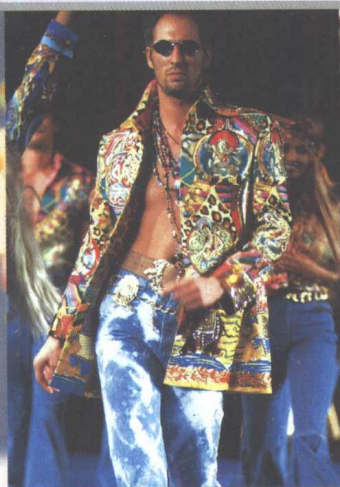
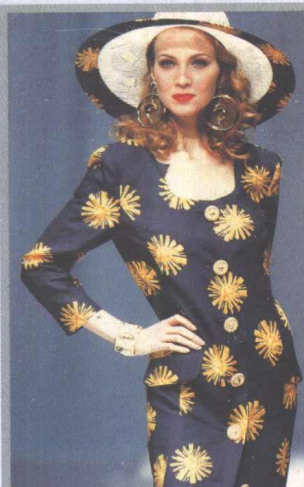




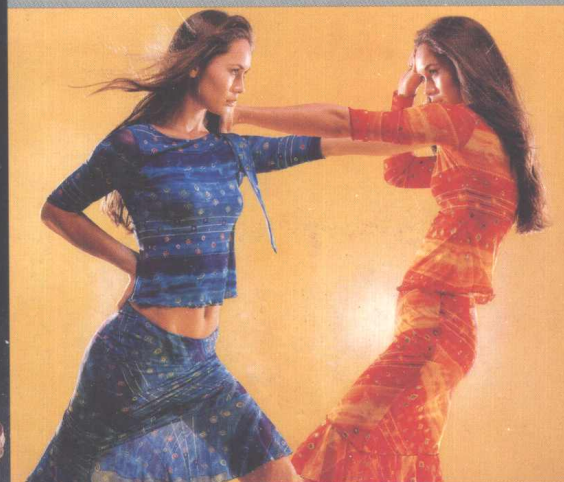
ZHIYE MEISHU JIAOCHENG
FUZHUANG SHEJI

职业美术教程

服装设计

陈闻 钟恒 编著

江西美术出版社



职业美术教程

服装设计

陈闻 钟恒 编著



江西美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

服装设计/陈闻、钟恒编著. —南昌: 江西美术出版社, 2001.9

职业美术教程

ISBN 7-80580-805-8

I.服… II.①陈… ②钟… III.服装—设计—技术教育—教材 IV.TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 059564 号

职业美术教程·服装设计

编 著: 陈闻 钟恒

出 版: 江西美术出版社

地 址: 南昌市子安路 66 号

发 行: 新华书店

制 版: 深圳利丰雅高电分制版有限公司

印 刷: 深圳利丰雅高印刷有限公司

开 本: 889 × 1194 1/16

印 张: 4

印 数: 4000

书 号: ISBN 7-80580-805-8/J·758

定 价: 22.00 元

目 录

第一章 绪论	1	第三节 创意服装设计	15
第一节 服装美的起源发展	1	第五章 服装设计与色彩	16
第二节 服装设计的概念	3	第一节 服装实用色彩训练	16
第三节 服装设计师的条件	5	第二节 服装配色的原理	17
第四节 怎样才能成为服装设计师	7	第三节 服装色调的应用	17
第二章 美学原理在服装设计中的应用	8	第四节 图案创作与色彩在服装 设计中的应用	18
第一节 关于服饰美学	8	第六章 服装设计与纺织面料	19
第二节 比例与分割的应用	9	第一节 纺织面料的分类及鉴别	19
第三节 对称与均衡的应用	9	第二节 服装常用面料与辅料	19
第四节 节奏的应用	9	第三节 服装面料美感的构成	20
第五节 对比调和的作用	9	第四节 服装用料的合理性与科学性	20
第六节 强调的手法	10	第五节 国际新型面料简介	21
第七节 视觉错视的应用	10	第七章 服装创作的艺术语言——服装画	21
第八节 局部与整体美的关系	10	第一节 服装画的类型及风格	21
第三章 服装设计的造型要素	10	第二节 服装画的艺术特征	22
第一节 服装点、线、面、体的组合	10	第三节 服装画的功能与意义	22
第二节 服装外部廓型的设计	11	第八章 服装业发展与时装艺术鉴赏	23
第三节 服装内部线形分割设计	12	第一节 中、外服装市场分析	23
第四节 服装整体创作原理	13	第二节 设计师的定位与企业的竞争	23
第四章 服装分类设计方法	14	图 版	25
第一节 流行时装设计	14		
第二节 成衣设计	15		

第一章 绪论

“服装设计”一词的应用在我国只有十几年的时间。能够以人为本研究服装设计与制作,在西方有着较长的历史,在我国的时间则相对较短,所以有许多与国际规范不协调的事情发生。例如,“时装”、“成衣”等词本来是有区别的。“时装”是指一种时尚,一种流行的方向,也可以说是一种艺术创造,在国外有专业的行业协会来为之服务。但是,在我国,大街小巷的裁缝店往往以“时装”来命名。不仅如此,一些企业的成衣展示也以“时装展”的名义来吸引人。不过,这些不协调现象也说明人们对美的需要。为此,一个与人们的生活密切相关,能够将人装扮得更加漂亮而兴起的行业——服装设计产生了。虽然是外来语,但服装设计在中国这个具有悠久文化传统的国家还是有着光明的发展前景的。服装设计师依据不同的肤色、形体、性格、喜爱等给顾客提供建议,使裁剪尽量可心,服装设计的范畴也从各类衣裳扩展到领、袖、口袋、裤、裙、帽、手套、披肩、鞋、袜、手脚、指甲和手提包等服装细部装饰及与服装配套的饰品。服装设计师是一种令青年人着迷的职业,服装设计也是一种在国际国内能够一展抱负的艺术性工作,有着无限的生机与发展前景。

第一节 服装美的起源发展

服装设计是一种基础行业,随着国际社会经济的发展,目前已成为一些国家的特色产业。法国巴黎、英国伦敦、意大利米兰、日本东京、美国纽约是设计师发布、展示服装流行趋势的著名城市;在那些地方,设计师们创造出了许多世界知名服装品牌。现在就连日尔曼这个缜密、严谨的民族,也涉足于服装领域,有世界性的法兰克福、依哥多、杜赛尔多夫等大型的成衣类展示会,吸引着各国的设计师和厂商。服装,这个实用而又与装饰相结合的产物,已经可以与绘画艺术相提并论,在法国的卢浮宫这个艺术的圣殿,也有着高级时装的一席之地。

服装一向是地位、等级的象征,服装的审美是其基础,并有着悠久的历史。在历史上,不同时期的不同国家、不同民族和不同文化氛围中,存在着人们共同的理想形象。如史载:楚灵王好细腰而国中多饿人;魏晋士人喜着衫子巾绦,散发袒胸,追求超脱的

气度;南朝贵族子弟追慕前代风流,多熏衣刮面,敷粉饰朱,大冠高履,褒衣博带,刻意模仿高雅;唐代妇女喜丰腴浓艳;宋人素雅重意蕴;元朝蒙古人奢豪华美;明人丽俗而富于生活情趣。“明简而清繁”形成两个时代的服装特点。在欧洲,公元15世纪由于战争与瘟疫而人口剧减,妇女以多产为荣,怀孕妇女的形象成为时尚,连新娘也流行穿一种叫奥布朗的宽大长袍,宛如即将分娩的孕妇。20世纪20年代,欧美妇女追求一种“男孩子”风格的形象——容貌天真纯洁,手足纤细而胸部平坦,因而女服造型转变为“H”型,装饰细节集于腰腹部。50年代欧美妇女曾一度风行“胸势”,追求一种性感的曲线;60年代以瘦为美;80年代追求纤长、矫健。有趣的是,历史上不同时期所表现的服装特色又对当今时尚产生影响,都会在时装设计师的手上得到重新包装和再现。这或许就是服装美内在的渊源吧!(图1-1)

