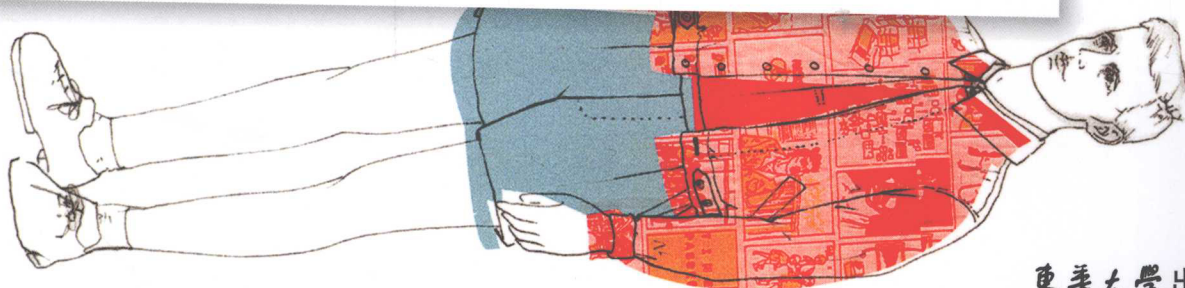


# 国际时装设计与调研

## FASHION DESIGN RESEARCH

(英) 艾金玛·恩波露  
陈添 胡晓东 译



国际时装设计经典系列丛书



# 国际时装设计与调研

(英) 艾金玛·恩波露 著

陈添 胡晓东 译

东华大学出版社

·上海·

图书在版编目(CIP)数据

国际时装设计与调研 / (英) 恩波露著; 陈添,  
胡晓东译—上海: 东华大学出版社, 2015.7

ISBN 978-7-5669-0783-7

I. ①国…II. ①恩… ②陈… ③胡… III. ①时

装—服装设计—调查研究 IV. ① TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 102927 号

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior written permission of the copyright owner.

©2014 Laurence King Publishing.

Ezinma Mbonu has asserted her right under the Copyright, Designs and Patents Act of 1988, to be identified as the Author of this work.

Translation © 2015<sup>1</sup> Donghua University Press

This book was designed, produced and published in 2014 by Laurence King Publishing Ltd., London.

本书简体中文版由英国 Laurence King Publishing Ltd. 授予东华大学出版社有限公司独家出版, 任何人或者单位不得转载、复制, 违者必究!

合同登记号: 09-2014-238

责任编辑 谢未

编辑助理 李静

装帧设计 王丽刘薇

## 国际时装设计与调研

Guoji Shizhuang Sheji yu Diaoyan

著者: (英) 艾金玛·恩波露

译者: 陈添 胡晓东

出版: 东华大学出版社

(上海市延安西路 1882 号 邮政编码: 200051)

出版社网址: <http://www.dhupress.net>

天猫旗舰店: <http://dhdx.tmall.com>

营销中心: 021-62193056 62373056 62379558

印刷: 上海利丰雅高印刷有限公司

开本: 889 mm × 1194 mm 1/16

印张: 11.75

字数: 414 千字

版次: 2015 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5669-0783-7/TS · 609

定价: 78.00 元

# 目录

引言——6

1.

第一章 什么是设计调研? ——8  
What is Research?

2.

第二章 如何开始做调研——30  
How to Start Researching

3.

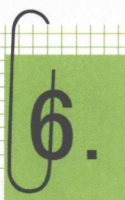
第三章 市场调研——54  
Market Research

4.

第四章 资讯调研——76  
Informational Research

5.

