



“本科教学工程”全国服装专业规划教材
高等教育“十二五”部委级规划教材

服装设计

FUZHUANG SHEJI

陈莹 丁瑛 辛芳芳 编著

- > 服装设计流程360度解析
- > 成衣创意设计案例全面透视
- > 与销售、生产等环节合理对接



化学工业出版社



“本科教学工程”全国服装专业规划教材
高等教育“十二五”部委级规划教材

服装设计

FUZHUANG SHEJI

陈莹 丁瑛 辛芳芳 编著



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书以体现教育“面向工业、面向未来、面向世界”的工程教育理念为宗旨,着重阐述服装设计的基本知识、基础理论和基本规律,与服装设计、生产、销售等环节的实际需求相结合,以成衣设计为案例来突出本书的针对性和实用性特点,以期达到实用、快捷、便于掌握和应用的目的。本书立足于服装设计基础,强化成衣设计与表达,成衣设计管理的内容,是一本特色鲜明,实用性、针对性强的教材。

本书不仅适合于实施“卓越工程师计划”的服装设计与工程专业,而且也适合服装与服饰设计、服装市场营销等相关专业学生使用,对从事品牌服装设计的专业人员及广大的服装设计爱好者也具有参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

服装设计/陈莹,丁瑛,辛芳芳编著. —北京:化学工业出版社, 2015. 5

“本科教学工程”全国服装专业规划教材

高等教育“十二五”部委级规划教材

ISBN 978-7-122-22897-0

I. ①服… II. ①陈…②丁…③辛… III. ①服装设计-高等学校-教材 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第020020号

责任编辑:李彦芳

装帧设计:史利平

责任校对:宋 玮

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:北京彩云龙印刷有限公司

787mm×1092mm 1/16 印张13 字数312千字 2015年5月北京第1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: 59.00元

版权所有 违者必究

“本科教学工程”全国纺织服装专业规划教材

编审委员会

主任委员 姚 穆

副主任委员

【纺织专业】 李 津 潘志娟 邱夷平 沈兰萍 汪建华 王鸿博 于永玲

张尚勇 祝成炎

【服装专业】 刘静伟 李运河 刘炳勇 谢 红 熊兆飞 邹奉元 赵 平

【轻化专业】 兰建武 宋欣荣 阎克路 杨 庆 郑今欢 朱 平

委 员 (按姓名汉语拼音排列)

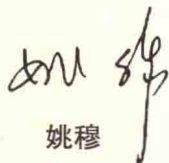
白 燕	本德萍	毕松梅	蔡光明	陈桂林	陈建伟	陈明艳	陈 思
陈 添	陈 廷	陈晓鹏	陈学军	陈衍夏	陈益人	陈 莹	程德山
储长流	崔 莉	崔荣荣	戴宏钦	邓中民	丁志荣	杜 莹	段亚峰
范福军	范学军	冯 岑	冯 洁	高 琳	龚小舟	巩继贤	关晋平
管永华	郭建生	郭 敏	郭 嫣	何建新	侯东昱	胡洛燕	胡 毅
黄 晨	黄立新	黄小华	贾永堂	江南方	姜凤琴	姜会钰	瞿银球
兰建武	李超德	李春晓	李德俊	李 虹	李建强	李 明	李 强
李士焕	李素英	李 伟	李晓久	李晓鲁	李晓蓉	李艳梅	李 莹
李营建	李 政	梁 军	梁列峰	梁亚林	林俊雄	林晓新	林子务
凌文漪	刘常威	刘今强	刘让同	刘 陶	刘小红	刘晓刚	刘 越
吕立斌	罗以喜	罗 莹	罗云平	孟长明	孟春丽	倪武帆	牛建设
潘福奎	潘勇军	钱晓明	乔 南	权 衡	任家智	尚新柱	邵建中
沈 雷	沈一峰	沈 勇	石锦志	宋嘉朴	睦建华	孙恩乐	孙妍妍
孙玉钗	汤爱青	陶 辉	田孟超	庾 武	万忠瑜	汪建华	汪 澜
王春霞	王 浩	王家俊	王 健	王 蕾	王利平	王琪明	王士林
王祥荣	王 鑫	王 旭	王燕萍	韦 炜	魏春霞	魏玉娟	邬红芳
吴 洪	吴济宏	吴建川	吴明华	吴赞敏	武继松	奚柏君	肖 丰
谢光银	谢 琴	谢志敏	邢明杰	邢建伟	熊 伟	徐 东	徐 静
徐开元	徐山青	许瑞琪	许云辉	薛瑰一	薛 元	闫承花	闫红芹
杨 莉	杨庆斌	杨瑞华	杨雪梅	杨佑国	叶汶祥	翼艳波	尹志红
尤 奇	余志成	袁惠芬	袁金龙	翟亚丽	张广知	张龙琳	张 明
张启译	张如全	张瑞萍	张小良	张一心	张 翼	张永芳	张 瑜
张增强	赵 慧	钟安华	周衡书	周 静	周 蓉	周文常	周文杰
周义德	朱宏达	朱洪峰	朱焕良	朱进忠	朱正峰	宗亚宁	邹专勇

