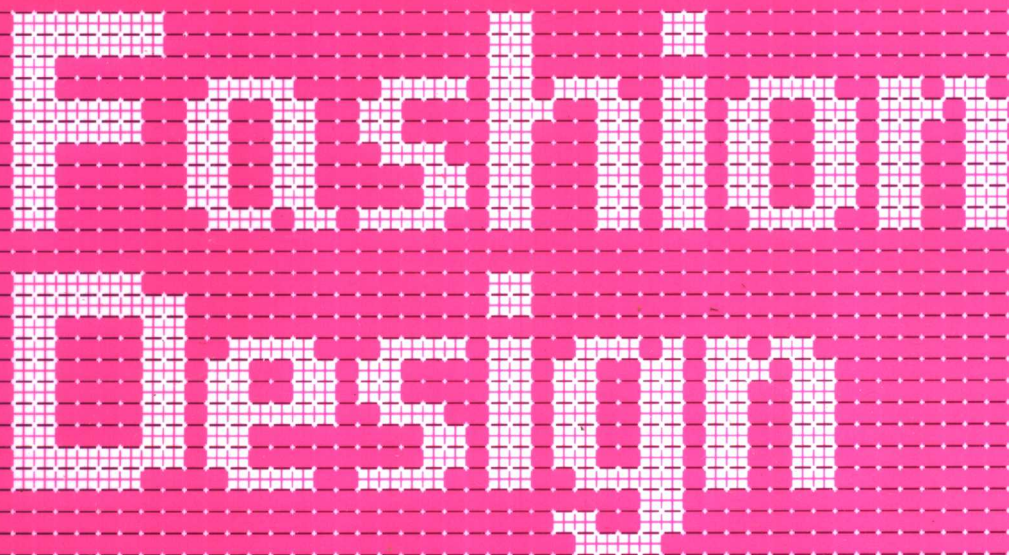


原创设计教学档案



服装创意设计的50次闪光

灵感作坊

陶音 萧颖娴 著

中国美术学院出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

灵感作坊：服装创意设计的 50 次闪光 / 陶音，萧颖娴
著. —杭州：中国美术学院出版社，2007.7

(原创设计教学档案)

ISBN 978-7-81083-614-2

I. 灵… II. ①陶…②萧… III. 服装—设计 IV. TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 089359 号

灵感作坊——服装创意设计的 50 次闪光

陶 音 萧颖娴 著

丛书策划：黎 阳 郑 朝

责任编辑：黎 阳

装帧设计：方舒弘

责任校对：徐 琰

责任出版：葛炜光

出版发行：中国美术学院出版社

地 址：中国·杭州南山路 218 号 / 邮政编码：310002

网 址：www.caapress.com

经 销：全国新华书店

制 版：杭州东印制版有限公司

印 刷：杭州星晨印务有限公司

开 本：889mm×1194mm 1/16

印 张：10.5

版 次：2007 年 10 月第 1 版

印 次：2007 年 10 月第 1 次印刷

印 数：0001-3000

ISBN 978-7-81083-614-2

定 价：48.00 元

著 者：

陶 音

1997 年 毕业于中国美术学院染织与服装系（学士）

2001 年 毕业于中国美术学院染织与服装系（硕士）

2007 年 现任教于中国美术学院染织与服装系
艺术设计理论与实践博士

萧颖娴

2000 年 毕业于浙江科技学院

2004 年 毕业于德国汉诺威应用科学大学 /University of Applied
Sciences and Arts Hannover

曾任职于法国巴黎 Sacha Pacha 设计工作室

2007 年 现任教中国美术学院染织与服装系



《原创设计教学档案》已版书目：



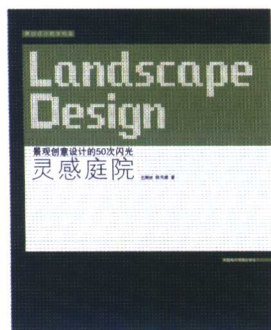
《灵感仓库——海报创意设计的 50 次闪光》 郑朝 郑朝晖 / 著



《灵感作坊——服装创意设计的 50 次闪光》 陶音 萧颖娴 / 著



《灵感车间——产品创意设计的 50 次闪光》 傅吉清 彭喆 / 著



《灵感庭院——景观创意设计的 50 次闪光》 王海波 陈元甫 / 著

服装创意设计的 50 次闪光

灵感作坊

陶音 萧颖娴 著

序 一

郑 朝

自西方工业文明蓬勃发展以来的几百年中,“科技就是力量”“效率至上”这一类价值信条令理性精神、分析能力和逻辑思维大行其道,整个世界的大趋势是重理性、逻辑性。但当21世纪这个“以人为本”的世纪到来之后,一切发生了根本的变化。

文明的左行道在延伸了二、三百年后也该到拐弯的地方了。首先是对理性的崇拜让位于对感性的沉迷,这一点表现在当前的文化中,就是“创意”大行其道,即兴的灵感式的执迷于细节的领悟力代替了以往理论的逻辑的系统的分析力。对科学的信仰开始转化为对艺术的推崇。之前感性的、被边缘化的艺术家其实一直很无奈地在反抗和屈服的模式中承担着挑战理性权威的使命。可是在如今这样一个体验经济的时代里,情感、美感、快感等成为整个社会的核心需求,艺术家们毫无疑问成了时代的宠儿。

