

中国高等职业院校服装专业实用教程  
上海技师协会服装专业委员会推荐教材

# 服装设计基础

张祖芳·主编 谢冬梅·编著



上海人民美術出版社

中国高等职业院校服装专业实用教程

# 服装设计基础

谢冬梅 编著

上海人民美術出版社

---

## 图书在版编目 (C I P) 数据

服装设计基础 / 谢冬梅编著. - 上海: 上海人民美术出版社, 2007.6

中国高等职业院校服装专业实用教程

ISBN 978-7-5322-5151-3

I.服... II.谢... III.服装-设计-高等学校: 技术学校-教材 IV.TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 057200 号

---

中国高等职业院校服装专业实用教程

### 服装设计基础

主 编: 张祖芳

编 著: 谢冬梅

策 划: 李 新 邵 旻

责任编辑: 孙 青

封面设计: 崔生国

装帧设计: 孙 青

技术编辑: 陆尧春

出版发行: 上海人民美术出版社

(上海长乐路 672 弄 33 号)

印 刷: 上海新华印刷有限公司

开 本: 787 × 1092 1/16 6.5 印张

版 次: 2007 年 6 月第 1 版

印 次: 2007 年 6 月第 1 次

印 数: 0001-5250

书 号: ISBN 978-7-5322-5151-3

定 价: 28.00 元

# 编者的话

进入21世纪后,我国被世界公认为纺织服装生产大国,作为世界成衣产业最大的加工基地,中国的服装从业人员数量大、层次多、范围广。但长期以来,我国的服装制造业始终身处生产加工型的低端地位,服装设计、服装加工与服装营销的人才比例一度处于失衡状态,所以形成了中国现在独有的服装业态:即生产规模和产值世界第一,利润和知识含量极低。要真正成为一个服装强国,就必须及时培养一大批有中国特色、能适应成衣设计、加工、营销这条产业链的综合应用型人才。培养人才的文化责任,使上海人民美术出版社把话题转变为课题。

上海人民美术出版社近年来大力发展艺术设计类图书的策划与出版,成功地与国内外艺术设计专家、学者合作,在业界取得了一定的好评。在各专业出版社和大学出版社积极推出服装设计系列教材的同时,我社立足服装专业高等职业教育这一基础性课题,在国家大力培养高级职业人才的号召下,组织了一批长期从事高校专业教育、有着丰富办学经验与教育研究成果的教授、专家编撰本套教材。

本丛书主编张祖芳教授与所有作者均活跃在高校教学第一线,他们除了承担大量的学历教学之外,还积极参与社会各级各类职业教育。既能动脑又能动手、既有理论知识又有实践经验、集艺术与技术于一体是他们的特点,近年来为地方政府、区域经济成功策划、完成了10多项相关重大项目更是他们的优势。他们将自己长期的教学经验、企业实战经验和重大项目策划经验融于本系列丛书。本丛书体例新、操作性强、注重实战知识,真正做到了与中国高等职业院校服装专业教学接轨,与中国服装业综合性应用人才的培养接轨,从而使学生在完成学业后,能大大缩短熟悉与适应工作岗位的时间,更快、更强地融入中国成衣业的大市场。

在近一年的编写时间里,通过各位老师与编辑的共同努力,本套丛书的第一辑书籍终于问世。我们希望本套丛书能用专家级阵营、有效实用的内容与普及性价格为中国广大高等服装职业教育服务。本套教材还存在着某些不足之处,也请广大老师与学者在使用中提出宝贵的建议,以便我们在今后的编辑工作中改进。



上海人民美术出版社社长  
2007年4月

# 目录

7	<b>绪论 服装产业与服装设计师</b>	
	第一节 服装产业背景 .....	7
	第二节 服装设计师作为一项职业 .....	8
12	<b>第一章 服装与人的关系</b>	
	第一节 服装的生理层面 .....	12
	第二节 服装的心理和社会层面 .....	12
	第三节 服装的文化层面 .....	13
	第四节 服装的审美层面 .....	14
15	<b>第二章 美的形式法则</b>	
	第一节 基本概念 .....	15
	第二节 美的形式法则 .....	15
	第三节 美的形式法则在服装形态研究方面的运用 .....	15
22	<b>第三章 服装面料</b>	
	第一节 面料的基本性能 .....	22
	第二节 构成服装面料外观效果的三要素 .....	22
	第三节 服装面料的外观设计 .....	25
	第四节 服装面料的组合设计 .....	26
29	<b>第四章 服装色彩</b>	
	第一节 色彩的基本常识 .....	29
	第二节 色彩的审美特性 .....	29
	第三节 色彩组合与色调 .....	31
	第四节 纺织品通用色卡 .....	35
	第五节 流行色预测 .....	35

