

高等院校服装设计专业精品教程

# 服装设计学概论

FASHION DESIGN THROUGH DISCOVERY 周丽娅 编著



FASHION  
DESIGN  
TEACHING  
MATERIALS  
FOR ART  
COLLEGES

湖北长江出版集团  
湖北美术出版社

# 序

自 1980 年我国的服装设计教育进入高等院校以来,全国各艺术院校、轻工院校、纺织院校都先后建立了服装设计系或服装设计专业。随着我国经济的飞速发展,面对强劲的社会需求,到目前为止,我国各类高校几乎都开设有艺术设计类的专业,而在这些艺术设计类专业中,大都开设有服装设计专业。另外,高等和中等职业技术教育、民办高校以及各种类型各种层次的培训班,也都在为我国的服装产业培养着各类人才。

服装设计教育已经成为高等教育和职业技术教育当中一个重要的领域。但这个领域的师资队伍和教材建设还远远不能满足现实需要。为此,在湖北美术出版社领导的大力支持下,我们组织了一批活跃在教学第一线的中青年教师,共同编写了这套教材。他们来自不同的院校,有着不同的校园文化背景,各自身处不同的教学体系,分别承担着不同的教学任务,因此使这套教材具有集众家之长的综合性特色。

这是一种有益的尝试,意在整合各种教学资源,加强院校间的相互交流,促进我国服装设计教育事业的发展。

全套教材共 16 本,内容丰富,信息量大,知识面广,技能性强,教材明确规定了每门课的课时量、进度和作业量,可操作性强。不仅适合全日制高校的本科生或高等职业技术类院校的学生使用,而且,对于自学高考的同学也是一套很好的辅导教材。

感谢各位编著者的辛勤劳动!

感谢湖北美术出版社的大力支持!

李当岐

清华大学美术学院院长





## 目 录

- 001 绪 论
- 004 第一章 服装设计学的研究对象
  - 004 第一节 服装的本质
  - 005 第二节 服装设计的本质
  - 007 第三节 艺术设计学的分类
  - 018 第四节 服装设计学的研究范围与条件
  - 021 第五节 服装与研究的形态与要素
- 026 第二章 服装设计的基本性质与特性
  - 026 第一节 服装的基本性质与特性
  - 036 第二节 服装设计学的特性
- 053 第三章 服装业的现状与发展
  - 053 第一节 服装业语言
  - 061 第二节 时装流行
  - 065 第三节 世界时装中心
  - 069 第四节 中国服装业现状简述
  - 072 第五节 服装设计师的基本知识结构
- 074 第四章 服装设计的源流
  - 074 第一节 服装起源理论
  - 077 第二节 服饰设计的历史渊源
  - 101 第三节 中国古代服饰文化理论简述
  - 106 第四节 欧洲的艺术流派与服饰
  - 113 第五节 20 世纪的时装与设计师
- 125 第五章 服装设计的程序与方法
  - 125 第一节 功用因素
  - 127 第二节 设计 TPO 原则
  - 128 第三节 服装造型因素
  - 137 第四节 服装设计的程序
  - 142 第五节 服装设计的艺术手法
  - 145 第六节 服装设计的形式理论
- 151 第六章 从服装业不同的角度分类
  - 151 第一节 服装企业的产品类区分
  - 154 第二节 服装行业的商品类区分
  - 158 第三节 服装材料织造工艺类区分

160	第四节	以面料与工艺制作分类
160	第五节	职业制服以行业分类
162	第六节	服装辅料分类
162	第七节	服装品牌角度分类
164	第八节	其他文化角度的分类
166	<b>第七章</b>	<b>时装设计评论</b>
166	第一节	时装设计评论的意义与作用
168	第二节	时装评论的传媒形式与特点
171	第三节	时装评论的能力技巧
173	第四节	时装设计评论标准
177	<b>第八章</b>	<b>服装设计与现代科学技术</b>
177	第一节	服装电子商务
178	第二节	设计自动化与计算机辅助
182	第三节	计算机辅助服装管理
184	第四节	科技元素与服装设计
190	彩色图例	
205	参考书目	





## 绪 论

20世纪70年代,艺术学领域出现了一个引人注目的现象,就是艺术设计的兴起、艺术设计学子的“巨增”和艺术设计教育的发展。设计意识和设计应用渗透到人所涉足的各个方面,大至城市环境、房屋建筑,中至服装纺织品、家具、电器、生活日用品,小至戒指、耳环、胸针、项链、眼镜、钢笔、信纸、礼盒等,现代人无不感受到艺术设计的魅力和艺术设计附加值的影响力,服装艺术的影响力也在其中。

伴随着生命成长和人类文明进步的服装是当今人们物质生活的必需用品,是人们在社会交往中必要的物质和精神需要的一种文化形式或生活状态。当夏娃开始以无花果叶装身,即当人类萌生了羞耻感及美的意识时,服装就不断地发生、发展和变化。从衣与人的关系来讲,服装当是人体的“第二肌肤”,一个生命来到这个文明的世界就与服装终生相随;从社会构成的个体来说,服装不仅有着使用价值,还有装饰和美化的作用,是一个人的仪态外观的主体,是自然人无声的语言,它不仅显示个人修养、审美情趣、综合素质,也传达个人品位和精神风貌;从社会文化角度来看,服装还是人们扮演角色的重要工具,人类在襁褓时代就自觉或不自觉地从服饰进行着自我包装,当人们享受生活的意识日渐加强时,对服装的要求就越来越高,甚至用服饰外观来实现视觉形象上的角色转换。因此,服装设计是社会意识形态的组成内容之一,设计人通过服装这一物质载体表现其自身对本时代特征、精神风貌、物质材料、科学技术、文化审美的综合理解和应用。服装是人类民族文化的结晶,是一个时代的镜像,是社会文明的窗口。人们的穿着以及服装的设计水平都将体现出一个民族的文化、艺术、经济和科技的发展水准。如果我们对一个时代服装进行分析,还可以了解到那个时代社会的社会局势、经济发展、科技水平、礼仪文化等,可以说,一部服装发展史相当于一部人类社会文明的发展史。

