

全国高职院校服装类专业精编实训教材

TS941.717

46



女装设计

胡艳丽 段 婷 主编 黄春岚 邓琼华 信玉峰 副主编

河北美术出版社

前言

服装是一种社会文化形式,服装设计是着意于这种文化形态的设计。科学与艺术的相互结合,自然科学与社会科学的交融,使之出现了诸多的边缘性学科,服装设计便是从这种结合中派生出来的新型学科之一。服装设计与其他造型艺术一样,受到社会经济、文化、科学技术的制约和影响,在不同的历史时期有着不同的精神风貌、审美标准以及鲜明的时代特色。

就服装设计的本质而言,它是选用一定的材料,依照预想的造型结构,通过特定的工艺制作手段来完成的艺术与技术相结合的创造性活动。由于造型风格、造型结构及造型素材的差异,服装又可分为适合于不同消费群体或个人的若干种类。随着人们的社会分工,审美需要的不断深化,服装的造型、服用功能越来越规范化和科学化,因此,掌握服装的设计方法和规律也就越来越必要。本教案所叙述的内容正是围绕着这些相关问题而展开的。

服装设计是一门综合性、多元化的应用性学科,也是文化与科学技术的统一体。因此,要求设计师不但要具有良好的艺术修养和活跃的设计思维,而且需要掌握严谨的运作方法;既要学习和研究有关设计的系统理论,又要提高实际操作能力和综合能力。这些方面缺一不可,且常常存在着难以解决的矛盾,服装设计正是在解决和处理这些矛盾的同时求得满意的服装造型和理想的穿着效果的。同时,在设计实践中需要掌握一整套科学的、有序的设计方法,这种设计方法是建立在深入了解消费群体的实际需要和熟悉服装的运作程序之上的。而且,不同的服装造型和服用功能,其设计方法也不尽相同。另外,在现代服装设计中,国际时尚潮流与审美倾向是设计的重要前提和依据,应该借鉴和吸取先进国家的成功经验,以丰富我们的服装设计体系和服装文化体系。

在中国,服装教育已经发展了二十多个年头,服装专业的书籍也已出版了很多,而这些教科书应用在各种服装教育模式中又显得不够细化。目前,服装发展培养的对象已越来越多元化,为了便于不同层面的学生更好地学习,我们

要考虑什么样的教材适合于什么类型的学生掌握设计的知识，真正做到因材施教，为中国现代服装产业培养适合型人才。

根据高职教育培养学生的需要：（1）掌握设计基本训练和理论教育；（2）注意对学生的创新能力的开发；（3）强调学生专业技能和实践训练；（4）增加市场性知识，把理论学习结合到市场实践中，本书教学计划安排从基础理论进入专业设计训练，从专业理论进入实践训练。以全新的视角，突出从实用类女装设计角度出发，紧密结合市场，用符合现代服装市场性的教育方向进行女装设计理论介绍，加上图片实例说明及案例模拟训练，生动简洁地阐述设计的基本理论和设计技能，让学生能够更好地掌握专业知识的可操作性，通俗易懂。

本书在编写中得到了段婷教授、王湘莉教授，邢德昭、丁雯等多位领导及老师的大力支持和帮助，特此感谢。

本书为广大师生提供更多的选择和参考，书中如有不足之处，敬请予以批评、指正。

编者

2008年2月15日

参考课时

章/课时	教学目的	节	课程内容
第一章 (12课时)	分析认知女装设计 (分析特点,了解 市场结构)	一	女装设计的概念
		二	女装的分类和发展
		三	女装设计的知识结构和程序
		四	女装品牌市场分析与流行趋势
第二章 (24课时)	女装设计的创作思 维方法 (怎样掌握设计)	一	设计构思(创作思维)
		二	设计思维(创作思维)
		三	设计方法
		四	实训项目
第三章 (20课时)	女装设计的风格 分析	一	风格的概念
		二	服装风格的类型
		三	女装风格的转换
第四章 (40课时)	女装分类设计和 品牌新产品设计	一	休闲服装设计
		二	运动服装设计
		三	内衣睡衣服装设计
		四	职业装设计
		五	产品的策划与开发
		六	实训项目一
		七	实训项目二
		八	实训项目三