一、服装的简史

人类的服装在历史文献中有许多记载,我们可透过服装的变化去了解不同时期的不同文化。除去纯裸体艺术外,只要是人体上具有装饰功能的东西,就都可以说是“服饰”或“服装”,而这个概念是很难区分的。所以,我们可以说,服装史即是服饰史。研究一下旧石器时代后期的美术发展情况,可发现那时已出现了服饰。描绘或雕刻在洞窟深处或岩石上的原始艺术和利用石片、兽骨等制作的器物,都可见衣饰的痕迹,如线条所表现的腰褄、斗篷和腰带。对早期历史的考证所得出的结论是:40万年前已有人类用文身、自残等来表现美的行为;四五万年前的冰河期,兽皮开始用来御寒,成为最原始的服装;二三万年前用骨针来缝制兽皮叶片;服装材料不再局限于现成的天然素材是在1万年前,植物纤维编结成为纺织品,骨针也越来越精致。

关于人类服装的产生,据说有五种动机:1.遮羞说;2.异性吸引说;3.护体说;4.装饰说;5.标识说。

遮羞说认为服装的产生是出于道德感、羞耻感。有文字记载的是《圣经》中的亚当、夏娃吃禁果后用无花果叶来遮羞。早期的人类用花草树叶来遮体也是最初服装形成的原因。

异性吸引说认为人类认识到服装美的存在是以男

女两性吸引为动机的。为了吸引异性的注意，原始的人类在裸体上附加一些挑逗性的装饰，如编结的腰带，花草编结的胸衣和冠来吸引对方，这也可以称之为人类最原始的着装动机。

护体说是人类出于保护身体及器官的需要，即服装是为了抵御冬季的寒冷、夏季的酷热，还要防御猛兽的攻击。此外，服装也有助于防止皮肤擦伤。

装饰说将服装归于人类爱美的天性，它与巫术、宗教仪式等带有神秘性质的活动是一致的。那时虽不知何为美学，但人类本能的欲望已经逐渐使用色土来装饰身体，采用刺青、疤痕、毁伤、文身等原始手段来体现“爱美之心”。

标识说将服装看作一种文化标识，体现“与众不同”的自我价值，作为部落则是体现其社会价值，如勇士、酋长、族长用美丽的羽毛、猛兽的牙齿、贵重的玉石、珍稀的贝壳等鲜艳夺目并富有装饰性的物品来展示身份和社会地位。人类的服装也起源于这种标识意识。

在以上多种说法中，也许美国服装心理学家赫洛克的观点更为合理：“衣服不是起源于某些仔细考虑的计划，在很大程度上它是一种偶然的、不完全有意识的产物。”

二、服装设计的初始

服装的实用性使其成为衣食住行之首。经由不同历史时期而发展成为时尚流行业的引导——时装，追溯其始祖，就是来自于英格兰东海岸的设计师——沃斯。他20岁时任职于一家纺织公司，以层叠布料取代裙箍设计的衬布裙而得到拿破仑三世的皇后欧仁妮的推崇。后于1885年在巴黎和平大街开设第一家“沃斯与博贝夫”时装店，自行设计，推销设计图并销售时装。他在世时创造的业绩有以下几点：

1. 1860年被聘为皇室专职服装设计师，设计抬高女装腰线，放宽下摆衬形。

2. 1870年左右，推出利用剪接线分割的紧身女装，剪接线从两肩线中点起始，前经乳点从上而下至腰间并延长到下摆，背后也有相对称的剪接线，此女装为强调胸部，腰部纤细，下摆稍展宽的公主款式，后称“公主线”。

3. 率先使用时装模特儿，将静态展示动态化、立体化，其第一个模特儿就是他的妻子——法国女郎玛丽·费内。

4. 组建了时装联合会，启发了许多设计师，带动了高级时装业的发展，其宗旨：“协会不只是缝纫艺术的研究，而是为装得每一个妇女所需要完成的一切

创造、装饰的艺术。”

19世纪的欧洲正是纺织业、制衣业等行业技术革命风起云涌的时代，织机的大规模投产，缝纫机的出现，强有力地促进了沃斯的事业。是时代创造了沃斯，而沃斯则使服装设计这一概念为消费者所重视，将半跪着为主顾量体裁衣的裁缝变成令人尊敬的设计师。根据顾客的面容、身材、气质、地位以及穿着场合来决定服装的面料、色彩和款式，而不仅仅是被动地接受顾客的指令。他开创的这一巴黎高级女装传统维持了一个多世纪。

三、20世纪的时装设计

继沃斯之后，越来越多的服装设计大师脱颖而出。这些天才的艺术家和有实力的改革者熟悉面料的性质、色彩的搭配、线条的处理，在整体设计上得心应手。他们在创作上善于捕捉灵感，出奇制胜地形成各自独特的风格，并演化为20世纪的不同设计潮流。

20世纪的前期还基本沿袭量体裁衣的裁缝方法，依旧是19世纪的“S”形风格，设计师保罗·波华亥（法国人）顺应妇女走向社会的潮流，对拖泥带水的“S”形进行挑战，反对过分装饰的要求。提出取消紧身胸衣，体现人体的天然姿态，用围巾和束发取代大帽子。

第一次世界大战的爆发，使大批女性走向社会和男子一样地工作，这就要求女性的服装简约轻便。这时期所出现的设计大师是最负盛名的夏乃尔，她注重对服装本身的考虑，款式非常雅致，束腰带运用较多，充满女性风韵。1920~1930年是欧洲最为动乱的十年，夏乃尔完全能够把握这十年中的基本风格。她设计出紧凑简练、功能突出的服装，左右了这个阶段时装设计的潮流，无论是裙子、外套或是衬衣，穿起来都适体自如，奠定了夏乃尔品牌发展的基础。

20世纪30年代的女装非常典雅、美观、大方，主要向长的服装发展，追求苗条修长的效果。夏芭亥莉是当时众多设计师中最富个性的一个，她注重服装整体的造型，最早将垫肩用到女装上，并醉心于将超现实主义艺术引入时装领域。

40年代的世界又历经二战，前五年的战争简化了女性的时装。长裤取代长裙而成为一种流行款式。战争结束后，迪奥推出“新风貌”服装，棱角较少，整体感觉圆浑，强调胸、腰、臀的美感，非常女性化。领导了又一次服装潮流。在同一时期，远离战火美国一跃而上，发展成为另一个时装中心。

50年代后期，女性流行随意、无拘束的服装，并以穿名师设计的时装为荣。设计师成为了引导潮流的

中心人物。巴伦西亚加的“半合身装”和迪奥的“新面貌装”，在50年代影响最大。肩部平斜，胸部、腰部考究，强调臀部。这些特征可以在当时许多时装资料中找到。

60年代是20世纪最有特色的年代，整个社会年轻化、时尚化，服装的发展出现多元化面貌。设计也以年轻化、休闲化为主题，任何一个时装大师都不能“独霸天下”。

经过60年代的大动乱，世界进入70年代。这十年中，“无性别趋向”在设计中影响极大，并一直延续至今。女子的服饰都向男性化靠拢，称之为“女性男性化着装”。

80年代，国际流行女装的显著特点是具有宽大而柔美的肩部。带来这一变化的是意大利时装大师乔·阿玛尼。其设计显示出一种新时代女性高雅含蓄的气质。垫肩的使用从外套发展到内衣，肩部宽大，不再是简单的男子气，而富有强烈的女性感。

总之，在20世纪，以时装大师为代表的时尚潮流影响着时装的发展，服装由原始美到时尚美的变化，解决的不仅是穿衣，同时也产生了一批国际性的时装中心。

四、设计中心的地位

时装是有国际性的，但却不能缺少大城市这一流行中心的建立和存在。当前被公认的时装设计中心是巴黎、纽约、米兰、伦敦和东京，那里一年四季举办着各种时装发布会，有众多的设计师以迥异的风格向世界展示着各自的作品。

巴黎的世界时装中心地位仍是举世公认的，其时装无论是款式、造型和色彩等方面，总是引导时尚潮流的，这源于巴黎特有的艺术氛围。巴黎是欧洲文化艺术的中心，吸引了世界各地的艺术家，也包括众多具有旺盛创作能力的时装设计师。可以说，巴黎是时装设计师的大熔炉。高层次的艺术环境造就了高层次的时装艺术，设计师汲取各类艺术精华去设计时装。巴黎时装的特点是富有变化、极具想像力、重感情、有创造性。同时，这里还有一流的裁缝、鞋匠、金银匠和有着一流鉴赏水准的顾客，这些都为设计师提供了有利条件。巴黎，每年的高级时装发布会是国际上最具权威的超级时装大展。

