

服装设计思维与创意

李 慧 著



“国家一级出版社”



中国纺织出版社

“全国百佳图书出版单位”

服装设计 思维与创意

FUZHUANG SHEJI SIWEI YU CHUANGYI

李 慧◎著

 中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

服装设计思维与创意 / 李慧著. -- 北京: 中国纺织出版社, 2018.5

ISBN 978-7-5180-4307-1

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 281694 号

责任编辑: 汤 浩

责任印制: 储志伟

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>

虎彩印艺股份有限公司印刷 各地新华书店经销

2018 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 787 × 1092 1/32 印张: 8.5

字 数: 200 千字 定价: 65.00 元

凡购买本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

前言

随着时代的发展,作为人类创造性活动重要体现的艺术设计已经不再是文化或艺术的简单再现,而是功能性与艺术性的完美结合。对此,服装设计不仅应具备市场价值,更应展现其内在的艺术价值。这就要求广大服装设计师们要充分利用创意思维,运用全新、全方位的视角进行考量,从不同的角度与方式出发去探索复杂事物,最终通过服装形象,完美展现自己的创作思想与创作意念。

服装设计技巧需要系统的学习,创意能力和艺术表达方法尤显重要。从观察入手,改变以往观察事物的习惯和角度,发现事物的独特之处,对美的构成有了深切的感受,看问题的角度就会发生改变。通过不断积累素材,使设计理念经历由量变到质变的发展过程,从而形成良好的思维模式和创意表达方式,令设计作品永葆创意元素,增加设计的内涵和意义,为服装设计走向市场打下牢固的基石。

服装设计不仅仅是满足服装的基本功能,更要突显服装的艺术化表现,融入创意思维。然而,创意思维并非简单模仿、抄袭和重复,而是打破传统思维习惯,从服装设计的创新实践中引领时代潮流。在服装设计过程中,必须掌握和运

用全方位、全新的视角去构思，善于观察生活、积累素材，可以通过偶发性思维，如本书主要仿生构思法、移植借鉴法、心理构思法等获得灵感，利用发散思维、辐合思维、侧向思维、逆向思维等技法产生创意思维，并将灵感和创意思维用于指导服装设计，完成好的作品。本书主要从服装设计思维、面料创意、形象色彩的创意思维、创意系列设计等方面进行阐释，结合服装设计实践，将创意思维的独创性和新颖性融入其中。

编者

2017年8月

CONTENTS

目 录

第一章 设计思维	1
第一节 设计思维概述	1
第二节 创意灵感的来源	19
第三节 创意设计思维过程	35
第二章 服装设计的创造性思维	62
第一节 逻辑思维	62
第二节 形象思维	63
第三节 逆向思维	71
第四节 发散思维和收敛思维	77
第五节 成衣的创意	84
第三章 服装快速表达——通过一个主题进行快速表达 .	96
第一节 服装设计主题	96
第二节 服装设计的表达	109
第三节 服装设计中的元素	127

第四节 服装设计与色彩的整体表达	133
第四章 面料创意——通过一块面料进行创意设计	139
第一节 面料的肌理	139
第二节 面料的搭配组合	145
第三节 服装面料的设计应用	152
第四节 面料的二次加工	170
第五节 面料手工再创造对服装设计的影响	182
第五章 形象色彩的创意思维	192
第一节 形象色彩设计的灵感发掘	192
第二节 形象色彩设计的再创造	196
第三节 形象色彩设计的创意思维	206
第四节 形象色彩在服装中的应用	214
第六章 服装创意系列	221
第一节 品牌案例	221
第二节 服装设计个案分析	238
参考文献	260

第一章 设计思维

第一节 设计思维概述

服饰艺术的创作构思和一般的艺术创作活动相比而言既有共性，又有差异。共同点是它们都来自生活，来自作者的灵感、创意，都包含着构思与表达；其不同之处在于艺术创作相对有更多的独立性和主观性，而服饰艺术设计必须通过生产与销售才能体现其真正价值，带有较多的依附性和客观性。由于服装设计的创作活动需要与物质材料、生产实践活动相结合，所以在创作构思中就表现出它所特有的个性。