序

教育是推动经济发展和社会进步的重要力量，高等教育更是提高国民素质和国家综合竞争力的重要支撑。近年来，我国高等教育在数量和规模方面迅速扩张，实现了高等教育由“精英化”向“大众化”的转变，满足了人民群众接受高等教育的愿望。我国是纺织服装教育大国，纺织本科院校47所，服装本科院校126所，每年两万余人通过纺织服装高等教育。现在是纺织服装产业转型升级的关键期，纺织服装高等教育更是承担了培养专业人才、提升专业素质的重任。

化学工业出版社作为国家一级综合出版社，是国家规划教材的重要出版基地，为我国高等教育的发展做出了积极贡献，被新闻出版总署评价为“导向正确、管理规范、特色鲜明、效益良好的模范出版社”。依照《教育部关于实施卓越工程师教育培养计划的若干意见》（教高〔2011〕1号文件）和《教育部财政部关于“十二五”期间实施“高等学校本科教学质量与教学改革工程”的意见》（教高〔2011〕6号文件）两个文件精神，2012年10月，化学工业出版社邀请开设纺织服装类专业的26所骨干院校和纺织服装相关行业企业作为教材建设单位，共同研讨开发纺织服装“本科教学工程”规划教材，成立了“纺织服装‘本科教学工程’规划教材编审委员会”，拟在“十二五”期间组织相关院校一线教师和相关企业技术人员，在深入调研、整体规划的基础上，编写出版一套纺织服装类相关专业基础课、专业课教材，该批教材将涵盖本科院校的纺织工程、服装设计与工程、非织造材料与工程、轻化工程（染整方向）等专业开设的课程。该套教材的首批编写计划已顺利实施，首批60余本教材将于2013—2014年陆续出版。

该套教材的建设贯彻了卓越工程师的培养要求，以工程教育改革创新为目标，以素质教育、创新教育为基础，以行业指导、校企合作为方法，以学生能力培养为本位的教育理念；教材编写中突出了理论知识精简、适用，加强实践内容的原则；强调增加一定比例的高新奇特内容；推进多媒体和数字化教材；兼顾相关交叉学科的融合和基础科学在专业中的应用。整套教材具有较好的系统性和规划性。此套教材汇集众多纺织服装本科院校教师的教学经验和教改成果，又得到了相关行业企业专家的指导和积极参与，相信它的出版不仅能较好地满足本科院校纺织服装类专业的教学需求，而且对促进本科教学建设与改革、提高教学质量也将起到积极的推动作用。希望每一位与纺织服装本科教育相关的教师和行业技术人员，都能关注、参与此套教材的建设，并提出宝贵的意见和建议。


姚穆

2013.3

前言



Preface

中国高等服装教育是在改革开放的背景下,于20世纪70年代末至80年代初应运而生的。如果说从无到有,经历了零的突破,形成了我国自身的服装高等教育体系为第一发展阶段的话,那么,之后的在全国范围的大发展,从无序竞争到有序竞争,从各显神通、比较随意,到规范化教学与管理,引进国外先进的服装教育理念,调整、优化、完善我国服装高等教育体制,完成了第二次飞跃。而今,我们面临着与国外服装教育机构同台竞技的局面,仅在上海地区,就有五家分别来自加拿大、法国、意大利、日本、英国的著名服装教育机构进驻上海办学及合作办学。信息化社会,全球一体化趋势,创意经济时代对我国的服装高等教育提出了新的要求,而这些要求集中反映在对多层次服装创新人才培养的问题上,问题的关键又表现为健全并完善服装创新人才的多样化培养体系上。针对服装设计与工程专业实施的“卓越工程师培养计划”,正是在这样的背景下推出来的,其目的在于:探索适应我国社会 and 经济发展对于现代服装设计与工程技术人才培养的需要,以及服装行业发展中对多学科交叉复合型人才培养的需要,体现教育“面向工业、面向未来、面向世界”的工程教育理念的一个新的培养体系。我们正在经历着中国服装高等教育第三次的跨越,这次跨越将使中国的服装高等教育在与国际接轨,与服装工业、与创意产业紧密对接中提升到国际化先进的标准水平。

伴随着服装的发展和服装教育的不断前行,服装设计教材也经历了不断更新、完善的过程。30年前从使用影印的日本文化服装学院的教材开始了我们的服装高等教育,时至今日,经过几个五年计划,培育出版的国产教材极其丰富,其内容更广泛、更深入、更切合服装工业的实际,更加系统,更加专业化。与此同时,还直接引进出版国际上著名时装院校的教材,吸收国际上先进的服装教育理念。在这样的背景之下,服装设计与工程专业又开始了新的“卓越工程师培养计划”的尝试,针对这一新的培养计划和目标,化学工业出版社组织了多所院校的教师撰写“‘本科教学工程’服装专业规划教材”,我们很荣幸,承担了服装设计教材的编写。本教材的基本特色主要有以下几个方面。