纽约时装是现代化的大都市时装，是以节奏日益加快的生活方式为背景，优雅华贵又洒脱轻松，带几分冷漠但具有天生尊严、老练、懂行的穿着效果。纽约的时装业几乎都集中在第七街的几幢高楼里，第五街的时装精品店也鳞次栉比，这里云集着世界各地的

名牌服装，接纳一切潮流和风格。纽约作为设计中心，起源于20世纪40年代，但现在雄厚的实力已使欧洲刮目相看。

米兰在欧洲是与巴黎齐名的时装中心。意大利的时装设计师以其非凡的创造力和革新精神在时装领域里具有越来越大的影响。米兰所举办的时装博览会，流行趋势发布会都与巴黎齐名。米兰的时装主要是高级成衣，其特点是具有持久的商业化质量和更强的对不断变化的消费需求的适应能力。米兰的设计师人员众多，他们在激烈竞争中创造出的成绩令世人叹服。

伦敦时装最引人注目之处是两种截然不同的潮流并存。一是伦敦历史悠久的典雅精致的男装，是公认的绅士穿着楷模；二是伦敦街头颓废青年的时装，大胆新奇，不拘一格。自60年代以来一向是全世界同龄人注目的对象，超短裙就起始于此。其设计特点是大胆、新奇，作品并不迎合上流社会，只要求穿着者自我满足。

日本东京是时装中心的后起之秀，80年代日本涌现的时装设计新秀，向世界时装界展示了一条变幻莫测的新途径，正是它使东京成为世界五大时装中心之一。日本时装创造了一股具有东方特色而与欧美时装迥然不同的新潮流，并脱胎于日本文化，将时装作为一种“文化的工具”来挖掘日本乃至东方传统文化中的精华，以异军突起的姿态，跻身于世界一流时装设计行列。(图1—2)

第二节 服装设计的概念

一、服装用语

1. 衣裳：上称衣，下称裳(裙、裤)，上身和下身的总和，多用于交谈用语。

2. 衣服：用以遮盖人体，由染织面料和其他材料制作而成，意思同“衣裳”。

3. 服装：是人与衣服的总和，也是整体组合。“衣裳”、“衣服”只是指衣服本身，不包括人的存在；“服装”是指人穿上衣服后所表现的整体着装状态的美感，服装设计即是对时装美感的具体描绘和体现。

4. 衣着：指身体穿戴的帽、靴、袜、首饰、围巾等物品。

5. 服饰：有两种意义，一是配饰物与服装的整体组合；二是服装上图案纹样及不同材料的装饰，从时装风格 and 功能性需要来确定合理的搭配穿着。

6. 时装：具有时代感的时尚服装，与流行密切结

合的产物,有流行周期性。

7.成衣:是按一定规格和型号(随着国家、地域、民族不同而改变)而批量生产的服装,不是定做和单量单裁的服装,是时装之后较普及和产量较大的产品,也含有流行因素的存在。

8.女装:在服装加工中占最大部分,款式变化较多,根据款式和尺码分类。款式包括裙子、运动服、专用运动装、套装、上衣、针织服装、泳装、短裤、长裤、女衬衣、内衣、孕妇装、牛仔服和婚纱。有小姐型、少年型、妇女型;有半尺码和大尺码等。

9.男装:根据款式和尺码分类,有制服、休闲装、专业运动装、正规礼服、衬衣和饰件品等。服装尺码有标准型、高型、矮型、肥胖型、特高特大型、健美型;也有以领围、袖长分类(衬衫),如小号、中号、大号和特大号。

10.童装:包括牛仔服、外套、泳装、睡衣、内衣、毛衣、衬衣、套装、裙子;以年龄大小来确定型号,分婴儿、幼儿、儿童、少年和青年服装等。

二、服装设计的程序

服装设计离不开造型,它与形式法则相符合,如:比例、平衡、对比、统一、对称、节奏等。它是以人和服装为对象,运用一定的思维形式、美学法则和设计程序,以绘画这种形象的语言,来完成整个着装状态的创造性工作。

服装设计与纯艺术都是美的创造,其特点是具有共性的:善于发现、捕捉美,遵循美学原理,以造型、色彩、肌理、构图、明暗(黑白)等为其创作语言。二者不同之处在于服装设计与艺术创作在创作态度、评判标准和工作方法等诸方面都有较大差异。艺术家追求自我表现,设计师服务于某一消费者;艺术家超脱于功利之体,设计师以赢利为目的;艺术家希望流芳百世但不计较当时的褒贬;设计师不能死后成名而需要立竿见影尽早出名;画未卖出的画家仍然可以是伟大的艺术家,商业上失败的设计师却什么都不是;艺术家一般不能用复印机、拷贝机、放大尺、描图纸工作,设计师却可以“不择手段”地运用一切现代手段来帮助自己完成设计;艺术家可以成年累月精雕细刻致力于一件作品,为一件力作能存留人间而满足,时装设计师必须讲究效率,每年每季推出新的作品。服装的服务主题是人,与人的生活密切相关,既要考虑审美的艺术性,又要注重保护人体的实用性,无论是灵感的启迪还是理论的完善,都是非常重要的。服装要选择适当的材料,通过相应的结构处理和缝制工艺,使其达到实物化,再结合模特表演实现最

佳效果。这里面也有着特殊性的存在,即不同的形体、肤色、民族、地区的差异等,还有心理因素制约,不同裁剪方法的应用,都相互制约着,所以,服装设计的各个环节要有衔接性。如服装造型与色彩的配置,整体着装与服装局部的关系,配饰品之间的搭配,面料、辅料之间的协调等。服装是处在一定空间和环境中的立体形态,能够创造一种与环境色彩、造型感觉和理论分析相互共存的关系,达到和谐的视觉美。不同时期有着不同的服装设计手法和内容,这是各个时期人文思想、时尚内容和伦理道德等多种社会因素影响的结果。所以了解了服装历史和了解理论要素都是很重要的。

高级时装:19世纪50年代产生于巴黎,法文是HAVTE COUTURE,是法国政府的国宝。HAVTE COUTURE的称誉受严格保护。法国工业贸易部设专业委员会协同法国高级时装公会进行管理。目前符合法国政府制定的资格标准并享有这一称誉资格的只有15家世界著名品牌企业,不管该品牌创始人出生在那一国家,但其公司总部须设在巴黎。

服装设计要素之一:从理论上讲是款式、面料、色彩在功能性和装饰性上的统一,任何设计都有着各自理论,服装也是功能、材料和技法的统一(设计技法、工艺技法和材料使用),这三个要素又是相互关联的:款式设计是主体骨架;面料是体现款式的条件和素材;色彩是服装的整体视觉效果。所以,从其全面来看,服装设计师与服装板型师之间是互补关系。凡是著名设计师在板型上都有独到见解,与人体相关性较强,服装结构也能启发设计灵感。它们之间是相辅相承的关系,设计师与板型师都要认识到,掌握三要素的使用尺度在服装造型中是非常重要的。

三、服装设计中的不同层面

服装最初是以蔽体保暖为宗旨的实用性物品,但在注重了美的体现后,服装则以不同层次的穿着而体现性别、地位、品位、民族等。到后来,工业化的发展使服装加入个人行为因素、美的追求、风格的演变,使服装进入到时装,在与流行相提并论后,就发展到设计的体现,设计师的存在就变得非常重要。需要将众多的设计素材优化组合,达到最佳的效果,集中了优秀的设计语言来表述不同层面的需要。

1.高级时装仍以精湛的立体裁剪与手工缝纫为主,大多经绝妙的手工刺绣,套套堪称服饰精品。

- 为顾客单量单裁,每套价格约15000美元。

- 当前,高级时装顾客大约只有2000人,这些顾客主要是世界上最富有的财阀名媛、宫廷贵妇、政界

名流、影视歌坛明星等著名人士。

- 每年1月~7月,各公司在巴黎总部或卢浮宫或豪华饭店召开时装展示会,向顾客及国际传媒推出50款以上的秋冬、春夏高级时装。

- 奢华的高级时装价格十分昂贵,因顾客有限,创造的价值难以支撑高级时装展示会的费用,但可靠其品牌形象,在其他系列产品,尤其是香水、化妆品等方面带来巨额利润。

2.名牌高档成衣:20世纪60年代,时装开始工业化进程,成衣的兴起影响了高级时装业,也影响了上流社会的着衣观念。各家高级时装公司逐步开始推出高档成衣系列。

- 60年代后崛起的具有国际声誉的设计师大多靠高档成衣成名立世。

- 每年3月~10月,巴黎的卢浮宫方厅名师成衣展示周举行世界各地近50位有国际声誉的服装设计大师及巴黎高级时装公司秋冬、春夏成衣发布会,米兰、伦敦、纽约、东京也同期举办以本国设计师为主的成衣发布会,影响非常大。

