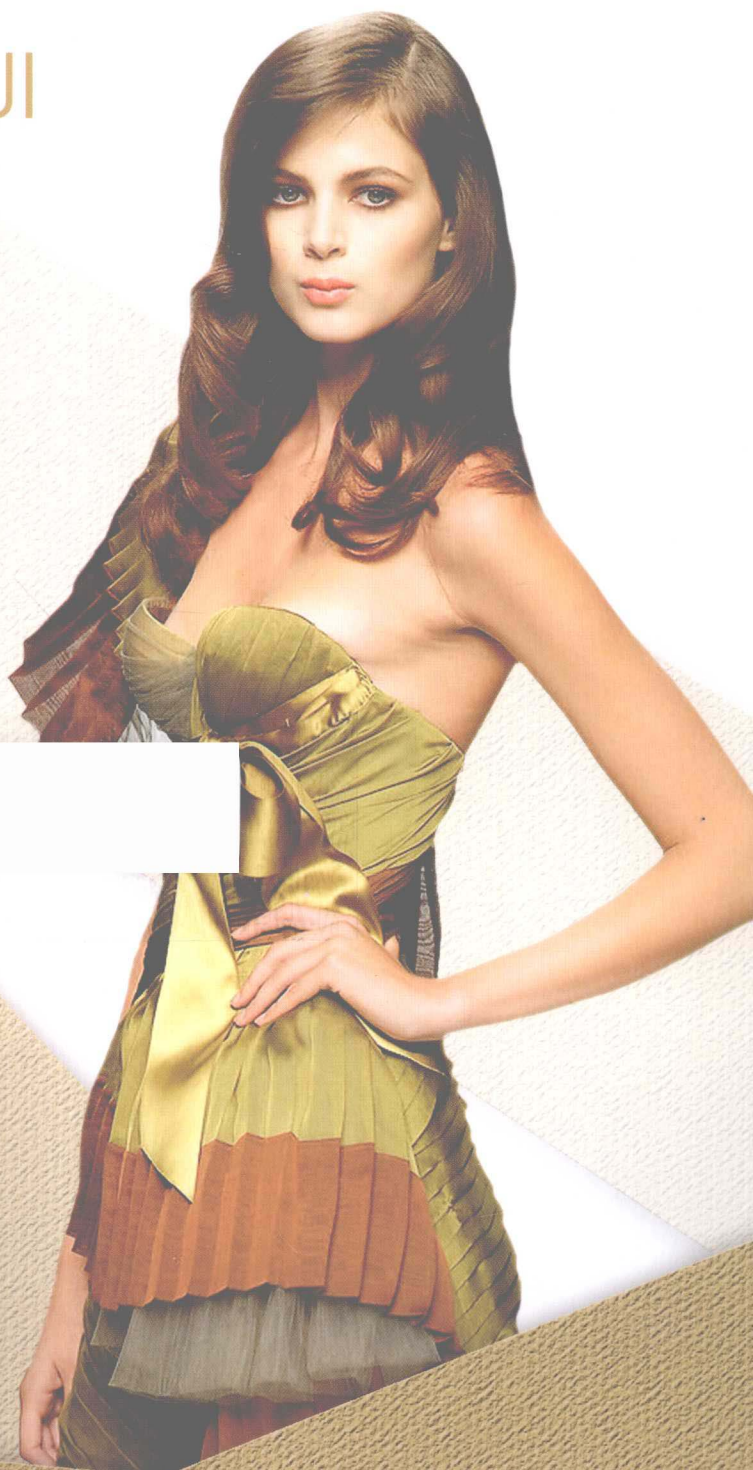


服装类专业创新型规划教材

服装款式设计(第2版)

FUZHUANG
KUANSHISHEJI

主编：陈培青 徐逸



 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

服装类专业创新型规划教材

服装款式设计(第2版)

FUZHUANG
KUANSHISHEJI

主 编 陈培青 徐 逸
副主编 王 玲 胡艳丽
参 编 梁立立 薄 燕 彭庆慧 夏 静



 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内容提要

本书以服装设计四大构成要素为基础,结合各风格成衣品牌的案例分析,讲述服装系列设计和成衣设计的方法。不以学科为系统,而以工作岗位对知识点的需求来构建,侧重于设计方法的阐述,理论阐述为辅。强化实用性,紧密结合实际,力图实现实践技能与理论知识的整合。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

服装款式设计/陈培青,徐逸主编.—2版.—北京:北京理工大学出版社,2014.2
ISBN 978-7-5640-8847-7

I. ①服… II. ①陈… ②徐… III. ①服装设计 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第023048号

出版发行/北京理工大学出版社有限责任公司

社 址/北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编/100081

电 话/(010)68914775(总编室)