- 1.着重阐述服装设计的基本知识、基础理论和基本规律,所选用的服装设计案例主要聚焦于成衣设计,具有针对性和实用性强的特点。

- 2.撰写内容不追求面面俱到,而是将成衣设计作为重点加以深入探讨,在论述过程中,强化了时尚流行趋势分析与预测的内容,同时辐射到其他相关的纺织服装知识内容。

- 3.充分与服装设计、生产、销售运行实际相结合,专门设置了“成衣设



计管理”章节,使该教材在“新颖”“特色”和“应用性”方面特点鲜明。

4.对创造性思维和创新设计能力的关注和内容贯穿于教材的各个章节之中,并且在成衣设计核心章节中专门设了一个“成衣创意设计”单元,有针对性地加以深入阐述。

5.与其他同类教材相比,该教材的另外一个特色在于,专门设置了成衣设计表现技法的章节,将适应于成衣设计与生产领域,最常用、最基本的表现技法进行较为深入的阐述,结合具体案例,图文并茂,以期达到实用、快捷、便于掌握和应用的目的,同时,也介绍几种适应于成衣效果图表现的电脑绘图软件。

6.加配了教学案例,使本教材对学生的学习更具指导性和参考价值。

本教材不仅适合于实施“卓越工程师计划”的服装设计与工程专业,而且也适合服装与服饰设计、服装市场营销等相关专业本科及大专学生使用,对从事品牌服装设计的专业人员及广大的服装设计爱好者也具有参考价值。本教材立足于服装设计基础,强化成衣设计与表达,成衣设计管理的内容,是一本特色鲜明,实用性、针对性强的教材。

本教材共分六章,其中第二章“服装设计基础理论”、第五章“成衣设计效果图表达”由丁瑛老师撰写;第六章“成衣设计管理”由辛芳芳老师撰写;第一章“服装设计概论”、第三章“服装流行趋势的分析与预测”和第四章“成衣设计”由陈莹老师撰写。非常感谢各位撰写老师对本教材编写做出的重要贡献。同时还要感谢上海工程技术大学教务处处长谢红教授作为整套教材副主任委员的信任,感谢化学工业出版社的支持,在选题、教材框架和内容的把关上都为本教材付出了极大的智慧与精力。希望该教材能够得到服装院校师生及服装业界的欢迎。

编著者

2014年11月

第一章 服装设计概述 001

第一节 服装设计学研究的基本

内容 /001

- 一、服装穿着者——人 /001
- 二、时尚流行现象与流行趋势 /002
- 三、服装设计的基本方法和基本规律 /002
- 四、服装款式设计、结构设计和工艺设计之间的关系 /003

第二节 服装设计师 /003

- 一、服装设计师的出现 /004
- 二、服装设计师角色的分化与演变 /004
- 三、服装设计师发挥的作用 /005

四、服装设计师应具备的基本素质 /005

第三节 当代服装设计的表现形态与特点 /006

- 一、颠覆性 /006
- 二、快时尚 /007
- 三、跨界 /007
- 四、慢时尚 /008
- 五、泛时尚 /009
- 六、科技化 /009
- 七、环保性 /011

思考题 /012

第二章 服装设计基础理论 013

第一节 服装设计的基本原理与规律 /013

- 一、造型原理 /013
- 二、形式美原理 /014
- 三、结构原理 /018
- 四、设计规律 /019

第二节 服装设计的基本手法 /020

- 一、主题构思法 /020
- 二、素材构思法 /020
- 三、以点带面法 /021

四、同形异构法 /021

第三节 服装设计的基本元素 /022

- 一、造型元素 /022
- 二、廓型元素 /025
- 三、结构元素 /025
- 四、细节元素 /026
- 五、材料元素 /028
- 六、服装设计创造性思维方式 /032

思考题 /034

第三章 服装流行趋势的分析与预测 035

第一节 服装流行 /035

- 一、服装流行的基本概念 /035
- 二、服装流行的基本类型 /036
- 三、服装流行的基本特征 /039
- 四、服装演变的基本规律 /040

第二节 影响服装变化与流行的因素 /047

- 一、影响服装变化与流行的外部因素 /047
- 二、影响服装变化与流行的内部因素 /051
- 三、影响服装变化与流行的其他因素 /053

第三节 流行趋势的预测与传播体系 /054

- 一、世界时装中心 /054
- 二、流行趋势运行规律 /055
- 三、时尚传媒 /055
- 四、国际流行趋势研究预测机构 /056
- 五、纺织服装展会 /056

