

服装系列设计丛书

系列女装设计

X I L I E N Ü Z H U A N G S H E J I

周丽娅 / 编著



服装系列设计丛书

系列女装设计

周丽娅 编著



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书主要介绍了女装系列设计的创作思维方法和表现形式。全书内容包括:系列设计的含义、理论;系列女装的构思与设计;系列女装设计的方法、主题、表现形式;系列女装风格的设计;流行预测与女装系列设计等等。

本书将设计理论与表现技法运用于整体系列的女装设计之中,图文并茂,实用性强。可供服装设计专业学生、专业服装设计师参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

系列女装设计/周丽娅编著. —北京:中国纺织出版社,
2001. 10

(服装系列设计丛书)

ISBN 7-5064-2047-3/TS·1510

I. 系... II. 周... III. 女服—设计 IV. TS941.717

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 039550 号

策划编辑:由炳达 责任编辑:王文仙 责任校对:郭姝兰
责任设计:何建 责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号

邮政编码:100027 电话:010—64168226

<http://www.c-textilep.com/>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社印刷厂印刷 各地新华书店经销

2001 年 10 月第一版第一次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:10.5

字数:182 千字 印数:1—5000 定价:28.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换



作者简介

周丽娅，1983年毕业于湖北美术学院，现任武汉科技学院纺织服装学院副教授。中国服装设计师协会理事。曾出版《服装构成基础》、《潇洒女装》、《儿童时装》等专业书籍并发表多篇专业论文，担任过大型古装现代楚剧《穆桂英休夫》和首届中国民族服饰博览会《土家情韵》专场表演的总设计师。

服装系列设计丛书

- 系列女装设计
- 系列男装设计
- 系列童装设计

目 录

第一章 系列设计的含义

1

- 一、系列设计的概念 / 1
- 二、系列女装产品与市场 / 2
- 三、系列设计的基本要素 / 4
 - 1. 功能 / 4
 - 2. 造型 / 4
 - 3. 材料与工艺 / 4
 - 4. 人因 / 5
- 四、一次设计、二次设计与系列设计 / 5
 - 1. 一次设计 / 5
 - 2. 二次设计 / 5
 - 3. 系列设计 / 5
- 五、系列设计与相关学科 / 6
 - 1. 系列设计与社会科学 / 7
 - 2. 系列设计与人文科学 / 7
 - 3. 系列设计与自然科学 / 7

第二章 系列女装设计的理论

9

- 一、系列女装设计特点 / 9
- 二、系列女装设计理论 / 9
 - 1. 均衡 / 10
 - 2. 比例 / 10
 - 3. 节奏 / 10
 - 4. 强调 / 17
 - 5. 协调 / 17

第三章 系列女装构思与设计

24

- 一、系列设计构思 / 24
- 二、系列女装构思的创造性意识 / 24
- 三、系列女装设计的条件 / 31
 - 1. 女装品牌系列设计的条件 / 31
 - 2. 参赛女装系列设计的条件 / 32
- 四、灵感与创意 / 32

- 一、系列女装设计思路 / 38
- 二、系列女装设计的方法 / 39
 - 1. 系列构思从草图入手 / 39
 - 2. 组成系列的套数的考虑 / 45
 - 3. 系列女装设计从材料入手 / 45
- 三、系列女装设计图的完成 / 45
 - 1. 系列设计效果图 / 46
 - 2. 正面款式图或背面款式图 / 46
 - 3. 细节的表现 / 46
 - 4. 文字说明 / 46
 - 5. 样衣结构图 / 46
- 四、系列女装设计的完成 / 46
 - 1. 设计师 / 46
 - 2. 样板师 / 47
 - 3. 样衣师 / 47
 - 4. 纸样设计与样衣制作 / 48

- 一、什么是主题 / 49
- 二、主题确定的方式 / 49
 - 1. 先有题材再确定主题的方式 / 49
 - 2. 先有主题再进行选材和构思的方式 / 49
- 三、女装系列设计主题的来源 / 49
 - 1. 历史文化 / 52
 - 2. 民间艺术 / 52
 - 3. 科学技术 / 52
 - 4. 自然生态 / 52
 - 5. 社会动态 / 56
- 四、系列女装的主题命名方法 / 56
 - 1. 系列女装的主题命名要点 / 56
 - 2. 系列女装的命名方式 / 57
 - 3. 系列女装的主题文字说明要点 / 63