这样的转变是令人雀跃的,当然最完美的状态应是理性与感性相互贯通,融为一体。

总而言之,今天是设计真正可以被设计的时代,我们幸运地发现从未如此的被重视,不再是工业时代附属物,至少我们站在等量的天平上。

对于今天的设计师来说,任何设计同时也是任何设计师的主要目的,是用清晰的、有资质的和美学的表现来传达他的意图。毋庸置疑,设计师的任务比以前仅关心画笔或油彩、墨水及纸张的画稿员的任务要复杂得多。那时要求设计师认识和掌握的东西也从没有像今天要求我们的那么多。现代的设计师面对数字化的生存状态,今天必须克服因技术进步而摆在我们面前的学识横沟。只有掌握不断更新的技术,才能摆脱无知带给我们的束缚和限制,跨越鸿沟,继续自由发挥设计创作的灵感。

灵感是什么?作为最高智商的人类是如何捕捉灵感?抓住它后又是如何展现?市场上的同类书籍很多,但对设计创意的讲解较为表面、浅显,没有对作品案例本身进行详尽分析,除了泛泛的介绍之外缺乏实用性,而对于专业人员来说探知灵感的产生和创作过程是最渴望的,此套丛书就是针对这一热点进行策划,结集出版。

此套丛书由海报设计、服装设计、工业设计、环境设计四个设计类别组成,丛书作者皆由中国美术学院的优秀专业主讲教师担纲,他们将多年的教学积累收集、撰写,希望此套丛书能打开设计的创意之门,为设计教育事业的发展做出贡献。

序 二

陶 音 萧颖娴

中国入世后改变了中国设计的大环境，国内设计产品面临必须参与国际竞争的壓力。什么才是最能代表国家综合竞争力的标准？美国学者理查德·佛罗里达在《创意经济》里说，创意实力将成为显示一个国家经济强弱的重要指标。在 21 世纪全球竞争的时代中，一个国家能否在激烈竞争中立于不败之地，取决于这个国家整体的创新与创造能力。今天，创新的呼声已势不可挡地席卷全球，创意成为设计产品的核心价值，创造力与创意设计的教育对于培养具有创新意识与创造能力的人才来说具有十分重要的意义，创新性人才成为 21 世纪的人才培养目标。

各大艺术、设计类高校是设计师的摇篮，培养具有创新意识和创造能力的设计师是教师的责任。教会学生如何开拓设计创意、实现设计思想就显得尤为重要。作为服装设计的教师，笔者深感责任重大。“创意是设计的灵魂”，只有具备创造的理念和意识才可能设计出创新的作品。当然，没有扎实的基础知识，是不可能进行创造的，创造是知识积淀的迸发。设计理念的创新关键在于更新教育理念、教育审美，要明确我们教师自己的教学思想，因此，无论在基础课教学还是在专业设计教学中，对学生创新设计思维的训练和引导及创造能力的培养，都应该是设计教育方向的核心所在，应该贯穿整个设计教学的始终。

服装创意设计的 50 次闪光

灵感作坊

目 录

第一章 创意	008
第二章 开拓创造性思维	
第一节 创造性思维形成的基本条件	016
第二节 服装创意设计方法	018
(一) Brain storming 与发散思维	
(二) 灵感思维与设计理念	
(三) 反向思维与变体设计	
(四) 类比思维与联想思维	
(五) 奇思创意与幽默感	
第三节 创新能力的训练	068
第三章 服装元素与创意的对话	
第一节 面料再造	072
第二节 纹样重组	080
第三节 色彩的多种可能	086
第四节 廓形的立体空间	092
第五节 结构的细节创意	102
第四章 服装创意设计的过程	
第一节 明确设计目的	116
第二节 收集灵感来源及相关素材	117
第三节 分析研究素材, 确定设计点	126
第四节 完善设计过程	140
第五节 实现创意设计	154

第一章 创 意

事实上，服装设计并非只是肤浅的形式把玩，也不单只是缺乏想象力的机能复制，而在于借由象征与功能的双重艺术实践，让人们能在各自所属的社会情境中自由表达个性的创意语言。

法国大文豪罗曼·罗兰说：“创意是历史永远有效的契机。”如果把视野拓阔，我们就可以发现这个世界的千姿百态，无非是 30 多种基本粒子或 110 种元素的千奇百怪的相互组合方式不一样而已，从科学发明到艺术创作、设计、管理，创意无处不在。如果用几个词语来描述创意的精粹，那就是：反常规、新创造、新意境。

创意是神奇的。美国著名的创意专家詹姆斯·韦柏·Y. (James Webb Young) 说过，创意有着某种神秘的特质，正像传奇小说里描述在南海中会突然出现许多岛屿一样。有人认为，创意是用“脚”走出来的，因为走的路多了，看得多、听得多、想得多，创意就出来了。

创意的含义：

创意并不是属于少数人的能力。每个人都或多或少的拥有创意的天赋。只可能因为没有得到训练或引导而没法显现出创意来。

所谓创意，就是指那些具有创造性的思想方法，即懂得怎样提出问题、发现问题，怎样提出假设并验证假设，怎样从各种矛盾、混沌的思想和概念中找出引向正确结果的途径。

日本研究创造的学者发现，发散思维是通过想象，让思想自由驰骋，冲破原有的知识圈，提出许多新设想。收束思维是对上述各种设想进行整理分析，通过缩小探索区域，来选择其中最可能实现的设想。创新和发明就是在这两种思维的相互制约下出现的。

通常情况下，人们在设计、创新过程中总感到很难找到创造的材料、创造的对象。其实，你只要细心地观察，认真地思考，就会发现创造的对象就在你的身边。每个人都生活在大千世界之中，生活、工作过程中的各种需要和各种问题，都是我们的创意源泉和创造动力。就服装产业而言，生活中缺少什么、工作中诸多的不方便、设计中遇到的诸多问题，都可以通过创造思维得到补充、改进、解决。这其中就包含有创造。当然，想要从那些司空见惯的生活、工作、事物中，独具慧眼地发现缺点，挑出毛病，找到问题，或者从各种活动中把握稍纵即逝的“偶然”，