本课表按96课时设定,每周()开始/每周()次为宜,贯穿一个学期。

目 录

第一章 分析认知女装设计

>>001

- 第一节 女装设计的概念002
- 第二节 女装的分类和发展003
- 第三节 女装设计的知识结构和程序011
- 第四节 女装品牌市场分析与流行趋势015

第二章 女装设计的创作思维方法

>>019

- 第一节 设计构思（创作思维）020
- 第二节 设计思维（创作思维）024
- 第三节 设计方法026
- 第四节 实训项目030

第三章 女装设计的风格分析

>>045

- 第一节 风格的概念046
- 第二节 服装风格的类型046
- 第三节 女装风格的转换059

第四章 女装分类设计和品牌新产品设计>>063

第一节	休闲服装设计	·064
第二节	运动服装设计	·072
第三节	内衣睡衣服装设计	·075
第四节	职业装设计	·085
第五节	产品的策划与开发	·090
第六节	实训项目一	·092
第七节	实训项目二	·097
第八节	实训项目三	·105

第一章

分析认知女装设计

1

课题名称 — 分析认知女装设计

课题内容 — 女装设计的相关概念、女装的分类、女装设计的知识结构、女装设计的发展、女装设计的程序

课题时间 — 12课时

训练目的 — 让学生通过理论学习开启女装设计的大门，初学者掌握什么是设计，如何为设计定位，明确学习设计的目的及设计人才需要具备的基本素质

教学方式 — 理论讲授、图表分析、实践训练

教学要求 — 理解女装的概念，区别市场性和创意性女装的定位，了解女装设计的基本过程，掌握女装设计的知识结构，开始学会用专业的眼光观察流行的信息

作业内容 — 1. 风格女装设计的相关概念，以文字分析学习女装设计的目的和市场性女装的特点
2. 根据女装设计发展（分析流行和市场的规律）以图片配合文字进行解释
3. 根据女装设计的知识结构，分析自己应掌握的知识面和应具备的素质有哪些，同时分析出基础训练如何沿用至设计训练中

作业评价 — 通过理论学习，让学生以自述的方式表现自己对学习的理解

1. 观察、分析问题是否准确
2. 是否能归纳出流行规律的基本特点

>> 第一节

女装设计的概念



常常说一部服装设计史就是一部浓缩的人类社会发展史，作为人们生活基本需要的四大要素之首，服装在社会的整个精神生活和物质生活中占有重要的位置。而女装又以其特有的时尚性在众多不同类别的服装中一枝独秀，扮演着流行变化的重要角色。对女装设计的基础知识和概念的了解，就来自于对服装设计的概念和理论的分析，服装设计是一个整体的方向，而女装设计则从一个最为主要的类别来向我们表现设计在女装中的变化……

一、女装的相关概念

1. 女装设计

女装是按照着装者的性别划分而来的，女装设计中的对象——女性，是追逐时尚的先驱者，是时尚的最大参与群体，而且永远是时装设计师密切关注的对象，因此女装设计在服装设计中占据非常重要的地位。（图1-1）

2. 品牌女装设计（市场性）

品牌服装是指具有一定市场认知度，形象比较完整的并有一定商业信誉的服装产品系统（图1-2）。当代的中国服装市场正慢慢走向品牌设计时期，要掌握品牌女装设计就应具备更好的品牌意识和市场观念。品牌设计中的设计师不能只停留在“女装设



