



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

人物形象设计训练教程

创意化妆 造型设计



君君 著

S974.1
988



中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

创意化妆造型设计 / 君君著. —北京: 中国轻工业出版社, 2010.9

人物形象设计训练教程

ISBN 978-7-5019-7756-7

I. 创… II. 君… III. ①化妆—造型设计—教材 IV. ①TS974.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第141013号

责任编辑: 张文佳

策划编辑: 孙 千

版式设计: 印象·迪赛

责任终审: 劳国强

责任监印: 张 可

封面设计: 印象·迪赛

出版发行: 中国轻工业出版社(北京东长安街6号, 邮编: 100740)

印 刷: 北京国彩印刷有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2010年9月第1版第1次印刷

开 本: 889×1194 1/16 印张: 9.5

字 数: 210千字

书 号: ISBN 978-7-5019-7756-7

定价: 49.00元

邮购电话: 010-65241695

传真: 65128352

发行电话: 010-85119835 85119793 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

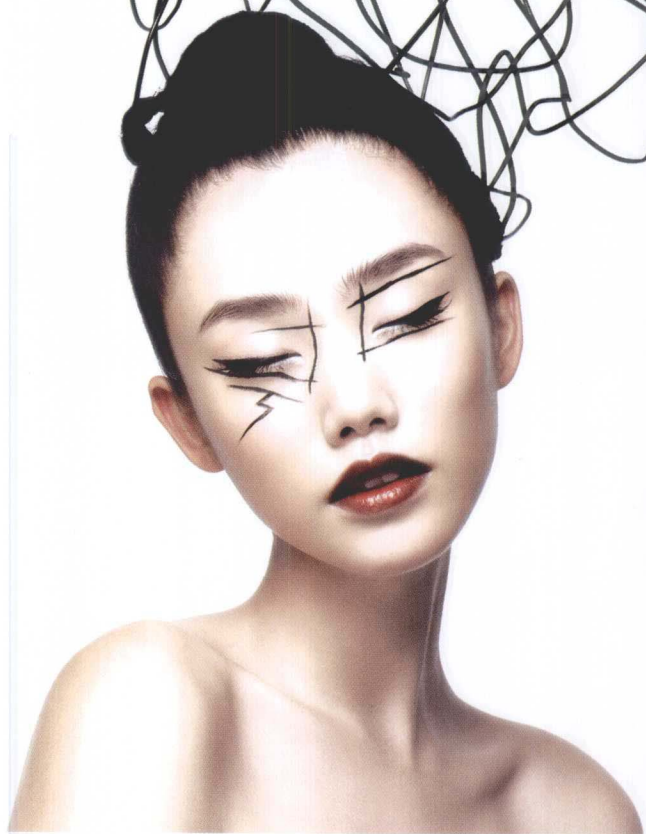
E-mail: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社邮购联系调换

070649J2X101ZBW

TS974.1
J988

人物形象设计训练教程



创意化妆

造型设计

君君 著

TS974.1
J988



中国轻工业出版社



avant emploi
Well Before Use
ENTS. VON PRODUKT VERTE
FOR SALE - SEHE ORIGINAL PRODUKT
IN VENDITA - VER PRODUKT DE VENTA
VER PRODUKT DE VENTA
USAGE PROFES
VENTE INTERIE
NOT FOR RESA
Made in France 10

PARIS-T
ME-CANNES
BIZA-TAHITI
VEY-MONACO-B
TOKYO-NEW YORK
LOS ANGELES-SEYCHE
LONDON-ST BARTH-MIAMI

MONACO
TAHITI
NEW YORK
LOS ANGELES
SEYCHELLES
ST BARTH

CHANEL



零度，是一种冷靜的温度，意味着从零
上不受规矩与框架的约束，必将探寻出
识中国的化妆造型业。但思想的延展
说，优秀**自序**妆造型师应该是一个杂学
越大。在热浪、喧哗、浮躁和欲望的当
艺术设计作品来说，或许更有实际意义。

