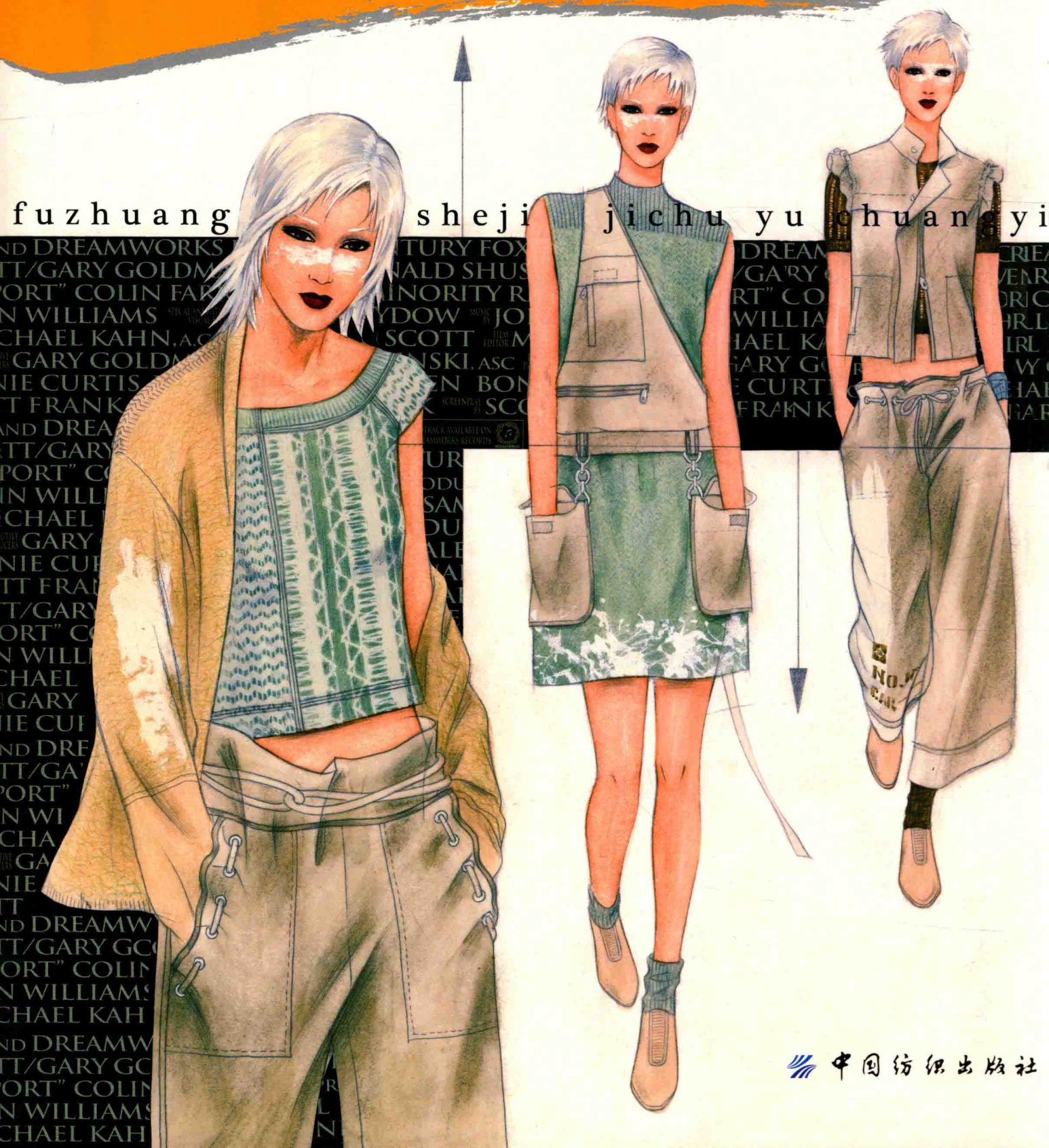


服装设计

◎史林 编著

(第2版)