- 服装按系列分布(专卖店),用料考究,是高品质天然纤维及其他高科技面料产品,处理手法结合色彩、花型、肌理结构具有独创性,搭配新颖。

- 制作工艺精湛,采用立体裁剪结合平面制版精心缝制而成,外形曲线玲珑,号型齐全,同一身高不同体型的人,都能找到适合自己体型的规格,每款限量200套以内,分布到各地专卖店。价位一般每套在1500~4500美元之间。其消费群是富有的上流社会成员。

3.大众名牌成衣:针对中等以上收入的工薪阶层,大多在大型百货商场销售,批量在400套以上,价位在300~2200美元之间,因量大利高而成为服装市场的主力军。顶级品牌公司也推出中价位产品,以适应这一市场的需要。

- 大众名牌专卖店,多以简约风格为主,款式简单,做工精细,号型齐全,秋季多以黑、灰、棕褐色调的素色及经典的条格服装为主,面料肌理结构新颖,多种纤维混合和高科技处理使其符合人体功能的需要。一是绒类面料,衬衫、外套占有一定比例。二是弹性纤维与各种纤维混纺,从外观看是天然纤维的特征,但伸手一拉,大多带有弹性,弹性纤维在面料中的比例占5%~15%。

4.普通成衣:面向普通工薪阶层,多在百货商场、小型服装店及超市中销售,超市多销售内衣及休闲服装。

- 这一消费层不讲究品牌,但求实用和品质,价格实惠,价格因品种不同而异,衬衫、休闲装20美元左右一件,秋冬套装150~280美元左右。

- 国外(罗马)的市场批发,每款每色3件即可批发,价格是商场中的60%~70%。

5.生活服装:休闲、家居、旅游等方面的服装,如孕妇装、睡衣、运动服、休闲装、裙装等,适合各种性别、年龄、职业的需要,要求合理性、科学性,板型是统一号型,需注意工艺流程设计,以求在批量生产中降低成本,提高效益。

第三节 服装设计师的条件

凡是大公司都拥有一支首席设计师领导的设计师队伍,其中包括许多承担不同工作的助理设计师。小公司的设计任务则由一个设计师承担,并完成各方面的工作。在发达国家可以看到服装设计师对服装公司是多么重要,许多公司以设计师的名字命名,正是这些设计师通过创造性的工作给社会和所属公司带来无限生机和活力。

有许多诱惑促使年轻人梦想成为一名受人拥戴的著名服装设计师,如T型台、漂亮的时装模特、热情的掌声、艳丽的鲜花、新闻媒介的赞颂和穿在消费者身上的服装。

从事这项事业需要对它有足够的了解,并具备以下几项基本条件。

一、服装设计师首先要对穿着者有针对性的了解(主观、客观)才能提高设计成功的概率,这主要有以下五个方面:

1.什么人穿。要搞清楚所设计的服装是给谁穿的,即穿着者的性别、民族、职业、地位、年龄等。经济收入的差异,决定着消费层次的选择倾向,文化氛围的不同也影响着设计意识的判断。所以,品牌路线是依据穿着者的年龄因素和经济因素来制定的。

2.什么时候穿。服装的时效性很强,季节性销售的商品中,服装是最先让人了解的,因此,有两点要注意,一是季节(春夏秋冬),二是一天的具体时间,即是日装还是夜礼服。

3.什么地方穿。环境因素,是服装设计中要考虑的重要内容。其概念也有二:一是大环境因素,包括地域性、历史性、文化性、自然性等各个方面,如由于国家的不同、城市的不同,巴黎、东京、米兰、纽约等地也就各有其特点;二是小环境,即不同的社会条件下的不同场合,如工作场合、休闲场合、礼仪场

合等不同场合要穿着不同的服装。还有酒店、聚会、面试、演出这些小环境,也是应当加以考虑的,有时,对这些小环境的考虑甚至都超过对大环境的考虑。

4.穿什么服装。即选择与搭配的问题,在某时、某地、某场合穿着什么,也是对着装状态的选择,虽然是消费者自己的问题,但设计师要首先解决某些有关问题,仅有特色还不够,也要考虑能与什么搭配。一旦确定某种形式,那么带来的着装状态,将决定自己在人群中所扮演的形象(如每年一度的“奥斯卡”颁奖活动)。

5.为什么穿。即以什么样的形象出现在人们面前,很大程度上穿衣是为别人穿的,是体现自己的仪态,引起人们的注意,尤其是年轻人在穿着态度上格外积极,其潜在意识机能是想引起异性的注意。让别人能体会出你穿衣的心情,同时也是尊重别人。以上五个方面被称为服装设计的五“W”条件,即英语的五个疑问词的首写字母Who(什么人),When(什么时候),Where(什么地方),What(什么东西),Why(为什么)。

二、了解服装构成要素

1.设计:包括服装造型设计、服装色彩设计。服装造型设计是构造服装式样的框架,为服装材料、服装制作提供最有效依据。服装色彩设计是体现服装面貌,给服装造型和服装材料提供可视因素。二者可相互加强,也可相互减弱。

2.材料:材料是服装的物质载体,并非全是面料。只要能依据设计披挂于身的物品也称材料,一幅窗帘可挂在窗户上,若挂在人体上也可称为服装。围巾可围在脖子上,若披在肩上就是披肩。若干只气球挂在人体上也会成为服装。尤其是高科技的发展拓宽了服装材料的范围。服装面料和服装辅料是不容忽视的,辅料是服装保持品质的幕后英雄,也存在着流行因素。

3.制作:有两方面,一是服装结构,也称结构设计,决定裁剪的合体性、合理性,服装的一些物理性能要求往往通过严密的结构得以实现。二是服装工艺,是借助手工机械将服装裁片结合起来的过程,决定着服装的品质。完美的结构要有精美的制作,反之单靠一项是不可能制作出好的服装来的。

三、评判服装美的八个方面

服装设计的作品完成后,要有相应的审视能力去判断优劣。但一般对大师的作品欣赏无从着手。服装不同于绘画,只要看平面效果即可,如色彩、构图、

塑造等,服装是立体的,是款式、面料、色彩的组合物,要从八个方面进行评判。

1.服装整体美:服装的外观整体效果所具有的美感,是服装的物质内容与精神内容的完美结合(物质——所用物品,精神——体现什么)。

2.服装的内在美:服装表达出来的穿着者的气质。对服装内在美的感知要求审视者有较高心理素质和审美水平,因为她不是外在的,如造型、色彩等,而是某些内在的东西给予的。设计师要观察到这种美,还要将它表现出来,并具有理性的升华,才能有别于普通消费者,才能提高和培养审美情趣。

3.服装的外表美:通过视觉可直接得到的服装美感。服装是以外表美作为主要销售的卖点,同时也是多种美的形式组合,包括材料配饰、制作等,甚至一个小小的吊牌。所以外表美是物质,内在美是精神,只有外表美的用心设计才能更好地体现穿着者的气质、职业特点和其他的内在部分。

4.服装的造型美:服装由各造型因素所产生的美感,是对于设计师在造型处理上的要求,整体(服装)——局部(小部分),那么整个印象决定于最初印象的美感,就像高、矮、胖、瘦那样“一目了然”,因而需要考虑形式美法则,要考虑点、线、面的组合,将色彩、材料、流行因素等联系起来考虑,要注意其功能性。

5.服装色彩美:是由服装上色彩(或单色,或组合)因素而产生的美感,是服装美的重要组成部分,也是如何配置的要求,款式是有限的,色彩是无限的。要求两点,一是服装本身所具有的色彩美,即面料与其配件组合的感觉,也有素色、花色之别,需要设计师对现有面料进行选择,合理搭配;二是服装色彩与外界因素的协调而产生的感觉,如服色与饰品、服色与肤色、服色与环境等。总之关键在于色彩的使用。

