

人物形象设计专业教学丛书

服饰设计与形象塑造



周生力/主编

朱 琴 安婷婷/副主编



化学工业出版社

人物形象设计专业教学丛书

服饰设计与形象塑造



周生力/主编

朱 琴 安婷婷/副主编



化学工业出版社

北 京

本书紧紧围绕形象设计专业特点,系统地阐述了服饰设计的基础知识、方法、造型、色彩、配饰、专题设计以及与化妆造型、形象塑造的关系及应用等。在知识上力求概念清晰明确、简明扼要,结构层次清晰,图文并茂,涵养面广,通过这一课程的学习,可对服饰设计与形象塑造有一个全面系统的了解与认知。

本书可作为高职高专人物形象设计专业、服装专业的教材使用,也可供相关专业的从业人员及大众读者参考。

图书在版编目(CIP)数据

服饰设计与形象塑造 / 周生力主编. —北京: 化学工业出版社, 2010. 3
(人物形象设计专业教学丛书)
ISBN 978-7-122-07300-6

I. 服… II. 周… III. ①服饰-设计②个人-形象-设计 IV. ① TS941.2 ② B834.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 011104 号

责任编辑: 李彦玲 李春成
责任校对: 王素芹

装帧设计: 张 辉

出版发行: 化学工业出版社 (北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 刷: 北京云浩印刷有限责任公司
装 订: 三河市前程装订厂

787mm×1092mm 1/16 印张9 $\frac{3}{4}$ 字数238千字 2010年2月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 35.00元

版权所有 违者必究



前言

随着物质文明和精神文明不断向更高层次的推进,我国的形象设计业也随着全球的形象设计热而热起来,短短几年已呈普及之势。2004年8月20日,原国家劳动和社会保障部发布了形象设计师职业,使从事人物形象设计的设计师正式成为我国社会中的新职业。

20世纪90年代末,随着行业的发展逐步进入深层次的发展阶段,对高素质人才的需求量剧增,加之关于举办职业高等教育政策的推波助澜,我国部分大专院校陆续开设形象设计专业,成为我国近几年发展速度最快的热门专业之一。据统计,迄今为止,国内陆续开设形象设计专业(系)的大专院校已有近百所。为此,我们感到无限欣慰。但是,任何事物超速度的发展如果没有充实的营养补充,没有科学的指导和规范就会适得其反。由于经验不足和一些历史原因,许多院校在课程设置、师资配备、教学方针及教学方法上,还都存在着许多需要进一步完善的地方。尤其是专业教材的不规范性和不系统性对形象设计的曲解,直接阻碍了形象设计专业的教学和行业的发展。如何解决形象设计专业教材的不规范性和不系统性,是我们每一个形象设计教育工作者需要身体力行扎扎实实去做的事情。正是基于这个想法,我们编写了高等院校人物形象设计专业一系列具有实用性、专业性的教材,希望借此做点普及形象设计教育的分内工作。《服饰设计与形象塑造》作为其中的一本,紧紧围绕形象设计专业特点,系统地阐述了服饰设计的基础知识、方法、造型、色彩、配饰、专题设计以及与化妆造型、形象塑造的关系及应用等。在知识上力求概念清晰明确、简明扼要,结构层次清晰,图文并茂,涵盖面广,通过这一课程的学习,可对服饰设计与形象塑造有一个全面系统的了解与认知。

本书由海口经济学院艺术学院周生力主编,常州轻工职业技术学院朱琴、湖北科技职业学院安婷婷任副主编,海南大学钟恒,湖南大众传媒职业技术学院王可亲、何娟、肖慧,海口经济学院陈枋、任鸿等参与了部分章节的编写工作。许鹏、张清心、隋淑倩、李迪、张振等同志在编写工作中也积极参与了资料的收集与整理,在此一并表示感谢。

