

● 中国高等教育服装服饰教学创新丛书
● 袁仄 主编

Design of
Modern Bags & Cases

Fashion
现代
箱包设计

李雪梅 编著



西 南 师 范 大 学 出 版 社

● 中国高等教育服装服饰教学创新丛书
● 袁仄 主编

*Design of
Modern Bags & Cases*

● 李雪梅 编著

现代 箱包设计



西 南 师 范 大 学 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

现代箱包设计/李雪梅编著. —重庆:西南师范大学出版社, 2009.6

ISBN 978-7-5621-4483-0

I. ①现… II. 李… III. 箱包—设计—高等学校—教材
IV. TS563.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第069862号

中国高等教育服装服饰教学**创新**丛书

主编:袁仄

现代箱包设计

李雪梅 编著

责任编辑:叶晓丽 王正端

整体设计:王黎黎 王正端

出版发行:西南师范大学出版社

经 销:新华书店

排版制作:点划设计工作室

制 版:重庆海阔特数码分色彩印有限公司

印 刷:重庆长虹印务有限公司

开 本:889×1194 1/16

印 张:7

字 数:180千字

版 次:2009年9月 第1版

印 次:2009年9月 第1次印刷

ISBN:978-7-5621-4483-0

定 价:42.00元

本书部分作品因无法联系作者,客观上不能按照法律规定解决版权问题。我社已将该部分作品的稿酬转存于重庆市版权保护中心,请未收到稿酬的作者与其联系。

重庆市版权保护中心地址:重庆江北区杨河一村78号10楼(400020)

电话(传真):(023)67708230

出版、发行高校艺术设计专业教材敬请垂询选题策划中心、艺术分社

本书如有印装质量问题,请与我社读者服务部联系更换。

读者服务部电话:(023)68252507

市场营销部电话:(023)68868624 68253705

选题策划中心电话:(023)68254107

艺术分社电话:(023)68254353

序

大凡一门学科，教材是十分重要的，这是毋庸置疑的。

教材通常也是一门学科成熟的标志之一。对于中国服装教育这一相对年轻的学科而言，写好、编好服装教材不仅是教学发展之必需，同样也将我们几十年来的教学思考、教学经验、教学成果沉淀下来，固化下来。但这不是编撰教材的唯一目的。

其实，教材难写，教材难编，是不言而喻的。

古往今来有口皆碑的好论著、好小说比比皆是，但被人称道的好教材颇稀。原因很简单：难！

因为教材是人类文明的结晶；教材是体现教学内容和教学方法的知识载体；教材应该是客观、公正、科学并能循序渐进地传授知识、思想和技艺的工具书。也就是说，教材编撰必须根据学科的教学逻辑，依照教学的规律和学生的认知基础，从而对学科内容进行设计、规划、系统地奉献当前该领域的优秀成果。教材不应有谬误、不凿、偏颇的内容，其本质不是个人专著，而应该是积学研究之大成的普及版本。此是难写之一。

难写之二，编撰教材的目的除了系统传授前人知识之外，十分重要的是要运用知识启迪学生，启发学生的思维，呼唤学生的想象，培养学生的创新能力。这往往是教材编写的难点与悖论，既要进行知识的传承，又要培养学生对过往知识的挑战和批判，无疑这是具有高难度的，但这是教学的必须，也是教材所必须。若教材在传授经验的同时，使学生能从中获取启迪，唤醒创意，其意义更大。事实也是如此，年轻人永远不可能满足固有的知识，当他们的圆珠笔在教材上涂涂画画的时候，未必不是其创新想象的懵懂萌芽。

其三，通常而言，教材的编撰与学科发展并非同步，所以教材不能不更新。中国的服装高等教育不足三十年，亦是摸着石头过河，其教材建设同样是亦步亦趋地摸着石头走来。目前，服装类教材林林总总，数量不可谓不多，但必须承认，其中良莠不齐，喜忧参半。而今在全球经济一体、知识信息爆炸、传播媒体多元、创新经济崛起的今天，作为世界时尚产业的教育不能不有新思维，新方法，新触角、新教材。这就是催生该套《中国高等教育服装服饰教学创新丛书》教材的缘由。