基础与创意





服装设计基础与创意

(第2版)

史林 编著

中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

服装设计基础与创意 / 史林编著. —2版. —北京: 中国纺织出版社, 2014.9

ISBN 978-7-5180-0771-4

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第149370号

策划编辑: 胡 姣 由炳达 责任校对: 楼旭红
版式设计: 胡 姣 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>

北京圣彩虹制版印刷技术有限公司制版印刷 各地新华书店经销

2006年3月第1版

2014年9月第2版 2014年第5次印刷

开本: 889×1194 1/16 印张: 8.5

字数: 136千字 定价: 46.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

服装设计基础一类的书已经见过不少，本书尽量少做重复，并力图写出一些新意。“服装设计师”这个称号曾经感动过许多年轻人，他们被T形台上的鲜花、掌声、镁光灯等所迷惑，觉得做个服装设计师是多么荣耀的事。但是，现实当中他们却并不是那么如意，于是就想改行、跳槽。这种结果的形成很有可能是他们对服装设计师应有的素质不了解所造成的。为此，本书对这一问题做了详细的阐述，重点在于告诉年轻人，服装设计是一项艰苦的工作，需要学习很多的知识，而且还要有与人合作的精神，所以说要想成为一名服装设计师先要学会做人，谦虚、谨慎、好学是设计师应有的品德。

在高校中教了近二十年的服装设计，我感到最难解决的还是如何培养学生思维创新的问题，哪怕是在参考国外设计师作品的基础上，如何让他们赋予自己作品的创造性的问题。因此，本书在创造性思维这一章中讲述的内容比较多，而且在最后一章中以国内设计师的代表作品为例，详细地讲述了从灵感到设计以及最后怎样完成作品的全过程，想以此启发初学者的创造性思维。倘若这本书能在这方面对读者有所帮助，就是对作者的极大安慰。

本书第十章的文字执笔者为钱孟尧老师，其图片采用了苏州大学艺术学院和宁波服装职业技术学院学生的作业，在此一一向他们致谢。同时还要感谢许星和李琼舟老师共同为本书收集图片资料。感谢中国纺织出版社美术图书分社策划编辑们对本书的支持和帮助！希望本书的修订出版能继续得到服装界以及设计界专家、学者的指点。

