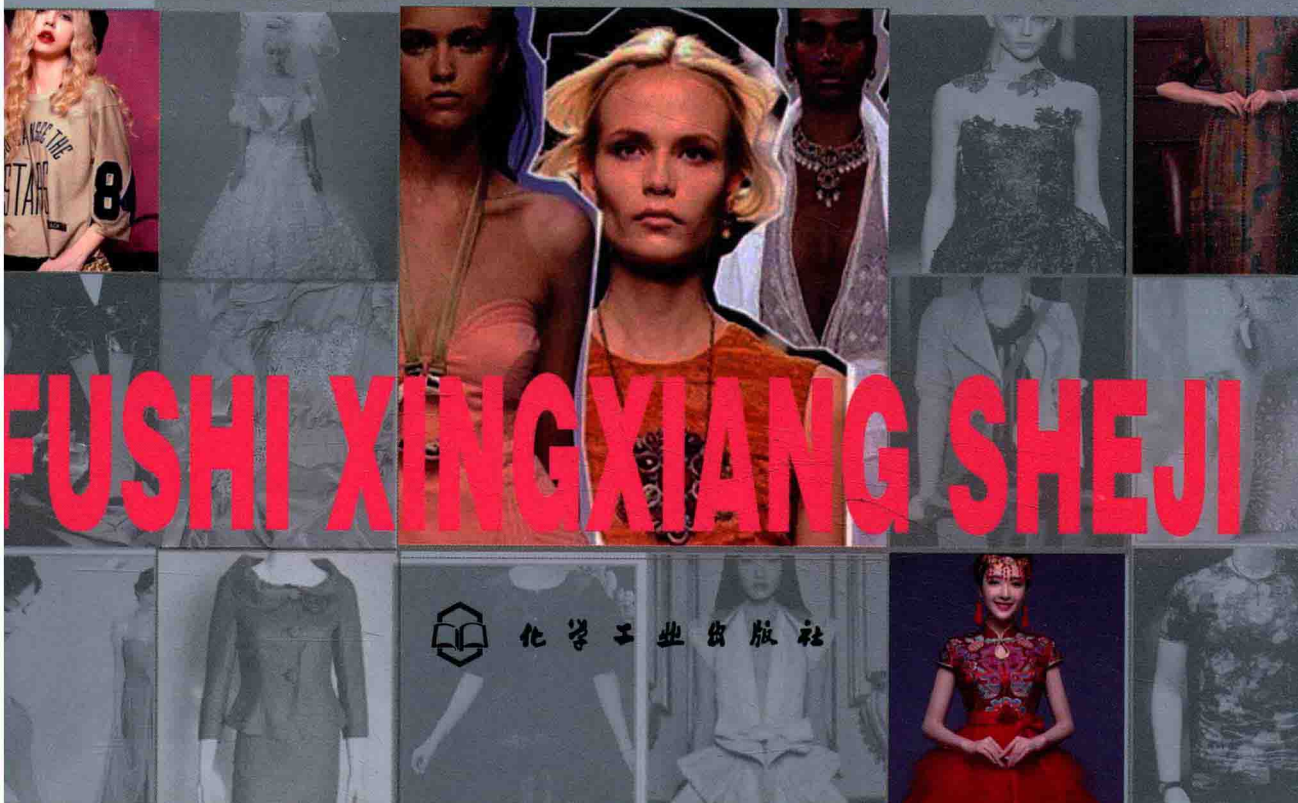


人物形象设计专业教学丛书

服饰形象设计

李小凤 周生力 主编



化学工业出版社

人物形象设计专业教学丛书



服饰形象 设计

李小凤 周生力 主编

李清芳 副主编



化学工业出版社

· 北京 ·

FUSHI XINGXIANG SHEJI

本书从服饰形象设计的理论出发,重点围绕实用性目的,首先从搭配的原理、美学法则的分析切入,到人体线条、服装线条的解析,将服装款式的选搭与人体的特点相结合;第二大部分是本书的重点内容,从常见服饰搭配技巧切入,以不同年龄服饰形象设计案例分析为重点,具体讲解服饰形象设计的应用。尤其注意紧密结合场合的要求讲述不同场合服饰形象设计的典型案例,如职业场合、高端商务礼仪场合、婚庆场合、晚宴场合、休闲场合、少年儿童、中老年人等,并增加了最有发展前景的衣柜重组的内容。第三大部分是讲解创意类服饰形象设计的思路与方法,既开拓了服饰形象设计的思路,又有助于学习者参加各类相关的设计比赛。

