

262

自我形象的完善

造型与设计技巧

迈入流行的行列

支洪峰 支亚
陈国君 聂晓惠 著

新女性服装

春·夏



新女性的风采

款式与裁剪图

流行的规律及预测

职业妇女的服饰风格

四川科学技术出版社

SICHUANKEJI JISHUCHUBANSHE

TS941
4032

新 女 性 服 装 春 · 夏

支洪峰 支 亚 著
陈国君 聂晓惠

四川科学技术出版社

1989年 · 成都

责任编辑：杨佛章
封面设计：朱德祥
技术设计：俞宜民
责任校对：李 红

新女性服装(春·夏)

支洪峰 支 亚 著
陈国君 聂晓惠

四川科学技术出版社出版·发行

(成都盐道街三号)

新华书店重庆发行所经销

重庆新华印刷厂印刷

ISBN 7-5364-1284-3/TS·63

1989年6月第1版 开本787×1092毫米 1/16

1989年6月第1次印刷 字数 218 千

印数1—30000 册 印张 7.5

定 价：3.20 元

• 内 容 提 要 •

《新女性服装》一书意在把服装设计学和服饰美学的专业性理论引至普及性生活美学，使当前审美水平已普遍提高的读者，能在穿着打扮上得到更高层次的指导。

本书向读者系统地介绍了服装设计、服装流行、自我打扮艺术以及国际上普及的原型裁剪法，并提供了80余款充分显示女性新时代风貌的高级春、夏女装的效果图和裁剪图，供不同气质、不同体形的女性选用。本书文字图形简明易懂，读者能在短期内实现自己的设计愿望。风格迥异的各款式，将创造出不同风采的现代女性形象。

本书作者曾在省级和市级的服装大赛中获奖，书中又融入了他们新的构思。

本书主要以年轻女性为阅读对象，也可作为全国广大服装设计人员的参考书。

序

新女性的形象是空前的、强烈的、多层次的，新女性的魅力在于她们在开拓事业的同时，更珍惜每一刻浪漫人生，在激烈的竞争社会中渲染出热烈的生活气息。新女性在任何场合都散发出深沉的、震撼的感染力。新女性的最大特点是：强调个人风格，自然而突出地在生活和工作中展现不凡的毅力，坚定的信心和洒脱灵活的风度。在这种前提下，更深刻地蕴含着典雅、活泼、清纯、妩媚、文静、端庄、潇洒等多重的气质，这些气质的综合构成了女性的现代美。

服装，只有通过气质的烘托才体现出艺术价值。现代服装就是最具针对性的创造性设计，使新女性的气质得以淋漓尽致地体现。我们设计、编撰《新女性服装 春·夏》一书，意在将服装设计学和服饰美学的专业理论通俗地引至普及性生活美学之中，使当前审美水平已经提高的女性的穿着打扮能够上升到更高的艺术层次。

不同的性格、不同的生活和工作环境造就了女性们相异的气质，每个人的体形也不尽相同。我们在书中系统地介绍了服装设计、服装流行，自我打扮艺术和国际上普遍采用的原型裁剪法等内容，并设计了81款展现新时代女性风貌的最新高级春夏女装，供不同特点的女性选用。在编撰中，我们努力注重内容的简明实用，流畅易懂，尤其对于女性在穿着打扮中最普遍、最困难、最易忽视的问题作出通俗而详尽的解答和启示。使读者在短期内实现自己最佳打扮的构思和愿望。

愿本书能给您的生活带来新的启迪，帮助您从容地步入生活全面艺术化的国际潮流，享受内涵充实而情趣丰富的人生。

编者

1988年9月

· 目 录 ·

第一讲 服装概论	1
第一节 服装设计概论	1
第二节 服装设计的基本原理及方法	1
一、造型与设计技巧	2
1. 从整体到局部 (2)	
2. 五项基本原理 (2)	
3. 服装的空间感 (3)	
二、服装色彩的美学知识	3
1. 色彩性格的调合 (4)	
2. 色彩面积的比例 (4)	
3. 色彩的统一和变化 (4)	
4. 色彩平衡 (4)	
5. 色彩节奏 (5)	
6. 色彩重点 (5)	
三、制约最终效果的因素	5
1. 适应范围的制约 (5)	
2. 设计的表达形式制约 (5)	
3. 市场制约 (5)	
4. 材料制约 (5)	
5. 成本制约 (5)	
6. 利润制约 (5)	
7. 工艺制约 (6)	
8. 质量标准制约 (6)	
9. 产品法令制约 (6)	
10. 管理因素制约 (6)	
第三节 服装的流行	6
一、流行规律及预测	6
1. 螺旋上升的规律 (7)	
2. 速度递增的规律 (7)	
3. 系列分化的规律 (7)	
4. 竞进反转的规律 (7)	
5. 模仿流动的规律 (7)	
二、当今服装的流行趋势	7
1. 崇尚简朴、明快的生活型服装 (7)	
2. 穿运动型服装的人越来越多 (7)	
3. 宽松而柔软的服装正流行 (7)	
4. 个性化的流行趋势 (7)	
5. 流行与自我 (7)	
三、民族化与时代感的结合	8
第二讲 新时代女性的穿着艺术	9
第一节 衣着的心里分析	9
第二节 穿着与搭配的技巧	9
一、了解自己	10
二、爱好与适宜	10
三、自我形象的完善	10
1. 整体完善 (11)	
2. 局部完善 (13)	
3. 掩饰缺陷的服装和打扮 (16)	
第三节 必须研究自己的风格	19
一、气质与魅力的源泉	19
二、职业妇女的服饰风格	19
1. 实际型打扮 (20)	
2. 罗曼蒂克型的打扮 (21)	
3. 魅力型的打扮 (21)	
4. 高尚型的打扮 (22)	
5. 可爱型的打扮 (22)	
第三讲 服装原型裁剪	24
第一节 介绍几种常见的裁剪法	24
第二节 原型裁剪的方法	25
八十一款春夏服	

服装概论

在人类社会，服装是一大特征，也是一大内容。犹同语言的产生。我们的祖先在与大自然拼搏中出于保护身体的基本意识，从而逐渐产生了最简陋的服装。不同时代、环境、风俗及社会惯例有着各自不同的穿着。作为人类生活的必需品，它反映了人类在每一空间和时间的文明程度，更是表达人类精神生活的特殊语言。

