产品的品牌理念有一个感性认识。而对于感受这一人体行为,真实的多维空间是再合适不过的了。(图 1-5)

3. 科学性与艺术性

展示设计的科学性不仅仅体现在运用最新的科技手段上,还必须能够综合运用各种信息传播、市场营销、电子工程等学科的知识。而展示设计的艺术性则表现在设计者必须以形式美法则对展示的空间与展品进行设计和陈列,摆脱那种随心所欲的简单堆砌,通过对受众和自身展品的深刻了解和认识,借助展示道具,通过构图、组合、配置来创造和谐统一、视觉效果完美的展示空间。任何艺术形式的发展潮流和科技的进步都可能对现代展示设计产生非常重大的影响。

4. 经济性

经济性是寻求企业与市场沟通的最有效手段。以服装展示为例,寻求一个客户,以展览形式获取的成本远低于其他形式。时装展示正成为现代都市中的一道新的风景线。观众得到的是全新的体验,而对于商家这是最具效率的推销形式,双赢的结果成为此类展示的最佳推动力。(图 1-6)

二 展示的分类和发展

(一)展示设计的分类

1. 以内容分类的有经济贸易展示、自然人文展示、命题性展示、专业性展示、综合性展示等;
2. 以形式分类的有博览会、展览会、博物馆陈列、科技中心、遗产中心、纪念中心、自然保护中心、橱窗展示等;
3. 以地区分类的有地区性展示、全国性展示、国际型展示等;
4. 以规模分类的有小型展示、中型展示、大型展示、巨型展示等;
5. 以时间分类的有临时性展示、短期展示、长期展示、永久性展示等;
6. 以活动方式方法分类的有固定展示、流动展示、巡回展示、可组装展示等。(图 1-7)

(二)展示的发展演变

1. 原始社会的萌芽

人类最早期的展示活动可追溯到远古时期,从原始人的绘身和纹身到图腾崇拜和宗教崇拜,在一定意义上来说,都是有目的展示行为。古代的庙宇、祭坛、教堂实际上就是陈列偶像和其他宗教内容的场所,它既是展示和观赏宗教偶像和其他宗教内容的场所,又是祭祀或宗教活动的重要组成部分,而且,许多重要的宗教建筑本身就是一个完整的宗教式艺术品博物馆,从中可反映出宗教历史及宗教艺术的发展过程。古希腊奥林匹斯神殿内的“宝库(Treasure)”收藏了各种战利品和艺术品,被现代人视作博物馆的雏形。

2. 封建社会商贸活动中的展示

当社会生产力进一步提高,以某种商业功利性为目的展示可追溯到以物换物的上古时期,此时对商品的展示和辨别成为其活动的重要环节。这其中有意地展示商品的质量便成为重要内容。这种交换促进了商品的生产和流通,逐渐形成了最早的商业环境——集市,在集市贸易上人们可以将各自的商品展示于一定的场所内,供人选购,甚至为这种展示制作一定的道具,如运用货架等来更好地陈列商品。中国是一个文明古国,最早在商周时代,就有专门从事商业活动的商人。宋代张择端的《清明上河图》更是以长卷的形式形象地为我们描述了一幅北宋年间东京汴梁经济发达、商业繁华的街市景观。

3. 部分世界博览会简况

1851年,伦敦举办了第一次世界博览会。其主体建筑物为“水晶宫”展厅(图1-8),采用了装配温室的方法修建,无论其材料、装配方式、陈列内容都开创了展示设计的多个先例。当时的英国社会最早进入工业革命,政治与经济都得到高速发展,被称为“世界工厂”,为显示其工业强国地位,1851年在伦敦海德公园举办第一次世界博览会。这次展览受到当时许多重要人物的重视,它由英国艺术学会提出,维多利亚女王的丈夫阿尔伯特亲王任主席。它采用了园艺家约瑟夫·帕克斯顿的“水晶宫”设计方案,他在材料及构建方式上都对这一项目作了很大创新。大量采用钢铁和玻璃构造的“水晶宫”总面积达74000平方米,外形简洁明了,除了显示材料的本身