本书适合于高等院校人物形象设计和影视化妆专业师生教学使用,也可以作为相关行业培训和从业人员参考使用,同时适合于热爱生活、追求美的大众读者。

图书在版编目(CIP)数据

服饰形象设计/李小凤,周生力主编. —北京:化学工业出版社,2016.10

(人物形象设计专业教学丛书)

ISBN 978-7-122-28248-4

I. ①服… II. ①李…②周… III. ①服饰美学
IV. ①TS976.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第241409号

责任编辑:李彦玲
责任校对:宋夏

装帧设计:王晓宇

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印装:北京瑞禾彩色印刷有限公司

787mm×1092mm 1/16 印张7 字数165千字 2017年1月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:39.00元

版权所有 违者必究

前言

我国人物形象设计专业高等教育发展至今不过十余年，从社会培训机构的蓬勃兴起到目前各高校纷纷创办该专业，为社会输送了大量的美容、美发、化妆以及日常生活装扮的流行指导师，该行业越来越受到社会的关注和需要。

本书紧密围绕“职业能力服务”、“竞赛服务”、“考证服务”三个宗旨，展开设计思维的培养及设计技能的训练。提炼服饰形象设计课程的知识、能力及素质结构的要求，以“人”为主线，介绍人物形象设计的内涵、原则、构思传达以及不同场合的服饰形象设计，并新增了新娘整体造型设计、青少年与中老年人服饰形象设计、竞赛创意类服饰整体造型案例这三大块内容，使本书更具有革新性与特色性。通过阅读可以使读者了解必需的设计理论、日常生活服饰形象设计内容与方法，掌握设计的思路与流程，培养良好的设计审美与创新。

本书由浙江纺织服装职业技术学院李小凤和常州纺织服装职业技术学院周生力主编。常州纺织服装职业技术学院的周生力、李清芳负责第一、二章节内容的编写，李小凤负责第三、四章节内容的编写，并完成了本书的统稿，浙江纺织服装职业技术学院宋肖参与了两个章节内容的初步整理。书中第四章节的大部分图片是浙江纺织服装职业技术学院人物形象设计专业学生毕业设计优秀作品或参赛作品，其中的模特是浙江纺织服装职业技术学院服装表演专业的学生，在此感谢两个专业学生的大力支持与配合。

虽然我们希望把本书的每一个章节都做到完美，但由于时间的限制，许多问题还需更深入的探究，所以书中难免会有不当之处，还恳请读者谅解，敬请专家及读者多多指正，不胜感谢！