该套教材旨在对现有服装教学的传统教材或教学课目的扩展、补充和新思维的探究，也可以说是深化教育改革，全面推进素质教育，培养创新人才的新一轮教材建设。

该套教材丛书将过往服装教育内容延展到新的服装、服饰品类，时尚、史论领域……诸如针织类服装设计、首饰类饰品设计、箱包类配饰设计、时尚传播理论等等。新教材可以弥补当代服装服饰产业迅速发展中对新领域知识的需求，教材可以成为方兴未艾的服装教育新课程之新教材。

该丛书在编撰过程中，力求融会国内外相关研究成果，体现现代教育理念与方法，令教材具有应有的前瞻性、先进性、科学性和通识性。重要的是，该教材立足于开拓学生思维，培养学生创新能力。在内容上拓展知识信息，在案例教学里探索新教学方法或模式。虽然该套教材涉及的课目各个不同，但寻求服装教学创新思想与创新方法的目标是共同的。

中国服装教育的教材建设漫漫路长，任重道远……我们试图以创新的思维编撰这套教材，但并不奢望它的完美登场。我们相信探索始终是有益的，或许像学者E. H. 贡布里希说的那样：“最宝贵的是：人们只能从试错中寻求真理。”

该套教材正是我们为中国的服装教材建设添砖加瓦、抛砖引玉……

● 中国高等教育服装服饰教学创新丛书
学术顾问委员会

- 北京服装学院 袁仄 教授
- 东华大学服装学院 陈建辉 教授
- 中国美术学院设计艺术学院 吴海燕 教授
- 深圳大学艺术设计学院 吴洪 教授
- 清华大学美术学院 肖文陵 副教授
- 苏州大学艺术学院 李超德 教授
- 四川美术学院设计艺术学院 余强 教授
- 江南大学纺织服装学院 沈雷 教授
- 西安工程大学艺术工程学院 徐青青 教授

2009年春于南国香山澳

当前的中国箱包产业面临着与服装相似的发展困境,甚至更甚,产业规模庞大而内在实力却极其脆弱。在国内外的箱包市场和时尚领域中,闪光耀眼的基本上都是国外的各档品牌,几乎没有一个可以与之抗衡的纯本土品牌,究其原因,如果仅从设计的角度来分析,缺乏不断更新的、自主的创新能力应该是一个主要的因素。导致创造性思维障碍的主要因素有眼界的局限、惯性的思维、固执的见解以及片面的看法。而对当前中国箱包设计行业来说,还存在着极度的不自信和功利的心态。这就使得设计师们轻视自己的心灵感悟,放弃了自主的创造性思维和活动,而盲目地跟从国外的流行设计。以至于模仿得越像,就越失去自己的艺术特点和品牌价值。虽然获得了一些眼前的利益,但是却逐步丧失了创新的勇气、能力和机会。

当然,品牌的成功离不开现代化的管理和市场运作,这也是限制中国本土品牌发展的一个重要因素。但是这并不能取代设计的作用,也不能因此就要求设计完全顺从市场的导向。因为只有设计师创造性的艺术才华才能赋予品牌魅力和个性,两者谁也不能代替谁。这一点从国外知名品牌的成功历程中都可体会到。因此,要以自己的眼光来观察世界和获取灵感,对创新意识要有不懈追求的精神和勇气。只有在任何时候都重视个人创意的环境之下,才能产生真正有价值意义的作品和品牌。

针对这种状况,大力提升我们的设计教育水平,培养出大批优秀的专业设计人才是非常必要而紧迫的。目前,国内在箱包设计教学方面的发展也在不断加速,既有大量的职业技术培训机构、中专技校,也有高等艺术设计专业的设置。但是,在

教学思想和培养目标上还是以技术性为主,片面地强调为企业输送实用性人才的现实性,而没有建立起更高的培养目标和教学理念。而且,缺少在艺术修养和设计创新思维、能力等方面的课程设置,以及更为开阔和灵活的教学内容,系统化的设计类教材也非常缺少。因此,本书的写作目的主要针对此种专业设计教育的现状,希望能够以此作为箱包设计教学的提升做一点努力。其最终的目的,就是能够培养出具有较高艺术素养、掌握现代设计知识和技能、个性鲜明、自信独立、勇于创新的专业设计人才。

