



中等职业教育国家规划教材
全国中等职业教育教材审定委员会审定

Fashion 服装设计

(服装设计与工艺专业)

主编 于国瑞



高等教育出版社

高等教育出版社

中等职业教育服装设计与工艺专业

国家规划教材及配套教学用书书目

● 服装设计基础	杨树彬 于国瑞
● 服装设计	于国瑞
● 服装材料	刘小君
● 服装结构设计	魏 静
● 服装工艺	孙兆全
● 服装工业化生产	张明德

ISBN 7-04-010243-9



9 787040 102437 >

定价：13.50 元

TS941.2
Y707:1

中等职业教育国家规划教材
全国中等职业教育教材审定委员会审定

服装设计

(服装设计与工艺专业)

主编 于国瑞

主审 袁仄

高等教育出版社

内容提要

本书是中等职业学校服装设计与工艺专业教材。本书依据 2001 年 12 月教育部审定通过的“中等职业学校服装设计与工艺专业课程设置”及“服装设计教学基本要求”编写。全书共分七章,较为详细地阐述了服装设计概论、服装造型设计、服装色彩设计、服装设计思维、服装分类设计、服饰品设计、系列时装设计。每章后设计的习题与指导,旨在通过技能训练,使学生理解和消化所讲授的内容。

本书还可作为服装爱好者和服装经营者的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

服装设计 / 于国瑞主编. —北京:高等教育出版社,

2002

ISBN 7-04-010243-9

I. 服... II. 于... III. 服装-设计-专业学校-
教材 IV. TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 014090 号

服装设计

主编 于国瑞

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市东城区沙滩后街 55 号

电 话 010-64054588

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

邮政编码 100009

传 真 010-64014048

经 销 新华书店北京发行所

印 刷 高等教育出版社印刷厂

开 本 787×1092 1/16

印 张 10

字 数 230 000

插 页 4

版 次 2002 年 5 月第 1 版

印 次 2002 年 5 月第 1 次印刷

定 价 13.50 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

中等职业教育国家规划教材出版说明

为了贯彻《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》精神,落实《面向21世纪教育振兴行动计划》中提出的职业教育课程改革和教材建设规划,根据教育部关于《中等职业教育国家规划教材申报、立项及管理意见》(教职成[2001]1号)的精神,我们组织力量对实现中等职业教育培养目标和保证基本教学规格起保障作用的德育课程、文化基础课程、专业技术基础课程和80个重点建设专业主干课程的教材进行了规划和编写,从2001年秋季开学起,国家规划教材将陆续提供给各类中等职业学校选用。

国家规划教材是根据教育部最新颁布的德育课程、文化基础课程、专业技术基础课程和80个重点建设专业主干课程的教学大纲(课程教学基本要求)编写,并经全国中等职业教育教材审定委员会审定。新教材全面贯彻素质教育思想,从社会发展对高素质劳动者和中初级专门人才需要的实际出发,注重对学生的创新精神和实践能力的培养。新教材在理论体系、组织结构和阐述方法等方面均作了一些新的尝试。新教材实行一纲多本,努力为教材选用提供比较和选择,满足不同学制、不同专业和不同办学条件的教学需要。

希望各地、各部门积极推广和选用国家规划教材,并在使用过程中,注意总结经验,及时提出修改意见和建议,使之不断完善和提高。

教育部职业教育与成人教育司

2001年10月

前 言

本教材根据“以提高学生全面素质为目的,培养学生创新精神和实践能力为重点”的教学改革指导思想,按照 2001 年教育部审定通过的“中等职业学校服装设计教学基本要求”的要求编写。

本教材以培养学生的创新思维和动手能力为主线,以服装知识和设计的基本原理及方法为基础,着眼于知识和技能的在实际工作中的运用以及学生未来发展的需要。本教材具有以下几个方面特点:①在知识结构上,紧紧抓住学生必备的服装专业知识。从服装构成的款式、造型、色彩、面料等基本要素,到服装的设计、生产、销售,多方面地论述了服装设计的一般规律和基本要点。使学生在了解和掌握服装构成的基本原理之后,还能注入自己的思想,展示设计才华。②在课程内容设置上,注重基本知识点的掌握,并吸纳最新的设计理论,按照深入浅出、循序渐进的基本准则设置课程内容。使学生在掌握服装基本概念、原理、方法的同时,还能向更深的层次、更广阔的空间进行探索和思考。③在能力培养上,既侧重了学生全面素质的培养,也注重了学生服饰文化修养方面的提高。④在教学观念上,始终把服装看作是立体的穿着物,反对把设计仅停留在纸面上和在教育里“闭门造车”,希望教学能多走出去,多动手制作。服饰品设计和系列时装设计的内容,是为学生毕业后参加服装设计大赛、个人作品发布等社会活动准备的知识,也是为学生将来向更高层面发展和参与社会竞争准备的。本教材虽然只有七章,但每个章节内容的含量很大,都可以更充分地展开。其中有很多内容是同类教材所没有的新知识,需要教师先把其中的原理和要点吃透,再把练习制作一遍,就容易理解和把握了。