李小凤
2016年7月

目录

第一章 服饰形象设计概论 ————— 001

第一节 何谓服饰形象设计 /002

- 一、服饰形象设计概念 /002
- 二、服饰形象设计的特征 /003
- 三、服饰形象设计的价值 /004

第二节 服饰形象设计的过程 /004

- 一、个人服饰形象定位 /005

二、服饰形象管理 /005

第三节 服饰形象设计的原则 /006

- 一、服饰形象设计的主体原则 /006
- 二、服饰形象设计的时间原则 /006
- 三、服饰形象设计的场合原则 /007

第二章 服饰形象设计的内容 ————— 009

第一节 服饰形象设计主体的分析与判断 /010

- 一、脸型的分析与判断 /010
- 二、体型的分析与判断 /012

第二节 服装色彩的搭配 /013

- 一、色彩的基础知识 /013
- 二、色彩的搭配技巧 /019
- 三、服饰色彩与个人色彩的选择 /021

第三节 服装款式的选择 /022

一、服装款式的线条分析 /022

二、服装款式与体型的关系 /025

第四节 服装材质的选用 /028

- 一、不同材质的特点分析 /028
- 二、服装材质选用与体型的关系 /030

第五节 首饰搭配修饰 /031

- 一、常见首饰的类型 /032
- 二、首饰的选择与搭配 /033

第三章 日常生活类服饰形象设计 ————— 037

第一节 职业场合服饰形象设计 /038

- 一、职业场合的着装原则 /038
- 二、服装款式的选择 /038

三、职业场合服装色彩的选择 /040

四、职业场合首饰的选择 /042

第二节 高端商务礼仪场合服饰搭配 /042

| | |
|-----------------------|------------------------------|
| 一、商务场合的着装原则 /042 | 五、休闲场合饰品的选择 /067 |
| 二、商务场合服装款式的选择 /043 | 第六节 少年儿童服饰形象塑造 /067 |
| 三、商务场合服装色彩的搭配 /044 | 一、学龄前期儿童身心特点与服饰 形象设计 /068 |
| 四、商务场合服装面料的选择 /044 | 二、学龄期儿童身心特点与服饰 形象设计 /068 |
| 五、商务场合饰品的搭配 /045 | 三、少年期儿童身心特点与服饰形象 设计 /069 |
| 第三节 婚庆场合服饰形象设计 /045 | 四、不同肤色、体型儿童的着装分析 /070 |
| 一、中西婚礼服饰简述 /045 | 第七节 中老年人服饰形象设计 /071 |
| 二、现代婚庆场合的婚礼服着装原则 /046 | 一、中老年人的着装心理 /071 |
| 三、传统中式婚礼服饰搭配 /046 | 二、中老年人的体型特征 /071 |
| 四、西式现代婚礼服饰搭配 /051 | 三、中老年服装款式的选择 /072 |
| 第四节 晚宴场合的服饰搭配 /056 | 四、中老年服装色彩的选择 /075 |
| 一、晚礼服着装原则 /056 | 五、中老年服装面料的选择 /078 |
| 二、晚礼服款式选择 /057 | 六、中老年饰品的选择 /079 |
| 三、晚礼服色彩选择 /058 | 第八节 衣柜重组 /080 |
| 四、晚礼服面料选择与风格塑造 /058 | 一、上装必选单品 /080 |
| 五、晚宴场合配饰的选择 /060 | 二、下装必选单品 /081 |
| 第五节 休闲场合服饰搭配 /061 | 三、配饰必选单品 /081 |
| 一、休闲场合的着装原则 /061 | |
| 二、休闲场合服装款式选择 /061 | |
| 三、休闲服装色彩的选择 /065 | |
| 四、休闲场合服装面料的选择 /067 | |

第四章 创意服饰形象设计构思与表现 085

| | |
|----------------------|---------------------|
| 一、创意服饰形象设计灵感的概念 /086 | 构思途径 /086 |
| 二、竞赛中服饰形象设计的主题设计 | 三、创意服饰形象设计案例分析 /094 |



Fashion Design of Image

第一章 / 服饰形象设计概论

学习目标

了解服饰形象设计的相关概念与特征；掌握服饰形象设计的过程及其设计原则。

Chapter 01

服饰形象是人的外在素质（身材、容貌、姿态、言论、行为、着装等），以及通过外在素质反映出来的内在素质（包括品格、修养、道德、风范、风度等）的综合体。具有具体性和抽象性相结合、先天生成和后天塑造以及多样性和可变性等特点。服饰形象设计大都是围绕人的生活范围进行的，包括人在生活中每一个细节的形象安排，比如：出去旅行时应该穿什么，戴什么，妆容发型应该怎么打理；平时上班应该以何种形象出现在客户的面前，才更容易得到客户的信任；参加不同风格的聚会又应该如何装扮自己等。在生活中，服饰形象是社会公众对人物个体整体的印象和评价，也是人的内在素质和外形表现的综合反映。

第一节 何谓服饰形象设计

一、服饰形象设计概念

1. 服饰

（1）服 作为名词，一种是指人着装后的状态，另一种是指上衣，其含义与衣相同，但它很少单独使用，往往和前面的定语搭配在一起，如礼服、运动服等；作为动词，是指穿戴服装。