史林

2014年6月于北京

第一章 现代服装设计的历史/001

第一节 服装设计的由来和发展背景/001

一、服装设计的由来/001

二、影响服装设计的发展背景/001

第二节 服装设计师与流行/002

一、个体设计师主宰流行阶段——19世纪中期至20世纪50年代/002

二、设计师群体主宰流行阶段——20世纪60年代至80年代/003

三、大众与设计师共同创造流行阶段——20世纪80年代至今/005

第二章 服装设计的内涵与外延/007

第一节 设计的类型与范畴/007

一、人与自然之间/007

二、人与社会之间/008

三、社会与自然之间/008

第二节 服装设计的概念/008

第三节 服装设计的属性/009

第三章 服装的美学特征与服装设计师的素养/011

第一节 服装的美学特征/011

第二节 服装设计师的素养/012

一、道德素养/013

二、艺术素养/013

三、文化素养/014

四、专业知识素养/015

五、心理素养/016

第四章 服装的分类/017

第一节 礼服/017

一、日间礼服/017

二、夜间礼服/017

第二节 日常休闲服/018

一、休闲服的由来/018

二、休闲服的含义/019

三、休闲服的类别/019

第三节 职业服/020

一、职业制服/020

二、职业工装/021

三、职业时装/021

第四节 运动服/021

第五章 服装设计的创造性思维/023

第一节 逻辑思维/023

第二节 形象思维/023

一、设计观/023

二、创造力/024

三、想象力/025

四、生活在表象里/025

第三节 发散思维与辐合思维/026

一、发散思维/026

二、辐合思维/031

第四节 成衣的创意/031

第六章 服装设计的要素/033

第一节 面料/033

一、面料的肌理/033

二、面料的性能/033

三、面料的纹样/034

四、面料的搭配组合/035

五、面料的二次艺术加工/038

第二节 色彩/040

一、色彩的基本常识/040

二、色彩的审美特性/041

三、服装色彩的组合美/042

四、服装色彩的整体美/044

五、流行色/046

第三节 款式/047

一、款式的外廓形/047

二、款式的内结构/048

三、细节设计/055

第七章 服装设计的程序/057

第一节 准备阶段/057

一、对目标消费群的信息收集/057

二、对目标市场的信息收集/057

三、对国际服装发布会信息的收集/058

四、对面料信息的收集/058

第二节 构思阶段/058

第三节 提供设计概念阶段/058

第四节 结构设计阶段/059

第五节 缝制工艺设计阶段/059

第八章 服装设计形式美法则的运用/061

第一节 有机、和谐是服装美的最高形式/061

一、多样性的统一/061

二、统一的多样性/061

三、比例与尺度/063

四、重点强调/064

第二节 新颖是服装美的终极目标/065

第九章 服装设计中的点、线、面、体形态/067

第一节 点形态/067

一、首饰/067

二、纽扣/067

三、面料的点纹样/067

四、独幅花纹/067

第二节 线形态/068

一、螺旋线/068

二、之字形线/068

三、波状线/068

四、弧线/069

五、滚边线/069

六、几何纹样/069

第三节 面形态/069

第四节 体形态/070

第十章 服装的系列设计/071

第一节 系列设计的概念/071

第二节 系列设计的原则/071

第三节 系列设计的表现形式/072

一、发掘主题理念的系列设计/072

二、强调色彩主调的系列设计/073

三、注重面料质地的系列设计/073

四、突出基本廓形的系列设计/075

第十一章 服装的款式与流行/077

第一节 流行的概念、发展和特征/077

一、流行的概念/077

二、流行的发展/077

三、流行的特征/077

第二节 20世纪服装流行趋势回顾/078

一、1900~1909年/078

二、1910~1919年/078

三、1920~1929年/078

四、1930~1939年/079

五、1940~1949年/079

六、1950~1959年/080

七、1960~1969年/080

八、1970~1979年/081

九、1980~1989年/082

十、1990~1999年/083

第十二章 服装设计个案分析/085

参考文献/124

人们今天所说的设计,其实仅发生在18世纪中期欧洲的产业革命之后,至今只有二百多年的历史。在这之前,所有的手工艺制品是没有单独的“设计”意识的。服装设计也是一样,过去缝制衣服的“裁缝”,其实是集设计、裁剪、缝制于一身的手工业者,而真正意义上的服装设计,直至19世纪中期才诞生。

第一节 服装设计的由来和发展背景

一、服装设计的由来

在人类的农耕时代,由于生产力低下,交通、通讯不发达,生活节奏十分缓慢,一种服装款式几乎延续上百年的时间也不会改变。那时有钱人家的衣服是雇裁缝到家里量体裁衣,而一般人家的衣服都是自家缝制,缝衣服的手艺也是主妇们代代相传的。

19世纪中期的欧洲,一位年轻的英国裁缝到法国巴黎开了一家裁缝店,专为中产阶级及达官贵人裁制衣服,同时他还事先设计好许多样衣,让前来做衣服的顾客从中选购,这位裁缝就是后来被人们称为“时装之父”的查尔斯·弗雷德里克·沃斯(Charles Frederick Worth, 1826—1895)。沃斯是世界上最早把裁缝工作从宫廷、豪宅搬到社会,并自行设计和营销的裁缝,也是第一位能将设计、裁剪、缝制集于一身,多才多艺的设计师。从沃斯开始,服装进入了由设计师主宰流行的新时代(图1-1)。

二、影响服装设计的发展背景

18世纪,英国的产业革命波及了整个欧洲和美洲,这对于人类来说是一场伟大的变革,它结束了漫长的农耕手工业时代,使人类社会跨入机械工业生产阶段,并且带动了整个社会的经济、文化、艺术的腾飞。正是在这场产业革命之后才诞生了真正意义上的设计(Design)。