82562903(教材售后服务热线)

68948351(其他图书服务热线)

网 址/<http://www.bitpress.com.cn>

经 销/全国各地新华书店

印 刷/北京恒石彩印有限公司

开 本/787毫米×1092毫米 1/16

印 张/8.5

字 数/249千字

版 次/2014年2月第2版 2014年2月第1次印刷

定 价/40.00元

责任编辑/杨倩

文案编辑/陈子慧

责任校对/周瑞红

责任印制/边心超

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换



目录 Contents

绪 论 / 009

第一章

服装造型设计 / 015

第一节 服装廓形设计 / 016

第二节 服装造型中点、线、面、体的形态构成 / 021

第三节 服装的结构线设计 / 025

第四节 服装的局部设计 / 028

第五节 形式美原理在服装设计中的运用 / 034

第二章

服装配色设计 / 043

第一节 服装配色方法 / 044

第二节 服装流行色在款式设计中的运用 / 052

第三章

服装造型设计与面料 / 061

第一节 服装面料的选择与应用 / 062

第二节 服装面料造型设计 / 064

第三节 面料造型设计在服装风格中的表现 / 068

第四章

服饰图案设计 / 071

- 第一节 服饰图案概述 / 072
- 第二节 服饰图案的提取与借鉴 / 077
- 第三节 服饰图案的运用 / 079
- 第四节 服饰图案的工艺表现 / 083

第五章

服装风格 / 087

- 第一节 服装风格的概念及意义 / 088
- 第二节 服装风格的分类 / 089
- 第三节 服装风格的多元化 / 098

第六章

服装系列设计 / 101

- 第一节 服装色彩的系列设计 / 102
- 第二节 服装面料的系列设计 / 106
- 第三节 服装造型的系列设计 / 106
- 第四节 服装装饰的系列设计 / 107
- 第五节 服装主题的系列设计 / 107

第七章

成衣款式设计 / 115

- 第一节 成衣概述 / 116
- 第二节 成衣设计程序 / 120
- 第三节 成衣定位分析 / 122
- 第四节 流行趋势分析与运用 / 126
- 第五节 成衣款式设计的方法 / 131

参考文献 / 136

服装类专业创新型规划教材

服装款式设计(第2版)

FUZHUANG
KUANSHISHEJI

主 编 陈培青 徐 逸
副主编 王 玲 胡艳丽
参 编 梁立立 薄 燕 彭庆慧 夏 静



 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内容提要

本书以服装设计四大构成要素为基础,结合各风格成衣品牌的案例分析,讲述服装系列设计和成衣设计的方法。不以学科为系统,而以工作岗位对知识点的需求来构建,侧重于设计方法的阐述,理论阐述为辅。强化实用性,紧密结合实际,力图实现实践技能与理论知识的整合。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

服装款式设计/陈培青,徐逸主编.—2版.—北京:北京理工大学出版社,2014.2
ISBN 978-7-5640-8847-7

I. ①服… II. ①陈… ②徐… III. ①服装设计 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第023048号

出版发行/北京理工大学出版社有限责任公司

社 址/北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编/100081

电 话/(010)68914775(总编室)

82562903(教材售后服务热线)

68948351(其他图书服务热线)

