



PUP6

艺术与设计类规划教材

21世纪全国高等院校艺术设计系列实用规划教材

# 服装创意设计

Fuzhuang Chuangyi Sheji

陈莹 丁瑛 王晓娟 编著



电子课件

www.pup6.cn



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

21世纪全国高等院校艺术设计系列实用规划教材

# 服装创意设计

陈莹 丁瑛 王晓娟 编著



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

## 内 容 简 介

本书为编者20余年教学工作的经验总结。本书表述了服装创意设计的基本概念和分类,从服装创意设计基础理论、成衣类服装创意设计、艺术表演类服装创意设计、流行趋势主题表现类服装创意设计、服装创意设计灵感的捕捉,以及服装创意设计的能力培养几大块内容进行了较为广泛而深入的阐述。本书与以往出版的该课程教材相比,更突出对学生从事服装设计的创新精神和创造能力的培养,同时也更符合知识经济时代对服装设计人才提出的新要求。

本书可作为高等院校服装艺术设计、服装设计与工程等专业的“服装设计”类课程教材,也可作为广大从事服装设计和相关领域工作人员及服装设计爱好者的参考用书。

### 图书在版编目(CIP)数据

服装创意设计/陈莹,丁瑛,王晓娟编著. —北京:北京大学出版社, 2012.10

(21世纪全国高等院校艺术设计系列实用规划教材)

ISBN 978-7-301-16791-5

I. ①服… II. ①陈…②丁…③王… III. ①服装设计—高等学校—教材 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第205531号

书 名: 服装创意设计

著作责任者: 陈 莹 丁 瑛 王晓娟 编著

策 划 编 辑: 孙 明

责 任 编 辑: 孙 明

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-16791-5/J · 0458

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

电 子 邮 箱: [pup\\_6@163.com](mailto:pup_6@163.com)

印 刷 者: 北京大学印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787mm×1092mm 16 开本 12.5 印张 288 千字

2012 年 10 月第 1 版 2012 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 56.00 元

---

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有 侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: [fd@pup.pku.edu.cn](mailto:fd@pup.pku.edu.cn)

# 前言

这是一个“创意经济”时代！它表达出的是知识经济社会中人的思维价值的创造。最伟大的创意都是和生活的脉搏紧密联系在一起的。乔布斯以自己的创意深刻且全面的改变了世界、改变了人们的生活；马克奎恩以超越时空的创意颠覆了传统的审美观念、改变了人们的着装方式。

创意经济时代的来临，使创意成了个人与组织的核心竞争力。经历了席卷全球的经济危机，经历了大发展之后对中国可持续发展的理性思考，人们愈加清楚地认识到将“中国制造”转变为“中国创造”是中国今后发展的必然方向，是实现中华民族伟大复兴的必由之路。而“创意设计”和“技术创新”则是转轨前行战车的两个有力的助推车轮。对于服装设计领域而言，其属于时尚创意产业的范畴，更是处于先履先行的位置，着力推行品牌发展战略，强化服装创意设计，培育服装设计创新人才是实现转型发展的关键之所在。2009年8月27日，原中国纺织工业协会会长、中国服装协会会长杜钰洲与法国高级时装公会主席迪迪埃·戈巴克在北京围绕着推动当代中国创意力量发展的主题，进行了一场高端对话。杜钰洲指出：“就目前的情况来看，中国的设计力量有所提高。但是，中国服装业的文化创造力，软实力仍然比较弱，提升难度更大。现在是呼唤设计师创意的时代。”而本书正是基于对以上系列问题的思考而定位并展开撰写的。

与以往的《服装设计学》教材相比，这本《服装创意设计》教材更加注重将服装设计基本知识、原理、方法从创意学的角度加以阐释；更加突出对学生创造性思维和创造能力的培养；更加倾向于对“教”与“学”融合互动的促进；更加强调以服装创意设计案例和教学案例进行分析、阐述，激发学习者的兴趣爱好，调动其学习积极性。本书的具体特点，在书中第一章概论部分有专门的表述。