一、创意思维概念

“创意”是指有创造、创新的意念。实际上，对创意最单纯的理解，就是人们思维活动过程中产生的一个主意，一个想法。但这个“主意”和“想法”必须具有鲜明的创造性质，要前所未有的，非同一般，最大特点就是让人感到“新”，即新奇、新颖、新鲜，否则就不是创意，而只是一般的想法而已。

“思维”是人脑对客观事物的间接、概括的反映，是人的认识过程的高级阶段。概括反映和间接反映是思维活动中

既相互联系又相互促进的两个方面。首先，人们在感知提供的感性材料的基础上，概括地反映出事物的本质和内在联系。接着，可以根据它们对不在眼前或感知无法直接把握的事物推断，或以某些事物为中介，间接地和更加深入地加以认识，得到一个理想的结果(如图1-1)。人们为解决问题而思维，问题解决是思维的目标状态，因此有的心理学家曾把思维定义为解决问题。思维之所以能够解决问题，是由于思维是人的心理行为，可以摆脱客观事物的直接束缚，使认识不局限在直接作用于感官事物的同时；还能够超越具体时间和空间的限制，不仅要了解现在是什么，还要推测过去是什么，将来可能是什么。思维的这种把客观事物的本质和内在联系进行判断的能力，以及可对客观事物的时空和形态限制进行超越的能力，为服饰艺术的创意提供了有利的条件，设计师们为满足人类生活的进步发展而苦思冥想，不断对服饰艺术进行改革和创新，创造出一幅幅多彩的生活画卷。



图1-1 灵感素材

二、创意思维产生

(一) 信息的收集与整理

信息的收集和整理是指设计师平时对艺术相关信息、创作原素材的积累和加工,这是艺术创意产生的最基本的前提条件。心理学研究表明,人脑储存相关信息的储存和积累越多,某一种特殊的思维能力也就越强。服饰艺术设计师若想在服饰领域萌生更多、更好的创意,就必须在平时注意相关信息的收集和积累,广采博记、兼收并蓄,做生活的有心人,空空的大脑,就谈不上思维的创造和艺术的升华。因此,服饰创意的产生是信息收集和整理的结果。

青年作家赵本夫在谈他的创作体会时曾说:“素材积累和文艺创作的关系,很有点像数字的组合。如果你手里只有阿拉伯数字1,那么翻来覆去便只是1;如果你有1,还有2,那么就可以组成12和21两个数;如果还有3,就能够组成123,321,312,213,132,231六个数”。以此类推,基数越多,组合结果越多。服装的创意虽然不是简单的数字组合,却与文艺创作一样,具有与数字组合相通的道理,与服装相关信息存储量的大小直接影响服装创意的生产和设计思维的质量;占有的信息越多,它们之间的碰撞结合的可能性就越大,服装创意产生的机会也就越多。即便是出于某种灵性和悟性,偶然产生了某些灵感和想法,如果没有丰富的信息储存的土壤和根基,灵感也是无源之水,难以呈现奔涌的浪花。信息的收集和整理不只是限于查阅和浏览这样的粗浅层面,而是要落实在具体形象信息的收集记录和整理加工上。收集记录