36	<b>第五章 服装造型设计</b>	
	第一节 造型要素 .....	36
	第二节 服装造型与人体形态 .....	39
	第三节 服装造型的基本要素 .....	40
44	<b>第六章 服装形态</b>	
	第一节 形态的定义 .....	44
	第二节 服装形态的要素 .....	44
49	<b>第七章 服装设计师的灵感来源</b>	
	第一节 来自自然界的灵感 .....	49
	第二节 来自姐妹艺术的灵感 .....	49
	第三节 来自民族与民俗文化的灵感 .....	50
	第四节 来自历史服装的灵感 .....	51
	第五节 来自科学技术的灵感 .....	52
	第六节 来自大众流行的灵感 .....	52
	第七节 来自社会生活的灵感 .....	53
55	<b>第八章 不同类型的服装设计</b>	
	第一节 童装 .....	55
	第二节 礼服 .....	57
	第三节 运动休闲装 .....	61
	第四节 职业装 .....	63
	第五节 针织装 .....	65
67	<b>第九章 时尚流行与现代服装简史</b>	
	第一节 时尚与流行的基本定义 .....	67

	第二节 服装流行的传播过程与传播模式 .....	70
	第三节 服装流行的特点 .....	72
	第四节 现代服装简史 .....	72
	第五节 现代服装的主要风格流派 .....	78
<b>82</b>	<b>第十章 服装设计师的工作内容与程序</b>	
	第一节 准备阶段 .....	82
	第二节 主创阶段 .....	85
	第三节 打样阶段 .....	90
<b>92</b>	<b>第十一章 服装产业与相关职业介绍</b>	
	第一节 品牌的力量 .....	92
	第二节 服装产业及其工作职位 .....	94
<b>98</b>	<b>附录</b>	
<b>102</b>	<b>后记</b>	
<b>103</b>	<b>参考文献</b>	

# 绪论 服装产业与服装设计师

每年总有几个固定的时间，服装设计师、面料商、辅料商、特定类型的服装生产加工商、设计工作室、时尚媒体、流行资讯媒体、模特经纪公司、摄影师甚至广告承办商都会聚集在服装博览会这个专业集市上寻找贸易机会。它们构成了服装行业的生态群落，彼此之间相互依存，也相互竞争。在它们的共同作用下，我们看到了繁荣的服装市场和琳琅满目的服装产品。

## 第一节 服装产业背景

### 1.1 文化背景

我国自古就有“衣冠古国、礼仪之邦”之称，与纺织服装相关的技艺、文化和艺术都达到了“傲视全球”的水准。但是，我们必须认识到：我们今天的日常着装体系完全移植自西方。原来的中式服装，由于已缺少了它基本赖以生存和发展的土壤，仅仅在少数场合为少数人群穿着。

当代中国成衣文化的母体并非我国的传统文化，而是远在万里之遥的欧美现代文化。它继承了西方的人文传统，体现了西方现代的生产和生活方式。直到今天，具有欧美文化背景的中国现代服装体系，仍然处在“适应水土”的阶段。从文化角度来看，我国当代的服装业还非常年轻，有待成长（图 A-1、图 A-2）。

### 1.2 产业背景

随着全球经济一体化的逐步形成，欧美国家的服装加工业规模均呈现萎缩趋势。然而在这样的表象之下，却有着产业进化和升级的事实——他们让出了加工这一利润微薄的工业流程，而把资金转投于品牌和创新。正是这个转型，使他们实现的利润约是加工利润 5.7 倍。

经过二十多年的发展，我国的服装业已形成巨大规模，在创造着财富的同时也吸纳了大量的从业者。在宏观结构上，外贸市场仍然以加工外单、赚取微薄的加工费为主；在国内市场上，绝大多数企业的核心竞争力基本上还是体现在企业规模、资本实力、加工水平和营销手段方面。这种局面造成的结果是：整体而言，国内服装品牌的产品附加值不高、利润空间不大，无法与进口品牌争抢高端市场。