服装设计教学有自身的规律和独特的体系,它既不是简单的知识传授,也不是单纯的技能训练。重要的是教会和引导学生如何思考,如何创新。要按设计的实际需要授课,按知识的内在联系教学。虽然人的设计思维活动具有内在性和隐蔽性,而且不能相互替代。然而,人的思维是有规律的,设计思维和创造能力也是可以引导和开发的。只要设课合理、教学方法得当,学生完全可以在教师的正确引导下,在完成必备的服装专业知识学习的同时,掌握正确的观察方法和思维方法,开发自己的创造潜能,充分发挥自己的创造才华。

本教材采用了模块式的教学内容组合方法,其中的第六章和第七章属于提高板块内容,适合 4 年制的服装专业教学使用。3 年制的学校也可根据教学的实际需要,把这两章内容用于选修或自学,或与前五章的某个章节内容调换使用。按新的教学基本要求,“服装设计”课程的教学时数,3 年制为 202 学时,4 年制为 240 学时,各章学时分配见下表(仅供教学参考,各校可根据教学情况进行调整)。

章 次	内 容	学 时 数	
		3 年制	4 年制
第一章	服装设计概论	4	4
第二章	服装造型设计	48	40

续表

章 次	内 容	学 时 数	
		3 年制	4 年制
第三章	服装色彩设计	40	36
第四章	服装设计思维	38	34
第五章	服装分类设计	52	46
第六章	服饰品设计		28
第七章	系列时装设计		28
机 动		20	24
合 计		202	240

编者
2001年8月

目 录

第一章 服装设计概论	1
第一节 服装设计基础知识	1
第二节 服装设计与设计师	4
第三节 服装设计与服装产品	8
习题与指导	14
第二章 服装造型设计	16
第一节 服装造型基础知识	16
第二节 服装造型与廓型变化	20
第三节 服装造型与结构变化	23
第四节 服装造型与部件设计	29
习题与指导	40
第三章 服装色彩设计	42
第一节 服装色彩的和谐	42
第二节 服装色彩的对比	46
第三节 服装局部配色	51
第四节 服饰整体配色	55
习题与指导	59
第四章 服装设计思维	62
第一节 设计思维的基本特征	62
第二节 思维基本能力训练	68
第三节 形态创造能力训练	77
第四节 设计师经验的借鉴	87
习题与指导	92
第五章 服装分类设计	95
第一节 服装设计定位	95
第二节 童装设计	99
第三节 女装设计	104
第四节 男装设计	109
习题与指导	114
第六章 服饰品设计	116
第一节 帽子造型设计	116
第二节 包的造型设计	118
第三节 鞋的造型设计	122

