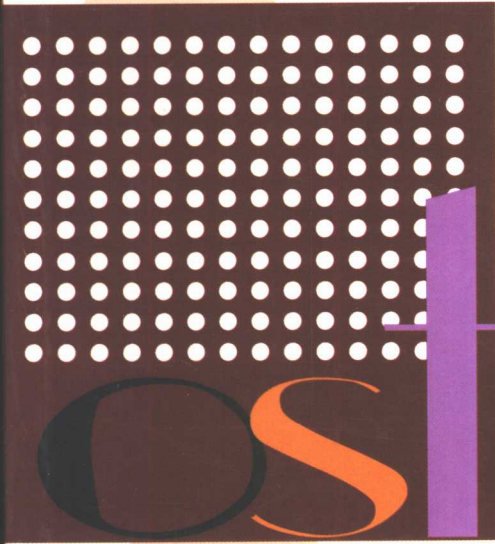


21世纪职业教育重点专业教材
根据国家教育部统一教学大纲编写

服装设计基础

(下册)



金惠 刘霖 / 编著

 中国纺织出版社

21 世纪职业教育重点专业教材
——根据国家教育部统一教学大纲编写

服装设计基础

(下 册)

金惠 刘霖 编著



中国纺织出版社

内 容 提 要

该书共分为九章。一至四章为服装色彩,主要从色彩的角度阐述服装的配色,在系统地讲述色彩配搭、流行色的同时,更注重服装配色的训练方法。五至九章为服饰图案,由浅入深地讲述了图案构成的形式法则、图案的造型及组织,重点介绍了面料设计、服装图案的工艺形式及图案在服装中的运用。

本书在进行理论分析的同时,兼顾实际应用,注重具体的操作性,大量的示范作业,有一定的启发性和引导性。可作为职业技术学院服装设计专业的教材,也可供广大服装设计工作者及业余爱好者参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

服装设计基础.下册/金惠,刘霖编著. —北京:中国纺织出版社,2002.1

21 世纪职业教育重点专业教材

ISBN 7-5064-2029-5/TS·1495

I. 服... II. 金... III. 服装-设计-职业教育-教材 IV. TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 039554 号

策划编辑:包含芳	责任编辑:高彩俸	责任校对:陈 红
责任设计:胡雪萍	责任印制:刘 强	

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号

邮政编码:100027 电话:010—64168226

http://www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社印刷厂印刷 各地新华书店经销

2002 年 1 月第一版第一次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:7.75

字数:134 千字 印数:1—5000 定价:16.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

21 世纪职业教育重点专业教材

服装设计与制作专业编委会

服装制作与营销专业编委会

主 任：高 敏（全纺教育学会中教分会会长）

副主任：朱焕良（纺织职业教育教学指导委员会副主任、东北电力学院艺术学院院长）

余建春（全纺教育学会中教分会副会长、广州大学纺织服装学院院长）

朱世林（常州纺织服装职业技术学院正校级调研员）

王建庆（全纺教育学会中教分会副会长、纺织职业教育教学指导委员会副主任、常州纺织服装职业技术学院院长）

编 委（按姓氏笔画排列）：

王家馨 方 勇 许先智 朱焕良 庄立新 吕学海 刘 锋

余建春 张繁荣 张宏仁 周邦楨 周丽娅 罗德礼 金 惠

杨奇军 姚再生 徐 佳 梁 军 黄喜蔚 鲍卫君 谭雄辉

全国纺织教育学会教材编辑出版部人员名单

主 任：梁 善

常务副主任：孙兰英

副 主 任：郑 群 贾成文 高 敏 倪阳生

成 员：王蕴强 朱苏康 张家钰 荆 涛 刘 予 王建庆 朱慧春
张荣生 朱德明 高宗玉 卞 葆 包含芳 张福龙 王延丰
郑伟良

出版者的话

按照教育部《面向 21 世纪教育振兴行动计划》，全国纺织教育学会组织各专业教学指导委员会编写了纺织服装类 21 个重点专业的指导性教学计划和教学大纲。

专业指导委员会根据教育部审定通过的专业教学改革方案和指导性计划以及对课程安排、课时、教学内容的要求，组织最有权威和教学经验的教师编写了此套教材。

本套教材内容丰富，充分反映生产实际中的新知识、新技术、新工艺和新方法，注意文化基础课和专业课的衔接，注意按不同工种、不同技能 and 不同层次提出要求，按“基础模块”、“选用模块”、“实践教学模块”等部分编写，在教学上有较大的灵活性和适用性，便于全国各地学校根据教学的具体情况加以选用。本书目录中凡有 * 处均为教学选用内容。

