

人物形象设计专业教学丛书

整体形象设计



周生力 / 主编

马德东 李传华 / 副主编



化学工业出版社

人物形象设计专业教学丛书

整体形象设计



周生力 / 主编

马德东 李传华 / 副主编



化学工业出版社

· 北京 ·

本书主要是针对整体形象设计的特点,从概念出发,诠释了形象设计的程序、色彩、美发造型、化妆造型、服饰搭配及仪态美学等内容,在知识上力求概念清晰明确、简明扼要,结构层次脉络清晰,对人物形象设计专业起着从基础到专业,从理论到实践的承前启后的桥梁作用。

本书适合高等院校人物形象设计专业及相关专业师生使用,也可供相关行业的从业人员及大众读者阅读使用。

图书在版编目(CIP)数据

整体形象设计/周力生主编. —北京:化学工业出版社, 2012.7

人物形象设计专业教学丛书

ISBN 978-7-122-14482-9

I. 整… II. 周… III. 个人-形象-设计-教材
IV. B834.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第123856号

责任编辑:李彦玲
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 装:化学工业出版社印刷厂
787mm×1092mm 1/16 印张8 字数192千字 2012年9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，且发展速度之快，令人不可思议，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。

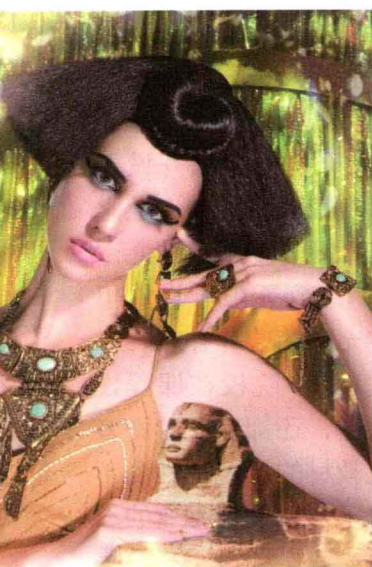
20世纪90年代末，随着行业的发展逐步进入深层次的发展阶段，对高素质人才的需求量剧增，加之关于举办职业高等教育政策的推动，我国部分大专院校陆续开设了形象设计，并成为我国近几年发展速度最快的热门专业之一。据统计，迄今为止，国内陆续开设形象设计专业(系)的大专院校已有近百所。为此，我们感到无限欣慰。但是，任何事物超速度的发展如果没有充实的营养补充，没有科学的指导和规范就会适得其反。许多院校在课程设置、师资配备、教学方针及教学方法上，还都存在着许多需要进一步完善的地方。尤其是专业教材的不规范性和不系统性对形象设计的曲解，直接阻碍了形象设计专业的教学和行业的发展。正是基于这一想法，我们编写了高等院校人物形象设计专业系列教材。

本书由海口经济学院周生力主编，常州纺织服装职业技术学院马德东、湖北科技职业学院李传华任副主编，湖南女子学院唐宇冰、赵泓森，湖南大众传媒职业技术学院宁蓓蓓，深圳市馨榕职业技能学校王俊荣等参与了部分章节的编写工作。在此，谨向以上各位参加编写的人员表示深深的敬意！

尽管编者均是具有一定实践经验和理论水平的高校教师，但在编写过程中，由于国内此类书籍均以实践操作为主，缺乏理论基础，所以有一定的编写难度，很多内容都是编者从自身的实践体会中总结而得。由于编者水平有限，教材中的不妥和疏漏之处在所难免，希望得到同行、专家和读者的批评指正，以便共同推动此类学科的发展。