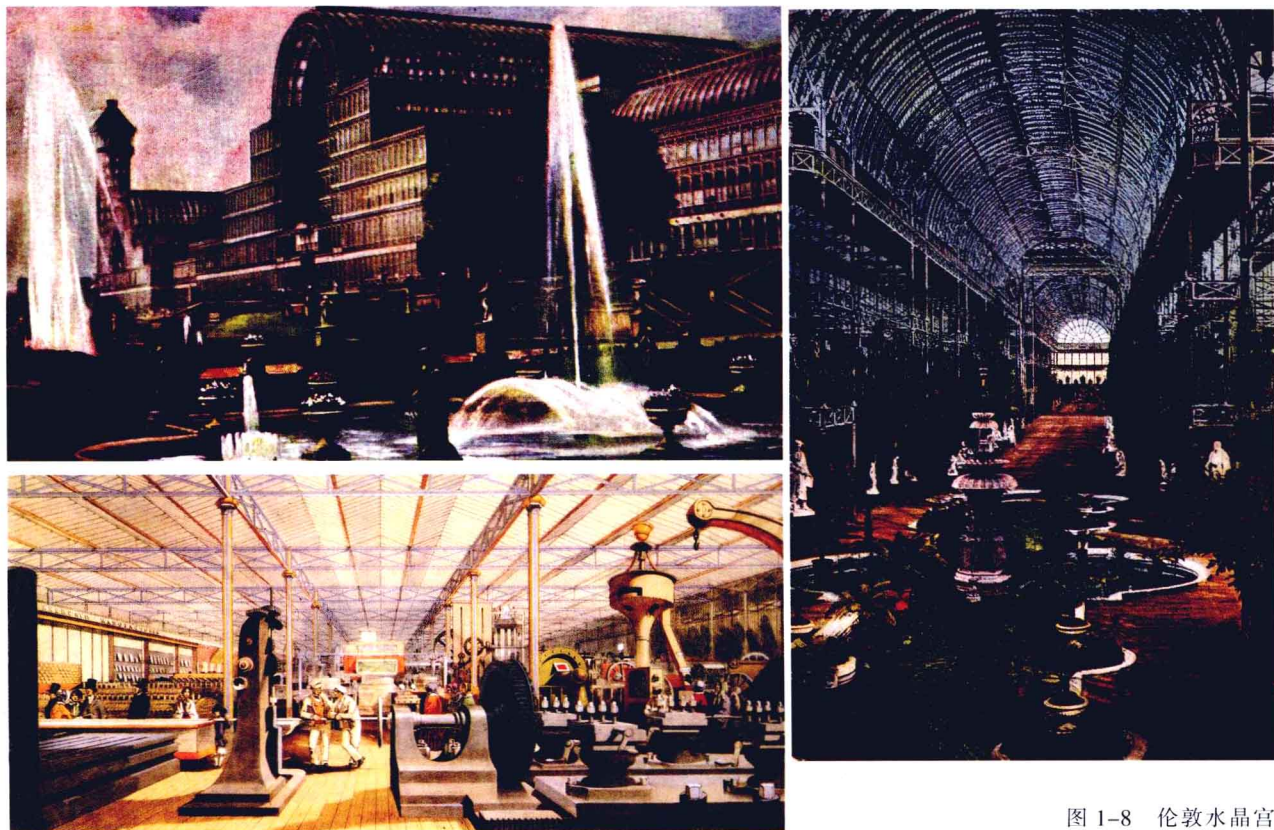


图 1-8 伦敦水晶宫



质地外,没有任何多余的装饰,体现出一种工业生产的机械特点。在这次历时近 6 个月的展览中,吸引了 600 多万观众参观,盈利更是高达 21 万英镑。这样一种新颖的形式,打破了当时各生产国的固有封闭状态,使工业生产、设计与大众通过展览会这一形式得以交流互动,这对此后的现代展示概念产生了重大影响。在此之后的一百多年直到现在,历届世界博览会都成为当时先进材料、技术和理念的展示交流盛会,对人类进步起到了不可估量的重要作用。

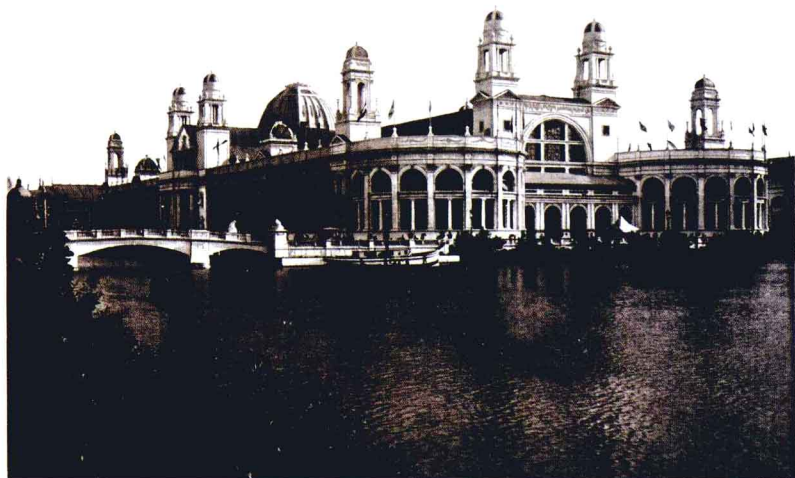
这届世界博览会的成功举办,充分展示了英国的国力,开创了现代展示的先河,此后法国、美国等发达工业国家纷纷效仿举办了各种形式且规模宏大的国际展览会,并且都取得了显著成功。光法国就分别于 1855 年、1867 年、1878 年、1889 年和 1900 年相继举办了五次大型世界博览会,而著名的埃菲尔铁塔就是 1889 年世界博览会的标志性建筑。(图 1-9)