本书由陈莹策划、领衔编写，并与丁瑛、王晓娟两位青年教师合作共同撰写完成。其中第一章“概论”、第二章“服装创意设计基础理论”由陈莹执笔；第三章“服装创意设计训练”、第四章“服装创意设计灵感的捕捉”由丁瑛执笔；第五章“服装创意设计能力的培养”及第三章中的“流行趋势主题表现类服装创意设计”单元由王晓娟执笔。本编写团队成员间彼此密切沟通、达成一致、分工协作、相互促进、合作成功。两位青年教师认真投入，反复修改，精益求精的精神，以及新鲜活跃的思想使人印象深刻，从她们身上笔者学到了许多东西。此外，对为本书提供设计作品的陈城倾、张又川、孟雨薇、邱晓璐同学表示感谢。

希望本书能够给予读者以启迪和帮助！由于编者的水平有限，本书的撰写存在着许多不足之处，也期待能够得到广大读者的批评指正！

陈莹

2012年8月

# 目 录

## 第一章 概论.....1

### 一、服装创意设计研究的基本内容.....2

#### 1. 服装设计的创新理念.....2

#### 2. 服装创造性设计思维.....3

#### 3. 服装创新设计灵感的捕捉.....3

#### 4. 服装创新设计意念和创意作品的 表达.....3

#### 5. 服装创意设计的要点.....4

### 二、有关服装创意设计的基本概念.....4

#### 1. 创意.....4

#### 2. 设计.....5

#### 3. 创意设计.....5

#### 4. 服装创意设计.....5

### 三、服装类型与创意设计.....6

#### 1. 高级时装与创意设计.....6

#### 2. 普通成衣与创意设计.....6

#### 3. 高级成衣与创意设计.....6

### 四、服装创意设计的主要表现方式与特点.....7

#### 1. 颠覆性服装创意设计.....7

#### 2. 推陈出新型服装创意设计.....8

#### 3. 功能创新型服装创意设计.....8

### 五、服装创意设计的历史发展轨迹.....9

### 六、本书撰写特点.....15

### 思考题与训练.....15

## 第二章 服装创意设计基础理论.....16

### 一、基本设计原理与规律的创新应用.....17

#### 1. 服装设计的基本原理与规律通

#### 用于服装创意设计.....17

#### 2. 服装创意设计对服装设计基本

#### 原理与规律的创新应用.....18

#### 3. 小结.....40

### 二、服装创意设计的基本手法.....40

#### 1. “解构”的创意手法.....40

#### 2. “混搭设计”的创意手法.....43

#### 3. “讲故事”的创意手法.....45

#### 4. 体验式的创意手法.....47

#### 5. 情感化的创意手法.....49

### 三、服装创意设计基本元素的提取与

### 运用.....51

#### 1. 提取服装创意设计基本元素要

#### 把握的要点.....52

#### 2. 运用服装创意设计基本元素要

#### 把握的要点.....53

### 思考题与训练.....54

## 第三章 服装创意设计训练.....55

### 一、成衣类服装创意设计.....56

#### 1. 成衣类服装创意设计的特点.....58

#### 2. 成衣类服装创意设计的基本

#### 方法与要点.....64

#### 3. 成衣类服装创意设计典型案

#### 例分析.....79

### 二、艺术表演类服装创意设计.....84

#### 1. 艺术表演类服装创意设计的特点.....86

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| 2. 艺术表演类服装创意设计的<br>基本方法与要点 .....     | 91  |
| 3. 艺术表演类服装设计典<br>型案例分析 .....         | 110 |
| 三、流行趋势主题表现类服装设计 .....                | 115 |
| 1. 流行趋势主题表现类服装创<br>意设计的特点 .....      | 115 |
| 2. 流行趋势主题表现类服装创<br>意设计的基本方法与要点 ..... | 125 |
| 3. 流行趋势主题表示类服装创<br>意设计典型案例分析 .....   | 137 |
| 思考题与训练 .....                         | 143 |