当今，服装的含义是广泛的。除了生活服装外，它还应包括舞台服装、职业服装、民族民间传统服饰等在内的所有服装。出于更多的需要，我们在此谈论的几乎都是生活服装，尤其是时装。“时装”这个名称非常吸引人，无论服装展销，订货还是廉价拍买都统冠这个美称。何为“时装”？时装是指受相当多人的崇尚，但在不满员的情况下，受时间和空间的制约，并具有符合社会发展而不断变化着的美感的服装。作为传统服装的西装、中山装、婚礼服自然不属此列，至于因过时积压而廉价拍卖的更称不上时装。从本质上讲，时装强烈地表现出时代感和群体性（大众性），成为个人与群体之间交流的媒介和桥梁。它是人类文明进步的必然产物。

时装的出现，促使服装设计的产生与发展。而服装设计水平的不断提高，又进一步开阔了人们的眼界，增强了人们的审美能力，并对时装的新样式提出了更高的要求。两者的相互促进，不断地把服装推上新高潮，从而开创了现代服装的新纪元。

第一节 服装设计概论

就设计的本意来说，它是将人们头脑中的设想和意图表示成可见的内容。这种行为的实质是有计

划和具体创造性的造型活动。服装设计属于实用美的造型设计范畴。它的意义并不完全在于使衣服合身，或在衣服上加饰图案以及诸如改变领子、衣袋的形状等，更重要的是达到造型的目的，使服装具有改善人体本身的条件，起显示优点、约束缺点的效用，并通过造型或其它各因素的配合，表达着在不同时代里，人们观念中的美、生命、人生、文明、道德甚或宗教的意义。服装造型是服装设计中的首要问题，包括着外形与结构的创造。对美的追求是设计的意义所在。当然，功能为根本，各种使用功能（包括审美功能）是设计的出发点，同时还应考虑到影响购买力的经济成本等因素。离开为人穿着谈造型美，设计也就没有意义了。

服装设计是用各种纺织品作为创作素材，以人体为对象，立体地塑造其特有的真、善、美。人们从服装中得到的美感，不仅是它有着如画的色彩和音乐一般的韵律，还在于它有简洁而合理的结构。人们不断地寻求新的造型，并为此创造出表现这些造型的手段。造型设计和结构设计（即工艺制作设计）是一个过程的两个方面，是有机的结合体。只会裁衣、做衣，缺乏整体造型意识，或只会在平面上描绘，不善于利用立体的结构关系，这些都是有缺陷的，也很难跨越现有的物质技术条件，提出新的设想。作为一个服装设计师，要求对造型设计和工艺制作的处理十分精通，要象导演一般站在创作中心，从设计至创作的整个过程中，始终贯彻设计者的创作意图，使最终的成衣效果与预想保持一致。

第二节 服装设计的基本原理及方法

设计美学,包含着构成设计的基本条件:造型、色彩、装饰、功能、加工技术和创造美的形式法则(统一与变化、对比与调和、均齐与平衡)及视觉、错觉、分割、空间感等内容。它有着自身特有的造型规律和法则,当然,法则也不是一成不变的,即需要灵活掌握和运用,更要有大胆进行探索和创新精神。

一、造型与设计技巧

1. 从整体到局部

服装设计基本上是用几何形分割的。由于几何形分割是具体形象中抽取出来的骨架,因而,它带有更普遍的意义,也更有象征的意味。有的衣服即使没有任何花形的装饰,只有纯粹的几何形态的分割和变化,也能使人感到好看。设计者应善于利用几何形的节奏美感和丰富的含义去创造形象,要达到造型的目的,首先要考虑的是服装外轮廓和分割的比例关系,通过不同比例和形状的搭配,给每一种设计以不同的外形或“骨骼”。

衣服的外形是由近似于方、三角和圆这三种形态组成的。如图1,三件衣服的外形分别都倾向于方、三角和圆的外形轮廓。方、三角和圆三种形态各具自己的个性,如果只用一种形就会觉得单调。如方形,尽管很端庄,但不免呆板;圆形虽很柔和,却失于臃肿;角很挺括、明快,却也包含着生硬。最好是以一种形态元素为主,配以其它一种或二种,如以方为主,配以圆形,或以圆为主,配以三角形,这样综合运用,就可在形态的对比中求得互补和互衬,使造型更为丰富。

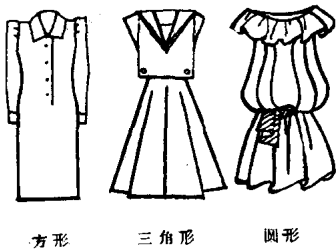


图 1

另外,为了能够更容易地把握服装外形的基本轮廓,我们把所有服装的轮廓归纳成H、A、T、X四个基本形状,见图2。

2. 五项基本原理

构成美的原理有:比例、均衡、节奏、统一和强调五项因素。

(1) 比例与分割

服装的比例可以在基本合乎人体比例的基础上,按照造型的需要任意变化。在一件衣服上,比例变化不仅局限在腰线的位置,其它部分,如:袖、领、衣长、口袋等



图 2

的比例,同样能根据设计者的意图产生变化。比例是分割的结果,通常在设计中运用“黄金分割”原理以及利用视觉中的错觉现象,这样,能帮助我们较好地掌握美的比例关系。黄金分割的比例是 $\frac{\sqrt{5}-1}{2}:1$,其近似比为2:3、3:5、5:8;运用视错分割有以下五种形式:①垂直分割:端正,挺拔;②水平分割:宽阔、平稳,多用于男装;③垂直、水平分割:优美,丰富;④斜线分割:活泼,自如;⑤自由分割:浪漫,多变。

(2) 对称与均衡 对称和均衡是服装造型的两种基本形式,它们以点、线、面作为表现手段。点、线、面是一切造型艺术的最基本的三要素,从几何学意义上讲,点是最小的基本形态,有点的运动,才有线的形成,而线的移动则产生了面。从造型意义上讲,点不仅有位置,而且有大小和形状,在服装中体现为纽扣、腰带和图案中的点。从整体看,口红、眼睛、甚至头都可以理解为点。由于其形态较小,在空间中则吸引人们的视线,恰当运用,能起到画龙点睛的作用。通过排列、大小及色彩对比的不同程度,而产生了丰富多采效果。比如:大点的活泼、跳跃之感;整齐排列的小点面料,则使点的表现力减弱,而形成面的感觉,有文雅、恬静之感。

