

服装

钟 恒 编著

专题设计

高等教育出版社





高等院校服装设计系列教材

钟 恒 编著

 高等教育出版社

服装

专题设计

图书在版编目 (CIP) 数据

服装专题设计 / 钟恒编著. —北京: 高等教育出版社,
2009.10
ISBN 978-7-04-027640-4

I. 服… II. 钟… III. 服装-设计 IV. TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 155047 号

策划编辑 梁存收 责任编辑 蒋文博
书籍设计 刘晓翔 责任校对 金 辉
责任印制 朱学忠

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	免费咨询	800-810-0598
邮政编码	100120	网 址	http://www.hep.edu.cn
总 机	010-58581000		http://www.hep.com.cn
经 销	蓝色畅想图书发行有限公司	网上订购	http://www.landaco.com
刷	北京佳信达欣艺术印刷有限公司		http://www.landaco.com.cn
		畅想教育	http://www.widedu.com
开 本	787×1092 1/16	版 次	2009 年 10 月第 1 版
印 张	15.75	印 次	2009 年 10 月第 1 次印刷
字 数	240 000	定 价	38.00 元 (含光盘)

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 27640-00

郑重声明 高等教育出版社依法对本书享有专有版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》, 其行为人将承担相应的民事责任和行政责任, 构成犯罪的, 将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序, 保护读者的合法权益, 避免读者误用盗版书造成不良后果, 我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为, 希望及时举报, 本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话: (010) 58581897 / 58581896 / 58581879

反盗版举报传真: (010) 82086060

E-mail: dd@hep.com.cn

通信地址: 北京市西城区德外大街 4 号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮编: 100120

购书请拨打电话: (010) 58581118

目 录

001 第一章 绪论

- 001 第一节 服装专题设计概述
- 010 第二节 服装专题设计的基本条件
- 014 第三节 服装专题策划的过程
- 027 思考题
- 027 练习题

029 第二章 服装专题设计具体策划

- 029 第一节 服装专题的设计选择
- 032 第二节 国际流行预测与品牌服装专题设计分析
- 044 第三节 国内流行预测与品牌服装专题设计分析
- 054 第四节 专题服装在现代设计中的分类
- 062 思考题
- 062 练习题

063 第三章 服装专题设计风格应用

- 063 第一节 服装风格的专业特征
- 069 第二节 服装专题设计风格的形成
- 085 第三节 大事件所引发的服装流行风格
- 093 思考题
- 093 练习题

095 第四章 不同种类服装的专题设计

- 095 第一节 针织服装设计
- 101 第二节 综合材料组合设计
- 104 第三节 牛仔服装设计
- 114 第四节 休闲服装设计
- 124 思考题
- 124 练习题

127 第五章 系列服装专题设计

- 127 第一节 系列服装设计特征
- 131 第二节 系列服装专题风格选择
- 137 第三节 系列服装设计方法与工作流程
- 146 第四节 多种元素的系列服装设计
- 150 第五节 系列服装设计的色彩应用
- 157 思考题
- 158 练习题

159 第六章 职业服装专题设计

- 159 第一节 职业服装分类特征
- 162 第二节 酒店服装设计
- 168 第三节 制式服装设计
- 176 第四节 运动服装设计
- 189 思考题
- 189 练习题

191 第七章 创意服装专题设计

- 191 第一节 如何启发创意设计思维
- 197 第二节 创意服装设计程序
- 203 第三节 民族服饰元素的选择和应用
- 210 第四节 创意效果的设计确认
- 218 思考题
- 218 练习题

219 第八章 服装专题设计质量评价

- 219 第一节 服装专题与流行的关系
- 226 第二节 服装专题设计的质量评估体系
- 230 第三节 准确判定服装流行趋势
- 237 思考题
- 237 练习题