19世纪的“沃斯”时代,欧洲产业革命已接近尾声,法国已拥有75万台动力织机,飞速发展的纺织业以机械化

大生产的方式,快速生产着品质优良的布匹。1846年,自美国人埃利亚斯·豪(Elias Howe, 1819—1867)发明了两根线运作的缝纫机后,纺织与服装工业就不断涌现出新的技术革命,这促使沃斯的服装事业产生了史无前例的工业化和商品化现象,人们不远万里地来到巴黎整箱整箱地购买他的服装。沃斯的高级时装业在这一时期达到了发展的顶峰。虽然他的设计并没有脱离古典主义的轨道,但是我们不难看出,服装设计的发展与科学技术的推进、社会经济的变革等有着不可分割的联系。

20世纪初,一支俄罗斯芭蕾舞团为巴黎带去了阿拉伯风格的舞蹈《泪泉》,异国情调、宽松舒适的舞蹈服饰风格,吸引并震撼了当时的法国服装设计师,他们毅然抛弃了延续使用三百多年的紧身胸衣,吸收东方民族的服饰特色,破天荒地开创了东西方服饰艺术相结合的设计新思路。



图1-1 沃斯设计的服装

20世纪初,第一次世界大战掀起了政治风云变幻,欧洲女权运动的兴起、女子教育的普及,使妇女摆脱了做男人花瓶的羁绊,史无前例地离开家门走向社会。这一切社会变革,都在客观上加速了女装的现代化设计进程。设计师一反传统美学的既定价值,结束了有上千年女装历史的拖地长裙,而代之以简洁、朴实、舒适的服装造型。由此看来,服装设计的发展与战争、社会政治变革、艺术交流、文艺思潮等社会背景是紧密相连的。

第二节 服装设计师与流行

从“沃斯”时代算起,服装设计已有一个半世纪的历史,这段历史中涌现出了无数优秀设计师,而且几经怀旧轮回,服装款式的变化也无比丰富,一次次地造就和翻新了国际流行时尚。关于服装的发展史在此我们不一一赘述,但设计师与流行的关系,却很微妙地经历了以下几个阶段。



图1-2 保罗·波烈设计的服装



图1-3 巴伦夏加设计的服装

一、个体设计师主宰流行阶段——19世纪中期至20世纪50年代

自从沃斯开创了服装设计事业,设计师队伍也开始壮大起来。随着服装业的扩展,法国又出现了许多设计新人,如活跃于20世纪初的保罗·波烈(Paul Poiret, 1879—1944, 法国)、玛德琳·维奥内(Madeleine Vionnet, 1876—1975, 法国),在20世纪20年代和50年代曾两度风靡的加布里埃·夏奈尔(Gabrielle Chanel, 1883—1971),称雄于20世纪50年代的克里斯汀·迪奥(Christian Dior, 1905—1957)、克里斯托伯·巴伦夏加(Cristobal Balenciaga, 1895—1972, 西班牙)、皮埃尔·巴尔曼(Pierre Balmain, 1914—1982, 法国)等。尽管他们只是设计师群体的代表人物,然而与现在短期内形成的庞大设计师队伍相比,当时的设计师仍然是凤毛麟角的。他们的工作主要是为社会上层名流、达官贵人以及演艺界成年女性设计高级时装。人们追逐设计师的时装发布信息,就像追逐流星,生怕自己会落伍而被人耻笑。这是设计师在创造流行、主宰流行的特殊世纪,连国家的权威报纸,都把最新的时装信息放到头版头条,由此可见此时服装设计师地位的重要性(图1-2、图1-3)。

