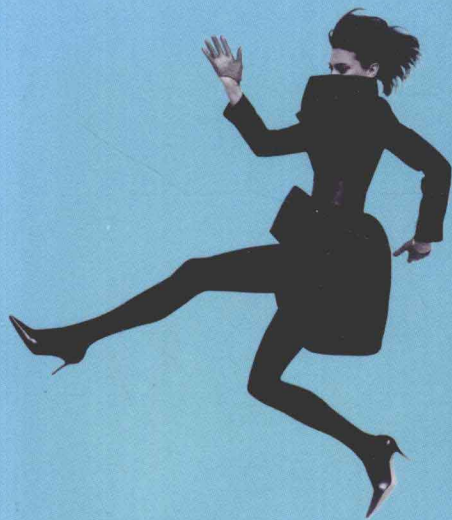




纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材

BASICS FOR
FASHION DESIGN

服装设计基础

本书着重于对服装基础理论和设计实践的论述与分析，从最初的主题调研到最终产品的设计流程进行了系统的讲解，其中包括服装调研与设计、服装设计元素、服装结构与工艺设计、设计表达、系列拓展等重点领域，综述了成为一名服装设计师所必备的理论知识和专业技能。

王悦 张鹏 编著



东华大学出版社



纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材

BASICS FOR
FASHION DESIGN

服装设计基础

王悦 张鹏 编著

东华大学出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

服装设计基础 / 王悦, 张鹏编著. —上海: 东华大学出版社, 2011.6

ISBN 978-7-81111-877-3

I. 服… II. ①王… ②张… III. 服装设计—高等学校—教材 IV. TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 076873 号

责任编辑: 谢 未

版式设计: 王 丽

服装设计基础

著 者: 王悦 张鹏

出版发行: 东华大学出版社

(上海市延安西路 1882 号 邮政编码: 200051)