本书着重讲述创意化妆造型，在传统创意的前提下，提出新的化妆造型理念零度创作。

“零度”一词源于法国哲学家罗兰·巴特的一篇文章《写作的零度》（1953）。罗兰·巴特的零度写作理论，在强调不含思想感情的零度的、中性的写作同时，提倡自由的语言形式和语言结构表现，在主张写作主体消解的同时，又试图通过作家的风格间接地表现主体的思想情绪和观念意图，表现出零度写作理论丰富的内涵与深刻的辩证美学思想。在罗兰·巴特看来，字词即一种一般形式，是一个“类”。显然，“类”包含了所有的个性，又否定了所有的个性。字词由于蕴涵过多而充满不确定的特征：正是存在一切的可能性，使得每一种可能性都“不在场”，一种可能性与另一种可能性或者互相加强，或者互相冲突，而最终，它们因此又产生了新的更多的可能性。所有的字词均是“不及物”的，没有意指，没有方向。字词的连续又是一个不断否定的过程，充满可能性，没有趋向，处在运动当中却在势均力敌的对立因素中保持静止状态，中性、自足、客观——这就是罗兰·巴特一再强调的语言行为——零度的写作。

零度写作强调由字词独立品质所带来的多种可能性和无趋向性。

在竞争越来越激烈的今天，化妆造型领域也出现了翻天覆地的变化。造型师们认识到好的创意对一项创意设计工作来说往往起着决定性作用。近些年，造型师们做了很多尝试，却喜忧参半。成功的，让人眼前一亮；失败的，顿觉有群魔乱舞之势。虽然，创作性作品本应是自由思想的一种体现，但绝不是无

开始，无规范、教条可遵循。如果思想全新的表现方式，也必将让世界重新认识源于广泛的知识结构，从某种意义上说，知识储备得越多，飞翔的空间也会越大。在喧哗、浮躁，人欲物欲横流的当代，回归零度，对于艺术设计创造力和

据可寻的。就像零度写作一样，表面上无论字词、语言形式与结构多么自由无比，看似杂乱无章，其实都是受制于作品的内在联系和最终目标。即总有一根中心线穿着，即使思想爆炸所波及的面再大，最终还会归结到本源。创意造型的思维模式也应如此。首先确定一个点，也就是你最想表达的中心，再展开想象，此时的想象可以是多条线的齐头并进，甚至每条线都风马牛不相及，这时，线与线之间会产生冲突与矛盾，碰撞的同时，又会产生新的突破点。如此几轮思考下来，全新的创作作品便会形成。当然，无论怎样的信马由缰最终都会回到一个点，即你的创作初衷。就像一枚枣核，无论中间的芯多鼓胀，起点和终点都将回归到一个点。

零度，是一种冷静的温度，意味着从零开始，无规范、教条可遵循。如果思想上不受规矩与框架的约束，必将探寻出全新的表现方式，也必将让世界重新认识中国的化妆造型业。但思想的延展来源于广泛的知识结构，从某种意义上说，优秀的化妆造型师应该是一个杂学家，知识储备得越多，飞翔的空间也会越大。在喧哗、浮躁，人欲物欲横流的当代，回归零度，对于艺术设计创造力和艺术设计作品来说，或许更有实际意义。

因此，今天，在化妆造型的领域里，我们倡导零度创作。

本书中，我结合了个人十几年的工作经验，把与造型创作相关的风格、灵感来源做了简单的剖析，阐述了相关操作技法，并配了大量图片，其中大多为本人创作作品，部分插图注明了出处，力求能为学习化妆造型的学子提供一些思路，也希望借机能与广大同仁切磋。篇幅所限，书中阐述不详或遇纰漏，敬请谅解！