图1-1 女装图片

计过程”的操作上，还要提高到“品牌市场策划”的层面上，只有这样才能适合市场发展的新要求。

二、女装设计的基本要素

服装设计作品不同于艺术品，女装设计作品作为产品主要在现实生活中使用，成功的女装设计作品需要具有以下一些基本特点：

1. 设计创造中的和谐性

(1) 利用面料的特点创造新的结构和造型。

(2) 研究不同人体的体型结构，观察消费者着装状态，分析制版师、样衣工的实践经验，才能很好地将服装款式和结构处理到位，这表现为技术运用的合理性。

(3) 处理服装细节要便于制作。

2. 设计的审美和流行特点

女装设计的一大重点是穿着者塑造完美的形象，要求所设计的作品要具有一定的美感和流行特点。

3. 设计的创意独特性

女装设计的独特性表现在服装新造型的创新上，新的配色与流行色搭配上，新材料的运用或对材料进行的再次创造上，新工艺、新的艺术风格等概念设计上。



图1-2 意大利女装品牌：普拉达

本节思考：

掌握女装设计的基本知识和设计要点。

>> 第二节

女装的分类和发展



分类是人们分析客观事物的一种方法，服装是现代工业生产中的一个大类，不进行分类对流通和消费等容易带来不便。女装设计因划分角度不同而种类各异，现归纳以下几类进行分析：

一、女装分类的依据及方式

1. 根据品牌女装的不同风格区分

(1) 淑女风格品牌女装

是指服装设计师们设计的服装所体现出的一种文化内涵，一种着装时所展现



图1-3

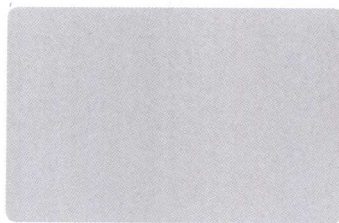


图1-4

图1-3、图1-4 淑女风格女装品牌：淑女屋（中国）



图1-5

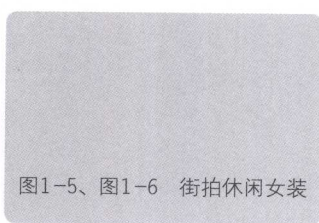


图1-5、图1-6 街拍休闲女装

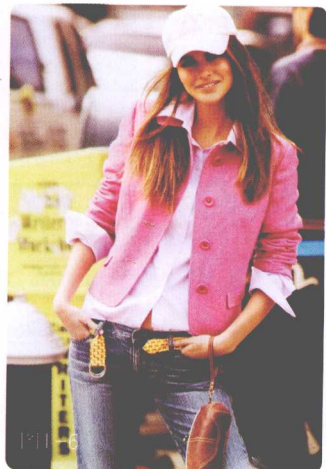


图1-7 中性风格女装

的韵味，同时体现出女性的柔美感。反过来说，也体现出这个品牌服装的设计理念。如“淑女屋”的服装、“浪漫一身”的服装等。（图1-3、图1-4）

（2）休闲风格品牌女装

休闲风格品牌女装主要追求的是自然的风格特点，崇尚自由、个性、随意……（图1-5、图1-6）

（3）中性风格品牌女装

是指服装造型设计的重点在于强调直线性设计，很巧妙地将女性的柔美与男性的阳刚美融于一体。如著名服装设计师皮尔·卡丹的设计，其重点在于夸张女性的肩部；川久保龄推出的解构设计等，都充分体现了中性服装的设计特点及风格特点。（图1-7）

（4）浪漫风格品牌女装

浪漫风情风靡于20世纪90年代，它将女性的妩媚妖娆通过服装与人的完美结合体现得淋漓尽致。其中蕾丝花边与薄纱的运用更好地体现了这一主题。（图1-8、图1-9）

（5）民族风格品牌女装

民族服饰是各民族流传下来的瑰宝，是各种不同文化的延续。世界各国的服装大师们在各种民族元素的冲击下，一次次设计出惊艳的具有民族服饰特点的经典品牌服装。（图1-10、图1-11）如服装设计大师Dior在2008年发布会推出的以日本民族传统服饰元素为灵感设计的服装，将日本民族文化再一次带到了世界舞台之上，从而进一步向世人推广了日本的民族文化。