第四节 首饰造型设计.....	127
习题与指导.....	133
第七章 系列时装设计.....	135
第一节 系列时装特征.....	135
第二节 系列时装设计原则.....	140
第三节 系列时装设计.....	143
习题与指导.....	150
彩图	
01 女装款式设计.....	第一章
02 女装款式设计.....	第二章
03 女装款式设计.....	第三章
04 女装款式设计.....	第四章
05 女装款式设计.....	第五章
06 女装款式设计.....	第六章
07 女装款式设计.....	第七章
08 女装款式设计.....	第八章
09 女装款式设计.....	第九章
10 女装款式设计.....	第十章
11 女装款式设计.....	第十一章
12 女装款式设计.....	第十二章
13 女装款式设计.....	第十三章
14 女装款式设计.....	第十四章
15 女装款式设计.....	第十五章
16 女装款式设计.....	第十六章
17 女装款式设计.....	第十七章
18 女装款式设计.....	第十八章
19 女装款式设计.....	第十九章
20 女装款式设计.....	第二十章
21 女装款式设计.....	第二十一章
22 女装款式设计.....	第二十二章
23 女装款式设计.....	第二十三章
24 女装款式设计.....	第二十四章
25 女装款式设计.....	第二十五章
26 女装款式设计.....	第二十六章
27 女装款式设计.....	第二十七章
28 女装款式设计.....	第二十八章
29 女装款式设计.....	第二十九章
30 女装款式设计.....	第三十章
31 女装款式设计.....	第三十一章
32 女装款式设计.....	第三十二章
33 女装款式设计.....	第三十三章
34 女装款式设计.....	第三十四章
35 女装款式设计.....	第三十五章
36 女装款式设计.....	第三十六章
37 女装款式设计.....	第三十七章
38 女装款式设计.....	第三十八章
39 女装款式设计.....	第三十九章
40 女装款式设计.....	第四十章
41 女装款式设计.....	第四十一章
42 女装款式设计.....	第四十二章
43 女装款式设计.....	第四十三章
44 女装款式设计.....	第四十四章
45 女装款式设计.....	第四十五章
46 女装款式设计.....	第四十六章
47 女装款式设计.....	第四十七章
48 女装款式设计.....	第四十八章
49 女装款式设计.....	第四十九章
50 女装款式设计.....	第五十章
51 女装款式设计.....	第五十一章
52 女装款式设计.....	第五十二章
53 女装款式设计.....	第五十三章
54 女装款式设计.....	第五十四章
55 女装款式设计.....	第五十五章
56 女装款式设计.....	第五十六章
57 女装款式设计.....	第五十七章
58 女装款式设计.....	第五十八章
59 女装款式设计.....	第五十九章
60 女装款式设计.....	第六十章
61 女装款式设计.....	第六十一章
62 女装款式设计.....	第六十二章
63 女装款式设计.....	第六十三章
64 女装款式设计.....	第六十四章
65 女装款式设计.....	第六十五章
66 女装款式设计.....	第六十六章
67 女装款式设计.....	第六十七章
68 女装款式设计.....	第六十八章
69 女装款式设计.....	第六十九章
70 女装款式设计.....	第七十章
71 女装款式设计.....	第七十一章
72 女装款式设计.....	第七十二章
73 女装款式设计.....	第七十三章
74 女装款式设计.....	第七十四章
75 女装款式设计.....	第七十五章
76 女装款式设计.....	第七十六章
77 女装款式设计.....	第七十七章
78 女装款式设计.....	第七十八章
79 女装款式设计.....	第七十九章
80 女装款式设计.....	第八十章
81 女装款式设计.....	第八十一章
82 女装款式设计.....	第八十二章
83 女装款式设计.....	第八十三章
84 女装款式设计.....	第八十四章
85 女装款式设计.....	第八十五章
86 女装款式设计.....	第八十六章
87 女装款式设计.....	第八十七章
88 女装款式设计.....	第八十八章
89 女装款式设计.....	第八十九章
90 女装款式设计.....	第九十章
91 女装款式设计.....	第九十一章
92 女装款式设计.....	第九十二章
93 女装款式设计.....	第九十三章
94 女装款式设计.....	第九十四章
95 女装款式设计.....	第九十五章
96 女装款式设计.....	第九十六章
97 女装款式设计.....	第九十七章
98 女装款式设计.....	第九十八章
99 女装款式设计.....	第九十九章
100 女装款式设计.....	第一百章

第一章 服装设计概论

第一节 服装设计基础知识

一、服装与时装

服装,是指人们的衣着装束。服装是一个较大的概念,它不仅包括了上衣和下装,也包括了鞋、帽、手套、袜子、领带等服饰品。时装,是指在一定时期内流行的新款服装,也包括一些富于创意、用于学术探讨、流行预测和娱乐观赏的服装。前者称为流行时装;后者称为创意时装(图1-1、图1-2)。



图1-1 流行时装



图1-2 创意时装

时装具有时间性、流行性、新颖性三方面特性。

1. 时间性

时装具有很强的时间性,被称为“时间的艺术”。时间性又包括了广义和狭义的时间内涵。时装常常与时代发展同步,带有丰富的时尚信息,与人们的思想观念和社会文化息息相关。每年每季的时装流行各具特色,不可相互替代。时装一旦“过时”,其魅力也就会消失。

2. 流行性

时装具有很强的流行性,时装的流行反映了社会的普遍心态和人们爱美的天性。它往往迎合了人们三种心理需求:①求同心理(认为别人穿上好看,自己穿上也会美);②求齐心理(惟恐落后潮流,被人瞧不起);③求美心理(喜欢具有新鲜感的事物,认为新的就是美的)。