本书由金惠、刘霖编著，限于水平，书中的错误和缺陷难免，殷切期望读者提出宝贵意见。

全国纺织教育学会
教材编辑出版部

目 录

第一章 服装色彩的概念与特性	1
一、服装色彩的概念	1
二、服装色彩的特性	1
第二章 色彩的基础	4
第一节 色彩的产生与本质	4
一、色彩与光	4
二、色彩的原色及其混合	4
三、色彩的本质	5
* 四、色立体	6
* 第二节 色彩感觉与色调	6
一、色彩的共感觉	6
二、色彩的知觉感情	7
三、色调	8
第三节 色彩的对比与调和	9
一、色彩的对比现象	9
二、色彩的调和原理	11
第三章 服装配色	15
第一节 明度、色相、纯度的配色	15
一、明度为主的配色	15
二、色相为主的配色	17
三、纯度配色	17
第二节 服装色彩的配色形式	18
一、以一个色相为主的配色	18
二、多个色相的配色	19
三、中性色相配	19
第三节 服装整体配色	19

一、单件服装的色彩处理	20
二、内、外衣色彩的配套	20
三、上、下装色彩的配套	21
四、服装色彩与装饰配件色彩的配套	21
五、服装的整体色彩组合	22
* 第四节 设计主体配色	22
一、根据主题进行配色设计	22
二、常用的服装配色	22
 * 第四章 服装与流行色	 25
一、流行色的概念	25
二、流行色的特征	25
三、流行色形成的原因	25
四、流行色的预测	26
五、流行色的发布	26
六、流行色的种类	27
七、流行色的运用	27
 第五章 图案的概念及形式法则	 29
一、图案的含义	29
二、图案的特征	29
三、图案的形式美法则	29
 第六章 图案的变化步骤	 37
第一节 写生的方法	37
一、线描写生方法	37
二、淡彩写生方法	38
三、归纳写生方法	39
第二节 图案的变化手法	40
一、归纳的手法	40
二、夸张的手法	46
三、求全的手法	49
四、组合的手法	50
五、巧合的手法	51

六、寓意的手法	52
第三节 花卉图案变化	53
一、花头变化	53
二、花叶变化	54
第七章 图案的组织	56
第一节 单独式纹样	56
一、单独纹样	56
二、适合纹样	61
三、角隅纹样	63
四、边缘纹样	63
第二节 连续式纹样	65
一、二方连续纹样	65
二、四方连续纹样	68
第八章 服饰图案设计	73
第一节 服饰图案的作用与特点	73
一、服饰图案的作用	73
二、服饰图案的特点	73
* 第二节 服饰图案的工艺形式	75
一、印花	75
二、蜡染、扎染	76
三、织花	76
四、刺绣	76
五、编织	78
六、手绘	81
七、丝网印刷	81
* 第九章 服饰图案的装饰与点、线、面的运用	82
一、点的运用	82
二、线的运用	82
三、面的运用	83

彩图·····	84
图片参考资料 ·····	109
参考书目·····	110

第一章 服装色彩的概念与特性

一、服装色彩的概念

服装色彩是研究服装整体色彩关系的学问。主要包括上下装、内外衣以及帽、鞋、袜、包、围巾、带、首饰的色彩搭配。

狭义的服装色彩学,是把服装的款式、图案、材料及服饰品围绕着穿着对象进行的综合性的色彩设计。它涉及到如何准确地选用色彩,如何把它组合配套,如何从艺术性、商业性角度探索、开拓出新、美的服装色彩。广义的服装色彩学研究的范围比较广泛,以色彩学原理为服装色彩学的理论基础,涉及色彩的物理学、生理学、心理学、社会制度、民族传统、文化艺术、经济发展等,以及与人有关的性别、年龄、性格、肤色、体型、职业、环境(季节)等诸多因素,同时服装色彩还有其商品特征,如消费心理学、市场学、流行色的研究等。

二、服装色彩的特性

服装素有时代的镜子、流动的绘画之美称。服装以各种色彩的素材,运用造型美的法则与工艺技巧组合成完整的形象。然而,它毕竟不是纯粹的艺术作品,服装色彩有其本身的特殊性。