本书首先对现代箱包产品的特征做了较为详细的论述,并在其中广泛深入到人类社会的文化艺术、历史发展、时代背景等相关领域中,以便展现出现代箱包全面而立体的面貌,这是树立正确的现代化设计观的基点。之后,通过较为系统化的教学思路和课程安排,将箱包设计的理论知识和实际能力等都逐一涉及,并辅助于一些实训主题、设计实例来增加理解和感悟。在最后则是本书的一个亮点和重点,即对于创新性思维的训练环节。通过分析和阐述优秀的箱包作品的灵感来源和设计理念,来开拓胸怀和思维,找到创新的途径和方法,挖掘自己的创造潜力。并且全文中还穿插了很多相关的知识链接、品牌和设计师的简介,力求呈现出更加丰富而广博的内容。

当前中国的箱包产业正处于发展转折期的阶段,这对于箱包设计师来说,既是艰难的困境,又是潜在的发展机遇。因此,必须要坚定自己的创作信心,不要简单地对待和跟风,也不要面对市场时恐慌地、功利地、矛盾地看待问题和处理问题,而要坚持用自己的原创精神来展现出与众不同的艺术创造空间。其实分析国外的箱包设计作品就会发现,他们的思路也是非常灵活和随意的,可能与设计师个人的喜好、经历、偶然的发现,甚至是情绪等等因素有关,可能完全是原创,也可能受到其他事物的启发。而这些创造性的心理活动和表达能力每一个人都是具备的,也都有着独一无二的价值。因此,我们不必要过于崇拜他们,只要学习和借鉴即可。

Contents

目录

总序

前言

第一章 现代箱包设计的时代性特征

- 第一节 现代箱包设计与人类活动……1
 - 一、功能性是推动现代箱包设计发展的核心……1
 - 二、在不断创新中完善的现代箱包体系……4
 - 三、现代箱包设计与消费文化……5
 - 第二节 现代箱包设计与艺术设计……7
 - 一、现代艺术设计思潮推动箱包设计……7
 - 二、当代艺术设计对箱包设计的影响……9
 - 第三节 现代箱包设计与时尚……10
 - 一、从潮流之外到顺应潮流的转变……10
 - 二、箱包设计成为现代时尚产业的先锋……11
 - 三、现代箱包设计的流行趋势发布……12
- 思考题……14

第二章 现代箱包设计的艺术形式

- 第一节 现代箱包的艺术形式……15
 - 一、艺术形式的重要意义……15
 - 二、奢侈品牌与大众品牌在艺术形式上的差异……17
 - 三、设计师个人风格与品牌艺术形式……19
 - 第二节 大众箱包品牌的艺术形式……21
 - 一、大众品牌的典型风格形式……21
 - 二、大众风格形式的发展趋势……23
 - 第三节 箱包奢侈品牌艺术形式……24
 - 一、箱包奢侈品的象征性意义……24
 - 二、奢侈品牌的典型风格形式……25
- 思考题……28