图1-8-a



图1-8-b



图1-8-c

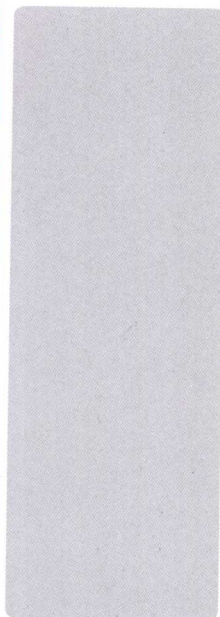


图1-9



图1-10



图1-11

图1-8、图1-9 浪漫风格女装

图1-10、图1-11 民族风格女装
品牌：天意（中国）

(6) 前卫风格品牌女装

随着“80年代”的逐渐成熟以及新新人类的推陈出新，现代前卫的设计风格不仅不会衰落，反而会在内容和形式上更加出人意料、夺人耳目。（图1-12、图1-13）

(7) 田园风格品牌女装

田园的精神，就是追求自然的人生，尊重自由真实的感受，不追逐流行，不附庸风雅……（图1-14、图1-15）

2. 根据品牌女装的种类区分

(1) 职业型品牌女装

此类服装要将时尚感与工作性质很好地体现于一身，它不仅仅具有工作性质的标志性，而且具有很强的时代感与时尚感。

从1998年开始，职业装从四十多个服装大类中分离出来，成为一个独立的新产业，这在中国服装史上是一个大事件。历经十余年的发展，中国职业装有了长足的进

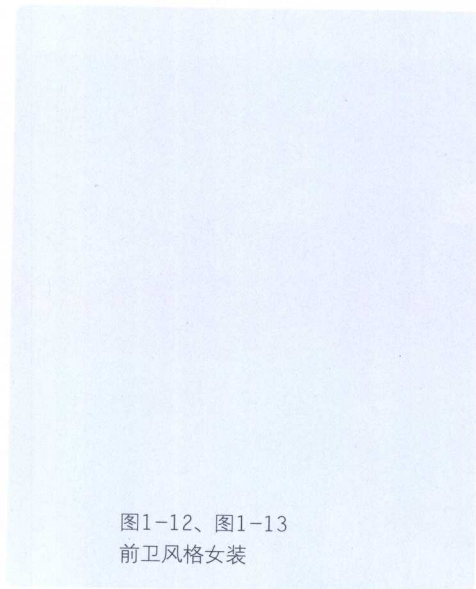


图1-12、图1-13
前卫风格女装



图1-12



图1-13



图1-14



图1-14、图1-15
田园风格女装

步,形成了以千千万万个职业装企业为后盾,以千千万万个职业装企业的团结合作为基础的服装团队;并且从小到大,从少到多,从弱到强,逐步形成了一个产业大军,涌现了一批知名职业装企业和品牌,并且以前所未有的专业化规模不断壮大。

(2) 家居型品牌女装

健康、舒适、简单,都是当代家居服设计的主线,由于当今内衣制品已变得越来越柔软,并且在21世纪发展的趋势是使用更薄、更软的面料和多层处理,更软、更新的手感,所以今后将出现更丰富、更细致的家居服装。同时由于时尚的魅力越来越受推崇,时尚的影响已无处不在,因此今后的家居服也会像时装一样,呈现出更时尚、更美丽的面貌。

2007年3月16日,中国纺织品商业协会家居服专业委员会在南京正式成立,该组织初步提出了家居服的定义:与家有关,能体现家文化的一切服饰产品。由睡衣演变而来的家居服,扩大了穿着的范围,可以说是青出于蓝而胜于蓝。家居服因家文化的需求而产生,包括传统的穿着于卧室的睡衣、浴袍、性感吊带裙,以及现在可以出得厅堂体面会客的家居装,可以入得厨房的工作装,可以出户到小区散步的休闲装等。

(3) 休闲型品牌女装

休闲型品牌女装是指在逛街时所穿的服装,最能体现街头时尚流行元素,此类服装的消费群属于偏向年轻化的阶层。

(4) 运动型品牌女装

运动型品牌女装重在将服装的技能性很好地体现出来,强调服装的耐用性、舒适性及便于运动等特点。

3. 根据不同年龄段区分(表1-1)