线在造型中担当重要角色,服装轮廓的千变万化,其式样的多变则是凭着线条的操纵而进行的。平面上的线,体现为结构线、分割线、缉明线、装饰线、腰带、项链(积点成线)和衣料图案中的线。不同的线,其性质也相异,有简洁、明快;有变幻、活泼;有安定、柔和。不同的线条组合与排列能产生风格迥异的样式。线的等距排列也可成为平面。面是服装的主体,是最强烈和最具量感的元素。由于服装穿着的状态是立体而具动感的,因此多以曲面呈现。面的表现主要是依据面的边缘线而体现的。

点、线、面的组合大多是依照对称和均衡两种形式。无论是传统的还是现代的造型艺术中，这两种形式都被广为运用。

对称：是服装造型中最常见的，也是最普遍的一种形式，古今服装大都是采用左右对称旋转对称和局部对称。对称形式具有重心稳定、统一、规律、严格的特征，给人们以庄重感。

均衡：就是中轴两侧的形象不同，而以调整排列，改变位置、面积和形状等方法求取两侧在量感上的平衡。在服装设计中，创造均衡效果的手法是很多的，例如：①利用口袋位置的变化；②利用门襟和扣子的变化；③利用领、袖及外形变化；④利用装饰点缀。

(3) 节奏 在服装设计中，借用音乐中的“节奏”概念，体现为形态的组合方式的反复、层次、渐变（就是以等比例递减或递增形成的序列）和自由的配置，这些反复、层次、渐变和自由的节奏，就是通过形、线、点的规则和不规则的疏密、聚散关系创造出来的。创造优美的节奏形态会使服装生动而富于音乐感。

(4) 统一 统一主要体现在如下四个方面，①服装构成的三要素一款式（造型）、色彩、面料的相互统一。如西装，要求造型大方、简洁，线条挺拔、面料质地挺括、色彩沉着而稳重；而礼服就要求浪漫的款式、高雅的色彩、华丽脱俗的面料，以形成独特的风格。这些都体现了造型、色彩、面料的相互统一。②总轮廓线分割的统一。主要是指前后分割、结构和总轮廓线的统一。③形状与装饰的统一。例如：领、袖等部位与装饰的结合。④服装整体的统一。指首饰、手提包、鞋子等与服装的统一。

(5) 强调 烘托主点，这也是设计的原则之一，它能够使视线一开始就贯注在最主要部分，然后向其它次要部分逐渐转移过去的手法。要强调恰当，首先应该对统一与加强有辩证地认识，加强是在统一的基础上进行的，就如日本著名服装设计师君岛一郎所指出的：强调的点多了，就会造成杂乱无主，失去整体的和谐美。

一个V形的领子，一条宽型的腰带，都分别以主点的魅力突出着脖子和腰部的美感。主点的加强有各种方式，有用强色烘托，有用衣料的，有用技巧的、外型的、部分修饰的、装饰品点缀的，因时因场合而异。

3. 服装的空间感

注重服装的“空间感”，也是设计中重要的美学原理。著名“新外观”女装的设计师，法国的迪奥尔也同样指出：“我设计的女装，使之有圆润的肩膀，丰满的、富有女性魅力的胸脯以及苗条的腰部，臀部以下广阔展开的女裙”，“这一结构如同建筑一样”，具有“空间感”。

服装设计的“空间感”主要包括以下四个方面的含义：

(1) 人类的形体本身就是比例适当，结构匀称的立体，具有空间感和雕塑感的。

(2) 人类不是静止的生物，他是具有思维的、有意识地劳动并改造着客观世界的高级动物。在征服、改造客观世界的劳动中，人类的形体是活动的，各种姿势和动作（如走、坐、蹲、跳跃、赛跑、舞蹈、骑马、沐浴、狩猎等）的造形，无不具有空间感和立体感。

(3) 服装——称之为立体的造型艺术，是因为附在人体之外，是随着人体的运动而“活动”的，因此，设计师必须从不同的距离和角度来设计，而不能只顾正面这一个方向。

(4) 艺术源于生活，又用于生活。花瓣形的衣领、钟形女裙、马裤、羊腿袖以及飞檐式的肩，所有这些，都说明设计师如同建筑师和雕塑家那样，以艺术的手法来表现人类的形体，使之更美丽。

二、服装色彩的美学知识

服装的色彩和其它几个要素（面料、款式等）相比，处于首要位置，这是因为：①在视觉的接受过程中，色彩最先闯入人的眼帘，刺激视网膜，形成色感觉，并产生各种感情作用。我们选购衣服时，首先注意的是颜色，而不是样式或质地，色彩美不美，将会直接影响购买者的情绪，故世界各国的专业组织每年预测和发布流行色就是基于人们这种消费心理。②服装的色彩，主要是为穿着者以外的人来欣赏的，因此，往往还要考虑除自己喜欢不喜欢外，还要考虑在别人眼里看是否舒服、悦目，在所处的环境中是否谐调等问题。③在服装设计上最能创造气氛的是色彩。因此，色彩运用的优劣在很大程度上直接决定着作品的成败。可见，色彩对服装的作用是万万不可忽视的。

服装色彩与其它物体色彩最大的区别在于它和

面料的质感紧密联系在一起。色相不同,会产生不同的情感,色调不同,所创造的气氛也不一样。在服装上,面料的质发生变化,色彩就会随之产生复杂的感情作用。同样的红色,在粗纺花呢上,是粗犷、朴素;在柔光流泛的软缎上,是高贵、华丽;在乔其纱上,是轻快、柔美;在人造革上,则是力和理智。如果无视面料质感对于色彩的作用,只是公式化地了解色彩的性格是不行的。面料质感和色彩的组合是无限的。目前时装趋于单纯化、简洁化,从某种角度上讲,服装设计的出路就在于色彩和面料的运用。