(一)服装色彩具有独特的社会文化象征性

服装色彩在某种程度上反映了时代与社会风貌的特色,并受到社会道德、文化、风尚的制约与影响。在奴隶社会和封建社会,人们信仰“天命”、制定“礼制”,使服装在色彩上披上了神秘的外衣,祭天要穿青色服装,祭祖要穿玄(黑)色服装,并将红、黄、青、黑、白五种色调视为正色,黑色显示高贵与权威。书中记载,每个历史时期的服装色彩都有其各自的崇尚色:夏尚青、商尚白、周尚红、秦尚黑。由此可见,人类服装色彩的变化与使用,就是在历史演变的气氛中,表征了各个时代的精神向往和文明象征。

服装的色彩,展示着不同地域不同国家、地区的民族传统和风俗,对于不同的信仰、不同的文化习俗,服装色彩的使用也就有着不同的象征性。如欧美国家信仰宗教,他们认为黄色象征太阳;古希腊、古罗马用黄色象征吉

祥;而叙利亚却把黄色象征为死亡。由此可见,不同的生活条件、传统、习惯、自然条件形成了具有民族特色的色彩偏爱和象征。

服装色彩,在个人选择和使用时,不仅体现了穿着者的喜好,更反映了穿着者的文化修养和精神气质,“观其服、知其人”就是这种印象的概括,这也就是说,服装是自我表现的工具。人们通过着装向社会表现着自我的经济力量和社会地位,有意无意地展现着自我的个性、文化修养、审美情趣等。

此外,服装色彩的象征性,更突出地表现在各种制服上,如军服、警服、学生服都具有非常明显的标志性的象征,这种标志性的象征,不仅制约着穿着者的言行,而且也增加了穿着者自身的各种感觉,如优越感、自豪感、使命感等。

(二)服装色彩的装饰性

服装色彩属于装饰色彩的范畴,它包含两方面的含义:一方面是对服装本身的装饰;另一方面是对人的装饰。

对服装本身的装饰多以图案形式来表现(不光指有形的、规则的图案,也包括简单的色条、色块等),加上附属的辅料、配饰,其装饰特征非常强烈。服装本身成了装饰的对象,由于这类服装的色彩效果本身具备了较完整的装饰性,无论是有花纹的面料,还是采用印、扎、绘、绣、镶、补等工艺手段构成的图案装饰,都使服装很富有艺术气息,所以,一件衣服即便是没有人穿着放在那里,就外在的色彩、纹样和工艺来说,同样也具有较高的欣赏价值。例如中国古代的宫廷服装,以及现代华丽的旗袍、晚礼服、少数民族服装等,其色彩都具有浓厚的装饰性。另外,在现代服装中,运动服类、T恤衫、编织毛衣也都是以色彩发挥着最强烈的装饰性效果,采用的手法多为交织、镶拼和补贴。

服装色彩对人的装饰主要是:服色与人的体态、服色与人的内心(精神)、服色与着衣环境的协调,因此,服装的色彩设计应以每个人不同的性格、不同的职业、不同的地位和不同的场合而有所区别。比如参加私人聚会、友人婚宴要选择色泽艳丽的服装来装点自己;参加办公会议要选择色彩雅致的套装。总之,人是被装饰的对象,衣服本身可能不存在华丽的图案,但其色彩却能装点出一个人的气质和面貌,正所谓“衣裳是文化的表征,衣裳是思想的形象”。

(三)服装色彩的实用性

服装设计是实用美术的一种,它有着十分广泛的实用性。上班穿职业服,跑步穿运动服,正式场合穿礼服,休息穿休闲服,服装无时不在伴随着人们,服装色彩的实用性具体可有以下几个表现形式:

(1) 服装色彩的实用性是通过色彩的装饰性来显示不同的艺术效果和使用者的职业特征的。例如：陆军为了能够隐蔽自己，而选用绿色或绿色调的迷彩色；体育运动员为了刺激神经高度兴奋，创造优异的成绩，而选用强烈而饱和的对比色，同时也有相互衬托和易于辨认的目的，其中，体操和跳水运动员的服装利用了色彩的扩张感和收缩感来体现运动员的体态。