新华书店上海发行所发行

印 刷: 杭州富春印务有限公司印刷

开 本: 889mm × 1194mm 1/16

印 张: 8.5

字 数: 300 千字

版 次: 2011 年 7 月第 1 版

印 次: 2011 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 0001~5000

书 号: ISBN 978-7-81111-877-3/TS · 256

定 价: 39.80 元

目 录

第一章 服装设计与服装设计师 / 5

一、服装的涵义 / 6

二、服装的功能 / 6

(一) 实用功能 / 6

(二) 审美功能 / 7

(三) 认知功能 / 7

三、服装设计 / 8

四、服装的时尚与流行 / 8

五、服装设计师的职业素质与工作任务 / 10

(一) 服装设计师的职业素质 / 10

(二) 服装设计师的工作任务 / 10

第二章 服装调研与设计 / 11

一、调研 / 11

(一) 调研的概念 / 11

(二) 调研的目的 / 11

(三) 调研的内容 / 11

(四) 调研手册 / 13

二、设计主题 / 15

三、设计灵感 / 18

四、设计思维 / 21

(一) 正向设计思维 / 21

(二) 变异设计思维 / 22

(三) 发散设计思维 / 23

(四) 无理设计思维 / 23

五、设计美学 / 24

(一) 反复与交替 / 24

(二) 旋律 / 25

(三) 渐变 / 25

(四) 比例 / 26

(五) 平衡 / 26

(六) 对比 / 27

(七) 调和 / 27

(八) 强调 / 27

(九) 统一 / 27

六、风格 / 28

(一) 经典风格 / 28

(二) 民族风格 / 28

(三) 中性风格 / 28

(四) 优雅风格 / 29

(五) 田园风格 / 29

(六) 休闲风格 / 30

(七) 都市风格 / 30

(八) 前卫风格 / 30

第三章 服装设计要素 / 32

一、造型设计 / 32

(一) 基本廓型 / 32

(二) 局部造型 / 35

(三) 服装品类造型 / 47

二、色彩设计 / 47

(一) 服装色彩的独特性 / 48

(二) 色彩的基础知识 / 49

三、材料设计 / 54

(一) 纤维 / 55

(二) 纱线 / 58

(三) 织物的组织结构 / 59

(四) 织物的表面设计 / 61

四、图案设计 / 70

第四章 服装结构与工艺 / 75

一、工具和设备 / 75

(一) 工具 / 75

(二) 设备 / 76

二、结构设计 / 77

(一) 省 / 77

(二) 褶 / 78

(三) 分割线 / 79

三、工艺设计 / 80

(一) 线、缝工艺 / 80

(二) 支撑工艺 / 80

(三) 斜裁工艺 /82

四、版型设计 /83

(一) 平面裁剪 /83

(二) 原型裁剪 /84

(三) 立体裁剪 /84

(四) 解构 /86

五、坯布样衣 /86

第五章 服装设计表达 /87

一、时装人体绘画 /88

(一) 人体的基本结构 /89

(二) 服装人体比例 /89

(三) 服装人体姿态 /90

二、时装绘画表现形式 /94

(一) 时装草图 /94

(二) 时装效果图 /94

(三) 服装款式图 /95

(四) 时装插画 /96

三、时装绘画表现风格 /98

(一) 写实风格 /98

(二) 速写风格 /98

(三) 动漫风格 /98

(四) 装饰风格 /100

四、时装绘画表现技法 /100

(一) 手绘表现 /100

(二) 电脑表现 /104

第六章 服装产品拓展 /106

一、服装产品市场定位 /106

(一) 高级时装 /106

(二) 高级成衣 /108

(三) 二线品牌与设计师品牌 /108

(四) 大众成衣 /109

二、服装分类 /110

(一) 女装 /110

(二) 男装 /110

(三) 童装 /110

三、服装产品类型 /111

(一) 创意装 /111

(二) 休闲装 /111

(三) 运动装 /112

(四) 职业装 /113

(五) 礼服 /113

(六) 内衣 /114

四、服装产品品类 /115

(一) 牛仔服装 /115

(二) 毛皮服装 /116

(三) 针织服装 /117

(四) 饰品 /117

五、系列产品组合 /118

(一) 服装产品组合 /118

(二) 服装系列设计 /120

(三) 企业中的产品流程 /121

(四) 产品开发时间表 /124

六、产品设计展示 /124

(一) 动态展示 /124

(二) 商业展示会 /125

(三) 系列产品展示册 /126

七、产品设计推广 /126

(一) 品牌化 /126

(二) 产品推广 /127

(三) 服装工作室 /128

附录 与时尚相关的工作 /129

一、服装陈列师 /129

二、时尚造型师 /131

三、时装摄影师 /132

四、时尚买手 /133

五、首饰设计师 /134

六、时尚编辑 /135

后记 /136

第一章 服装设计与服装设计师

在人类文明的进程中,服装作为各个历史时期政治、经济、文化的产物,从古埃及、古罗马人简单的围裹式服装到今天丰富多样的服饰品类,已经跨越了几千年的历史。服装不再是遮体避寒的简单生活资料,而成为社会物质文明和精神文明的结合体。服装在不断进步和发展的过程中,逐渐显现出物品、产品、商品、艺术品的综合特征,服装设计同时也成为现代设

计中的一个门类,其核心是对服装造型、色彩、面料、工艺等方面进行创造,既要符合人们对服装功能性的需求,还要满足人们的审美需要,同时考虑到经济因素。服装设计师作为服装设计的主导和灵魂,需要具备全面的专业素质,在设计中综合思考和分析消费者的不同需求,赋予服装艺术与商业价值,体现功能与审美的统一(图1.1、图1.2)。



1

图1.1 服装摄影作品, Terry Richardson 摄于2002年



2

图1.2 三宅一生(Issey Miyake) 1995年春夏作品

图 1.3 服装呈现出的物质美 (24/7 Suits)

图 1.4 服装的状态美, 罗伯特·卡沃利 (Roberto Cavalli) 2010 年秋冬广告

图 1.5 实用功能, AE 美国鹰 (American Eagle) 2010 年度假系列广告



3

一、服装的涵义

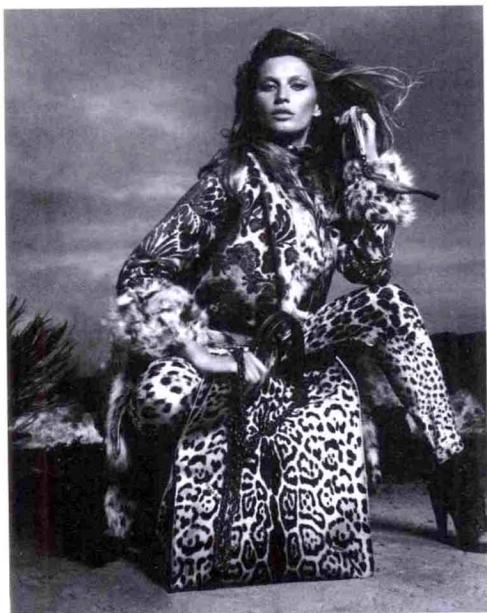
服装一词在我们的生活中被广泛应用。它的涵义可以从两方面来理解。狭义上的服装指的是一种单纯的物质, 即衣服, 是指遮盖人体的染织物, 通常包括人的上体和下体所穿衣服的总和, 衣服所呈现的是一种纯粹的“物质”美 (图 1.3)。广义上的服装指一种状态, 是衣服、衣裳的现代称谓, 是指人和衣服的统称, 是对人在着装后状态的形容。进一步讲, 服装是人在一定空间和环境中的形象, 任何一类服装都会受到人、衣服和穿着方式这三个因素的限制。在不同空间和环境的变化中, 只有这三个因素统一协调地联系在一起, 才能创造出和谐的“状态美”。