本书在编写的过程中,参考了国内外相关的论文、专著及图片,在此,一并表示感谢!由于编者水平所限,不当之处在所难免,敬请专家和读者批评指正。

编者

2010年1月



绪论

第一章 服装设计基础知识

- 3 第一节 服装设计概述
- 10 第二节 服装的形式美法则
- 17 思考与练习

第二章 服装设计的方法

- 18 第一节 服装的设计构思
- 26 第二节 服装设计创作过程
- 34 思考与练习

第三章 服装造型设计

- 35 第一节 服装造型设计要素
- 40 第二节 服装造型与人体形态
- 42 第三节 服装造型设计原理
- 49 思考与练习

第四章 服装色彩设计

- 50 第一节 色彩基础知识



53 第二节 服装色彩的搭配

59 第三节 服装色彩设计应用

64 思考与练习

第五章 服装材料构成

65 第一节 服装材料基本知识

68 第二节 服装材料外观构成与再设计

73 第三节 服装材质美的体现

77 第四节 常用服装的材料鉴别与选择

82 思考与练习

第六章 服饰配件设计

83 第一节 服饰配件的特性

86 第二节 服饰配件设计要素

90 第三节 服饰配件设计

96 第四节 其他配饰设计

99 思考与练习

第七章 服装专题设计

100 第一节 服装专题设计概述

102 第二节 生活服装专题设计

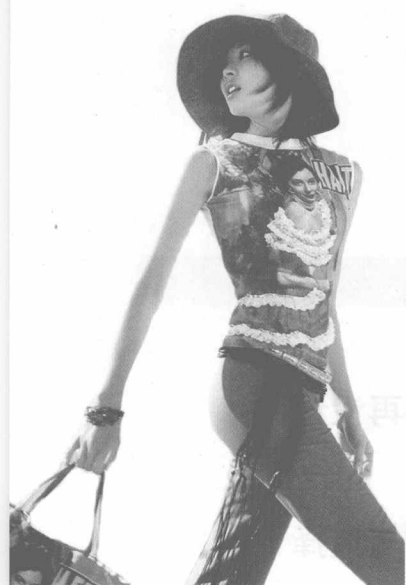
106 第三节 职业服装专题设计

110 第四节 系列服装专题设计

117 第五节 创意服装专题设计

124 思考与练习





第八章 服装设计与化妆造型

- 125 第一节 生活类服装与化妆造型
- 130 第二节 职业类服装与化妆造型
- 132 第三节 礼仪类服装与化妆造型
- 135 第四节 演出服装与化妆造型
- 137 第五节 T台展示与化妆造型
- 139 思考与练习

第九章 服装设计与形象塑造

- 140 第一节 整体形象外观塑造的规律
- 142 第二节 服装与整体形象塑造
- 149 思考与练习

参考文献



绪论

随着社会的日益现代化,人们的生活质量也在不断提高,越来越多的人开始认识到,真正的形象美在于充分地展示自己的个性。创造一个属于自己的,有特色的个人整体形象才是更高的境界。人们对美的关注也不再仅仅局限于一张脸,而开始讲求从发式、化妆到服装服饰的整体和谐以及个人气质的培养。形象设计作为一门新型的综合艺术学科,正走进我们的生活。无论是政界要人、明星,还是平民百姓都期盼有一个良好的个人形象展示在公众面前。

形象是人的外在素质(身材、容貌、姿态、言论、行为、着装等)和通过外在素质反映出来的内在素质(包括品格、修养、道德、风范、风度等)的综合体。具有具体性和抽象性结合,先天生成和后天塑造以及多样性、可变性等特点。人物形象设计大多是围绕人的生活范围进行的,包括人在生活中每一个细节的形象安排,比如:出去旅行时应该穿什么,戴什么,妆容发型应该怎么打理。平时上班应该以何种形象出现在客户的面前,才能得到客户的信任。参加不同风格的聚会又应该如何装扮自己等。在生活中,形象是社会公众对人物个体整体的印象和评价,也是人的内在素质和外形表现的综合反映。

形象塑造(Image-building)又称形象设计(Image design),是以人为本的一个整体的系统工程,集发型、化妆和服装设计为一体,研究人的外观与造型的视觉传达设计,是一门综合艺术,是将构成人物形象的各因素内容如服装、服饰、化妆、发型等与特定的环境、美感条件综合协调,并塑造出新的视觉美的一项工作。