编 者
2012年4月





第一章 整体形象设计概论

1 第一节 整体形象设计的概念

1 一、形象

1 二、设计

2 三、整体形象设计

2 四、整体形象设计的原则

3 第二节 整体形象设计的构成要素

3 一、体型要素

3 二、发型要素

4 三、化妆要素

4 四、服装款式要素

5 五、饰品、配件要素

7 六、个性要素

7 七、心理要素

7 八、文化修养要素

8 第三节 整体形象设计的意义

8 一、整体形象的信息传递

9 二、整体形象的信息接收

9 三、整体形象设计的意义

11 四、整体形象设计的作用

12 思考与练习

第二章 整体形象设计程序

13 第一节 整体形象设计的构思

13 一、构思灵感的来源

15 二、引发构思的过程

16 三、设计主题的确定

18 四、设计构思的表达

22 第二节 整体形象设计的定位

22 一、整体形象设计定位的含义

22 二、形象的观察与了解

23 三、形象的原型分析与确定

24 四、整体形象的定位

26 第三节 整体形象设计的表现

26 一、整体形象设计表现的过程

27 二、整体形象设计表现的方式

29 思考与练习



第三章 整体形象设计色彩

30 第一节 色彩基础知识

30 一、色彩的概念

31 二、色彩的基本属性

32 三、色调间的关系

34 第二节 色彩的视觉心理

34 一、温暖与寒冷

35 二、兴奋与冷静

35 三、色彩的强与弱

35 第三节 个人色彩理论

36 一、三基色理论

39 二、季节色彩理论

43 第四节 整体形象设计配色

43 一、整体形象配色与肤色

44 二、整体形象配色与服色

44 三、服装色彩与肤色

44 思考与练习

第四章 整体形象的美发造型

45 第一节 美发造型原则

45 一、节奏与韵律

46 二、均衡与对称

47 三、对比与调和

49 四、主次与比例

51 五、呼应

52 六、变化与统一

52 第二节 美发造型与头面部等特征

53 一、发型设计与头型

53 二、发型设计与脸型

54 三、发型设计与五官

55 四、发型设计与体形

56 五、发型设计与发质

58 六、发型设计与职业

59 第三节 美发造型在整体形象中的地位

59 一、发型美的表现形式

62 二、发型的色系与整体搭配

63 三、发型设计在整体形象中的地位

63 思考与练习



第五章 整体形象的化妆造型

64 第一节 化妆造型原则

64 一、化妆造型的依据

66 二、化妆造型的基本原则

67 三、化妆造型的表现原则

69 四、化妆造型的意义

70 第二节 化妆造型与脸型特征

70 一、化妆造型与三庭五眼

71	二、化妆造型与脸型特征
74	第三节 化妆造型在整体形象中的地位
74	一、化妆与整体形象设计各要素间的关系
77	二、化妆造型在整体形象中的地位
78	思考与练习

第六章 整体形象的服饰搭配

79	第一节 服饰搭配原则
79	一、服饰搭配的美学法则
81	二、服饰搭配的原则
82	三、服饰搭配的元素
85	第二节 服饰搭配与体型等特征
85	一、服饰搭配与脸型
87	二、服饰搭配与颈肩
88	三、服饰搭配与四肢
88	四、服饰搭配与躯干
91	五、服饰搭配与身材
92	第三节 服装搭配在整体形象中的地位
92	一、服饰配件与整体性表现
94	二、人物形象的整体性与服饰搭配
95	三、服饰搭配在整体形象中的地位
96	思考与练习



第七章 整体形象的仪态美学

97	第一节 仪态美学原则
97	一、礼仪的原则
98	二、仪态美学的表现
100	第二节 仪态美学与礼仪
100	一、仪态美学的构成
101	二、仪态美感的养成
102	三、礼仪的提升