图 A-1 今天，我们的日常服装来自于建立在西方文化和现代生活方式基础上的成衣体系。



图 A-2 我国传统的服装形式。女子宽衣大襟、含蓄拘谨的形象体现了中国传统文化观念和东方审美情趣。



但令人欣慰的是，随着我国整体实力的稳步提升，国内服装市场开始呈现出越来越活跃的态势，国内品牌提升渐见成效。我国的服装企业竞争已经开始由简单的加工型竞争转向更深层次、更高利润的竞争。而优秀的服装设计正是提高产品附加值、创造更高利润的有效手段。也许可以这样说，直到今天，中国的服装设计环境才开始渐入佳境，设计才慢慢突显出它应有的价值（图 A-3、图 A-4）。

这正是我国服装设计师生存的大环境。对所有立志做一名服装设计师的人来说，生在这个时代，是一件幸运的事。这样的大环境将为设计师提供越来越多施展拳脚的空间和机会，也对设计师的素质提出了更高的挑战。只有具备了较高的文化、美学修养和良好的专业技能的设计师，才能经得起大浪淘沙的考验。也只有胜出的人，才能进入新一轮的行业竞争，成为带领企业拼杀高端市场的先锋角色，从而实现服装设计师的价值。

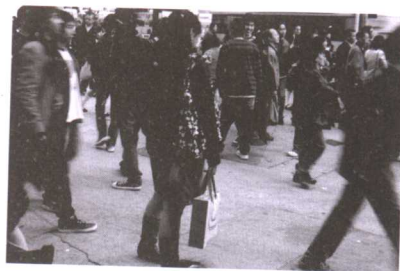


图 A-3

图 A-4

图 A-3、图 A-4 商店里出售的服装和我们穿着的服装。

## 第二节 服装设计师作为一项职业

### 2.1 服装设计师在我国是个新兴的职业

专业的服装设计师在我国出现的时间并不长，最多只有二十来年的历史。在这之前，我们只有裁缝的概念。20 世纪二三十年代上海滩的裁缝师傅，尽管人人都有一套缝制西服、旗袍的绝活儿，再普通的布料都能在他们的巧手下变成精美绝伦的服装，但他们还是摆脱不了工匠的定位。

但是国外的情况则不同。到今天，服装设计师在西方已经有了一百多年的历史。在这一个多世纪的时间里，无数有才华的男女把他们毕生的激情和心血都投注在小小的衣服上面。他们创造了 20 世纪令人眼花缭乱的时装文化，也实现了从被人忽视的工匠到令人崇拜的艺术家的飞跃。

### 2.2 中西服装设计师背景比较

对比西方和我国在这个职业上的历史差异，究其根本原因，有两个关键的因素起到了决定性的作用。

#### 2.2.1 东西方服装体系有根本的区别

东方服装在形状上保持了高度的稳定。几千年来，服装的样式虽然一直在变化，但基本形状仍然维持了布匹平面展开的基本面貌。样式的重点，更多体现在面料的织造方式、图案和色彩变化上。简单地说，我们的祖先更喜欢在染织方面下功夫。而且，由于东方人把服装视为划分政治等级的手段之一，严格限定不同等级的服装面料、色彩、图案和穿戴方式，因此穿什么衣服往往是早已被决定的事情，而非随心所欲的乐趣。

西方的传统服装则不同——它是立体的。也就是说，一件西方的衣服在桌子上是怎么

也摆不平的。相对于面料，西方人对形状变化的兴趣更浓厚。所以，从这个角度来看，我们可以把西方服装史理解成由各个时期不同形状的服装组成的历史。对于西方的裁缝来说，服装构造的变化成为其工作的重要内容。反观我国传统服装，构造很少成其为服装形态的主要问题。中国传统服装总是在桌上呈片状T字的造型，各种缝制技巧和装饰工艺就成了裁缝们最能展示本领的地方。所以，尽管古时东西方缝制服装的专业人士都可以称之为裁缝，可他们的工作重点有所不同（图 A-5 至图 A-7）。

对于今天的服装设计师而言，东西方制衣的工作重点都具有宝贵的继承价值。

### 2.2.2 服装制造工业化程度与消费方式有很大不同

在工业革命以前，西方人的服装也是自制或交由裁缝店完成，普通人换新衣的频率很低，只有显贵阶层才能获得更多穿新衣服的机会。一件衣服从一段上好的面料到缝制完成需要一二月时间，如果工艺较为复杂，大半年甚至一年才能缝制好一件新衣服不是件稀罕事。服装制造的低效率直接影响着服装的消费水平。

