

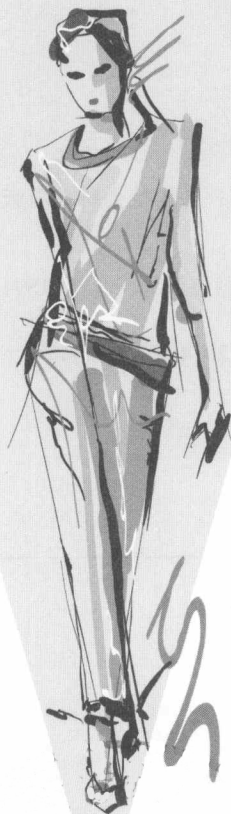


XIAN DAI
FU ZHUANG
CHUANG YI

赵萌◎著

现代服装创意

中国社会科学出版社



XIAN DAI
FU ZHUANG
CHUANG YI

赵萌◎著

现代服装创意

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代服装创意/赵萌著. —北京: 中国社会科学出版社, 2014. 12
ISBN 978-7-5161-4846-4

I. ①现… II. ①赵… III. ①服装设计 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 222434 号

出 版 人 赵剑英
选题策划 郭晓鸿
责任编辑 熊 瑞
责任校对 韩海超
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号(邮编 100720)
网 址 <http://www.csspw.cn>
中文域名:中国社科网 010-64070619
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京君升印刷有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2014 年 12 月第 1 版
印 次 2014 年 12 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 8.25
插 页 2
字 数 79 千字
定 价 36.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社联系调换

电话:010-64009791

版权所有 侵权必究

目 录

第一章 概述	(1)
--------------	-------

一 服装创意设计的研究现状	(3)
---------------------	-------

二 服装创意与产业发展紧密联系	(6)
-----------------------	-------

第二章 服装创意	(9)
----------------	-------

第一节 服装色彩设计的形式	(11)
---------------------	------

一 服装色彩的主要配色形式	(13)
---------------------	------

二 服装色彩的主要意向特征	(18)
---------------------	------

第二节 服装色彩设计的相关因素	(27)
-----------------------	------

一 现代服装色彩对服装创意的影响	(28)
------------------------	------

二 民族特色——服装色彩设计的又一创新	(32)
---------------------------	------

三 小结	(41)
------------	------

第三章 服饰图案的创新设计与服装创意	(43)
--------------------------	------

第一节 丰富多样的服饰图案形象	(45)
-----------------------	------



一 具象图案	(47)
二 抽象图案	(52)
第二节 服饰图案设计对服装创意的影响	(58)
一 富有中国特色的服饰图案对服装 创意的影响	(59)
二 图案再造手段影响服装创意	(64)
三 小结	(74)

第四章 面料的创新设计为服装创意带来无限

发展空间	(75)
------------	------

第一节 服装面料日益丰富多样	(77)
----------------------	------

第二节 面料的创新发展	(82)
-------------------	------

一 服装面料的创意再造	(83)
-------------------	------

二 多种材料结合的再创造	(88)
--------------------	------

三 环保是服装材料创新的新话题	(89)
-----------------------	------

四 高科技促进服装材料的再创造	(94)
-----------------------	------

五 创新材料对企业和市场的推动作用	(96)
-------------------------	------

六 小结	(97)
------------	------

第五章 服装创意与服装品牌战略

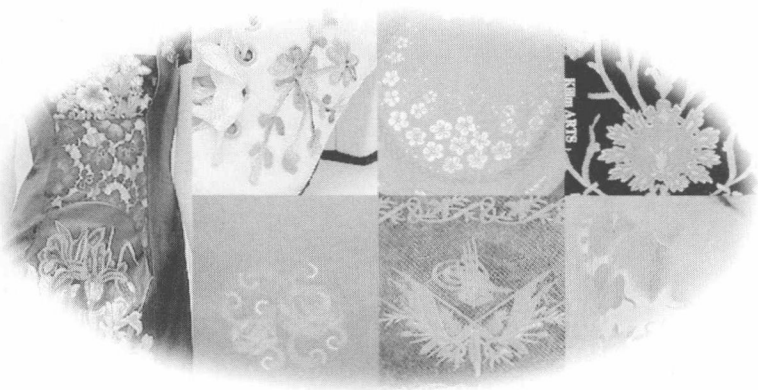
第一节 产品趋势决定品牌战略的必要性	(101)
--------------------------	-------