对于色彩的二次设计问题:一次设计是服装品种的设计,如大衣、衬衫等,是专门的单一地对某种服装进行设计(即成衣设计),这项工作要求设计师能使该品种达到理想化。也称一款一式的设计。二次设计是着装状态设计,将单一服装品种,在配饰品的作用下,完成组合搭配效果,主要是在消费者购衣和穿着中完成的,设计师无需参与。也称作形象设计(成衣可自由搭配)。

6.服装的材料美:是由服装材料美而产生的美感,材料是服装的载体,往往是发现材料美所在而产生“创意”的设计较多,尤其是新材料的舒适性、纹理性、光泽性、适合性、柔软性、挺括性、伸缩性都

是设计师应考虑的因素。

新奇面料制成的服装能引发顾客的购买欲，也是服装品牌出奇制胜的秘密武器。

7.服装的工艺美：因制作工艺产生的美感，是设计与面料两个要素产生具体效果的工序，复杂的、简单的服装都需要有良好的制作。

有时普通的面料可通过精湛的做工而达到完美，尤其是高级晚装，精美的造型与灵巧的工艺是分不开的。

工艺是需要不断创新的，科技含量增多，就需要不断研究，如黏合服装，拉链被吸石所代替。

8.服装的流行美：服装的流行因素不一定是人人都感觉美，但一个流行的发布肯定是与美密切相关的，因为国家、地域、文化、历史不同，审美角度也不同(如日、韩以脸黑为美)。其流行有多种形式，流行的造型、流行的色彩、流行的材料、流行的工艺等，所以流行美也是多种因素最终表现的综合美(造型、面料、色彩)。

需要掌握流行信息，懂得流行知识。所谓流行可称是一种有许多人追崇的“时髦”用语，时效性非常强，可能审视后再决断就易失去机会，所以信息尤为重要。有关知识可参考史论，也要大量接受世界各地的资讯，“只重衣衫不重人”也含有跟上潮流的内容了。

以上八项是设计师与普通消费者在审美上的区别之处，不是简单的重复，需要历史学、社会学、心理学等知识，要有比较高级的认识活动。服装设计师要读懂消费者的心理才行。

对于设计和流行，夏奈尔用通俗的比喻讲明了其本质：“设计师并不需要不断地创新，他只需要在合适的时候，拿出合适的款式。”合适的时候是指流行的时候，合适的款式是指现成的成品。(图1—3)

第四节 怎样才能成为服装设计师

设计师有多种，由各自的专业不同来区分的。服装设计师是在这些专业里的一种最贴近人们生活的职业。一提到服装设计师，人们马上就会与自己的生活联系起来，例如如何选择色彩，如何掩饰形体缺点等。这个行业从表面上看是令人羡慕的，可是，其艰辛程度却是世人所不知的。在服装设计和生产的整个过程中，从第一道工序到最后道工序，事无巨细都要把握好。

要成为一名服装设计师，首先必须经过专业训练，要学习设计理论，掌握人体结构、立体裁剪、

样板制作、缝制方法等专业知识。服装设计的专业知识主要涉及美术基础、服装结构与工艺、服装材料三个方面，与该学科有关的辅助性课目也较多。如自然科学方面的服装人体工程学、服装材料学、服装卫生学、服装结构学、服装工艺学、服装设备学、服装整理学、染织工艺学等。艺术方面如色彩美学、造型美学、服饰美学、文学欣赏、音乐欣赏、美术基础、服装广告学、摄影、图案设计等。社会科学方面的服装商品学、服装管理学、服装营销学、中国服装史、外国服装史、工艺美术史、服装心理学、生活科学、生态环境学等。由此看来，作为服装设计师不要仅对服装本身，而且对其他各方面的知识都要广泛涉猎，要有高层次的文化修养，设计师与人类最基本的生活有关，因为他服务于世界上最高级的动物——人。

绘画的训练能提高设计师审美能力和造型能力。有人说“有的人并没有绘画基础，但选择服装特别好”，也称“眼光”好。但要注意，那是一种“天性”，是对于自己的穿着，不是对其他人也能进行设计的“眼光”。服装设计师要面对各种形体，各样的性格，肤色的微差，并进行让人感到满意的设计。同时，服装结构和服装工艺也是基本学科之一，并非必须精通，但要懂面料，懂制作过程，技术上达到一定的熟练程度。除此之外一个专业设计师还必须具有艺术才能，这是体现每件设计作品创意的关键，这是后天学习的结果，并非是天才所致。这就需要从生活中寻找创作的灵感，融合到服装及配饰品中。对色彩的理解和完美的运用，也是服装作品所必备的要素。

服装的造型非常重要，但必须具有市场定位的概念。满足市场需求，具有生产潜力，令顾客耳目一新的服装是每一家公司所企盼的。这样就需要设计师具有完备的综合素质来适应变化多端的服装市场，积极关注、努力追求是很重要的；学校里成绩很好的学生，在社会上的表现却不一定是十全十美，虽有多种客观原因，主要还是个人的适应性和承受能力有限所致，所以，做服装这个行业接触企业、市场是不可缺少的课题。

在综合素质的训练方面必须注意以下几点：

1.超前意识并非是“超现实主义”，意识是建立在把握尺度和使服装得到最大范围的认同。一种超前意识的存在，如没有具体定位，太前卫与陈旧的设计是很难得到大众认可的，超前这个词如果能够量化的话，就只是在精神上时刻提醒自己不要慢别人半步。

2.美学修养的作用是指一件作品在符合一般设计

原理的情况下,如何能够将其渗透于作品中,使之产生具有震撼性的艺术魅力。综合性美学修养是重要的。民间传统服装经过设计师的提炼改进,可登大雅之堂,如果西方的礼服与中国的旗袍合璧,能否成为“绝笔之作”呢?服装设计是用形象思维来对造型、色彩、材料及细节进行处理,属于感性认识的范围,其形式可分为艺术修养和生活修养。要加强个人的艺术修养,需要进行多方面的涉猎,如文学、影视、绘画、雕塑等,在不知不觉中提高自己的艺术修养水平。要做到眼高手也高,眼高即欣赏鉴别作品的能力高,能够对作品的优劣进行准确的鉴别。对服装设计来说,“勤、净、思”可称之为训条。

3.个性是可塑与“不可塑”的,服装设计师在这个多元的社会中,作为时尚的引导者,设计服装必须

有鲜明的个性,但也要注意,个性太强的服装可能出现滞销的现象,因此个性的可塑性也非常重要。所谓可塑即适应与个性的调合,不是简单的重复与模仿,如何处理就需要根据市场的特点由设计师来调节。

4.敬业精神对于充满挑战性、创造性的服装行业来说是相当不容易的。初学者往往被社会的表面感染力所影响,把设计师看得过于理想化,这是不切实际的。其实服装设计是个艰苦的工作,应该首先具有吃苦耐劳的精神,设计服装必须有为寻找一块合适的面料而东奔西跑;为探讨造型依据而失眠痛思;为找到适合的纹样而翻查资料的精神。“吃得苦中苦,方为人上人”,没有良好的敬业精神是不可能取得成功的。正如一位哲人所说:努力吧!光环是需要付出才能拿到的,当戴上光环时将会照亮世界!(图1—4)

第二章 美学原理在服装设计中的应用

第一节 关于服饰美学

在许多场合,设计者常常提到如何用美学的原理去欣赏、评价一件艺术品,这其中也包括服装。那么美学究竟是什么定义?服装由实用性进入装饰性后与美学的关系又是如何呢?