在达到“状态美”的同时, 服装还需要衣服以外的配件相陪衬, 由此引出服饰的概念。狭义上讲, 服饰是用来搭配衣服的配件, 如鞋子、帽子、腰带、手套、包袋、首饰等。广义上讲, 服饰是指人装扮自身的生活行为。在协调、补充“状态美”的同时, 服装和服饰被紧密地结合在一起 (图 1.4)。

二、服装的功能

(一) 实用功能

服装的实用功能是指服装在实际使用过程中的功能性。服装起源于实用, 为了适应在不同的季节和气候下生存, 服装用来维持人体的正常体温; 为了防止外界的伤害, 需要服装来保护身体, 可见, 服装的实用功能是服装的基本功能, 基于人的生理需求而存在。服装发展到今天, 除了遮身蔽体、防寒保暖功能外, 还可以满足很多实用性和保护性的要求, 如受环境因素制约而设计的防风服、防雨服、防暑服、防寒服; 为抵御外界媒质危害而研发的防辐射服、防尘服、防火服、防弹服等。另外, 随着人们消费观念的改变, 服装的舒适性、功能性、易于打理等都成为消费者购买的因素, 很多健身服和运动服这些原本的功能性服装已经占据休闲市场, 并且成为表现健康和年轻活力的时装。近年来, 服装结构如何适应人体特征、服装功能性材料的开发与使用、如何满足消费者的着装需求都成为服装设计领域不断深入研究的课题 (图 1.5)。



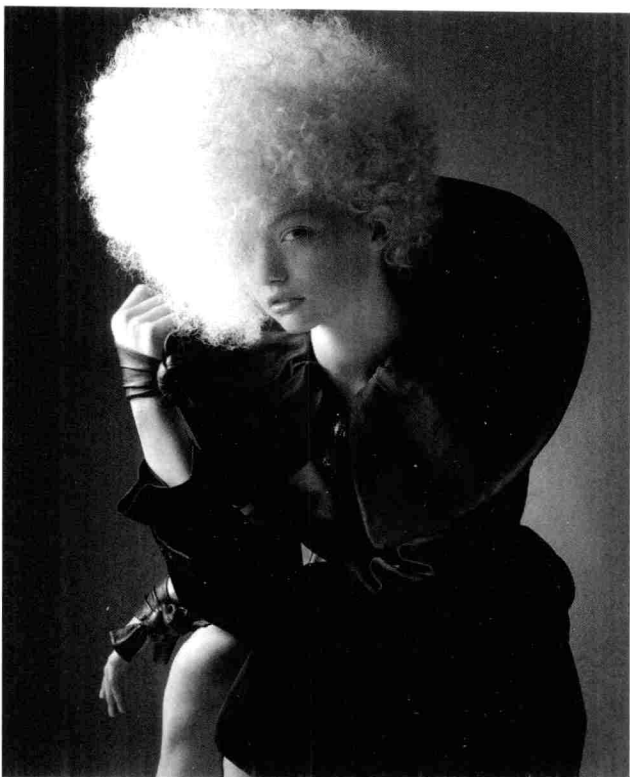
4



5

（二）审美功能

服装的审美功能指服装通过设计语言传达给着装者和观赏者以美的视觉感受。服装设计生产的过程,也就是设计师和生产者对潜在的着装者进行艺术表达和寻求审美认同的过程。不同色彩、造型、风格和具有不同文化内涵的服饰可以突出着装者的魅力,使人们获得不同的审美体验。同时,服装作为时代的产物,总是展示出一个时代的审美观和审美意识,从春秋战国的宽衣博带到清朝的长袍马褂再到中山装的取而代之,直到今天的服装变革,无不体现着与各个时代相对应的服装审美观。不论是在不同的历史发展阶段,还是在同一个时期不同地域的审美差异性的普遍存在,都不会影响人们对服装审美功能的要求,是否被所在群体认同,是否能给人以美的享受,是衡量服装设计作品成功与否的重要标准(图1.6、图1.7)。