下面具体谈谈服装的配色美学原理。服装的配色犹如服装的款式设计一样,追求美的同时,又具有生活机能。要考虑穿着者的个性及时间、地点和场合等因素,不能无视色彩的象征性和形象性。

服装配色的美是一个很复杂的问题。同一件服装,由于观众的文化修养、社会阅历、艺术素质、生活态度以及年龄、性格、性别、嗜好的不同,所作的评价又会有很大出入,而且,还要受社会时尚的影响。各种因素不断地改变着为大家所推崇的流行色彩。这些都是我们研究服装色彩时不可忽视的问题。也就是说,服装上的配色美,没有一个放之四海而皆准的定理和公式。

服装配色的美,可理解为悦目,给人以快感与周围环境谐调。当然,还要具有强烈的艺术魅力和明确的思想性,以及应充分表现出的生活机能。配色美的方法可归纳如下:

1. 色彩性格的调和

色彩有三大要素,即:色相、明度和纯度。色相是每一种颜色品质所独有的特征和面貌,如赤、橙、黄、绿、青、蓝、紫等。明度:是指每一色相本身的明暗程度及在不同环境的明暗程度。一个色相在不同强弱的光线下,不同的角度下,呈现的明度也不同。纯度:是指一色彩的正常色相的色量的饱和程度,通俗的说,就是颜色的浓淡程度或艳丽程度。

色彩的调和一般有三种情况,即同一调和、类似调和及对比调和。深红和粉红尽管明度相差很大,但由于它们同属一个色相,所以很调和;色相不同,但明度和纯度几乎一样的之间也容易调和,这叫同一调和,如深紫红与墨绿相配。色相、明度、纯度相近的色之间容易调和,称谓类似调和。如中黄与

浅绿。与同一调和相比,它具有较复杂的表情,富有变化。同一调和,类似调和都比较容易成功,但往往显得没有生气。在色相环上,近乎相对的色相配,明度和纯度差很大的色相配,尽管失败的可能性很大,但也可得到一种新鲜的调和,这就是对比调和。如红与绿,黄与紫的搭配。

2. 色彩面积的比例

色面积的比例关系,直接影响到配色的调和与否,无论是同一、类似还是对比调和,其关键在于如何掌握面积比例这个尺度,尤其是对比调和中,要考虑色相、纯度和明度的对比三方面,就色相对比来讲,两个色相不同的色相配时,面积比例的安排也影响其是否调和。如红与绿这两个互补色相配,如其面积为1:1,两个色的量势均力敌,互不相让,就产生了离心的效果,使人感到不调和,但若红与绿有大小、主次之分,则会缓和矛盾,“万绿丛中一点红”道出了对比配色的技法。在纯度对比中,纯度低的色面积应大于纯度高的色面积。如一咖啡色连衣裙配上一黄腰带。在明度对比中,可根据情况灵活掌握,明度高的和明度低的以1:1比例相配时,可产生强烈、醒目和明快的感觉;明度高的为主时,是高调配色,能产生明朗、轻快的气氛;明度低的为主时,是低调的配色,有庄重、平稳、肃穆和压抑的意味。

3. 色彩的统一和变化

恰当处理好统一与变化这一对矛盾体是配色美的保证,统一是变化的前提,统一中要有变化,变化应寓于统一中。每一件服装的配色都应有其用色的倾向性,不同的色的倾向性能形成不同的情调。如红、黄为主的暖调子服装,给人以热烈、振奋和朝气蓬勃之感;而蓝、紫为主的冷调子给人以清静、幽美和含蓄之感。当然,要表现用色的倾向性,并不是简单的事,只有在对自然色彩、民族色彩及现代流行色的深刻理解的基础上才能显现迷人的艺术情趣。

4. 色彩平衡

在视觉上,色彩除了色相、明度、纯度外,还有冷暖、前后和轻重的感觉。如明度高的色感觉轻,明度低的则感觉重,红黄色系为暖色,青紫色为冷色。纯度高、明度高的色有前进感;纯度低、明度

低的色有后退感等。要达到色彩平衡的视觉效果，关键在于调整不同轻重、强弱色的面积、比重，以达到视觉上的平衡，我们要从服装整体造型来寻找平衡的着手方法。由于人体是左右对称的，前后相应、上下相连的。因此，色彩的搭配应从左右、前后和上下来考虑，如上轻下重有安定感，上重下轻处理得当则会产生一种动感。由于服装色彩与面料有紧密联系，因此，在考虑面积、比例的同时，还要注意色彩量与质地量的比例关系，以求在感觉上取得平衡。

5. 色彩节奏

服装是运动着的状态，随着人体的动作就产生出多种多样的节奏来。镶边、波浪型装饰的使用、扣的排列等都可以看到节奏。这种节奏呈现的是清晰、强烈之感，但由于其是简单形状的重复，故不乏单调的意味。若通过色彩的色相、明度以及强弱的组合反复，则显现出复杂、丰富多变的节奏，虽节奏较弱，但富有魅力、耐人寻味。

6. 色彩重点

与形相配合，对服装的某一局部进行重点强调，以达到弥补调子的单调。被强调的部位，能产生相对的集中。即使是色彩柔弱融合时，突出重点也是必要的。

强调重点往往通过点缀这一表现形式来完成，服饰品的使用是最常见的方法。服装的关键部分，如：头部、颈部、肩部、胸部、腰部等处的配色应首先抓住人们的注意力，衣服的点缀部位不要过多，以一处为佳。多则乱，会分散注意力。冲淡整体效果。

三、制约最终效果的因素

作为一个服装设计师，最大的不快莫过于自己的作品被淘汰而不能生产。服装设计成功取决于各种因素，一个新妙的灵感并不等于一件富有魅力的衣服，从设计构思到成品的完成是一个复杂而艰巨的过程。优秀的构思，经得起各种因素的制约，使最终的效果与预想的保持一致。在现代社会中，设计无时不受环境的影响，同时无时不在影响环境。所以，产品生产必然要受到条件制约和人为调整经济结构法则的制约。这些制约主要是：