239 参考文献

第一节 服装专题设计概述

一、服装专题设计的理解

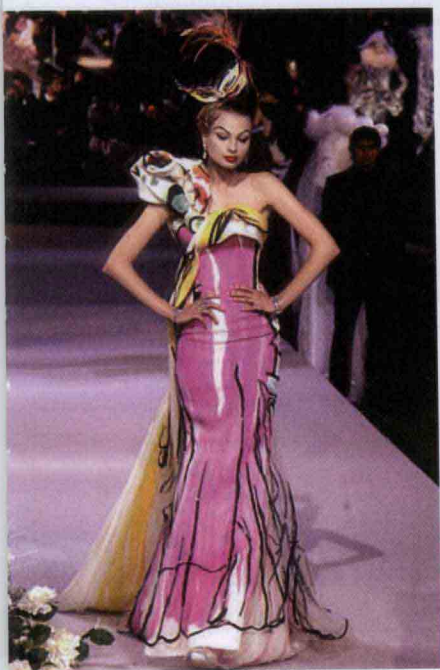
设计是构思的创造性表现,也可以说设计是为了解决问题而做出的组织性的策划。设计——“Design”一词在英汉辞典中是“计划”、“规划”的意思。何谓专题设计,即是对某一事物的具体需求进行分析后的一种细致设计形式的策划。而服装专题设计是指对于偌大的服装需求市场众多的着衣群体中某一个消费层的设计。从设计角度来看,专题设计仅仅是一个局部。然而在这个局部中几乎包含着和服装相关的各项内容。只有经过这样一种分专题进行策划的形式,才能达到一种设计的全面性。设计的目的是为了实现在预想的目标,将人们眼中“空中楼阁”式的幻想式想象进行再现。然而成为一种设计行为,这首先需要预先慎重构思产品形状、构造、色彩、装饰等,从而有利于将

计划予以具体的形象表现。就像一位艺术家的创作要从纹样的感观、创意的选择、画稿的制作、模型的确认方面入手。在服装设计实施中,首先是要依照某一特别的目标来进行材料的选择和排列,而这一特别的目标可能是某一特别机能,或是顾客所需的特别的风格之美。设计师在工作中都需要对专题的各种不同的材料进行选择 and 创造,室内设计师要选择室内家具,建筑师要选择建筑材料,作曲家要排列音符,雕塑家要用泥土或大理石表现作品,舞蹈家要将肢体语言最大化,而服装设计师的专题设计则需要由肌理变化的织物来进行创作前的启发。好的设计能使人分享审美情趣,这也是服装设计师始终应具有的品质。都说服装是人类的第二层皮肤。人的第一层皮肤是无法取代的,然而第二层皮肤却千变万化,因此,服装专题应用的目标各有不同,在设计时还要考虑到什么时间和什么人穿的问题。

1. 服装印象 人不同于动物之处,是在于人有思维、有自爱和自尊,无论是工作、休闲、娱乐、体育、家居等方面都希望给对方留下好的印象。从心理学测试发现,人对人的第一印象在 7 至 30 秒之间就会形成印记,在这段时间里除五官、体型、谈吐、举止之外,服装对于整体形象起着十分重要的“第一印象”的作用。所以,服装设计师的工作应该是打造消费者付给社会的“第一张名片”。(图 1-1)

2. 设计的区分 工业制造设计师与服装设计师二者虽然都叫“设计师”,可是从事的工作性质并不一样。工业产品的设计师只负责提供设计方案,其设计内容只要精确地呈现在图纸上就可以了,不需要直接参与所设计产品的制造全过程。像空调器,虽然与人的生活有密切关系,但它的设计环节和制造环节是完全可以独立的;而服装则与穿着者关系密切,如要让消费者穿着有特色,设计师则需要从灵感来源、方案确认、结构处理、制作程序等都要有步骤地进行设计实施,需要进行亲力而为的操作并监控整个工作过程。“事无巨细”就是对服装设计师的真实评价。现在人们需要用服装专题的设计来表现出个性风格,所以服装本身就要有相符合的风格与之共存。(图 1-2)

服装设计要考虑消费者对服装不同的个性和风格的要求,它比设计工业产品复杂的多,仅是服装的流行这一环节就难以理论化,最难的是如何才能控制好设计作品的节奏感。在设计中为强调设计风格,材料、色彩、装饰要服务于主题,因此设计师只能进行“三选一”的



⇐ 图1-1 天然印染的万种风情，令每个时尚女人甘愿折服于这块绚烂的方寸世界。

⇒ 图1-2 千丝万缕的褶皱被处理得别有一番情趣，如同一层能够伸缩的保护甲，耐人寻味。

设计。设计的款式风格和个性总是在不停地变化，每年对服装都会有新的主张或流行，服装品牌的设计师就要去迎合、去吸收，并体现出新的表现方式。像所有艺术形式一样，服装的流行和风格是随时间变化而改变，因此使设计者在设计时还要更多地考虑消费者的生活方式以及个性需求，只有这样才能真正的为消费者服务。