第五章 创意调研——96  
Creative Research



**第六章 面料调研——118**  
**Fabric Research**



**第七章 色彩调研——140**  
**Colour Research**



**第八章 概念开发——162**  
**Concept Development**

**术语表——186**

**推荐阅读书目——187**

**资源网站——188**

国际时装设计经典系列丛书



# 国际时装设计与调研

(英) 艾金玛·恩波露 著

陈添 胡晓东 译

东华大学出版社

·上海·

图书在版编目(CIP)数据

国际时装设计与调研 / (英) 恩波露著; 陈添,  
胡晓东译—上海: 东华大学出版社, 2015.7

ISBN 978-7-5669-0783-7

I. ①国…II. ①恩… ②陈… ③胡… III. ①时

装—服装设计—调查研究 IV. ① TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 102927 号

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior written permission of the copyright owner.

©2014 Laurence King Publishing.

Ezinma Mbonu has asserted her right under the Copyright, Designs and Patents Act of 1988, to be identified as the Author of this work.

Translation © 2015<sup>1</sup> Donghua University Press

This book was designed, produced and published in 2014 by Laurence King Publishing Ltd., London.

本书简体中文版由英国 Laurence King Publishing Ltd. 授予东华大学出版社有限公司独家出版, 任何人或者单位不得转载、复制, 违者必究!

合同登记号: 09-2014-238

责任编辑 谢未

编辑助理 李静

装帧设计 王丽 刘薇

## 国际时装设计与调研

Guoji Shizhuang Sheji yu Diaoyan

著者: (英) 艾金玛·恩波露

译者: 陈添 胡晓东

出版: 东华大学出版社

(上海市延安西路 1882 号 邮政编码: 200051)

出版社网址: <http://www.dhupress.net>

天猫旗舰店: <http://dhdx.tmall.com>

营销中心: 021-62193056 62373056 62379558

印刷: 上海利丰雅高印刷有限公司

开本: 889 mm × 1194 mm 1/16

印张: 11.75

字数: 414 千字

版次: 2015 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5669-0783-7/TS · 609

定价: 78.00 元





# 目录

引言——6

1.

第一章 什么是设计调研? ——8  
What is Research?

2.

第二章 如何开始做调研——30  
How to Start Researching

3.

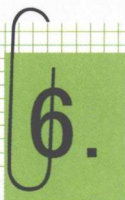
第三章 市场调研——54  
Market Research

4.

第四章 资讯调研——76  
Informational Research

5.

第五章 创意调研——96  
Creative Research



第六章 面料调研——118  
Fabric Research



第七章 色彩调研——140  
Colour Research



第八章 概念开发——162  
Concept Development

术语表——186

推荐阅读书目——187

资源网站——188

# 引言

调研是时装设计的基础。创新的设计源于调查研究的实施。本书旨在通过重点阐述确保设计灵感得到彻底并有创造性的开发的核心因素，来揭示调研的过程，并以此来指导时装设计的学生。在调研的过程中，你将创造用来开发设计概念的模块。本书将向你展示如何基于一个最初的设计灵感，通过一系列的调研方法来全面探索并形成设计概念。在这个发散且范围广泛的初级阶段，对第一手资料、二手资料、色彩、面料以及市场进行调研，将你置于一个清晰、明朗的视角中，从而形成更深刻的理解力，并运用于随后的设计概念拓展中。