3. 新颖性

时装必须具有新颖性,新颖是时装的生命。时装的新颖不仅表现在款式的新奇和优美,还表现在色彩和面料的新鲜感上。每当时装流行,总能让人耳目一新,给人以全新的视觉感受。服装与时装具有相互转化的关系。渊源的民间装束、绚丽的民族服饰、远古的武士铠甲,都会激发人们创造新时装的欲望,为人们的时装创作提供养料和参照。然而,时装一旦度过其生命辉煌的时刻,就失去了时装的某些特性,让人感到平庸乏味。

在服装与时装的作用方面,服装和时装各具使命,各有侧重。服装注重功能性和实用性,侧重人的生理需要;时装则侧重审美性和艺术性,侧重人的心理需求。两者既相对,又统一;既相互依存,又相互补充,由此构成了服装的丰富多彩。

二、衣服与服饰

衣服,是指附着人体的成衣。衣服的内涵要比服装小,它不包括任何服饰品,仅指上衣和下装,如内衣、衬衣、马甲、风衣、大衣、连衣裙、裤子等。

服饰,是衣服和服饰品的总称。

服饰品,是指服装上的装饰配件,包括帽子、头巾、手套、袜子、鞋靴、腰带、包、手杖、雨伞、耳环、手镯、戒指、胸花、领带等可以随身佩带和携带的物品。服饰品大多具有实用功能和装饰美化的双重属性,只有少数装饰品的属性是单一的,它们只有装饰作用,如耳环、手镯、胸花、领带等。

在服饰和服装的概念里,虽然都包括了衣服和服饰品,但它们的侧重点具有很大的不同。服饰,强调和侧重的是服饰品;服装,强调和侧重的是衣服,这是服饰与服装的最重要的区别。

服装设计的一个显著特征,就是注重服饰配套。服饰配套就是衣服与服饰品的风格、情调要保持完整和统一。衣服常常是搭配的主体,服饰品则是重要的补充和点缀。衣服和服饰品相互依存、相互补充,构成了服装的整体。有时,服饰品集中反映了衣服的精神,并成为服装设计的中心和重点。因此,现代的服装设计,绝不仅仅是衣服的设计,它同时包含了服饰品的设计和创造。在服装设计中,缺少服饰品的服装,往往显得不完整、不充实;而缺少服饰品的设计,也会显得幼稚、单调。

三、款式与造型

款式,是指格式、样式。服装款式,是指构成一件衣服形象特征的具体组合形式。这种组合形式既包括了衣领、衣袋、衣身、衣袖等形态形状,也包括了它们之间的相互关系。

造型一词常常具有动词和名词双重含义,作为动词是指创造的过程;作为名词是指创造的结果。例如,一张纸不叫造型,当我们把它卷起来或粘成一个方盒时,其过程和其结果便可称之为“造型”。从这个意义上说,造型指的是占有一定空间的、立体的物体形象,以及创造这个立体形象的过程。

在服装设计和服装制作过程中,造型大体包括了结构造型和体态造型两个方面。结构造型,是指通过裁剪和缝制等工艺手段,塑造立体的服装形象的过程和结果。体态造型,是指运用构思和想像等设计手段,构想立体的服装形象的过程和结果。也就是说,前者研究的是服装的结构,注重的是怎样把它裁剪和制作出来;后者研究的是服装的外观,注重的是服装体态给予人的视觉效果和总体感受。

服装造型常常以它的外观总体轮廓代表其特征,这个“外轮廓”简称“廓型”。廓型多以英文字母或物体形态来注明,如A型、X型、H型、喇叭型、吊钟型、桶型、花瓶型等(图1-3)。

服装的款式和造型,常常是指一件服装的两个方面。款式多指服装的细节样式和组合形式;造型多指服装的外观状态和总体形象。两者合二为一,构成服装完整的形象。因此,款式造型常常合在一起使用。