（2）饰 表示修饰、饰品，作为名词，指装饰品；作为动词，意为装饰、打扮，既有装扮、打扮的意思，也有用装饰品修饰的意思，包含了选择、调整等的一个完整过程。

（3）服饰 亦即服装配饰，即人身上除了衣裳之外的所有装饰品和装饰手段，包括鞋帽、围巾、纽扣、发簪、假发等装饰品和化妆、发型、文身等装饰手段。

2. 形象

（1）形 作为名词，指看到或想到的样子；作为动词，是指呈现看到或想到的样子的过程。

（2）象 作为名词，除了动物以外，更多的指的是现象、外貌、形状样子和象征；作为动词指的是模拟、描绘等意。

（3）形象 形象是一个人的相貌、体态、服饰、行为、风度、礼仪、品质、心灵、情操等可感知的视觉化综合表现。从广义上看是指人和物，包括社会的、自然的环境和景物；从狭义上看专指具体人的形体、相貌、气质、行为以及思想品德所构成的综合整体形象。

3. 服饰形象

（1）广义的服饰形象 广义的服饰形象不仅是指简单的由服装塑造的形象，还包括人体文身、彩绘、化妆、发型、饰品等共同塑造装饰的形象。这与我们通常说的外观形象包含的内容相同，因此，广义服饰形象也称为外观形象。人的外观形象主要包含容貌、体态和服饰穿戴，是一个人的内在素质的外在表现，是作为身体的、心理的、社会的人的综合反映。比如，人们通过服饰在满足自己审美需求的同时还会追求服饰带给人们的某种地位等，通过这些各种各样的关系将服饰和人体组合，共同形成的一个完整的服饰形象。

（2）狭义的服饰形象 在日常生活中，我们谈到服饰形象，通常指的是人们在穿戴了服装装饰后形成的形象，这只是狭义上的服饰形象，不包括一些其它的人体“装饰”。由此可见，狭义的服饰形象是个体通过服装装饰的选择和穿戴后形成的形象。

本书的概念是广义的服饰形象,是指人选择了服饰穿上以后,把服装所装饰的身体一并考虑进去,此外还会涉及一些环境与情景的因素在里边,由主体自我与现实生活中服饰共同组成的着装形象。

二、服饰形象设计的特征

调和共性与个性的矛盾统一,得到理想的服饰形象并使之为自己的工作、生活服务,是形象设计要解决的首要问题。而随着人们物质生活和精神生活水平的提高、生活方式的不断变化、审美观念的不断更新,追求个性化、时尚化的趋势也越来越明显,这已经成为现代服饰形象设计最主要的特征。

1. 服饰形象设计的个性化特征

一般说来,所谓个性是指个体的特征或特有的形式。它具有某种可以确认的、有别于其它形式的品质或特点。人的个性是一个人行为模式的总和。贯穿于人一生的个性在许多方面也不是一成不变的,在社会环境中它不断成长、发展,经历着许许多多的变化。每个人的个性必然在他的行为动机方面有所表现。人们常说“文如其人”、“字如其人”或“诗如其人”,其意是指文章、书法和诗词等艺术作品能反映作者的个性。同样,服饰也会反映穿着者的个性。

生活在现代社会中的每个人,由于社会压力的增大,他们渴望得到社会认同的感情也越来越强烈,独一无二、充分体现自我价值的呼声此起彼伏,他们渴望通过服饰形象设计让自己的形象更具魅力。正是人体的差别才使个性化成为可能,因此个性化也就成为现代服饰形象设计最主要的特征之一。

2. 服饰形象设计的时尚化特征

流行时尚是人类文明社会中十分引人瞩目的现象,它是指某种形式(表现于服饰则为色彩、款式、质地和图案等)在特定时期内受到社会上某一部分人的赞同和欢迎。

(1) 流行时尚根源于人们对审美的追求 对美的追求是人类的本性,然而美是一种评价,是建立在公认的基础上的。但是,假如人们都穿一样的衣服,比如都穿中式旗袍,彼此当然不认为丑,但是也不会觉得有多美,这仅仅是一种习惯状态而已。可见,“公认”并不是审美的唯一条件。如果此时出现了一个身穿西式礼服的人,结果会是怎样的呢?一部分人会反感,认为他违反了习惯;一部分人会观望;而必定会有一部分人对西式礼服的出现产生新鲜感,并竞相效仿。然后,观望者又发生了兴趣,反感者习以为常,甚至也希望尝试一下。可是,当人人都穿上西式礼服的时候,西式礼服的新鲜感又消失了,前卫者又回到大众之中,一个流行的浪潮在新的环境中就会恢复平静。