当彩妆邂逅艺术，当艺术没有边框地任我们把玩，忽然发现，创意就在我们身边。零度创作，此时，正发挥出它强大的时尚魅力！

目录

第一章 创意化妆造型设计的基本概念 / 008

- 一 设计与化妆造型设计 / 009
- 二 设计与创意 / 010
- 三 创意化妆造型设计 / 010
- 四 本教材内容概述 / 011

第二章 创意化妆造型设计的价值分析 / 012

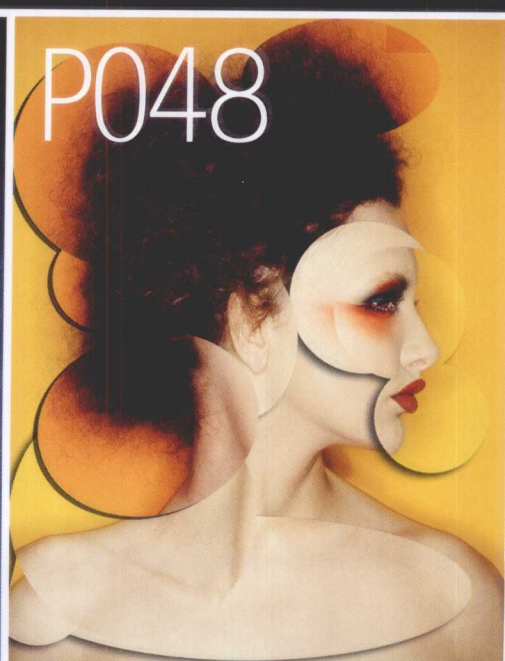
- 一 文化价值 / 013
- 二 商业价值 / 016

第三章 创意化妆造型设计的广泛应用 / 018

- 一 创意化妆造型设计在商业广告中的应用 / 019
- 二 创意化妆造型设计在电影中的应用 / 022
- 三 创意化妆造型设计在摄影中的应用 / 023
- 四 创意化妆造型设计在舞台及T台中的应用 / 024

第四章 创意化妆造型的设计原则与设计技巧 / 026

- 一 化妆造型的设计原则——“一点式”美丽原则 / 027
- 二 化妆造型的设计技巧 / 037
 - 1. 联想设计法——飞翔的翅膀 / 037
 - 2. 抽象设计法——卡夫卡的梦境 / 044