第三章 现代箱包设计的基本技能

- 第一节 图画表现技法……29
 - 一、草图记录……29
 - 二、效果图和工艺图……31
 - 三、沟通和语言……32

主题设计训练……33
- 第二节 实践制作技能……35
 - 一、空间造型能力……35
 - 二、制作工艺技能……36

主题设计训练……38
- 第三节 形成设计理念的方法……41
 - 一、获得设计灵感……41
 - 二、形成设计理念……42

主题设计训练……44

设计练习……45

第四章 现代箱包设计元素的运用

第一节 造型设计……46

- 一、外轮廓型……46
- 二、体积感……48
- 三、包体的软硬程度……49

第二节 结构设计……50

- 一、基本结构……50
- 二、工艺结构……53
- 三、结构的创新和变化……53

主题设计训练……55

其他学生的设计图……56

第三节 材料设计……56

- 一、材质的表现性能……56
- 二、从材质开始的设计……60
- 三、材质与风格创造……62

主题设计训练……63

第四节 色彩设计……64

- 一、色彩风格的体现……64
- 二、基本配色方法……67

主题设计训练……70

第五节 零部件和装饰……71

- 一、零部件的设计形式……71
- 二、装饰细节的设计形式……75
- 三、局部与整体的关系……77

主题设计训练……78

思考题……79

第五章 创意性的设计理念

第一节 日常的发现与创意……80

- 一、建筑和产品的造型……80
- 二、社会热点的启示……82
- 三、功用性的追求……83

设计实例……84

第二节 风情的体验和激发……85

- 一、对自然生态的模仿和抽象……85
- 二、来源于旅行的新奇……86

设计实例……88

第三节 奢华的美梦与想象……88

- 一、民族技艺和文化……88
- 二、对艺术品的审美体验……90
- 三、对服装的欣赏和借鉴……92

设计实例……93

第四节 复古的演绎与颠覆……94

- 一、对怀旧情怀的叙述……94
 - 二、对经典的解构和诠释……95
 - 三、对经典的颠覆和重建……95
- 设计实例……97

第五节 年轻的摩登与反叛……98

- 一、幽默的、卡通的……98
- 二、带点不完美……101
- 三、挑战平凡和规范……102

设计实例……104

思考题……105

后记……105

● 第一章

现代箱包设计的时代性特征

第一节 现代箱包设计与人类活动

一、功能性是推动现代箱包设计发展的核心

功能性是人类造物的一个根本性目的,这一点是毋庸置疑的,但是对于现代箱包来说,却是需要特别强调功能性对其发展的极大推动作用的。因为没有现代社会对其实用功能的巨大需求,就没有箱包壮大发展的可能性。在现代社会中,箱包逐步显示出了不可替代的功能性,不仅成就了其独立发展的服饰地位,也极大地拓展和丰富了箱包的造型和款式。所以,功能性对于现代箱包设计来说,是一个必须着重去理解的设计核心要素。

古代社会,由于人们的外出活动少,生活方式简单,箱包的功能和品种也很单一贫乏,主要就是悬挂在腰间的小袋子,或者是远行时笨重的木箱。(图1-1)所以箱包一直几乎不被重视,不仅演变缓慢,而且在一些时期还会消失。比如从欧洲16世纪的文艺复兴时期开始,男性的服装上缝制了口袋,随身携带的小物品都可以放在衣服的口袋里。直到进入现代社会之前,西方的男性在日常生活中基本上不再用什么包裹,而女性穿着像倒扣的大钟一样的裙撑,也不方便挂着小钱包。在18世纪路易十五时代的欧洲,小袋子更是被隐藏在宽大的裙撑里面,手可以从左右两个口袋伸入里面取放物品。这种巧妙的设计就是女装上最早的插袋形式。由此可见,由于箱包自身的功能性不强,所以它的装饰性和独立性也较弱,服装的变化对于它的存在和演变具有很大的决定性作用。(图1-2、图1-3)



图1-1 15世纪腰间系着小袋子的德国男子



图1-2 女性隐藏在帽子里面的小袋子。



图1-3 中国唐代官员佩戴的鱼袋或鞶囊



图1-5 1568年，德国制作小包包的工坊



图1-4 15世纪荷兰的红色天鹅绒小袋

[链接]

古代欧洲人佩戴的“时装小包”

中世纪的10世纪，在男女外衣的腰带上都会经常挂一个小包，被称为奥莫尼厄(Aumoniere)。由于其造型和装饰都华丽精美，遂成为一种人人喜爱的饰物。用丝绒缝制，镶上珠宝珠琅或用金线刺绣，用长长的金属链悬挂在腰带上，颇为服装增色，并显示了主人的富有。(图1-4、图1-5)



图1-6 路易·威登2001年的Noe包款

西方进入近代社会后，借助工业革命带来的科技力量，生产力水平有了显著而迅猛的提高，人们的生活方式和活动内容逐渐变得丰富起来，更多人积极参与到工作、运动、休闲、购物、社交、郊游、娱乐、旅行、探险等这些活动中。这些活动有各种目的和进行方式，需要外出或远行，还需要携带各种物品，这就不得不用到箱包。于是大量新款型的箱包不断地被创造出来。我们现在使用的很多款型的箱包都源自于这种对功能性满足的设计基础上，并仍然保持着最初的造型特征。如路易·威登1932年推出的抽带包(Noe包)，我们也称马桶包或水桶包(图1-6)，最初的设计目的是为贵族们在旅行中装香槟酒的，所以设计成了袋口较大的索带形式，具有宽大的内部空间和灵活的取放特点。而之后，由于它的这些便利性，逐步演绎成运动背包的形式，如网球包、沙滩包等最早都是抽带的形式。今天在一些运动休闲产品中也非常出现。(图1-7)