图 1-9 法国 埃菲尔铁塔



在 1893 年的美国芝加哥世博会上,首次展示了通过交流发电机发电,使玻璃管制成的字母和图形通电发光。电和霓虹灯的使用使得本届世博会多姿多彩,也给此后的展示设计带来了一个全新的设计资源。(图 1-10)



1958 年在布鲁塞尔举办的世博会上,展示了标志性建筑“原子塔”,仿佛是一个外星生物盘踞在布鲁塞尔,“原子塔”是将铁分子放大了 1651 倍构成的建筑,塔身高达 102 米,由 9 个直径 18 米的圆球和直径 3.3 米、长 26 米的金属管组合而成。这一建筑每年都吸引着世界各地的人们前去参观。(图 1-11)

1964 年“迪斯尼”主题公园在纽约举办了世博会上的首次展示,主题公园内的游乐项目吸引了成千上万来自世界各地的儿童前来参观游乐。(图 1-12)

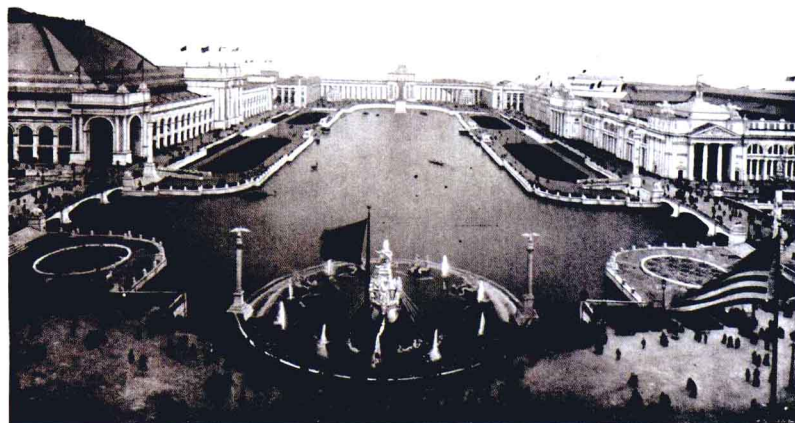