服装设计从现代设计的角度讲是以人体为对象进行包装,构思服装并加以形态化的创作过程。从人体包装塑造形象的角度来说,它与形象设计如出一辙,其共同点都是以“人”作为服务对象,以改变“人的外在形象”为最终目的,是人物整体形象塑造的有机组成部分,缺一不可。区别在于服装设计主要是以面料做素材,给予人体以功能性和装饰性美感;形象设计主要是按照一定的目的,对人的化妆、发型、服饰、礼仪、体态言语及环境等众多因素进行整体组合。对人体包装而言,完美的人物形象是由服装设计和形象塑型等共同营造的结果,服装设计与形象设计两个学科是不可分割的两个组成部分,二者互为补充不可或缺,缺少了任何一部分,塑造出来的形象都是残缺的、不完美的。

服装在人的感官直接接触到的外观形象中约占人体总面积的6/7,在人物形象设计中占有很大的视觉空间,是一个非常重要的元素,因此,也是形象设计中的重头戏。人们对他人个性的评价,总是借助于他人个性中最为直观、最富表象特征的服装来完成的。成功的服装不仅是穿着者艺术品位与审美情趣的表现,而且可以直接反映出穿着者的心理情绪与性格特点。服饰配件中颈饰、头饰、手饰、胸饰、帽子、鞋子、包袋等都是人们在穿着服装时最常用的。由于每一类饰配所选择的材质和色泽的不同,设计出的造型也千姿百态,能恰到好处地点缀服装和人物整体造型。它能使灰暗变得亮丽,使平淡增添韵味。如何选择佩戴服饰,能充分体现人的穿着品位和艺术修养。因此,不论是因人而异的形象塑造,还是因时而变的形象塑造,最重要的就是依靠合适的服装设计与发型、妆型的相互衬托。

比如在电影《窈窕淑女》中，赫本所饰演的“卖花女”身份的转变，就是主要依靠人物服饰的变化反映出来的。在影片开始的时候，赫本身着打着补丁的棕色衣裙，戴着一顶破旧的窄边沿帽子，在戏院的门口向人们兜售鲜花，被人们所厌恶和鄙视着。但是，当赫本通过教授的形象塑造，身着一身优雅的白色长裙，戴着华贵的宽边沿帽子，轻扶着一把太阳伞而出现时，所有的男士都向她致敬，因为这样华贵的服饰只能是一个上层社会的淑女所拥有的。在电影《绿茶》中，赵薇饰演了女硕士吴芳和时髦女孩朗朗两个角色，在故事中这两个人就是同一个人的两种不同的生活方式，在她是吴芳时，她穿着深色保守的西服，戴着宽边眼镜，头发死板的盘着，很难让男人喜欢；当她穿上时尚的短裙，放下头发，化上浓妆见人时，就变成了人见人爱的朗朗。

服装能体现年龄、职业、性格、时代、民族等特征，同时也能充分展示这些特征。一个形象设计师除了能熟练掌握化妆造型技术外，还要了解服装的相关知识，服装款式和面料、色彩要素，以及服装的美学和人体工程学等相关问题。服装设计中任何一要素的改变都会影响到整个服装，乃至造型风格的变化，进而影响一个人的形象，若这些在形象塑造中运用得当、设计合理，服装将会使人的整体形象得到扬长避短、锦上添花。



第一章 服装设计基础知识

学习目标：通过本章学习，学生将了解服装和服装设计的概念，掌握服装及服装艺术设计之间的关系并且能够认识服装艺术设计的特征。

服装设计是实用性和艺术性相结合的一种艺术形式，一件成品既属于生活必需品也属于一件工艺美术品。而Design（设计）意指计划、构思、设立方案，也含有意象、作图、造型之意，所以就服装而言，服装设计的定义就是解决人们穿着生活体系中诸问题的富有创造性的计划及创作行为。它是一门涉及领域极广的边缘学科，和文学、艺术、历史、哲学、宗教、美学、心理学、生理学以及人体工学等社会科学和自然科学的各个方面都密切相关。作为一门综合性的艺术，服装设计须具有一般实用艺术的共性，但在内容与形式以及表达手法上又具有其自身的特性。