图1-7 1862年法国女性外出时携带的中型提包



图1-8 1913—1914年携带信封式手包的比利时女性



图1-9 1920年法国女性服饰杂志刊登的服饰插图比利时女性

在这个变化过程中,尤其需要强调的是女性对于现代箱包发展的推动作用。工业革命不仅提高了生产力水平,也带来了文明的曙光。女性的独立性和社会地位提高了,她们逐渐从家庭中被解放出来,第一次和男性一样开始参加一些社会活动和享有一些权益。尽管这种演变是缓慢的,但是也是可喜的。19世纪后期到20世纪初,欧洲妇女手里经常拿的物品还是以传统的雨伞、扇子为主,20世纪20年代前后开始,妇女手中除了手袋几乎已不再拿其他任何东西了,这无疑是一个很重要的现象。(图1-8、图1-9)这首先说明了女性开始投入到更加有意义和丰富多彩的现代社会生活中,她们成为使用和推动箱包演变的主流;其次,标志着箱包已确立了自身的独立地位,具有全新的、不可替代的实际作用和装饰意义,现代意义的箱包开始出现在人类的时尚舞台上。

【链接】

19世纪中期真皮“手包”诞生

“手包”这个词从19世纪中期的欧洲开始出现,通常是指有金属框架或木框架的真皮包。这种手包最早是由马具店的皮革工人制造的,主要是为了旅行中随身携带。之所以叫做“手包”,是为了有别于其他旅行包。它们的制造和款式很大程度上取决于皮革染色和加工技术的进步和发展。随着皮包的大量使用,更多款式的包被称为手包,而不只限于旅行时用的包。(图1-10)



图1-10 1870年英国制造的皮革旅行手包



图1-11 1912-1913年欧洲女性外出携带的旅行箱

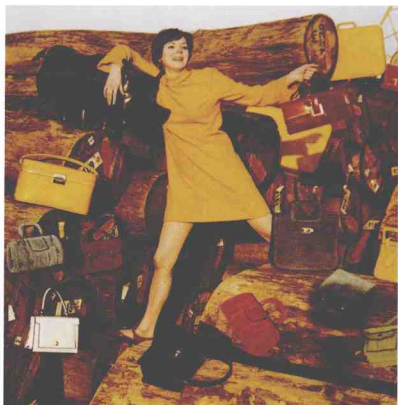


图1-12 1967年荷兰某皮具公司的广告宣传画

二、在不断创新中完善的现代箱包体系

整个20世纪都是现代箱包不断发展和完善的时期。随着人类活动内容、方式和范围的扩展更新，箱包的产品品种和设计形式不断创新，逐渐形成了完善的体系。尤其是在20世纪30至60年代，箱包的发展演变都是充满新意的创造性过程，种类款式急剧增加，构建起基本的产品框架：钱包、硬币夹（包），晚宴包，白天用的时尚大皮包，夹在腋下或抓在手里的信封式手包，午后用的较为正式的小拎包，工作场合使用的公文包，休闲时用的大购物袋，游泳时用的沙滩包，参加体育比赛时用的运动背包，实际耐用的长背带肩包，旅行用的各种尺寸的软、硬箱及手提包等等。今天我们所用箱包的种类款式，几乎都已经在这个时期出现了，并且箱包的尺寸、造型特征、装饰细节等等，也逐渐形成基本定式。社会生活的各项内容和所处场合，就成了箱包实用功能的划分依据。而这种按功能划分类型的方法，以及当时所用的名称也一直沿用至今。（图1-11、图1-12）