(2) 服装色彩的实用性要与穿着者所处的环境相协调。例如：参加重要会议的服装色彩要庄重大方；居家或休息服装色彩则需要柔和。

(3) 服装色彩的实用性，要符合穿着者的生理条件。人的性别、年龄各异，体态、肤色千差万别，设计者可以用服装色彩来使其取长补短。例如：矮胖人不宜穿大格子、大花纹、色彩对比强烈的服装，否则会使人更加矮小肥胖。

(四) 服装色彩是各种艺术美的一种综合

从整体上来说，服装色彩的美，具有艺术美的综合特性。从空间的角度来分析，它是一种立体的、环境的色彩艺术；从时间的角度来分析，服装色彩是一种流动的行为过程体验的色彩艺术；从视觉感知和接受方式来分析，服装色彩又是一种视觉传达上的艺术。

从另一个角度看，服装色彩又是一种技术、材质和色彩美的综合。服装上的色彩往往因其面料的质感、肌理的不同，使面料的色彩也随之产生复杂的变化，最终直接影响着服装色彩的品质和美感，例如：同样一种红色，在粗纺的苏格兰花呢上，其色彩表情是粗犷、朴素的；在织金丝的织锦缎上，其色彩表情是豪华的、辉煌的；在一般的乔其纱上，其色彩表情是轻快而优美的；在一般的人造革材料上，其色彩表情是冰冷而理智的。这说明同样一种色彩，在不同质地、肌理的面料上，给人的感觉是不一样的。服装上色彩的适当配置，可以使低档的面料、材质产生高档的和舒适的视觉感受；反之，也可以使高档的面料、材质产生低档劣质的视觉感受。因此，只有色彩与面料材质的完美结合才能设计出更美的服装。

(五) 服装色彩在视觉接受的过程中处于首位

尽管服装中的款式设计、工艺制作、材质利用，在整体设计中都占据着各自的重要地位，但相比之下，服装的色彩在左右人们感觉的速度上，在支配人们情绪的深度上，在控制人们的行为走向上，显然占据着重要的优势，并且处于首位。因此，人们在选择服装时，常常以“远看颜色，近看花”的标准来评其优劣。在这里，服装色彩不仅是指空间距离上的远和近，还包含着视觉时间上的先和后，更体现了人们对视觉美感、快感追求的强烈程度。

第二章 色彩的基础

第一节 色彩的产生与本质

一、色彩与光

物体本身并没有色彩,我们所见到的物体的色彩其实是一种反射光,是物体经由光线的照射,有些光被反射出来,有些光被吸收,被反射出来的光刺激到眼睛的视网膜,再传达给大脑,大脑做出的感应便是我们所看到的色彩。因此,色彩的产生离不开光,色彩与光是不可分割的一体,可以说色即是光,一个完全不透光的地方,物体并不存在色彩。

英国物理学家牛顿,通过三棱镜发现了七色光谱,证明了太阳光并非是白色或无色的,它包含了红、橙、黄、绿、青、蓝、紫七种单色。后来也有学者认为蓝色介于青与紫之间,是青的暗色,因此从七种单色光中除去蓝色以红、橙、黄、绿、青、紫六色为最基本的单色光。所谓单色光即六色光中的任一色光都不能再单独分解。

光谱分布的范围无限广泛,光谱上的色光带只是我们肉眼能见到的极小部分,称为可视光谱。在可视光谱的两端还有肉眼看不见的光波,往外放射到甚远,如红外线、紫外线等。

光一般可分为自然光与人工光两种,我们将太阳光称为自然光;将常见的灯泡、日光灯、霓虹灯、镭射灯等发出的光称为人工光。自然光与人工光的特色不同,自然光一般指白天的光线;人工光一般为夜间照明以及特殊的展示设计使用。

二、色彩的原色及其混合

原色即在可视光谱中未经过混色的单色,称为第一次色,它包括红、黄、蓝三色,因此红、黄、蓝三色被称为三原色。若将三原色红、黄、蓝中任意两色相互混合,则得到橙、绿、紫三色称为第二次色,也称为间色;若取第二次色橙、绿、紫,使其中任意两色相互混合,则产生第三次色,称为复色。通常使用色彩时,并非只靠三原色的混合,而大部分使用直接制成的第二次色或第三