二、设计师群体主宰流行阶段——20世纪60年代至80年代

20世纪60年代发生了反传统的年轻风暴。战后成长起来的青年人对时装界一贯的做法不满，他们要为自己设计服装来对抗传统的服装美学。他们对整个社会体制也不满，对摇滚乐歌星的崇拜取代了电影明星，留长发、穿牛仔的嬉皮士、避世派风靡欧美，朋克族成了青年的模仿对象。这一阶段登台的设计师是一大批年轻人，他们中的代表有：迷你裙设计者玛丽·奎恩特（Mary Quant，1934—，英国）、安德烈·辜耶基（Andre Courreges，法国）、宇宙服创始人皮尔·卡丹（Pierre Cardin，1922—，意大利）、波普风格创始人伊夫·圣·洛朗（Yves Saint Laurent，1936—2008，阿尔及利亚）、朋克装创始人薇薇安·韦斯特伍德（Vivienne Westwood，1941—，英国）、男性化宽肩女装创始人乔治·阿玛尼（Giorgio Armani，1935—，意大利）、女性化收腰皮装创始人阿瑟丁·阿拉亚（Azzedine Alaia，1940—，突尼斯）等。而且70年代兴起的高级成衣业，也催生了一大批新的设计师，如卡尔·拉格菲尔德（Karl Lagerfeld，1939—，德国）是欧洲设计师代表之一，超大风格创始人三宅一生（Issey Miyake，1938—，日本）、乞丐装创始人川



