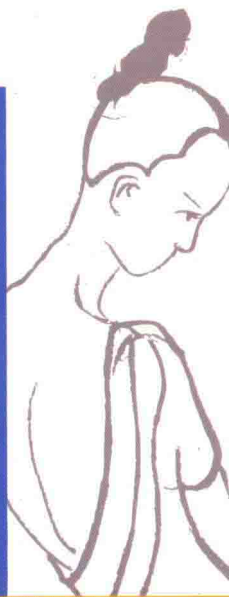


纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材
服装高职高专系列教材

FASHION



服装设计

- 主 编 吴启华
- 副主编 廖雪梅 孙有霞

DESIGN



东华大学 出版社

服装款式设计 1688 例 / 裙子款式设计 / 裙子款式设计 / 裙子款式设计

FASHION

服装款式设计

裙子款式设计

DESIGN

裙子款式设计

纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材
服装高职高专系列教材

服装设计

- 主 编 吴启华
- 副主编 廖雪梅 孙有霞
- 参 编 赵孟超 范 君 赵芳云
肖文君 邢媛菲 郭 斐
罗 青 倪梦蓉 高 波

东华大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

服装设计 / 吴启华主编. — 上海: 东华大学出版社, 2013. 9

ISBN 978-7-5669-0360-0

I. ①服... II. ①吴... III. ①服装设计 - 高等职业教育 - 教材 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 215962 号

责任编辑: 谭 英

封面设计: 李 博

版式设计: 陈南山

服装设计

Fuzhuang Sheji

主 编 吴启华

副 主 编 廖雪梅 孙有霞

出版发行 东华大学出版社出版

上海市延安西路 1882 号

邮政编码: 200051 电话: (021) 62193056

经 销 全国新华书店

印 刷 苏州望电印刷有限公司

开 本 889mm×1194mm 1/16

印 张 11

字 数 387 千字

版 次 2013 年 9 月第 1 版

印 次 2013 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5669-0360-0/TS·432

定 价: 47.00 元



吴启华

服装设计师，荆州职业技术学院纺织服装与艺术设计系服装设计专业教师。从事服装专业教学、研究和设计实践20多年，并有丰富的中外服装企业工作经历。主编了21世纪高职高专指定教材《服装设计与实训》、参与编写《立体裁剪》，论文《浅谈手绘服装的个性》《有效利用服装CAD提升企业竞争力》《黑白世界·永恒的魅力》等分别发表在《美术大观》等核心刊物上。

参编 赵孟超 范 君 赵芳云

肖文君 邢媛菲 郭 斐

罗 青 倪梦蓉 高 波

第二部分 分项实训篇

第五章 不同类别的服装设计 /84

第一节 创意服装设计/84

- 一、创意的概念/84
- 二、设计的灵感来源/84
- 三、创意服装设计的方法/87
- 四、创意服装设计的原则/90

第二节 系列服装设计/92

- 一、系列服装设计概述/92
- 二、系列服装设计的形式/92
- 三、系列服装设计方法与过程/96
- 四、系列服装设计的原则/98

第三节 女装设计/100

- 一、女装设计的主要特征/100
- 二、女装的分类设计/100
- 三、女装设计案例/116

第四节 男装设计/122

- 一、男装的特征/122
- 二、男装的分类/122
- 三、男上装的分类设计/124
- 四、男下装的分类设计/129

第五节 童装设计/131

- 一、童装设计概述/131

- 二、童装的分类/132
- 三、不同生长期的童装设计/134

第六节 职业装设计/139

- 一、职业装的概念/139
- 二、职业装的分类/139
- 三、职业装的特性与设计原则/140
- 四、职业装设计案例分析/142

第七节 针织服装设计/143

- 一、针织服装概述/143
- 二、针织服装的分类/143
- 三、针织原料/147
- 四、针织服装的面料设计/149
- 五、针织服装的色彩设计/151
- 六、针织服装的造型设计/154
- 七、针织服装设计案例/156