**第一章——什么是设计调研？** 考察调研的概念，明确第一手资料调研和二手资料调研的区别及各自的优势。概略性的介绍远不足以说明问题，因此第二章讲述如何开始做调研，集中介绍了启发灵感的各种方法。

时装是设计给人们穿的，然而人们的品味和消费能力又大相径庭。花点时间揭秘服装市场，辨别服装市场的各种组成部分，能帮你弄清楚你设计的目标市场。这

些内容将在第三章的市场调研中讨论。

**第四章——资讯调研**，将讨论如何充分利用在图书馆找到的资料以及通过逛街这种调研活动所获取的资讯。

**第五章——创意调研**，将介绍一系列亲自动手做第一手资料调研的方法，并充分讨论二维和三维形式的创意探索。

**第六章——面料调研**，旨在激发你对面料的好奇心，并构建对纤维、面料和相关术语的知识体系。色彩的影响是第七章色彩调研的重点，本章还介绍了色彩的基础理论以及色环的用途，这些色彩基础知识将有助于你的调色板的开发。

**第八章——概念开发**，将讨论在完成第一手和二手资料调研之后所需要做的工作。比如，如何充分利用整理好的调研素材，如何审核调研的结果，如何调整你的设计概念等等。本章将带你回顾设计开发的整个过程，并制作款式细节图完成作品集。

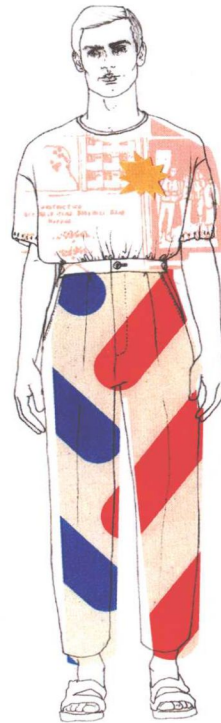
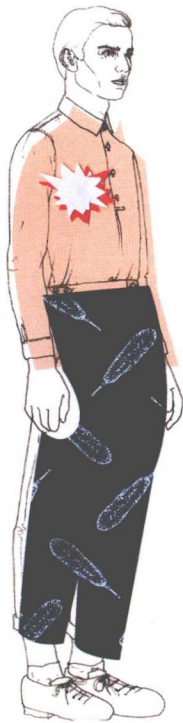
本书将是你在时装设计调研时的最佳伙伴。本书取材于学生和专业时装设计师的设计和各種图片，将在设计过程的各个阶段给予你启发。

开始尽情地享受乐趣吧！

Blank yellow rectangular label at the top of the page.



Blank yellow rectangular label at the bottom of the page.

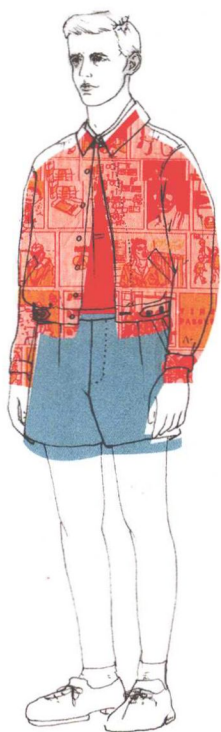


VIII

# 1.

## 第一章 什么是设计调研?

### What is Research?



作为一名时装设计师，设计调研是你日常生活的一部分。灵感随时随地都有可能产生。对于启发灵感，是有一些方法可以遵循的，而且所有的设计师都在用这些方法，比如一手资料调研法和二手资料调研法。那么应该做多少设计调研呢？你将如何保证你的研究是在正确的方向呢？本章将向你展示如何确保你的设计调研既有深度又有相关度，并使得开发的设计系列具有创意性、创新性和独特性。

## 什么是调研?

上图  
在人模上用面料  
做立体裁剪。

中图  
该速写本里展示  
了第一手资料调研：  
做染色工艺的试验以  
及面料造型的探索。

下图  
该速写本里展示  
了对二手资料调研资  
源的使用。

调研是时装设计的基础，也是任何设计系列开发的起点。如果没有调研，也就没有设计，起码不会是优秀的设计作品。调研可以随时进行，涉及面也很广，可以是观察你周围的世界，或者是收集并记录一些能启发你的物品、图像和灵感。第一手资料调研是由你亲自来做的全新的研究；而二手资料调研则是收集由他人创造的资料，这些资料可以来自于书本或者网络。