图1-5 伊夫·圣·洛朗设计的波普风格服装

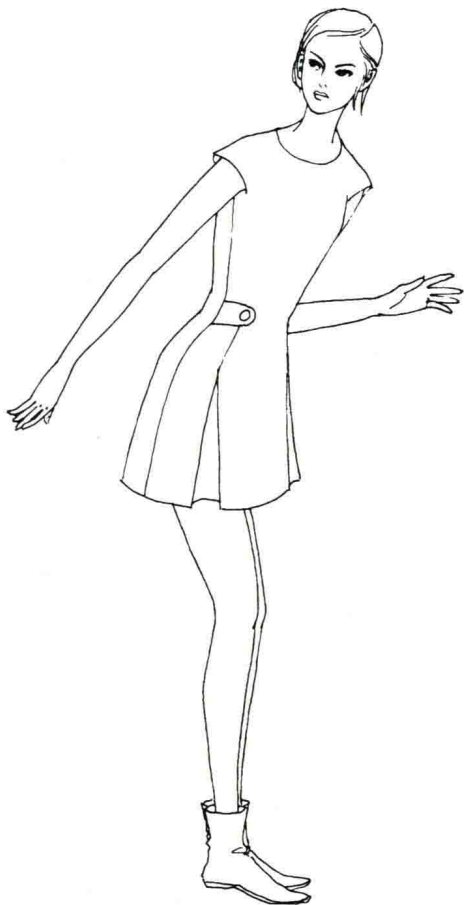


图1-4 玛丽·奎恩特设计的迷你裙



图1-6 阿瑟丁·阿拉亚设计的宽肩皮套装



图1-7 皮尔·卡丹设计的宇宙服

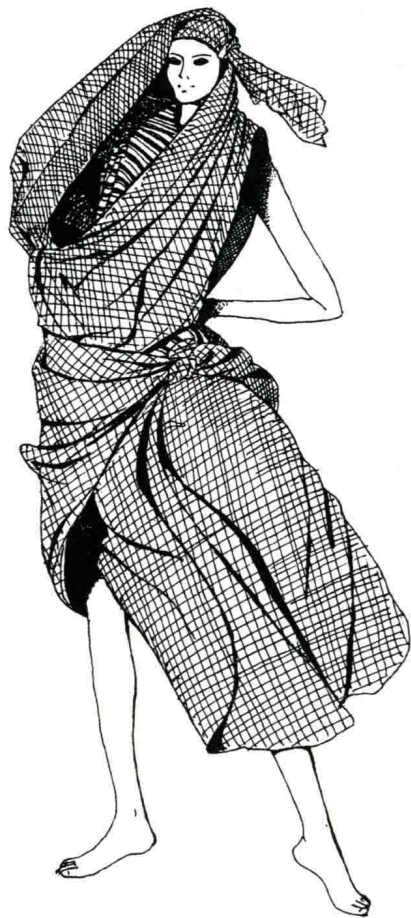


图1-8 三宅一生设计的“超大型”服装



图1-9 乔治·阿玛尼设计的男性化女装



图1-10 维维安·韦斯特伍德设计的服装

久保玲 (Kawakubo Rei, 1942— , 日本) 等是东方设计师的代表。受到年轻风暴冲击的高级时装设计师们, 此时也加入到设计高级成衣行列。这是设计师群体主宰流行的时代, 他们创造的迷你裙、热裤、喇叭裤、各种类型的装扮等, 一次次引领着风靡世界的服装潮流 (图1-4~图1-10)。

三、大众与设计师共同创造流行阶段——20世纪80年代至今

其实早在20世纪70年代, 英国朋克族的黑皮夹克配牛仔裤、法国摇滚族、美国嬉皮士的T恤配牛仔裤等装扮, 都是年轻人自己创造的, 可见从那时开始就已经显露出设计师与消费者共同主宰流行的端倪。

自20世纪80年代起, 服装款式设计基本是在怀旧与回归之中徘徊, 创造新颖时装的着眼点已经逐步移向了其载体——面料。人们生活方式的改变促使休闲风劲吹, 消费者追求的是个性化穿着, 并不盲从于任何人。这是一个服装款式混杂的时代, 长的、短的、宽的、窄的服装无处不在, 没有哪个设计师能够左右世界的流行。



图1-11 约翰·加里亚诺设计的服装



图1-12 亚历山大·麦克奎恩设计的服装

各国设计师阵营不断壮大, 世界已形成了五大时装中心——巴黎、伦敦、纽约、米兰和东京。20世纪90年代, 老一辈设计师相继退居二线, 百年老品牌逐渐由年轻的设计师掌门, 他们的灵感来自世界各个民族、各个阶层的服装, 甚至街头时装、妖艳的妓女装、流浪汉的破衣、烂衫等都是他们设计灵感的源泉。可以说, 这个时代设计师是在和大众共同创造着流行。

这一阶段的设计师代表是: 迪奥公司的第五任设计主帅约翰·加里亚诺 (John Galliano, 1961— , 英国) (图1-11)、英国设计师亚历山大·麦克奎恩 (Alexander McQueen, 1969—) (图1-12)、法国设计师让·保罗·戈蒂埃 (Jean Paul Gaultier, 1952—) (图1-13)、伊夫·圣·洛朗公司的新艺术总监汤姆·福特 (Tom Ford, 美国) (图1-14)、路易·威登公司的首席设计师马克·扎克伯斯 (Marc Jacobs, 1964— , 美国) 等。



图1-13 让·保罗·戈蒂埃设计的服装



图1-14 汤姆·福特为YSL设计的服装

英文Design即设想、运筹、计划、预算等,是人类为实现某种特定的目的而进行的创造性活动。对于现代设计这一概念,1964年“国际设计讲习班”为其下了一个权威性的定义:设计是一种创造性的活动,其目的是确定工业产品的形式性质。这些形式既包括产品的外部特征,也包括产品作为一个消费品的结构与功能的关系。

第一节 设计的类型与范畴

在这个世界上,凡是与人类衣、食、住、行等生活相关的用品,小到针头线脑、发夹耳钉,大到轮船飞机、人造卫星、宇宙飞船,可以说样样都是经过精心设计制作而成的,它们都属于设计范畴。如此庞大的领域应当如何给它们分类呢?我们的服装设计又应当属于什么类别呢?关于这个问题,各国专家学者都曾发表过自己的见解,其中日本学者川添登在其1992年出版的“何为设计”一书中,将构成人类世界的三大要素:人、社会、自然作为划分设计类型的坐标点,由它们的对应关系,形成相应的三大基本设计类型,应当是比较科学的(图2-1)。