1. 适当范围的制约

由于服装的通用性要比一般日用工业品差得多，如对各个地区民族、年龄、体型、职业的人以及各种季节时令、环境场合、用途都有不同要求。因此，设计时必需先确定服装能符合预定穿着对象的要求，适应销售地区的地理气候条件、人体形态、穿着习惯、消费水平和款式、面料及色彩流行倾向。

2. 设计的表达形式制约

服装设计一般是通过绘制服装外形图或服装效果图来表达设计构思。但图纸毕竟是平面的，要把平面的形态实现为立体的实物，就必需准确地图纸上表现服装的预想效果，尽量彻底完整地将应表达的部位说明清楚，设计图要求比例准确，结构表达清楚，不宜画得太夸张、太抽象，以减少制作过程中出现的麻烦。同时，还应考虑到那些有必要说明的但又不能在平面中表达出来的部分，可以用文字说明或做到心中有数，在制作中亲自去解决难以用图文表达的地方。

3. 市场制约

市场是商品交换的场所，也是设计者与使用者的媒介。设计的成功与否往往取决于对销售方式、规模大小和客源状况（消费者）的准确定位（包括消费者心理因素）。

4. 材料制约

许多设计师一提材料都怨天尤人，觉得有了好构思，苦于找不到材料。然而他们忽视了，一个好的设计师应该是充分发挥现有材料的特点，不断开发新的材料，同时探求旧材料的新加工才能主动作好设计。

5. 成本制约

再好的设计，成本过高是不会被选中投产的，设计师在设计定位时就应考虑改变成本的基准，使其不断下降。

6. 利润制约

销售额并不是利润，设计者往往忽视这一点，因此，设计师应熟悉税收制度及比率，推算出产品利润（税后留利）。降低成本往往就可以提高利润。

结合我国的情况,设计师应考虑的是提高产品档次,也就是搞深加工,搞高附加值产品。这样的设计才有生命力。

7. 工艺制约

任何设计者都必须考虑产品的生产制作方式与程序,从而有利于设计与生产的一致性,必须对设计对象的工艺技术因素有充分、明晰的了解,在原有技术条件的基础上考虑新技术,以免造成设备全面更新,成本大幅度提高,从而增加消费者的负担。

8. 质量标准制约

为了维护消费者利益,每项产品都有自己的质量标准。设计师应熟悉设计对象的标准属于哪个范围(如部颁标准、国家标准或国际通用标准)。可对产品知名度定位。

9. 产品法令制约

主要包括:①产权法,指与企业财产权有关的法令;②商标法,商标属于固定资产,因此也是产权的一部分;③广告法令,要熟悉设计中与之有关的法令条例,出口产品则应了解出口对象国家及地区的有关规定,才能使设计好的产品有效地、大面积地占领市场,从而得到消费者承认。

10. 管理因素制约

设计师有责任向领导提出建立合理机构的建议以减少矛盾,同时,应考虑与协作者的关系因素。处理好个性与共性的关系,使工业化的生产更趋谐调。

第三节 服装的流行

人们总是希望自己的生活幸福愉快,希望比别人优越(实际上这是一种好胜心理),希望能给自己找到一种新的视觉特征,以形式美来突出自己的外表。这就是人们都喜欢穿着新颖服装的心理基础。但另一方面,大多数人又想顺从于大众倾向,使自己在人群中不致过分突出。由于这个原因,就使生活于同一社会中的人们,会自然地趋向某一特定的服装造型风格。并为这些衣着魅力所吸引,于是形成了一个时期内的服装流行趋势。

正是由于人们对美有着不断地追求和更新,才使得新潮服装代替已缺乏新鲜和魅力的滞销货。当然,一种服装能成为当时社会的时尚,它必须符合广大穿着者的心理要求。由于人们都希望健康长寿,年轻人更希望体型健美。所以近年来参加各类体育活动的人越来越多,各类运动衣式的服装式样被视作当前最美的服装而广泛流行。目前,国外正掀起旅游热,各类旅游式服装、休闲式服装成为竞相穿着的式样。为了满足人们怀古之情的心理需要,古典典型的服装式样就成为人们选购的对象。生活在西方发达国家的大都市的人们,普遍向往乡村和大自然,具有浓郁乡土气息的时装,自然深受他们的青睐。可以肯定,由于人们生活方式改变、生活节奏加快,在近一时期内的服装造型基本上以宽松、随和、活泼、穿着舒适而不受拘束为主,结构力求简易轻便、色彩追求浅雅明丽,那些工艺精细、造型呆板和衣料厚重硬挺的传统式服装,就不那么受欢迎了。

一、流行规律及预测

流行是社会的一部分,每一个新潮的出现并迅速为人们所模仿,这都是不同程度地受到当时的政治、经济、文化、区域特征、国民性格和外部影响的冲击和渗合而成。从一个较长的历史时期来分析服装的变迁及流行能找出清晰的规律。不过,短期的时装潮流的变化要完全依赖于从某些规律出发的逻辑推断是比较困难的。随着服装的发展,世界各国对流行预测的研究越来越具有准确性、科学性。国际流行色预测协会提前18个月予以预测和预报。英国有一位专家经过多年的研究和观察设计出一种时装式样规律图表,从图表中可以看出:如果一个人穿上离时兴还有五年的服装,会被人认为是不道德的;在时兴的三年前穿它会被人认为是招摇过市;提前一年穿,会被人认为是大胆的行为;正在时兴的当年穿用,它则是显得非常完美无缺;一年后再穿,就显得土里土气;五年后还穿用,就显得非常可怕;十年后它能招来人们的耻笑。可是过了30年再穿用这些服装,人们又会认为很新颖和有创新精神。虽然作者的这些观点有所偏颇,但道出了时装流行规律的有趣的循环性。

服装附属于人类,由于它与社会的各个领域有着相互的冲突和联系。因此,从各个角度去观察分析服装的发展,就能寻找到一定的规律,这些规律

至少有以下几个：

1. 螺旋上升的规律

打开历史的画卷，能发现许多事物与今天发生的是何等相似，服装也是如此。在漫长的服装发展史上，始终有着古希腊、古罗马的风采流动。远古的穿着形式至今仍能在最超前的时装发布会上找到。然而服装总是不断地发展着。当今曾流行的复古式、希腊式，甚至1986、1987年流行的超短裙也不简单是1966年“迷你”超短裙的再现，而是某种风格的升华。服装的发展是螺旋型的。