#### 第四章 服装创意设计灵感的捕捉 .....

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 一、 服装创意设计灵感阐发的途径 ..... | 145 |
| 1. 灵感来源——素材 .....      | 145 |
| 2. 寻找和收集素材 .....       | 146 |
| 二、服装创意设计的思维方式 .....    | 155 |
| 1. 形象思维 .....          | 156 |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 2. 抽象思维 .....          | 158 |
| 三、服装创意设计灵感捕捉案例分析 ..... | 162 |
| 思考题与训练 .....           | 170 |

#### 第五章 服装创意设计能力的培养 .....

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 一、服装设计师敏锐素质的培养 ..... | 173 |
| 1. 情趣与好奇心的培养 .....   | 173 |
| 2. 观察能力的培养 .....     | 174 |
| 3. 审美能力的培养 .....     | 176 |
| 二、服装设计师创新能力的培养 ..... | 178 |
| 1. 创新精神的培养 .....     | 178 |
| 2. 创新思维的培养 .....     | 180 |
| 3. 创造能力的培养 .....     | 183 |
| 三、服装设计师基本素养的提升 ..... | 186 |
| 1. 服装专业素养 .....      | 186 |
| 2. 人文科技素养 .....      | 189 |
| 3. 服装文化素养的提升 .....   | 190 |
| 思考题与训练 .....         | 191 |

#### 参考文献 .....

# 第一章

## 概 论

### 【教学目标】

通过本章的学习，使学生明确学习方向，建立起对学习该课程的兴趣；调动起学生学习的积极性，为接下来的学习打下思想认识上的基础，做好各方面的准备。

### 【教学要求】

- (1) 了解服装创意设计所涉及的内容。
- (2) 增强对所涉及的基本概念和知识总体的认识。
- (3) 明确该课程学习的重要性。

### 【知识要点】

- (1) 有关服装创意设计的基本内容和概念。
- (2) 服装创意设计的历史发展轨迹。

服装创意设计在当今创意经济时代到来的同时被响亮地提出来,受到了人们的广泛关注。它已成为服装企业、服装品牌赢得消费者,以及在激烈的市场竞争中取胜,从而实现服装产品最大化附加价值的重要法宝;也成为衡量服装设计师才能、潜力的主要观察点;向更大的层面上看,更是成为创造流行,引领世界时装潮流的关键因素。在此背景之下,“服装创意设计”课程自然纳入到了创新性服装设计人才培养计划之中。

以往出版的教材和专业图书大多都是关于服装设计(学)方面的,其中对服装创意设计的内容有所涉及,但往往一带而过,不能满足时代的要求,不能满足当今人们对服装创意设计从理论到实践规律与方法掌握的需要。在本章中,将对服装创意设计研究的基本内容、基本概念、基本类型、主要表现方式与特点、本书的撰写特点等进行综合性概述。

## 一、服装创意设计研究的基本内容

服装创意设计与服装设计学相比,它主要讨论的是:服装设计的创新理念、创造性设计思维、创新灵感的捕捉、创新意念、意味的表达、实现创新作品的方法及服装创新设计的要点等。而服装设计学则比较偏重于对服装设计的基本知识、基本概念、基本原理、基本方法等的探讨,前者对创造性的指向性更鲜明、更强;后者所指的范围比较宽泛和基础。

### 1. 服装设计的创新理念

服装创意设计可以表现为多种多样的形式和无穷的变化,然而这些看似无疆界的创意,却受到服装设计创新理念的影响和牵引,换句话说就是:服装创意设计很大程度上取决于服装设计的创新理念。例如,20世纪70年代末80年代初,出现了一大批具有“反时尚”外观的服装创意设计,影响了整个世界时装的流行与发展。这一切来自于以三宅一生(Issey Miyake)、川久保玲(Comme des Garçons)、山本耀司(Yohji Yamamoto)等设计师为代表的日本设计师群体,其带有颠覆性的时尚创新设计理念——挖掘东方服饰文化的精神内涵,以其内敛、自然、返璞归真的服饰语言诠释新的时尚。他们触摸到了时代变化的脉搏和新一代消费者的心声,打破了长久以来欧洲传统服饰风格的垄断,颠覆了西方惯用的黄金分割比例(1:1.618)等经典美的造型模式,而通常用一些比较没有结构性的、松垮的、斜肩的、披挂缠绕等样式,大胆发展日本传统服饰文化的精华,形成一种反时尚(Anti-fashion)风格,如图1-12所示。这种与西方主流背道而驰的新的着装理念,不但在时装界站稳了脚跟,还反过来影响了西方的设计师,并在此过程中确立了日本第五个世界时装中心

