

NEW COSTUME DESIGN
IGN 新成衣设计
STUME DESIGN
ME DESIGN

中外设计史与艺术设计思路解读丛书

新成衣设计

NEW COSTUME
DESIGN

主 编 丰 蔚
副主编 陈 静 林 璐



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内 容 提 要

成衣设计是源于工业化大生产的加工方式而产生的设计活动。本书通过导入工业社会下的现代服装设计发展简史,侧重结合历史与文化背景、经济等客观因素来解读当代成衣设计活动的发展和演变,使读者能够了解、掌握系统的成衣设计理论知识及应用技能,适应现代成衣行业的发展需求。

图书在版编目(CIP)数据

新成衣设计 / 丰蔚主编. -- 北京 : 中国水利水电出版社, 2012. 9
(中外设计史与艺术设计思路解读丛书)
ISBN 978-7-5170-0143-0

I. ①新… II. ①丰… III. ①服装设计 IV. ①TS941. 2

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第207006号

策划编辑 : 杨庆川 责任编辑 : 张玉玲 加工编辑 : 杨继东
设计指导 : 薛 江 设计制作 : 徐立萌 郝 丽 谢南勇

书 名	中外设计史与艺术设计思路解读丛书 新成衣设计
作 者	主 编 丰 蔚 副主编 陈 静 林 璐
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网址 : www.waterpub.com.cn E-mail : mchannel@263.net (万水) sales@waterpub.com.cn
经 售	电话 : (010) 68367658 (发行部)、82562819 (万水) 北京科水图书销售中心 (零售) 电话 : (010) 88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	中煤涿州制图印刷厂北京分厂
规 格	205mm × 255mm 16开本 18.25印张 710千字
版 次	2012年10月第1版 2012年10月第1次印刷
印 数	0001—4000册
定 价	88.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社发行部负责调换
版权所有·侵权必究

丛书编委会

艺术顾问：薛 江

丛书主编：丁剑超

本书主编：丰 蔚

编委（排名不分先后）：

吕林雪	王洪瑞	乔 磊	丰 蔚
王玉华	关庆飞	吴文聪	刘 欢
陈 静	林 璐	邵 瓚	梁 娜
赖 敏	王海龙	李荒歌	宋泽惠
马 乐	彭文霞	徐 彬	

总 序

设计是应用性极强的一门学科，它以视觉传达为主要手段，起到美化生活、优化生活、改善生活，提高人们审美意识，形成时代风貌的作用。我们现在对于设计的思考已不再是简单技术层面上的思考，我们的目标是市场，是把信息合理有效地传递出去。因此，设计是一种方法，是一种解决问题的手段，我们对于设计的思考就是对于生活本身的思考，是一种对待问题解决的态度。

近些年，随着我国社会经济的飞速发展，社会发生了巨大的变化，社会中的人与人、人与物、人与环境都随之发生了巨大的变化，社会的各方面都在进行重组，设计领域也是一样发生着变化。为此，国家增设了众多不同层次的设计院校及设计专业，有系统、有成效地培养正规的设计人材，但从目前来看，仍缺乏一套较为完整的、系统的、科学的专业教材为广大设计人员学习与参考。

鉴此，我们组织国内一线的专业设计人员撰写了《中外设计史及设计思路解读丛书》，首次推出 14 本，即：《新漫画设计》、《新动画设计》、《新软陶设计》、《新插画设计》、《新绘本设计》、《新书籍设计》、《新成衣设计》、《新包装设计》、《新广告设计》、《新展示设计》、《新室内设计》、《新标志设计》、《新字体版式设计》与《新 VI 设计》。

它涵盖了书籍设计、服装设计、软陶设计、动画设计等多方面的设计领域，以理论与实践相结合的方式，遵循“循序渐进，学以致用”的原则，精炼简洁，深入浅出，把每一个学科的理论浓缩到近万字的篇幅，重在把握理论要诀，指导设计实践。书名突出一个“新”字，象征着在艺术设计学习领域掀开了崭新的一页，并对大师作品有一个新层次的解读，开阔设计视野。