二、服装专题设计的形成

1. 服装设计师的角色变化

时代的推进引起服装设计师角色的变化，在现代服装流行经过的历程中，有三个阶段使服装设计师所扮演的角色发生了巨大变化。（图1-3）

第一阶段：产业革命以前并不存在“设计师”这一称谓。这个时期社会各阶层等级森严，服饰的选择被程式化地固定下来，不允许普通人自由选择。各阶层的服饰样式相对固定和缺少变化。那时没有现代意义上的服装设计师，但却有高级的裁缝匠。

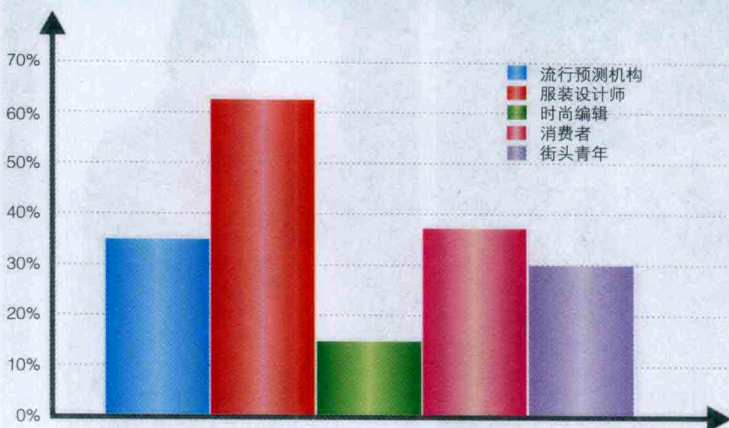


图 1-3 服装流行元素的影响。

第二个阶段：近代社会市民的流行，是设计师主宰流行的阶段。高级时装业出现在这个时期，从 19 世纪 50 年代，巴黎涌现出由服装设计师开办的高级时装店，店主即设计师本人。设计师为个体的消费者服务，根据不同顾客设计符合个人品位的服装，设计师用绘画的形式把自己的设计意图表现出来，但实际的制作交由裁缝师来完成。这个时期的设计师已在本质上与以前的裁缝区别开来。由于等级制度的灭亡，流行的自由空间开始扩展，因此，服装设计师所推出的服装款式借流行中的商业因素开始得到极大推广。

第三阶段：现代社会的流行这时候设计师主导逐渐被服装品牌和服装社会流行所取代。这个时期服装多以品牌的方式与消费者见面。由于现代机械化的生产能力、交通运输的便利、传媒的高度发达和贸易往来的频繁，服装行业已变得非常复杂和庞大，那种由设计师独自主持服装业的时代已成过去。消费者在购买服装时，完全不需要去了解谁是设计师。他们会根据流行风格和自己对于审美情趣的理解去选择服装和搭配服装。这个时期的服装设计师还是款式风格的创造者，只是进入了品牌商业社会之中，其个人影响力在很大程度上是依靠媒体来塑造。在每季的服装发布会开始的时候，设计师的个人魅力也会为品牌增值。因此，设计师在社会中还具有影响流行的发起和演变的能力，只是经历了由个体服务角色进入到对于服装整体内容的设计策划角色。现代的服装专题内容，不仅包括流行风格，还包括不同材料以及不同的服装种类，从这时起服装的专题研究就成为设计师们应该去探讨的内容了。（图 1-4）



图 1-4 褶皱的面料
与柔滑的丝绸，共同演绎
了一场经典的时尚秀。

2. 服装专题是技术与艺术的合成

服装专题设计可分为技术设计与艺术设计两部分。

(1) 技术设计是指从技术原理出发对特定性能、功能和目标的产品进行设计。服装产品的技术可以说是从人类的着衣时代开始。如选什么材料，用什么结构才能既便于行动又具有保暖蔽体的作用等。由于受到技术和工具的限制，人类最初的专题设计是很粗糙和简单的，尤其是对于服装材料的开发更是缓慢。随着现代纺织技术的发展，能用来制作服装的材料越来越多，服装的款式结构、缝纫设备以及制作技术也更适合人类工作和生活的需要。从技术的角度来说，设计可以归纳为服装的实用性和功能性设计，包括：防护性、方便性、舒适性、安全性、面料的耐久性（耐摩擦、耐日晒、耐脏、耐洗、耐起毛球、耐变形变质、耐褪色、耐硬结）以及适应性能。服装技术推动了面料的革新，更多的符合人体生理、生活、工作需求的面料不断问世，如超薄的保暖材料、环保的牛奶纤维和大豆纤维等。