第四节 流行趋势的调查、分析与

预测 /057

- 一、流行资讯与服装市场调研 /058
- 二、流行信息的分析 /061
- 三、流行趋势预测 /061

第五节 时装流行趋势主题的确立与表达 /062

- 一、流行趋势主题的确立 /063
- 二、流行趋势主题的表达 /064

第六节 时装流行趋势主题的确立与表达案例分析和操作 /074

- 一、流行趋势主题表达案例分析——“生态学”流行趋势的预测与表现案例分析 /074
- 二、流行趋势主题的确立与表达操作实践 /081

思考题 /090

实践题 /090

◎第四章 成衣设计——091

第一节 成衣发展的历史回顾 /091

- 一、成衣的雏形 /091
- 二、成衣的形成 /092
- 三、成衣的发展 /093
- 四、高级成衣的出现 /093

第二节 成衣的分类 /094

- 一、大众成衣 /094
- 二、高级成衣 /095

第三节 成衣运营的一般规律 /096

- 一、成衣一般时间运行事项 /096
- 二、快时尚成衣年运行时间 /097
- 三、一般成衣设计生产过程 /098

第四节 成衣类服装设计 /098

- 一、成衣类服装设计的特点 /098
- 二、成衣设计的两个阶段 /098
- 三、成衣类服装设计的基本要点 /099

第五节 成衣设计工作室 /106

- 一、成衣设计工作室人员的基本构成 /106

- 二、成衣设计工作室环境的基本构成 /106

- 三、设计师工作单 /107

- 四、设计师工艺单 /109

第六节 成衣创意设计方法 /111

- 一、“适合纹样”式的成衣创意设计方法 /111

- 二、“二方连续纹样”式的成衣创意设计方法 /114

- 三、“四方连续纹样”式的成衣创意设计方法 /114

- 四、“解构重组”的成衣创意设计方法 /117

第七节 品牌服装设计与教学案例 /118

- 一、基本概念 /118

- 二、品牌服装设计的要点与着眼点 /119

- 三、品牌服装设计教学案例 /120

思考题 /140

◎第五章 成衣设计效果图表达——141

第一节 成衣设计效果图稿的特点与要求 /141

- 一、成衣设计效果图稿的特点 /141
- 二、成衣设计效果图稿的基本要求 /142
- 三、成衣效果图稿的基本类型 /143

第二节 成衣设计效果图的表现方法 /147

- 一、效果图的重点 /147
- 二、手绘 /147

- 三、计算机绘制 /153

第三节 成衣设计效果图绘制的基本思路 /159

- 一、确定主题 /159

- 二、创作系列设计草图 /162

- 三、根据主题绘制效果图草稿 /163

- 四、成衣设计效果图的作用 /169

思考题 /174

◎第六章 成衣设计管理——175

第一节 设计管理 /175

- 一、设计管理的概念 /175
- 二、设计管理的目的 /176

第二节 成衣设计管理 /176

- 一、成衣设计与设计管理 /176
- 二、成衣设计管理的基本理念 /176
- 三、成衣设计管理的基本方法 /177

第三节 成衣设计管理的内容 /177

- 一、成衣市场调研 /177

- 二、成衣产品的定位 /180

- 三、成衣系列产品的策划 /188

- 四、成衣产品的实践 /193

第四节 设计团队与设计沟通 /194

- 一、设计团队的构成 /194

- 二、设计沟通 /198

思考题 /199

参考文献——200

第一章

服装设计概述

教学目标

通过本章的学习，对服装设计学所研究的基本内容有一个明确的了解；对服装设计师所扮演的角色、履行的职责、基本的素养有一个清楚的认识；对当代服装设计的特点形成一个总体认知；对本课程的学习做好各方面的准备。

授课重点

服装设计学所研究的基本内容；服装设计师应具备的基本素质。

第一节 ● 服装设计学研究的基本内容

从宏观的角度来说，服装设计属于工艺美术范畴，是实用性和艺术性相结合的一种艺术形式；是解决人们穿着生活体系中诸问题的富有创造性的计划及创作行为；是一门涉及领域极广的边缘学科，和文学、艺术、历史、哲学、美学、心理学、生理学以及人体工学等社会科学和自然科学密切相关。作为一门综合性的艺术，服装设计具有一般实用艺术的共性，但在内容与形式以及表达手段上又具有自身的特性。而服装设计学是研究如何进行服装设计的学问，其研究的基本内容直接指向服装设计的对象——人，以及社会科学与自然科学综合作用于服装所反映出的特性——时尚流行，具体包括服装设计基本方法与规律以及服装款式设计、结构设计和工艺设计之间关系的研究。

一、服装穿着者——人

人是服装的载体，服装是人类创造的产物，用来满足人类的各种需要。按照美国著名的社会心理学家马斯洛的“需求层次理论”，人类的需要被分为六个层次，它们由低层次到较高层次依次排列，分别是生理需求（Physiological needs）、安全需求（Safety needs）、爱和归属感需求（Love and belonging）、尊重需求（Esteem）、自我实现需求（Self-actualization）、自我超越需求（Self-Transcendence needs）。人类对服装的创造伴随着自身不断的演进、人类社会的不断进步和人类需求层次的不断提高而逐步发展。由此，人类赋予了服装具有防寒、护体、美化、遮羞、标识、情感表达等一系列功能。作为服装设计师，不但要善于把握穿着者表面显现出来的需求，还要善于挖掘人们内心深处的潜在需求，甚