网 址/<http://www.bitpress.com.cn>

经 销/全国各地新华书店

印 刷/北京恒石彩印有限公司

开 本/787毫米×1092毫米 1/16

印 张/8.5

字 数/249千字

版 次/2014年2月第2版 2014年2月第1次印刷

定 价/40.00元

责任编辑/杨倩

文案编辑/陈子慧

责任校对/周瑞红

责任印制/边心超

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

编审委员会

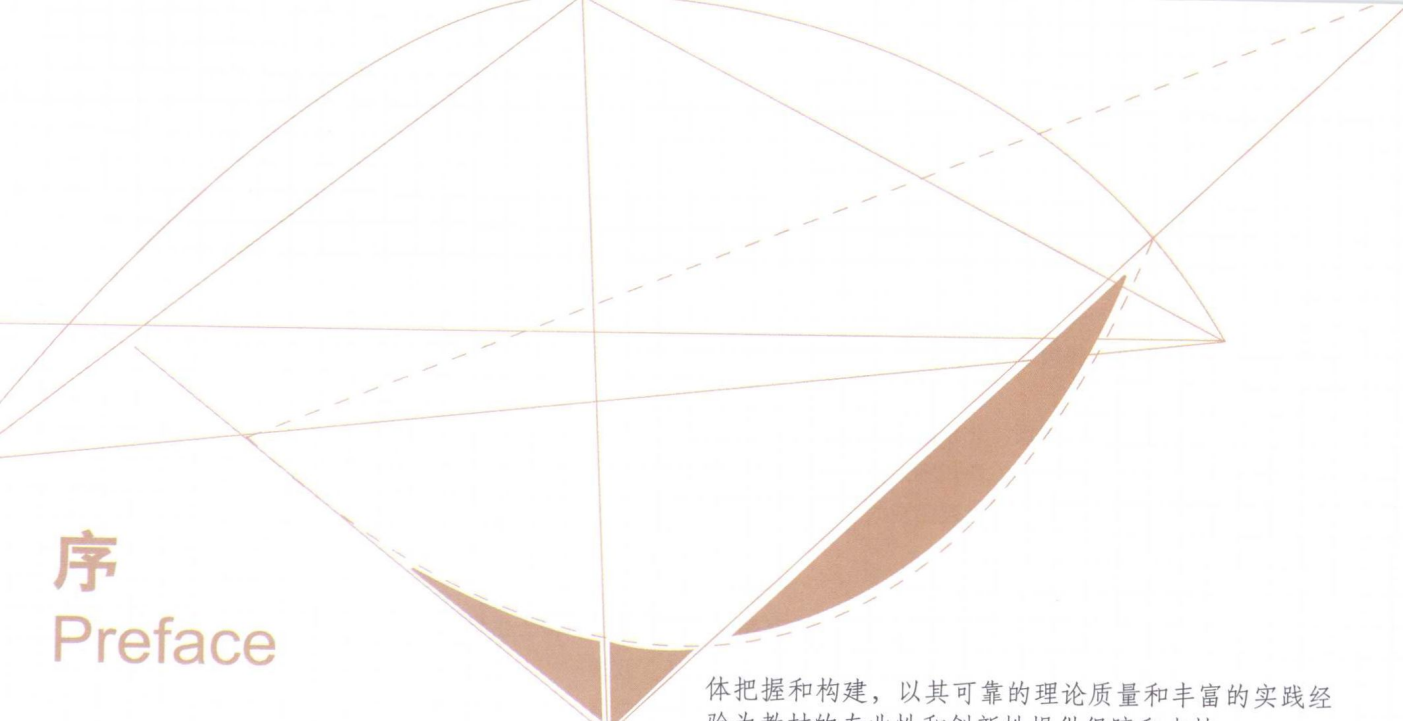
学术顾问 张 欣 西安工程大学服装与艺术设计学院教授，博士生导师
郭绮莲 香港理工大学纺织与制衣学系副教授，博士生导师

丛书主编 刘瑞璞 北京服装学院教授，硕士生导师
张晓黎 四川师范大学服饰文化研究所所长，教授

丛书主审 钱晓农 大连工业大学服装学院院长，教授

专家成员 (排名不分先后)

易洁伦 香港理工大学纺织与制衣学系副教授，博士生导师
沈 雷 江南大学服装学院服装系主任，教授
国家教育部服装教育指导委员会委员
张 辉 北京服装学院教授
陈建伟 青岛大学服装学院教授
李素英 南通大学纺织服装学院教授
毕松梅 安徽工程科技学院纺织服装系教授
中国纺织服装教育学会理事
侯东昱 河北科技大学纺织服装学院教授
王同兴 哈尔滨学院艺术与设计学院院长，教授
张德君 黑龙江建筑职业技术学院纺织服装学院教授
陈国芬 浙江纺织服装职业技术学院服装学院教授
邓咏梅 西安工程大学服装与艺术设计学院副教授
张 刚 湖南工业大学包装设计艺术学院副教授
陈明艳 温州大学美术与设计学院副教授
徐 彬 陕西服装艺术职业学院副教授
常利群 陕西服装艺术职业学院副教授
段 婷 江西服装职业技术学院时装设计学院副院长，副教授
江西省纺织工业协会服装设计师专业委员会副主任
闵 悦 江西服装职业技术学院服装工程学院副院长，副教授
郑 军 山东服装职业技术学院副教授
古丽苏木·买买提 新疆服装设计师协会常务理事
李启明 浙江省宁波市服装协会副会长
杉杉集团有限公司副总裁
张明杰 雅戈尔西服厂总经理
梁 平 江西（共青）鸭鸭集团有限公司研究所所长
陈 挥 宁波市服装协会常务理事
宁波培罗成集团有限公司品牌总监
三仁堂品牌顾问机构总经理