(2) 艺术设计是指从美学和艺术的角度出发，设计师是从服装面料、形状、色彩、线条、分割等感性的视觉效果和体验方面进行考虑。人类最原始的饰品是用兽骨、石块等材料制成挂件，使用飞禽的多色羽毛来装饰头部等。它们表现了古代人类最初级的“爱美”行为表现，

但是这种艺术表现还是比较粗略和单一的。在现代社会,人们的生活丰富多彩,服装专题中所具有的艺术表达内容、方式也越来越复杂,个人的选择空间和自由度也越来越大。艺术风格元素的多样化和在服装中的应用,使得专题服装产品的美感性能的快速形成。同时,多元设计,也使服装这一商品获得了与其他工业产品不同的示差性,这种示差性具体体现了每个消费者的消费品位、审美情调。因此,构建服装专题的艺术特征,对于服装行业的发展是十分重要的。(图 1-5)

3. 服装专题设计是时代需求

目前服装设计师都是在为某个服装品牌做整体策划或专业的专题设计,而不可能再去进行孤立的单品的服装设计。所以,消费者在评价某一个服装设计师的时候,不是去说他是大衣的设计师,还是裙子的设计师,而是说这是某个品牌的设计师。这表明了服装设计师与品牌的专题的设计具很强的一致性和紧密性。

由服装设计师主宰潮流的时代已经过去,设计师以往主导地位受到动摇,这是由于消费者有着更多的选择自由,而且他们会根据自己的意愿去寻找适合自己的衣服。消费者也有一些朦胧主题的搭配方式,如模仿某一明星的穿戴或寻求演艺流行主题的自我设计等。但是,在现代社会中,服装设计师们仍然是为消费者喜爱与尊敬的,这是因为他们的工作永远具有创造性,他们的工作不仅是推出新款式,同时还把消费者追求的充满想象力的生活方式进行提炼概括,用服装设计的形式将其变成了现实^①。

三、服装专题的设计内容

服装专题设计是一门非常复杂的课程,也可以说是一门由多学科组成的理论与实践相结合的课程,设计内容含有款式、纹样、色彩、面料、廓形及流行时尚等。设计师所知内容要涉及服装心理学、社会学、人类学、民俗学、宗教学、生理卫生学、历史学、考古学以及纤维织造编结、缝纫、手工艺(刺绣、穗带、绒绣、绳结、补花),还有

^① 正如美国设计师奥斯卡·德拉伦塔所说:“以往的时装设计师是事实上的裁缝——制作并销售的只是时装,如今我们向整个世界销售一种生活方式。我们的影响范围越来越大,这使人们对我们的看法发生了巨大的变化,使这一职业在社会上被广泛接受。”

商业营销学、对外贸易等。这说明服装设计是一个需要由多学科内容共同参与的行业,它在人类生活中的地位是非常重要的。(图1-6)

在现代社会,服装行业是一个庞大的工业体系。它涉及纤维开发(毛、麻、丝、棉、人造纤维、合成纤维),纺织材料生产(梭织、针织、编织、无纺、皮革、皮草),染色印花(机器、印花、丝网印花、蜡染、扎染),服装开发(男装、女装、童装、中老年装、冬装、夏装、职业装),营销推广(广告策划、品牌定位、橱窗展示及卖场)等各个领域。服装生产工厂及延伸的产业,如仓储、物流等。还包括缝纫设备与辅助材料的研发,鞋、帽、包、纽扣、拉链、花边等的产业链,每一环节都是服装生产的重要组成部分。

服装专题设计的特性决定在其思维产品开发的过程中,因此,服装专题设计要立足于服装与不同的人,不同的领域,不同经济状况等方面,设计师要运用适当的设计语言完成整个方案的创作及实施过程。服装专题设计离不开三个主要部分,即面料、色彩、款式。设计过程中设计师更需要对前两项进行合理运用,至于款式则是前两项的具体实现。