103 第三节 仪态美学在整体形象中的地位

103 一、仪态美学是整体形象的一种外显方式

104 二、礼仪是整体形象的无形资产

104 思考与练习

第八章 整体形象的风格塑造

105 第一节 不同职业的整体风格塑造

106 一、传统职业的整体风格塑造

107 二、非传统职业的整体风格塑造

108 第二节 不同环境的整体风格塑造

108 一、职场环境的整体风格塑造

109 二、休闲环境的整体风格塑造

110 三、社交环境的整体风格塑造

111 第三节 个性特色的整体形象塑造

111 一、少年型的整体形象塑造

111 二、优雅型的整体形象塑造

111 三、戏剧型的整体形象塑造

112 四、古典型的整体形象塑造

112 五、自然型的整体形象塑造

113 第四节 整体形象设计风格定位与欣赏

113 一、经典风格

114 二、古典风格

114 三、民族风格

115 四、前卫风格

116 五、浪漫风格

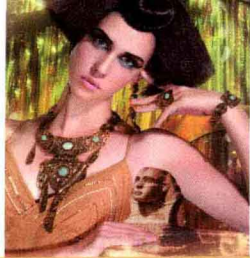
116 六、自然休闲风格

118 七、华丽风格

118 八、田园风格

119 思考与练习

参考文献



第一章 整体形象设计概论

学习目标：通过本章学习，使学生了解整体形象设计的概念、意义，熟悉整体形象的构成要素，掌握整体形象的信息传递和接收途径。

整体形象即社会公众对个体的整体印象和评价。形象是人的内在素质和外形表现的综合反映。“形象”一词，起源于1950年的美国，在当时美国社会各阶层中，对于本身的信誉十分看重，尤其是工商企业界及政界人士纷纷有计划地塑造良好的个人形象。而“形象设计”这一概念则源自舞台美术，后来被时装表演界人士使用，用于时装表演前为模特设计发型、化妆、服饰的整体组合，随即发展成为特定消费者所做的相似性质的服务。由于形象设计不但有消费者构成市场需求，而且化妆美容用品以及服饰厂商都可以借用它作为促销手段，因此，在国际上发展极快。在美国，形象设计已经是与商业紧密结合的产业，其设计形态已达到生活设计阶段，即以人为本，以创造新的生活方式和适应人的个性为目的，并对人的思想和行为做深入地研究。

第一节 整体形象设计的概念

一、形象

“现代汉语词典”解释为：能引起人的思想和情感活动的具体形体或姿态，通俗讲：就是一个人的相貌、体态、服饰、行为、风度、礼仪、品质、心灵、情操等可感知的视觉化综合表现，能表现一个人的审美情趣、价值观、人生观，体现每个人特有的风格，是对某个人或事物的记忆、印象、评价、态度的总和，能使人对某个事物或人产生特殊感情的影像。形象即社会公众对个体的整体印象和评价，是人的内在素质和外形表现的综合反映，是形、神、质的完美结合。形象广义指人和物，包括社会的、自然的环境和景物；狭义专指具体人的形体、相貌、气质、行为以及思想品德所构成的综合整体形象。

二、设计

“汉语大词典”解释为：根据一定要求，对某项工作预先制定图样或方案。设计与纯美术不同，是一个从计划到蓝图，再根据蓝图经过工艺流程加工制作的完整过程。设计是集体完成的作品，创意是设计的灵魂，其目的是运用不同的手段来表现新的形象。

三、整体形象设计

整体形象设计是研究人的外观与造型的视觉传达设计，是艺术与设计的交叉学科，又称整体形象塑造。整体形象设计是运用视觉元素塑造人的外观，并通过视觉冲击形成视觉优选，从而引起心理美感和判断的综合性视觉传达设计，是将美学、美容、化妆、美发、美体、美甲、服饰装扮、仪态语等综合于一体，运用造型艺术手段，通过美容化妆、发型、服装服饰、言谈举止等综合营造，设计出符合人物身份、修养、职业、年龄的个性形象，是对一个人由内到外、从头到脚的全方位塑造，以达到人物内在素质与外在形象的完美结合。

四、整体形象设计的原则

整体形象设计是一门综合的学问，它是感性形式和理性内容的有机统一。在现实生活中，我们习惯性以感性的个人情感作为标准，去认识或者评价一个人的整体形象是否完美，侧重于感性因素的表现形式，而忽略了理性的审美因素（艺术的规律、知识和技巧等）所起到的衡量作用，只有多方面、多层面、全方位的综合审视，才是正确的判断标准。

1. 整体形象设计的统一性原则

从视觉艺术的角度来分析一个完整的人物造型，无非是点、线、面、体等要素在经过合理的组合和配置后，所呈现出来的效果是否具有和谐的美感，是否是物质内容与精神内容的完美组合。在塑造形象的过程中，只有始终以整体造型风格为基准，将各个组成要素的规律性与目的性相互统一，才能体现出形象设计本身的内在品质与价值。在整体风格统一的基础上，要学会对局部造型的适当改变，而不是一味地堆砌，要取其精华，化繁为简，在主次分明的多样化中呈现和谐的统一。