一、人与自然之间

人类相对于大自然就像蚂蚁一般是十分渺小的,洪水泛滥、火山爆

发都会给人类带来灭顶之灾。远古时代的人类生活在这个大自然中,首先必须懂得适者生存的道理,一方面要学会适应,会寻找自然界能够维持生命的物品,如食品和水;另一方面还要用各种方法应对一切危及自己生命的自然现象和野兽,其中必要的就是制造工具,这是人类与其他动物的本质区别,设计活动就是伴随着制造工

具的人的产生而产生的。例如:距今约二万年前的旧石器时代,我们的祖先山顶洞人就有使用石器、骨角器具的遗迹,并有石锥和雕刻器等工具,他们用兽骨磨制成针缝合兽皮裹身御寒,这时已略有设计活动的雏形,这是人类设计活动的起源。新石器时代(距今约9000~8000年前)由于农业的诞生人类进入了农业社会,不必再

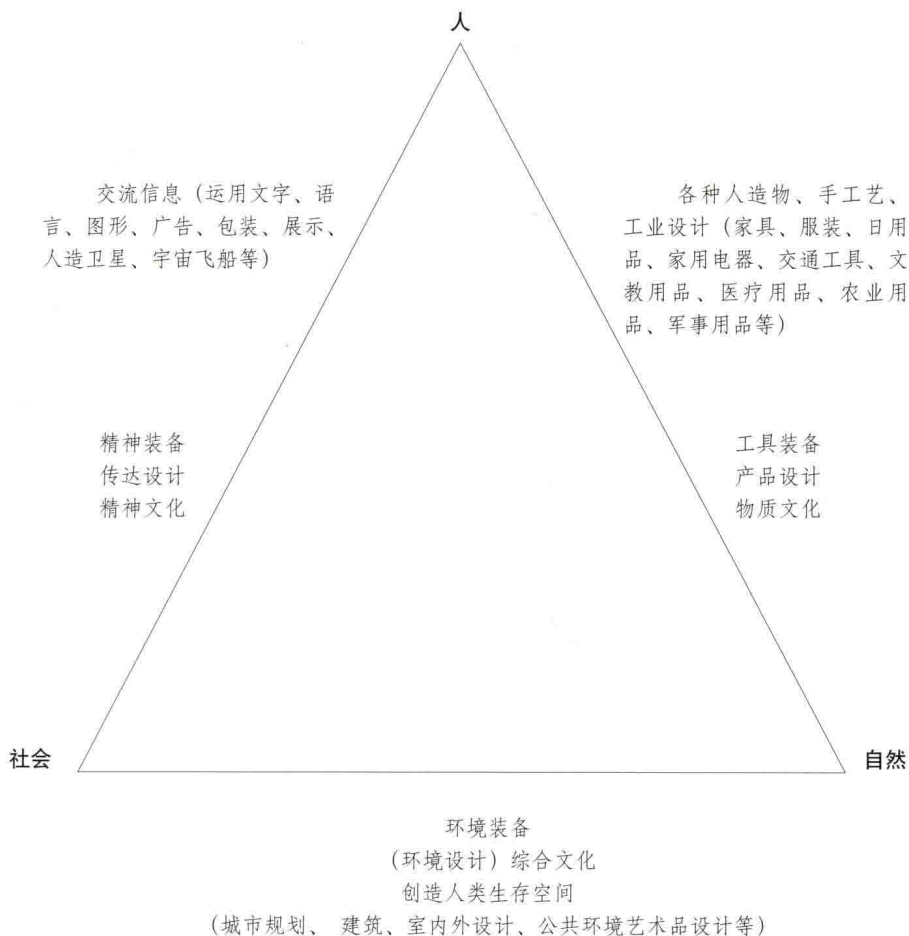


图2-1 设计的类别与范畴

到处游牧,食物也不匮乏,多数人可从事分工创造,各种器物随之产生,使得人类的造型或设计活动,进入正式而稳定的阶段。我国半坡遗址的仰韶文化,就发现陶制的盆、罐、瓶、壶、钵等物品。人类真正设计活动的开始就在新石器时代。