主要以形象记录为主、文字说明为辅。整理加工主要是对收集到的形象和素材进行加工和再创作(如图1-2)。

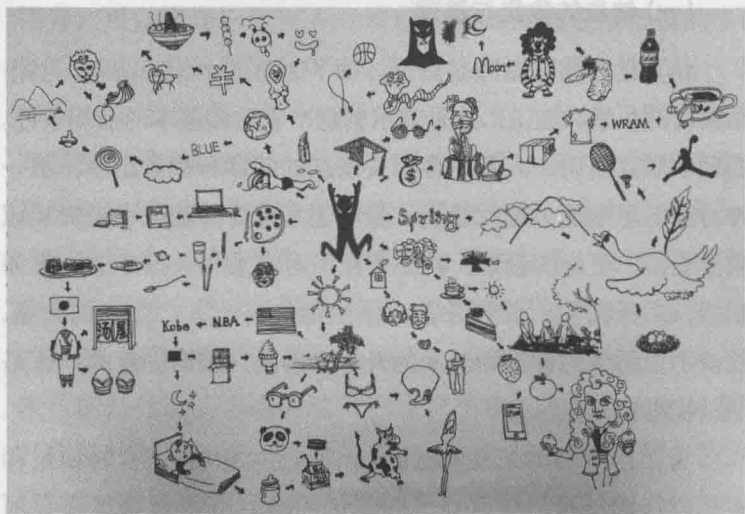


图 1-2 形象和素材

（二）创意的题材与素材积累

服饰创意的题材有广义和狭义之分。广义的题材,是泛指社会生活的某些领域、某些方面,是从较大的视域去区分和界定服装创意的内容。例如,现代题材、远古题材、科幻题材、文化题材、环保题材、战争题材、都市题材、植物题材、动物题材、海洋生活题材、少数民族题材等。狭义的题材,是指设计师从现实生活中选择提炼并应用创意作品的材料,即作品中所具体显现的生活现象。可以说,每幅服饰创意作品都有广义的题材范围,也有具体、特定的取材角度。例如,以花卉为题材的创意,在服装作品中就会直接或间接

地出现花蕊、花瓣、花叶的形态或是图案的装饰。从广义的题材来说,这是以花卉或是鲜花为题材的创意;从狭义的题材讲,就要分清这是什么种类的花,是牡丹或是菊花,又是选取了它的哪种状态或哪部分形态。只有把这些具体的细节弄清楚,才能说出它的狭义题材是什么。我们通常所说的“作品取材于什么”,所指的主要就是狭义的题材。

服装创意的素材有直接和间接之分。直接的素材是设计师亲自感知、接触和领悟到的生活材料。丰富的生活为服饰创意提供了取之不尽、用之不竭的创作素材。自然界的蓝天明月、碧空繁星、山川湖泊、海浪礁石、奇花异草、飞瀑流泉;日常生活中的船只、车辆、建筑、家具、玩具、电脑、瓜果蔬菜、日用器皿等,只要设计师用心去观察、去发现,生活中一切美好的事物,无论是自然的形态,还是人造的形态,都可以成为服饰创意素材。间接的素材,就是指设计师通过间接的渠道获得的素材,通过学习获得的素材,更多的素材可能就是从专业或非专业的书刊、图片、电视、电影,甚至是从旁人的谈话中获得。从间接渠道得来的素材,要比直接得到的材料更显得便捷、宽泛,也许会更充分。因为间接素材的获得不需要设计师凡事都去亲自体验,既不受时空的限制,又可节省时间和精力,间接获得图片、资料介绍,有时要比自己去观察更全面和详细。间接的素材可以弥补直接素材的不足,是直接素材的重要补充。服饰艺术的各种形式的素材,要兼收并蓄和日积月累,只有这样,在服饰创意的过程中才能见多识广,达到挥洒自如的境地。

生活中,设计师就应该随身携带一个书写本,对自己感

兴趣的事物形态、状态、图案、色彩以及某种穿着形式或某种构成形式等方面进行观察记录,并逐渐养成习惯。这种做法叫作收集素材。素材的收集是服饰创意十分必要的前期准备工作,也是平时必要的积累和储备。服饰创意的构思中,对信息的判断和筛选最为关键的还有设计本人的创作和生活方面的经验,其中包括对服饰的感受、认识和理解。例如,对服饰的观察和穿着方面的知识等,这些积淀的知识和经验中融合在一起,就形成了个人不同于其他人的创作态度和审美追求。这些知识和经验不仅存在于人的意识当中,也沉积在人们的潜意识当中,既为信息接收、取舍把关,也支配着设计思维的走向。