6

（三）认知功能

服装的认知功能是指通过服装所传达出来的象征意义。人类是社会群体,服装也具有了强烈的社会文化性。在古代世界,罗马人最先明确地在服装上表现阶级差别,以“托加”的颜色和使用的装饰来象征人的社会等级和阶级地位(图1.8);中国明清时期的补服制度,在官服上缝缀40~50厘米的绸料,上面织绣有不同的纹样,文官绣禽、武官绣兽,各分九等……,这些都

作为时代的符号,体现了服装特有的认知功能。在现代社会,服装作为视觉的艺术,以强烈、可视的交流语言,透过一个人的穿着可以将其身份、兴趣、品位、修养、所属群体等隐形特征显现出来。例如各种职业制服,可以使穿着者在社会群体中脱颖而出;又如朋克风格,我们可以从破烂的服装、军队制服、马靴、骷髅饰品、怪异的发型等典型的着装中,清楚地分辨出属于朋克一族的年青人(图1.9)。



7



8



9

图1.6 摄影师马里奥·索兰提(Mario Sorrenti)作品,2004年

图1.7 中山装作为一个时代的代表服装,承载着中国传统的文化和礼仪

图1.8 穿镶边托加的古罗马人物形象,电视剧《罗马》剧照

图1.9 英国街头的朋克青年



10



11



12

图1.10 夏奈尔(Chanel)经典套装,从19世纪20、30年代风靡至今,由及膝的短裙和裁剪考究的外套搭配大颗珍珠项链所组成的套装是夏奈尔时装高雅、优美、简洁风格的代表

图1.11 迪奥(Dior)先生1947年推出的“新样式”。这种以细腰大裙为重点的造型,突出和强调了女性的柔美,并引领了此后10年的世界流行

图1.12 吸烟装,伊夫·圣罗兰(Yves Saint Laurent)曾说过,在他的作品中,最大的外在影响来自男装,比如吸烟衫、连身裤和长裤套装。1966年,他推出了世界上第一款女式燕尾服,成为时装业的一个里程碑

三、服装设计

服装设计作为一门综合性的实用艺术,是通过一定的思维形式、美学规律和设计程序,运用造型组合、色彩搭配、材料对比等多种手法将设计师的个性、思想、情感与品牌概念、设计主题、时尚流行交融在一起,并淋漓尽致地以物化的形式表现出来的过程。

从设计的角度看,造型、色彩、材料、工艺是服装设计必须要考虑的四个要素。人们在观察物体时,色彩是首先映入观察者眼帘的,其次才是服装的造型、材料和工艺,色彩在服装设计要素中居于首要位置;服装设计“以人为本”,造型是根据人体特征和活动需要进行的形态塑造,所有设计要素都是围绕造型来完成的;服装的材料是服装物化过程中必不可少的前提,色彩必须通过设计材料体现出来,造型也只有依靠材料才能实现;服装设计最终要以成衣的形式表现出来,工艺是服装实物化过程中的重要手段,为了达到服装整体设计的最佳效果,服装的工艺设计不仅要和具体的造型结构、材料质感紧密联系,还要和相应的工艺工序相结合。在服装设计中各种要素之间相互影响,相互制约构成了服装的整体。另外,服装作为与人们生活休戚相关的物品,设计的主体对象是人,因此在以不同的人作为设计主体时,服装除了需要体现要素间的整体美外,还会受到人的外形特征、内在心理等因素的制约,这也是服装设计不同于其他设计的特殊性所在。

四、服装的时尚与流行

“时尚”作为现代生活中最常被提及的词汇,频繁地出现在各种报刊和媒体上,追求时尚对大众来说似乎已蔚然成风。时尚一词英文为fashion,其核心含义是指:当时的风尚。时尚展现了在一定的时代和社会背景下被推崇的生活方式、行为模式以及文化理念。它由思想意识起步、以各种物质形式表达,涉及与当代大众生活相关的衣食住行等各个方面。其中,服装方面所体现出来的时尚现象是最浅表和直观的,也最容易捕捉。服装的时尚表现在服饰行为上的差异,即少数具有前卫思想的人追求服饰上的与众不同,借以标榜自己的独特个性(图1.10~图1.12)。