灰色,主要原因是,色彩经过多次混合后,难免混浊,不如使用直接制成的第二次色和第三次色纯净。

一般而言,原色有两种,即色光三原色与颜料三原色,二者均为红、绿、蓝三种色。色光三原色任意混合,可以产生各种色光,每次相加,其光度都会增加,将三色光等量相加,则会产生近于白色的色光,这种色光的混合作用称为加法混色,又称正混合;颜料三原色任意混合,也可以产生各种不同的色彩,将三种颜色等量混合,则产生近于灰黑的浊色,由于色料的混合,在每次相加之后都会比原来的色彩更灰暗,因此将这种颜色的混合情形,称为减法混色,又称为负混合。

三、色彩的本质

色彩的本质就是色彩的三要素,它包括色相、明度和纯度。一般我们可将色彩分为两大类,即有彩色和无彩色。我们平常看见的色彩如:红、橙、黄、青、紫等,不论它们鲜明、清纯或灰浊,皆称为有彩色;除此之外,还有没有色味存在的黑色、灰色、白色等,称为无彩色。

通常,有彩色具有色彩的三要素,而无彩色则只有明度一个要素,而不具有色相和纯度两个要素,现将色彩的三要素分别说明如下:

(一)色相

色相即色彩的相貌,它是色彩的最大特征,也是区分色彩的主要依据,如红、橙、黄、青、紫、红橙、黄橙、青绿、青紫、红紫等。若把光谱上的色光带连结成环状,则称之为色相环或色轮,常见的色相环有伊登十二色相环(彩图1)及二十四色相环。制作色相环,通常是以光谱上的红、橙、黄、绿、青、紫六色作为基本色相,然后在两色之间加入中间色相。

(二)明度

明度是指色彩的明暗程度,通常是利用无彩色白、灰、黑的排列来理解,即在白与黑之间将等差的灰色系,按层次配置成阶梯状的排列,这称为明度阶段,常见的明度阶段有九阶和十阶,从白到灰到黑,由上而下排列,可分为:最高明度、高明度、中明度、低明度、最低明度等。

若要提高有彩色明度,只要加入白色,即可成为明度高的亮色;反之若加入黑色,则会使有彩色的明度降低,变成低明度的暗色。

如彩图2是根据三原色的混合调制出的色相环,再用白色、黑色、纯色的混合,做出一个色相面,左边是三原色混合而成的色相外周,右边是白色、黑色、纯色混合成的色相面。

(三) 纯度

纯度是指色彩鲜浊的程度,也就是色彩的彩度或饱和度。一般将饱和度最高的色,称为纯色。若在纯色中加入白色,明度会提高,同时纯度降低;反之在纯色中加入黑色,明度降低,纯度也同时降低。纯度以水平方向表示,常见的有九个阶段,若以高纯度、低纯度来划分则越往右纯度越高;越往左边纯度越低。

* 四、色立体

色立体,即根据色彩的三属性,色相、明度、纯度三者之间的排列组合,用立体模型的方式来表示的色彩全体组织。色立体的种类虽然很多,但却有其共同之处,其中心轴均为无彩色的明度阶,水平轴均为纯度阶,环绕中心轴最外边的配置色相等。此外,色立体中有许多如叶片状的面,称为色相面,是由明度与纯度的变化所构成。每一个色相面最外围凸出部分,为纯度最高的纯色,有的配置十二色相,也有的配置二十四色相。由色相面的纯色往中心轴的上方看,色彩的明度渐高,纯度渐低;由纯色往中心轴的下方看,明度降低,纯度也渐减;色相面的中间部分是浊色区。在色立体中,可以很清楚地看到色彩的明暗深浅变化,有助于认识色彩与理解色彩。色彩在实用配色方面,目前广为使用的有日本 P. C. C. S (Practical color co-ordinate system) 表色法,美国的曼塞尔 (Ostwald) 表色法。尤其是日本 P. C. C. S 表色体系,经过改良之后,兼具了曼塞尔与奥斯华德表色法优点,较为实用,如彩图 3 所示。

* 第二节 色彩感觉与色调

色彩特有的象征性和情感往往会对我们日常生活的行为产生指导性作用。例如:白色的服装给人以清爽感,红色给人以热情感等一系列色彩的感觉。

一、色彩的共感觉

在心理学中把一种感觉引起其它感觉领域的共鸣,叫做共感觉。由于视觉的引导,视觉、味觉、嗅觉等同时发生感觉的状态,称之为色彩共感觉。色彩的共感觉可分为如下几种:

(一)色听(色彩与声音的联系)

在听到某种声音的同时能产生一定色彩感觉的现象,称为色听。据蒂赛兰斯统计,有30%的人有强烈的色听反应,20%左右的人对色听无动于衷;画家康定斯基曾利用音和音乐去感觉色彩,他说:长笛、长号的声音有火红色和明亮蓝色闪光感。因此,可以看出色彩确实有触及灵魂的力量。

(二)色味(色彩与味觉的联系)

通过体会某种味道会让人联想到一定的颜色,这种现象称之为色味。通常甜味有粉色和奶油色感、辣味会有黄色感、咸味会有银色感、苦味会有浓绿色感、涩味会有褐色感等。色味联想现象对服装色彩设计具有极其重要的意义。

(三)色香(色彩与香味的联系)

特定的香味会使人联想到某一种色彩,称之为色香。例如:天芥菜花香给人薄红色感,薰衣草香给人淡黄色感,薄荷香则给人黄色感等种种色香联想。

色香对化妆品及与使用香料有关的人来说具有重要的意义。

二、色彩的知觉感情

(一)色彩的轻重感

不同的色彩会给人不同的轻重感,决定色彩轻重感的是明度,明度高的亮色给人轻的感觉,明度低的暗色则给人重的感觉。由于色彩的这种轻重感,使人们在服装设计的色彩应用过程中必须仔细推敲。例如:服装取上白、下黑的配色给人稳重、严肃的感觉,取上黑、下白的配色则给人轻快、运动、灵活的感觉。

(二)色彩的软硬感

不同的色彩还会给人以不同的软硬感,高明度、低纯度的暖色系给人柔软的感觉;中明度以下的暗色、高纯度色及冷色系的冷色则给人坚硬的感觉。

(三)色彩的强弱感

不同的色彩会给人以不同的强弱感,强色的纯度较高,如极强色调、强色调、鲜明色调等。弱色的纯度则较低,如灰色调、浅淡色调、迟钝色调等。

(四)膨胀色与收缩色,前进色与后退色

相同大小的颜色有时看起来却比实际面积显大或显小,放在相同

位置上的几种颜色，看起来却发生远近变化，这也是一种视错觉的现象。

■1. **膨胀色** 看起来比实际面积显大、有膨胀感的色，是膨胀色，明度高的色、纯度高的色、暖色以及明灰色、白色等都是膨胀色。

■2. **收缩色** 看起来比实际面积小、有收缩感的色是收缩色。低明度色、低纯度色、冷色、暗灰色、黑色等都是收缩色。

■3. **前进色与后退色** 看起来比实际距离近一些的颜色是前进色，远一些的色则是后退色。

前进色、后退色与膨胀色、收缩色之间有着很密切的关系。一般膨胀色多为前进色，后退色多为收缩色。同时必须考虑到色彩光波的长短对色彩前进感与后退感的影响，光波较长的红、黄等色，因折射率较高，在视网膜外侧成像，因此，暖色系的红、黄等色是前进色，而冷色系的蓝与紫等是后退色。这种视错现象在服装设计中应用极为广泛，例如：瘦小的人应穿膨胀的色彩，显得个子高大；较肥胖的人则应穿收缩性色彩的服装，显得清瘦一些。

三、色调

若将众多色彩共有的特色，加以系统化的整理，并使之在视觉上呈现出某种感觉的调子，我们将这种调子称为色调。若把色调进行理性分析或归类，则每一类又称为色系。

一般整理色调时，为了便于理解，通常采用明度阶与纯度阶垂直形成的色相面以及明度的高低和纯度的强弱变化，来整理出明、暗、强、弱、浓、淡等各种不同的色调。

如彩图 4，纯度对比中最右边为纯度最高的纯色调，不含有白或黑。从最右边到左上方，色彩中逐渐加入白色，明度逐渐提高，纯度则降低，所以会产生高明度色调、明亮色调、浅色调等。由最右边到左下角，色彩中逐渐加入黑色，明度逐渐降低、纯度亦降低，则产生深色调、暗色调等。从最右边到左边，依次为纯色调、强色调、浊色调；最左边，由于彩度减弱，明度变化强烈，除了深灰色调、灰色调、浅灰色调之外，还有只含一点点纯度的浅灰色调。