我国拥有5000年丰厚的服饰文化传统和13亿人口的庞大产业需求,这是服装艺术设计人才需求和服装业发展的宽厚基础。由于服装是纺织类产品的终端,服装类产品的发展将会带动相关的服饰奢侈品配件等产业的发展,而服饰品更新换代的时间又很快,服装业成为或者说已经成为世界上最具活力的产业。亚洲经济的发展,东方设计师才华的展现,使国际上出现了“东风西渐”的文化转移,服装正以无国界语言形式进行广泛的传播和交流。

在这样一个以信息管理经营和以人为本的知识经济年代,人才成为竞争的焦点,缺乏专才对发展中的服装行业影响绝对是巨大的。如此,服装教育是服装事业繁荣发达的基础,没有服装教育的发展就谈不上服装业的繁荣,没有服装文化理论的深入研究,也就没有服装业赖以支撑发展的根基。早在1999年尹定邦先生将艺术界那些对设计心存偏见或轻视的看法给予了批评,6年后的今天,一些类似的偏见,更是“发展

到了一个令人不解的程度。”今天，社会对设计艺术的需要是有目共睹，设计已经深入到人群所在的方方面面，日复一日地改变着人对自身的认识。当然，服装设计还存在着许多的问题，缺乏对设计理论系统而深入地研究，不从观念入手，没有把理论问题落实到教育上，服装设计的发展和设计水平的提高是会受到限制的。为什么泱泱大国没有一个叫得响的世界名牌服装立足于品牌林立的服装市场，我希望借此工作引起服装企业家、服装设计师、中国的服装业界对服装理论与实践问题的关注，并为建立现代的服装设计理论打下良好的基础。

近 20 年来，我国的设计教育实现了从以往对“图案”、“工艺美术”向设计艺术观念的转变。1998 年我国高等院校工艺美术各专业增设“设计艺术学”，并以“艺术设计”取代原 20 世纪 80 年代的工艺美术专业，至今艺术设计学科已发展成为国家一级学科，并延伸细分为服装设计、广告设计、室内设计、工业产品设计、环境艺术设计、数字化影像设计、展示设计等各个方向。学科名称的变化，学科方向的发展，充分反映了现实的需要和未来的发展趋势。

服装设计是这众多设计门类中与人们生活最贴近的设计，是当今最时尚、使用最为热门的词汇之一。人们关注着自身的生活空间，人体包装、衣装设计、服饰搭配以及整体形象设计都成为人们日常交往中最感兴趣的话题，服装已成为一种文化，服装表现出来的文化形态在社会生活和人际交往中，显示着不可忽略的影响力。设计不仅从社会各方面提高着人们的生活质量，影响或引导着大众的审美时尚、审美情趣，改变或提高人们的生活方式，对人们日常生活有着愈来愈重要的作用，设计艺术教育也愈来愈得到应有的重视。

服装设计教育应该建立一种与设计艺术学这一边缘性交叉学科相适应的知识结构和课程体系。从广义上讲，“造型艺术教育”侧重的是以造型元素及其组合规律为主线的工艺、设计等内容的学习，强调艺术审美在实际生活中的应用。20 世纪 90 年代以来，出现的“视觉艺术教育”的提法实际上超越了绘画、雕塑、工艺和建筑等传统美术门类的界限，其学习内容包括一切与视觉有关的艺术作品和现象，强调视觉阅读、表达和交流能力的培养。近年来，在后现代主义思潮的影响下，又出现了“视觉文化教育”的提法，其范围进一步扩展为“每天日常生活中能建构并传达个人的态度、信念以及价值观的各种视觉影像”，主张引导学生建立对其生活中各种视觉影像的思考与解读能力。

服装设计作为一门学科，它还十分年轻，其体系的完整性和理论深度都无法与哲学、建筑学、美学等传统学科相提并论，但是服装设计却有着毫不逊色的重要性。首先，服装与人类生命信念联系在一起，人最初来到这个世界到离开这个世界都是与服装相连。人无数次与布等织物接触，制造它、利用它，并代代相传，由于地域和习俗的关系，使用不同的布也成了一种传统的文化。人类社会的习俗也赋予服饰以意义，服饰形象直接反映出人们的各种价值观念，体现了不同民族不同文化背景下的生活喜好与忌讳，这些喜好忌讳或是价值观念反过来又对人生作出了规定，人通过服饰使自身的意义更加明显起来。其次，对于社会生产力来说，人类的纺织生产几乎是与农业



同步开始，中国有“天子躬耕”、“皇后亲蚕”的劝勉农桑之举，进入阶级社会以后它一直是统治阶级的立国之本。近代史载，第一次产业革命就是从纺织业开始的，并由此而开创了大工业时代。现代发达的国家几乎都是以发展纺织与服装工业来积累资本实现工业化的。

服装设计有着展现人类衍生和选择等价值体系，同时也以制作、材料、式样、色彩等外在形式来表现人类从事服装设计的行为范式。可以说从古至今，服装设计就一直存在人类社会之中，它是为满足人们穿衣和变换衣服这一行为需要而产生的。正因为有了与人类相伴相随又不断变换的服饰，才得以使我们有了一条认识世界的途径。

服装设计与其他艺术创造一样贵在深厚的基础素养，只有功力深厚，才有助于对艺术审美的理解和把握，在设计的创造上才会独具匠心，进入更高的境界。就服装设计的专业教育来说，必需掌握基本理论、基础知识和基本技能，也就是说，一个从事该专业的人员必须弄明白：服装专业的的基本理论包括服装设计的性质、目的和具体内容；基础知识包括服装艺术的历史发展、服装分类、服装设计的特征以及与其他学科的关系等；基本技能包括完整的设计观念和创意思想，灵感与创意、造型设计的能力、表现造型的能力、制衣技术及样衣整体把握的能力等。这也是《服装设计学概论》这本书的基本构思。