设计史、设计作品与艺术设计思路解读是本丛书最大的特色之一。每本书都包括理论篇与应用篇两大部分。第一部分理论篇，紧密结合了“史”，追本溯源，分别介绍了西方设计简史、中国设计简史以及当代设计形态三大板块，在每一个板块的编写过程中都是以时间为线索来阐述；并且把艺术作品放置到历史的语境下来解读，做到还原历史语境下作品的真实性，把作品和当时历史、文化背景、经济条件等客观的元素结合起来解读，做到了准确与真实。重点分析了不同历史时期设计师的设计思路，以人为切入点，在分析设计师的手法、思路、理念上，力求把这些信息准确地表达出来。第二部分应用篇，重点介绍设计师在艺术设计学习领域遇到的各种细节，包括：文案策划、设计方案、客户谈判及设计流程等一些工作中的经验、应对技巧与方法等。每个艺术设计作品实例力求具有代表性与独创性，并非拼凑与罗列。

本套丛书具有较高的知识性、指导性及实践性，它既适合作为全国各艺术院系艺术设计专业学生的教材，也可作为广大设计爱好者的参考用书。

丛书中的艺术设计作品精选经典案例，具有代表性，有些作品苦于联系不到作者，请原作者看到本书后，及时联系我们，出版社会按标准支付相应报酬，邮箱是56644774@qq.com。全国各艺术院系的老师如果有好的作品，或对本套丛书有独到的建议，也可以投稿并与我们取得联系，在此对专家及读者热情的关注表示深深地感谢。这套丛书只是起到抛砖引玉的作用，希望通过我们的努力能够帮助广大设计爱好者理清思路、开拓视野，并提供行之有效的解决问题的方法。祝愿中国涌现更多更好的设计人员。

丛书编委会
2012年03月

前 言

成衣是近代服装行业中的专业术语，指服装企业按照标准号型批量化生产的成品服装。成衣设计则是指以批量生产的成衣为设计对象的设计活动。成衣设计活动的出现是基于近代服装产业的发展，它脱胎于20世纪60年代的高级时装业，最初将高级时装中便于成衣生产的或成衣厂商认为能引起大众流行的作品简略化，进行小批量加工生产，这就是高级成衣业。高级成衣业最初是没有自己的设计的。直到20世纪60年代末期，一批年轻的设计师开始专门从事高级成衣设计，使高级成衣业拥有了自己独立的设计活动，即专门为成衣而进行的成衣设计活动。时至今日，成衣业蓬勃发展，已成为服装行业的发展主体，高级时装业则不复有昨日的辉煌。

作为一种设计活动，成衣设计的风格千变万化。但总体而言，都具有简洁、易穿易打理、便于活动等适合于工业社会生活需求的现代风格特征，主要采用新颖的服装材料，降低生产成本，强调功能，其设计要素符合商业社会的社交共性需求。进入20世纪60年代以来，基于对人类工业化进程的反思和补充，成衣设计开始逐步出现综合和多元化的后现代主义风格特征，尤其是20世纪末21世纪初，通过游戏、反讽、复古、解构、融合等手法使成衣风格呈现出含混不清的无风格的风格，但从根本上仍然符合工业化大批量或者小批量生产的现代化特征。

本书的第一部分以历史的发展脉络为主线，综合当时的政治经济、社会生活背景等分析成衣设计发展的趋势及特点，解读不同时期具有代表性的设计师的设计风格及设计思路。需要指出的是，高级成衣设计与高级时装设计的发展在历史上并没有严格的区分界限，一些出色的设计师在高级时装与成衣设计之间游刃有余，成衣设计的历史不是孤立存在的，因此称为现代服装设计简史更为确切，也更符合实际情况。如果说第一部分是从史论的角度分析探寻成衣设计的发展路线的话，那么第二部分就是从技术角度来进一步阐述设计是如何进行的，其中包含设计定位、成衣分类、设计调研、设计方法、设计语言、成衣设计说明与质量评定、设计推广与发布、市场反馈八方面内容，通过对成衣设计活动的详细剖析来解读当代成衣设计的方法和手段，达到对成衣设计活动的进一步认知，也就是成衣设计思路的解读过程。在案例部分，援引两个知名品牌的设计案例，增强读者对成衣设计活动的感性认知。