(2) 流行时尚是矛盾的统一体 流行的开始便是稀有的出现,稀有意味着新鲜,新鲜之中包含着美感,具有优越性,人人都希望自己是优越的,都去争当稀有者,多数人的公认使流行进入盛期,这时少数已变成多数,稀有不再稀有,新鲜不再新鲜,流行的这个周期便告尾声。与此同时,人类标新立异的天性又促使新的流行开始,时尚的流行就这样被不断地向前推动着。

由此可见,人类的求异心理是流行产生的动力。当人生显得单调黯淡,内心感到沉闷疲乏时,人们往往会渴望变化一下形象,过时、落伍的形象已经不能被人接受,甚至受人耻笑,所以现代服饰形象必须是时尚的。

3. 现代服饰形象设计两大特征的融合

尽管时尚一般表现为趋同，个性化表现为求异；但两者并非是水火不相容的。个人对服饰的嗜好与时尚的关系是社会心理学的一个课题。一般来讲，分散而多样化的嗜好是人们个性的表现；集中而稳定不变的嗜好即为传统的表现，集中而变化迅速的嗜好即时尚。人们对于流行时尚的东西和个人的特殊性融合，可促使成熟的东西在新鲜的形式中再生。

以个性的眼光看时尚，可以看到时尚现象后面产生的种种原因及与之配合的东西。而当把时尚交织在新的形象中时才能反映出它所表达的气息，让时尚作为一种时代精神留存在风格中，而不只是形式上。人们发现新的时尚动向并感觉到它的好，其实它还不能真正地、彻底地流行。如果不是新的时尚具有完美性，它就不会有感染力，继而引发出更广泛的诱惑，成为日后被模仿的东西，而个性的眼光就是要发现它的完美性，而不仅仅是时尚现象，并创造出适合不同人的不同美的样式，这才符合时尚精神并具有鲜明的个性，才能得以流行。

三、服饰形象设计的价值

随着社会的发展和文明的推进，人们已经深刻地认识到：自身的外观形象在日常生活和工作中已经成为社会文化进步的物质载体，并逐渐体现出服饰形象设计在不同的情景环境下的存在价值。

一个适合准确角色定位的服饰形象所代表的完整性特点与内涵性特点，并不单纯的是为了能够吸引到别人羡慕的目光或者是炫耀其华服的奢靡，更重要的作用是通过服饰形象的本身能够直观地反映出来一个人的身份地位以及品位等内容。服饰形象设计的实际意义并不仅仅表述视觉传达内容，更成为了对生活品质和工作态度改观的外沿表现以及其综合素养提升的表达符号，也就是说在我们的社会不断加速发展的进程之中，服饰形象设计是我们现代生活艺术与技术互相结合的真正体现。它能够充分地反映出不同人群的审美心理特点及其意识的差异，同时也具备了不同的社会功能和重要的价值标准，是我们现代文明和生活方式的集中具体的表述。

著名戏剧家莎士比亚曾有过一句名言：假如我们沉默不语，我们的服装与体态也将会泄露出我们以往的经历。这个假设十分恰当地说明了服饰形象的本身是视觉与心灵的感知，它就像名片一样，在默默无言之中向他人展示着自我，也传递相互信任的信息。只有让整体形象庄重而得体，才能在人与人的沟通和交往过程中得到信任和支持，真真正正地体现出道德与修养带给人们的美好印象。

第二节 服饰形象设计的过程

服饰形象设计的过程是一种自我形象的美化和改善的过程。而这一过程的完成不是一蹴而就的结果，而是需要通过形象分析定位、服装选择、化妆、发型设计等一系列的管理过程而得出来的。每一个过程都需要利用各种资源，如唇彩、眉笔、粉底、香水、裙子、鞋子等，并将其进行计划、组合、控制，才能最终创造出良好的服饰形象。服饰形象的改善，也就是服饰形象设计过程的结果。

一、个人服饰形象定位

服饰形象定位,就是根据形象观察与了解的内容、原型分析与确定的结果,找出并确定形象主体在相关公众心目中,区别于其他形象主体的形象特色或个性,为今后服饰形象的设计提供依据。