总而言之，服装设计学研究包括有关服装性质理论、服装设计规律的理论、服装设计相关关系理论。概论主要是对学习服装设计学科学术背景知识的系统介绍，从理论上和方法上，站在社会文化角度、造型的角度、市场的角度，研究服装、服装设计的本质、社会人服饰生活的行为方式、服饰生活设计体系等方面，并进行深入的科学分析，是服装设计师的入门指南，也是加强对服装设计学科学术背景综合而深入了解的重要途径。

## 第一章

## 服装设计学的研究对象

**教学要求：**通过本章学习，使学生认识服装设计学研究的前提、研究对象、服装设计的本质内涵和外延特性。了解艺术设计学的范畴，服装设计学的研究范围、条件与意义等。

**本章的教学要点：**掌握服装设计的本质，艺术设计学的范畴及特征。

本章节将分别从“服装”与“设计”词源考证入手，对服装设计范畴做全面深入细致的分析探讨，从而深刻理解服装与服装设计的特质。

### 第一节 服装的本质

服装的含义：“服”与“装”分开来看。《辞海》解：“服”，泛指供人服用的东西。《说文》称：“衣，依也。上曰衣，下曰裳。”是指上体和下体衣装的总和。《中华大字典》称：“衣，依也，人所依以庇寒暑也”，是指缠绕身体主要部位的东西，将上衣、下衣、外衣统称为衣，也称衣服。“服，谓冠并衣裳也”，不仅指衣服与衣裳意思相同，还包括了头上戴的帽子类。在日本，衣服和“被服”是同义语，指所有包覆遮盖于人体的衣物，日本的被服学包括被服材料学、卫生学、构成学、机械学、心理学、社会学、管理学、人工学等。而被服一词在我国汉代《古诗十九首》云：“被服罗裳衣，当户理清曲”，是穿着整理之意。

《辞海》解：“装”，为服装。做名词——如上装、下装、便装、军装；做动词——如装扮、乔装、伪装、装饰、修饰等。从“装”的词义解释，还有“饰”的含义，在服装这个大概概念下包括：衣、裤、裙、鞋、帽、首饰、脚饰和腰饰等；在这些小项目的下面还可细分为：比如首饰，包括头部的装饰，细分下去还有钗、簪、梳、夹、耳环、耳坠、戒指、项链等不同样式。

以“服”字为例，古文献中，不仅指衣服和穿衣，还引申到其他社会行为、习惯与场合。在《楚辞·九章·桔颂》里：“后皇嘉树，桔来服兮”，服，习也，讲的是风习和适应，即变化习性和内在适应；穿戴服饰的变化，不过是外表的适应。“饰”也如此，或指衣饰，或指装饰行为。《汉书·王莽传中》中描述：“五威将乘乾文车，驾坤六马，背负鸞鸟之毛，服饰甚伟。”《周礼·春官》云：“辨其名物，与其用事，设其服饰”。古人谙识装饰的意义，懂得如何设计穿着服装，其内容与现代意义上的服饰礼仪文化概念何等相近。

服装一词在英语中有几个对译的单词，即 clothing, dress, costume, apparel。其中 clothing 泛指日常生活中用途最广的着装；dress 是指盛装或礼服，指在较重要场合的着装；costume 指舞台演出的专用服装；apparel 则有衣饰、服饰和着装的含义。



由此我们可以得出这样的结论,服饰是适应人需要的历史产物,其产品形象生动地展现出人们的生活趋势与特点。人的需要表现有两点,一是实用,二是美观。虽然服饰的使用价值表现为防寒、抗暑、护体的实用性;但是服饰美化人体、显示人的仪表、地位以及人们的爱好、兴趣的审美性也是功用之一。实用性是审美性的基础,审美性是实用性的表现形式。因此,服饰是衣服、服饰品和化妆修饰等用来装饰人的物件的统称。服饰的实用审美价值也是服装的本质意义所在。

## 第二节 服装设计的本质

### 一、设计的概念

设计是指对事物或人造物的一种构思和规划过程。在《说文解字》中,“设”字的字义:“设:施陈也,从言役,役,使人也。”设就是施其陈列的意思。言,指以语言完成。役转意为使役。从言字旁与役,是表达以言语来使役人的意思。“计”为:“计,会也,算(算)也,从言十。”计就是合计、计算的意思。言指思考。十,指具体的数(相对于抽象的数)。从言字旁与十,是表达以思考、以言语来完成具体的数的计算。所以,“设计”以中文来讲,有“人为设定,先行计算,预估达成”的意思,也有“图案”、“意匠”的含义。在我国,设计是从事意念加工的工作,“图案”则相对于“文案”,文案指:以文字做说明;图案则指:以图做说明。也就是制图足以说明工作怎么进行,泛指能达成具有表达意义的图形生产。(这样的定义其实就是另一个在中文里更常用词:“营造”。“营造”一词在日文里又称“建筑”或“造屋”,西方“design”,设计等于建筑的代名词了。如果从西方设计的发展来看,在现代设计兴起之前,设计不只等于建筑,也等于艺术。特别是在西方艺术史与皇家艺术教育学院课程里,从文艺复兴开始,就慢慢地形成以建筑专业技艺为首,并结合绘画专业技艺与雕塑专业技艺的传承,三者合称为造型艺术,或称设计。从这个角度我们就比较容易了解“设计就是具有美感、使用与纪念功能的造型活动或营造活动”的定义与解释了。自18-19世纪工业革命之后,纯手工生产的艺术(绘画、雕塑)就逐渐与建筑设计或产品设计区分开来,前者以手工制作,一次作一个;后者以机械生产,同样的东西一次可以生产几十个、几百个、几千个。而将前者称为纯美术与手工艺,后者称为设计。不管怎么区分,纯美术也好、手工艺也好、建筑也好、设计也好,都要能符合“具有美感经验、使用功能、纪念功能”的条件。