至引导需求、创造需求。

服装设计是人类实现需求的重要媒介、表达方式和创造活动，它的规律、方法和审美原则也是以“人”为基本尺度总结提取出来的。因此，研究服装设计，首先要研究穿着者——人，其中包括人的着装心理和需求、人的审美观与价值观、人的个性特征和形体外貌特征、人的生活方式和行为特征等。但是这一切不是孤立存在的，而是与人类生存的自然环境和社会环境有着密切关联；也不是一成不变的，会随着自然与社会环境改变而演化。

二、时尚流行现象与流行趋势

人们审美情趣的变化、着装心理的变化和流行趋势的变化也是服装设计学研究的基本内容。这一切是基于对时代环境下人们的价值观、生活方式以及所呈现出来的时尚流行现象的研究。

有人说时装设计师是生活在超前时代的人，他们所创造的是未来的服饰风貌。事实的确如此，按照时尚流行规律来看，应季上市的服装要提前两年以上的时间就开始进行流行趋势的预测研究了，流行面料的推出提前一年，时装的发布提前半年。这就要求服装设计师独具慧眼，能够洞察、感悟存在于生活环境之中模糊不清但又暗流涌动的流行信息，把握未来流行的脉搏。这双“慧眼”除了一定的天生的敏锐之外，更需要后天学习训练所得。通过学习时尚流行理论，掌握流行规律，进行市场调研，主动观察、解析时尚流行现象，收集、研究流行趋势，多思考、多实践，敏锐的目光是可以训练出来的。除此之外，服装设计师，尤其是成衣设计师还必须具备将时尚资讯转化为品牌成衣设计之中的本领，用服装设计的特殊语言表达时尚流行，征服广大消费者。

研究时尚流行现象与流行趋势不仅仅是对当下，对近年来流行趋势的把握，还要对服装发展历史脉络有较为深入的了解，这是研究流行趋势的基础，能够帮助我们深刻理解并认识当今的流行与历史的渊源；从服装发展的轨迹中探寻流行的规律，有助于我们对时尚发展趋势做出合理的判断和预测。

三、服装设计的基本方法和基本规律

服装设计的基本方法和基本规律是人类长期在设计实践中体会、挖掘、总结出来的，具有普遍适用的意义，运用这些方法和规律可以帮助设计师创造出符合人们普遍审美心理和爱好的经典作品。因此，它们是设计师必须掌握的基本功。早在古希腊时期，由毕达哥拉斯为代表的学者们就对美的造型比例进行了深入的探讨，其研究出来的“黄金分割比例”被认为是能够被绝大多数人都认可的最完美的比例。之后的实验美学家们不断地从健康、完美的人体比例中找到了实证的依据。长期以来，“黄金分割比例”被人们尊崇为设计美学的法典之一，被广泛地运用在各种类型的设计之中，当然也包括服装设计。服装设计的基本方法和基本规律具有与“黄金分割比例”相同经典的特征，已成为服装设计教育不可或缺的基本内容。

然而，人类在探索、遵循美的设计规律的同时，也伴随着对经典和传统的突破。纵观服装发展的历史，也充分说明了这一点。整个20世纪的服装服饰发展充满了对传统服饰的离经叛道：初期的波瓦列特时期以及二三十年代对欧洲传统服饰古板造型、矫揉造作风

格和繁缛装饰的反叛，而以清新、简洁和年轻化风格成为新的时尚；60年代，以“迷你裙”“比基尼”“嬉皮士服饰”为代表的现代青年服饰与传统着装观念彻底决裂；80年代初由日本服装设计师群体推出的“反时尚”（Anti-fashion）潮流，突破了西方传统服饰的经典造型；当今“（超）低腰裤”“羊蹄鞋”“骷髅装”等的流行现象也是很难用服装设计的基本方法和基本规律来解释的。总之，每个时代（时期）都伴随着对传统服饰的延续和突破。因此，对服装设计基本方法和基本规律的应用也必须是灵活的，不能机械化、程式化和禁锢化。

四、服装款式设计、结构设计和工艺设计之间的关系

服装设计的概念包括服装的款式设计、结构设计和工艺设计这三大基本内容，不是纸面上设计的概念，而是一个设计、制作、完成后的成衣概念。这三者之间相辅相成，密不可分，缺一不可，而且彼此作用，互为相长。所以说，款式设计是整体服装设计的依据，位于前端；结构设计和工艺设计是实现款式设计的基础，也就是说，是否能达到设计预期的效果，结构设计和缝制工艺很关键。

在进行款式设计的同时，设计师的心中要对结构与工艺设计有所考量，这种考量有时表现为有意识的和主动的，有时则表现为无意识的和自然而然的。无论是有意识还是无意识的，都要求服装设计师具备平面裁剪、立体裁剪以及制作工艺的基础知识与技能，否则设计出来的东西往往无法实现，或达不到理想的效果。从这个角度上来看，结构与工艺设计对款式设计有着制约性，在一定程度上束缚了设计师的“手脚”。但换个角度看，熟练掌握服装结构与工艺则能有效地降低这种制约性，甚至于可以转化为设计师创新设计的能动性，调动设计师对协调款式、结构和制作工艺三者之间关系的创新，使其达到相互支持的最佳状态，从而获得理想的设计效果。此外，服装结构设计与制作工艺虽然是服装款式设计的基础，但款式设计也能反过来对结构与工艺的创新突破起到关键的推动作用。