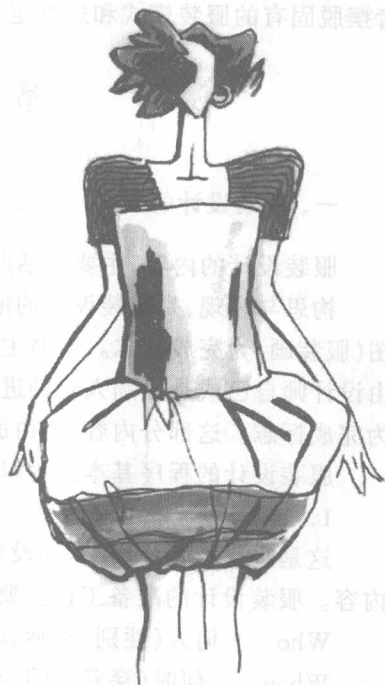


图1-3 花瓶型服装造型

四、设计与创意

设计,是指设想和计划。设计涉及范围极其广泛,如广告设计、家具设计、建筑设计、企业形象设计等等,服装设计只是其中的一个分支。凡是设计都是技术和艺术相结合的产物,都具有功能和审美两方面价值,都离不开材料和人的思维。设计往往包含了人的艺术创造活动,却又不等于纯粹的艺术创作;设计依赖于技术和材料,又不同于单纯的科学技术。

服装设计,就是构想一个制作服装的方案,并借助于材料和裁剪工艺,使构想实物化的过程。

服装设计的目的,是满足人的生理和心理方面的需求,使人们穿得更舒服、更安全,打扮得更漂亮。服装设计所遵循的准则是:功能、美观、合理。

服装设计是一门综合性学科,涉及文学、艺术、哲学、伦理学、社会学、心理学、色彩学、民俗学、卫生学、材料学、市场学等相关知识。同时,还要掌握服装专业的裁剪、工艺、生产、营销等方面的技能和知识。

创意,是指创造性的意念。创意是现代设计的一个全新的理念,旨在挖掘人的主观能动作用,以人的智慧去创造。它涉及心理学、思维学、哲学等诸多学科,融会人类生活的方方面面。

服装创意,就是设计师以富于创造性的理念,借助于服装的材料和构成形式来表现自己的情感和思想。

服装创意极为注重服装的创造性和新鲜感,强调要用全新的观念、视角、方法和形式创造全新的服装,以带动服装事业的发展。富于创意的服装,往往把创新和审美放在首位,服装的穿着

功能退居其次。这样,创意服装超越了为生活提供着装的狭隘作用,成为一种具有特殊意义的服装或时装。

创意服装不仅可以充分展示服装文化的内涵和魅力,具有极强的观赏性,在服装设计教学中也具有重要的意义。它可以激发学生的创造潜能和创作意识,增加设计趣味,更重要的是让设计者摆脱固有的服装模式和思维定势的束缚,使想像无拘无束达到创意佳境。

第二节 服装设计与设计师

一、服装设计的程序

服装设计的内容,主要包括两个方面:一是构思与表现;二是制作与穿着。

构思与表现,是服装设计的前期工作,往往需要设计师独立完成,并以绘制出款式图或效果图(服装画)为完成标志。本书主要讲解这方面内容。制作与穿着,是服装设计的后期工作。是由设计师自己或是由别人协助进行的,包括选料、裁剪、缝制及穿着效果等,它以服装的实物制作为完成标志。这部分内容,将由服装材料、服装结构设计、服装工艺课及社会实践来完成。

服装设计的程序基本分为以下五个阶段:

1. 准备阶段

这是收集相关信息,明确设计任务阶段。包括明确穿着对象及穿着目的,为设计准确定位等内容。服装设计的准备工作主要有五个方面:

Who 何人(性别、年龄、职业、身材、喜好);

When 何时(穿着时间、季节);

Where 何地(穿着场合、环境);

Why 何目的(穿着动机)。

What 穿什么。
明确了穿着对象,还要了解和收集与本次设计工作有关的信息。收集的信息资料包括:面料、辅料、色彩、款式的流行趋势;本地、外地、沿海地区服装市场的销售状态;去年、前年各个季节服装的流行动态,以及近期内社会思潮、文化观念、普遍心态、气温变化等。

2. 构思阶段

是服装的设计构想阶段。要对已掌握的信息资料进行综合分析和研究,多作联想和想像,努力寻求思维创意的线索。只要找到了一些可以利用的线索,也就找到了设计的突破口,设计的想法就会随之产生。

在设计构思过程中,大多数人的习惯是边构想、边勾画、边修改。最初的思维往往是跳跃式的,想法很多却不完整。经过一段时间的深入思索,思路便会由朦胧变得清晰,从而进入思维想像的后期,这时的思维往往较深入,想法愈加细致、全面,不仅要从款式、造型、配色等方面去构思,还要从选料、裁剪、工艺等方面去想像成衣或穿着效果。如同先在头脑中“制作”了一遍,达到胸有成竹的程度,构思阶段才算完成。