序

Preface

随着我国服装产业升级和改革的不断深化,其产业模式开始由制造型向设计开发型转变,由加工型向品牌型转变。文化创新和品牌成为竞争的焦点。现代设计,以创造新的生活方式和满足人的个性需求为目的,或者说是为服务于新的生活方式需求而设计,应是工业、商业、科学和艺术高度一体化的产物。最佳设计不仅仅追求设计出美的和物化形式的东西(服装),而且能表达丰富的物质内容和精神内涵,以设计来改变和创造新的生活。中国纺织工业协会会长杜钰洲先生说:“现代科学技术对当今世界衣着文化影响的总趋势,如果概括为一个词,就是‘求新’。人们要求衣着产业突破一系列传统观念的束缚,开拓新视角,追求新境界,创造新风格,提供新感受。”显然,增强时代的创造力已成为新形势下人才培养的首要目标,快速变化发展的国际国内服装行业对服装专业教育提出了更新、更高的要求。

近年来,全国各服装院校积极探索本专业的教育教学改革,产生了许多新思路、新观念、新理论和新方法,切实提高了专业教学的针对性、先进性、科学性和前瞻性,提高了人才培养的实效性;在探索新形势下服装人才培养模式和教学研究方面进行了很多有益的尝试,取得了一批突破性成果。

本套教材是在国内现有教材的基础上,顺应“当今世界衣着文化影响的总趋势”,依照教育部有关应用型专业的办学要求编写的。本套教材有以下几个方面的特点:

1.本套教材的编写由近百所高等院校服装专业的专家学者和教学一线骨干教师共同完成,汇集了这些院校的教学改革和研究成果;并由一批中国服装界专家及著名设计师作为顾问,对教材体系结构进行了整

体把握和构建,以其可靠的理论质量和丰富的实践经验为教材的专业性和创新性提供保障和支持。

2.本套教材以激发学生的创新意识和观念为出发点,以培养技能型和实用型服装人才为基本目标,在此基础上注重学生创新思维和市场意识的培养。教材的编写力求理论体系科学简明,内容精炼,重点突出,理论和实践有机结合,力求反映服装行业发展的新动向,体现新材料、新工艺、新技术在服装行业中的应用。

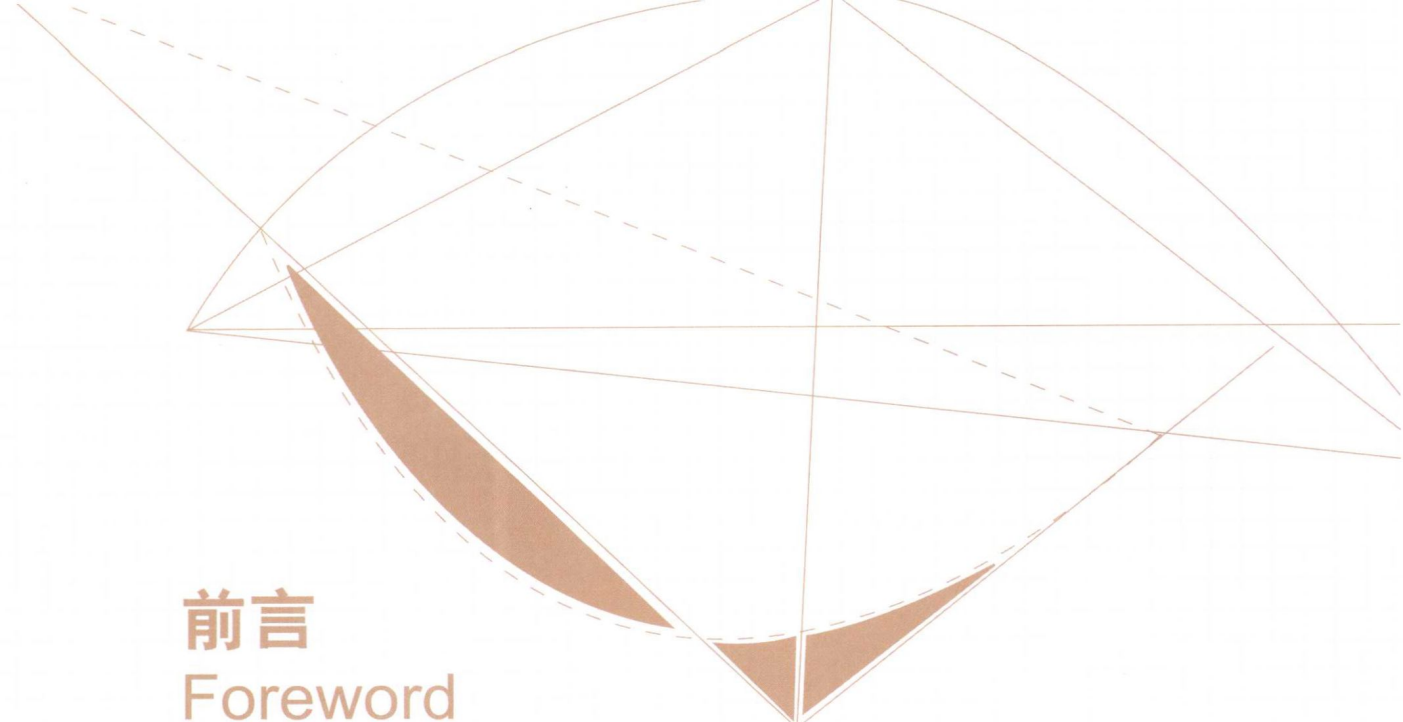
3.本套教材突出了以增强学生职业能力为中心的教材建设与课程改革的需求。强调了基于工作过程的动手能力的培养模式,提升以行为为导向的教学理念,体现了“知识、技能、素质”三位一体的人才教育质量观。