根据不同的使用场所和功能需求，主要分为“箱”和“包”两个大的功能取向。“箱”主要针对远途旅行或特殊功用，注重对内部物品的保护性。旅行用的多为大、中型尺寸，采用硬质材料制作，或以其作为框架来配合坚实耐磨的面料。现代的箱体更加轻巧耐用，方便了人们的旅途需求，而且它的

审美性能也被重视了。“包”为日常工作及生活场合用的各类中小型软质布袋,如我们所指的手提包、手袋、手包、背包等。其功能齐全,品种丰富,款式多变。设计观念也从20世纪初期只注重包本身的装饰性效果逐步转变为更关注结构性,以及与整体形象的搭配性。这两种产品取向就奠定了现代箱包的发展基础和格局,以及在设计思想上的倾向性。

在人类历史进程中,物质文明的提高必定带动精神文明的进步,使人类对自然、自身的认识观念有了质的变化。生活方式的更新促使与人类关系最密切的衣着服饰的更新换代。不适合的被淘汰,适合的则以崭新的形象来满足人们的需求。箱包就是适合20世纪这个全新时代的用品。时代的需求和箱包自身的特性是如此合拍,先是实用性能,然后是审美性能都得到了极大的发挥应用和深化丰富,以至于终于使其大放光彩。

三、现代箱包设计与消费文化

20世纪60年代以后,箱包的发展进入了更加多样化的时代。随着箱包行业规模的扩大发展,产品结构的分化更加明确。在缤纷多姿的社会生活的驱动下,人们对于箱包的功能性满足也有了更深入和细致的要求。在当代社会中,要把握正确的设计方向,就必须了解设计与当代消费文化的关系。

当代社会已经进入了一个消费性阶段,产品极大丰富,供大于求,人们的需求层次日益提升,形成了一种现代社会所特有的“消费文化”,其重要特征就是商品、产品和体验可供人们消费、维持、规划和梦想。人们对于某种商品的消费不仅仅是为了得到物质功用的实现,而且是为了拥有这种商品后得到一种心理上的满足和自我表现。比如,购买某种名牌服装,通过在别人面前的展示而传达出一种信息:我是属于某个阶层的,我具有某种独特的生活方式和品位。在信息得到成功的传达后,购买者就会产生一种满足和愉悦的感觉,并觉得物有所值。

“文化”和“消费”这两个过去毫不相干的词在当代社会亲密地联系在一起了。比如我们常听到的“服饰文化”、“饮食文化”等等。而“生活方式”、“生活品位”、“风格”、“个性”这些词也是在各种产品广告、媒体、影像中经常被灌输的词汇。久而久之,这些词汇和它们所指示的含义,就成为一种文化,沉淀在每个人的意识中,使每个人都成为一个潜在的消费者。这种消费手段的作用比起只着眼于物品本身的手段要有效得多。而“文化”又是不固定的,不断重复再生产的,需要消费者不断去关注、更新。表现在服装服饰上,就是时尚的周期流行,以及企业所宣扬的品牌文化,通过流行周期的概念扩大了人的消费欲。所谓由流行到过时就是商品走向精神上的废物化的过程,也就是说,伴随新的设计的不断产生,人们会有意地淘汰旧有的商品,即使它们在物理上还是有效的。(图1-13、图1-14)



图1-13 2009年春夏普拉达(Prada)奢华神秘的宣传形象



图1-14 2009年春夏寇驰(COACH)轻快明媚的宣传形象

因此,对于当代设计的含义要重新去理解。设计师的设计行为也不仅仅是创造出美观的实体,要深谙消费文化在当代社会的作用,认识各种消费层次的心理需求,了解产品内在文化含义与外在形式之间的转换关系。某种抽象的概念通过设计师完美的演绎,用恰当的色彩、造型、功能等组合起来,形成了设计者和消费者心中共同的理想产品——包含物质和梦幻双重性。20世纪70年代之前如果提到一个服饰牌子,消费者脑子里就会出现某个具体的设计或产品;而今天我们再提到一个品牌,则会用一些抽象的词语来表述一种感觉和风格,像高贵、豪华、性感、简约、前卫、中性、优雅等等。对于消费者来说,购买和携带哪一个品牌的产品已经成为判定你是哪一种类型人的标准。