工业革命以后，西方服装业发生了根本的变化。工业化大生产极大地改变了人们的生活方式，也刺激了大众消费，人们越来越不愿意一针一线自己缝制服装了。工业生产的大众成衣价格低廉，比家庭制作更精致，于是，人们开始享受换装的乐趣，新的漂亮款式层出不穷，刺激着人们不断花钱购买新衣、淘汰还没有穿坏的旧衣。大规模工业化的高效生产直接导致了服装消费周期的大大缩短和需求量的迅速提高。成衣的生产和消

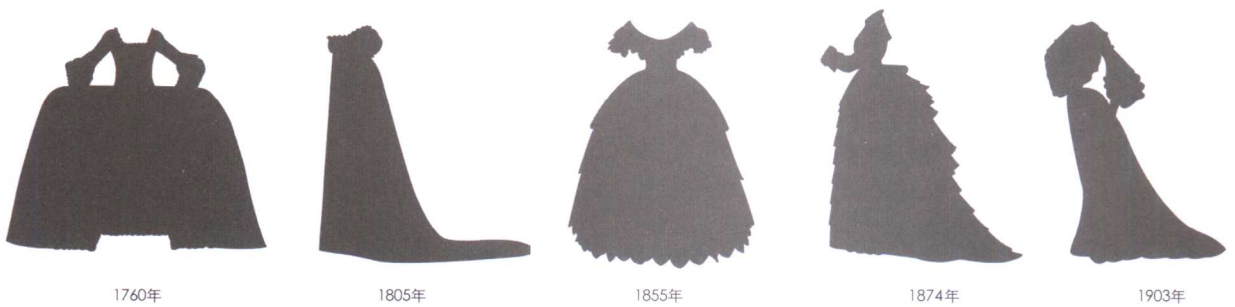


图 A-5 西方的服装是立体的，我们可以把西方服装史理解成由各个时期不同形状的服装所组成的历史。



图 A-6 立体的西方服装。



图 A-7 平面的东方服装。



图 A-8 在今天，家庭小作坊式的裁缝已满足不了大众对服装的需求。



图 A-9 大批量的成衣生产改变了大众对服装的消费方式。



图 A-10 在消费成为大众文化活动的今天，服装与时尚密不可分。

费方式催生了不可或缺的商业服装设计师这个职业（图 A-8 至图 A-10）。

而我们国家直到上世纪 70 年代末才以改革开放为契机，从生产、生活方式和思想观念上接受西方主流文化。服装设计师这个职业正是从那以后才真正在我国出现。

### 2.3 服装设计师需要具备的职业素质

那么，服装设计师究竟是什么职业？

首先，它是依存于现代生产和生活方式的职业。脱离了这样的生产和生活方式，设计师很难体现其职业价值；其次，它是依靠对美和流行事物的敏锐感受力和洞察力进行工作的职业，这是服装设计师的核心职业素质之一；第三，它是依靠创造力不断推陈出新的职业，这是服装设计师的核心职业素质之二；第四，它是利用前两种素质赋予服装商业价值的职业，这是服装设计师的核心职业素质之三。

通俗地说，服装设计师就是要创造既美好又畅销的服装。从这个职业诞生之日开始，服装设计师的身份就具有不可分割的两重性：艺术家与商人。因此，服装设计师要具备适当的商业头脑，换句话说，就是要现实。这将保证设计师在创作过程中不会死抱着那些显然叫好不叫座的设计不放，至少，一名设计师要懂得：好的设计必须具备现实或潜在的商业价值。

前些年，我国培养服装设计师的环境太过倚重于艺术性，而忽略了商业性，这对于设计师本人和对他们寄予厚望的服装企业来说都造成了很严重的损失。甚至于，在某些服装企业里，设计师从无所不能的神灵贬为企业中可有可无的人，这就是偏颇的宣传导向所造成的负面后果。而许多服装企业也因为这种对服装设计师矫枉过正的看法，不再重视服装设计师的工作，从而令我国部分服装企业缺乏国际竞争力，始终在低附加值、低利润的空间带徘徊。

在对待服装设计师这一职业的问题上，教育界、产业界以及以此为职业生涯的设计师们都走过了一段坎坷之路，然后，业界慢慢开始以理性、客观和现实的眼光来正确对待这个职业。一方面，学校不再把服装设计师当作艺术家来培养，设计师也不再孤芳自赏、以超越凡俗的艺术家自居；另一方面，服装企业也逐渐认识到，如果只满足于加工利润，是无法提升产品竞争力的。