4.在体例上,每章都附有思考题和形式多样的训练作业,力图以工作任务及项目教学为突破口,实现实践技能与理论知识的整合,旨在提高学生的综合素质和职业能力,增强教材的可读性和自主性,培养学生的自学能力。

5.为适应现代服装产业的发展需求,拓宽了服装专业教材范畴,新增了经济学、市场学方面的教材,这也是国内服装专业课程开发和研究的新成果。

本套教材有利于服装专业教师创造性地组织教学,“让创造性的教学带动创造性的学习,培养创新型人才”。本套教材适合高等院校服装设计、服装工程及服装设计与表演等专业使用,又可作为高职高专院校相关专业教材,还可作为服装类职业培训教材以及服装专业从业人员和爱好者的自学参考书。热忱欢迎服装专业师生和服装行业人士选用。同时也真诚希望广大读者对本套教材的不当之处提出宝贵意见。

何训瑛



前言

Foreword

“服装设计”这个概念自20世纪70年代末被引进我国以来，一直笼罩着一层光环，这层光环吸引着众多学子踏入服装设计专业的大门。中国的服装设计教学比较注重服装的创意设计，以致教学与市场脱节的现象较为严重。面对这种现状，我们更应该注重服装设计基本技能的训练，努力实现和市场的零距离。

本书所指的服装款式设计，是广义的款式设计，是包含服装造型、服装色彩、服装材料和服装图案等服装设计四要素的综合设计，包括系列设计和成衣设计（单品设计）两大部分。就服装设计而言，造型设计与服装面料相辅相成，而色彩也必须依托服装面料而存在，图案的添加也与造型、面料和色彩诸因素密不可分。所以本书以服装设计四要素为基础，结合各风格成衣品牌的案例分析，根据工作岗位对知识点的需求来介绍，侧重于设计方法的阐述，并辅以理论阐述。强化实用性，紧密结合实际，力图实现实践技能与理论知识的整合。本书既可作为各服装院校服装类专业的教材，也可作为服装企业从业人员的参考用书。

本书内容包括绪论、服装造型设计、服装配色设计、服装造型设计与面料、服饰图案设计、服装风格、服装系列设计和成衣款式设计。其中绪论由浙江纺织服装学院陈培青老师编写；第一章服装造型设计由浙江纺织服装学院徐逸老师编写；第二章服装配色设计由山东日照职业技术学院薄燕老师编写；第三章服装造型设计与面料由江西服装学院胡艳丽老师编写，陈培青老师配图；第四章服饰图案设计由山东日照职业技术学院王玲老师编写；第五章服装风格由江西服装学院夏静老师编写；第六章服装系列设计由江西服装学院彭庆慧老师编写；第七章成衣款式设计由烟台南山学院梁立立老师编写，陈培青老师配图。全书由陈培青老师统稿。

在此感谢相关工作人员为本书顺利出版所做出的努力，感谢北京理工大学出版社给予的大力支持。由于编者才疏学浅，书中难免有疏漏和不足之处，敬请各位读者指正。

编者



目录 Contents

绪 论 / 009

第一章

服装造型设计 / 015

第一节 服装廓形设计 / 016

第二节 服装造型中点、线、面、体的形态构成 / 021

第三节 服装的结构线设计 / 025

第四节 服装的局部设计 / 028

第五节 形式美原理在服装设计中的运用 / 034

第二章

服装配色设计 / 043

第一节 服装配色方法 / 044

第二节 服装流行色在款式设计中的运用 / 052

第三章

服装造型设计与面料 / 061

第一节 服装面料的选择与应用 / 062

第二节 服装面料造型设计 / 064

第三节 面料造型设计在服装风格中的表现 / 068

第四章

服饰图案设计 / 071

- 第一节 服饰图案概述 / 072
- 第二节 服饰图案的提取与借鉴 / 077
- 第三节 服饰图案的运用 / 079
- 第四节 服饰图案的工艺表现 / 083