第六章 服装品牌形象塑造 /158

第一节 服装品牌概述/158

- 一、服装品牌的类型/158
- 二、品牌服装的特点/159

- 三、服装品牌的构成模式/159

第二节 服装品牌的定位/159

- 一、目标市场定位/159
- 二、产品定位/161

第三节 服装品牌商品企划过程 /163

- 一、市场调查/163
- 二、信息分析/163
- 三、目标市场的确定/163
- 四、品牌理念与品牌风格的确定/163

- 五、商品构成战略/163

- 六、设计开发/164

第四节 著名服装名牌设计风格 /167

- 一、著名设计师及品牌风格/167
- 二、大师作品设计模拟/170

参考文献/174

后记/175

目 录

第一部分 设计基础与实务篇

第一章 服装设计概述/6

第一节 服装设计概念/6

一、服装概念/6

二、服装设计的概念/7

第二节 服装的多元文化体系/8

一、服装与人/8

二、服装与社会/8

三、服装与文化/9

四、服装与审美/10

第三节 中外服装设计的历史发展及设计手法比较/11

一、服装设计的历史发展/11

二、中外服装设计手法比较/12

第四节 服装产业与设计职位角色/14

一、服装产业/14

二、服装设计师的职位角色/14

第五节 服装设计的工作程序和生产流程/15

一、服装设计的工作程序/15

二、服装生产流程/20

第二章 服装设计形式美构成法则/21

第一节 设计形式美法则/21

第二节 服装设计形式美法则的运用/21

一、统一与变化/21

二、节奏与旋律/22

三、对称与平衡/23

四、强调（加强或减弱）/24

五、比例/25

六、对比与调和/26

七、呼应与穿插/27

八、重复/28

第三章 服装设计要素/29

第一节 服装面料/29

一、面料的性能/29

二、面料的外观/29

三、面料的组合/31

四、面料的再造/32

第二节 服装色彩/35

一、色彩的种类与属性/35

二、色彩的审美特征/35

三、色彩的组合与搭配/36

四、服装流行色/37

第三节 服装形态设计/38

一、服装形态要素/38

二、造型与人体的空间关系/41

三、服装廓形设计/42

四、服装内部结构设计/43

五、服装细节设计/44

六、服饰时尚与流行/45

第四章 服装设计的方法与能力训练/47

第一节 概述/47

第二节 服装设计思维的基本特征/48

一、设计思维的形象特征/48

二、设计思维的创新特征/52

三、创造性设计思维过程/57

第三节 服装设计思维能力的训练/60

一、观察能力的训练/60

二、想象能力的训练/64

三、联想能力的训练/66

四、感悟能力的训练/69

五、直觉能力的训练/71

第四节 服装造型设计方法的训练/73

一、感悟/73

二、借鉴/74

三、变通/75

四、组合/76

五、搭配/78

纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材
服装高职高专系列教材

服装设计

- 主 编 吴启华
- 副主编 廖雪梅 孙有霞
- 参 编 赵孟超 范 君 赵芳云
肖文君 邢媛菲 郭 斐
罗 青 倪梦蓉 高 波

东华大学出版社

前言

本教材是以“基于工作过程”的教学为指导思想,以提高学生的全面素质为目的,培养学生的职业能力为重点编写而成。

如何以一种更具拓展性、合理性的课程结构使高职教育的教学日趋完善,这是我们教育工作者面临的一种挑战。本书针对服装专业教学的规律,根据服装行业的岗位工作学习职责,着眼于学生的知识和技能在工作中的应用,涵盖了从服装设计基础到服装设计工作过程中所需要掌握的知识,并且在传授学生知识、培养学生技能时,更注重引导学生如何思考、如何创新。

参与编写本教材的多位教师不仅具有多年从事高职服装教育教学的经验,还兼具中外企业工作的经验。本教材编写采取模块结构,包括基础知识模块和分项实训模块,在内容选择上更注重专业知识的基础性、系统性、规律性和实用性,以一种更宽泛、更合理的教学形式,将企业中设计流程、生产程序、品牌策划等“工作过程”呈现在课堂上,架起了一座学校与企业直通的桥梁,真正做到“基于工作过程”的教学。

本书第一章由吴启华老师编写;第二章由邢媛菲、郭裴老师编写;第三章由廖雪梅老师编写;第四章由赵孟超老师编写;第五章第一节创意服装设计和第二节系列服装设计由尚文君老师编写;第五章第三节女装设计由孙有霞老师编写;第五章第四节男装设计和第六节职业装设计由赵芳云老师编写;第五章第五节童装设计和第七节针织服装设计由范君老师编写;第六章服装品牌形象塑造由廖雪梅、孙有霞、吴启华、罗清老师共同编写。倪梦蓉老师参与全书文字与图片的编排。