设计二字《现代汉语辞典》解释为:“在正式做某项工作之前,根据一定的目的要求,预先制定方法、图样等。”从这个意义上来说,设计是人为实现某一个目的而进行的一种创想性活动,“是指从选择材料到整个制作过程,以及作品完成和使用之前,根据预先的考虑而进行的表达意图的行为。反过来讲,只有人类心象的物质性或实体性的实现才能称为设计”。一般地讲,人类开始有意识地制造生活用品和劳动工具时,便具备了设计的意识和能力,从这一层面来说,设计又是人的一种本能,是人类生活行为的共性特征,是一种有意识的创造性劳动。在哲学层面上,如果说劳动创造了人本身,这种原创性的劳动本身包括制造工具、使用工具、创造产品,假使都称为设计的

话,那么设计就是不断改变着人本身存在环境的活动;设计是由人类创造出来的物又被人所用,是造福于人类的活动,也可以说是一种人生的规划、创意、构思、设想、期望、梦想,是创造一种新生活方式的活动。设计与英语中 Design 一词对译,大英百科全书解释:“Design 是做记号的意思,也是对将要展开的某种行动之拟订计划的过程;特别指记忆在心中的、或者制成草图模型的计划。”

英文 design 自 16 世纪后含有这样一些意义:定计划、描绘草图、逐渐完成精美图案或作品;对一定目的的预定与配合;用图章图记来表达。设计这一概念作为一门独立的学科,萌生在人类大工业生产方式之后,于 20 世纪初提出的工业设计概念之时,30 年代流行于美国,50 年代成立的世界工业设计协会联合会在斯德哥尔摩首届年会上给工业设计的标准定义是:“就批量生产的工业产品而言,通过技术知识、经验以及视觉感受而赋予材料、构造、机构、形态、色彩、表面加工直到装饰以新的品质。”以后修改为:“工业设计是一种创造性的活动。旨在确定工业产品的外观质量。虽然外观质量也包括外观特征,但主要是指同时考虑生产者 and 使用者利益的结构与功能关系,这种关系将一个系统转化为均衡的整体。”设计概念也随着科技的进步和社会的变更而不断更新和发展。一方面设计自身逐渐成熟,越来越系统化、科学化和专业化;另一方面商界对应用设计的价值的认识,使现代设计的广度和深度较之过去有了很大的实质性的提高。国内外高校,如武汉大学设立的哲学博士设计研究学位,其目的就是要加强设计学科的科学性、系统性的研究。至此,设计的专业特点日渐突出,设计学科内部的分工越来越细,设计项目可以从一个小礼品的包装、人的身体包装或形象设计以至室内设计、建筑设计到一个城市的设计。

因此,设计是一种工作或职业,是一种具有美感、使用功能与纪念功能的造型活动。(如图 1-1-1)

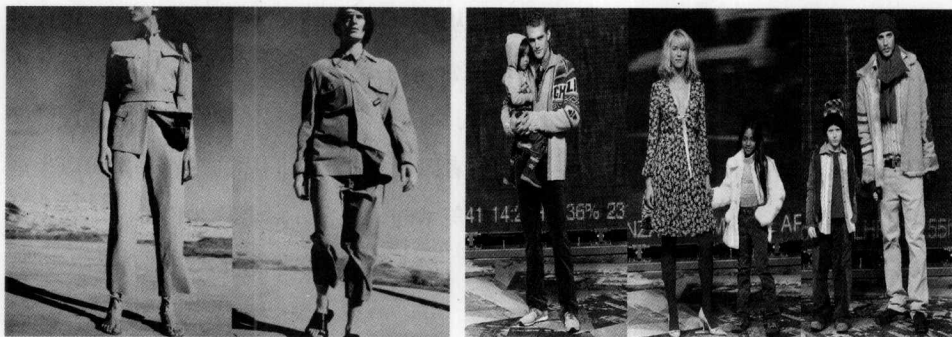


图 1-1-1 男装、女装、童装

## 二、服装设计的本质

我们知道,设计的本质是创造,创造是人类有别于其他物种的重要特征。服装设计是设计艺术学的一个分支,或一种类型。服装设计也是一种创造,是一种附加了人的主观意识的创造,是为满足人类物质需求和心理欲望的富于想像力的创造,经过设计的服装可以传达某种特定理念,实现某种功能,体现特定价值。服装服饰处于人们如何构筑“人的第二肌肤”、人体的生存空间和赋予新的生活方式与意义的核心位置。设计的任务不是保持现状,而是设法改变它。把服饰作为一种艺术形式,通过设计精



心安排组织,传达出一个时期个人和社会的思想观念的设计,不仅包括衣物造型、结构、性能、选料、配色、规格、工艺、包装、展示等各方面的工作,还将纯物质的衣物修饰或装扮到人,使人变得更加美丽,或有气质、或有品位。它不是凭空产生,而是以人为中心、以功能性设计、人性化设计的方式满足特定价值诉求的创造性过程。如果说,衣饰是一种穿着行为和文化习惯,那么服装设计就是展示人们的理想、信念和追求,表达服装中所蕴藏的精神力量。换句话说,任何服装都有相应协调的空间或环境,在空间和环境内有舒适度、美观度的关系,自然人(女人、男人和儿童)和服饰共同创造一种和谐美感的生活空间或生活环境或生活状态,并创造性地计划衣生活行为。从人性角度来说,“服装美实质上就是一种性魅力的美。”设计人就是把对人体美的感受、时尚的思考 and 性的观念体现在衣生活之中。(如图 1-1-2)