你的调研可以是每天都持续不断地做收集工作，也可以是特别针对某个项目而做的。不要认为调研只是个艰苦的工作，其实这是能发现潜在创意宝藏的机会。



调研具有整合性。一位智者告诉我，“时尚并不是来自于时尚本身”，我很认同这句话。——卡罗琳·梅西（Carolyn Massey）

对我而言，吸收世界各地的文化很重要。因为这些能形成自己独特的沟通方式，也提供了一种能超越自己的精神家园的方法。——罗密欧·吉利（Romeo Gigli）

调研可以采用情绪板的形式，也可以通过出门旅行采风的形式。调研是一个完整的创意过程，不能其中遗漏任何一个细节。——英国女装品牌PPQ



## 调研的价值

时装设计调研是一种具有启发性的调查，启发得到的灵感是有助于设计过程的。调查越深入，可供设计的机会就越多，彻底的调查使得调研材料的各个层面间的联系越来越多，原因很简单，因为可以有更多的材料可供使用。而浅显的调研，就像名称所描述的那样，仅仅是对很浅层面的调查，如浮光掠影一般，因为材料间的联系较少，故而所形成的设计灵感不足以支撑整个设计开发。调研应该通过一个归类 and 编辑的过程来确定概念和创意方向。研究你搜索到的资料，需要的话，再次进行搜索。

服装行业本质上是瞬息万变的，具有节奏快、流行周期短等特点。没有什么在服装行业是完全崭新的，时尚是一个循环，其核心就是再创造。创新的能力是设计师的基本技能，设计师可以通过运用强大的调研方法来开发自己的创新能力。设计师不可能凭空创造，他们就像是海绵，不断地从环境中吸取并发现新的灵感。不论是面料上的科技革新，还是对社会环境的反应，设计师们都在创新事业的最前沿。

左图

通过对廓形、比例、线条、面料及颜色进行调研，就能设计出风格统一的设计系列。在这个系列中，哑光毛毡面料配以超薄的雪纺，色块富有趣味性地划分了人体的比例，而对肩部的强调产生了头重脚轻的廓形。



## 第一手资料调研

上图

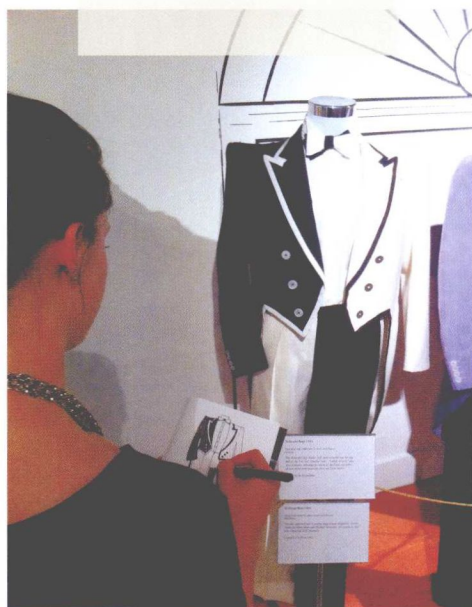
学生在伦敦服装面料博物馆 (the Fashion and Textile Museum, London) 的英国设计师汤米·纳特 (Tommy Nutter) 的展览 “Rebel on the Row” 前画素描。

下图

日本设计师山本耀司 (Yohji Yamamoto) 在伦敦国立维多利亚与艾伯特博物馆 (the Victoria and Albert Museum, London) 的展览。

“Primary research” 是第一手资料调研的意思。这些资料都不是现成的，而是要靠你来调查获得。第一手资料调研需要用到很多方法来收集和整理这些材料，比如，用面料做试验、拍照、制作面料拼贴样品，或者到画廊、博物馆及名胜风景区采风画素描。

当你在画廊采集素材时，你是通过画笔来诠释你对展品的理解。你的重点是记录展览里那些启发你的和能派上用场的元素。这些元素包括颜色、形式、面料肌理和廓形。



1992 S/S  
Crêpe de Chine



BLACK PLEATED  
SKIRT IN HOMAGE  
TO MADAME GRE'S  
& WHITE SHIRT.  
S/S '05  
COTON SILK



W99  
Grey Faced Jacket  
& Skirt w/gathered  
Waist  
A/W 08-09  
Wool