- 一、女装廓型系列的表现 / 64
 - 1. H 型女装外轮廓 / 64
 - 2. A 型女装外轮廓 / 64

- 3.X 型女装外轮廓 / 64
- 4.Y 型女装外轮廓 / 65
- 二、女装款式系列的表现 / 65
- 三、女装色彩系列的表现 / 65
 - 1. 相同色彩系列的设计 / 65
 - 2. 近似色彩系列的设计 / 76
 - 3. 对比色彩系列的设计 / 76
- 四、女装面料系列的表现 / 77
 - 1. 相同材质设计的系列女装 / 77
 - 2. 不同材质组合设计的系列女装 / 77
 - 3. 近似图案的系列设计 / 77
 - 4. 色彩变调的系列设计 / 77
- 五、女装线性系列的表现 / 77
 - 1. 以结构线为主的系列构思 / 77
 - 2. 以装饰线为主的系列构思 / 80
- 六、女装服饰品系列的表现 / 80
 - 1. 相同女装不同饰物的系列设计 / 80
 - 2. 相似女装相同饰物的系列设计 / 80
 - 3. 相同饰品不同装饰位置的系列设计 / 80
- 七、女装装饰工艺系列的表现 / 88
 - 1. 以缉明线装饰为主的系列女装 / 88
 - 2. 以活褶与折裱装饰为主的系列女装 / 88
 - 3. 以镶边带装饰为主的系列女装 / 88
 - 4. 以镶饰装饰为主的系列女装 / 88
 - 5. 以荷叶边装饰为主的系列女装 / 90
- 八、女装综合系列的表现 / 90

第七章 系列女装风格的设计

91

- 一、系列女装的风格特征 / 91
- 二、风格的形成 / 91
 - 1. 轮廓 / 91
 - 2. 色调 / 92
 - 3. 材质 / 92
 - 4. 服饰品 / 92
 - 5. 发型、化妆 / 93
- 三、系列女装的主要风格与特点 / 93
 - 1. 古典风格 / 93
 - 2. 民族风格 / 94

- 3. 前卫风格 / 95
- 4. 都市风格 / 95
- 5. 休闲风格 / 96

第八章 流行预测与女装系列设计

101

- 一、女装流行预测的特点 / 101
- 二、女装流行的特征 / 101
 - 1. 时间性 / 102
 - 2. 上升性 / 102
 - 3. 文化性 / 102
 - 4. 创新性 / 102
- 三、女装流行的要素 / 102
 - 1. 外轮廓 / 103
 - 2. 材料 / 103
 - 3. 色彩 / 103
 - 4. 细节与工艺 / 104
- 四、女装流行预测的规律 / 104
 - 1. 次序性 / 104
 - 2. 一致性 / 105
 - 3. 流行的惯性 / 105
 - 4. 流行预测的规律 / 105
- 五、获得国际流行资讯的途径 / 105
 - 1. 专业展会 / 106
 - 2. 专业出版杂志 / 106
 - 3. 社会事件与媒体 / 107
 - 4. 信息网络 / 107
- 六、女装流行预测的方法 / 107
 - 1. 影响人们衣着行为的背景分析 / 108
 - 2. 流行趋势主题概括 / 108
 - 3. 主题趋势下的流行色组 / 108
 - 4. 主题趋势下的面料特征 / 109
 - 5. 主题趋势下的女装系列设计 / 109
 - 6. 主题趋势下的细节与配饰 / 110
 - 7. 主题趋势下的发型与化妆 / 110