准确的服饰形象定位具有十分重要的现实意义,它是在对个性、性格、价值观、兴趣、性别、职业、年龄等因素综合分析的基础上,从有利于设计对象的角度出发,确定服饰形象的方向、目标,从而塑造出独具个性魅力的形象。因此,服饰形象定位首先要了解被设计者的身材、脸型、个性特质以及需求设计出既具个人风格又符合相应场合的造型,就能给人留下更加得体的印象。其次应表现自己的修养,修养的好坏可以表现出一个人智慧的大小和气度的深浅。再次必须注重礼仪,礼仪是“发乎于中形于外”的肢体语言,也是人与人沟通良好与否的重要因素之一。实践证明,一个具礼仪风范的人,最能建立良好的个人形象。

二、服饰形象管理

服饰形象管理是对服饰装扮的规范化、标准化和操作化,是一种自我形象改善过程的更加完善的系统,包含了各种具体的动作单元和操作步骤。在现实生活中,形象管理涉及许多领域,比如国家形象管理、企业形象管理、政府形象管理、团体形象管理、个人形象管理等。我们常说的形象管理是狭义的个人形象管理,也就是一个人的外在和内在的形象管理,而外在的形象管理,即外表形象管理是为更多人所理解的形象管理。内在的形象管理,包括许多心理方面的因素,中国古人很早就重视这些方面的培养和塑造。

1. 服饰选择是塑造服饰形象的前提

服饰选择是人生活活动的基本能力,属于日常生活的一部分,包括服装款式、色彩、面料等的选择。服饰的选择与一个人的审美观具有一定的联系,同时也同一个人的社会性心理密切相关。影响服饰选择的因素很多,包括审美价值观、文化因素、政治因素、经济因素等。服饰的选择、穿着行为与人的需要、动机和态度有着密切的关系。

服饰的选择反映了一个人对穿着打扮的态度,即对服饰的偏好和关心程度。在这一过程中,着装者对于服装色彩、款式和面料的选择,并不是简单的对于色彩的偏好选择、面料的舒适度的选择和款式的适合与否的选择,同时还会考虑搭配的问题,包括服装整体色彩的搭配、服装色彩与自我肤色的搭配、体型与服装款式的搭配问题等。而所有这些服饰的选择行为,其发生的原因,就是个人已经形成的审美价值观产生的作用。由于受文化素养、审美情趣、生活方式等主客观因素的影响,不同层次的人对待服饰的态度千差万别。所以服饰的选择也各不相同,而通过服饰塑造出来的形象也形态各异。

2. 形象塑造是服饰形象管理的实施

人的形象包括容貌、服饰、清洁、化妆等方面,其塑造一般由分析、设计、实施、评价、调整等步骤完成。在这一过程中,往往是通过个人信息采集表,以及个人倾向测试来收集个人适合的形象设计信息,通过对这些信息的分析,诊断出个人形象设计需要注意的问题,并具有针对性地制定合适的设计方案,通过实施形象塑造后对设计方案进行检验。

形象塑造则又划分为了解自我、参照标准诊断、形象装扮和反馈调整,这是一个较为细化

的系统过程。相对于形象管理来说,形象塑造属于形象管理的执行层面。简言之,就是服饰形象设计的具体行为过程。形象塑造的内容十分丰富,是对一个人从头到脚、从外到内的所有改造,包括肤色、脸型、妆容形体、服饰等,是一项科学、系统、全面和持续不断的管理工作,是人们在充分了解自己的优缺点、借鉴适合自己的形象装扮、结合个人的特点及风格后而进行的。

3. 服饰形象管理是一个系统工程

人类对自我装扮行为的基本来源,第一是本能引起的无需学习的自然表现,第二是通过尝试和教训的个体经验发展起来的,第三是通过模仿或接受传授从他处习得的。服饰形象管理的关键在于如何确保人们能积极、正确地对待自我的服饰形象,而不被某些事情误导。服饰形象管理的内容一是善于了解自我,自我归纳,包括了解自己的优缺点、接纳自己的缺陷;二是周围人的评价。

服饰形象管理包含所有有关个人外观的注意、决策与行动的过程。这个概念不仅包括购买及穿戴服装配件的行为,还包括借助身体或各种装饰所造就出来的整体视觉印象。它是透过人体及任何视觉上可察觉到的修整、美化或覆盖所创造出来的整体组合形象,包含服饰及身体的视觉结构。