本书作为设计思路解读系列丛书之一，面向广大的服装设计爱好者以及专业院校学生，较为适应当代服装教育的需求。

编者

2012年7月

目 录

总序
前言

第一部分 理论篇

第1章 成衣设计概论 / 4

- 1.1 成衣设计概念 / 4
- 1.2 成衣产业 / 6
- 1.3 中国成衣业与成衣设计现状 / 8

第2章 现代服装设计简史 / 10

- 2.1 20世纪10—20年代 / 10
- 2.2 20世纪20—30年代 / 13
- 2.3 20世纪30—40年代 / 21
- 2.4 20世纪40—60年代 / 22
- 2.5 20世纪60—70年代 / 26
- 2.6 20世纪70—80年代 / 28
- 2.7 20世纪90年代 / 34

第3章 后现代主义设计与发展趋势 / 42

- 3.1 后现代主义设计概念 / 42
- 3.2 服装中的后现代主义 / 45

第二部分 实用篇

第4章 设计定位 / 64

- 4.1 品牌定位 / 64
- 4.2 设计条件 / 70
- 4.3 设计流程 / 71

第5章 成衣分类 / 82

- 5.1 根据场合分类 / 82
- 5.2 根据消费者分类 / 96
- 5.3 根据生产特点分类 / 103
- 5.4 其他分类方式 / 112

第6章 设计调研 / 116

- 6.1 调研方式 / 116
- 6.2 调研内容 / 118
- 6.3 流行趋势调研 / 122
- 6.4 确定设计主题 / 126
- 6.5 主题修正 / 129

第7章 设计方法 / 132

- 7.1 设计要素 / 132
- 7.2 设计规律 / 138
- 7.3 设计思维 / 148

第8章 设计语言 / 155

- 8.1 造型设计 / 155
- 8.2 色彩设计 / 173
- 8.3 材质设计 / 182

第9章 成衣设计说明与质量评定 / 200

- 9.1 设计说明 / 200
- 9.2 质量评定 / 214

第10章 设计推广与发布 / 219

- 10.1 设计发布 / 219

10.2 设计推广 / 226

10.3 媒介 / 228

第11章 市场反馈 / 246

- 11.1 服装行业的发展现状 / 246
- 11.2 信息反馈系统 / 248
- 11.3 设计师使用的反馈信息 / 253
- 11.4 市场信息反馈系统实施的意义 / 255

第三部分 案例篇

第12章 案例一：“快时尚”品牌 ZARA / 260

- 12.1 品牌介绍 / 260
- 12.2 ZARA 品牌定位 / 262
- 12.3 设计环节 / 268
- 12.4 生产配送 / 271
- 12.5 销售环节 / 273

第13章 案例二：T.Stive / 274

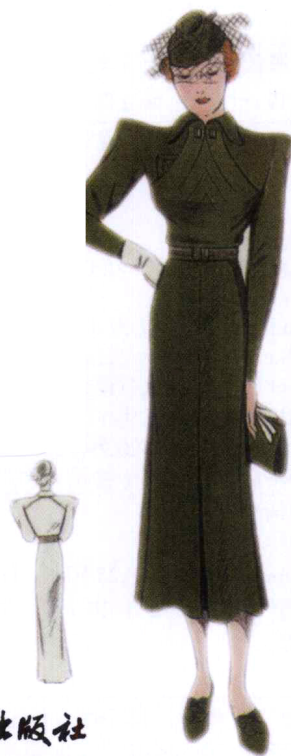
- 13.1 品牌介绍 / 274
- 13.2 室内概念 / 274
- 13.3 店面展示 / 276
- 13.4 市场分析 / 278
- 13.5 产品企划 / 278
- 13.6 订货会 / 281