关于美学,我们可以这样认为:“美学就是以审美经验为中心,研究美和艺术的学科。”美学一般分为基础美学(包括哲学美学、心理学美学、社会学美学)、实用美学和历史美学(包括美学史、审美意识史、艺术风格史和艺术哲学史)。服饰美学属于实用美学,那么服饰美学的定义就应当是:“服饰美学是以审美经验为中心,研究服饰形态美及其设计性的学科。”

美学原理对于服饰的审美作用使人们能够从心理学角度分析其存在的魅力,即不同色彩、造型和风格具有不同文化内涵的服装,能对人们产生不同印象并获得不同的审美价值。此外,也可以从美感的产生所引发的社会效应来分析服饰与人们的生活方式和消费结构的关系。审美可以研究服装与各艺术流派之间的关系,特别是借助于其审美观不同所形成的服装流派,扩张服装的文化氛围。

在服装的运用上并非仅仅是审“美”,不同民族、不同肤色、不同生活习俗也会形成各自的审美观。“丑”在近代美学已经具有审美价值,现代时装中的

怪诞、夸张、丑陋的作品也扩大了审美的内涵,把各种刺激感官的丑陋不堪的东西当作艺术,在时装设计中是屡见不鲜的。目前,服饰美学还停留在评论中,也有些著作产生,但都仅是在用传统哲学思维方式对服饰史或历代服装进行分析所形成的,如日本的板仓寿郎的《服饰美学》。有的也尝试着以审美心理学的角度对服装进行视觉性的分析,如美国明尼苏达大学的玛丽莲·德郎教授的《我们的观察方法——服饰视觉分析》。有一些研究者试图将服饰美学变得像服装制图那样精确,用仪器来评价服装面料的手感,测试消费者对不同色彩的反应等。总之,美学理论应该以观察为基础,这是比较合理的。

通过美学的延伸形成服饰美学,使服装成分以一种服饰艺术的形式出现,其中就包含了设计艺术性和穿着艺术性,这与人的生活密切相关。要把深奥的美学理论通俗化,也只有服装才能够体现,因为这是关于衣与人的哲学,是设计师设计思想在服装中的体现,也是消费者需要读解的一门通俗美学。

服装设计与其他艺术门类一样,以追求形式美作为其目的之一。美的形式法则是创造美的原理,要将这美的原理融会贯通,使其成为设计的独立性语言。服装的审美是由造型、色彩、面料三者构成,同时服装的审美还依赖于人体,而且又随着时尚的变化而变化,往往时尚还具有非理论性的一面,从而形成服装设计的独特的艺术语言。由于其艺术特点是一个标准

式共同点,服装设计理论可以以形式法则为出发点,即从比例、平衡、节奏、统一和协调、强调等这些基本概念出发,设计构思创作。(图2—1)

第二节 比例与分割的应用

在服装设计中的比例是指服装各部位的比例关系,如服装的上装和下装的比例分配,左边与右边的大小等等。服装款式的分割线,局部造型的位置、大小,色彩的面积等都会影响比例效果。由于服装是与人体密切联系的,穿在身上会随着人的运动而变化,形成类似“横看成岭侧成峰”的感觉,其中不变的人体比例与可变的服装比例带来一个复杂而模糊的问题。设计者要了解,服装美学的比例关系主要有三种形式:即黄金比例、渐变比例、无规则比例。这些比例关系在服装中的表现有三:一是服装造型与人体的比例;二是服饰配件与人体的比例;三是服装色彩的搭配比例。(图2—2)

黄金比例中,多运用古希腊科学家用几何学方法发现的将一条直线分为两个大小可比部分,其比值为 $1:1.618$,也可简化为 $2:3$ 、 $3:5$ 、 $5:8$ 等,这样所形成的数字比例,较之于相等比例无主次,悬殊比例又给人不稳定感的情况更能够令人适体悦目。在三种比例形式中的第三个无规则比例,是追求打破常规,采用较为悬殊的比例进行设计,意在使设计者打破机械地设计比例,加强对比例的感知能力。

第三节 对称与均衡的应用

平衡是人的视觉生理要求,也是美的视觉需求。在服装设计中涉及的平衡内容要复杂得多。平衡又分对称平衡和不对称平衡(也称作均衡形式)两种。日常服装以对称平衡居多,在款式结构中多采用左右对称、回转对称(利用面料图案纹样或装饰点缀实现)、局部对称(在服装整体的某一局部采取对称形式)。不对称平衡就是在服装的不对称中通过对色彩、造型等方面的处理,取得均衡效果。如西装上衣口袋的设置采取了均衡形式,这就是局部的不平衡仍可取得整体的平衡,也是一种整体关系的体现。在服装设计中,对称的形式,造型显得庄重、肃穆;非对称的均衡效果则显得活跃、富于动感,能迎合现代社会生活中人们的心理需求,并能强调表现人们的个性追求。(图2—3)

第四节 节奏的应用

节奏这一名词来源于音乐,就是重复或重复的规律性。服装设计中的线条、形状、色彩都会通过有规律的重复产生视觉上的节奏感。其表现形式再三地重复,自然而然地具有了规律性。在节奏中根据规律的不同,又分为有规律的和无规律的两种。节奏表现的方法有多种,如裙子的褶边,纽扣的排列,领口的绉褶镶边,色彩的渐变等;纽扣上下排列可形成反复,拉链可产生优雅的曲线,裙子的层叠和花边的应用能产生渐增的节奏。在服装设计中考虑线条的应用和搭配,是服装节奏的主要体现,还有色彩的节奏是通过色相、明度、纯度、形状、大小、位置等方面的变化而表现一种规律性的运动感。

有规律和无规律的重复表现在多方面。有规律性的节奏体现在设计中为等距、等大有规律的重复。无规律性的节奏体现在重复的间距大小不一,产生活泼的效果。等级性节奏是按等比、等差的关系作等级变化。各部位体积变化产生节奏。结构线形成的节奏组织,是以结构线规则和不规则的变化而形成的。面料色彩搭配形成节奏,只有三种以上色彩重复方能实现。面料不同,质地互相搭配,采用两种以上材料的对比或重复也能形成节奏。(图2—4)

节奏可以像音乐节拍一样富有韵律感,好的服装也会像音乐一样具有优美的节奏感。

第五节 对比调和的作用

调和含有协调、和谐、统一的意思,指一个整体中各部位、各元素之间的视觉关系,是统一与变化的关系。在绘画中有一种说法是:“统一中找变化、变化中求统一。”变化是对比形式的运用,是统一的反义词,往往是在服装设计中,缺少变化的款式会显得沉闷单调;变化过度缺乏统一,又显得杂乱无章。事物中都存在这种互为不同性质的并列,如重轻、曲直、长短、冷暖、强弱等。对比是为加强艺术的感染力,使服装更具吸引力,能够更好地打入市场。(图2—5)

在服装设计过程中,变化的手段在具体应用中,多用材料质感对比、面积对比、色彩对比等方法,可在整体的基础上产生视觉的美感。与此相关的另一概念“统一”则指完整或整体性效果。在设计中根据不同要求,正确处理好统一与变化的辩证关系,是构成设计的主要因素。为了达到此种效果,则需从质料、色彩、廓型、设计细节等,甚至要把穿着者与衣服之

间的关系全方位考虑进去,达到可协调状态,使其具有整体效果又有丰富的变化。调和使设计各要素之间的对比与统一达到完善的状态。

第六节 强调的手法

强调是突出服装某个部位从而获得最佳着装效果的一种设计方法。强调是对某一局部的重视,强调会使人的视觉关注其重点部分形成视觉中心。为烘托主体,加强某一部分,达到强化整体的效果。为了使设计更加完整和丰富,任何设计在从整体出发的同时,都要设定和强化某一点或某一部位,这也称作服装设计的中心,也有人称为“趣味中心”、“视觉中心”等。人体的各部位特征根据男女性别、年龄的不同,有许多假设重点,但服装的中心常常只强调其中一个重点,因为如果同时有两个重点,将使作品在人们的视线中犹豫不决。毕竟人体的面积是有限的,若有多种要素需要选择时,只能表现其最重要的一个视点,其他诸要素则处于从属地位,只起烘托作用。(图2—6)

在要强调的内容中,从人体各个部分来看,多强调颈、肩、胸、腰部的部位。可通过色彩、材质、技巧、造型、装饰取得这一效果,如服装中的纽扣、标志、图案、拉链、腰带、丝巾以及其他装饰物等。

服装设计中采用的强调方法约有三种,一是风格的强调,如东方风格、现代风格、古典风格等;二是功能性的强调,如宽松、轻便、连体等;三是人体补正的强调,主要是加强某一部分,以弥补其不足之处。

第七节 视觉错视的应用

错视是一种物理现象。例如,将一管状的杆放在水中,会出现比实际长度更短的视觉现象。在服装设计的艺术应用中也会出现错视现象(视觉图),将本来正确的感觉表现出不正确的视觉差,如形状、色彩、线条等方面。人体是可以通过服装改善形象的,线条的垂直分割、水平分割、斜线分割等,能调整整体效