第三节 服饰形象设计的原则

在生活中,人们一般对衣着较为敏感,尤其在与他人初次见面时,多数人往往会以貌取人,从衣着打扮上品评他人的才能与社会地位。所以说,无论政界要人、明星,还是平民百姓都期盼有一个好的形象亮相。在这种市场需求下,服饰形象设计应运而生并被广大社会公众所接受。在形象设计中,服饰形象是对视觉冲击最为强烈、给人留下的印象最为深刻的,也是个人形象中最外在、最直接的部分。在日常生活中服饰形象也不是随随便便的,不同主体在不同时间和环境下也要有所不同。

一、服饰形象设计的主体原则

人是服饰形象设计的主体,在进行设计前我们要对设计主体的各种因素进行分析、归类,才能使设计具有针对性和定位性。从人的个体来说,不同的文化背景、教育程度、个性与修养、艺术品位以及经济能力等因素都影响到个体对服饰形象的选择,设计中也应针对个体的特征确定设计的方案。在设计为日常生活而服务的服饰形象中,由于不同的人有不同的社会地位和职业特点,服饰形象一定要和他们的社会地位相符合。因为设计主体的身份除了用言行来表现外,最重要的就是依靠合适的服饰形象来体现。

二、服饰形象设计的时间原则

服饰形象设计的时间原则一般包含三个含义。第一个含义是指每天的早上、日间和晚上三段时间的变化,第二个含义是指每年的春、夏、秋、冬四季的不同,第三个含义是时代之间的

差异。通常来讲，早上、日间安排的活动户外居多，穿着可相对随便；而晚间的宴请、听音乐、看演出、赴舞会等一般则比较正规，并由于空间的相对缩小和人们的心理作用，往往对晚间活动的服饰给予更多的关注和重视，拘泥的礼仪也就相对严格。除了一天的时间变化外，还应考虑到一年四季不同的气候条件的变化对着装的心理和生理的影响。夏天的服饰应以简洁、凉爽、大方为原则；冬天的服饰应以保暖、轻快、简练为原则。此外，还要顺应时代的潮流和节奏，过分复古（落伍）或过分新奇（超前）都会令人刮目。

三、服饰形象设计的场合原则

人在生活中要经常处于不同的环境和场合，不同的场合对服饰有不同的要求，在特定的场合下要搭配与之相适应的服饰，才能获得视觉和心理上的和谐感，才能展示出优美的形象。晚宴形象与运动形象的设计是迥然不同的，晚宴形象的设计要符合华丽的交际场所这一环境和场合的礼仪要求，运动形象的设计必须是适合在运动场所运动的需求。因此，成功的服饰形象只有与环境的完美结合，充分利用环境因素，才能在背景的衬托下更具魅力。

思考与训练

1. 什么是服饰形象？
2. 简述服饰形象设计的特征。
3. 简述服饰形象设计的原则。
4. 论述服饰形象管理是一个系统工程。



Fashion Design of Image

第二章 / 服饰形象设计的内容

学习目标

了解服饰形象设计的主体特征与色彩的搭配；掌握服饰形象设计中的服装款式和材质的选用，及其饰品的修饰原则。

Chapter 02

随着社会的发展,人类文明的进步,个人形象设计已经成为人们生活中不可或缺的组成部分,其目的是为现实的工作和生活服务,因此,它的内容包括外在形式,如服饰、化妆等,而且也包括内在性格的外在表现,如气质、举止、谈吐、生活习惯等。

第一节 服饰形象设计主体的分析与判断

形象设计是通过对主体原有的不完善形象进行改造或重新构建,来达到有利于主体目的的一个过程。虽然在这个过程中,改造或重建工作可以在较短的时间内完成,但是客观环境对于主体新形象的确认则有一个较长的过程,并非一朝一夕之事。因此,服饰形象设计是建立在设计对象的自身因素——包括性别、年龄、形体、五官、色彩、气质等个人基础条件之上,设计师对设计对象准确、客观地观测与评定将直接影响到个人服饰形象设计的准确定位。