图 1-10

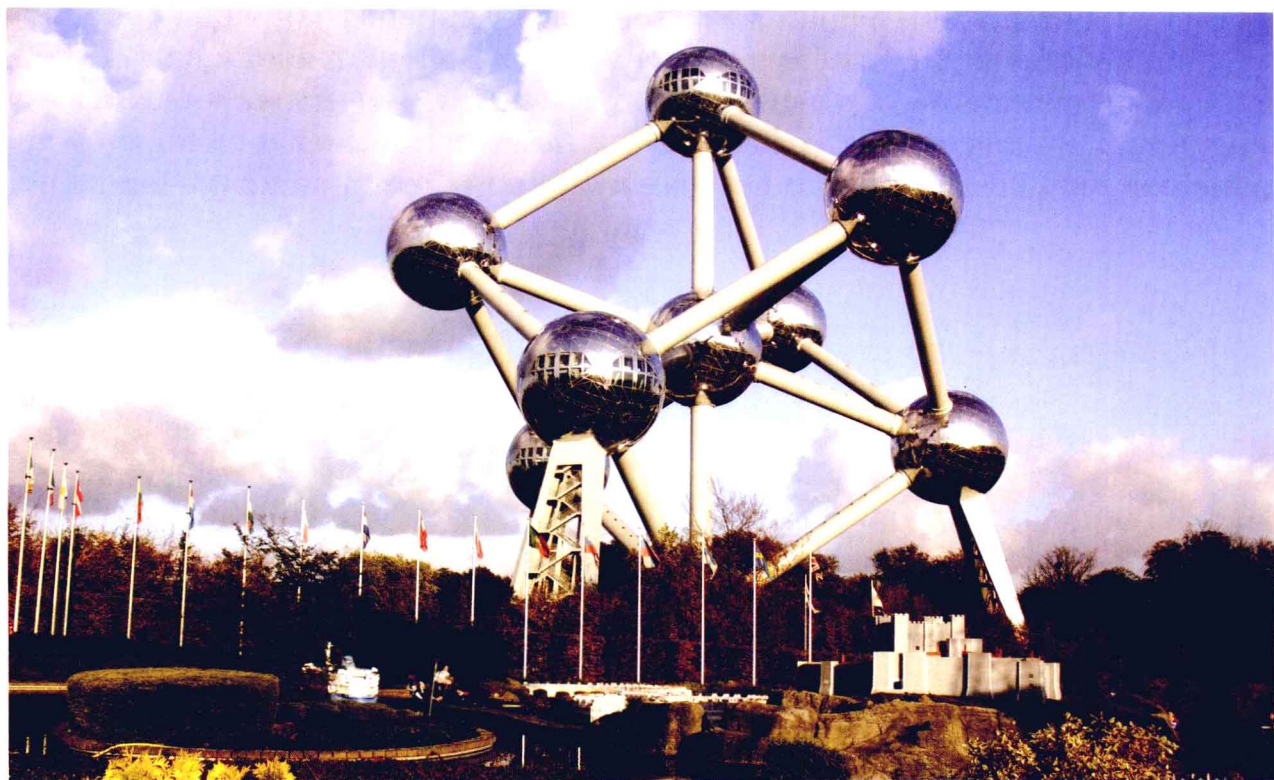


图 1-11 布鲁塞尔 原子塔

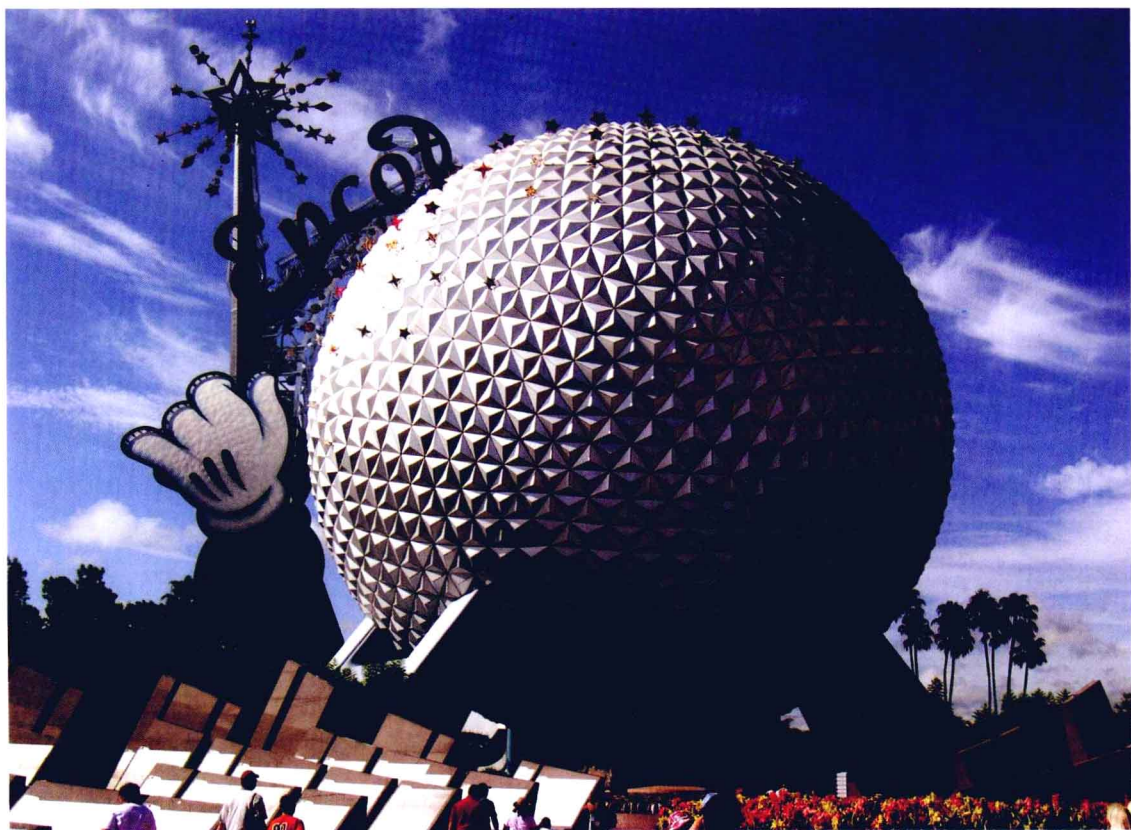


图 1-12

2010年中国上海举办的世博会中,中国馆是本次世博会的标志性建筑。(图 1-13)

由于世界博览会的作用和影响巨大,世界各国争相举办,但是众多的世界博览会也带来了不少的问题,参展国和参展商要应对太多的博览会,所以他们会博览会做出取舍,这也给主办国造成很大损失。因此,许多国家认为有必要建立一套组织规章制度,改变当时的无序状态,在1928年11月22日签署了世界上第一个关于协调和管理世界博览会的建设性“公约”,即1928年国际展览会巴黎公约,也称“国际展览公约”。明确了世界博



图 1-13 中国馆