三、创意思维应用

爱因斯坦说过,要是没有能独立思考和独立判断的有创造力的人,社会的向上发展就是不可想象的。服饰创意就是人的独立思考和独立判断的思想产物,它常常在设计师的思维活动中萌生,在设计构思中完善,在创造的结果中体现,服饰创意必然与设计师自身、与穿着者、与观众、与社会、与服饰的总体发展息息相关。

服饰上的创意就是设计师把自己的情绪感受、审美品位和创新思想,通过设计思维的过程,借助于服饰这个特殊的载体,使内在思想意念构成具体可感的形式,使之外化,以求得观众在思想上和情感上的共鸣。服饰创意在主观上是抒发设计师的个人情感,阐述了个人思想;在客观上起到提高观众审美意识,倡导服饰更新发展的作用,如兄弟杯服装大

赛就属于创意性服装设计。服饰创意设计从设计目的上可分为两大类：一是消费者穿用为目的的设计；二是以提高设计师的设计水平为目的的设计，两者的社会作用完全不同。前者常被称为“实用服饰”设计，后者常被称为“创意性服饰”设计，因为这类服饰的设计目的主要在于表达设计师的主张和追求，表现设计师的能力和才华，显示设计师的个性和风格，同时也是设计师借以扬名，在消费者心目中树立形象的手段。

世界上许多设计师都通过一些令人惊叹的创意性设计来赢得消费者的崇拜，并“征服”消费者的心理，以达到抓住消费对象的战略目的。创意性设计，设计师可以放开手脚、拓展思路，尽其所能去追求各种可能性，这对提高设计水平，挖掘设计灵感，开拓设计思路起到不可忽视的作用。因此，从长远观点上看，设计师可以不受生活装的束缚，在创意的宇宙中自由地翱翔，尽情地用服饰语言来展示自己的才华，经常进行创意性服装设计，把人对服饰艺术的欣赏引到更高层次，给人一种艺术美的享受，把服饰变为艺术的升华，尽管这些设计并不一定马上带来经济效益，但这是不断地突破自己、保持旺盛的“造血机能”的有效手段。

人的思维是十分丰富多彩的，由于区分的角度和方式的不同，有多种不同的形式和种类。例如，按思维的性质和内容特点，可分为动作思维、形象思维和抽象思维；按运用知识和经验的方式，可分为再造性思维和创造性思维；按逻辑规律的特点，可分为逻辑思维和非逻辑思维；按思维状态和方向，可分为聚合思维、发散思维、侧向思维、逆向思维等。服饰创意是指具有创意性的意念，虽然有时只在服饰设计作

品中体现,却在服饰设计的思维过程中孕育,在设计师的大脑中萌生。因而,尽管服饰创意的内容和要求具有一定的特殊性,但它的思维过程和基本特征与一般的设计是一致的,与写作思维、电影思维一样,也是按照思维的学科性质和特点进行分类的。

思维在实际生活中有广泛的应用,如正向思维与逆向思维。正向思维与逆向思维是事物的两个方面,这两个方面相互依存、相互转化。一般来讲,人们比较习惯于正向思维而不注意逆向思维,因此在某些情况下运用逆向思维可以取得独特的造型效果。例如:裤腰带都系在腰上,能否系在脖子上或者和上衣摆连起来?这种想法往往给人一种新奇、独特的感觉。从思维方式来讲,逆向思维具有突破固有观念的独创性。正向思维是按一般的常规去分析和研究问题,而逆向思维则没有现成的逻辑和规律可循,需要设计师着力于标新立异和另辟蹊径。

总之,服饰创意离不开对材料的积累和留心观察、思考;离不开对自己感兴趣的事物形态、状态、图案、色彩以及某些穿着方式或某些构成形式等方面的观察记录,(如图1-3)只有这样才能创造出别具一格的服饰艺术作品。