服装专题设计要借助以下几点。

业图1-5 极具轮廓美的黑纱礼服上镶嵌着局部的立体花朵,这是时尚与浪漫的结合。



⇒图1-6 欧洲宫廷纹样的点缀和金属腰带的装饰把整件服装带到了时尚的前沿。

1. 面料的运用

面料可以称之为“服装材料”。目前在全世界有着各大科研机构和纺织院校,里面有着大量的研究人员从事着现代服装面料的开发研究工作。人类对于面料的内在纤维质量和外观面料肌理的要求越来越讲究。可以说服装设计是在合理地运用面料不同特点的基础上进行的,如面料的悬垂性、硬挺性、柔软性、保型性等美感性能就是将服装的实用性与审美性进行有机结合,以提升服装的品质。(图 1-7)

2. 色彩的选择

是否能够让服装色彩对消费者的视觉带来首次冲击是十分重要的,其次才是细致观察面料特性及款式工艺的过程。这就是人们常说的“远看色彩,近看款式”。目前的服装流行色彩主要由服装流行色协会提供,如何选择色彩才能够符合品牌服装特点,及所服务的消费层是否喜爱是非常重要的。多样的色彩搭配会带给人们不同的视觉和心理感受。而且色彩具有强烈的性格特征,具有表达各种感情的作用。所以,经过服装设计师的配色能够调和出不同的情调和风格,从而达到设计目的,以完成不同风格的设计要求。(图 1-8)

服装的色彩与纹样具有相互映衬的作用,同时纹样本身所具有的色彩也能够给服装增加别样的设计。在谈服装色彩时,我们也可以了解一下服装纹样的形成方式。按工艺分类,纹样可分为网印纹样、刺绣纹样、镶拼纹样等;按形式分类,有单独纹样和连续纹样;不同的工艺制作可形成多种效果,丝网印花可以产生平面效果和立体发泡效果;刺绣分为平绣与贴布绣;在服装纹样设计中还可以采用烫钻与网印、贴布绣与网印等多种工艺形式。不同的图形、字母、文字出现在服装的不同部位上会产生不同情调的表达。这些纹样的图形及色彩都会使整体服装设计效果体现出活跃与醒目之感。

3. 款式的应用

服装的设计要经过外部造型、内部分割、配件设计的程序。外部造型也称服装廓形。能够用于服装廓形表达的有字母形、几何形及物品形等,这些形的总体都呈现竖长方形状。它们是根据人体比例而确定。为了使所设计的服装整体造型的优美合体,在服装廓形的使用上,一般针织服装多呈 O 形,职业装多呈 H 形。在创意服装中的廓形可选择性就有多种,如花生形状、灯笼形状、鱼尾形状等。其实廓形就是

一种形态创作,如迪奥的服装发布就以字母廓形的服装取胜。只是这种设计要侧重于服装风格面貌的表现,同时还要与服装材料的特性有机结合,强调二维或者三维的空间形状,如服装中的里大外小、上宽下窄、下长上短等。服装设计中的内部分割是在廓形范围内的点、线、面的应用,也有着许多构成方式。款式中的线在设计中排列要合理,它们起到协调造型元素、排列形式的作用,包括色彩搭配、材料质感等多方面,都会对服装视觉产生不同程度的影响。在款式细节设计中的腰线高低变化、省位收移效果等都有助于使服装廓形呈现出多种流行风格,这里面有着都市风格的优雅、田园风格的成熟、年轻风格的活泼、军装风格的潇洒等变化。风格实际上就是个性元素重组所形成的共同体。服装的配件设计,是指使用什么样的物品来完成设计的最后效果,一般多是采用蕾丝、纽扣、拉链、绳、鞋、带、帽子以及黏合材料等能用于修饰服装的辅助物品。配件在服装设计搭配时,既要注意布局的合理性,又要符合服装工艺的结构,同时还要具有美感,以此加强服装的功能性与装饰性,完善服装的整体效果。(图1-9)