附录 / 283

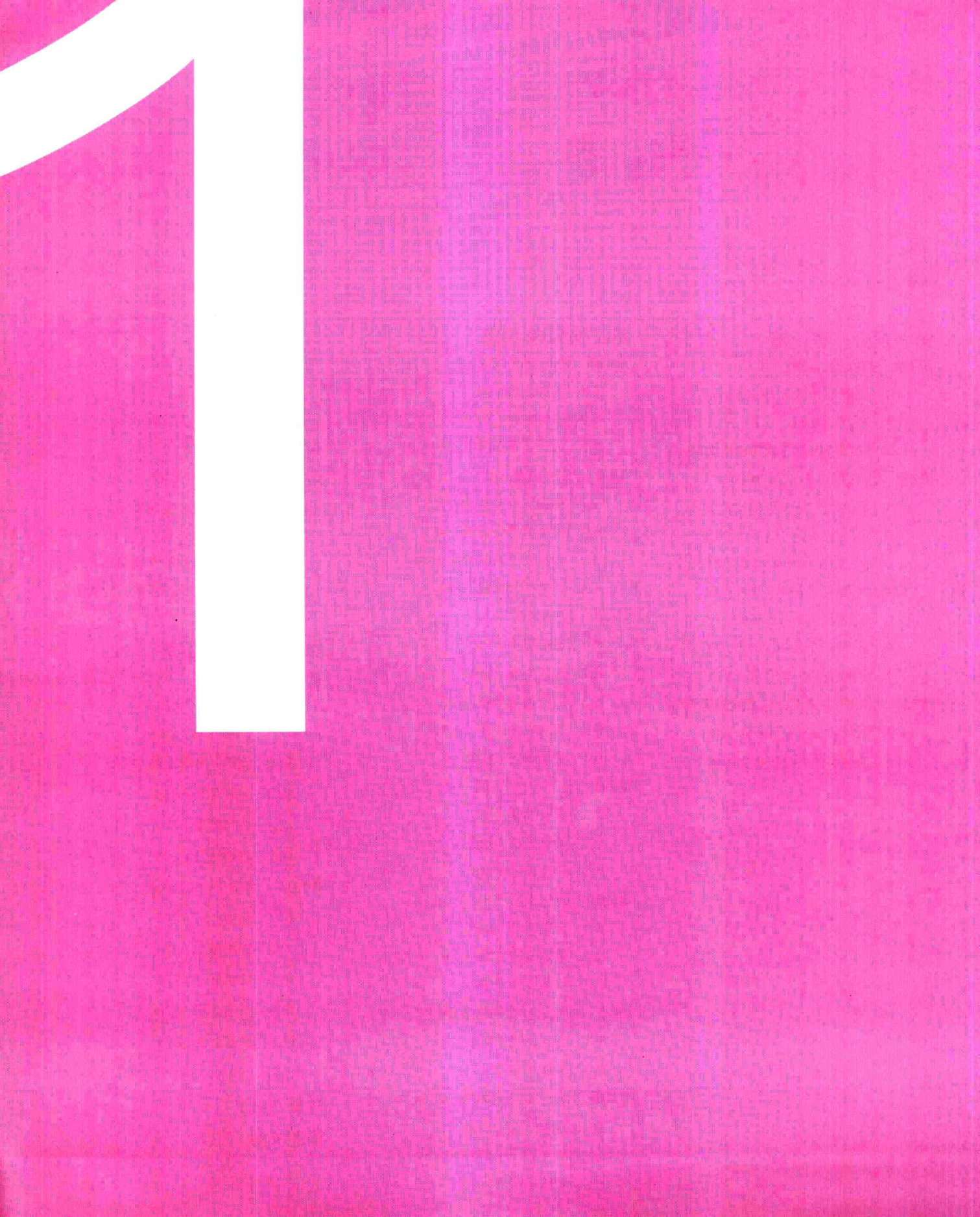
中外设计史与艺术设计思路解读丛书

新成衣设计

主 编 丰 蔚
副主编 陈 静 林 璐



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn



理论篇

第1章 成衣设计概论

1.1 成衣设计概念

1.1.1 成衣

成衣是近代服装行业中的专业术语，起源于工业化大生产的加工方式，指服装企业按照标准号型批量化生产的成品服装。可以说，人们日常穿着的大多数服装都属于成衣，但“成衣”一词的使用，一般用于强调和区别非工业化生产的服装，是较为专门化的表述形式。