一、脸型的分析与判断

面部在人体的最高位置,是人们视线首先到达的地方。面庞的修饰在整体形象美中的重要性不可忽视。如何美化脸型、突出优点、遮掩缺陷,首先要分析和判断面部的“三庭”、“五眼”、凹凸层次和形状(图2-1)。

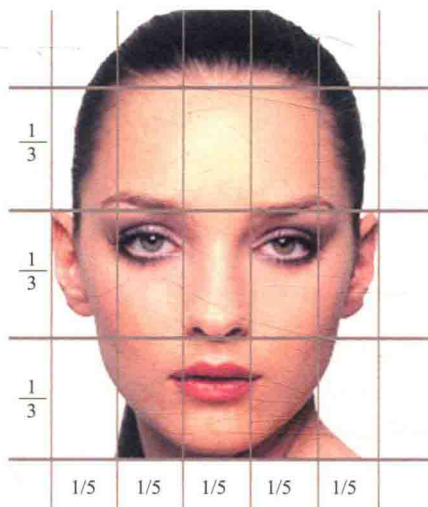


图2-1 面部的三庭五眼

1. 三庭

三庭是指脸的长度比例,在面部正中做一条垂直的通过额部、鼻尖、人中、下巴的轴线;通过眉弓作一条水平线;通过鼻翼下缘做一条平行线。这样,两条平行线就将面部分成三个等分。从发际线到眉弓水平线,眉间到鼻翼下缘,鼻翼下缘到下巴尖,上中下恰好各占三分之一,把脸的长度分为三个等分。

2. 五眼

五眼是指脸的宽度比例,以眼形长度为单位,从左侧发际至右侧发际,为五只眼形。两只眼睛之间有一只眼睛的间距,两眼外侧至侧发际各为一只眼睛的间距,各占比例的1/5,把脸的宽度分成五个等分。

3. 凹凸层次

面部的凹凸层次主要取决于面、颅骨和皮肤的脂肪层。当骨骼小,转折角度大,脂肪层厚时,凹凸结构就不明显,层次也不很分明。当骨骼大,转折角度小,脂肪层薄时,凹凸结构明显,层次分明。面部的凹面包括眼窝即眼球与眉骨之间的凹面、眼球与鼻梁之间的凹面、鼻梁两侧、颧弓下陷、颞沟和人中沟;面部的凸面包括额、眉骨、鼻梁、颧骨、下颞和下颌骨。凹凸结构过于明显时,则显得棱角分明,缺少女性的柔和感。凹凸结构过于不明显时,则显得不够生动甚至有肿胀感。

4. 面部的形状

不一样的脸型,给人的感觉也各不相同,尤其是从正面的外形观察最能给人留下直接、深刻的印象,大致可以分为以下七种脸型(图2-2)。



图2-2 不同脸型的特点

(1) 长方形脸 长方形的脸型上下的落差较大,横向距离又小,且额头较宽。这种脸型给人以成熟优雅的印象,但脸部的线条欠柔和。

(2) 正方形脸 正方形脸与长方形脸相似,三庭的宽度差不多,发际线呈水平,额头较宽,颌线呈方形,纵向距离比较短,且棱角分明,给人以正直、刚硬的感觉,但缺乏柔和感、太生硬。

(3) 圆形脸 圆形脸脸部的三个水平区域中,以中间部分的宽度最大、渐渐地上下两边等宽递减,发际线呈圆形,颌部线条柔和。圆形脸给人以可爱、年轻的印象,但显得不成熟。

(4) 椭圆形脸 椭圆形脸是比较理想的脸型,三个水平区域中以中间部分最宽,上面部分宽窄适中,下面部分最窄,发际线呈圆弧形,下颌部分线条柔顺,给人以宁静、端庄秀丽之感。

(5) 倒三角形脸 倒三角形脸在三个水平区域中,上面部分最宽,下面部分最窄,发际线通常呈水平状,下巴窄而尖,这种脸型给人的感觉是纯洁、明智,但过于瘦削的下巴会给人不稳定的感觉。

(6) 菱形脸 特征是颧骨突出,前额较窄,下颌部位较尖,给人以灵巧清秀感觉。

(7) 三角形脸 这种脸型的特征是前额较窄,腮部突出,下颌较短,整体脸型轮廓呈现上窄下宽的三角形,给人以稳健感。