果;如V形领的钝角与锐角可强调颈长和肩宽的效果;暖色、亮色具有扩张感,让穿着对象显得丰满;冷色、暗色具有收缩感,让穿着对象显得苗条;光滑的面料比蓬松或发光的面料显得细长、柔顺。

第八节 局部与整体美的关系

服装设计中的整体艺术审视也就是服装最佳设计效果,服装往往是由许多局部组合而成,设计师要站在一定位置上,把握住各个局部组合而成的整体效果,同时又不忽视人的存在。最佳设计就是指能够把穿着者的天生丽质烘托出来,衣服本身太过引人注目是最忌讳的。

当穿着者在人们面前展示时,如果得到的评价是“好漂亮的女人”!那就表示这件设计是成功的;若被人评价为“好漂亮的衣服”!那就意味着喧宾夺主了。衣服本身需要“漂亮”,但要看是否将主体装扮得更突出、更美丽动人,这就是设计目的之所在。服装的图案、色彩、配饰等各个局部也要有延续性,就像宝塔似的逐级体现。要做到这一点,需要了解以下问题。

高雅,是指衣着非常考究,是现代女性美的体现,也是最佳设计的代言词。是优雅、高尚的意思。高雅有着许多内容,如包括通过精巧繁复的技艺完成的装饰性服装;也指带有青春气息的简洁的服装,总的来说,高雅具有女性风韵的美,具有成熟女人的魅力和气质。

简洁,是一种条件,是高雅的风格中所不可缺少的因素,但不要认为符合简单要素就是高雅、流行的时尚。简洁是一种去繁求精,只有懂得在审视过程中合理地删减,才能得到最佳设计效果。繁复的设计与简约的设计都能体现一种穿着者的美,所以完整的设计意图,是使用吸引人的各种因素,具有良好的审美观,完善整体(包括人)的艺术创作。

整体上体现的审美内容大致包括造型美、材料美、色彩美、加工美、姿态美、化妆美、装饰美、流行美这些方面。

第三章 服装设计的造型要素

第一节 服装点、线、面、体的组合

形态以构成艺术为基础,是服装设计中的应用词

汇。按照服装社会心理学的意思是外观,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;包含服装及身体的视觉结构。还有的将服装形态称之为一种符号,由于符号不同产生的“符号互动”是与人类的社会化历程连结在一起的,从而把这种观点应用到流行规律的研究中去。服装的构成是以形态和材料为素材,形成纯粹形态或抽象形态。而探讨中的形态包含人体与材料,即面料和服装中的附件以及这些关系间的变化规律而形成的一种状态。

服装形态构成是由点、线、面、形体、质料、色彩、装饰和配件等因素相互作用来实现的。这些基本的部分都体现着点、线、面、体的排列组织所形成的外观效果。一粒纽扣与一排纽扣、双排扣所构成的点线关系;在线的“省”、分割、机缝线等;面有前面、后面、侧面的视觉等,这些也称作服装的局部构成形式。所以在服装设计中也有整体——局部——整体的审美概念,即整体构思,局部入手的过程。这个程序可称之为创意过程,细部完善过程和整体服装的状态,就像工艺中的“立裁”。

一、点的应用

服装中的点是用具体材料制作出来的,具有点缀、实用两种功能。点的排列形成线迹能引导视线。点是具体的、局部的,与服装外型相比是较小的形,如纽扣、盘扣、胸花、腰扣及小装饰纹样,是实用的体现。但其又具有较强的装饰性,多用于胸前、袖口、肩绊装饰扣、领花(蝴蝶结)、袋边等位置,起强调、加强位置的作用。点的使用要符合局部服从整体的原则,不要过多、过乱,避免杂乱无章。

二、线的应用

线在服装中有实用、装饰的作用。较明显的实用线是叠门线,较明显的装饰线是牛仔装中的双明线,还有集二者之长的公主线,这些是服装设计中,首先要考虑的。再如,工装中的插肩袖线,茄克装中分割装饰线,女装中的省位线(不同角度)等在服装中的运用都具有不同的表现力,也称之为“性格”。

- 粗线,也称双明线。给人的感觉是厚重强烈。
- 细线,不含任何明线,给人轻快、敏锐之感。
- 垂直线,有侧缝线、公主线、裤缝线等,具有苗条、单纯、清晰的性格(也含有严肃的感觉)。
- 水平线,有育克线、分割的横线等,含有安定、平稳、庄重的感觉,同时还表现出有宽度效果。
- 斜线,活泼、轻盈、具有动感;倾斜角度与运动的速度感是有关联的,设计中要理性地推出部位与大于 90° 或小于 90° 的关系。服装中如插肩袖线和西装领也当属其范围之内。

• 曲线,有流动和速度的感觉。奔放、柔和的特点是以曲线的变化形式而定,如叠门曲线。

另外,线在用途上有轮廓线、结构线、装饰线。轮廓线即是服装的外廓形线,有多种形式。

结构线,多与服装构成形式有关,与人体工程学和服装的舒适性有比较重要的关系,许多著名设计师在结构方面具有独到的见解。

装饰线,多用于服装镶边线、嵌线、褶线、明缉缝线以及连续纹样的组合,是为服装的精美度服务的。旗袍作为传统服装运用最多,皮革服装之间的连结线既是结构线又是装饰线,往往都以装饰效果为主。

三、面的应用

是正面、背面、侧面的视觉效果,区别于点、线在服装上的效果,是服装着于人体所呈现的面。但也是指某一局部呈现的方形、圆形、三角形、自由形等。

• 方形:是男装多用的形状,从肩到口袋的形状,给人以庄重、平稳之感,是“正装”的体现,如西装、中山装、便装。

• 圆形:女装多用圆形,如古典的泡泡裙,圆底摆裙,吊钟裙,还有大圆领,圆的底摆角,给人柔和娇美之感,适合女性气质。

• 三角形:多用于礼服,现代的前卫派设计师也经常使用。将人体的部分呈三角裸露,突出性感,或者通过运用色彩、款式与造型的使用,体现鲜明的视觉印象。

四、体积的应用

指局部面的堆砌,也指物体在三维空间中的存在。将人体分为前、后、侧等不同角度的面,服装依附于人体,在设计中进行面的构思,就类似于平面裁剪与立体裁剪一样,是平面与立体视觉的结合。(图3—1)

第二节 服装外部廓型的设计

服装外廓是指穿上服装后整个人体的外在形状。也有人称之为“廓体”、“外轮廓”等。它属于一种立体构成形式,加上色彩,也可称之为色彩构成。服装面料经过设计可构成一种形态,附着于人体即形成“软雕塑”。然而,将立体构成用于服装造型的廓型设计,是从19世纪初流行的帝政风格到19世纪中叶时髦的克里诺林裙开始的。19世纪下半叶的巴瑟尔裙垫,20世纪初的带有新模式艺术风格的S型款式,从1947年迪奥推出的8字型特征的新风貌,50年代以来

的X型、A型、H型、Y型、T型和O型等廓型的问世,展示了构成这一理念在时装界逐渐普及的过程。

服装设计的程序往往是灵感—创意—廓型—色彩—线型分割这样一个由外到内的过程。服装是以人的参与为前提条件的,随着人体的屈伸、扭动等运动变化,呈现出千姿百态的人体造型,服装造型也随之相应地改变,所以廓型是活的。

服装的廓型是由字母、自然物和面料特性三种形式来体现的。

一、由字母引发的

主要是X型、V型、H型、A型四种基本类别。

X型,是指通过肩、胸部和衣裙下摆的夸张、腰部的收紧,使整体外形呈上下部分大、中间小的类似字母X的造型。X型与女性身体的优美曲线相吻合,可充分展示和强调女性魅力。

V型,是指通过加大肩部,并收缩裙摆,使其外形向上、向两侧伸展,呈字母V的形状。V型服装颇有阳刚之气,职业女装多采用此种造型,是20世纪80年代流行的款式。

H型,是一种平直廓型。弱化肩(胸)、腰、臀之间的宽度差异,外廓呈矩形,又常常突出腰线的位置,使整体形似字母H。它有挺直简洁之感,适合中长类服装。

A型,是一种平直造型,适度地上窄下宽的平直造型。收缩肩部(通常不用肩垫)夸大裙摆而造成一种上小下大的梯形印象。由于迪奥在1957年首次推出这种造型的时装,模特儿头上的尖顶帽,使整个服装呈A字形,故以此命名。此廓型的女装能在淑女味中加入青春活泼因素。(图3—2)