美是人类对物质和精神追求的最高境界。设计的本质是在考虑设计的对象时重视实用价值和审美主体精神需要的适应性,创造美的意识和用的意识是研究服装设计学的一个重要出发点。(如图 1-1-3)



图 1-1-2 DIOR 用成熟的色调,修身的裁剪,演绎都市女人成熟性感的装扮。

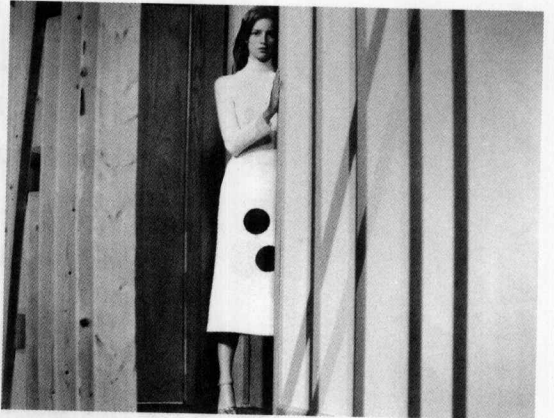


图 1-1-3 服装

### 第三节 艺术设计学的分类

1998 年由国家教育部正式公布修订后的《普通高等学校本科专业目录》里,将染织艺术设计、服装艺术设计、产品造型设计、装潢艺术设计、陶瓷艺术设计、装饰艺术设计等 7 个专业归纳到艺术设计学中,这是我国艺术设计教育为适应社会发展需求而进行的调整。清华大学美术学院的李砚祖教授在《艺术设计概论》一书中将设计按照不同的对象分为五大类,工业设计、装潢设计、染织服装设计、室内与环境艺术设计、广告设计等。现代高等设计教育更注重“厚基础、宽口径、高素质、重应用”,将知识结构建立在发现问题、分析问题、归纳问题、判断问题以及组织、计划、实施和解决问题的能力基础上,结合市场需求、企业需要,培养素质型、创造型、能力型的应用性人才。其实设计可以按许多不同的方式进行分类,本书就艺术设计专业按方向大致分为产品设计、传媒设计和空间环境设计三大领域。

#### 一、产品设计

产品设计亦称产品造型设计。产品包括生产品和工业制品,产品设计包揽了人们日常所有的生活用品。主要有两大类:工业设计和时装设计。

### (一) 工业设计

主要包括批量生产的工业产品设计、产业工艺设计和传统工艺品设计。

1. 工业产品设计：设计对象是以大规模机械化生产方式生产的产品。品种少，规格全。国际工业设计协会定义：“就批量生产的工业品而言，凭藉训练、技术知识、经验及视觉感受而赋予材料、结构、构造、形态、色彩、表面加工以及装饰以新的品质和资格，叫做工业设计。”还进一步指出：“工业设计师应在上述工业产品的全部侧面或其中的几个方面进行工作，而且，当需要设计师对包装、宣传、展示、市场开发等问题的解决付出自己的技术知识和经验以及视觉评价能力时，也属于工业设计的范畴。”因此，工业设计是指对工业产品的功能、材料、构造、形态、色彩、表面处理、装饰等要素从社会的、经济的、技术的、审美的角度进行综合处理的工作。设计既要符合人类对产品物质功能的要求，又要满足人们精神审美的需要，还要兼顾市场经济等方面的因素。工业设计的特点是大批量生产设计。其对象是人们生活中使用的具体产品：如汽车、空调、家具、办公用品、医疗器械、摄影器材、照明器具、电器产品等等。自欧洲 18 世纪产业革命以来，产业的机械化生产、自动化体制一直伴随着社会前进直至今日。工业化大生产产生了社会化分工形式，也产生了商品经济的模式。设计者与生产者细分开来的两个工序，从设计到产品的完成，在造型上追求完美的技术功能和操作功能，在表面处理上选择最佳处理工艺以表现和创造材料的肌理美，在装饰上将主题、纹样、色彩、材料构成与审美风格协调，综合运用艺术手法让产品与其功能一致，让使用者接受产品。（如图 1-2）



图 1-2 概念车设计

2. 产业工艺设计：是以机械生产为手段，以批量生产和有次序生产为目的的工艺设计活动。例如全自动式的玻璃制品成型机械所生产的玻璃酒杯、玻璃花瓶、玻璃果盘以及金属制品、竹木制品和陶瓷等。

玻璃工艺——是富有材质美、自然美和人工美的艺术。包括日常用玻璃制品和玻璃艺术品，具有工艺美术和纯艺术的双重属性。日常生活用玻璃制品有：玻璃杯、玻璃果盘、玻璃门窗、眼镜等；玻璃艺术包括有：玻璃工艺品、玻璃画等。艺术玻璃的品种分类有：喷砂玻璃：是一种半透明有雾面效果的玻璃。彩绘玻璃：是用一种特制的胶绘制出的各种图案的玻璃，色彩丰富亮丽有较好的装饰效果；雕刻玻璃：是利用刀法的深浅转折表现出玻璃质感与图案的玻璃；镶嵌玻璃：是将彩色图案的玻璃、雾面朦胧的玻璃、清晰剔透的玻璃任意组合，合理地搭配；视飘玻璃：是在没有任何外力的情况下玻璃本身的图案色彩随着观察者视角的改变而发生飘动，即随人的视线移动而带来玻璃图案的变化和色彩的改变，形成一种独特的视飘效果，这是一种高科技产品。（如图 1-3）