一 品牌发展方向	(101)
----------------	-------

二 品牌的本质	(102)
第二节 自主服装品牌发展之路	(104)
一 自主服装品牌与发展环境	(104)
二 自主服装品牌创新发展的要素	(109)
三 小结	(112)
第六章 展 望	(115)
一 服装创意与服装产业的发展	(117)
二 服装创意为服装产业经济带来活力	(119)
参考文献	(121)

第一章

概 述



一 服装创意设计的研究现状

（一）服装创意的内涵

创意是创意人从事创造性社会实践的过程，是一个与自然、社会环境不断交换信息的过程。随着社会的飞速发展，科学技术水平日益提高，为了提高创意的效率，创意学作为一门新兴学科应运而生，并得以迅速发展，呈现出勃勃生机。创意的含义是将一个潜在的机会转变为新的“点子”，并将这些“点子”转化到广泛的实践应用中的过程。

创意是时尚产业的灵魂。创意的概念具体到服装领域，表现为设计师以市场需求为导向，站在艺术的角度，设计开发新的服装产品，从而体现服装品牌的创新能力，创意思维以及价值内涵的过程。这里的服装创意就包括服装的



现代服装创意

各种组成因素，如服装色彩、服饰图案、服装面料、品牌营销等。进入后现代社会，随着经济的发展，当商品生产总量达到饱和时，或是商品生产技术表现得非常同质化时，消费者的目光就会慢慢转移到商品的视觉及创意这类附加值上，这就形成了后现代社会的美学消费现象。在后现代美学消费时代，商品品牌被赋予了创意的诉求。服装品牌在经营的过程中，最具有创意潜力的环节就是设计和传播。服装涉及的学科较为广泛，除纺织外还包括化学、物理学、计算机科学、艺术学、历史学、市场营销学和心理学等，创意是时尚产业的灵魂。创意的概念具体到服装领域，表现为以市场需求为导向，设计开发新的服装产品，从而体现服装品牌的创新能力、创意思维以及价值内涵的过程。现代社会逐步呈现出多元化的趋势，服装更是走在时尚的前沿，不论是款式设计、色彩风格、面料特色还是制作工艺，都为我们带来了多元变化的全新体验。如设计师将汉字、书法绣在男装上；把衬衣设计成小立领；把中山装领口改低，进化成西服式的掐腰款；添加了负离子纤维的睡衣面料；整件衣服不用针线，完全用高频波轧合；等等。这些具有创新意义的实践，都达到了技术与艺术的新统一。如何发掘创意、管理创意，向市场准确传达创意是服装企业经营的重要研究课题。

（二）发展背景

现代社会呈现出多元化的发展趋势，服装更是走在时尚的前沿，不论是款式设计、色彩风格、面料特色还是制作工艺，都为我们带来了一个多元变化的世界。服饰在不断地演化着，将一个充满流行元素与时尚创意的舞台展现在消费者面前。近几年中国服装业的迅猛发展，已经使中国成为世界最大的服装生产国、服装消费国和服装出口国，但是我们不难发现，中国在打造自己的服装企业的道路上，仍然需要更多的创意与策略。因此，中国服装业在保持生产和出口数量的同时，还要认识到服装创意的必要性。

中国纺织工业协会、中国服装协会会长杜钰洲在举行的中国服装协会四届四次理事会上强调中国服装业要转变增长方式、提高品牌附加值。他明确指出：文化创意与艺术生产力是服装产业固有的一部分。品牌是物质实用价值和文化价值在消费者中的评价。企业应抓住市场机遇、摸索消费心理、挖掘中国文化元素，转变观念，加强服装的艺术追求、文化内涵及创意。

中国服装设计师协会主席王庆也曾指出：“在未来的服装产业发展中，谁掌握了产业中的‘制创’权利，谁就将站在服装产业链的高峰，获得高额利润。”但是，长期以来，中国服装品牌一直处于一种跟风模仿的地位，面临的