除了以上核心职业素质，设计师还必须掌握一些关于服装材料、服装人体工程学方面的知识，以及服装社会学、心理学和销售学方面的常识。

为了与相关环节的工作人员配合好工作，设计师还必须具备良好的沟通和合作能力，以及有条不紊处理事务的能力。

### 2.4 服装设计师作为一项职业

端上一杯香浓的咖啡或者茶，坐在杂乱但不失秩序的桌前，空气中轻轻传来好听的背景音乐，设计师才会展开他的工作。翻翻最新的时尚手稿，在雪白的纸张或涂得乱七八糟的草稿纸上随意画下自己的构思，不断地想象自己的各种设计穿在顾客身上的样子，是多么惬意的事情。与公司里其他同事们机械而枯燥的工作、与他们皱着眉头行色匆匆的样子绝不相同，服装设计师有更多想象的空间和品味美丽事物的机会。

即便是跑外勤，也是一份脑力激荡多过体力劳动的事：服装设计师流连于商场和专卖店的橱窗前面，不经意地拨弄服装店里的每一件漂亮衣服。即便是去寻找面辅料，也是一个在市场中淘宝的有趣游戏，比的是谁的眼光更老辣，谁的想法更巧妙。经过一段时间的辛苦，自己的设计会从草稿变成真正的衣服，出现在服装订货会或产品发布会的 T 台秀上。在迷人的背景音乐中，自己设计的服装将模特们装点得光彩照人、摇曳生姿。这已经够让人沉醉的了。到了秀的结尾，自己还有可能手捧鲜花，出现在 T 台的出口，接

受人们的鼓掌喝彩。作为一名设计师，虚荣心也好、荣誉感也好，在这时都得到了最大的满足，一切都是值得的！

从这个角度来看，服装设计师的工作性质在很大程度上是创意性的、感性的、与美和情调打交道的，在理想状态下，它是一种会给人带来精神享受的思维活动和实践活动。

但这个貌似完美的职业一样存在着不为外人所知的艰辛。

服装设计师是需要新鲜血液的职业之一，年龄的增加和经验的的增长与其职业前景并不一定成正比。许多设计师凭着他们天生的秉赋、勤奋和经验做到了首席设计师或总监的位置，甚至跻身最著名的服装设计师行列，但有更多的设计师在年龄渐长后便退出创意舞台，转行其他的工作。

刚刚踏上工作岗位的年轻设计师虽然没有平衡艺术与市场的经验，但他们的可贵之处正是设计上的无拘无束。经过几年的历练，他们事业可以达到某个高度：设计的款式既漂亮又好卖，而且他们开始懂得与人沟通合作。但这种平衡性也可能同时带来事业停滞不前的征兆。随着时间的推移，当经验和创造力达到平衡点之后，大多数的情况是前者会持续增长，而后者则开始显得越来越难以突破。而在瞬息万变的市场里，一位设计师必须付出很大的牺牲和努力，才能令自己的心态、思考方式、兴奋点和审美趣味保持在一个相对年轻的状态，也才能随时把握时尚趋势和消费品位的变化。和流行保持步调一致，本身就不是一件容易的事情。

此外，服装设计是一件要求细致入微的工作。一件完美的服装背后，凝聚着设计师对每一个细节的苛刻挑剔和周全考虑。它既要求设计师保持强烈而持久的激情和感性，又要求设计师能随时回到现实中，保持冷静和理性的选择。一根线、一粒钮、一根结构线的弧度……任何细节随时会变成设计师的困扰，直到他们做出最佳判断（图 A-11）。

整体而言，做一名服装设计师值得立志于此的年轻人为之激动、为之流泪流汗、为之付出自己的青春和才华。毕竟，这是一项传播美和文化的高尚职业，体现了人类不可思议的创造力。选择服装设计师这一职业，关注身边带给人愉悦感受的东西，把对这个世界的良好印象和美妙体验都倾注在自己的创意性工作中——这本身就是一件美好的事情！



图 A-11 年轻的设计师们在讨论工作。

## 思考题

请大家交流一下自己选择服装设计专业的原因以及自己对服装设计师这个职业的看法，并谈谈它最吸引自己的地方。

# 第一章 服装与人的关系

穿着服装不仅仅是一种个人行为，也是一种社会行为。穿着打扮表达了个人对美的追求，也反映了对人与人之间交往礼节的重视。人们的穿着方式不是完全自由的，它受到人们所处的文化环境和社会规范的制约。