【品牌介绍】

现代箱包设计哲学的象征——LOUIS VUITTON 品牌发展的“旅行哲学”

提到旅行箱包,就不能不提到“LOUIS VUITTON”(路易·威登)这个世界上最著名的箱包品牌。甚至可以说,现代旅行箱包就是建立在“LOUIS VUITTON”(路易·威登)于1854年设计的第一只旅行箱上——能在刚问世不久的火车和轮船里叠放的扁平箱子。箱盖扁平的箱子可以一个个叠放起来,而之前的箱子的箱盖都是圆弧形的、用皮革制作的。路易·威登将箱子改成白杨木框架和覆盖灰色的帆布,更轻便、更防水,并且内部设计了很多方便盛放各种饰物的小部件。路易·威登对传统旅行箱的革新,在当时是时髦大胆之举,与火车运输业和航海业新兴的时代背景相呼应。在接下来的几十年间,箱包的一系列创新在旅行箱的发展史上出现,其中有很多款型是现代箱包的鼻祖。1959年,用一种石油化工产品涂覆在棉帆布表面,既轻便又耐用,不怕旅途中碰伤。经过一百多年来的发展,品牌已经成为了旅行用品精致的象征,标注着古老又永恒的设计理念,既秉承经典,又融入每个时代,最终形成了精致、品质、舒适的“旅行哲学”。

今天我们在看到路易·威登的时候,总是关注它那些奢华的形式、华丽的气质和精湛的制作工艺。但在回顾它的创立和发展历程后,就会发现品牌真正的价值是能时刻关注社会的变革和潜在的需求,为人们创造出最适用产品的设计思想和理念。仅仅依靠外表和工艺的昂贵是不可能成就一个顶级品牌的。(图1-15)



图1-15 1854年路易·威登的灰色帆布箱子



图1-16 1930年英国用铬合金装饰的皮革手包

第二节 现代箱包设计与艺术设计

现代设计以服务于人为目的,既切合实际的使用功能又很重视产品的外观,因此将其称为艺术设计也不为过。正是这样的设计促进了现代人类文明的发展。箱包也正是借此在20世纪蜕变成一个完全崭新的新形象。可以说,现代艺术设计理念使箱包在生活实用功能和艺术审美功能两个方面第一次实现了完美的平衡,上升为承载人们精神文化的载体。在20世纪一波又一波的艺术思潮和设计运动的影响下,设计师们创造出了许多经典的箱包形象,也为我们今天的设计提供了丰富的灵感源泉。

一、现代艺术设计思潮推动箱包设计

19世纪末到20世纪初期发生的新艺术运动和装饰艺术运动,是从传统设计转向现代设计的两个重要的承上启下的阶段,创造出一些手工艺和工业化时期相互交接的特殊风格和形式特点,如简单的几何外形和细部装饰的有机结合。当时的箱包造型受其影响,也出现很多几何外形的设计,如手包、烟盒、粉盒等等,流行一种非常扁平的、外形简单的长方形造型,并且在锁扣、提手等处采用几何纹样来装饰。(图1-16、图1-17)这个时期在审美风格上还受到了东方传统艺术的影响,对于东方的艺术和文化吸收更为广泛。箱包设计也喜爱采用东方特点的材料,如用色彩和纹样繁杂的阿拉伯地毯制成的手包,或用富有东方情调的刺绣品、锦缎等制成的手包,都是当时非常流行的款式,还有对于东方传统图案和人文景观的借鉴,如珠绣和刺绣盛行中国风景、象形文字、大象、埃及纹样、挂毯图案和小花边图形等等,表现出一种东方情调。(图1-18)



图1-17 1930年法国铝质手包



图1-18 1920年欧洲织锦缎手包(框架口为仿象牙)