彩图 / 111

参考书目 / 159

后记 / 160

第一章 系列设计的含义

一、系列设计的概念

什么是系列设计?就字面而言,它是由“系列”与“设计”两个词组合而成的,其中“设计”是中心词,“系列”是它的限制词。因此必须从两个词的含义来解释。

“系”字可引申为系统,在辞海里解释为“自成体系的组织”;“相同或相类的事物按一定的次序和内部联系组合而成的整体”。

“设计”一词的英语词汇是“design”,在19世纪工业化以后,“design”一词逐步形成了具有现代意义的“设计”概念。有辞典解释:design是“为达到既定的目的而创造、计划或计算”;“就特别的机能提出设想和方案”;是“事先画出来的,将要被实际制作的物体的草图或模型”;是“基于艺术的动机,意义上的线,对部分、外形和细部的视觉进行整理和配置”。人类开始有意识地使用“设计”这一词汇是在20世纪初,可以看出design一词含义范围非常广泛,而且不同种类在设计中的内含也不尽相同。就艺术设计来看:环境艺术设计、建筑艺术设计、陶艺设计、工业产品设计、包装广告设计、舞台美术设计和展示设计等,它们类别不同,设计内容和形式就都不一样;就服装设计来讲,款式造型设计、服装结构设计、服装工艺设计等,其设计的内容虽不一样,但设计的方法却是一样的。设计发展至今,从广义上来理解,设计应是指围绕某一目的而计划的方案,在进行创造性的想像中把设想制作出来的一系列活动,而不只是色彩、纹样、形状和装饰的设计。“所谓设计,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。现代服饰设计不仅仅只指视觉上可以感知的形和色,更包括思维方式、生活方式、使用方法等看不见的部分,它们也在设计范畴的考虑之中,它们是设计师追求心灵、形态美的物化表现。

服装社会心理学家认为:比服装更包罗万象的名词是外观(appearance)。外观意指除了服装之外,其他借助身体或各种装饰所造就出来的整体视觉印象。这个概念使我们对服装的认知提升到其他各种装饰身体的过程——包括节食、做发型、化妆、刺青以及穿耳洞。外观就是我们日常生活中看到自己或看别人时



的整体印象。这类整体印象就是我们要探讨的系列设计或二次设计。另外,在设计服装服饰系列的过程中,更应考虑“关于整个系统或人工物或其集合体的设想,预先决定细部的处理办法”。这是英国的布鲁斯·阿查(Bruce Archer)对设计下的定义。产品的系列化从哲学上说就是系统化,单个产品设计要成为一个各种因素完整的系统,该产品与其他有联系的产品要搭配成套。这也说明,设计不是靠个人的兴趣和感觉来解决问题的,特别是品牌成衣化的系列设计是由许多行业中的行家里手协同工作来完成的。

当我们将“系列”和“设计”两个词的含义有所了解后,就不难理解系列设计的含义了。通俗地说“系列设计”就是“系列的”设计或“系列地”去设计。前置词“系列”是表达一类产品中具有相同或相类的要素,并依一定的次序和内部关联构成完整而又有联系的产品或作品形式。如:在服饰业的产品设计中有大衣设计、衬衫设计、羽绒服设计、针织服设计、内衣设计、鞋帽设计、包箱设计、首饰设计等产品品种的区别。从衣与人的关系或人文角度,还应有多种主题的系列形式。系列设计强调系列中设计因素的关联,强调设计中形成的系列感觉。品牌服装的设计,不仅要考虑单纯的造型设计或艺术设计,还要考虑一些艺术之外的市场、价格、流行、预测等方面问题。它是一种综合的艺术设计和抽象的形态设计方式,所以必须系列地去设计。系列地创意服装,还要考虑到具体的设计对象,要根据条件和制作技术的可行性来进行设计的创造性活动。

按上述定义,系列服装(line)是指系列化的服装产品,就是那些大众化价位、系列的时装精品。在系列设计中,单套服装与多套服装中相互联系的关系,必定有着某种延伸、扩展的元素,有着形成鲜明的系列产品的动因关系。因此每一系列的服装在多元组合中表现出来的次序性和和谐的美感特征,是系列服饰的基本要求。

二、系列女装产品与市场

服装是技术与艺术的结晶。系列化的女装产品是生活与美学相结合的产物。与大众生活密切相关的系列产品包括衣、食、住、行、用等各个方面,比如:家用电器系列产品、室内纺织系列产品、日用化工系列产品、家俱系列产品、食品系列产品、化妆系列产品、服装系列产品等等。当今许多企业,在产品生产上都呈系列化、多层次化发展,系列化的产品不仅在视觉上给人以美的感受,而且在产品的陈列展示中,应突出品牌形象和产品风格特征,便于人们记忆。