的地位。美的概念外延被扩展开来，质材肌理之美战胜了统治时装界多年的装饰之美。

服装设计的创新理念是建立在对时代发展脉搏的准确把握，对服饰文化本质充分的理解，对服装发展趋势敏锐洞察和认识基础上的。因此它具有高瞻远瞩、审时度势、创新思想观念、引领设计方向的特点。直接引发形成的是原创的和概念性的设计作品。所以，服饰产品创新的核心，应该是设计理念的创新。

## 2. 服装创造性设计思维

创造性设计思维是从事服装创意设计要重点研究的内容之一，包括对创造性设计思维的类型、特征、方式、规律的探讨；如何结合服装的特点训练设计者的创造性思维能力，提高服装创新设计水平；如何灵活运用创造性设计思维指导服装创意设计实践，等等。应该说拥有良好的创造性设计思维能力是从事服装创意设计活动的保障。典型的创造性设计思维有“同构式”设计思维、“逆向式”设计思维、“发散式”设计思维、“收敛式”设计思维、“虚拟式”设计思维、“柔性化”设计思维、“情感化”设计思维等，本书中对此有专门的章节加以较为深入的表述。

## 3. 服装创新设计灵感的捕捉

如果说对创造性设计思维的研究主要解决服装创意设计的思维方式的问题，更注重对服装设计师在创意思维方法上的引导；那么，对创新设计灵感捕捉问题的研究则主要体现在对服装设计灵感阐发的渠道、规律和方法的探索上，更关注有效获取服装创新设计灵感的方法、过程与结果。虽然灵感是一种客观存在的东西，但它漂浮不定，其显现与捕捉的过程带有许多偶然和不可思议的成分，所以，它总是以披着神秘面纱的形象出现在人们的眼前。不过，积累、养性、思考、探索是灵感阐发不可缺少的过程和前提，而且阐发的途径和规律也是可循的。在创造新市场及新文化创意产业领域享有国际盛誉的台湾学者赖声川先生在他的著作《赖声川的创意学》中谈到：“创意是神秘而复杂的，但神秘而复杂并不表示不能学。关键在于我们是否真正了解创意过程中到底发生什么事？从这一点出发，就有机会剖析并学习创意。”本书除了在专门章节有理论性的论述之外，还列举了丰富的服装创新设计灵感捕捉的案例，给人们以颇具参考价值的启迪。

## 4. 服装创新设计意念和创意作品的表达

前面提到的服装创新设计理念与此处所论及的意念大体相同，但略有区别：前者更多地发生在人们的思想认识层面，含有更多的对服装创意设计本质意义的把握；后者则侧重

于将创新设计理念转化为设计灵感和创意设计实践的心理倾向,较之前者增加了对具体服装创意设计的指向。毫无疑问,服装创新设计意念是创意作品的灵魂,但并不是有了意念就一定能出好的创意作品,如何将创新设计的意念和灵感转化为成功的创新设计作品,其中存在着许多值得研究探索的东西,这部分内容也十分重要。以北京奥运会“青花瓷”颁奖礼服创意设计为例:当形成了“青花瓷”创意设计意念之后,大体的设计格调、色彩、图案随之逐渐明朗。接下来的大量工作包括设计怎样的款式;选用怎样的面料、工艺、装饰细节;怎样将传统青花瓷设计元素与时代感融合,与国际体育盛会结合,与服装特点复合,与大众审美倾向符合……这一切都需要十分缜密的思考、反复的推敲;需要具备良好的设计思维能力、设计表达能力、专业基础功力。此部分内容在本书的第五章“服装创意设计能力的培养”中有重点论述,也在各章节有所涉及。