2. 速度递增的规律

正如历史学家所普遍认为的，社会的发展速度是递增的。100年前人们不知道什么是流行。19世纪时，约每隔30~50年变化一次，20世纪初每隔20年有一次更新，进入80年代后，每年就有变化，流行的周期也已短至10年左右。以致从80年代初的女装“男性化”中能看到70年代初喇叭裤及牛仔袋的遗风。

3. 系列分化的规律

当大街小巷里都能瞧见穿大同小异的背带裙的女性时，可以肯定那流行的“先驱”必定只有一件样式。如同生物的种分化一样，在同一系列内，母型生出了子型的兄弟姐妹，子型分别生出孙型。在一种服装系列内也可以分化出形态、用途、机能等不同的各种服装。

4. 竞进反转的规律

服装的流行总是朝着其有特色的方向竞争发展，如“长”是特色，则会在竞相时髦中促使它越来越长：“大”为特色，就会越来越大。当倾向终于达到极端时，出现了不经济、不方便、不健康及心理上的反感。这样境地的出现敦促了一个流行的结束，一种新颖、合理的穿着形式又散发出诱人的魅力。

5. 模仿流动的规律

模仿是一种社会现象。通过和对方的行为、意识、概念同一或类似与对方同化。一个新时装的迅速流行和普及，是竞相模仿的结果。模仿流动现象可分为横的地域性扩大和纵的时代性连贯持续两种。一般来说，将要流行的服装的流传和推广，是地域

性的流动。但要创造一种合乎流行的服装应该是“国际性”（指地域性）与时代性的结合。

二、当今服装的流行趋势

1. 崇尚简朴、明快的生活型服装

在当今时代，无论是哪个层次、哪种身份的人，工作、生活、娱乐，是每人所必需的，设计师们都认识到，时装不能仅属于特权阶层，我们的任务是要想到普通人每天穿的衣服和了解他们想穿什么，仅属于达官贵人的繁琐而造作的纯礼节性服装的时代早已过去。简洁、明快、朴素的穿着形式为生活在当代的人们所推崇。

2. 穿运动型服装的人越来越多

也许是工作紧张，劳动力增大，也许是经济充裕，更重视娱乐活动。世界性的体育热、旅游热、健美热，正在此起彼伏地掀起，自然衬衣、西服便不如运动服走红。运动服不仅活跃于运动场所，还遍及到游乐、观赏和购物等多种场合。

3. 宽松而柔软的服装正流行

由于工作紧张及城市生活的拥挤嘈杂，人们不由自主地对闲逸舒缓产生了心理上的需求，于是颇有心眼的设计师便把习惯上休息时用的宽松、柔软的服装引用至广泛的场所。这种风格的服装一反过去肩垫、臀垫、胸衬、裙撑、硬领等精湛的技艺把人体伪装起来的办法，改变“见衣不见人”浮夸的审美观。而宽松柔软的服装，重于体现人的形态美，有“见人不见衣”之神采，给人以纯朴、自然的更高层次美感。这种美感是不会趋时的，它蕴含着隽永的艺术魅力。

4. 个性化的流行趋势

人类的活动愈来愈趋于社会化，逆反的心理使人们更加想表现自己、展示个性。服装成为自我表现的一种理想方式。各自的社会地位、文化教养、年龄、性别、兴趣爱好迥异，促使时装朝着多样选择的个性化方向发展。今后的流行决不是一种样式的大模仿，而是把流行的风格与自身的特点结合起来，恰到好处地在新潮的追逐中进行自我实现。

5. 流行与自我

人们对穿着美的追求表现为个性（自身特点）与共性（流行的社会性）的结合，从这种结合中就能反映出人们在穿着上有着矛盾心理。能尽早地穿上刚得知是即将流行的时装，是一件十分愉快的事，因为不久的将来人们对这种时装的喜爱，甚至狂迷，从某种意义上讲，也是对自己打扮的羡慕和模仿，从而，实现了个人价值。

作为超前的超时髦者，有着狂热的争前的接受激情，而众多的仿效者伴有盲目的崇拜、迷恋和模仿的求美心理，这无疑给完善自身的打扮设置了种种障碍。不论是超前时髦的，还是随后的模仿者，在接受流行前，首先要观察自身的条件，针对流行的样式和风格分析自己的优劣势。若个体特点与流行的适合较多，可多应用流行的样式及风格；反之，则少些。总之，应因人而宜，切勿“东施效颦”。

三、民族化与时代感的结合

现代服装是在个性与共性的不断融合中发展的。大而言之，个性即指民族的，共性便指时代感。中国的服装如何发展，我们民众的服饰能否挤于世界服装中心之中？关键在于如何把民族性与时代性结

合好。有人肤浅地认为民族化就是中国的，就联想到龙、凤、虎、寿、古装、戏装、旗袍、中山装。对民族化的正确认识应该是：在民族发展的历史长河中逐渐积存的，具有本民族特有的民族精神、民族气质和民族风尚的、受到本民族人民大众喜爱的服装文化。在效果上做到“神形兼备”，把中华民族质朴、和谐、典雅、含蓄的“神”与“装饰”、“平面”、“对襟”、“隐蔽官能”的形相结合。

然而，时代感也并非将外国货原封不动地照搬，而是指在一定的历史时期内，表现物质文明和精神文明的统一，为大多数人民大众接受和喜爱的时代风尚在服装上的表现。时代感必须根植于民族文化沃土之中，使时代感的艺术性寓于民族化的个性之中。民族化与时代感都是不断发展的，在一定条件下各自向其对立面转化。昨天的时代感，经过历史的积存，转化为今天的民族化，而今天的民族化经过挖掘、提炼、创新，又转化为明天的时代感。永远以龙凤、旗袍去参加国际展览会，自然被奚落于墙边。照搬“原版”的西洋服，则会为我民族的审美习惯所不能接受。一个东方巨龙若无自己特色的时装是不为世界人民所赞赏的。

新时代女性的穿着艺术

第一节 衣着的心里分析

通过衣着的恰当搭配来衬托自身的美感，由此得到人们（尤其是异性）的赞美，是年轻女性进行自我实现（即在人们面前表现自己，以致让他人发现自身的价值）的最普遍的一种途径。