3. 表现阶段

是描绘所构想的服装形象阶段,即把头脑中虚构的服装,外化为直观、具体的服装形象。表

现的方式有三种:一是画款式图;二是画效果图;三是绘制服装画。

款式图,就是只用线条勾画服装款式,无须勾画服装人体和着色。十分简便和迅速,是服装设计和生产最快捷的方式,只要勾画出款式图即可用于服装制作。效果图,是表现服装穿着总体效果的绘画。既要勾画服装人体又要着色,同时,还要画出简明的背面款式图。效果图一般对人物表现、画面效果和表现形式要求不严,但对服装款式和工艺效果方面的表现十分注重,要求细致、清楚,以便别人的理解和合作。服装画,是表现服装的一种绘画形式,与效果图的画法基本相同,但比效果图要求更高。服装画十分注重人物姿态、画面形式、艺术风格等方面的艺术表现,多用于设计作品参赛、展览、插图或服装招标等活动。

4. 制作阶段

是按设计构思制作成服装实物(样衣)阶段。制作,首先涉及的是选料问题,包括面料、辅料、衬料及服饰品的采购和搭配,然后是裁剪和缝制,包括裁剪方法、缝制工艺、装饰手段的选择和运用。较为稳妥的方法是,先裁出1:1的纸样,经过比试和测量,再用坯布假缝或在面料上正式裁剪。在裁剪制作过程中,用人台或用真人试穿是很重要的环节,便于及时发现问题,修改完善。有些没有把握的局部细节,采用立体裁剪效果更好。

5. 整理阶段

是样衣制作完成之后的试穿修整阶段。整理阶段是服装的穿着、检验、调整的过程,包括服装各部位的长短松紧、穿脱行动是否方便,以及帽子、腰带、鞋袜等服饰品的搭配等问题,都在这一阶段完成。

二、服装设计的分类

1. 从作用上分

(1) 预测型。是指为服装的流行趋势而进行预报性的设计。每年春夏和秋冬,法国的巴黎、意大利的米兰、美国的纽约、日本的东京等地的服装设计师,都要推出下一季的国际服装流行趋势预测。设计大师们各抒己见,各展才华,发布的时装作品很快会被其他的服装设计师所追随和模仿,从而成为世界服装流行潮流。中国服装研究设计中心自1987年起也开始发布中国服装流行趋势,所发布的服装作品,其设计均属于预测型设计。

(2) 展示型。是指为展现设计者设计水平和实力而进行的设计。各种男装、女装、童装博览会,各地时装节,各类时装设计大奖赛,以及商业性、娱乐性的时装表演,设计师作品发布会等,都属于展示性设计。展示型设计往往各有侧重,有的以展带销,注重经济效益;有的只评比重创意,展示设计实力。不管服装设计侧重什么,凡展示型的服装设计都要,注重审美价值和表演效果。

(3) 销售型。是指为满足人们生活所需的服装产品设计。设计要求符合流行,工艺合理,物美价廉,适合大批量生产。销售型设计较注重流行色彩、流行面料和新工艺的运用,同时还要兼顾消费者的不同性别、不同年龄、不同职业,以及不同身材的多方面需要。销售型设计往往强调服装的功能性,要方便实用,美观合理,一般只生产上衣、下装,对服饰配套要求不严。

(4) 投标型。是指为某一企业、团体的职业着装,或某一重大社会活动的专用服装征集的设计。投标型设计重在满足用户的多方面需要,要以美观、实用、合理为原则进行设计构思。

(5) 个人型。是指为个人平时穿着、结婚、演出而进行的设计。个人型设计,属于形象设计的范畴。设计要求满足穿着者的审美心理,符合穿着者的身材、肤色、性格等生理条件,同时也要

考虑穿着的场合及服饰配套等方面因素。

2. 从表现对象上分

(1) 实用型。实用型设计由于表现的对象是穿着者,因而设计思维往往局限在穿着者的自身条件上,要迎合穿着者的喜好,符合穿着者的身材、职业等多方面的需求。如果穿着者喜欢,即使不符合设计者的喜好,也要以穿着者为中心。实用型设计的过程也就是为穿着者服务的过程。当然,设计师要在充分了解穿着者各方面需求的同时,善于引导穿着者,要在穿着者要求的前提下,发挥自己的创意和才华。实用型设计多适用于销售型、投标型和个人型服装设计。