可以说,在相同的服装中运用不同的面料和色彩,则会使服装整体产生多种变化。一件筒形裙,若使用精纺毛织面料和灰色,会使服装产生高雅大方的职业装效果;若在设计中使用了皮革材料、黑色毛条或金属装饰来搭配一定的纹样,服装就会成为前卫的风格;若使用斜纹面料、立体口袋、多种分割变化并饰有双线装饰的绿灰色、浅绿色,就会形成军装风格。因此变换面料、色彩及设计手法,就能够使服装在专题设计中呈现出各种不同的风格。

⇐ 图1-7 注入现代科技的面料打造着唯美华丽的视觉盛宴。

业 图1-8 欧洲宫廷风格的沿用弥漫着华贵的气息,展示着一代经典的复苏。

⇒ 图1-9 硬朗的外轮廓,加上优美的线条,就能成为无与伦比的时尚风标。



第二节 服装专题设计的基本条件

一、服装专题要有市场性

服装设计师的艺术积累、设计经历、市场意识等决定着他是否能够将消费者模糊的意愿通过专题设计方式达到具体化。消费者在日常生活中通过期刊中登载的服装图片、多媒体中服装发布会的影像资讯,从而意识到自己所需要服装的风格。但是这种意识对于消费者来说,她们还不可能清晰到具体的款式细节、面料,以及纹样装饰等具体的内容。所以消费者会带着一个模糊的、期待的意愿来选择服装,甚至有的消费者事先也没有一定的购买目的,只是在视觉上受到购物环境的影响或在导购人员的推荐下选择了适合自己的服装,从而实现和满足了购买欲望。也就是说,她很有可能选择了一件从未出现在自己想象中的服装,甚至在着装后才发现自己的整体形象是那么美好。当然,消费者对于选择服装的审美和品位以及专业着装的基本知识,并非是与生俱来的,而是在不断欣赏他人的衣着中或在服装新款式的环境中逐渐培养起来的。设计师的服装专题设计与消费者愿望的契合,在很大程度上是专题风格对所涉及群体的影响所致。

着装美是设计师与消费者之间在对生活方式理解一致的前提下所达成的一种共识,这其中服装设计师会将具体的内容实现在服装专题设计的物质载体中,这种设计可以说是创造性的或者是具有专题性意义的工作。设计是在非常了解目标消费层的需求基础上,努力使服装产品的形象贴合消费者理想中的形象。这是一个互动的过程,消费者与服装设计师在需求方面相互启发,共同推动衍生出新的服装专题风格。(图 1-10)

二、服装专题的设计要有艺术性

服装设计是一门艺术,杰出的画家、雕刻家或者熟练的匠人,他

们所共同具有的特点就是具有良好的艺术天分。也就是说为了表达内心的思想主题，他们经常需要从众多的适合的材料中进行选择，然后再把它们进行艺术性的组合。他们要把所选素材进行排列，调和成令人满意的、优美的统一整体。伟大的设计师在表现他们艺术的独特性时不是依靠偶然，而是依靠正确的设计意图。他们总是有意识地或者本能地把排列有序的原则应用在线、形，材质和色彩等要素方面。许多著名的服装设计大师都在各自的风格领域中，成为具有艺术家品味和内涵的设计师。在这个过程中，每件服装专题作品都渗透着独特的创造性，这些服装不仅成为里程碑式的标志，而且也使这些设计师成为标志性人物。

有人将艺术分为一流艺术和二流艺术。其实，无论是绘画或是设计，只要是对于人们视觉能产生冲击力的美，并能通过技术手段进行随心所欲地设计选择，同时又能得到消费者的欣赏，都可以统称是好的艺术形式。能否成功地将多种艺术美有机结合，产生具有整体美感的设计，对于服装设计师来说是一种挑战，但对消费者来说，每当自己的穿着和外貌受人称赞时，首先会想到这主要归功于对服装和配饰进行成功选择所致，她的这种成功也是一种创造性的表现。服装专题设计的意义所在，就是需要通过对于整个主题的开发设计来实现的，从而引导消费者对于新的款式、流行织物和色彩作出选择，并把这三者进行调和达到彼此相配。服装设计就是充分发挥个人艺术潜力和欣赏的品味，同时满足消费者能有机会发挥个人艺术想象力的需求。（图1-11）

⇐ 图1-10 社会发展推动着服装的发展，金属质感的面料表现出设计对未来的一种设想。

⇒ 图1-11 紫玫瑰色焕发出女人最优雅的一面，低胸的领型更增添一分性感，让挑剔的女性也无法阻挡。