成衣作为工业产品，符合批量生产的经济原则，生产机械化，产品规模系列化，质量标准统一化，并附有品牌、面料成分、号型、洗涤保养说明等标识。

成衣这一词汇的出现，是相对于“时装”而言的。成衣最初的出现，缘于服装界最高地位的高级时装日益让位于高级成衣的过程，服装的贵族化也就逐步被大众倾向的、批量生产的成衣化代替。工业化生产奠定了成衣设计上的现代主义、国际主义风格——即简洁明快的、高度功能化的、平民化的适合于机械大生产的服装风格。

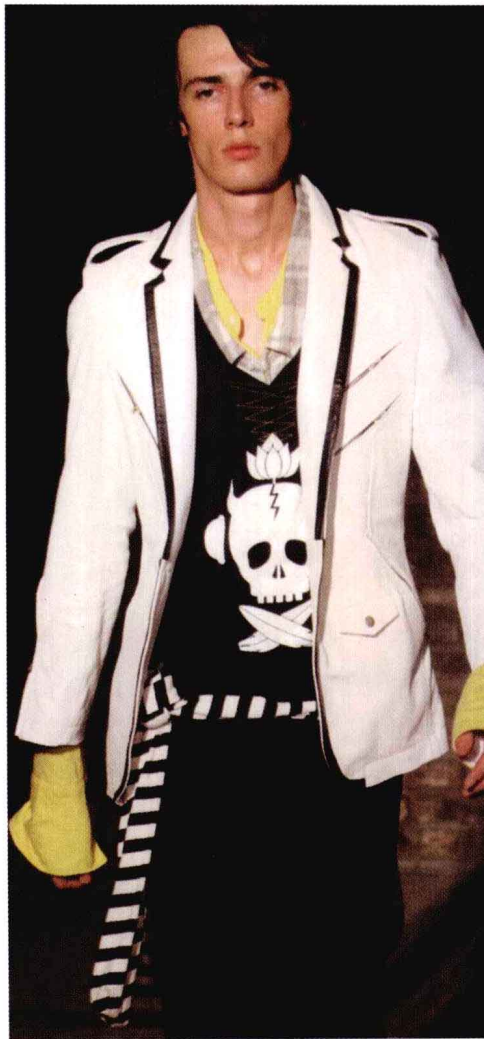
1.1.2 成衣设计

一、概念

成衣公司按照某种市场分类方法，根据市场需求和本公司的设计、生产实力来选定自己的目标市场（消费对象层）进行设计定位或市场定位，并对这个目标市场进行详细的调查研究（如消费层人群的体形特征、文化素质、经济收入和生活爱好等），以确定设计和经营方针。根据国内外流行情报，针对目标消费群体在各个季节的需求进行有计划的产品开发设计组织生产成衣。

成衣设计指以批量生产的成衣为设计对象的设计活动。成衣设计没有单一具体的顾客对象，而是以某个顾客群体为设计目标，根据市场需求和生产技术手段的要求来进行设计，有商业品牌，并在长期的经营过程中形成一定的品牌形象和品牌文化。目前，一般商店出售的品牌服装都可以称为成衣。它具有能够被批量化生产和复制的制造可能，其风格是可被某些消费群体接受的、具有市场价值的服装产品。

成衣设计是否成功，取决于成衣是否畅销，除了设计是否符合当时的流行、是否为目





(图 1-1) 适合青年消费者的成衣设计。

标消费群体所接受以及成衣质量等因素外，与成本、价格也有着直接的关系，如图 1-1 所示。

二、特征

1. 实施计划性

成衣产业运作的系统性很强，受到供货商和经销商等诸多合作伙伴的制约，因此，成衣设计的计划性很重要，设计方案如果缺少计划性或者计划不严密就会影响整个品牌的运作。

设计的计划性体现在设计的每个阶段的时间接点的安排与控制，包括市场调研、产品设计、面辅料订货、样品试制等多个环节。设计计划的制定要考虑到操作规程中可能出现的不可预计因素，留出适当的应急和调整时间，以便应对一旦试制或订货失败而可能造成的时间损失。