13



14

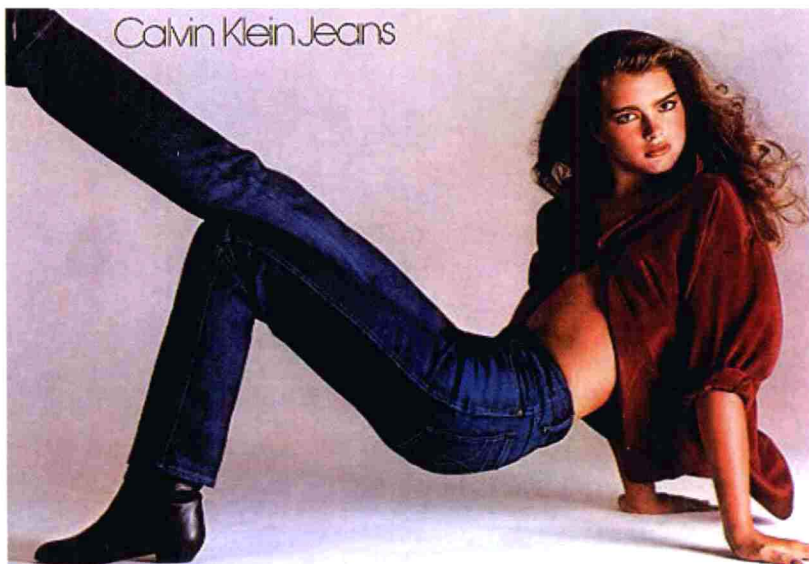


服装的流行是大众化了时尚，是指服装的文化倾向，通过具体服装款式的普及、风行一时而形成潮流。服装的流行具体表现在它的造型、色彩、面料、工艺、图案等方面，并由此形成的不同着装风格。服装的流行受到社会经济、政治环境、时代观念的更替、大众追求新奇刺激心理的趋势或从众心理等因素的影响，具有明显的时间性和周期性，而且随着时间的推移而变化，一般经历萌芽、成熟和衰退的过程，有些流行退出流行舞台后，又反复出现在流行中或以新的形式复活（图1.13~图1.15）。在服装产业中，服装的流行由专门的流行机构预测发布，如流行研究中心、服装行业协会、流行分析专家等。

时尚与流行总是在不断地发生着变化，在每一个新的季节人们都寄希望于服装设计师能对时尚的轮回进行重新改造，时尚已经成为具有巨大商业价值的产业。来自世界各地的服装大师们纷纷在时尚的国际舞台上大显身手，以异想天开的个性设计，给大众带来风格各异的流行产品的同时，也创造了巨大的商业利润（图1.16）。



15



16

图1.13 杰奎琳·肯尼迪 (Jacqueline Kennedy) 在20世纪60年代以简洁高雅的着装风格成功地倡导了美国的流行时尚

图1.14 20世纪60年代风格服装，摄影师：Greg Kadel，2005年

图1.15 伊夫·圣洛朗 (Yves Saint Laurent) 在1968年推出的狩猎装成为很多时装设计师模仿的典范。这张图片拍摄于1972年，Yves Saint Laurent (中)、模特 Betty Calroux (左) 与 Loulou de la Falaise (右) 在他伦敦的专卖店“Rive Gauche”门前合影。

图1.16 20世纪80年代好莱坞影星波姬·小丝为CK牛仔服装拍摄的广告。CK：卡尔文·克莱恩 (Calvin Klein)，作为一个全方位发展的时尚品牌，不但有高级时装、高级成衣、牛仔三大品牌线，还经营休闲装、袜子、内衣、睡衣、泳衣、香水、眼镜、家居用品等。并倡导了以青年人为消费对象的时髦的无性别香水和牛仔服装