第五章

服装风格 / 087

- 第一节 服装风格的概念及意义 / 088
- 第二节 服装风格的分类 / 089
- 第三节 服装风格的多元化 / 098

第六章

服装系列设计 / 101

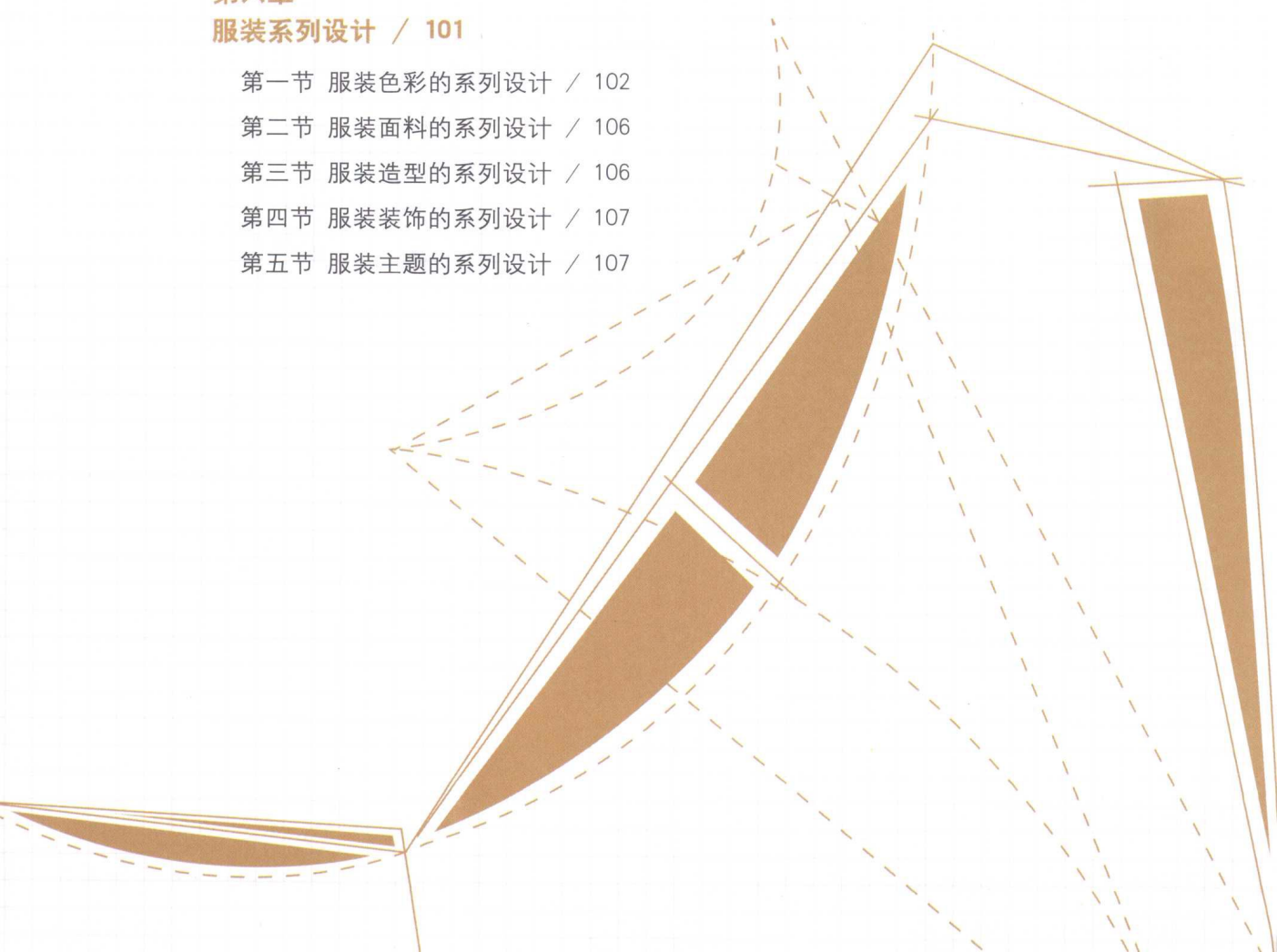
- 第一节 服装色彩的系列设计 / 102
- 第二节 服装面料的系列设计 / 106
- 第三节 服装造型的系列设计 / 106
- 第四节 服装装饰的系列设计 / 107
- 第五节 服装主题的系列设计 / 107

第七章

成衣款式设计 / 115

- 第一节 成衣概述 / 116
- 第二节 成衣设计程序 / 120
- 第三节 成衣定位分析 / 122
- 第四节 流行趋势分析与运用 / 126
- 第五节 成衣款式设计的方法 / 131

参考文献 / 136





★ 知识目标

掌握服装、服装设计的基本概念、基本知识和设计的内容。

★ 能力目标

充分认识设计师应具备的素质，并按照设计师的条件和标准进行设计能力的培养。

The background is a solid brown color. Overlaid on this are several thin, light-colored lines that form various geometric shapes, including triangles, rectangles, and curved paths. Some lines intersect to create a grid-like pattern, while others are more isolated and curved.