2. 商业规范性

由于成衣产业运作过程是一个计划性非常强的过程，强调各个团队之间的配合，它是企业集体合作的结果。即使是成衣设计方案，往往也需要设计团队通力合作，为了便于沟通和提高效率，设计部门内部也要统一表达方式。设计方案的实施需要市场部、营销部、生产部等许多部门参与，甚至需要公司外部其他企业的协作，设计方案将在这些部门内周转，这就要求设计方案在语言和图形方面使用规范化的表达方法，因此，成衣设计实际上是一种商业行为，而非纯粹的艺术表达方式。

3. 设计完整性

成衣品牌强调品牌风格的延续和创新，成衣设计方案的完整性则体现了周密的策划和实施过程。所谓设计方案的完整性，是指整个设计方案要求包括产品计划、产品框架、故事版、产品设计等全部内容，仅产品设计就包括产品编号、款式造型、款式细节、配色方案、面料方案、装饰方案、尺码、工艺要点等内容。只有这些内容相互衔接无纰漏，才能够保证产品开发的顺利进行。

1.2 成衣产业

1.2.1 现代化与成衣化

成衣产业是服装现代化的产物。因此，成衣化的历程，也就是现代化的历程。服装上的现代化萌芽早在 19 世纪就开始出现，缝纫机的发明、化学染料的开发使得成衣化的生产方式成为可能，高级时装业的兴起、流行媒介的扩大带来了服装流行的产业化，这一切形成了服装业现代化的基础。

现代化的发展是基于高级时装业和成衣产业的发展来实现的。在服装现代化的进程中，男装早在 18 世纪末的法国大革命时期就开始脱离古典样式，在第二帝政时代即基本完成现代化形态，而女装直到 19 世纪末去掉巴斯尔裙撑才开始摆脱传统样式，真正实现现代化要到 20 世纪 20 年代。

女装的现代化突出在以下四个特征：

- (1) 把女性从束缚肉体的紧身胸衣的禁锢中解放出来，回归女性肉体的自然形态。
- (2) 从束缚四肢活动的装饰过剩的传统重装中解放出来，向便于活动的、符合快节奏现代生活方式的轻装样式发展。
- (3) 排除服装上的社会性差别，纠正古典式的阶级差别和性差别的偏见。
- (4) 从繁重的手工缝纫中把女性解放出来。

美国在 20 世纪 40 年代进入成衣化阶段，欧洲各国要到 20 世纪 50 年代，日本及其他西洋服饰文化圈以外的国家要到 20 世纪 60 年代后。

第一次世界大战（1914—1919）所造成的创伤，使战后的各国经济都处于低谷状态，战胜国通货紧缩，失业率增加；战败国通货膨胀，国民生活极为艰难。战前，美国厂商常从法国购买设计专利，使其成衣化。成衣最初仅为下层社会的妇女穿着，因其批量化的生产方式而具有低廉和粗制的特点，法语称作 *confection*。

战后，以美国为首掀起了世界范围的女权运动，在政治上获得了与男性同等的参政权，在经济上因具有职业而独立的女性越来越多，这种男女同权的思想，在 20 世纪 20 年代被强化和发展，女装上出现了否定女性特征的样式，职业女装营运登上历史舞台。

另一方面，装饰艺术（Art Déco）对服装风格产生了明显影响，其特征是以曲线和直线、具象和抽象相反要素构成简洁、明快、强调机能性和现代感的艺术样式，特别是

直线的几何形表现，显示出对工业化时代适应机械生产的积极态度，形成现代设计的基础，从而形成服装中以简洁、朴素的直线型为特征的现代设计风格。

第二次世界大战（1939-1945）进一步推进了女装的现代化进程。战前，女装就已经出现缩短裙子和夸张肩部的机能化倾向，战争爆发后以及整个战争期间，女装完全变成了一种非常实用的男性味很强的现代装束，即军服样式。

更为重要的是，20世纪60年代，风靡全球的年轻风暴强制性地改变了人们的世界观、价值观和审美观，包括上层阶级的女性在内，西方世界女性的着装观全面受到这股反体制、反传统的全新思想的冲击和洗礼，时代的潮流为之一变，高级时装一统天下的局面彻底告终，流行理论也出现了自下而上的平民化流行意识，一个创作来源多样化的成衣时代到来了。