服装心理学家曾首先以儿童作对象进行调查，结果表明人们在童年时代就已经要求装饰打扮自己，以便引人注目。可见人们在穿着上非常注重自己。挑选具有个性的、风格独特的服装与自己相契合，使之在精神上反映自己的思想和愿望。在艺术上表现自己形体和容貌的美丽，在社会生活上证明自己所在的阶层、地位和职业。

当然，我们不能忘记衣着首先考虑的是生理上的功能性。服装的卫生（例如：通风、日晒、不阻碍身体的健康发育和成长）和舒适是非常紧密的两个方面，这在过去是没有人提及的。

当代杰出的服装美学家弗洛格尔在他所著的《服装的心理学》中，通过对大量年轻男女的调查。表明服装的功能是保护身体、艺术装饰，并且具有社会意义。他的理论是：

第一，尤其是年轻女性反对相同或类似的服装，她们需要有个人的风格，因为千篇一律的服装是暗淡、单调，毫无变化的，它使人讨厌。但也有一部分妇女不喜爱时髦，她们或者因为社会地位不同，没有合适的机会（交际、舞会），或者由于个人风格，或者不爱时新和抛头露面。她们只要求舒适卫生，要求穿着流行的一般式样，同时也有部分妇女爱慕古老的服装式样。这和她们尊重传统习俗和文化教养是相关的。

第二，服装是表现自我形体的美，这也是服装

最主要的功能。所谓舒适、愉快，就是要符合不同的形体，它必须是行动自由方便的、宽松的、符合道德规范的和充满活力的。

第三，姑娘们在服装上较少有偏爱，风格比较多样化，而年老的妇女则喜爱不太显眼的端庄服装。

第四，服装是为了要吸引异性对自己的注意。

第二节 穿着与搭配的技巧

穿着得体与否，首先由搭配是否成功而决定的。服装搭配是一门艺术，除了上下装配套，内外衣配套外，还包括其它饰物附件的搭配。这些饰物附件有：帽子、鞋子、袜子、腰带、提包、方巾、长巾、手套、领带、眼镜、钮扣、伞、胸花、帽花、别针、手表、首饰（包括项链、耳环、手镯、发结）等。发型与美容也对搭配产生不可忽视的影响。这些饰物附件是构成服饰配套的重要因素。

在搭配美的基础上，我们还要分析服装穿着的整体和谐。这不但要考虑颜色与颜色，面料与面料的搭配调和，还要有外型、个性、时间、场所等要素的大调和。

从现实情况来看，为穿着者提供服装的途径，大致有二种：一是以某个特定的人为对象，专门为这一特定对象设计一种款式和一组服装，这在国外称为高级服装。一是以标准体型为根据进行设计，大批生产成衣投放市场，供消费者选购，即工业化生产的大众服装。前者是事先由穿着对象认可，针对性地设计、制作，它把穿着者的要求与设计师的设计构思在同一时间内予以完成。后者是注意设计的社会流行的普遍性，把同一层次、同一年龄的人归纳成一个特定的对象，因而，穿着者选购后往往还按照自己的喜爱和特点进行搭配和调整。进行二

次设计。

一、了解自己

时装属实用美的艺术范畴。它不同于纯艺术，如美术、音乐、电影、戏剧、文学等。服装的艺术形象（即美的效果）是和具体个人结合在一起时才能显现出来，因而，它必然和个人特点密切相关。为此，穿着者首先要了解自己，然后才能按照自己的特殊要求来打扮自己，完善自己的形象。但由于穿着者在打扮上的自审能力、自觉性以及艺术修养都有差异。我们经常能发现，一套衣服穿在这个人身上很美，而穿在另一个人身上就不很美或不美。对穿着服装来说，审美的趣味性和艺术修养，如果脱离了穿着者的自身特点，并仿效别人以创造自己的形象，这只是一般的艺术修养和较低水平的审美趣味和自觉性。对这一点缺乏足够的认识，不注意自己的特点，不善于表现自己的个性，也就是造成很多人衣着中庸的主要原因之一。

每个人往往觉得很了解自己，其实，了解自己并不是一件容易做到的事，否则，为何许多人在选购时装时，在是否适合自己的问题上总是模棱两可，束手无策呢？为何不少人的穿着连自己都感到不美，却仍不知道能用适合自己的服装来代替。了解自己需要有尊重客观事实的态度，要有全面的观点。

每个人都有其所长，也有其所短。但在了解自己的特点时，许多人常常有护短毛病，不愿正视自己的短处。了解自己还需要有全面的观点，即不能只看长处不看短处，也不能只看短处不看长处，要以相对的、辩证的态度去看待自己的优劣。若一个人的五官和身体太标准了，会让人觉得没什么特点，以致就美得不太深刻。而一个嘴唇稍厚一点，或鼻子稍翘一些的人，往往比标准的近乎于模型的更具魅力。因为，他（她）有特点。短处和长处都会随着条件的变化而转变，例如，身材瘦小，一般认为是缺点，但也可转化为优点，娇小玲珑也是一种美。只有全面地客观地来认识自己，才能对塑造自身的形象充满信心，才能找到适合自己特点的着装方案。

二、爱好与适宜

服装的穿着与搭配，涉及到主观的审美趣味与

客观的艺术形象两个方面。我国有句俗语：“穿衣戴帽各随所好”。“所好”是个人的审美趣味，人与人之间在审美趣味上都有相同点，但又普遍存在着差异。这种现象最明显地体现在时装流行中的内在构成。流行是指某一风格为当时的广大民众所喜爱和推崇。这就是带有普遍性的“爱好”。但流行某种风格，并不是让大家来穿同一样式、一种风格，由于面料选用不同，色彩搭配不同，以及款式的局部稍加变化，能变换无数个系列样式。这正是人们在大流行下的“爱好”偏向的差异。譬如：近几年流行超短裙，在这个风格中，有人偏爱旗袍式超短裙，有人偏爱灯笼型超短裙，还有人喜爱高腰超短裙和连衣超短裙等等。“爱好”使得我们产生了许多美妙的灵感，并为设计师提供了创作源泉，丰富了时装的内容，呈现出五彩缤纷的时装世界。