(2) 创意型。设计表现的主体是设计师自己,设计的目的是表现设计师的设计思想。在创意型设计中,穿着者只是陪衬,设计的中心是通过服饰语言,展示设计师的创意、审美和艺术追求。创意型服装是艺术品,只是用来展示而不是为了销售。这样,服装的实用功能被弱化,服装的文化内涵、审美价值得到宣扬。

3. 从品种上分

(1) 在年龄、性别上,有童装、中老年装、男装、女装设计等。

(2) 在季节上,有夏装、冬装、春秋装设计等。

(3) 在材料上,有皮革服装、针织服装、裘皮服装、羽绒服设计等。

(4) 在用途上,有职业装、休闲装、运动装、表演装、婚礼装、泳装设计等。

(5) 在款式上,有衬衫、西装、夹克衫、大衣、裙装设计等。

4. 从创作方式上分

(1) 变化设计。也称变体设计,是以一种服装款式为基础原型,进行形态、比例、表现形式等诸多因素的变化,从而构成面目全新的服装形象的设计形式。

(2) 命题设计。也称主题设计,是根据一个主题所限定的范围和提供的线索进行构思想像的设计形式。命题设计很像命题作文,虽然限定了范围,但也提供了依据。主题,有宽泛的,也有具体的。任何主题都有不同的内涵和外延,都与一些事物相关。主题的表现,既可以直接明了,也可以间接隐喻,还可以与主题拉开一段距离。

(3) 整体设计。也称总体设计,是对穿着者的服装款式、着装形象、服饰配套等诸多因素的综合设计形式。在整体设计中,服装侧重于款式的配套和色彩的搭配;形象侧重于发型、化妆与服装情调的协调;服饰品侧重于主题、情调的需要,以及与服装的内在联系。

整体设计往往先要假设一个特定的情境,并确定一个设计表现的主题。主题所要表现的情调和倾向,便是设计构思的主线和中心。整体设计重在把握整体效果和情调,同时要源于生活而又高于生活。只有强化和突出情调特征,主题才会鲜明,整体效果才会突出。

(4) 系列设计。就是一组既相互联系又相互制约的服装群体的设计形式。系列设计的主要特征在于它的数量。系列设计的构成是三套以上的一组服装,这一组是一个整体,但它们只有一个主题、一种情调、一种风格。

系列设计重在共性和个性的多样统一。共性,就是一个系列中的每一套服装都有共同的特性或共同的因素。个性,就是每个个体(系列中的单套服装)又有自己的独特风貌。系列设计无论其数量有多少,都要从一套服装的设计进行构思。有了这一套服装的基本形象,它的情调、形式、手法以及色彩就将成为整个系列服装设计的基础,系列服装便由此派生和演化出来。

三、服装设计与设计师

服装设计是一项既简单又复杂的工作。说其简单,是因为只要有一个新想法并把服装制作出来,服装设计工作也就完成了。说其复杂,是因为设计既涉及技术又涉及到艺术,既要满足人们物质上的需要还要满足人们精神上的需求。服装不单是设计师的作品,还是工厂里的产品、商店里的商品、展台上的艺术品,具有丰富的文化内涵。

作为一名服装设计师,最基本也是最重要的能力,就是想像力、创造力和对事物的感悟能力。创造是服装设计的本质,它赋予服装以生命。就服装而言,没有创意和新鲜感的设计,是毫无意义的设计;对设计师来说,缺乏想像力和创造力的设计师,是不称职的设计师。对事物的感悟能力,涉及对形态、色彩、面料、流行等方面的直观感受和深刻思考。

除了具备以上能力之外,从事服装设计工作,还应该具备一些必备的专业技能和专业知识。

1. 款式造型能力

无论多么好的设计想法和创意,都要由具体的点、线、面、体等形态要素来表现。这些形态要素就像文学作品中的字和词一样,要求运用得灵活、恰当,要能准确地表达自己的设计思想。

2. 色彩搭配能力

服装离不开色彩,作为一名设计师,要了解色彩的特性,掌握和谐配色的规律,并努力寻求崭新的色彩搭配方式。同时,还要努力克服自己对色彩的偏爱,对任何色彩都要存有兴趣并善于发现其美感。服装色彩的搭配,一方面是对色彩本身的研究,另一方面是对色彩心理,即对人的心理感觉的探讨。对色彩的色相、纯度、明度、面积、冷暖等方面所构成的对比和统一,要有一个准确的把握。