还有动感吹制玻璃，艺术效果神奇而美妙。它在材料的丰富多彩以及工艺技法的千变万化的方面，有着得天独厚的优势。

陶瓷工艺——是烧制陶瓷土的工艺。有低温烧制的陶器、高温烧制的瓷器，由于各自使用了不同的材料和工具而形成，是中国最具有代表性的工艺美术形式之一。制陶工艺和陶器的历史可以追溯到新石器时代，早期的陶器是无釉陶，如仰韶文化中半坡、马厂等彩陶是我国新石器时代的代表器物。商代时有了釉陶，陶瓷则长于釉彩，注重文情釉趣的发展，“唐三彩”是唐代盛行的釉陶；紫砂器是宋时开始烧制的中国茶文化的产物；商周时就有了早期青瓷，东汉烧制成功了完全意义上的青瓷，开创了陶瓷并举的新时期和以瓷为主的时代，从此奠定了中国作为瓷器大国的地位。至今英文仍把瓷器称之为“china”。瓷器发展主要有青瓷、色釉瓷和彩瓷三大类。自东汉开始名窑场甚多，多以地名定名，如越窑、洪州窑、长沙窑、定窑、邢窑、耀州窑、吉州窑、钧窑、龙泉窑、汝窑，而后来则以景德镇窑最为著名。它们有较大规模的作坊专门从事陶器制作，许多产品具有较高的艺术价值和使用价值。“白如玉、明如镜、薄如纸、声如磬”，就是对宋代的白瓷的良好评价。

制陶工艺也是从传统手工开始至现代，陶瓷艺术设计不仅包括有侧重日常实用性的日用陶瓷设计，还包括侧重欣赏性艺术陶瓷设计。（如图 1-4）

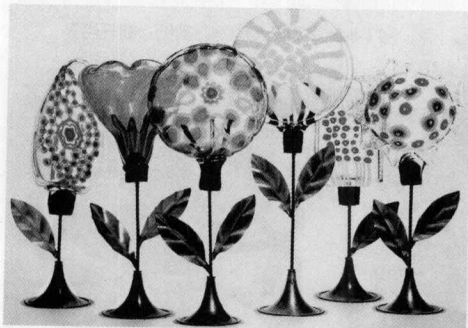


图 1-3 像糖果一样的玻璃工艺给人们视觉上的甜美享受。

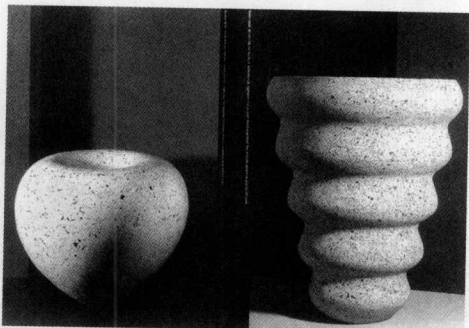


图 1-4 陶瓷工艺品

3. 传统工艺设计：是以手工来生产的传统工艺品或工艺产品。传统工艺品一般具有精湛的技艺和独特浓郁的地域风情。在中国各地有民间印染工艺、织绵工艺、剪纸工艺、雕塑工艺、漆工艺、印编工艺等。



民间印染工艺——包括有变化丰富的扎染、斑斓冰纹的蜡染、清新纯朴的蓝印花布和独一无二的织物手绘；(如图 1-5)

刺绣工艺——有典雅的苏绣、自然的湘绣、艳丽的粤绣、淳朴的蜀绣等。(如图 1-6、彩图 1)



图 1-7-1 黎族织锦



图 1-7-2 民间刺绣

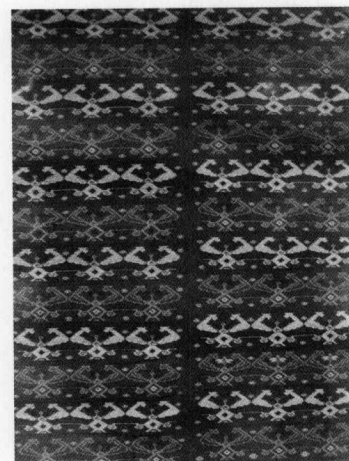


图 1-7-3 土家织锦



图 1-5 印染织物



图 1-6 清·喜相逢刺绣

织锦工艺——有贝锦斐成的蜀锦、高贵淡雅的宋锦、华贵富丽的云锦。少数民族织锦中还有庄重大方的壮锦、富丽沉艳的土家锦、神秘古朴的黎锦等。(如图 1-7)

剪纸工艺——有浑厚粗犷、朴实的北方剪纸；灵巧柔美、纤细的南方剪纸；(如图 1-8)

皮影工艺——主要有人物形态俊美的陕西皮影；有秀美俏丽的唐山皮影；结构复杂的四川皮影等。(如图 1-8)



图 1-8-1 福禄寿三星民间剪纸

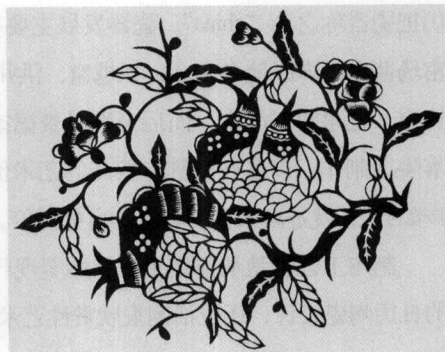


图 1-8-2 灵巧柔美的南方剪纸：榴开百子

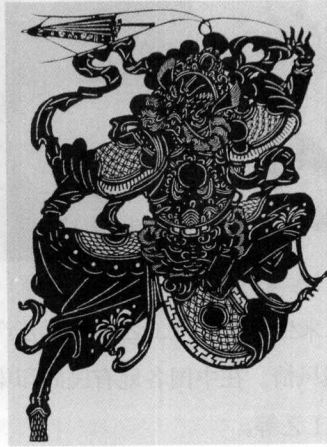


图 1-8-3 剪纸：门神

雕塑工艺——有历史悠久的石雕、古朴秀丽的砖雕、细腻洗练的木雕、无锡的泥人等。(如图 1-9)