形象设计是针对人的需要所进行的一种实用与审美完美结合的一种行为，是材料与技术与艺术的融合体现。在形象设计中涉及了化妆、发型、服饰等多方面的内容，在创作实践中运用了对人物造型、色彩知识、服饰搭配等美学原理，这就要求设计师在创作的过程中要遵循整体性的审美原则，然后通过准确的形象定位，根据不同的要求，针对设计对象等各方面因素加以综合创作出最佳形象。

作为艺术设计中的一个组成部分，人物形象设计具有独特的审美特质，它的创作目的不是单纯地追求艺术价值深层次的感官刺激，而是侧重审美价值与实用价值的有机结合。在创作过程中要注意局部与整体造型的风格要相互关联，不能各自为政，造成视觉效果的紊乱。例如，在给一个戏剧型女性做整体形象设计时，而错误地选择了古典型女性的发型风格，给人以视觉上难以协调，显现不出模特本身内在的气质。

2. 整体形象设计的针对性原则

无论是在日常生活中，还是艺术表演中，所体现的整体形象都不是为了表现单纯的“美”，而是要与特定的环境相适应，不是为了改变人本色的面貌，去创造一个新的形象，而是要通过外在的手段把个人风格进行全方位的审美价值的展示。

塑造一个完整的人物形象首先要确定它的设计风格 and 类型，然后再考虑具体的表达形式，针对不同的消费者的特点以及对艺术美学规律的认识，不同职业、不同环境、不同区

域、不同年龄层次的审美心理特征等，找到一个明确的定位，找到设计与需求的结合点，才能确定自己要服务对象所要表达的风格。

在整体形象设计中，针对性是一个特定的衡量标准，由于人物形象设计服务的是社会主体的大众，设计师的设计出发点不是自我意愿的发挥与创作，而是要遵循客观存在的具有普遍性意义的美学标准，了解目标群体与观赏群体的消费观、审美观、价值观等，把握社会审美意识的主导性倾向。当然在遵循社会共同认可的形式美感的基础上，也应让个性与普遍性能够协调发展，而不是单纯地去适宜社会的大众审美趣味，毕竟社会的发展离不开创新与发展。

第二节 整体形象设计的构成要素

整体形象是指能引起人的思想、情感或审美活动的个人形态或是姿态，它是一个人内在素养的外在表现。从个人的外在形象来看，一个完美的形象设计必须要通过精心合理的设计，使一个人的外在形象获得从头到脚的和谐统一，有时一个饰品或是一个造型，块面的色彩都会影响整体形象的效果。整体形象设计的要素包括以下几个方面：体型要素、发型要素、化妆要素、服装款式要素、饰品配件要素、个性要素、心理要素、文化修养要素。

一、体型要素

体型要素是整体形象设计诸要素中最重要要素之一。良好的形体会给形象设计师施展才华留下广阔的空间。完美的体形固然要靠先天的遗传，但后天的塑造也是相当重要的。长期的健体护身、饮食合理、性情宽容豁达，将有利于长久地保持良好的形体。体型是很重要的因素，但不是唯一的因素，只有在其他诸要素都达到统一和谐的情况下，才能得到完美的形象（图1-2-1）。

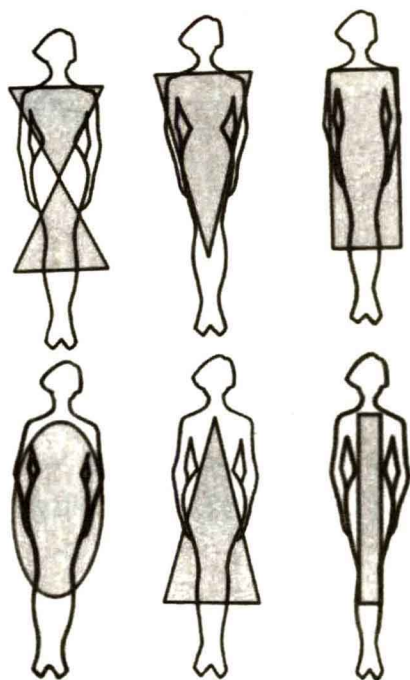


图1-2-1

二、发型要素

发型是整体形象设计中最为重要的组成部分，是整体形象设计的主点，它的表现不但能使整体形象感更加统一化、完美化，是整体形象创作最能表达主题的要素。在发型设计中，块面形状、层次、线条、色调处理必须符合形式美的法则，与脸型、头型、举止、气质为依托进行设计，这样才能符合整体形象的审美标准。从可爱的芭比风格到优雅、柔美的日韩风格发型；再从20世纪80年代的复古卷发到如今新新人类的蓬松、爆炸发型，无一不体现发型与整体形象的紧密度（图1-2-2）。