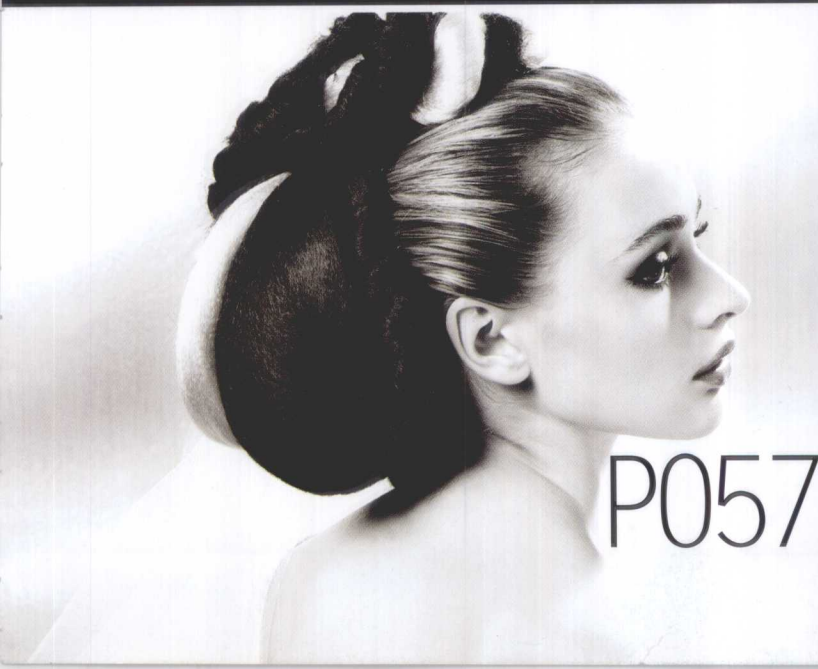
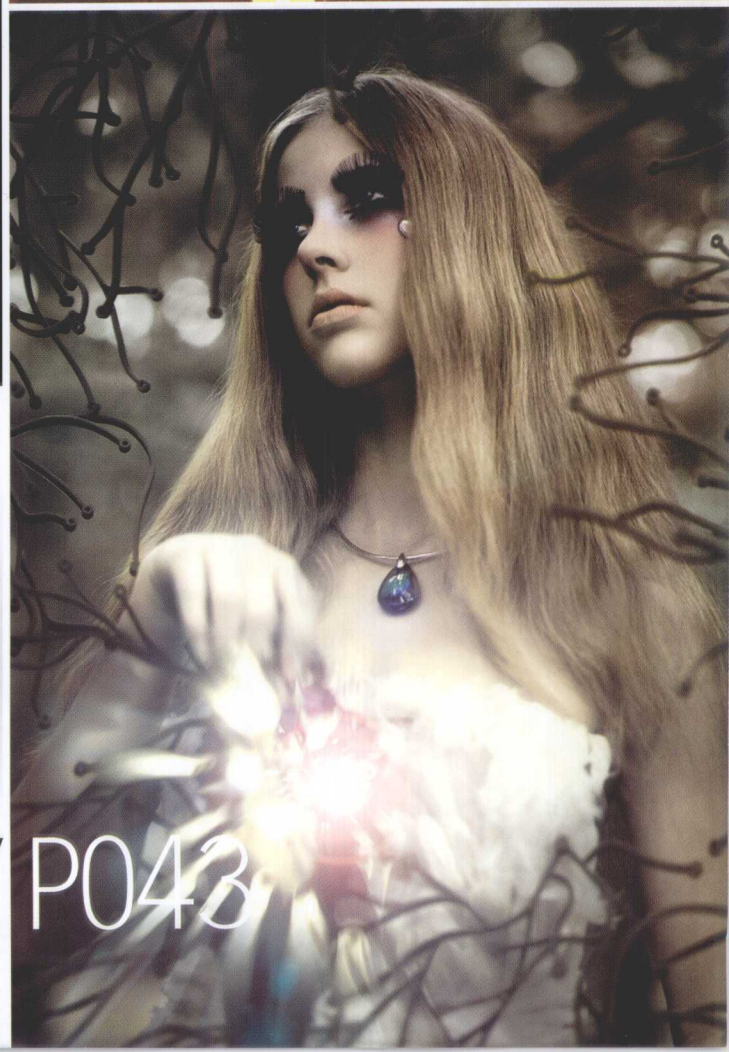
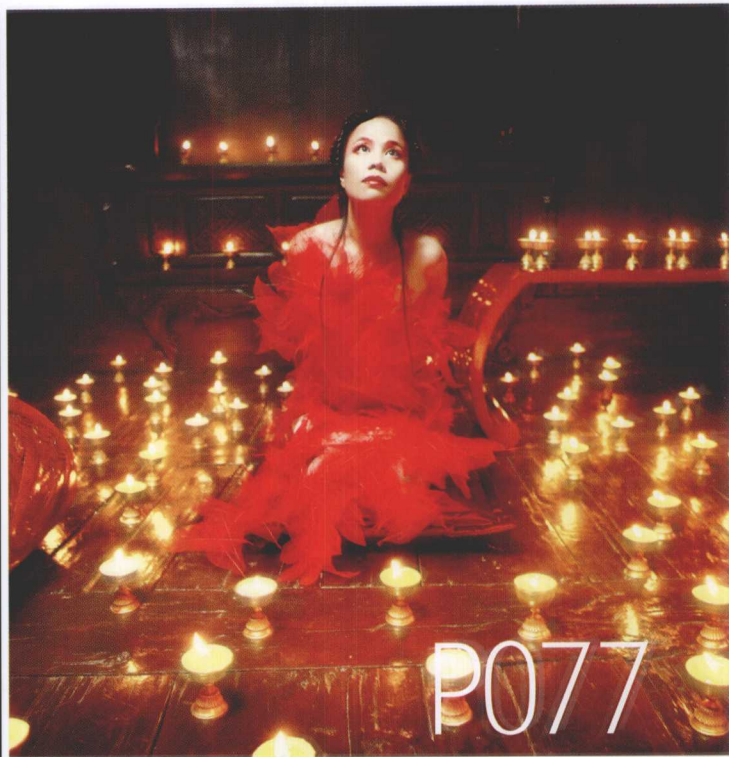
3. 复古设计法——昔日重来 / 051
4. 仿生设计法——自然界的和谐共舞 / 062
5. 戏剧式的夸张——浮生若梦 / 068
6. 风格借鉴法——古今中外的游走 / 078
- ◎ 中国风潮——视觉中国 / 078
- ◎ 哥特与哥洛风格的运用——暗夜长歌 / 088
- ◎ 涂鸦艺术——处心积虑的随心所欲 / 092
- ◎ 缤纷民族风——异域奇葩 / 098
7. 特性设计法——色彩的魔力 / 102
8. 整体设计法——发型与创意的契合 / 108