第二节 服装设计师

服装设计师顾名思义就是从事服装设计的人，换句话说就是创造服装风貌的人，并有狭义和广义之分。狭义上指的是专门从事服装设计的专业人员，往往都是经过专业化的训练，掌握服装款式绘画技巧，熟悉服装结构和工艺，了解面料特征，研究时尚变化的人。专业服装设计师因从事不同类型的服装设计而有更细的划分，并被冠以不同的名称，如男装设计师、女装设计师、童装设计师、高级时装设计师、高级成衣设计师、普通成衣设计师及内衣设计师等。此外，服装设计师还因从事的工作内容性质不同被划分为设计总监、一线设计师和设计师助理。从广义的角度来看，服装设计师还可以是非专业人员，甚至可以理解为最广泛的服装穿着者，他们虽未经专业化训练，但都具有自我的审美意识和着装动机，每天都在从事着自我的服装搭配设计。尤其是20世纪50年代“街头时装”的兴起，直到现在流行的大众时尚、街拍服装等，普通大众，即非专业服装设计师所创造的服饰流行对主流服装设计的影响越来越显著。

一、服装设计师的出现

19世纪中期,由英国服装设计师查尔斯·弗雷德里克·沃斯(Charles Frederick Worth)开创了服装设计的时代。当时法国的尤金妮(Eugénie)皇后亲自任命沃斯为宫廷的服装设计师和裁剪师,自那时起便明确形成了服装设计师的概念,有了最早的服装设计师职业。与此同时,沃斯还将设计制作的服装让自己的妻子玛丽亚穿着展示,他的妻子也成为了世界上最早的真人服装模特儿。早期的服装设计师享有极高的地位,他们完全决定着服装的流行,左右着上流社会的情趣爱好。那些身居显赫皇家地位的女性为了谋得设计师设计制作的服装,不惜放下尊贵的身份去听取设计师的建议及安排,听从他们的指令来回走动试装。与沃斯大体同时代的服装设计师露西尔(Lucile)创造了为服装设计作品命名的做法,使作品更具魅力。服装设计师的出现促进了整个服装业和服装设计的发展,为保护设计师的作品不被剽窃,由沃斯发起,并于1868年创立了巴黎高级服装设计师协会。

二、服装设计师角色的分化与演变

20世纪初期至30年代,涌现出了一批杰出的服装设计师,最具影响力和代表性的设计师有保罗·波瓦列特(Paul Poiret)、金尼·朗万(Jeanne Lanvin)、可可·夏奈尔(Coco Chanel)、梅德兰·维奥内(Madeleine Vionnet)、伊莎·夏帕瑞莉(Elsa Schiaparelli)等,其中女性服装设计师占有相当重要的地位。设计师们发动了服装年轻化、自然化、实用化、简洁化的潮流,彻底告别了以成熟、老练、矫揉造作的贵族妇女为美的时代。

第二次世界大战结束后,以克里斯汀·迪奥(Christian Dior)、克里斯特巴尔·巴朗夏加(Cristobal Balenciaga)、休伯特·德·纪梵希(Hubert de Givenchy)为代表的设计师群体创造了20世纪50年代讲究时尚廓形设计的时代,其设计的高级女装以高贵、优雅、无华的面貌深入人心,盛世空前,设计师所扮演的决定时尚潮流绝对权威的角色没有改变。而在此之后,现代科学技术迅猛发展,电子计算机问世、太空航行登月实现、遗传工程的开启……尤其是“战后婴儿”的迅速成长,导致了社会结构和社会思潮的巨大变化,“街头时尚”随之兴起,具有反叛精神的青年群体对时尚的发展起到了重要的影响作用。此时涌现出了一批“先锋派”时装设计师,如帕克·拉班尼(Paco Rabanne)、安德烈·库雷热(Andre Courreges)、皮尔·卡丹(Pierre Cardin)、玛丽·奎特(Mary Quant)等,开创了20世纪60年代现代时装设计的新天地。与此同时,设计师的地位和所扮演的角色随之悄然发生了分化和演变,从先前对时尚潮流发展的“决定性”转变为“引领性”,具体表现为,一方面,主流设计师继续以自身的魅力引导着时尚潮流;另一方面则是受到来自另类青年群体街头时尚的挑战以及中产阶层消费倾向对时尚流行的左右,高级时装不断萎缩,高级成衣开始崛起。20世纪中后期代表性服装设计师有伊夫·圣洛朗(Yves Saint Laurent)、卡尔·拉格费尔德(Karl Lagerfeld)、乔吉欧·阿玛尼(Giorgio Armani)、杰佛兰科·费雷(Gianfranco Ferre)、加拉瓦尼·瓦伦蒂诺(Garavani Valentino)、杰尼·范思哲(Gianni Versace)、卡尔文·克莱恩(Calvin Klein)、三宅一生(Issey Miyake)、高田贤三(Kenzo)、川久保玲(Rei Kawakubo)及维微尼·韦斯特伍德(Vivienne Westwood)等,他们引导了回归自然、中性化、朋克、反时尚、雅皮士、复古风等一系列的流行浪潮。20世纪末至21世纪初,在那些具有影响力的设计师延续着他们创新能量的同时,设计师队伍的肌体中又