在发现了金属之后,又用其制造了各种青铜器、矛头盾牌等。后来,人类不断创造、发明、革新,并使自己进入了工业社会,于是无数工业产品便成为了人类利用自然、改造自然的有力工具。面对山洪人们筑坝、修水库,还可利用水力、风力发电,在土地上可以种植粮食、蔬菜,地下可以开采矿物、石油,天上可以利用太阳能,海底还可收集无数宝藏。由此可见,人类和大自然的关系一方面要融入其中,找寻和制造丰富的物质,用以满足日常生活的需要,同时又要制造各种工具产品,用以应对、利用和改造大自然。这一切我们都可归于产品设计、工具装备,属于物质文化的范畴。

二、人与社会之间

人类区别于动物的第一次变革是集体群居而形成了原始社会,在社会中人与人之间需要精神交流,于是在漫长的岁月中逐渐创造了图形、文字、语言……在现代社会,远距离的交流需要通讯传达,而远古时期的远距离交流则需要步行或者骑马送信,马拉松赛跑就是这样诞生的:公元前490年波斯和希腊交战,雅典人派了快跑能手斐力庇第斯到邻国求援,他以惊人的速度用了整整两天的时间来回跑了近150公里。为了纪念这次战争的胜利和表彰英雄斐力庇第斯的功绩,1896年在雅典举行的第一届奥运会上,设立了一个新的竞赛项目——马拉松。

人类的精神交流是多方面的,

包括文化、思想、政治、道德、法律、宗教等,这些都属于社会关系。人的发展需要社会。人一旦离开社会就不再是人了,例如狼孩:村子里丢了一个婴儿,是被一条母狼叼走的,这条母狼出于母爱不但没有吃掉孩子,反而用自己的奶水把孩子养大了。但是,由于孩子离开了人类社会,他不会说话,只会像狼一样嚎叫,不会走路,只会爬行,不会吃饭,只吃森林里的野果和昆虫,他只有人类的身体而没有人类的智慧头脑,没有会制造工具的双手,因而我们根本不能称其为人。由此可见,人类本身是具有社会性的,人的成长离不开社会,反之社会的发展同样也离不开人类。

人们从原始社会进入农业社会,发明了造纸、活字印刷术,于是出现了纸质的书本。进入工业社会后,聪明的人类逐步发明了照相机、电话、电报、广播,直至今天的电视、电脑、手机、卫星通讯等,这一切设计应当属于传达设计、精神装备范畴。

三、社会与自然之间

原始社会时,群居在洞穴里的人类组成了社会。后来在农业社会有了家庭便有了单独的房子即农舍,进入工业社会后人们逐步需要在大自然里创造优美的生存空间和良好的自然环境,于是庄园、别墅、花园纷纷产生了。城市需要进行规划设计,城市雕塑、街心花园的设计,花草的摆放,这一切仍然要与大自然产生联系,即社会与自然之间需要有环境设计,包括建筑设计、室内装饰设计、花园设计、景观设计、轨道交通设计等,这些综合起来就应当属于环境装备范畴。

以上我们将构成世界的三大要素:人类、大自然和社会这三者之

间的关系所产生的设计做了大致的分类,这种分类的方法可以说已经囊括了一切设计。

第二节 服装设计的概念

设计和绘画不同,设计必须制造出实用而且美观的物品,只能画出设计图而制造不出来是不行的。什么是服装设计呢?当我们有了某种服装的需求,进入海阔天空的构想,画出自己设想的服装款式之后,是否就完成了设计任务?肯定地说还没有。因为你设计的服装款式究竟能否制作出来?做出来能否穿着合适?这一切都还是个未知数,而这一切应当是设计师所回答的。所以,设计师必须将设计图变成实物,经过模特试穿,不合适还得反复修改,直到满意为止。

在这个过程中,设计师首先需要根据设计意图选择面料、辅料,此时很可能所需的面料色彩或面料质地找不到,那么只能在尽可能符合设计要求的基础上更换面料,面料的更换意味着设计图必须做相应的改变;在进



图2-2 添加了尺寸的平面款式图和强调面料肌理的设计效果图