第五章 创意化妆造型实际操作技法个案解析 / 118

- 一 镂空技法 / 119
- 二 粘贴技法 / 124
- 三 艺术彩绘 / 132
- 四 美白与美黑 / 138
- 五 技法的综合运用 / 144

相关网站链接 / 151

参考文献 / 151





第一章 创意化妆造型设计 的基本概念

近些年，化妆造型已成为人们生活中必不可少的一项活动，它装点着我们的生活，让我们变得美丽又充满自信。化妆造型设计也随之应运而生，成为艺术设计的一个分支。

一、设计与化妆造型设计

设计 (design)，从词源学的角度考察，“设”意味着“创造”，“计”意味着“安排”。因此设计的基本概念是“人为了实现意图的创造性活动”，它有两个基本要素：一是人的目的性，二是活动的创造性。

设计有广义和狭义之分。

广义的设计观认为只要是人的有目的的活动都叫设计。它涵盖了人们生活的方方面面，属于人的基本活动范畴。狭义的设计观认为只有职业化的设计人员所从事的创造性的活动才叫设计，例如工程师、建筑师、工业产品设计师、服装设计师、发型设计师、包装设计师等所做的设计工作。这种设计的定义强调设计是一种专业化的活动，并且都有“可见”的物质成果。从此种意义上说，化妆造型设计是指专业人员为适合大众需求而进行的一种以人为载体，以综合设计形式为手段，对人物进行艺术包装的专业化活动。这种艺术包装，运用创造性思维，采用化妆设计、发





图1



图2

型设计、服装服饰设计等手段,通过艺术的表现技法,对人物的视觉效果加以强化,达到突出、升华人物的目的。

二、设计与创意

设计与创意,二者之间有着紧密的、不可分割的联系。创意是神秘的,古往今来,学者们对创意的认识不同,定义也各不相同,Robert J. Sternberg认为,创意是生产作品的能力,这些作品既新颖(也就是具有原创性,是不可预期的),又恰当(也就是符合用途,适合目标所给予的限制)。建筑学者库地奇(John Kurdich)认为:创意是一种挣扎,寻求并解放我们的内在。通常我们提到创意,人们总是会认为这是灵光一闪所得来的结果,其实并不尽如此。

学术界有一种理论叫“魔岛理论”,魔岛理论起源于古代水手的传说:茫茫大海,波涛汹涌,海中岛礁,不可捉摸。当水手们想躲开它时,它偏偏出现了;当水手们想寻找它时,它却迟迟不肯露面,消隐得无影无踪。因此,水手们称这些岛为“魔岛”。实际上,“魔岛”是珊瑚岛,没有珊瑚年复一年的积累是生长不出来的。魔岛理论用以解释创意、构思的产生,它们的产生,也不是凭空出现的海市蜃楼,而是像“魔岛”一样,都是平时经验、知识累积的结果,只有累积的程度达到临界点,才能在特定的诱发下,得以展现其风华,才会有“灵光一现”的神奇效果。

创意与设计,二者关系密切,却不能等同。设计是有目的、有意识的活动,强调过程和结果。创意则不尽然,创意强调的是灵感和构思,它是一种复杂的脑力劳动。人们普遍把灵感产生的那一刹那看成是创意过程中最神秘的一刻,这一过程极其复杂却又在瞬间完成,可遇而不可求。就像“魔岛理论”,它的思维是发散的、跳跃的,没有规律可循,你可能在吃饭的时候想到了一个完美人物造型设计方案,也可能在看到一幅美景时对发型设计有了新的构思……灵感的这种不可预期性反过来又加深了人们对创意的“构想”面的看重,因为好的构思、想法,更强调的是后半部分的“执行”面。“设计一词有两种性质:作为动词,它指人类的一种活动;作为名词,是指这种活动的产物。”强调设计是一个过程(process),是一种结果(result)。前期的策划、构思固然重要,后期的表达、呈现更重要。因此,二者既独立又互相联系,优秀的艺术作品是通过两个步骤进行的——欲望的涌现以及表达这种欲望的方式。