## 5. 服装创意设计的要点

对服装创意设计要点的探讨包括两个层面的内容:首先,作为服装创意设计整体概念的角度来进行,探讨服装创意设计总体的,基本的设计规律、方法与要点;其次,从服装创意设计类型的角度来进行。服装创意设计根据不同的服装种类而分为不同的类型(颠覆型、推陈出新型、功能创新型等),而各种类型的创意设计所关注的要点、所采取的方法及所表达的方式都是不同的,因此有必要深入到各种类型层面中去。探讨服装创意设计的规律与设计要点,其目的就是要以此来指导和把握设计实践,本书在此方面有比较详细的陈述,为学习者提供了重要的创意设计思路,同时也能让学习者在头脑中对应该避免出现的问题有明确的认识。

# 二、有关服装创意设计的基本概念

## 1. 创意

创意是神秘的。古往今来,学者们对创意的认识不同,所作的定义也各不相同,美国著名心理学家斯滕博格(Robert J. Sternberg)教授认为:创意是生产作品的能力,这些作品既新颖(也就是具有原创性,是不可预期的),又恰当(也就是符合用途,适合目标所给予的限制)。建筑学者库地奇(John Kurdich)认为:创意是一种挣扎,寻求并解放我们的内在。台北艺术大学教授赖声川先生认为:创意是看到新的可能,再将这些可能性组合成作品的过程。这些定义都说明了创意包含两个主要的面向,即“构想”面向与“执行”面向。

对创意的认识各有不同,综合多种解释,可以得出这样的定义:创意是指具有创造性的意念,它不是重复一些安全的选择,而是创新,具有原创性特征;同时创意又适合目标所给予的限制,具有可执行性特征。

## 2. 设计

从词源学的角度考察,“设”意味着“创造”,“计”意味着“安排”。英语Design的基本词义是“图案”、“花样”、“企图”、“构思”、“谋划”等。由此而得出设计的基本概念是“人为了实现意图的创造性活动”,它有两个基本要素:一是人的目的性,二是活动的创造性。

设计有广义和狭义之分。广义的设计认为只要是人的有目的的活动都叫设计。按照这种说法,原始人类打制石器、切削树木是设计;家庭主妇计划晚餐的菜谱、整理房间是设计;小学生挑选玩具、做作业也是设计……这种设计的定义涵盖了人们生活的方方面面,设计成为人的基本活动。狭义的设计认为只有职业化的设计人员所从事的创造性的活动才叫设计,如工程师、建筑师、产品设计师、服装设计师、发型设计师、包装设计师等。这种设计的定义强调设计是一种专业化的活动,并且都有“可见”的物质成果。

## 3. 创意设计

创意设计是指将创造性的意念通过一定的创造性活动加以表现和实施。从字面上可以理解为带有创造性特征的意念、意思、意味、意义的设计;从现代设计的角度来看又可以理解为:一切对现实有所突破的设计,有所创新的设计均属于创意设计。创意设计属于创新设计的范畴,但它的指向性更加明确,更加注重的是对创造性的理念和意味的表达,为设计注入灵魂与活力。

## 4. 服装创意设计

服装创意设计即是以服装为载体的创意设计,也可理解为带有创造性意念、意味的服装设计,往往是通过“讲故事”的方式营造一种令人向往的崭新的生活方式或生活形态,以此打动服装消费者的心,引起他们想要拥有的欲望。“讲故事式”和“体验式设计”之类的术语,足以证明“意味”已变成商品所附加的有价值的资产。

谈到服装创意设计,容易使人想到那些具有视觉冲击力的、原创性强的艺术类表演性服装设计,而不把那些较为生活化的,人们平常穿用的服装设计纳入到服装创意设计的范畴之中。形成这样的认识有一定的道理,因为“原创性”的确是衡量创意设计的特征标

准,那些颇为艺术化的服装设计,容易使人体体会到创意的感觉,但是创意的概念是广泛和不分高低的,它既体现在艺术化表演性的服装设计上,又包含在实用的成衣设计中,只是在服装设计原创性的程度上和表现方式上有所差异。