图1.17 克里斯汀·拉克鲁瓦(Christian Lacroix)在其工作室准备1999年春夏高级时装发布会

17

五、服装设计师的职业素质与工作任务

(一) 服装设计师的职业素质

服装设计是一项传播美和时尚的职业,它依存于现代生产和生活方式,以人作为服务对象,在服务大众的同时还必须赋予服装艺术和商业价值。在这项充满挑战性和创造性的工作中,设计师所具有的职业素质对设计成功与否具有决定性的作用。首先,作为服装设计师需要具备多领域的知识结构与技能,包括服装人体基本知识、服装绘画基本技能、服装色彩学知识、服装材料学知识、服装工艺基本知识、服装基础理论和服装史知识、电脑运用能力以及服装社会学、服装心理学和市场营销学等相关方面的常识。知识积累得越丰富,设计的底蕴就越深厚,作为设计师,还要博闻多识,从雕塑、建筑、音乐、舞蹈、文学等相关艺术门类中得到设计的启发与借鉴。其次,在商业飞速发展的现代社会,设计师能否在激烈的行业竞争中占有一席之地,除了具备全面的知识结构外,还需要具备超前的意识与个性、敏锐的洞察力和鉴赏力、良好的沟通与合作能力以及出色的敬业精神,才能使自己的设计水平不断提高,顺应时代的潮流,创作出具有现代意识的服装作品。因此,要想成为一名服装设计师并不是一件容易的事,必须具备全面系统的知识结构与各项综合的能力,并为之付出辛勤的努力,才能有所成就。

(二) 服装设计师的工作任务

服装业是以产品为核心的行业,产品能否为市场所接受,关系到一个企业的成功与否,而服装设计师则在企业产品开发中发挥着关键性的作用。大多数的服装企业,主要面向的都是消费者市场,作为一名服装设计师的基本任务就是要了解企业目标市场所在的社会、人文精神及其变化趋势,并使其有机地融入到产品设计中去,设计出为目标市场所接受的、反映社会人文变化、并且穿着美观的服装。设计师的第二个任务是保持产品风格或品牌风格的稳定性。在当今市场竞争条件下,一个好的品牌或好的营销组合是对目标市场的稳定开发,这就要求设计师能够很好地把握目标市场的需求,设计出一个好的风格后,能在不断变化的各季服装设计中,始终保持品牌风格的稳定性,从而保证销售群体的稳定和最终企业销售的稳定(图1.17)。

第二章 服装调研与设计

与其他行业相比,服装行业总是站在时尚的前沿,每个季节,都有一种力量在周而复始地推动着时尚的车轮,促使时装的潮流以其他行业所无法比拟的速度不断地发展。服装设计师作为时尚的缔造者,就好像一只永远在不停寻觅的小鸟,总是需要寻找新的灵感,才能创造出前沿与流行的服饰。而调研的魅力就在于它会帮助设计师获取很多未知的信息和主题资料,提供设计的灵感和创作的方向。

一、调研

(一) 调研的概念

调研指的是调查研究,即从过去的事物中学到新的东西,是具有创造性的研究活动。调研是服装设计过程中必不可少的一个环节,常常被看作是探索设计之旅的起点,是在设计的开始阶段为展开设计的创意理念而进行的资料搜集和整理,或者是为特定的设计主题而做的调查、分析。

(二) 调研的目的

调研在设计与创新过程中发挥着信息记录的重要作用。通过调研得到的资料或者信息,是设计师在目前、现在或未来的设计中将要使用的素材。流行不会无缘无故地出现,一方面调研工作对大脑是一种刺激,可以激发

设计灵感,帮助设计师在设计的过程中开启新的方向。另一方面调研对学习一门新的学科也会有所帮助,在调研中,可以发现一些以前完全一无所知的信息,或者探寻到一些新的技巧与新的工艺。

(三) 调研的内容

调研的内容包括两种类型:一种是收集、确定一个主题或概念的系列设计所需要的灵感素材,这些素材对于设计师在创作中实现独特个性的发

展是必不可少的,其中包括造型、结构、细节、色彩、印花、肌理以及艺术思潮、科技成果、文化动态、当代流行趋势等与服装有关的信息,它们是服装设计的背景资料,帮助设计师确定设计的主题、风格或概念。另一种类型是采集设计所需要的真实有形的和可实践操作的素材,如面料、辅料、花边、钮扣、装饰等各种关于服装方面的实用部件(图2.1~图2.4)。