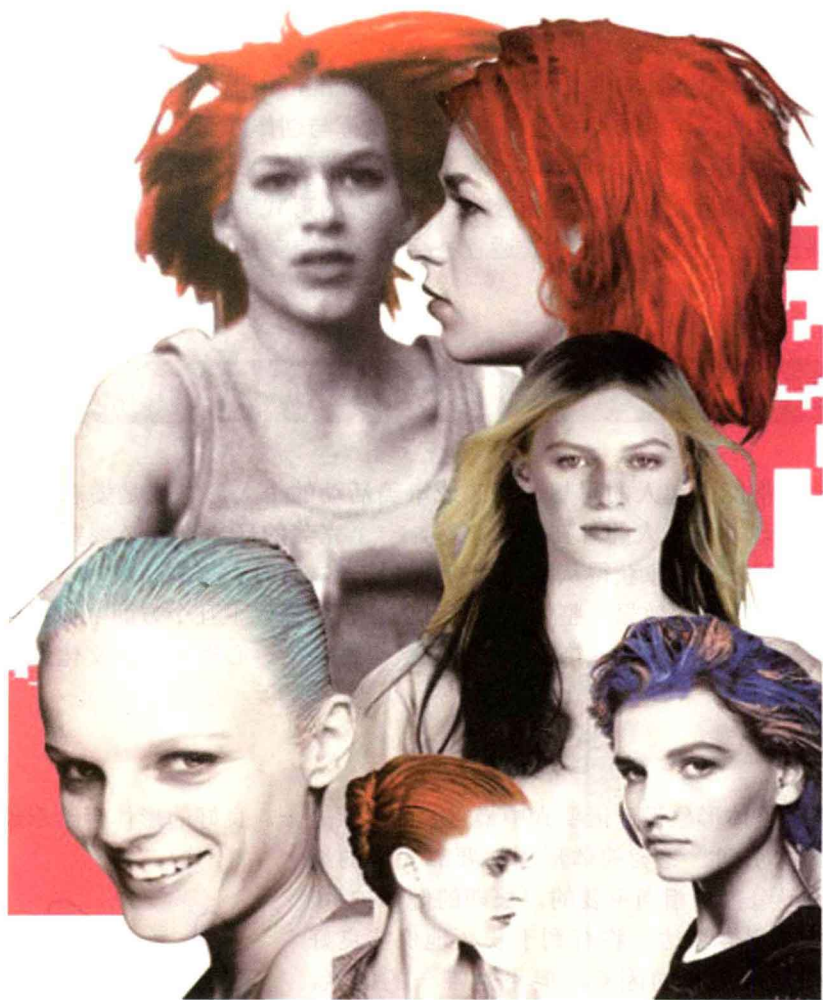


图1-2-2

三、化妆要素

化妆是传统、简便的美容手段，化妆用品的不断更新，使过去简单的化妆扩展到当今的化妆保健，使化妆有了更多的内涵。“浓妆淡抹总相宜”，从古至今人们都偏爱梳妆打扮，特别是逢年过节、喜庆之日，更注重梳头和化妆，可见化妆对展示自我的重要性。淡妆高雅、随意，彩妆艳丽、浓重。施以不同的化妆，与服饰、发式和谐统一，将更好地展示自我、表现自我。化妆在形象设计中起着画龙点睛的作用（图1-2-3）。