第一节 服装设计概述

人们为了维持生命，需要食物、水和空气；为了在不同的季节和气候下生存，需要服装来维持正常体温；为了防止外界的伤害，也需要服装来保护安全。也就是说，服装的基本功能是为了满足人们遮身蔽体，防寒保暖的生理需求。所以，服装是为人类服务的一种消费品，在人们的思维里，服装的实用性是排在第一位的。

一、服装和服装设计的概念

在今天，服装的概念不仅仅是人们在生理方面的需求，人们的穿着打扮更表达了个人对美的追求，也反映了对人与人之间交往礼节的重视。人们的穿着方式是多种多样的，却不是完全自由的，它受到人们所处的文化背景和社会规范所制约。

今天服装的日益流行反映出人们在各个层面上的需求，同时形成了自身变化的美学体系，体现了人类艺术、审美、理念和思想的结晶，反映了人们对自身存在价值的追求。

服装在各方面都能体现一个人对自己、对他人、对社会的态度。同时人们通常通过对方的衣着打扮来推测他的社会地位、个人爱好、个性态度等，并以此来增强相互之间的联系。人们在社会生活中扮演不同的角色，有多重身份，通过服装来演绎自己的角色，根据不同的情况、不同的场合来选择不同的服装使自己适应不同的环境（如图1-1-1、图1-1-2）。社会对不同的角色有着不同的要求和期望，这通常会体现在服装上便是各种不同风格的着

装方式, 从而影响社会对个人的理解和态度。



图 1-1-1



图 1-1-2

服装设计, 顾名思义是设计服装款式的一种行业, 当今世上成功的服装设计师有很多, 比如最著名的有夏奈尔时装, 永远有着高雅、简洁、精美的风格(如图1-1-3、图1-1-4)。夏奈尔最了解女人, 在欧美上流女性社会中甚至流传着一句话: “当你找不到合适的服装时, 就穿夏奈尔套装。” 在夏奈尔五十年的时装生涯中, 其最著名的创作有喇叭裤、对襟滚边上衣、系蝴蝶结的衬衫、水兵服、防水外套等。



图 1-1-3



图 1-1-4

设计是指计划、构想、设立方案, 也含意象、作图、制型的意思。服装设计过程即根据设计对象的要求进行构思, 并绘制出效果图、平面图, 再根据图纸进行制作, 达到完成设计的全过程。

当前大多数的知名服装设计师都集中在法国、德国、美国等欧美国家, 在亚洲著名的服装设计师集中在日本, 二十世纪八、九十年代至本世纪初, 他们在服装方面都有很大的

成功，在中国建有很多的大型服装公司。例如，森英惠、高田贤三、三宅一生、川久保玲等，他们从小小的工匠起步，创造出眼花缭乱的时装文化，成为令人崇拜的国际服装设计师（如图1-1-5、图1-1-6）。



图 1-1-5

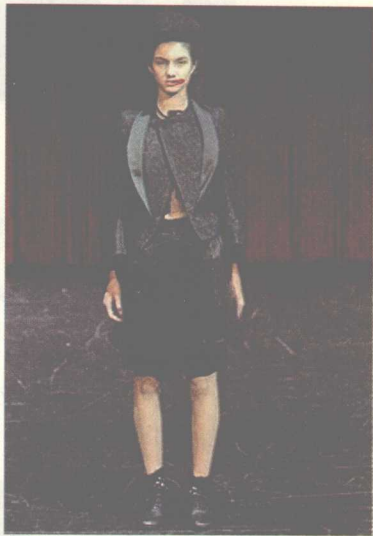


图 1-1-6

二、服装设计的特征与目的

1. 服装设计的特征

（1）服装设计与人体的关系 服装是以人体造型为基础进行走势构造的，通常被人们称为是“人的第二层皮肤”。服装设计要依赖人体穿着和展示才能得到完成，同时设计还要受到人体结构的限制，因此服装设计的起点应该是人，终点仍然是人，人是服装设计紧紧围绕的核心。