	穿着对象	年 龄	生理常识	设计特点
女童 品牌 服装	婴儿期 (图1-16)	0~1岁	皮肤娇嫩,多汗、排泄多、脖子短	纯棉织物,无领、连体衣,小平扣或系带,色彩柔和,图案简单可爱
	幼儿期	1~4岁	身体生长快,四肢粗短、脖子短、头大、腹凸、学走路和说话	纯棉织物,高腰节设计,色彩丰富,图案生动有趣,口袋多
	学童期 (图1-17)	4~12岁	四肢拉长,身体趋向正常比例发展,男女性别区别开始明显	面料以棉质为主,耐磨耐洗,色彩主色调为调和色,款型上下分体便于活动
	少年期	12~15岁	少女体形已基本接近成人形体,这时期的少女心理敏感,急躁、冲动、叛逆	设计者要细致地考虑她们的心理变化,适度体现她们的青春气息和时尚特点,不要太显幼稚或过度成人化,以免俗气

成年女装品牌服装 (年轻女性)	18~35岁 左右	年轻女性形体大多健美、苗条, 比例较好, 喜好多变, 追求时尚、新鲜	为这一时期女性所设计的服装, 重点在于时尚感与强烈时代感的完美结合, 风格多样, 并与其工作环境相匹配
中年女装品牌服装 (中年女性)	35~55岁 左右	新陈代谢变慢, 皮肤出现松弛, 并处于女性生育之后, 普遍形体开始发生一些变形、肥胖等变化	为这一时期女性所设计的服装, 重点在于满足穿着者的时尚需求, 强调其身份及社会地位。以款式修饰女性形体的不足, 风格变化比较稳定, 色彩温和
老年女装品牌服装 (中老年女性)	55岁以上	中老年女性的体形开始发胖, 活动不够灵活	为这一时期女性所设计的服装, 重点在于加强服装的舒适性, 面料保暖轻便、款式简洁大方、色彩沉着稳重

表1-1

图1-16 婴儿期着装



图1-16



图1-17

图1-17 学童期着装

二、女装设计的发展

女装设计的对象——女性是时尚的追逐者，是时尚的最大参与群体，而且永远是时装设计师密切关注的对象，因此女装设计在服装设计中占据非常重要的地位。女装真正的变化发展起始于20世纪20年代，从最初的新样式运动、爱德华时代风格、新风貌、迷你运动、嬉皮、朋克、民族民俗……到20世纪末的复古思潮、中性风貌和年轻风貌，设计风格经历了从古典主义、浪漫主义到休闲自然、前卫叛逆这一过程。可以认为，20世纪的女装是服装历史上的绚丽瑰宝，成为时装设计师取之不尽、用之不竭的灵感源泉，21世纪已在T型舞台发生的一切即证明了这点。20世纪90年代起，以约翰·加利亚诺（John Galliano）、亚历山大·麦克奎恩（Alexander McQueen）为代表的新一代设计师的作品，款式更大胆前卫，风格更具街头时尚，为时装设计注入了新的思维。

从国际上的不同时期的女性典型装扮来看流行变化的规律和特点。（表1-2）

时 间	社会背景	着装风格	外貌特点	妆 容	发 型
20世纪 20年代	受“现代主义”及第一次世界大战影响	女性追求利落、简洁，不强调曲线变化的长条型	体型苗条、纤细	浓烈的妆容	女性流行利落、帅气的短发
20世纪 30年代	延续20世纪20年代的特点，市场萧条	女性流行的造型是宽肩，正常腰位，窄裙子的细长造型。裤装在女性中也开始流行	受好莱坞明星的影响，性感、成熟，富有曲线为女性的理想体态	这时期女性妆容妩媚、成熟，强调细柳眉、长睫毛	“烫发机”的出现，发型再次恢复到发簪式
20世纪 40年代	第二次世界大战直接影响服装业。1947年，高级时装在巴黎复苏	迪奥充满女性化的“新式样”推出，长及小腿，下摆宽大，上衣肩部圆润，充分展现了女性优美的形体	女性形象成熟、性感，体态圆润，三围富有曲线变化	受战争影响，女性妆容以干净简洁为主，战后继续恢复化妆	受“新样式”影响，流行华丽而具有女性化的形象发型
20世纪 50年代	战后经济恢复，人们追求新的华丽，以展现和平时代的到来	细腰、宽肩长裙，细高跟鞋，女性的线条被充分地表现出来	女性更积极地展现其性感的身材	女性妆容的代表性变化有眼尾上扬，强调粗眉	延续“新样式”的潮流，同时也出现多种变化