在今天，服装日益通过流行这一方式反映出人在以上各个层面的需求。同时，它也形成了自身丰富多变的美学体系，体现了人类艺术、审美、理念、思想的结晶，反映了人类对自身存在价值的追求。

## 第一节 服装的生理层面

个体为了维持生命，需要食物、水和空气；为了在不同的季节和气候下生存，需要服装来维持正常体温；为了防止外界的伤害，也需要服装来保护安全。也就是说，服装的基本功能是满足人们遮身蔽体、防寒保暖的生理需求。

在20世纪80年代以前，我国在服装方面的研究主要集中于服装如何适应人体工程学的领域里。相关论著大多讨论的课题是服装结构、面料组织成分与满足人体舒适要求之间的关系。可见，在人们一贯的观念中，服装的实用性是第一位的。

## 第二节 服装的心理和社会层面

服装作为人的“第二层皮肤”，可以帮助每个人确立自我概念，使人们在人际交往中获取关于对方的有用信息，建立相关的知觉与印象。在这个层面上，服装就如同无声的语言，帮助人们表达自我，实现人与人之间的交流，默默地传递大量复杂的信息，如个性、信念、价值观、魅力、印象等。同时，服装也是个体寻求社会归属，服从群体压力与规范，展现一个人社会地位、阶层与角色的有力工具。

服装与自我概念之间有着紧密的联系。服装可以加强自我概念，也可以颠覆自我概念。例如，比较内向和低调的人，在穿着上不会选择鲜艳而招摇的服装；在与外国人交往时，要强调自己本国身份的人，会刻意穿上带有本国传统文化特征的服装或戴上民族饰品。有些医学机构甚至把改变着装风格作为一种辅助的心理治疗手段，帮助患者走出负面的自我定义，建立起积极健康的自我概念。

此外，服装在人际交往中也扮演着重要的角色，有魅力的服装能提升人的吸引力，而外表魅力对说服人们转变对他人的态度具有积极的作用。人们常常通过对方的穿衣打扮来推测他的社会地位、兴趣爱好、个性态度等，并由此来增强相互间的互动。正是为了能在人际互动中给对方留下好的印象，从而更容易达成目标，人们才会在社交场合如此重视服饰之美。因此，许多介绍社交礼仪的书籍都会占用大量篇幅，不厌其烦地教导人们穿衣之道，原因就在于，服饰在人际交往中具有非常重要的作用。

而作为社会成员，每个人在社会中都具有多种身份，担当不同的社会角色。例如，一个18岁的学生在家庭当中担当子女的角色，在学校担当学生的角色，在商店购物的时候担当顾客的角色，在同龄人中间担当着朋友的角色。社会对不同的社会角色有着不同的要求和期望，这些要求和期望反映在服装上便是各种不同的着装方式。着装方式作为角色的符号，可以有效地加强或改变角色，从而影响社会或个人对角色的理解和期望（图1-1至图1-3）。



图 1-1



图 1-2



图 1-3

图1-1至图1-3 在社会生活中，人们总是借由服装来显示自己在社会中扮演的角色。即便是同一个人，也会根据不同的情况和场合穿着不同的服装，帮助自己采取合适的态度和行为来适应环境。

### 第三节 服装的文化层面

服装是人与自然环境、社会环境相互作用的产物，是人类特定的文化价值观和规范的物化表现。它体现了不同的社会习俗、习惯禁忌、道德法律对人的制约，体现了不同文化背景下的人们在穿着观念和穿着行为上的差别。例如，在大多数现代社会里，男性穿裤子、女性穿裙子就是一种约定俗成的社会风俗。

中国女性在结婚仪式上穿红色的结婚礼服向宾客敬酒，古代新娘还要在头上披一块红盖头与新郎拜堂成亲；而西方的女性则在结婚仪式上穿白色的婚纱，戴白色的花冠。这表示在不同的文化背景下，人们会以不同的服装方式表达对未来美好生活的展望。信仰伊斯兰教的女性不仅会穿上长袍包裹全身，还会用面纱遮掩自己的容貌，反映了宗教对女性的影响（图1-4至图1-6）。



图 1-4



图 1-5



图 1-6

图1-4至图1-6 不同的文化背景造就了不同的服装形式和穿衣方式，但无论文化差异有多大，利用服装来表达自己的追求是人类共同的天性。

又如，很多女孩子都喜欢在游泳戏水时挑选性感的比基尼泳衣，以展示自己健美的体态。而仅仅在10年前的中国内地，在海滩上穿比基尼泳衣还是一件让女孩子感到羞涩的事情。这种泳装在暴露身体面积上的变化，反映了在不同的历史时期，人们对身体的态度和道德尺度方面的变化。而20世纪60年代风靡全球的超短裙则反映了整个西方社会对青年的重新认识和青年文化的蓬勃兴起（图1-7、图1-8）。