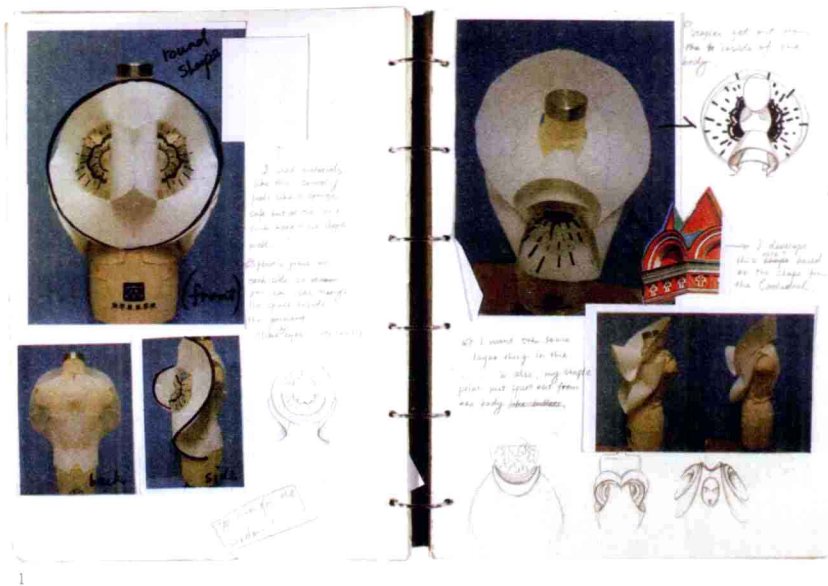
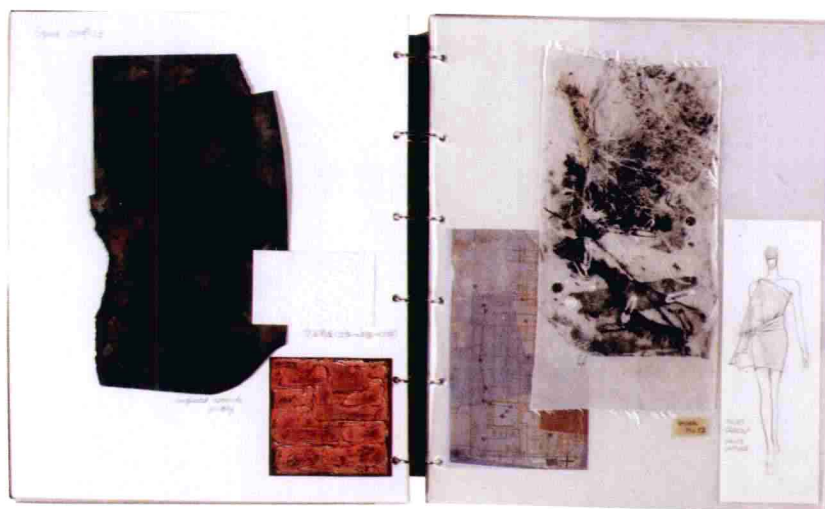
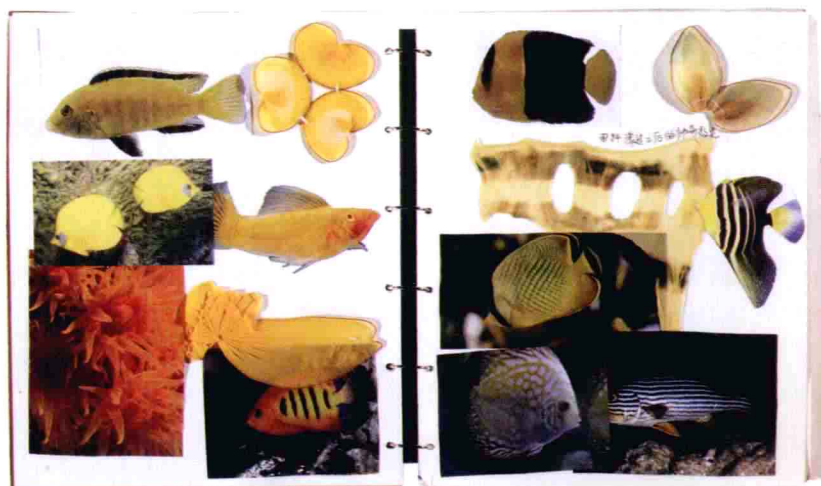


图 2.1 以建筑为灵感的服装造型分析 (华嘉)



2



3



4

图 2.2 对材料肌理的研究 (罗宇豪)

图 2.3 对色彩的调研与分析 (马文佳)