20世纪 60年代	受“年轻文化”和披头士文化影响	短装化时期“超短裙”暴露双腿，高级时装向成衣演化，追求年轻	女性理想体态为“消瘦、骨感、稚气”	为表现年轻特点，强调银色和无彩色化妆	受年轻气息影响，女性的剪成利落的短发；披头士文化影响女性开始留着不受束缚的长发
20世纪 70年代	女性的职业化，“女强人”的概念出现	职业妇女的成熟形象，女装男性化	这时期女性不但继续以节食来保持体形，还流行以健美的方式来塑造轻盈体态	彩妆上强调代表职业自信的成熟妆容，还受流行歌手影响出现“浓妆艳抹”	长卷发“法拉头”开始流行
20世纪 80年代	女性进一步融入社会，缩小了男女装的差别，女装男性化	20世纪80年代女性强调女强人形象，流行于20世纪五六十年代的夏奈尔套装开始复苏流行	女性强调的理想形体美依旧以纤细高挑的身材为主	受20世纪70年代颠覆传统文化的影响，一些另类怪异的彩妆比较流行	由英国戴安娜王妃带动流行的“戴安娜发型”还有受朋克文化影响的“刺猬状”发型
20世纪 90年代	受多元文化影响	不同风格的服饰混搭、错搭，突破了传统的审美风格	女性仍旧追逐高挑纤细、玲珑有致、丰满胸部的理想体形	受“反唯美式美学”观点影响，女性化妆出现“黑眼圈”的流行	发型不再以单一发式流行，通过设计师的巧思及自由变化，“乱发”成为时尚的发式

表1-2

本节思考：

根据女装设计发展，了解女装流行的规律和变化特点。

>> 第三节

女装设计的知识结构和程序



一、女装设计的知识结构

1. 女装设计的思维结构

初学者在接触设计时，往往无从下手或是依稀有个想法却不知如何转变成合理的服装语言来表达，这正是因为设计重要的不但是设计技能还有设计思维。创造性思维的开拓需要多方面的知识积累，只有这样，设计的表现才能源源不断地涌现出来。要做好服装设计我们应从多面积累。（表1-3）

- | | | |
|--------------|---|--------------------------------|
| (1) 服装史 | → | 借鉴过去，了解服装发展规律 |
| (2) 流行趋势 | → | 预测未来和流行周期变化 |
| (3) 绘画能力 | → | 掌握效果的表现能力 |
| (4) 结构设计和工艺学 | → | 把握制板和裁剪技术 |
| (5) 材料学 | → | 掌握材料性能，运用材料风格 |
| (6) 图案 | → | 结合面料的运用，手工艺的表现 |
| (7) 关注焦点 | → | 关注热点话题，综合人文主题，把握流行动向 |
| (8) 增强审美能力 | → | 学习形式美学知识，丰富审美表现能力，
具有良好思维能力 |
| (9) 消费心理学 | → | 了解市场，更好地把握市场
市场营销学 |

表1-3

2. 女装设计师需掌握的基本知识

作为一名合格的设计师，要了解设计是一种综合性知识体系的运用，要有宽广的文化视角、丰富的知识和广泛的兴趣。完成设计的前提是要通过知识的补充让自己的审美能力得到提升，继而再向独立完成设计的方向去发展。（表1-4）