所有这些都说明，服装是一种文化产物，反映了在不同文化背景下千姿百态的风俗习惯、宗教信仰和道德禁忌。



图 1-7



图 1-8

图1-7、图1-8 社会的变迁会带来观念和审美的变化。作为服装的组成部分，这两款发型反映了20世纪初和20世纪60年代，人们对于美貌的不同定义。

## 第四节 服装的审美层面

除了作为一种具有生理防护功能和社会文化功能的物品，服装还具有纯粹的审美功能。这也是为什么服装被称为软雕塑的缘故——它能让穿着者和观赏者得到精神上的美感体验。

服装是由材质、色彩、形态三种要素构成的。设计师根据自己对美的体验，运用自己的创造才华，对服装材料进行裁剪、叠积、组织，构成一件件具有视觉美感的服装。在这种构成中，蕴含了比例、平衡、韵律、调和、统一的形式美法则，融会了设计师对线条、体量、色彩、整体性、稳定、和谐、秩序的感受和独特的艺术匠心。美好的服装会让人产生愉悦和陶醉的心理感受。从这个角度讲，服装同样可以被视为艺术品（图 1-9 至图 1-14）。

综上所述，作为一名服装设计师，我们首先要认识到：服装是人们生活中必备的实用物品，这是它最本质的属性。在此基础上，服装具有多种功能和属性。人们在购买或制作服装时，都会有意无意地综合评估它各方面的功能，以满足个人对服装多层面的需求。因此，服装设计师不能仅从服装的创新性和美感来评价服装，而要全方面考虑设计对人们各方面需求的满足，否则就是舍本逐末、顾此失彼，失去了服装设计以人为本的本质意义。



图 1-9



图 1-10

图 1-9、图 1-10 服装不仅仅满足了人们的生理和社会方面的实用性需求，也成了艺术和精神活动的载体。人类对于美的感悟力、不可思议的创造力都会通过服装展现出来。服装是当之无愧的艺术品。



图 1-11

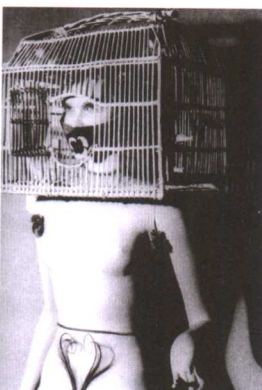


图 1-12

图 1-11、图 1-12 活跃于 20 世纪 30 年代的女性设计师夏帕·瑞莉的经典作品。她正是以她充满奇思妙想的超现实主义设计风格，在服装史上占据了举足轻重的地位，被视为时装界的艺术家。



图 1-13



图 1-14

图 1-13、图 1-14 这类服装已经超越了其实用性，成为设计师表达个人理念的实验性作品。

### 思考题

1. 请从自己衣柜中挑选三件自己最喜欢的服装，陈述喜欢它们的理由。然后分析一下这些服装分别满足的是你哪些层面的需求。

2. 请以一件简单的连身小黑裙为基础，分别搭配不同的服装、鞋和饰品，以适合以下几种角色的着装需要：

- 和朋友们逛街购物；
- 出席正式的社交晚宴；
- 去听疯狂的摇滚音乐会。

## 第二章 美的形式法则

“美”是服装设计师在设计服装的过程中不可避免的重点内容。本章就是从从这个角度来介绍美的形式法则及其在服装形态塑造方面的运用。

### 第一节 基本概念

作为一件给人带来视觉愉悦的物品，服装必须具有一定的美感，而这种美感是通过服装的形式体现出来的。

#### 1.1 形式

所谓形式，是指事物诸要素之间的联系、结构和组织。就服装而言，是指服装的材质、色彩、款式等诸要素之间的联系和组织方式。单纯从服装造型的角度来讲，服装的形式则是指构成服装造型的点、线、面、体诸要素之间的联系和组织。

#### 1.2 美与审美体验

所谓美，是事物打动人心的特质。当我们面对某件事物，被它吸引，进而凝神专注地注视或聆听，并从心里产生某种亲近、愉悦、感动、舒畅、精神亢奋的感觉时，就是在经历一种审美体验。