绪 论

服装设计是设计师运用一定的思维形式、美学规律和设计程序,将自己的设计构思以绘画的手段表现出来,并选择适当的材料,通过相应的裁剪方法和缝制工艺,使其进一步实物化的过程。设计(Design)意指计划、构思、设立方案,也含有意象、作图、造型之意,而服装设计是指以服装为对象运用恰当的设计语言完成整个着装状态的创造性行为。服装设计与其他设计一样离不开功能、材料和技法的统一,既强调艺术性,又强调实用性和商业性,属于工艺美术范畴,是以实现服装功能为前提的技术设计。

一、服装设计的新概念

毫无疑问,服装设计是当今世界上潮流改变最快的设计行业之一。时至今日服装设计已不再停留于满足实际功能和视觉上的赏心悦目,而是成为一种独特的创作语言,具有观念传播、精神交流的作用,甚至能够引发思考继而有改变行为的功效。服装设计已汇集了文化、艺术、功能、风格、技术、材料等多种元素,打破了传统文化所固有的界限。在服装界涌现出的一些新概念,使服装设计的涵盖面更为广阔。

① 大设计

“大设计”在服装行业内也被称为“大创意”,即服装设计师需要进行包括品牌定位、形象策划、款式色彩纹样设计、结构工艺设计、产品宣传设计、市场营销等活动,构筑服装品牌产品的人文环境的内容。“大设计”概念的出现顺应了时代潮流,是“生态人文主义”在设计领域的体现。设计从此不仅仅是平面设计和造型设计等技术层面的事情,而是从管理层面的角度对产品、形象、销售、服务等进行的总体规划,并对政治、经济、文化、环境产生影响。

传统意义对设计的理解是对物体线条、形体、色彩、色调、质感、光线、空间等进行艺术表达和结构造型的过程;是遵循形式美法则,重点强调物与物之间相互关系的功能设计。而现代设计则强调人与物、人与自然的关系,其本质逐渐体现在高科技的人文化、生态化,甚至可看作是对社会政治、文化、经济、环境各方面及相互关系的总体规划,设计师也参与到对文化的思考和建设。这样的背景直接影响了服装设计界,很多设计师把视野拓展到服装的相关产业当中,在其他行业里进行设计。设计者通过审视设计对象,介入产品形成的全过程,实现产品的物质功能、信息功能、环境功能、社会功能和市场、经济要求,以此作为设计的战略性目标。

传统的服装设计教学着重时装画的训练,并把服装设计当作艺术活动看待,突出所谓自我艺术个性,或者把技术设计作为全部,以致从业数年后仍缺乏足够的知识基础和阅历来承载“大设计”所包含的内容。

图0-1、图0-2为2008年秋冬西班牙ZARA品牌的宣传图片。ZARA深受全球时尚青年的喜爱,拥有品牌设计师的优异设计和平民化的价格。ZARA在全球56个国家内设立的服装连锁店逾2000家,已成为全球零售服装行业的巨头。来自20个国家不同种族的年轻设计师,在负责艺术指导的决策层的领导下,整合最新的流行信息,对款式风格进行改版设计,并组合成新的服装系列。ZARA由设计专家、市场