在满足实用功能的基础上的服装设计，密切结合人体的形态特征，利用外型设计和内在结构的设计强调人体优美造型，扬长避短，充分体现人体美，展示服装与人体完美结合的整体魅力（如图1-1-7）。纵然服装款式千变万化，然而最终还要受到人体的局限。不同地区、不同年龄、不同性别人体态骨骼不尽相同，服装在人体运动状态和静止状态中的形态也有所区别，因此只有深切地观察、分析、了解人体的结构以及人体在运动中的特征，才能利用各种艺术和技术手段使服装艺术得到充分的发挥（如图1-1-8）。

（2）服装设计与政治经济的关系 社会政治的变化与社会经济的发展程度直接影响到这个时期内人们的着装心理与方式，往往能够形成一个时代的着装特征。发达的经济和开放的政治使人们着意于服饰的精美华丽与多样化的风格。在我国古代漫漫的历史长河中，唐朝曾在政治与经济上一度达到鼎盛状态，那一时期女性的服饰材质考究，装饰繁多，造型开放，体现出雍容华贵的着装风格（如图1-1-9）。一方面经济的发展刺激了人们的消费欲望和购买能力，使服装的需求市场日益扩大，从而促使了服装设计推陈出新，新鲜的设计层出不穷（如图1-1-10）。另一方面服装市场的需求也促进了生产水平与科技水平的发



图 1-1-7

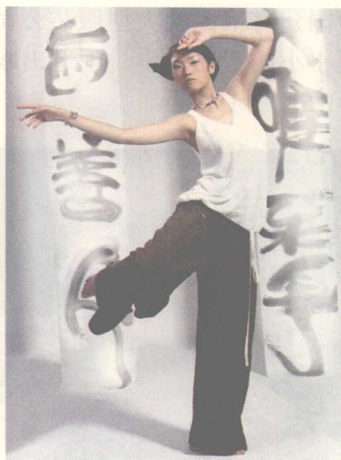


图 1-1-8

展，工业利用艺术创造的成果成为传播文化的渠道，新型服装材料的开发以及制作工艺的发展，大大增强了服装设计的表现活力。



图 1-1-9

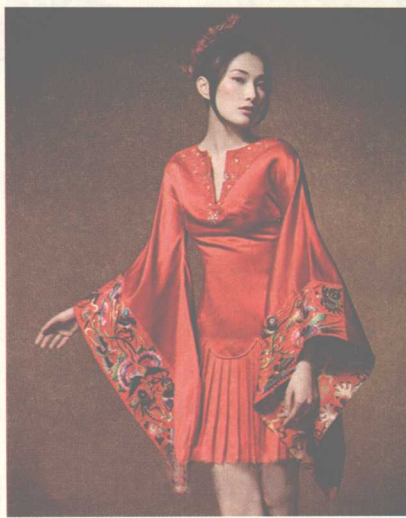


图 1-1-10

(3) 服装设计与文化及艺术的关系 在不同的文化背景下人们形成了各自独特的社会心态，这种心态对于服装的影响是巨大而无所不在的。我们可以简单地比较一下东西方民族的着装风格，看得出在不同的历史文化和生活习俗的影响下，在着装方面形成了鲜明的差异。总体来说东方的服装较为保守、含蓄、严谨、雅致，而西方的服装则较追求创新、奔放、大胆、随意。

服装设计应该是有针对性的设计，根据人们不同的文化背景在服装造型、色彩等选择上采取相应的变化。同时随着各国各地区文化交流日益增加，服装设计中也应吸取其他国家和民族的精华，形成自身独特的服饰风格。例如，具有东方风格的09Dior秋冬服装秀，体现了在东方文化的影响下，充满亚洲风格的扎脚宽松女长裤与Dior的标志性设计混合后，不仅让客户满意本季的新品，还为品牌带来了广阔的市场需求空间（如图1-1-11～图1-1-13）。