三、创意化妆造型设计

创意化妆造型设计,更着重表现的是人物视觉效果的创新性(见图1、图2)。创意化妆造型设计,与一件艺术品的形成过程相同。虽然它的载体只是一个人的外在,

而非建筑、工业、电子等庞大支柱产业，但它像绘画、音乐一样也为人们带来精神的享受，而精神与物质都是优质生活的必需品。好的创意化妆造型设计，也就是把市场理性、行为感性、美学个性融入到产品及作品的一个过程。其形式与内容，互为决定因素。以前我们常说“内容决定形式”，在这里与之相反，是形式的表现提升了内容、强化了内容。所以内容与形式是不能分开的，它们是两条并行的线。

综上所述，创作创意化妆造型设计作品，首先要具备的一种能力是要有构思，即想法；其次，还必须具备精湛的表现技术；最后，设计师应该具备深厚的文化修养，没有内涵，任何形式都是空的。

四、本教材内容概述

在本教材中，我们围绕创意化妆造型设计展开了系列研究，试图从更广阔的角度来阐述创意造型的形成和应用，虽然其中融入了很多个人观点，但还是希望能为此行业专业道路上的学子和热爱化妆造型事业的人们提供一些参考。本教材各个章节都是独立的，读者不必拘泥于传统阅读模式，可按自己喜欢的顺序翻阅。

在本章（第一章）中，我们阐述了创意、设计的基本概念，并把它们之间的紧密联系呈现出来。

第二章，我们探讨了创意化妆造型的价值所在，阐述了在这个飞速发展的经济社会中，创意发挥了多么重要的作用。

第三章，阐述多种艺术领域中，创意化妆造型都占有一定的份额，并发挥着极其重要的作用，虽然在整个艺术领域，化妆造型还不能称为一个完整的艺术门类，但它对强化作品中人物的完整性及塑造人物鲜明个性功不可没。

第四章是我们的重点章节，提出创意化妆造型的重要设计原则，并从多个角度阐述设计技巧，这其中有中庸的创意法，既有从传统古典文化中挖掘灵感并进行二度创作的方式，也有根据某一个点，进行天马行空的联想的看似“无厘头”式的创作方式，并囊括了化妆、发型、色彩研究、情境等数个领域。旨在说明无论创意灵感来源还是创意设计方向都是无限广阔的。

第五章，主要是为专业领域的学子设置的关于实际操作技法的展示章节。本章未涉及传统化妆造型技法，而是侧重于特殊技法的表现。

在本书的最后，为了让人们更好地了解更多化妆师、发型师、造型师、摄影师的优秀作品，罗列出许多中外有关此行业的设计师们的网站，大家可以通过网站内容的不断更新，更好地了解中外化妆造型设计业的最新流行动态。

现在，准备好了吗，让我们一起畅游创意化妆造型设计的殿堂！

练习。

1. 分别寻找十幅优秀化妆造型师的作品，分出哪些属于创意化妆造型，哪些属于传统化妆造型，并深入分析创意化妆造型部分的创意所在。

练习要求

☐ 做成ppt，图片加文字说明。

评价标准

☐ 分类明确。

☐ 文字分析精准。

2. 参考生活中的具体事物，练习用创意思维的方法对其中三件物品进行创意设计构思，画出草图并附创意说明。

练习要求

☐ 表现在A4纸上。

☐ 做成彩色稿。

评价标准

☐ 制图整齐、干净、构图漂亮。

☐ 创意说明表达精准。



第二章

创意化妆造型设计的价值分析

在艺术领域中，每个成功的创意作品中都蕴藏着巨大的文化价值和商业价值，无论绘画、音乐、建筑、雕塑、文学、戏剧等，随着时间的流逝，其价值非但没有贬值，反倒节节攀升，尤其是在物质文明与精神文明高度发展的今天，无论是文化价值还是商业价值都会得到市场的充分肯定。