图 1-19 1940 年鳄鱼皮手袋



图 1-20 1930 年夏伯瑞莉为职业女性设计的结构巧妙的手袋

现代主义设计运动的开始是以1919年德国的包豪斯艺术设计学院建立为标志的,它主导了整个20世纪的设计界。其主要特点是理性主义和客观精神,“形式服从功能”是它的关键核心所在,是与传统设计完全不同的、理性的、有秩序的现代设计方式。20世纪初的女用手提包最初还体现着奢华的社会风气,更像是无实际用途的工艺品或装饰品。而随着社会文明的进步,女性在工作和各种社会活动、体育运动中找到了新的生活目标,重新认识了自己的价值,已经不再需要靠华丽的装饰炫耀自己的存在了。因此,在这种社会背景下,现代主义的设计思想一经产生,就立刻主导了箱包的设计,使其逐渐从奢华繁复的装饰风格转向了成熟、简洁、雅致的现代风格。即使是昂贵的皮革材料和奢华的晚用手包在外观装饰上也低调了很多。“这时的制包趋势是强调其结构而非装饰。事实上,设计的重点已从重视手包的细节和装饰转变为突出材料本身的构造和质地,无论它是鳄鱼皮、蛇皮还是鸵鸟皮。”(图1-19)通过强调结构而获得良好的功能性,通过突出材料本身的质地而产生独特的设计美感,在整个20世纪,这种观念都是箱包设计的主导思想。

这时期,涌现了很多专业的箱包设计师和生产企业,并且很多服装设计师也涉足箱包设计,他们都从各自独特的审美观和艺术个性出发,为现代箱包的设计创造出众多经典之作。

[设计师介绍]

最早的超现实主义箱包设计师——埃尔莎·夏伯瑞莉

1936年超现实主义逐渐取代了装饰艺术而影响服装界。在手提包的设计上,以意大利服装设计师埃尔莎·夏伯瑞莉(Elsa Schiaparelli)最有代表性。埃尔莎·夏伯瑞莉是20世纪30年代最具影响力的服装设计师和品牌之一,以戏剧化和诙谐的特点而著名。她的女式手提包设计和她的服装设计一样,作品充满了艺术气息和超凡的想象力。如从30年代开始革命性地运用人造材料、



图1-21 埃尔莎·夏伯瑞莉 (Elsa Schiaparelli)



图1-22 夏伯瑞莉设计的面料上印有报纸图案的手提包

橡胶布、玻璃纸、塑料，并创造性地运用其他材料，形似鸟笼的手包以及透明玻璃纸手包，像花盆、蜗牛、热气球造型的包。她还以“音乐”、“异教徒/森林”为主题进行系列化的手提包设计。她运用前卫的、充满智慧和想象力的艺术化手法，使一直以来在人们眼中不过是一件实用物品的手提包，具有艺术的美感和气息，开拓了设计师和使用者的眼界和思维。(图1-20—图1-22)

二、当代艺术设计对箱包设计的影响

当代艺术设计思潮中影响力最为广泛的就是后现代主义。它追求更加富有人情味的、装饰的、变化的、个性的表现形式，对于现代主义的一种反思。后现代主义对于设计界中的服装设计的影响表现得最为突出。20世纪70年代开始，以上流社会时装为主导的时尚文化地位得到了极大的震撼。年轻人的、街头大众的真实生活得到了重视，平民的创意也可以搬上T台来影响全球的时尚趋势，涌现出了多种千奇百怪的箱包款式。当时年轻人不会去选择一款做工精致的、古典风格的优质挎包，而更喜欢携带一些看似设计随意、搭配奇怪的廉价箱包。一定要拥有一只“好包”的保守观念变得不再重要了，年轻人的流行时尚成为一股新兴风尚。如拼缝式的设计，用斜纹粗布拼接的、用毛皮同翻皮、光皮和絮料拼接的，或者用不同颜色皮革拼接的，还有民族式样的包袋，扎染、刺绣、编织或钩编的斜挎的大软包；还流行背持弹药筒、照相机盒、邮件袋帆布包等等。(图1-23) 各种民族的、历史的、次文化的、边缘文化的风格被吸纳兼容，传统意义上“丑”的事物都进入了时尚领域，形成了更为多样化的形式，以满足大众市场的需求。如20世纪中后期陆续出现的乡村风貌、民族风格、乞丐风格、中性风格、朋克和嬉皮风格等等服装、服饰形象。设计师的个性和创造力得到了极大的发挥空间，形成了一个空前丰富和繁华的时尚市场。



图1-23 20世纪70年代意大利制造的民族风格小挎包