### 三、服装类型与创意设计

服装由于消费对象、穿着场合、服用功能等的不同而被划分为多种类型。除了基本服饰品类等的划分之外,按照服装的艺术性和实用性特征可将服装划分为艺术化表演性服装和实用性服装两大类;依据服用对象和服饰品质划分的话,又可分为高级时装、高级成衣和普通成衣(本书主要针对于此进行讨论)。不论从事哪一种类型的服装设计,都涵盖有创意设计的成分,只不过是涵盖部分的多少,原创性程度的不同而已。

#### 1. 高级时装与创意设计

相比较而言,高级时装一般出自世界著名设计师之手,其中有相当一部分作品具有很强的艺术化表演性特征,原创性高,能起到引领国际时尚潮流的作用。当然,在高级时装中也有小部分属于完美传统经典类型的,其创意性不强。

#### 2. 普通成衣与创意设计

而对于普通成衣来说,实用性为其主要特征,设计多以成衣设计的语言和定位转换高级时装的创意理念,从这个角度看,原创性不强。普通成衣设计的变化主要体现在服装的重点部位或细节部位,注重对服装穿着功能性的研究、对时尚流行趋势的研究、对穿着者审美与消费价值取向心理研究和对现有服装某方面的改进,创意性主要体现在对小情趣的捕捉和意味的表现上。

#### 3. 高级成衣与创意设计

介于高级时装与普通成衣之间的高级成衣,其设计的原创性也比较高,主要原因在于:占主流地位的世界高级成衣品牌大多作为世界著名服装设计师的二线品牌形式出现,服装创意的概念与高级时装几乎是同时同样出自这些有影响力的精英设计师之手,或出自具有充分实力的优秀设计师之手。但高级成衣毕竟归结于成衣这一大的范畴之中,故相对于高级时装而言,它的创意设计更体现适合目标所给予的限制,具有可执行性特征。

可见,各种类型的服装设计都具有创造性特质和创造性活动的特征,但它们的服装创意设计在原创性的程度上有所区别,在原创性的表现方式上各具特点。对此做进一步探讨,将服装创意设计的主要表现方式归纳为“颠覆性”、“推陈出新型”和“功能创新型”。

## 四、服装创意设计的主要表现方式与特点

### 1. 颠覆性服装创意设计

颠覆性服装创意设计顾名思义是指那些与传统、与常规、与主流相悖的服装创意设计。此种创意主要着眼于服装的跨越发展和对流行趋势的驾驭,创新于设计理念,挑战于司空见惯的事物,构建新的貌似美妙的、代表时代发展的审美情趣,感化于消费者的内心世界,引起革命性的变更,继而取代上升为主流、主体的位置。20世纪60年代兴起的“反传统时装”——“迷你裙”、“金属服”、“比基尼”等彻底告别了传统的以成熟老练的、矫揉造作的贵族妇女形象为美的时代;70年代末由日本设计师群体推出的“反时尚时装”(Anti-fashion)——无结构的、披挂式、缠绕式时装,“补丁装”、“乞丐装”等,完全颠覆了一直占有时尚主流统治地位的欧洲时尚风貌;80年代“内衣外穿”、“性别转换”的时装创意设计,全面打破了长期形成的固有着装方式的概念;90年代兴起并持续到21世纪的生态环保理念下的“极简主义”、“解构主义”、“波西米亚风格”、“混搭风格”时装创意设计,猛烈地冲击着以往人们对时装的审美判断和价值判断;当今处于知识经济、信息时代、全球一体化背景下,高科技的注入,使时装创意设计以前所未有的关注度挖掘人的内在欲望和需求,进行“情感化设计”、“体验式设计”、“沟通式设计”、“快速时尚设计”、“功能性设计”,这带来的不仅是服饰表面形式上的变化,更重要的是时尚生活方式与消费行为方式的革命。