增添了一股极富反叛精神、充满活力的新鲜血液,如胡森·查拉扬(Hussein Chalayan)、金泊尔·戈蒂埃(Jean-Paul Gaultier)、约翰·加里亚诺(John Galiano)、亚历山大·麦奎恩(Alexander McQueen)及“安特卫普六君子”等成为代表性设计师。在他们的引领下,“内衣外穿”、解构混搭、未来科技、波普艺术、生态环保等时尚潮流此起彼伏。

如今,虽然服装设计师在一定程度上仍肩负着创造流行的责任,但以往所发挥的决定性作用已明显减弱,服装设计师越来越受到来自消费者个性化要求和选择的限制,以往比较单纯的服装款式设计已经被替换为生活方式的设计。每一季,设计师都要经历一个认识并把握流行趋势、寻找设计灵感、搜集面料和颜色的过程,并专注于设计出能够吸引特定消费群体的主题系列的生活方式。虽然时尚流行趋势仍然主要由欧洲专门的研究机构发布,但是相当多的设计师还是愿意到街头去观察消费者实际的着装趋势,从市场消费中把握流行动态,从街头大众的着装方式中汲取设计灵感。从这个角度上看,时装设计师所扮演的角色不仅仅是以往比较纯粹的服饰流行的创造者,还同时扮演着大众流行追随者的角色,在他们的许多设计作品中,或多或少都反映出街头风尚的影响。总之,当代的服装设计师服务于消费者的身份得到了极大的强化,满足消费者的需求,挖掘并创造消费者的需求,用情感化设计打动消费者,成为当代服装设计的一个重要特征。

三、服装设计师发挥的作用

纵观近现代世界服装发展的历史,服装设计师在其中发挥了巨大的作用,扮演了一个十分重要的角色。他们开创了服装设计的新时代,创造流行、引领时尚、美育大众、美化生活,指导并服务于消费者,传承、融通多元服饰文化等。伴随着时尚消费从贵族群体的小众化逐渐转变为大众化,服装设计师队伍有了实质性的发展壮大,并有了明确的划分。伴随着消费者审美水平的不断提高、时尚流行观念的不断加强以及个性化和自我意识的不断提升,服装设计师在时尚生活和服饰消费中所扮演的领导者的强势角色已逐渐转化成主要为服务大众的身份,所发挥的作用似乎没有早期时那么直接和显著了。然而服装设计师所扮演的时尚文化生活的引领者、创造者、服务者的身份和作用没有改变,只是更尊重消费者的意愿,更注重将自己个人的设计风格融入消费者的需求之中。服装设计师所考虑的问题更全面、更深刻,更关注环境保护、可持续发展等社会问题;设计上更体现人性化、情感化的特点;在创造服饰产品的附加价值上所发挥的作用仍然是巨大的和关键性的。

四、服装设计师应具备的基本素质

作为一个服装设计师必须具备良好的基本素质,它包括以下几个方面。

- ① 丰富的人文、社会、艺术、历史包括基本的自然科学的知识基础。
- ② 扎实的专业基础,如服装绘画、服装材料、服装款式设计、结构设计、制作工艺知识基础与动手实践能力。
- ③ 宽阔的视野、敏锐的观察能力,捕捉美、捕捉流行和设计灵感的能力。
- ④ 创新思维与创新设计能力。
- ⑤ 对服装设计的热爱与执着的追求。
- ⑥ 具备服装设计团队合作精神和坚强的毅力。

要做到这些,特别是对于立志成为时装设计师和从事服装工作的学生来说,需要不懈的努力;在接受服装教育的同时,也需要不断地追求自我完善,将基本素质的提高贯穿于学习、工作、生活的点点滴滴以及方方面面。

第三节 ● 当代服装设计的表现形态与特点

服装设计的发展依附于时代的发展和社会的发展,因此,表现出鲜明的时代特征。此外,服装设计的发展伴随着对服饰传统文化的不断承袭与突破。基于“时代性”和“传承与突破性”两个方面来观察当代服装设计,不难发现它具有“颠覆性”“快时尚”“慢时尚”“跨界性”“泛时尚”“科技化”“环保性”的表现形态与特点。