四、服装款式要素

服装造型在人物形象中占据着很大视觉空间，因此，也是形象设计中的重头戏。选择服装款式、比例、颜色、材质，还要充分考虑视觉、触觉与人所产生的心理、生理反应。服装

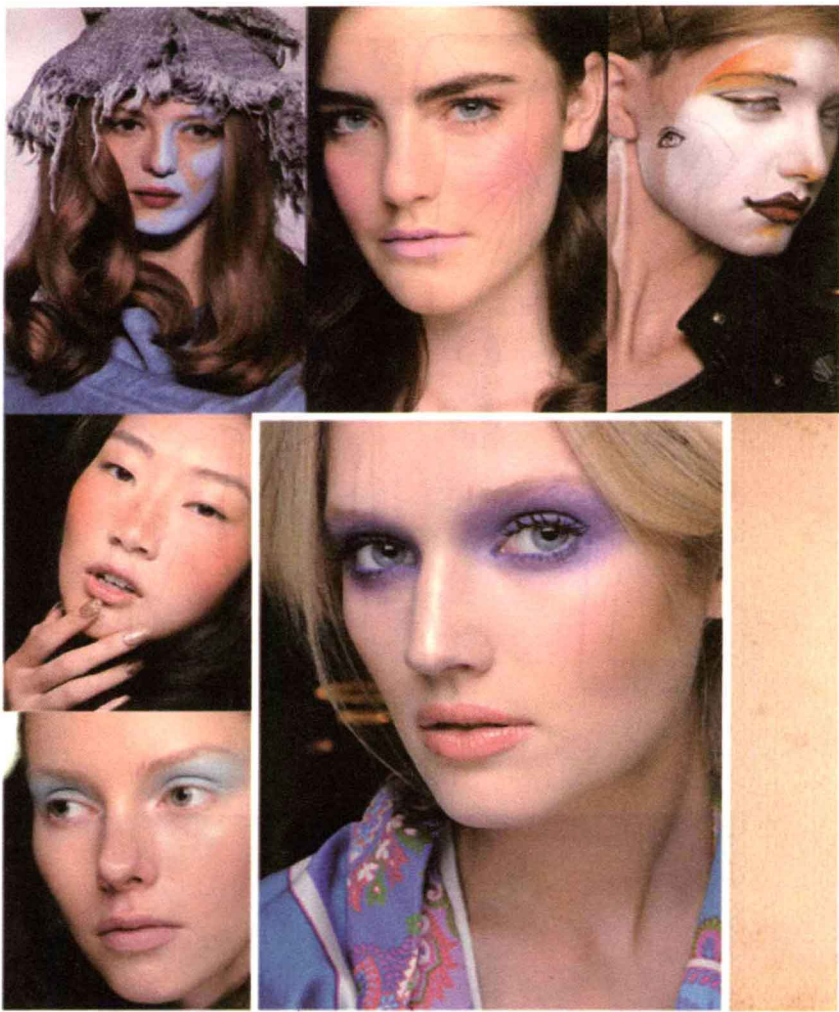


图1-2-3

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美发美容工艺外，还要了解服装的款式造型设计原理，以及服装的美学和人体工程学的相关知识。当今社会人们对服装的要求已不仅是干净整洁，而是增加了审美的因素。因人而异，服装在造型上有A字型、V字型、直线型、曲线型；在比例上有上紧下松或下紧上松；在类型上有传统的含蓄典雅型、现代的外露奔放型。这些在形象设计中若运用得当、设计合理，服装将会使人的体形扬长避短（图1-2-4）。

五、饰品、配件要素

饰品、配件的种类很多，颈饰、头饰、首饰、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饰和人物的整体造型。它能使灰暗变得亮丽，为平淡增添韵味。如何选择佩戴服饰，能充分体现人的穿着品位和艺术修养（图1-2-5、图1-2-6）。