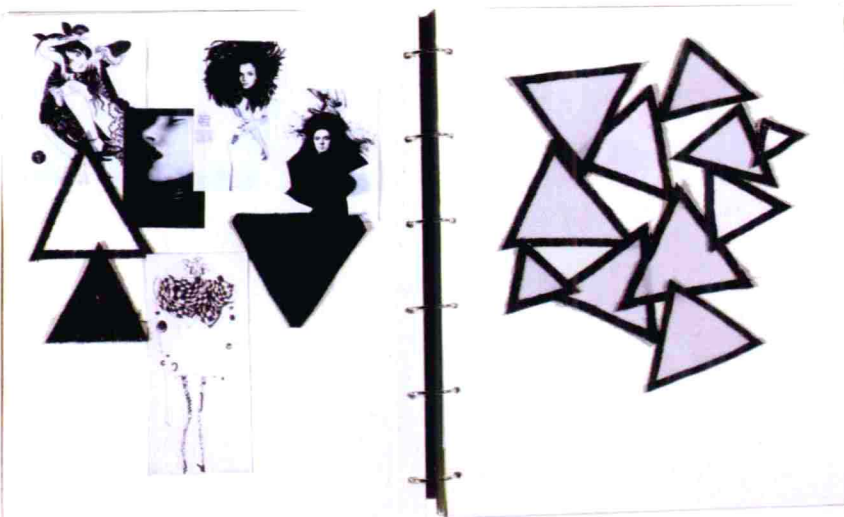
图 2.4 有关艺术思潮的资料收集 (华嘉)



5

(四) 调研手册

调研手册是对调查、研究和信息的记录与分析整理。调研工作完成后，将收集来的图片、面料、装饰物等以一定的技巧加工处理编辑成为调研手册或手稿册，它反映了设计师的思维发展轨迹以及对主题的表达方式，甚至隐藏着更多去值得深入发展的灵感。调研手册的整理分析包括拼贴、并置、描绘等手法（图2.5~图2.8）。



6



图 2.5 调研手册示例——拼贴手法（张乐暄）

图 2.6 调研手册示例——并置手法（张乐暄）

图 2.7 调研手册示例——并置手法（华嘉）

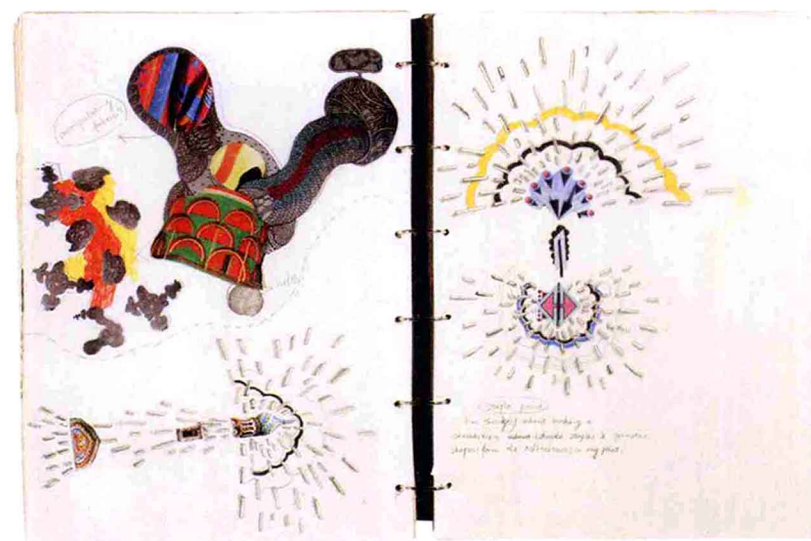
7



8-1



8-2



8-3

图 2.8 调研手册示例——包括对实物素材的收集和对细节的描绘（华嘉）



9-1



二、设计主题

设计主题是设计师在设计过程中所要传达的主题氛围和基调。设计主题一般都要命名，名字既要能反映主题的内容，同时还要能够制造气氛，诸如一些抽象的词语，或者概念化的可视资料以及带有描述性的文字、故事或传说都可以成为主题命名。设计主题作为设计元素的灵魂，所有设计手段都会围绕这一主题进行诠释，并最终体现出符合这一主题的设计基调。作为一名服装设计师，在开始进行设计的时候必须要确定自己的设计主题，并通过调研不断地去了解研究有关这一主题的更多信息，激发自己的设计灵感，以个性化的视觉语言表达具有独创性的设计（图2.9～图2.11）。



图2.9 主题概念版、效果图与成衣作品——STAR WARS（黄苑——哥本哈根皮革）

9-2



10



图2.10 主题概念版、效果图与成衣作品——欧普时代（刘家龙——哥本哈根皮革）

图2.11 主题概念版、效果图与成衣作品——HAIR REVOLUTION（王超——哥本哈根皮革）

11