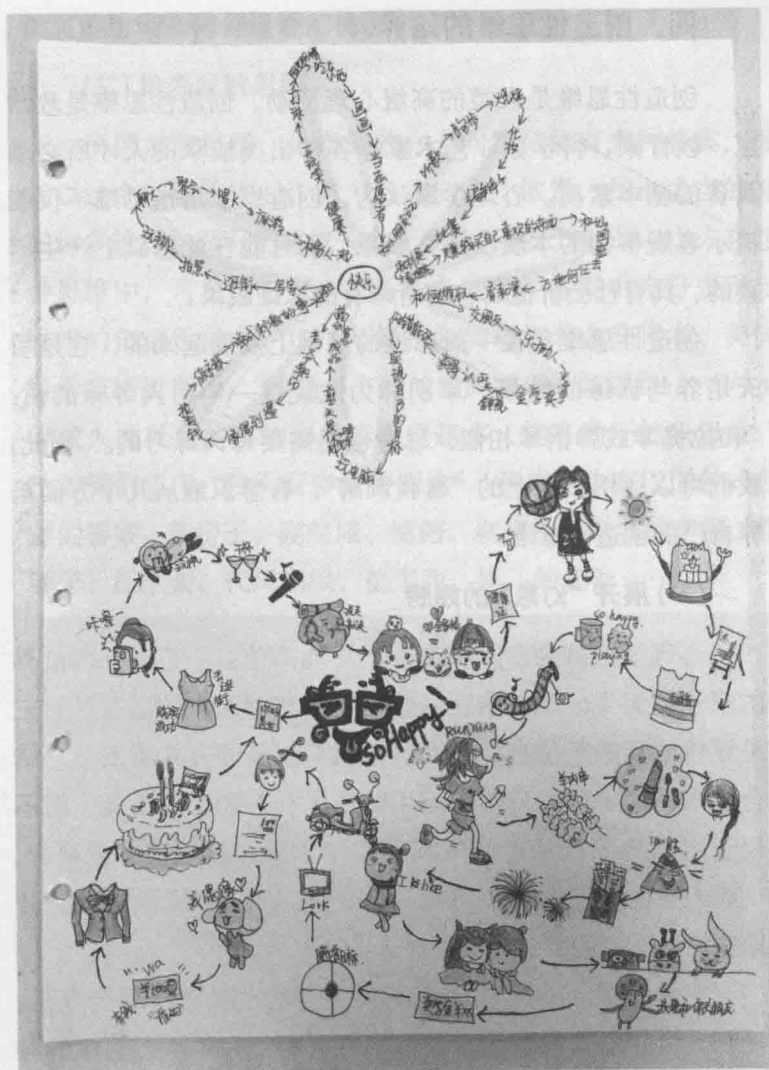


图 1-3 观察记录

四、创造性思维的培养

创造性思维是人类的高级心理活动。创造性思维是政治家、教育家、科学家、艺术家等各种出类拔萃的人才所必须具备的基本素质。心理学家认为，创造思维是指思维不仅能提示客观事物的本质及内在联系，而且能在此基础上产生新颖的、具有社会价值的、前所未有的思维成果。

创造性思维是在一般思维的基础上发展起来的，它是后天培养与训练的结果。卓别林为此说过一句耐人寻味的话：“和拉提琴或弹钢琴相似，思考也是需要每天练习的。”因此，我们可以运用心理上的“自我调解”，有意识地从几个方面培养自己的创造性思维。

（一）展开“幻想”的翅膀

心理学家认为，人脑有四个功能部位：一是以外部世界的感知觉为主，二是将这些感觉收集整理起来的贮存区，三是评价收到的新信息的判断区，四是按新的方式将旧信息结合起来的想象区。只善于运用贮存区和判断区的功能，而不善于运用想象区功能的人就不善于创新。据心理学家研究，一般人只用了想象区的15%，其余的还处于“冬眠”状态，开垦这块处女地就要从培养幻想入手。

想象力是人类运用储存在大脑中的信息进行综合分析、推断和设想的思维能力。在思维过程中，如果没有想象的参与，思考就发生困难。特别是创造想象，它是由思维调节的。

青年人爱幻想，要珍惜自己的这一宝贵财富。幻想是构成创造性想象的准备阶段，今天还在你幻想中的东西，明天