曾经风靡巴黎的印度风、中东风和异域风也是此起彼伏地成为设计师的创作灵感（如图1-1-14～图1-1-16）。

此外各类艺术思潮也会对服装产生了巨大的影响，20世纪初以来，抽象派的构成主义，90年代前卫派的立方主义，或是回归自然、复古主义等艺术流派和艺术思潮，都明显地或不被觉察地影响了服装的变化并形成了流行趋向（如图1-1-17、图1-1-18）。



图 1-1-11



图 1-1-12



图 1-1-13



图 1-1-14



图 1-1-15



图 1-1-16



图 1-1-17



图 1-1-18

2. 服装设计的目的

服装设计的对象是人，它是美化、装饰人体，表现人的个性与气质的一种手段。因此，服装设计的第一目的是：适合功能，美化人体。要满足衣着功能，同时按照扬长避短的原则，用服装与饰物来美化衣着者的形态，更好地展现体态气质。从宏观上看，服装设计不是个体行为，而是现代工业的成衣设计概念，应着眼于社会各阶层人的衣着。因此，服装设计须包括以下几个方面的思考：如穿着的对象、场合、时间及穿着的目的，还有加工条件、市场情况、人们消费心理及流行趋势的分析等诸多方面的问题。

三、服装设计的条件及过程

时尚(fashion)是一个以变化为前提的概念,它横跨物质和非物质的整个文化领域,这就要求设计者首先要明确设计的目的,要根据穿着的对象、环境、场合、时间等基本条件去进行创造性的设计,寻求人、环境、服装的高度统一。

1. 服装设计的条件

(1) 何人(who) 由于每个人对生活的态度、文化修养、气质特征、社会地位、职业范围以及经济条件不同,对服装的要求就不一样了。

(2) 何时(when) 一般分两种情况:一是指穿着的季节,即春夏秋冬;二是指一天中的白天或夜晚,白天有晨礼服、午后礼服,晚上有晚礼服等。

(3) 何地(where) 主要是指场地和环境,场所主要是指车间、办公室、宴会厅、商店等,环境主要是指地理环境、南方、北方等。

(4) 为何(why) 穿着的目的和用途不同,对服装的要求自然不一样,如宾馆制服、接待外宾、出外旅游等,在穿着打扮上就要分别对待。

(5) 穿什么(what) 说到底,大多数公开场合下,服装并不是为自己穿的,是希望得到别人的认可,以期满足被认同被爱的心理需要。

在考虑以上五个条件的基础上,还要考虑色彩、面料、纹样、造型、工艺、配件、辅料、价格等因素,再加上设计师的个性及天赋,才能设计出出色的、成功的作品。

2. 服装设计的T.P.O原则

T.P.O三个字母分别代表Time(时间)、Place(场合、环境)、Object(主体、着装者)。

(1) T(时间) 不同的气候条件对服装的设计提出不同的要求,服装的造型、面料的选择、装饰手法甚至艺术气氛的塑造都要受到时间的影响和限制。同时一些特别的时刻对服装设计提出了特别的要求,例如毕业典礼、结婚庆典等。服装行业还是一个不断追求时尚和流行的行业,服装设计应具有超前的意识,把握流行的趋势,引导人们的消费倾向。

(2) P(场合、环境) 人在生活中要经常处于不同的环境和场合,均需要有相应的服装来适合这不同的环境。服装设计要考虑到不同场所中人们着装的需求与爱好,以及一定场合中礼仪和习俗的要求。一件晚礼服与一件运动服的设计是迥然不同的,晚礼服的设计要符合华丽的交际场所这一环境的礼仪要求(如图1-1-19、图1-1-20)。运动服的设计必须是轻巧合体且适合在运动场所运动的需求。一件优秀的服装只有与环境的完美结合,充分利用环境因素,才能在背景的衬托下更具魅力。

(3) O(主体、着装者) 人是服装设计的中心,在进行设计前我们要对人的各种因素进行分析、归类,才能使人们的设计具有针对性和定位性。服装设计应对不同地区、不同性别和年龄层的人体形态特征进行数据统计分析,并对人体工程学方面的基础知识加以了解,以便设计出科学、合体的服装。从人的个体来说,不同的文化背景、教育程度、个性与修养、艺术品位以及经济能力等因素都影响到个体对服装的选择,设计中也应针对个体的特征确定设计的方案。