一、颠覆性

服装设计在当今创意经济时代下更显著地表现出极度的创新性与个性化,即这里所表述的“颠覆性”。比尔·盖茨曾说过:“创意具有裂变效应,1盎司创意能够带来难以计数的商业利益和商业奇迹。”这个说法在亚历山大·麦奎恩的颠覆性设计作品“低腰裤”和“骷髅丝巾”中得到印证,这种先锋设计被狂热地追捧,在席卷全球的案例中得以神奇体现(图1-1、图1-2)。同样,法国著名时装设计师金泊尔·戈蒂埃以幽默、反叛和惊奇的设计不断震撼整个时装界。20世纪90年代初,他为当时性感歌星麦当娜设计的具有冰激凌蛋筒胸部造型的紧身内衣式演出服,引起了“内衣外穿”的国际时尚风潮。图1-3是戈蒂埃在2012~2013秋冬季推出的女装设计作品中,也打破了传统的上下、里外服装的概念,上中有下,里中有外,极富创意,而又不失其实穿性。由此可以看出当今的服装创意设计是新颖的、惊人的、震撼的,但同时又是实效的。



图1-1 骷髅丝巾



图1-2 低腰裤



图1-3 戈蒂埃2012秋冬作品

二、快时尚

信息时代,时间因素对于一个创意产品的传播销售具有重大意义,而对于服装设计来说,其流动性、易逝性表现得更为突出。近些年来,以“H&M”“ZARA”为代表的“快时尚设计”迅速兴起,带动了全球的时尚潮流。快时尚是指以不具备经常消费高档奢侈品牌的能力,但对时尚有着强烈渴求的人们为目标消费群体;以“求速”为特点,借助奢侈品的设计力量,在流行趋势刚出现的时候,准确识别,把最好的创意最快地收为己用,并迅速推出相应的服装款式;以频繁更新的时尚、低价产品满足消费者对时尚的需求。实现快时尚的基础在于拥有快速反应能力的设计、生产、销售的灵活化、网络化和信息化系统。而这个基础正是当今创意经济时代的基本特征所能提供的。

三、跨界

人类创意或创造行为具有对学科交叉的依赖性。创意产业需要通过“跨界”促成不同行业、不同领域的重组与合作,通过“跨界”,寻找新的增长点,推动社会经济与文化的发展。“跨界设计”是当代服装原创性设计的重要渠道和方式。服装的跨界设计包括服装设计师与织物专家密切合作、艺术与服装设计联姻、科技与艺术结合及管理与设计结缘等。图1-4是英国圣·马丁服装设计专业教授与牛津大学生物学教授联手创造的生物主题时装。虽然早在20世纪30年代就有了超现实主义艺术家萨尔瓦多·达利与时装设计师夏帕瑞莉联手服装设计的典型案例,然而在今天,这种跨界被提到了时尚舞台的聚光灯下,备受瞩目,如时装设计师三宅一生与艺术家蔡国强共同合作的“爆破服”(图1-5、图1-6);路易·威登与画家Stephen Sprouse以及与日本艺术家村上隆合作的“涂鸦包”“樱桃包”红遍全球,时尚与艺术的结合已成趋势。



图1-4 生物主题时装



图1-5 时装设计师与艺术家
合作现场



图1-6 时装设计师与艺术家
共同创作的“爆破服”



图 1-7 Marni at H&M 2012
联名设计的印花连衣裙

影响力和传播性更为广泛的是H&M所掀起的跨界设计风潮。从2004年H&M与奢侈品牌时装设计师卡尔·拉格费尔德跨界设计开始至今,该品牌先后与Stella McCartney、Roberto Cavalli、Victor & Rolf、川久保玲及Matthew Williamson成功合作。2011年推出“Versace for H&M”系列,2012年又推出“Marni at H&M”系列(图1-7)。不仅如此,H&M还与偶像明星Madonna以及澳大利亚性感歌手Kylie Minogue开展跨界设计,分别推出“M by Madonna”和“H&M Loves Kylie”系列。跨界设计使H&M赢得了巨大的社会效应与商业价值。2009年4月29日公布的全球品牌价值排行榜中,H&M以120亿美元的品牌价值,位列服装品牌价值第一。从服装品牌“联姻”现象中可以看到,跨界对时尚创意产业发展的重要性;奢侈大牌与大众品牌通过联姻,双方都获得了较大的收益。奢侈大牌通过大众品牌的消费市场,培育顾客群体,扩大影响力;大众品牌的消费群体能花较少的钱体验到大牌的设计和文化。

四、慢时尚

与快时尚设计相比,“慢时尚”以其突出的高品质、经典、怀旧感等特质对消费者发挥着特有的魔力。慢时尚所关注的人性化、情感化、体验性、交互式、民族性的设计在创意经济时代被提到相当的高度,这与创意经济时代讲求创意产品的特定文化内涵及象征含义的特征有着密切的关系。处于高度信息化、快节奏、高压生活状态下的人们在享受着快时尚带来的变化与刺激的同时,又在内心深处渴望慢时尚所给予的精神上的滋养与身体上的舒展与快慰。如夏奈尔品牌所传承发展的经典;高田贤三、安娜·苏品牌所表现出的民族情节;“天意”品牌所营造出的中国传统文化内敛式的禅意等(图1-8~图1-10)。这种慢时尚在创意经济时代中不断地触动着人们情感化的神经,孕育出一批又一批富有感染力的创意服饰产品。



图 1-8 夏奈尔
2012 春夏作品



图 1-9 安娜·苏
2012 秋冬作品