#### 1.3 形式美

是指事物的形式本身所呈现出来的某种令人愉悦的特质和意味。就服装来说，是指服装的材质、色彩与款式诸要素组合让人得到的美感体验。

### 第二节 美的形式法则

那么，怎样的形式才能让人得到美感体验呢？换句话说，让人感到美的各种服装，在形式上是否遵循了某种规律、具有某些共性呢？

当代的美学研究认为，形式美是具有一定规律的，这些规律普遍蕴藏于各种物质或事物的形式之中。它是人类在长期的审美活动中提炼概括出来的、能引起人的审美愉悦的共同特征。通常认为，主要有以下五种规律会让人得到审美体验：比例相宜、平衡、节奏韵律、对比调和、多样统一。在此基础上，德国著名心理学家费希纳在19世纪把形式美的法则概括为以下更为详尽的九个方面：

(1) 反复与交替，(2) 旋律，(3) 渐变，(4) 比例，(5) 平衡，(6) 对比，(7) 协调，(8) 统一，(9) 强调。

### 第三节 美的形式法则在服装形态研究方面的运用

#### 3.1 重复、交替

同一个要素在一定的时空出现两次以上称重复。反复出现同一要素是一种不断刺激感官，从而达到强调对象的手段，但由于要素单一，容易让人感觉单调。交替则是两种要素轮流出现，是重复的变相形式。相对于重复而言，交替较富于变化，又不失整齐划一的秩序感，更能达到强调对象的目的（图2-1、图2-2）。



图 2-1



图 2-2

图 2-1、图 2-2 服装设计中的重复。





图 2-3  
图 2-3、图 2-4 服装设计中的节奏。



图 2-4

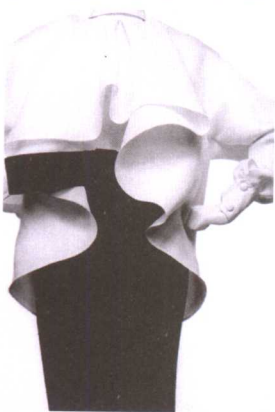


图 2-5  
图 2-5、图 2-6 服装设计中的旋律。



图 2-6



图 2-7  
图 2-7、图 2-8 服装设计中的渐变。



图 2-8

### 3.2 节奏

重复和交替的间隔长短形成节奏。间隔长则节奏缓慢，间隔短则节奏急促。在自然界中，心脏的搏动、四季的更替、海水的潮汐都表现出规律性的反复，形成了不同的节奏。

在服装形态中，点元素和线元素的重复和交替出现可以形成节奏感，从而给人以美感（图 2-3、图 2-4）。

### 3.3 旋律

旋律是音乐术语。由高低、强弱等不同的和谐音符以一定的规律有序排列起来称之为旋律。在造型中，则指和谐元素依一定的规律排列出现所造成的效果。韵律比节奏更为复杂，是一种有内在秩序的节奏的多样性变化。自然界中藤蔓的生长、夜莺的鸣啼都具有某种韵律，都会让人感受到妙不可言的审美体验。

在服装形态中，旋律主要通过线元素的表现来体现。如随着人体的走动而摇曳飘逸的裙幅、荷叶边形成舒卷起伏的流动线条、多重层叠的衣片边缘形成的优美层次等（图 2-5、图 2-6）。

### 3.4 渐变

严格来说，渐变是旋律的子集。它是某种要素在量上的递增或递减、在空间位置上的渐远或渐近，或是某种要素逐渐改变其属性最终变成另一种要素。元素的逐渐变化所呈现出的美感在自然界中大量存在。比如彩虹就是色彩的渐变、多层花瓣的花朵就是花瓣形状的渐变。

在服装形态中，渐变因其平稳变化的特点而给人以优雅、和谐的感受。设计师可用来形成渐变效果的元素很多：点元素的渐变、线元素的渐变、色彩的渐变以及服装肌理从粗糙到光洁的渐变都是常用的手段，往往能达到和谐过渡的效果（图 2-7、图 2-8）。

### 3.5 比例

是指事物整体与局部、局部与局部之间在数或量上获得一种恰如其分的关系。

通过对自然界事物本质的观察和数学计算的方法，人们找到了很多具有美感的比例关系，比如：黄金分割比例、费波那奇数比例、日本比例等等。西方经典的美学理论认为，自然界中很多事物的形态，包括人体形态中都蕴藏着黄金分割比例，因此这种