图 1-1-19



图 1-1-20

3. 服装设计的过程

服装设计是一个艺术创作的过程,是艺术构思与艺术表达的统一体。设计师一般先有一个构思和设想,然后收集资料,确定设计方案。其方案主要内容包括:服装整体风格、主题、造型、色彩、面料、服饰品的配套设计等。同时对结构设计、尺寸确定以及具体的裁剪缝制和加工工艺等也要进行周密严谨的考虑,以确保最终完成的作品能够充分体现最初的设计意图。

(1) 服装设计图的绘制 绘制服装效果图是表达设计构思的重要手段,因此服装设计师需要有良好的美术基础,通过各种绘画手法来体现人体的着装效果。服装效果图被看作是衡量服装设计师创作能力、设计水平和艺术修养的重要标志,越来越多地引起设计者的普遍关注和重视。服装设计图的内容包括服装效果图、平面结构图以及相关的文字说明三方面。

(2) 材料选择 现代服装复杂多样,可按下面几个方面分类:性别年龄特征、服装序列中应用情况、人们活动的性质、季节、织物质地种类等,服装材料要针对不同的人进行有针对性的选择。

(3) 样板制作 样板制作是服装生产过程中最重要的程序,其对服装的品质起着至关重要的作用。面对服装业日新月异的变化,如何短时间、高效率地制作出优质的样板,对于样板师来说是最大的课题。

(4) 样衣制作 服装样衣的制作,是将准备制作的服装样衣用织物的形式表现出来的过程。它包括收集这项创造性工作所需的材料以及对时装进行预测、产生构思、画出草图、立体验证、全面审查制品样式等。

(5) 批量生产 批量是指企业(或车间)在一定时期内,一次出产的在质量、结构和制造方法上完全相同产品(或零部件)的数量。具有多品种加工能力,成批轮番加工制造产品的生产类型,其批量大小不一,一般同时采用专用设备及通用设备进行生产,按每种产品每次投入生产的数量,分为大批量生产、中批量生产和小批量生产三种。

第二节 服装的形式美法则

虽然服装是作为一种具有生理防护功能和社会文化功能的消费品流行于人们当中，但是服装还须具有一定的美感功能，而这种美感是要通过服装的形式体现出来的。不同款式的服装体现不同的文化，体现不同的美感。服装被称为软雕塑的缘由——它能让穿着者和观赏者得到精神上的美感体验。所以，美是服装设计师在设计服装的过程中不可避免的重点内容。

一、美的基本概念

1. 形式

所谓形式，是指事物诸要素之间的联系、结构和组织。就服装而言，是指服装的材质、色彩、款式等要素之间的联系和组织方式。单纯地从服装造型的角度来讲，服装的形式则是指构成服装造型的点、线、面、体诸要素之间的联系和组织。

2. 审美体验

所谓美，是事物打动人们内心的特质。当我们面对某种事情或是某件事物的时候，被它所吸引，进而凝神专注地注视或聆听，并从心里产生某种亲近、愉悦、舒畅、精神亢奋的感觉时，就是一种审美体验的经历。

3. 形式美

所谓形式美，是指事物的形式本身所呈现出来的某种愉悦的特质和意味。就服装来说，是指服装的材质、款式和色彩等要素组合让人得到的美感体验。

二、形式美法则

当代的美学研究认为，形式美是具有一定规律的，这些规律普遍蕴藏在各种物质和事物的形式当中。它是人们在长期的审美活动中提炼概括出来的，能引起人的审美愉悦的共同特征。通常认为，主要有以下五种规律让人得到审美体验：比例相宜、平衡、节奏韵律、对比调和、多样统一。德国著名心理学家费希纳在此基础上把美的形式法则概括为更为详尽的九个方面：重复与交替、旋律、渐变、比例、平衡、对比、协调、统一、强调。

三、形式美法则在服装方面的运用

1. 重复与交替

同一要素在一定的时空出现两次以上称为重复。反复出现同一要素是一种不断刺激感