在市场上,不论是购物中心的橱窗陈列,还是家居样品销售的布置或是品牌专卖店的POP广告,系列的包装陈列、产品展示中所传达的视觉的美和环境



的舒适是随处可见的。随着人们的生活方式不断向高品质、舒适化、多元化发展,设计要不断适应它的节拍,努力创造适应新生活方式的新的系列产品形式。例如:“ESPRIT”产品是青春、运动、休闲的款式和流行色彩的组合,那有多种样式、成系列的橄榄绿的外套,成系列又略有变化的休闲裤型,成系列的针织套衫和外套等,品牌以其系列的丰富性得到那些喜欢休闲感受,又怕雷同化的年轻女性青睐。有的品牌则以系列化的休闲上班服,推进品牌市场。纵观服饰市场,系列设计感优秀时都能很快地被人们所接受,并在市场上产生震撼力(彩图1)。

现代社会有多种选择要求,各行业都注重综合设计,形成了各种系统程序。消费和生产之间的关系又是一个更大的系统,人类社会就是在这个大系统中运动发展的。服装的优秀品牌在产品的组合上其系列感会更加突出,其产品的定位和品牌形象都有自己的特色,所以它们不仅在市场上具有量的优势,也是品牌内涵文化质的体现,因此消费者的回头率较高。可见,系列服装产品的设计,是当今企业为适应不同的消费层次、不同的生活需求、对商品选择越来越严格这一形势的有效途径。

“系列造型变化是贯穿于整体的,每一件服装都有其特色,但组合在一起同属于一个风格,给人的感觉是流畅完整的”。设计师在不同的主题设计中,从色彩、面料、款型构思等方面系统、紧凑地展示出一个系列服装的多层内涵,充分表达了品牌的主题、设计风格和设计师的理念(彩图2、彩图3)。

系列化的着装方式已经为人们所接受。不同的服装设计赛事中的系列作品和不同品牌的系列服饰产品,在橱窗和专柜陈列展示中或在T型台模特展示上,都以整体系列形式出现,以重复、强调、变化细节和各种节奏产生出强烈的视觉感染力和具有刺激性的诱惑力,均比单件产品的效果要强得多。服装作品或产品风格的整体效果及它们所具有的深度与广度,都以服装中各要素组合的凝聚力为手段使系列作品的主题得以体现,使服装得到内在的升华并传达出一种文化理念。在服装展示中那些系列感强的作品或产品,当风格和流行把握到位时就具有鹤立鸡群的效果,而不断受到人们的青睐。

随着人们认识能力和技术手段的迅猛发展,系统的眼光、系统的思维能力和系统化地设计产品所表现出来的优越性,使系列思维设计近年来得到迅速的发展,并在现代设计中占有重要的地位。

生活需要系列设计,系列设计服务于生活,系列化产品能美化生活,系列化产品的情趣将创造全新的生活观念和生活方式,所以,系列设计是当代文化的

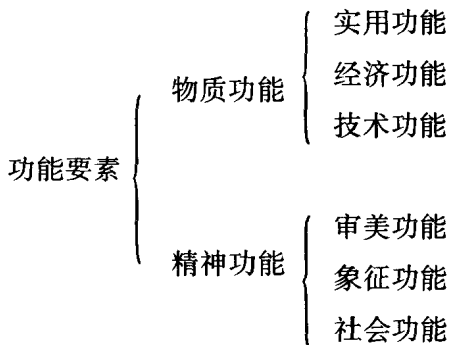
象征。

三、系列设计的基本要素

1. 功能

功能是指服装的某种功效和用途,它反映了人的需求。在现实生活中,人对服装的需求既有物质的实用功能,又有精神的审美和象征功能。无论是系列化的成衣设计,还是系列化的创意设计,都必须满足人在这两方面的需要。当然设计要有所侧重,成衣系列的产品设计首先应考虑日常穿用,重在实用的创新和美观;创意化系列作品的设计,首先应考虑审美和象征性,重在美观的创意和实用。

系列服装的功能,要求系列产品要丰富,适宜现代多变的生活方式,适用于人们多种实用选择和多种搭配,满足人们对服饰形象、艺术美、象征性等多方面的审美要求。



2. 造型

造型是功能的表现形式,是服装实现其穿用目的所采用的结构或形态。

女装造型是在形态要素设计基础上综合构思的造型形式,其中包括:形、色彩、材料肌理、工艺技术、结构及装饰等多种形式要素的设计。系列女装的造型,一方面要为功能服务,另一方面要符合时代审美理念和设计主题的要求。