1.2.2 高级成衣业

时装设计师 Jacques Fath 率先注意到成衣业的雄厚潜力，1948年，他第一个与美国的大成衣商签订合同为其提供设计，把同一款式分成许多号型大量生产，倾销全美国，获得成功。他在以手工制作为主的巴黎高级时装界打开了成衣生产的先河，可以说是20世纪60年代高级成衣业的先驱。

1962年，时装设计师 Pierre Cardin 率先建立了自己的高级成衣市场，这样既可以控制产品质量，又可获得大量生产所带来的利润。

1968年巴黎的“五月革命”，“年轻风暴”达到顶峰，全法国处于总罢工的风潮下，高级时装业受到严重打击，许多高级时装店因难以支撑门面而关闭。就在高级时装业穷途末路之时，高级成衣业（pereta porter）却蓬勃兴起，成立了高级成衣协会，以此时为界，历史进入高级成衣时代。之前，一直处于高级时装支配下的法国，成衣业比美国、英国和德国都要落后。

最初的高级成衣业作为高级时装业的副业，一般是把当年高级时装发布会上比较便于成衣生产的、或成衣厂商认为能引起大众流行的作品简化，把设计专利出售给成衣商或在设计师指导下进行小批量加工生产，即不进行专门的成衣设计，因此，比起一般大批量生产的成衣，不仅用料讲究，而且裁剪、缝制和工序都继承和保留着高级时装的某些特点，因此，价格介于高级时装和一般成衣之间。

1963-1965年间,一批年轻的高级成衣设计师进入时装界,使高级成衣业终于拥有了自己独立的创作来源。高级成衣业不再是高级时装的副业,而真正成为独立于高级时装业以外的重要产业。从20世纪60年代起活跃于高级成衣界的设计师有:Jacqueline Jacobson、Daniel Hechter、Karl Lagerfeld、Emmanuelle Khanh等。这些年轻的设计师以反传统的革命精神扭转了历史的潮流和过去的服饰观念,世界上的女性从此不必再紧张地盯着高级时装店的指挥棒,可以根据自己的喜好自由选择服装,流行进入多元化的时代。

此时,高级成衣业形成了与高级时装业截然不同的领域。高级时装的主任设计师法语称作couturier,女性称couturière,而成衣设计师则称作stylist,masion这个词也仅限于高级时装店,高级成衣店则称作boutique。

1.3 中国成衣业与成衣设计现状

20世纪90年代,我国成衣业开始进入品牌化的初级阶段,当时的中国纺织总会提出了“建设中国服装品牌工程”,全国上下一呼百应,以我国轻纺工业比较发达的沿海城市为代表的服装企业率先迈向成衣品牌化之路。经过十几年来红红火火的发展,我国成衣产业已经取得了令世界瞩目的成绩,形成了规模庞大的服装产业链。在国际市场上,我国是世界第一的“服装出口大国”,21世纪初欧美经济的衰退,订单减少,我国服装出口下滑,对欧美市场依存度高的企业陷入困境,市场单一,不能改变国际需求萎缩的大环境,但却可以提升“中国制造”的出口竞争力。产业回暖,边境贸易异军突起。国内市场却被90%在中国制造的外国品牌所占领,国内服装企业竞争停留在比较低的层面上,主要还停留在价格、款式等方面的竞争,绝大多数服装企业的产品销售还是以批发市场的大流通为主。

在成衣设计生产方面,我国成衣产业相对设计能力较弱,中国服装企业结构链停留在传统设计管理的模式,设计手段多停留在纸面放样的落后阶段,设计周期长,服装的新产品周期(设计、成衣到进入销售)工业发达国家平均2周,美国最快4天,而我国平均是10周时间,差距非常明显。试制成本高,造成新产品创新能力弱,新品开发周期长,就不容易发掘适销对路的产品,进而造成库存积压,影响资金周转。