不过有许多令人神往的漂亮时装，并非人人都适合。的确，让人感到有那么些遗憾，因为自己的爱好往往不能与穿着效果保持一致，爱好并不等于适宜。

要使爱好与适宜达到统一，首先要正确地认识自己、了解自己，全面地、客观地分析自己的优缺点，设计出适合自己的穿着方案。爱好也不是一成不变的，在爱好与适宜有出入的情况下，应该从主观上去改变原来的偏爱，但有些人往往错误把对穿着的偏爱当作是个性的表现，宁愿不改变不正确的偏爱。对于“爱好”与“适宜”应该辩证地去分析，喜爱或偏爱应服从穿着的艺术效果，若有些服装穿着效果较佳，但一时习惯上不易接受的话，可以从主观上去培养“爱好”。“爱好”与“适宜”都是相对的，当自身或周围的条件和状态发生变化时，“爱好”和“适宜”也往往随之有所转变，总之，要以完善自我形象作为穿着的出发点。

三、自我形象的完善

你有没有注意过自己在他人面前的形象？你是否有意地把自己打扮得更完美。每个人都应该努力地给人美好的形象，以致令人赏心悦目、促进友爱和振作精神。恰好地装扮自己是树立美好形象的最重要手段。

天生丽质的人并不多，估计被人们普遍认为是非常漂亮的人，只占女性的几千分之一左右，比较漂亮的也只占百分之一左右。况且天下无绝美之人，

如同丑一样，美也是相对的，每个人都有美中不足之处，因而都有自我完善的心理需求和客观上的必要。

完善自己形象的打扮，首先要从整体入手。把服装的型式与自身的特点加以分析和对照，然后，深入到人和衣的局部打扮，并考虑局部和整体的调和。

1. 整体完善

从大的整体要求来讲，除了要注意人与衣的相互调和外（指服装的款式、色彩、面料与人的气质、外型的关系），还要考虑到穿着效果与时空的调和，这样才可以说是打扮得很完美了。

不过，要弄懂穿着的大整体观念，首先得学会人与衣的配合的技巧。

颜色——该用那种颜色组合？各色的搭配份量如何？都要好好考虑一下。

外型轮廓——自己的体型是属修长的，还是矮胖的，基本轮廓是柔和的、还是挺括的？看看与衣服的型式是否调和？是该以毛衣配长裤？还是衬衣配裙子，或是穿洋装呢？

最后看看全身——色彩和型式是否吻合？整个的外型看起来是盛装呢，是活泼的运动型呢？还是潇洒型呢？另外，再看看调和的效果怎样。

（1）高大丰满女性的装扮法 纤秀的女孩固然漂亮，但身材高大也不缺乏魅力。现在不论你是高矮胖瘦，都有办法打扮入时。服装设计师更懂得如何去迎合较大块头的需要。你只要有一点这方面的知识，仍可做出色的打扮。下面就来谈谈高大女性选择服饰的原则。

选择衣服的原则以舒适为主，但不宜过份贴身，并要有规则的直线条纹。时装设计家再三强调：衣服不可过紧、过短，更不可为了赶时髦，穿根本不适合自己的衣服。

衣服色彩和样式：常听说，大个儿的人不宜穿太花或颜色太鲜。其实不然！你大可放心去穿自己喜爱而且舒服的衣服。鲜明的颜色对你更好，似乎大家都公认你只配穿着黑色或暗色，其实你只要选择碎花几何图案，或直条纹的都很合适。但记住：少穿大花，横条纹的为妙。而运动衫则不在此列。

穿哪一种连身洋装：块头大的女性，穿连身洋装最迷人了，会显得你非常的修长，但不要穿紧身又没有条纹的A字裙或公主式的长裙，因为这会越

发显得你块头大。此外，要注意袖肩是否宽窄适中，免得衣服穿起来被扯得又皱又松。裙摆长度最好以刚刚在膝盖下为宜。

选择哪一类裙子：大块头的人也适合穿裙子，但宁可穿A字裙摆或稍有圆弧度的，窄裙较不相称。切记不要在臀围附近饰有花边、绉褶成大花格，否则，臀部会显得更肥胖。

哪一个长裤显得更修长：长裤对各种体型的人来说是不可缺少的，你选长裤，要穿得刚好合身，不可松垮垮的，才会显得笔挺、有劲。料子要选直纹没有大方格和细褶，而且不宜贴口袋。直筒裤对于高大的女性来说穿着是最适合不过了。

该穿什么样的上衣：新款的套入上衣花样多又好看，但要注意：V字和船形领较适合大块头的你，少穿翻领或海军领的上衣，领口低一点更好。也可以穿有腰身的衬衫和质软的上衣。

最好穿简单的款式：体型高大的人不该同时穿很多件衣服，即使非穿不可，也要选择薄料，切忌把厚暖的衣服穿在身上，因为你本身的样子，就抵得上几层衣服了。

大衣和外套：对于你来说，不论长大衣的腰带收还是不收都是适合的，外套长度最好刚盖住臀部为宜。

皮鞋和长靴以舒适为主：要支撑过重的体重，就得选择穿着舒适的鞋子。以皮硬，原色为上选，但千万记住以配合自己体型的为原则。长靴的款式很多，也很适合高大型的女性们。总之，不要为了缩减你粗壮的小腿，而忍着痛穿过紧的皮靴。

衣服的配件：没有腰身的人，宁可让衣服宽松一点，也不该扎条腰带，偶尔围条领巾可增色不少，手臂粗的可用披肩。另外戴大的珠宝饰物很适合块头大的体型。但一次不可戴太多，脖子短的女性，则应该以细金项链取代。耳环也和其它珠宝一样可戴，但花样不宜太杂太多。

手提包也是很好的配件之一，但要选择大方一点的，袖珍型反而显得和你的体型不相称。

爱美是人的天性，身材窈窕固然是得天独厚；但万一你没有一副纤细惹人怜爱的身材，也不必懊恼，只要多注意平时的装扮，参考以上几项原则，相信你仍能别具风韵的。

（2）娇小女性的穿着方法 如果你长得很娇小，应当选择何种形式的衣服呢？重要的是要塑造看来高些的印象；调和的颜色对比比的颜色更适合