创意化妆造型设计属于视觉产业范畴，也是创意产业的新成员。视觉产业是指以视知觉为主要满足对象，在唯美主义的意识支配下，使作品呈现表层上的、完全以娱乐视觉为目的继而产生心理和生理上满足以致产生商业行为的一切精神和物质的产业。视觉产业是和现代生活有关系的“眼球”经济，包括工业造型设计、建筑、电影、家居、服装，甚至包括人的形体、化妆设计、发型设计等。创意化妆造型设计作品和所有的创意设计作品一样，都拥有其文化价值和商业价值。

一、文化价值

创意化妆造型作品的文化价值，可以分为审美价值、真理价值、娱乐价值、教化价值。



（一）审美价值

审美价值，可以说是创意设计作品的第一价值。创造审美价值，就是生产带有意义、开创新风格和传达新信息的新作品。任何门类的设计师如果能让大众记住并喜欢自己的创意作品，首先创意应该是建立在一个“美”的前提下。当然，审美的形态、风格和价值呈现是多元的，我们也不可能用单一的审美标准去衡量所有的创意艺术作品，更不能把传统的大众审美尺度强加在创意作品中，但是，优秀的创意设计作品是经得起历史的考验的，时间过得越久，人们对作品研究得越深入，往往越能品出好作品的韵味。

当然，这并不意味着看不懂或琢磨不透的创意作品就是好作品。作为设计师，无论是建筑设计师、装饰设计师还是化妆造型设计师，无论我们的创意多么超前，完成一项创意作品前，都要做到以下几点，这几点，能让我们的作品相对理性地呈现出来。

- ◎ 任何创意设计作品都要或多或少地抒发情感。艺术作品审美价值的高低，往往与情感表达得是否丰沛和深刻密切相关，化妆造型作品也如此。例如：突出喜悦，你会选用铺天盖地的暖红色调来表现，但当你想用喜庆来反衬心底彻骨的忧伤时，冷红色调就发挥出它的巨大作用。
- ◎ 以真实的现实世界为基础。任何的创意设计作品，即使再“无厘头”，想象再超凡，一定要有一个契合点能还原到真实世界，只有真实才能引起人们的共鸣，完全脱离真实世界的所谓创意，只能让人觉得你是一个妄想狂。
- ◎ 要构思奇特新颖，要有想象力，这样才能展现设计师不同凡俗的才情，作品才能让人眼前一亮。
- ◎ 注重表现手法。化妆造型设计属于视觉艺术设计，采用何种表现技法来凸显设计师的创作张力，也是非常重要的。

（二）真理价值

创意设计作品的真理价值，是指设计师在意象或意境的创造中所置入的深层意义，或者说是观者在作品的深度模式中所发现的那些具有认识价值和哲理价值的内容。创意设计作品是否有魅力，要看其中所蕴涵的“精神”。创意化妆造型设计作品也不例外，一味地模仿别人的作品，只能算是照猫画虎。作品之所以打动人，除了好的表现技法外，更多的是融入了情感，意义深远，照抄只能模仿表象，却不能传达精神。例如：梵高（Van Gogh）有一幅描绘农鞋的油画，表面上看，它只是农鞋，但从鞋具磨损的内部那黑洞洞的敞口之中，却饱含着对劳动者步履艰辛的劳作的赞美之情。这鞋里回响着大地无声的召唤，显示着成熟谷物的宁静的馈赠。画者通过一幅画表达了对劳动者的由衷赞美（见图3）。



图3

（三）娱乐价值

娱乐是指主体通过一定形式，使自身暂时从现实世界和日常生活脱离，以进入想象世界或非功利世界，从而缓解精神紧张，获得快乐的活动。所有的艺术形式都或多或少包含着娱乐的成分。化妆造型设计行业属于服务性行业，更多的是为人们带来美的享受。创意化妆造型设计无论怎样创意，怎样离奇，都要以愉悦别人为己任。

（四）教化价值

教化价值是艺术的精神内涵的一个重要方面。自古以来，娱乐性和教育性都是艺术这枚硬币的正反面。创意设计作品的教化作用，是通过潜移默化的方式实现