中国服装行业最为成熟和稍微具备国际竞争力的当属男装和羽绒服,如杉杉、雅戈尔、七匹狼、波司登、美特斯邦威等。但相对于国际时尚产业来说,盈利能力还是太低,品牌没有规模,只是通过低成本优势在与国际品牌进行竞争。缺乏真正意义上的国际服装

品牌，中国尚没有一个品牌成为世界上有影响的品牌，由“中国制造”迈向“中国时尚”。

从设计师群体而言，我国服装设计师经历了职业化发展的历史阶段：1993—1997年，是服装设计师职业探索和群体形成的初期；1998—2002年，是服装设计师职业内涵充实和群体规模扩张的发展时期，涌现出了一批具有良好专业素养和职业规范的代表人物；2003年以后，随着经济全球化和成衣业的发展、时尚产业的兴起，服装设计师已经成为走向成熟的社会职业，比较具有代表性的具有自主创新能力和设计师原创品牌的设计师有：张肇达、刘洋、武学伟、张继成、吴海燕、马可、房莹、计文波、罗峥、曾凤飞、梁子等，如图1-2所示。

中国服装设计师协会每年设立的金顶奖以及十佳设计师的选举活动，成为培养中国本土设计师的摇篮，设计师品牌的崛起对于推动我国成衣产业和衣着消费市场的发展具有重要意义。



(图1-2) 2006年，张继成设计作品

第2章 现代服装设计简史

2.1 20世纪10—20年代

欧洲的工业技术在这一时期取得了许多重要的成果,其中,电动缝纫机的问世在很大程度上改变了服装的生产方式和人们的着装观念。批量化的工业生产要求服装的款式尽量简洁,为了降低成本,加快生产周期,需要在美观时髦的前提下省去不必要的细节,手工缝制的华丽装饰和刺绣镶嵌已不能满足工业化的生产要求。同时,人们也越来越重视简洁所带来的美感,从前那种精心刻画的翻涌之美正在逐渐被工业时代的简单风格所淹没。

2.1.1 Hobble Skirt 与 Paul Poiriet

20世纪初,从文艺复兴时期出现并一直延续的紧身胸衣配合裙撑的典型女装外形被彻底抛弃,但是紧身胸衣还存在,直至20世纪初,服装设计师 Paul Poiriet 开始尝试不用紧身胸衣来设计女装。

Paul Poiriet, 1879年出生于巴黎一个布商之家,受家庭熏陶,他从小便热爱纺织品,尝试着做衣服。Poiriet 经常将他画的一些时装画卖给 Jacques Doucet、Charles Frederick Worth 时装店,因而受到 Doucet 的青睐,遂于 1898 年进入 Jacques Doucet 店里担任助理设计师的职务。Poiriet 于 1900 年应征入伍,退伍后回到巴黎,在 Worth 时装店工作。1904 年他在巴黎开了自己的时装店,将时装陈列于橱窗,非常引人注目。Poiriet 在开店的第二年建立家庭,妻子成为他设计灵感的源泉。1906 年,他为怀孕的妻子设计了一件不束腰的直线轮廓的朴素衣服,简洁的造型和流畅的线条令人耳目一新。他因此悟出道理,认为当时流行的束腰裙子在造型上讲身体分为上下两部分,并不可取,而且紧身胸衣也不利于身体健康。所以他主张放弃束腰造型和紧身胸衣,以胸罩来取代紧身胸衣,强调服装的支点不在腰部而在肩部。因此,他设计了简单的、狭窄的上衣和长裙,裙子紧紧包裹着身体,在小腿下不垂直放开,直至地面,他称这个设计为“模糊”(La Vague),因为这套衣服好像一阵轻轻的旋风一样包裹着身体。这种造型改变了女装的紧身造型,在服装史上具有划时代的意义。

1910 年 Poiriet 设计了著名的 hobble skirt (蹒跚裙),在裙子下摆处有长直的开叉,臀部的造型比较丰满,形成一种优雅的造型,但是灵感来源于日本和服的裙装下摆却造成女性的行动不便。在他的引导下,女装呈现出和谐、古典又具有东方异域的气质,成为这个时期上流社会女装的主要流行风格。图 2-1 是一款典型的 hobble skirt,在裙