图 1-9-1 木雕·歪嘴婆婆面具



图 1-9-2 三星堆青铜雕像



图 1-9-3 雕塑

漆工艺——有彩绘、镶嵌、雕漆三类。雕漆制作的方法是将胎体(木胎、布胎或金银胎)一层一层地髹漆,将漆堆积到一定厚度后,在其表面剔刻花纹图案,使画面层次分明,呈现浮雕的效果。因漆层厚薄、色彩、刀法的不同,雕漆又分为剔红、剔黑、剔犀等品种,其中剔犀在雕漆品种中最具特色。以其溢彩流光,精美绝伦,红黑辉映,雍荣华贵,极具皇家气派,历来被皇室宫廷作为贡品收藏。(如图 1-10)

竹编工艺——有自然的草编、古朴的藤编、多变的绳编和灵巧的结艺品种等等。(如图 1-11、彩图 2)

上述手工制品一般来说从构思、选材、制作、完成直到销售,一切集中于一人之手的创造程序和生产方式,个人感觉和技艺的娴熟直接影响到产品的优劣。传统工艺品与机械产品相比,虽然耗时,但它有着手工艺技巧的情趣和手工痕迹的美感,是人类文化遗产的重要组成部分,继承传统的技能、技术、工艺、用材等是现代人的职责,在传承中无疑会使传统工艺艺术注入新的生命。

## (二) 时装设计 (fashion design)

时装设计亦称服装设计。服装设计是人类特有的一种实践活动,是伴随着人类造物与创形而派生出来的概念,是解决人穿衣生活体系诸问题中富有创造性的计划,为衣生活的美而创作的行为。

设计是把衣服饰品与人进行合理组合安排的一种有序的、美感的和谐手段。人类就是为着这种美的关系而不断地追求。因此,广义的时装设计是对人综合考虑,包含着服装设计、纺织品设计、色彩设计、装饰设计、美容设计和流行时尚等等以及与服装相关的服饰品为题材、以市场销售为目的的设计活动。而狭义的服装设计指的只是直接针对服装而且相对独立的具有美感的造型和配色计划。时装设计应该是整体的设计,面料是衣服成型的重要条件,裁剪与缝制成型的衣服是与人的皮肤表层有着最亲密的关系,是一种视觉的、非语言的设计艺术,时装设计是一项复杂的工作,也是一项唯美的工作,并且是最终要受到市场的制约与检验的工作。(彩图 3)

作为工业产品,设计主要是成衣设计。成衣指大量生产的服装与装饰配件,以往

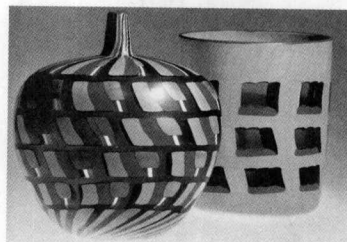


图 1-10-1 现代漆艺立体造型简洁精致,色彩流畅。



图 1-10-2 漆画艺术是中国现代漆艺的重要表现形式之一。

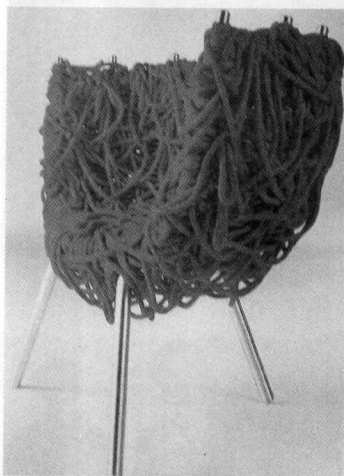


图 1-11-1 绳编艺术——椅子

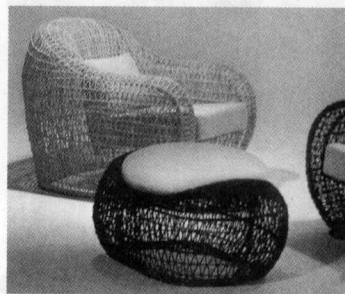


图 1-11-2 竹编艺术





图 1-11-3 竹编艺术——包

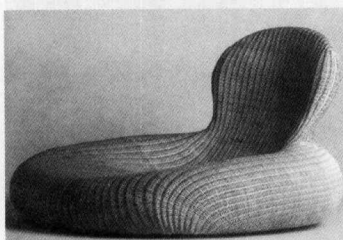


图 1-11-4 竹编艺术

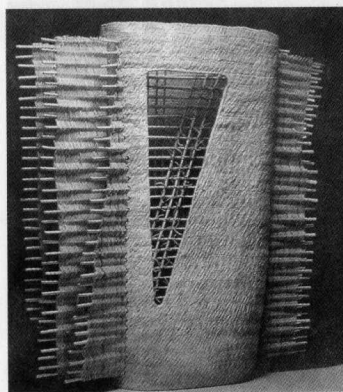


图 1-11-5 竹编艺术品

成衣设计多半归类于服装设计。但是如果我们从重复生产的性质与量来看，成衣设计与流行饰品设计应该是最符合工业设计、产品设计定义的行业。成衣与流行饰品指大量生产的衣、裤、裙、帽、腰带、领带、围巾、项链、耳环、戒指、手环，乃至于眼镜、皮包、公文包、记事本、手表、手机、布饰宠物、打火机、小礼品等等。当代成衣与流行饰品，由于“流行”的作用，早就脱离小量手工生产的特性。另一方面，由于“品牌”的作用，成衣设计专业也跨足到一系列的饰品设计，而与流行饰品设计合而为一。成衣与流行饰品基本上都是“贴身之物”，而在物质富裕的当代社会，衣物通常也早就超脱了“御寒”的基本功能，进而成为表达身分的重要饰品。所以，在从事成衣设计、饰品设计时，除了使用功能（使用目的、机能）、人体工程学、造型与结构等知识技术外，最重要的还是衣饰材料的触感、耐久、耐气候，乃至于人体美的呈现等等知识与技术。另一方面，成衣与饰品也属于典型的流行物品，所以对流行现象，乃至于每个文化下对造型的符号化现象也都要十分敏感。所以，成衣产业从产生、成长到现在的品牌设计，作为工业产品的定位，在产品设计中，如何将审美和市场结合、创造性和美感相结合，使品牌设计真正有引导潮流的水平，这是值得认真研究的课题。（如图 1-12、彩图 4）