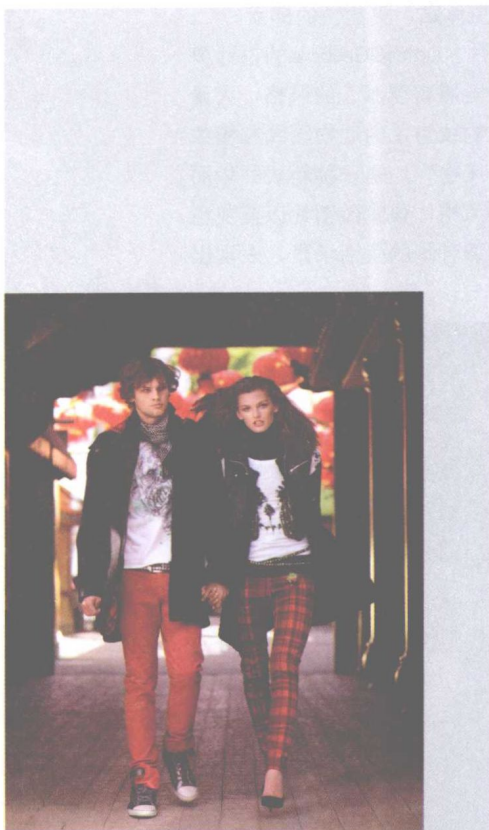


图0-1 2008年秋冬西班牙ZARA品牌的宣传图片



图0-2 2008年秋冬西班牙ZARA品牌的宣传图片

分析专家及买手组成的专业团队，共同对可能流行的款式、花色、面料进行讨论，并对零售价格及成本迅速达成一致，进而决定是否投产。ZARA的商品从设计、试做、生产到店面销售，平均只需三周时间，最快的只需一周，形成了最快速的产销链。ZARA成功的事例已成为全球设计师与服装企业家学习的一个典范。

在“大设计”概念出现的今天，有志成为优秀的服装品牌设计师，必须切实提高自身的综合能力，站在服装之外思考服装和品牌问题，从更高的角度去对服装进行各种设计，从而提高产品的设计“含金量”。

② 体验服装设计

在人们生活需求发生巨变的今天，服装中的理性价值（包括价格、品质和服务等）已经不能满足顾客的全部消费欲望。随着社会的进步，在基本需求逐步得到满足的情况下，人们又有了更高层次的渴望——自我实现的渴望。但诸多品牌仍然停留在以价格为主导的低水平竞争层面，没有进行真正意义上的设计，不能顾及顾客的感性需求，为品牌的生存与发展埋下了隐患。

如何通过服装设计满足人们的感性需求是新时期对服装设计师提出的新要求，“体验服装设计”的概念应运而生。所谓体验服装设计就是通过突出品牌风格、主题，创造出品牌体验的服装设计，不但注重顾客的理性需求，而且更强调顾客的感性要求。体验服装设计是对以往设计思维的超越，为服装设计拓展出了更为广阔的空间。

(1) 对顾客更多的人文关怀

传统服装设计关注的多为服装中的功能、质量、价格和服务等理性价值，往往“理性”有余而“感性”不足。体验设计则更重视顾客的感性需求，它试图带给顾客更加生动的产品，为其创造更完善的体验。

(2) 密切服装品牌与顾客的联系

体验服装设计通过体验的手段将服装与顾客的生活方式相连，在诸如感知、感觉、思维、行动等多方面触动顾客的感受，影响其消费行为。在设计之初就考虑到顾客的个体生活方式及其更广泛的社会关系，通过服装的外观设计吸引并引发顾客的感受，通过感受引起顾客的思考，并创造顾客同服装品牌情感上的联系，引发顾客对品牌的购买行为，使顾客保持对品牌的忠诚度。

(3) 设计顾客的消费情境

注重考虑顾客穿着的环境背景，将设计与顾客的生活

方式紧密相连,从顾客的生活情境着手进行设计,为顾客带来更体贴、更愉悦的感受。

图0-3为2009春夏意大利Dolce&Gabbana品牌女装的宣传图片。Dolce&Gabbana的设计灵感大多来自于Dolce的出生地西西里岛。这是一种具有“强烈视觉感官震撼”的风格,大量使用红、黑等厚重的色彩,搭配紧绑的束腹、内衣外穿以及以豹纹为主的动物图纹和精致的配饰,呈现出强烈的对比。这种风格同时被称为“新巴洛克风格”,是一种新式的华丽冶艳的意大利风格。2009春夏Dolce&Gabbana采用奢华、冷艳的风格,该宣传图片以蓝灰色为主调,欧式古典风格的居室为背景,营造出目标消费群体低调奢华的生活场景,表现出一种由人、衣、景共同创造的独特美感。



图0-3 2009春夏意大利Dolce&Gabbana品牌女装宣传图片

“大设计”与“体验服装设计”使服装设计从技术设计的圈子里走出来,让设计师从社会环境、消费环境中重新审视服装,使服装设计顺应时代进步的需求,更好地为社会、为消费者提供服装。同时也对服装设计从业人员提出了更高的要求。

二、现代服装设计从业人员必须具备的基本素质

① 对市场敏锐的洞察力和对流行的感知力

对服装作为商品的认识非常重要,设计者需认清服装的艺术性、实用性和商业性之间的关系;保持对市场敏锐的洞察力,随时关注市场的需求及变化,具有对其进行调查研究和科学预测的能力;关注目标消费群体,掌握市场心理学,同时保持对时尚的关注和流行的感知力,了解服装流行史,理解和把握服装的时效性。

② 对服装材料的认知能力

服装材料是服装设计的载体,所有的设计最终都是通过服装材料体现的。作为服装设计从业人员对服装面料、服装辅料的熟悉至关重要。传统的服装材料课程教学,偏重于纺