颠覆性服装创意设计往往出于具有敏锐洞察能力,非凡创造才华和能够驾驭、引领时尚潮流的设计师之手。原“迪奥”品牌的设计总监约翰·嘎里阿诺就是一位这样杰出的设计大师,他以极致的繁复华丽、脱轨的放浪骇俗、冲突矛盾的创作,叹为观止的演出,挑战经典传统,颠覆了“迪奥”品牌所确立的一贯高级、精致、优雅的形象,使这个品牌在新时代焕发出了旺盛的活力,继续前行在世界时尚潮流的风口浪尖上。在美国设计界享有“趋势猎人”的马特·马图斯(Matt Mattus)在他的著作《设计趋势之上》中指出:“世界

上最著名的、最富创造力的设计界领袖们有着某些共同特征：他们总是追求原创性设计；他们总是尊敬那些有真才实学的人；他们总是不懈地追求完美，而自觉前行。”“真正的创新，要求那些卓有远见的设计者们，观察文化并对其影响加以整合，创造出超越流行的趋势，具有非凡文化意义的原创作品。”

颠覆性的服装创意设计看似荒诞，标新立异，但它不是设计师凭空捏造出来的设计，而是以时代、社会、政治、经济、文化、科技的进步为基础，那些创造世界时尚潮流的设计师正是独具慧眼，发挥了非凡的创造才能，将孕育在火山内部的岩浆以独特的方式引爆出来。

## 2. 推陈出新型服装创意设计

如果说颠覆性服装创意设计只局限于少数设计精英范畴的话，那么推陈出新型服装创意设计则具有广泛的普及性，它使时尚潮流得以绵延流长，是推动时装蓬勃发展的动力之源。此类服装创意设计基于对现有服装设计资源的利用与创新，具体又有“复合型创新”和“改进型创新”之分。前者比后者创意性程度更强。

有学者将“复合型创新”用“黄+蓝=绿”的公式来表达，绿色是黄色与蓝色混合后形成的新的色彩，它既有黄的成分，又有蓝的成分，但它却非蓝非黄。这个比喻十分形象和恰当。它被广泛地运用到服装创意设计之中，所谓“混搭设计”就是如此。通过对已有服装要素创造性的复合，从而创造出新的方式、新的服装设计要素，服装创意设计的原创性就在不断地复合创新的过程中得以体现。

“改进型创新”是指：“在现有服装产品的基础上进行改进，使其在结构、功能、形式等某个方面具有新的特点，从而使品牌原有的产品焕发出新的活力，满足消费者的新需求，扩大新产品的销售”。虽说改进型创新设计原创性程度不高，但它对服装的发展也是不可或缺的，比较适合普通成衣的创意设计。

## 3. 功能创新型服装创意设计

着眼于服装各种实用功能的改善与创新是此类型服装创意设计的特点。也许在当今，此类创意设计更多地表现为服装材料、服装舒适性、防护性、保健性等方面高新科技上的创新或创新运用，但高新科技的植入，服装功能性的开发，这些与时尚创意的结合，确实确实给服装领域带来了革命性的变革，带来了创新设计的新空间。例如：利用高新技术创新开发的鲨鱼皮泳装，从功能性研发入手，将减少泳衣水中阻力，提高运动速度的功能推向了极致，通过时尚的前卫艺术化风格的流线型设计，使鲨鱼皮泳装成为新时代的宠儿，这样的例子不胜枚举。

当然,没有高科技的介入,同样从功能创新角度开发服装新产品也是重要的创意设计途径,只是所带来的影响力不如前者罢了。服装的多功能创意设计就是很好的例子。也许有人会说,像“可脱卸”、“可携带”、“一装多种穿法”等这样的多功能服装设计早已司空见惯,在此之上加加减减,这算不上创意设计。但是要看到,一方面,随着时代的发展,生活方式的改变,人们对服装功能性的要求也在不断更新,如今为“电脑一族”设计的USB电手暖、“袖毯”等就是这样在创新功能开发下的服饰产品;另一方面,现代的人性化设计努力在体验和挖掘消费者内心潜在的服用需求,所以创意是无限的。媒体上曾有报道说一种具有“三条腿”的创意裤袜受到女性消费者的青睐,这一功能性奇特的创意设计解决了女性外出,特别是参加重要活动时连裤袜被钩破后的窘迫(平时多余的一条腿卷折后放入上端设计的暗袋中,需要时好坏袜腿对调一下即可),可见功能型创新设计的魅力。