## 二、传媒设计

为了传达而进行的设计。传媒设计包括有视觉传达设计和网络设计。

### （一）视觉传达设计

视觉传达设计亦称视觉设计（visual design），是与视觉传达相关联的设计，符号造型的目的在于传达。作为传达的媒体主要有：文字、插图、图片等。视觉设计的功能是将产品或企业商业活动所承载的信息、概念，转化为视觉语言，进行形象、艺术的描绘，以此来感染大众，影响他们的心理，完成商业运作及宣传。传达媒体是传播信息的工具、推动生产的手段、扩大流通的媒介，是引导消费的指南，也是促进社会物质文明和精神文明发展的不可忽略的力量。视觉传达设计主要包括：广告设计、包装设计、展示设计、编辑设计等。

#### 1. 广告设计（advertisement design）



图 1-12-1 成衣设计（职场女装）



图 1-12-2 成衣设计（休闲服）

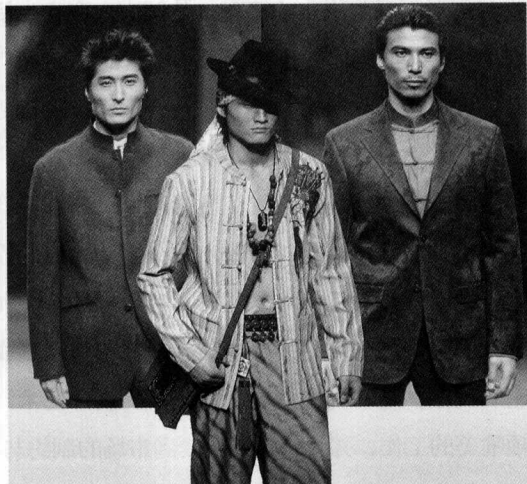


图 1-12-3 成衣设计（男装）



广告设计亦称平面设计。广告是一种公开的、有说服力的信息传播方式。广告设计是以广告作品为标准物的设计,是通过视觉形象设计传达特定信息或某种意图的过程。广告依目的可分成商业广告(推销货品)、形象广告(推销人或机关单位)、政治广告(推销理念或意识形态)、公益广告(推销道德)等等,其中以商业广告占最大量。如服装品牌的广告设计任务是根据企业目标和广告战略的要求,通过卓越的创意和引人入胜的艺术表现,清晰准确地传递服装商品或服务的信息,树立良好的品牌形象和企业形象。在现代社会里,商品和信息的传递已离不开广告形式,广告是传达多种信息的媒体,主要形式如:各种各样的户外广告到处可见——霓虹灯广告、看板广告、广告塔、路牌、招牌、交通标志、街道饰物;宣传册广告——服装商品宣传册、公共宣传册、名片、信封、信笺、直邮广告、POP广告、招贴、主题活动策划的实物或仿真广告等;报纸广告;杂志广告等。(如图1-13、彩图5)

海报又称“招贴”,是近代最佳的宣传媒体,自从19世纪中期法国石版印刷发达后,近代海报的功能就越发让人注目。第一次世界大战前后,各国纷纷找画家们从事海报设计的工作,自此海报的传达效果、颜色、形、构图、文字运用(文案)都常有精彩的表现。1950年代以后,虽然报纸、杂志、电视等等视觉媒体发达,但海报设计生命力仍然很强,原因无他,即在于海报的生产费用极低,海报的创作自由度高,效果好。

海报从表现形式来分有:写实海报、讽刺与漫画式海报、单纯化海报、构图式海报、统计图式海报等等;就使用目的来分有:商业海报、公益海报、公共海报、政治海报、观光海报、艺能海报等等。就视觉效果而言,许多场所多会为海报的张贴而设置海报墙、海报板、海报塔,同时这些海报墙、海报板、海报塔也与海报本身共同构成都市景观的重要元素。



图 1-13-3 户外广告



图 1-13-4 服装品牌广告传达一种生活态度和服装风格

## 2. 包装设计 (package design)

包装设计是以产品的包装物为标准物的设计。包括选用合适的包装材料,运用巧妙的工艺手段为商品进行容器结构造型和包装的美化装饰的有目的的包装形式。广义地说,包装设计包含了所有的设计,如建筑物为机构的包装,服装为人体的包装,电影为故事的包装,广告为意识形态的包装;狭义地说包装设计,则指商品的包装,



图 1-12-4 成衣设计大赛旨在为衣生活美而创新



图 1-12-5 儿童时装已不是往时大人衣服的缩小,而是追求生活时尚的一种快乐。



图 1-13-1 户外实物广告

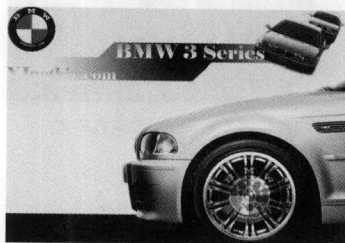


图 1-13-2 汽车广告

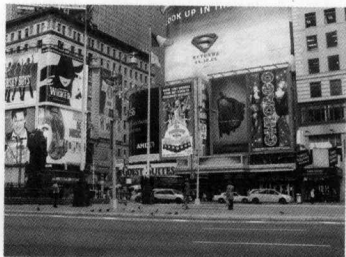


图 1-13-5 户外广告