3. 材料与工艺

衣服的材料是系列服装设计的基础,工艺制作是完成系列设计过程中的一个重要手段。不同主题和风格的系列作品,将以不同材料、不同肌理与不同的工艺制作得以表现。这里所说的材料不仅仅是面料,它应该是女装系列中所用到的各种东西,特别是服饰品。服饰品一般是以纺织品为原料制作的,但皮革、毛



皮、塑料、玻璃,甚至木头等都可以大量地运用到服饰品中。设计师要熟悉、掌握多种材料的特性和材料塑型的可能性,以适应服装的结构和制作服装的工艺技术,以便达到理想的设计效果。

4. 人因

人因是人因工学、人体工程学等方面的问题。系列服装设计要围绕着人,创造适宜人们生存使用的方式;从科学的角度说,是创造更合理的生活方式;而从审美的角度来看,则是创造更艺术化的生活形象。

如果服装设计的基本要素为款式、面料与色彩三个方面的形态组合;系列设计要素就是衣服款式、服饰品配件、具有性别年龄的人(或人群)及人穿着后的状态四个维度组合的造型形式。换句话说,就是以系列概念为前提,在设计时综合考虑衣服与人在各个方面的多样与协调性,并整体完成四个维度立体的构成组合。

四、一次设计、二次设计与系列设计

现代社会,人们有多元化选择的要求,服装产品设计在一次设计之外的二次设计乃至系列设计越来越广泛地应用在设计之中。

1. 一次设计

传统的一次设计是对单件服装产品作出物质材料的创意,它是其他设计流程或阶段的基础,贯穿于设计过程的始终。其基本要素应是点、线、面、体的形态要素和面料、色彩的设计。设计师通过点、线、面来立体地设计制作衣服。

2. 二次设计

为了满足人们的审美要求,满足人们对服装整体风格和服饰文化的需求,二次设计产生了。它实际上是在一次设计的基础上,从整体着装状态对服装产品进行的又一次创意。尽管衣服都是以完成的型出现,但对于着装的人而言它们都是要素。从这一意义上说,人本身也处于要素的位置。因为一件服装只有人穿着后,注入了着装者的气质和感觉,才是最终完整的设计。这是使人和服装尽可能达到完美结合的设计过程。与只经过一次设计的单品衣物相比,二次设计更具有整体的形式美和形象特征。

3. 系列设计

系列化设计是服装品种丰富化的设计。在高级成衣发布会上,设计师都以多个主题的系列产品来演绎下一季消费对象的着装方式和设计师新的系列服饰的设计理念。而每一季的新品上市,优秀的品牌都以系列的款式、系列的色彩、系列的品种规格、系列化的服务和管理来赢得众多的消费者。



参赛的服装作品,必须以五套左右的系列服装来表达设计的主题。在众多的作品中,只有系列感优秀的作品才会脱颖而出。

(1) 一次设计和二次设计的关系:所谓二次设计是在单一服装产品物质材料的基础上,对其整体形象和美感的创意。不难看出,一次设计是二次设计的物质基础,二次设计是对一次设计所进行的由表及里的整体综合。如果说一次设计是完成单一衣物产品的造型,那么二次设计则是完成服装整个着装状态的设计。

(2) 一次设计和系列设计的关系:在进行系列设计时,多从系列服装的横纵两方面来考虑。在进行纵向创意时,要注意服装的功能性,考虑平面形式、立体造型、色彩搭配、面料肌理、结构处理、工艺技术等因素的构成。这样就建立起一次设计和系列设计的关系网。由上可知,一次设计为更高层次的设计作好了物质准备,而系列设计是一次设计的升华,是一次设计风格的重组。

(3) 二次设计和系列设计的关系:从系列服装的横向创意来看,它是单品服装和系列服装间的关系。即服装色彩间的呼应、变调组合的对比谐调;服装和服装之间在设计纹样、饰品的共性与个性上的处理;服装造型与服饰风格的统一等等的逻辑关系。这种关系搭起了二次设计和系列设计之间内在联系的横向关系。作为具有功能性的服装来说,还必须注意服装与人、与生活环境等因素的逻辑关系。由此,系列设计是将业已完成二次设计的相对小整体进行大范围整体逻辑综合的过程。