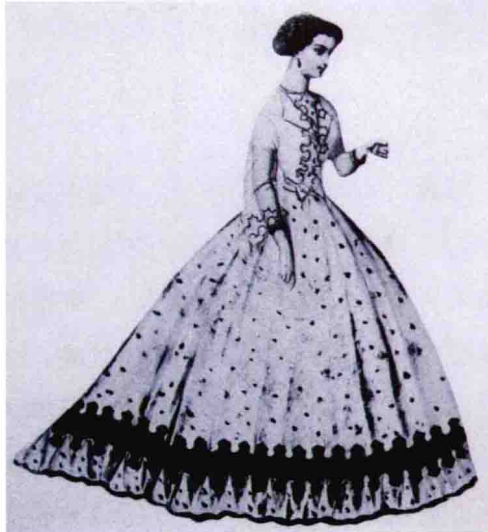
## 五、服装创意设计的历史发展轨迹

19世纪中叶,由于英国服装设计师查尔斯·弗雷德里科·沃斯(Charles Frederick Worth)在服装款式设计上的努力探索与尝试,其作品被当时的法国尤金妮(Eugénie de Montijo)皇后所宠赏而成为了法国第一位宫廷服装设计师兼裁剪师。从此,“服装设计”和“服装设计师”的概念进入到人们的头脑,登上了历史的舞台并逐渐深入人心,开创了一个服装设计的崭新时代。在这之前,明确的服装设计概念没有出现,服装款式与制作基本上是以宫廷贵族的喜好,依照传统审美观念和模式,由裁缝师量体裁衣制作完成的。服装设计从明确产生的一开始就彰显出极大的魅力,其魅力一直有增无减,持续至今日。

以沃斯为代表的最初的服装设计师确立了服装设计的重要作用,确立了服装设计师的权威性地位和极高的声望。詹姆斯·莱维尔(James Laver)在《服装简史》一书中有这样的描述:“这位矮小、干瘪、黝黑,带点神经质的人,身穿一件天鹅绒外衣,漫不经心地叼着一根雪茄在接待室里指挥着前来定制服装的贵妇们,‘起步走!转身!好!一周以后再回来这儿,我将为你设计一套适合你的时髦礼服。’不是顾客进行选择,而是设计师决定着一切。”沃斯及其作品如图1-1所示。



(a)



(b)

图1-1 19世纪中叶, 开创服装设计新时代的设计师沃斯和他的设计作品

20世纪初, 服装设计经过半个世纪的发展, 已经出现了创意设计的萌芽, 例如: 当时具有一定影响力的英国女时装设计师露茜尔(Lucile)开创了为服装设计作品起名字的做法, 诸如“生活美酒”(The Wine of Life)、“爱的通道”(Love Will Find out a Way)、“挣脱情感的束缚”(Passion's Thrall is Over)等, 给服装设计注入了带有某种生活情趣的创意成分, 有点类似现代服装设计主题表现的形式。引领此时期时装风尚的代表性设计师保罗·波瓦列特(Paul Poiret), 充分感悟到了“新女性”的存在和时代的变迁, 率先发起了对传统的、成熟而老练的、矫揉造作的贵妇人理想形象的攻击, 使时装首次呈现出年轻化的带有东方清新、自然意味的时代风潮, 使服装创意设计改变了长达好几个世纪欧洲妇女穿紧身胸衣加庞大裙撑的服饰形象(虽然此时并没有服装创意设计这一提法), 如图1-2、图1-3所示。



(a)



(b)



图1-2(a) | 图1-2(b) | 图1-3

图1-2 引导20世纪初服装风貌的设计师波瓦列特和他的服装设计作品

图1-3 20世纪初具有影响力的服装设计师露茜尔和她的服装设计作品