图1-2-4



图1-2-5

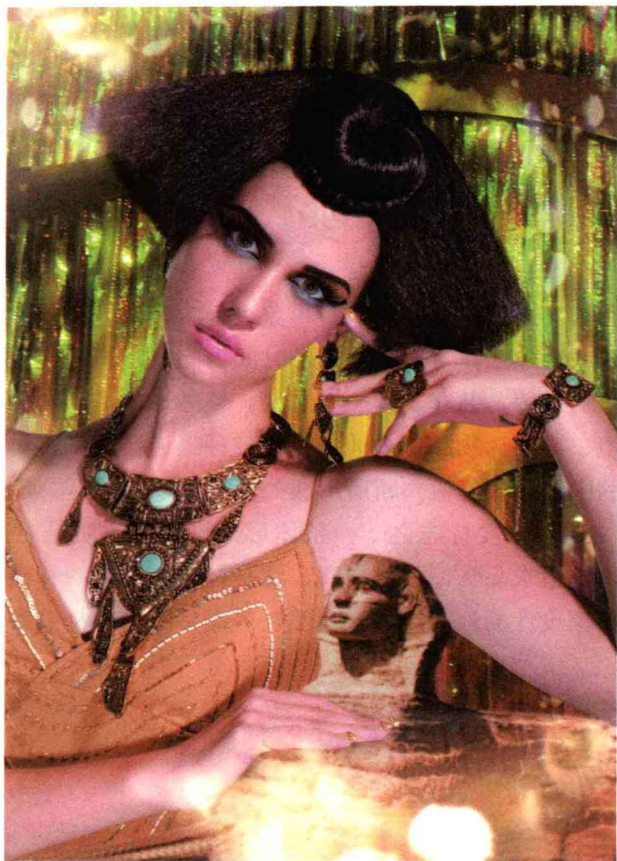


图1-2-6

六、个性要素

在进行全方位包装设计时，要考虑一个重要的因素，即个性要素。回眸一瞥、开口一笑、站与坐、行与跑都会流露出人的个性特点。忽略人的气质、性情等个性条件，一味地追求穿着的时髦、佩饰的华贵，只会被人笑之为“臭美”。只有当“形”与“神”达到和谐时，才能创造一个自然得体的新形象。

七、心理要素

人的个性有着先天的遗传和后天的塑造，而心理要素完全取决于后天的培养和完善。高尚的品质、健康的心理、充分的自信，再配以服饰效果，是人们迈向事业成功的第一步。

八、文化修养要素

人与社会、人与环境、人与人之间是有着相互联系的，在社交中，谈吐、举止与外在形象同等的重要。良好的外在形象是建立在自身的文化修养基础之上的，而人的个性及心理素质则要靠丰富的文化修养来调节。具备了一定的文化修养，才能使自身的形象更加丰满、完

善。在形象设计中，如果将体形要素、服饰要素比为硬件的话，那么文化修养及心理素质则是软件。硬件可以借助形象设计师来塑造和变化，而软件则需靠自身的不断学习和修炼。“硬件”和“软件”合二为一时，才能达到形象设计的最佳效果。

第三节 整体形象设计的意义

整体形象设计是通过对主体原有的不完善形象进行改造或重新构建，来达到有利于主体的目的。虽然这种改造或重建工作可以在较短的时间内完成，但是客观环境对于主体的新形象的确认则是一个较长的过程，并非一朝一夕之事。整体形象信息的传递包含了人本身及其与之相关的人物、环境、事由、物品，是他人经由各种渠道接触到，再借由视觉、听觉、嗅觉、触觉接收后，在脑中经个人价值判断所形成的综合性观感。

形象设计是人类文明的重要标志之一。整体形象设计的本质是对个人形象的完善和提升，帮助个人提高自信，追求品味，找到自我，这是社会物质文明和精神文明高度发展的需要和必然结果。整体形象设计的最高境界为自然，最高标准为形神兼备，最终目的为满足社会与人的精神需求。

一、整体形象的信息传递

1. 与之相关的人物

除了个人本身之外，与之相关的人包括其配偶、亲人、朋友、同事等，即“近朱者赤，近墨者黑”。所以与自己关系越密切的人，应该越要仔细地去选择，这样才不会破坏自己的形象。

2. 与之相关的环境

人都有一个生活的范围，包括与之相关的环境都是相当重要的。例如，办公室里面的摆设、物品的堆放等，都可以透射出主人的兴趣爱好和情调，在一定程度上代表着人的形象。家里的设置更能体现一个人很多方面的特征。只有当关系非常亲密的时候，才可能将自己的相关状态毫无保留地展示给别人，他人也才能通过这些清楚地认识一个人。

3. 与之相关的事由

从某种程度上来说，与人相关之事也代表了一个人的形象。如对某事件处理中的表现，事件之后的表现等，都是一个人形象的展现，而且这些展现方式更加直接。

4. 与之相关的物品

除了身上穿的衣服之外，还有许多物品也代表着形象。所以相关物品，不论大小都是整体形象的一部分。