综上所述,一次、二次、系列设计三者绝不是孤立的,三者处于一个完整而有机的整体里。从理论上说,这三者在审美中规范知觉和想像的趋势,是一种发散性思维与锁链式的、环环相扣、递进式的线性思维和形象思维互相渗透、互相作用的过程。因此,任何一个环节出现问题,系列整体设计的效果就会大打折扣。它们之间有着相互依存、相互制约和相互统一于系列设计整体之中的辨证关系。

五、系列设计与相关学科

系列设计学是一门综合性的、交叉性的学科。我们把衣物和服装依照一定的法则、体系和原理进行认识研究的话,与系列女装设计相关的边缘学科有社会科学(服装社会学、服装心理学、服装经济学、服饰历史学、服装商品学、系统学等)、人文科学(艺术学、服装设计学、服饰色彩学、服饰美学、服饰文化学等)和自然科学(服装材料学、人体工学、服装结构学、服饰工艺学等)等。



1. 系列设计与社会科学

社会科学是一门价值科学、行为科学。任何设计对社会都存在一个价值问题,服装也不例外,它是建立在人和社会关系之上的生活设计。从这个意义上说,设计中的社会学研究,当是以设计师和享受设计的消费群为对象,围绕系列设计宏观社会潮流、中观人活动的环境、微观场合的个人风貌来进行研究。特别是女装成衣品牌的设计是以设计、生产、流通、消费、反馈的全过程为对象的设计,是一门有关设计师、设计作品、设计创造、设计的社会功能、设计的附加值等方面研究的学科。

从价值科学和行为科学的角度来看,服装设计不能像纯粹艺术创作那样自由。以表现艺术家的情感为主的艺术品,可以不受社会评价的制约;而服装设计要有物品、产品、商品和消费品等出现,它们要接受社会的评判才能产生价值和体现价值。如果是为企业工作的设计师,市场的占有率、消费者的接受程度是检验设计师的惟一标准,因为产品附加值的增加和消费者受欢迎的程度都是设计师设计才华高低的体现。

系列设计产品,要以不断的创新来满足消费者不断的需求,来刺激消费者购物,使产品得到社会的认同,从中创造价值和利润。

2. 系列设计与人文科学

系列设计要应用服装设计学、服饰艺术学和服饰色彩学的理论,主要对服装造型应用、人的着装与人体着装后所发挥出来的各种机能以及由这种机能引起的效果与形象的过程进行研究。系列设计也是人们生活方式的设计,它与社会有关,与文化有关,与每个人有关。

从人文科学的角度来看,设计师作为服饰设计创作的主体,其个人素质的高低和对文化的理解很重要。设计师本人的综合素质包括设计师的美术基本功底、艺术设计基础、丰富的情感、敏锐的审美感受力和创造性、想像力等等,设计师的文化和艺术修养包括社会中的语言符号、街头俗语、民俗风情、社会风俗、时尚流行,这些丰富的知识可形成个人独特的感受能力,设计师只有具有了敏锐的审美感受力,才能从一般的事物和现象中感悟出美的联想,设计师的素质将直接影响到其对时尚潮流的理解和服饰创作的深度与高度。

3. 系列设计与自然科学

服装技术与艺术已是当今的热门话题,高科技的材料、新技术在服装中的应用以及服装人体工学、服装结构等技术的探讨已是提升服装内在质量不争的事实,也是设计师必须具备的基本功底。



从自然科学的角度来说,“最完善的设计不是在纸上,而是在人台上塑造出来的”。因此,“精通手艺,对于每个艺术家是必须的,在那里存在着创造想像力的主要源泉”。制衣的技能、高科技的材料、高科技的技术、对服装结构的理解都是服装创意的基础。对于系列女装设计来说,只有对设计、结构、工艺的苛求,才会使细节趋于完美,才有助于主题设计理念的充分体现。

综上所述,系列女装设计是综合其他学科的边缘性的设计。从艺术审美的角度来看,服装是作品,要从形式到内容精心设计,使其具有审美意义;从生产商的角度来看,服装是产品,加工的质量好可以使企业获得更大的利润;在商人那里,它是商品,精心策划也是为了利润;从艺术与技术的结合方面来看,它又是技术和材料的载体,改进技术是为了技术的进步;从消费者的角度来看,它是用品,花钱购买是为了穿用。系列服装只是一种载体、媒介,是设计师为消费者创造新的更合理的生活状态和生活环境的形式。这亦是系统论的高度去审视市场、利润、技术和形式的现代设计方式。