现代服装创意

是创意缺失，品牌特征差，只有数量和规模的发展困境。因此，从创效益、集创意、产地多元化等方向发展，把创意融入服装品牌概念当中，并与树立中国服装品牌联系到一起，是中国服装品牌树立自我形象，打造影响力的关键。

当前，服装行业正面临着前所未有的机遇与挑战，无论是大众服装品牌还是高品位的服装品牌，其服装产品的创意都是其品牌存在的基础和前提。要使服装产品不断地有新面貌展现出来，以顺应瞬息万变的服装市场，关键在于设计师对产品的整体把握。活跃的设计思维和超前的创新意识，把握国际服装发展的脉搏，在建立高端、高质、高效的服装产业中起到了至关重要的作用。现代社会正在进入创新设计时代，特别是与人们生活息息相关的服装，不论是款式、面料，还是色彩、图案，都需要有创新。就目前的情况来看，人们开始注重服装创意的重要性，中国的创意设计力量有所提高。但是中国服装业的系统化创新实力，文化的创造力，软实力仍然比较弱，还有较大的提升空间。

二 服装创意与产业发展紧密联系

创意产业全球化，使得创意规格国际化，创意产业的发展需要尊重国际化的趋势，站在国际视野下审视创意产

业的科学发展。服装产业的快速发展，需要具有特色的服装创意及行之有效的发展计划来推动服装产业建设和发展。

服装产业要满足中国消费者乃至国际消费者对创意的需求，其眼界、知识范围和所关注的领域要不断扩大，服装产业的发展要以国内、国际流行趋势为宏观背景，以拓展国际市场为主要目的。因此服装设计师在开发品牌时要在了解国际服装市场整体流行趋向的基础上，认真分析和研究国内服装市场的现状，找准国际流行趋势与国内服装市场之间的融会点，有选择、有取舍地借鉴和运用其相关的设计要素，使服装品牌的设计开发既与国际服装同步，又保持自身的文化特色和市场运作机制。服装有其国际性的一面，也有带有较强的民族文化特色和地域特色的一面。这种特色的形成不仅是由服装企业和设计师的设计风格决定的，也是由消费者的审美倾向决定的。无论是大众服装品牌还是高品位服装品牌都受到产品与市场两方面的影响，都需要有明确的设计定位和相应的创新与创意。创意的定位是建立在深入细致地了解区域经济文化特色、消费群体的实际需求和市场调研的基础之上的。有了明确的创意定位，才可设定与产品设计开发相适应的一整套切实可行的服装产业的推动战略，找准服装创意的切入点，并且在实施经营策略的过程中根据消费群体对产品的新的需求而进行不断的修订和完善。



现代服装创意

从社会发展的大环境层面来看，21 世纪以来，创意不断地为产业带来新产品、新服务和新经济，以及为企业带来价值。因此，“创意”成为行业企业不得不关注的问题。我们试图用创意实现品牌提升，走出中国纺织服装行业目前面临的发展瓶颈，但很多企业却难以找到实现创意的途径和合适的表达方式。因此，行业企业需要一个全新的时尚创意平台。这个平台应该充分体现优秀品牌的时尚创造力，解读其对时尚、对创新的理解，应该聚合时尚创意的人才和相关资源，成为与国际时尚创意交流的最佳平台。本土服装品牌在该平台上可以寻求适合自身发展的契机。

第二章

服装创意

——现代服装色彩流行元素



第一节 服装色彩设计的形式

服饰艺术紧握着时代的脉搏，引领着时尚潮流。服装色彩作为一门色彩设计艺术，是以服装面料、服饰配件材料为载体所表现出的某种色彩形式，是多元文化的碰撞，也是现代文化与民族文化的交融。从一个民族到另一个民族，色彩在创造服饰整体艺术氛围和审美感受中起着重要的作用，既反映了各族人民对美好生活的追求，又形成了新的面貌，成为了新的传统。

在服装设计中，色彩所带给人们的联想是最丰富的，同时色彩也赋予了服装更多的思想感情和表现语言。服装色彩的合理运用，是服装设计师在设计工作中遵循的最基