3. 裁剪制作能力

服装不是画出来的,而是用面料、辅料等制作出来的。因此,设计师在进行服装设计构思时,必须把服装的款式造型和裁剪工艺一同考虑,一般要达到在头脑中较完整地“制作”一遍或几遍之后,构思才算完成。尽管在服装制作时,设计师并不一定需要自己动手,但对服装裁剪的重点和缝制工艺的难点,以及服装制作的具体要求、服装设计的总体效果等,都要向制作人员交代清楚。这样,作为服装设计师就必须了解和掌握基本的裁剪方法和工艺过程。

4. 捕捉流行信息的能力

设计师若想要自己设计的服装适销对路,带有时尚的风貌,就要及时地掌握与服装设计相关的信息。这些信息包括两个方面:一是服装发展信息,包括国际和国内的流行色、服装款式、服装面料的发展动态,服装市场的销售状况,国内服装赛事等;二是社会发展信息,包括国内外的文化思潮、伦理观念、科技发展、经济动态等。

5. 熟悉面料的能力

面料是制作服装的主要材料,它的软、硬、挺、垂都决定和影响着服装的外观效果。作为设计师不仅要掌握各种面料的外观质地,还要了解不同面料的物理性能和服用性能。

6. 了解人的能力

人是衣着的主体,服装是为人设计的。服装设计的根本目的,就是为人提供着装。因而,设计师就应该了解人,既要了解人的生理状态、行为特点,还要了解人的心理需求。

在服装行业当中,由于企业规模的大小、生产运作的方式、产品营销的渠道等方面的不同,对

设计师的需求和要求也各不相同。

在一些大中型的服装企业,需要设计师参与的岗位有:时装设计总监、首席设计师、时装设计师、助理设计师、样板设计师、工艺设计师、样衣缝制师等。在一些小型的服装企业,主要有:成衣设计师、样板设计师、工艺设计师、样衣缝制师等。在服装企业之外的一些行业,也有一些岗位与服装设计息息相关,如服装设计专业教师、影视、舞台服装设计师、形象设计师、时装杂志编辑、时装品牌经销商等。

第三节 服装设计与服装产品

一、服装企业类型

服装企业由于规模大小不同,经营方针不同,生产的方式也不尽相同。一般服装企业大体可以分为四种类型:

1. 自营品牌型服装公司

就是从商品的策划和面料的选购一直到缝制,整个生产过程都是用自己公司的资金来运作,并拥有公司管理的专卖店或摊位的服装企业。这样的企业大都以自己的品牌来命名,品牌在消费者心目中较有知名度和信誉。公司十分注重自身的企业形象和对品牌的经营管理,各地的专卖店都有统一的装修模式,各大商场中的摊位也有较为稳定的视觉形象。专卖店和摊位的经营者大都是公司的员工或是直接接受公司的领导;公司经常派遣专职人员对店员进行业务培训和指导,并对经营状况和消费者意见进行收集、反馈。

2. 生产销售型服装公司

就是从商品的策划和面料的选购等生产过程都是用自己的资金来动作,但不直接管理销售场地的服装企业。这样的企业也都有自己的品牌,但品牌的形象在消费者心目中不稳定,知名度不高,厂家与消费者之间没有直接的联系。服装的生产一般是通过举办展销会、洽谈会让经销商看样定货,厂家根据定单组织生产。这类企业都有较为稳定的客户,客户以各地的服装商场或批发商为主。

3. 加工型服装公司

就是根据来样、来料进行加工的服装企业。这样的企业没有商品的策划和设计人员,甚至采购原材料的资金也很少,服装生产所需要的设计、板型及面辅料大多由客户提供。如果客户只能提供样品,不能提供技术,生产所需的工业样衣、样板以及面辅料,也可以由厂家负责制作或采购,但客户必须支付一定的预定金。

4. 外加工型服装公司

就是自己没有加工厂,但拥有商品的策划、设计和打板的技术人员的服装企业。这样的企业一般规模较小,但技术力量雄厚,常常拥有一些设计师、打板师和生产技术人员,负责产品的策划、设计、样衣制作、打板推板和生产监督工作。产品的批量生产多采用委托加工的方式进行,由公司向加工厂下产品订单并提供生产所需要的技术资料、原材料和监督指导。