此外,还有O型、Y型、S型、T型等。

二、由自然物引发的

自然界中的事物是创作的源泉,能启发设计的灵感,当一种自然形应用于服装,会给人们的生活带来一种与自然贴合的享受。这些形状有帐篷形、倒三角形、酒杯形、喇叭形、T恤线形、盒形、线形、沙泼线形、郁金香线形、腰鼓线形等。将物体的平面形,按立体几何形态去理解,即能体现三度空间中的服装廓型。

三、面料的塑造形态产生的廓型视觉

服装借助于面料的塑造将人体包装,形成品牌。设计师根据不同材料特性“顺其自然”地塑造形态,如氨纶的使用在于弹性,丝绸的使用在于悬垂,粗纺毛呢的使用在于其立塑状态等。三宅一生的“皱的艺术”和“爆炸艺术”服装也是一种比较典型的状态。

同时,服装的廓型可以表现出不同视觉效果,比如年轻的、轻快的、平静的、活泼的、优雅的、古朴的等等。

“年轻”的外形,收腰、紧身,比例适中是其外形特征,可感受到青春气息,显得生气勃勃。

“通俗”的外形,该外形中庸,线条平直,属基本式造型,无论何种体型都可穿着,不过造型易重复,但无论何等穿着都给人以平稳、严谨而能够超越年龄界限的感觉。整体外形给人以柔美、优雅的感觉,适合成熟女性穿着。

“夸张”的外形,大胆、奇特,视觉效果强烈,具有现代感,适合于追求另类感觉的女性穿着。是一种能够成为视觉中心的服装,着装者心理上也有一种希望“回头率”较高的要求。

当今时装设计大师对时装的颈、肩、胸、背、腰、腹和臀以及全身的处理都大量采用点、线、面和色相、明度、纯度等在平面和空间的分割、对称、平衡、韵律、单位与群化以及三次元的表现方法。同时,有目的地运用各种纽扣、拉链、线迹、绳带和装饰物来实现构成在时装上的表现。(图3—4)

第三节 服装内部线形分割设计

服装的内部造型与外形轮廓同样重要,廓型是整体,线形是局部,只有精美的细节才能构成完美的服装。服装的美往往也是局部所构成的,如领、肩、胸等部位,与此相呼应的是构成服装材料组合的线,服装结构线和服装装饰线。

一、结构线

属二维空间,包括省道线、公主线、肩袖线、各类分割线和褶裥等内部结构线,从而将服装平面的面料依据人体起伏分割成多个形块,缝合后形成的线将二维空间转化成三维附着在人体上的立体形态,从内到外求得外形与内部的和谐统一。

“省”位线是女装为塑造胸部和腰节差所需的结构线,大师往往借助结构来展开设计形成特色。据说,夏奈尔在设计过程中为充分展示女性细腰丰胸的姿态,用近十个“省”道来塑造服装外形。

在设计过程中,结构线的作用是如何将靠想像力创造出现的廓型,用内结构线与人体来处理好,使内结构线与外廓型之间关系协调。每一条结构线都对廓型的完美实现起着帮助和烘托作用,就类似建筑中的力学关系。日本设计师三宅一生使用细密或自然皱褶形成的看似皱皱巴巴的外形,体现了面料再造重塑,

让人对服装具有亲和力,称之“一生褶”。(图3—3)

二、装饰线

分为立体装饰线、平面装饰线两类。

1. 立体装饰线,有规律的褶裥;有多层褶边或荷叶边相互穿插形成的线;立体花结所形成的线。

2. 平面装饰线:镶边、嵌条、刺绣;不同宽窄的边条同服装相拼相嵌所形成的线及精美刺绣、镂空绣等装饰线。“衣必绣”是刺绣传统的工艺手法,有漏透凹凸等多种效果,使服装借助人体产生空间效果。(图3—5)

三、分割的种类及其效果

1. 用比例确定分割与分配,分割比例如领线、口袋线等,是常规设计,利用廓型将一定面积分割成二或三、或更多等分。分配比例在口袋位置、胸部装饰时才能看到,是无量形式。分割线是弥补轮廓的比例不足,进行内部充实。分配是一种感觉上平衡所需的装饰性物品安排所形成的量和量的均衡。

2. 用具体线进行的分割:线的性格不同,所应用的位置、服装与人体等也都不同,使用时可单用也可综合使用,但要有理由地使用。

a. 垂直分割; b. 水平分割; c. 垂直与水平交错分割; d. 斜线分割; e. 斜线交错分割。

以上是线的分类,使用时还要考虑对称或不对称、分割线的规则性和不规则性所产生的视觉效果。(图3—6)

第四节 服装整体创作原理

完整性服装设计,是指作品所达到的完备、充分的境界。

整体形象的协调和完善,是对形态构成要素较齐备而言。视觉整体上必须有完整感,其次是各部分有主有次,详略得当的局部组织。如该突出表现的部分,要鲜明醒目,让观者迅速准确地理解创意所要传达的信息;该简洁弱化的地方,就要“精兵简政”,给观者在视觉上放松简化,留有空间。若整体主次不分,平均对待,就难以给人以愉悦的感觉。

我们所讲的整体是指黑色体块的廓型和细部分割变化的关系所组成,另外还要有配饰、配件的装饰等。任何廓型只要身体姿态转换,外型也随着改变,那是一种虚幻的线条。人体相对来说是完美的,无论是正面、侧面。所以,服装要与人体各部分吻合,运用美的原理和外廓与内部构造来形成超越形体的外形,而创造出新的魅力。(图3—7)

一、创作的原则

创作是指突破常规,标新立异,是将意料之外列入到设计中。因为服装的基本构成始终摆脱不了人体形态的制约,离不开衣片、面料、色彩等,并随着季节的变化而变化。在这个过程中,设计师要创立新的视点,不断增加服装发展的活力。具有超前意识和创造能力的艺术家是新颖、新奇、时尚的代言人。

在服装创作中,设计观念主要体现在款式造型、面料使用、结构工艺、装饰手段、表现手法、服饰配套、风格情调等方面,服装设计还要体现审美观念、道德观念、文化观念、价值观念等。

要了解创作过程中的审美性和完整性。

1. 审美性:是指对创作的可观赏性进行评价。服装作品必须具有审美性,用于动态的表演与静态的展示,需要使用服装的视觉语言去启发消费者,赢得好的评价,使观者在观赏的愉悦当中,传递其创意信息。创作的平淡无奇和设计师的孤芳自赏都缺少具有社会价值的审美性。

创作的审美价值,并非只迎合大众的审美情趣,重要的是如何阐述自己独特的见解和观点,是否站在更高的层面上,将超前意识和创新观念与消费拉开一段距离,用高雅、健康的美,唤起消费者内心深处的潜在的审美欲望,从而使作品成为流行服装。

2. 完整性:指要求创作达到充分、完备的境界。只有完整的服装作品才能体现其效果。创作作品要从整体形象着手而达到应有尽有,不因某一部分缺少而影响视觉感受。完整性是与生动的细节相互构成的,这个完整性的充实、齐备,包含着服装的各个局部的精确和巧妙的处理,如上衣与内衣、外套、下装的搭配,服装与辅料和配饰品的搭配,还有发型、包、鞋、帽等诸要素的构成,但并非是面面俱到,该繁的要“密不透风”,该简的要“疏可跑马”。这种恰到好处的设计不是靠数字去衡量,而是凭艺术修养、直觉经验和审美观去判断。著名雕塑家罗丹将作品《巴尔扎克》那双精美的手去掉,从而将著名作家巴尔扎克的形象塑造得更具有个性,体现了作品的创作意图。但该作品并不同于著名雕塑《维纳斯》的残缺美,前者是完善中的取舍,后者是完整的作品遭破坏而后人无法进行完美的艺术修复,原作品肯定是完整的。

服装是艺术品,又是工艺品,在设计中要注重服装的制作完整性,即注重服装工艺。所以完整性除设计艺术的完整,也包括立体造型、款式细节、结构合理、精湛工艺等。