目 录

第一部分 设计基础与实务篇

第一章 服装设计概述/6

第一节 服装设计概念/6

一、服装概念/6

二、服装设计的概念/7

第二节 服装的多元文化体系/8

一、服装与人/8

二、服装与社会/8

三、服装与文化/9

四、服装与审美/10

第三节 中外服装设计的历史发展及设计手法比较/11

一、服装设计的历史发展/11

二、中外服装设计手法比较/12

第四节 服装产业与设计师职位角色/14

一、服装产业/14

二、服装设计师的职位角色/14

第五节 服装设计的工作程序和生产流程/15

一、服装设计的工作程序/15

二、服装生产流程/20

第二章 服装设计形式美构成法则/21

第一节 设计形式美法则/21

第二节 服装设计形式美法则的运用/21

用/21

一、统一与变化/21

二、节奏与旋律/22

三、对称与平衡/23

四、强调（加强或减弱）/24

五、比例/25

六、对比与调和/26

七、呼应与穿插/27

八、重复/28

第三章 服装设计要素/29

第一节 服装面料/29

一、面料的性能/29

二、面料的外观/29

三、面料的组合/31

四、面料的再造/32

第二节 服装色彩/35

一、色彩的种类与属性/35

二、色彩的审美特征/35

三、色彩的组合与搭配/36

四、服装流行色/37

第三节 服装形态设计/38

一、服装形态要素/38

二、造型与人体的空间关系/41

三、服装廓形设计/42

四、服装内部结构设计/43

五、服装细节设计/44

六、服饰时尚与流行/45

第四章 服装设计的方法与能力训练/47

第一节 概述/47

第二节 服装设计思维的基本特征/48

一、设计思维的形象特征/48

二、设计思维的创新特征/52

三、创造性设计思维过程/57

第三节 服装设计思维能力的训练/60

一、观察能力的训练/60

二、想象能力的训练/64

三、联想能力的训练/66

四、感悟能力的训练/69

五、直觉能力的训练/71

第四节 服装造型设计方法的训练/73

一、感悟/73

二、借鉴/74

三、变通/75

四、组合/76

五、搭配/78

第二部分 分项实训篇

第五章 不同类别的服装设计

/84

第一节 创意服装设计/84

- 一、创意的概念/84
- 二、设计的灵感来源/84
- 三、创意服装设计的方法/87
- 四、创意服装设计的原则/90

第二节 系列服装设计/92

- 一、系列服装设计概述/92
- 二、系列服装设计的形式/92
- 三、系列服装设计方法与过程/96
- 四、系列服装设计的原则/98

第三节 女装设计/100

- 一、女装设计的主要特征/100
- 二、女装的分类设计/100
- 三、女装设计案例/116

第四节 男装设计/122

- 一、男装的特征/122
- 二、男装的分类/122
- 三、男上装的分类设计/124
- 四、男下装的分类设计/129

第五节 童装设计/131

- 一、童装设计概述/131

二、童装的分类/132

三、不同生长期的童装设计

/134

四、童装设计要素/135

第六节 职业装设计/139

- 一、职业装的概念/139
- 二、职业装的分类/139
- 三、职业装的特性与设计原则

/140

四、职业装设计案例分析/142

第七节 针织服装设计/143

- 一、针织服装概述/143
- 二、针织服装的分类/143
- 三、针织原料/147
- 四、针织服装的面料设计/149
- 五、针织服装的色彩设计/151
- 六、针织服装的造型设计/154
- 七、针织服装设计案例/156

第六章 服装品牌形象塑造

/158

第一节 服装品牌概述/158

- 一、服装品牌的类型/158
- 二、品牌服装的特点/159

三、服装品牌的构成模式/159

第二节 服装品牌的定位/159

- 一、目标市场定位/159
- 二、产品定位/161

第三节 服装品牌商品企划过程

/163

- 一、市场调查/163
- 二、信息分析/163
- 三、目标市场的确定/163
- 四、品牌理念与品牌风格的确定/163

五、商品构成战略/163

六、设计开发/164

第四节 著名服装名牌设计风格

/167

- 一、著名设计师及品牌风格/167
- 二、大师作品设计模拟/170

参考文献/174

后记/175

第一部分

设计基础与实务篇

第一章 服装设计概述

学习任务：掌握设计的基本原理，了解服装的社会文化内涵及服装设计历史的发展。认清服装设计的行业现状，加深对设计概念的理解，培养学生的想象力、创造性。服装的主题是永远变化的，随着人类文明的进步，服装经历了从低级到高级，由简陋到精致的漫长过程。正是这种更新换代的演化，对旧的潮流的不断摒弃和创新，才使得服装业如此激动人心和富有魅力。

第一节 服装设计概念

一、服装的概念

服装是衣服、鞋帽、饰品的总称。它是传承历史文化、体现人类特性的衣着。从“服”的含义讲它是一种需要，需要各种衣物御寒保暖，遮阳避暑，保护人体是一种本能的功能需要。“装”则是指装束、装扮，体现的是人的因素。当人为了了一定的目的而着装时，它体现的是一种状态，这种状态凸显的是精神、气质、容貌及穿衣人与环境、空间、配饰等之间的一种相互衬托、互补协调的整体关系(图1.1.1)。

日常生活中与服装意思相近的也容易混淆的名词有时装、衣服、成

衣。

时装：是指在一段时间、一定范围内流行的服装，它突出的特点是时间性强，款式新颖(图1.1.2)。

衣服：衣服是服装的一部分，是遮盖人体的染织物，如上衣、裤

子等，不包括首饰、鞋帽等服饰配件(图1.1.3)。

成衣：成衣是按一定规格和标准号型批量生产的成品服装，是相对于量身订做而言的，且款式、色彩、面料等均符合大众的趣味(图1.1.4)。



图1.1.3 衣服



图1.1.1 服装与配件的整体关系



图1.1.4 符合大众趣味的成衣

图1.1.2 时装(2010年中国国际春夏服装周中的作品)

二、服装设计的概念

设计是构思、计划、拟定方案的过程,即根据一定的条件,为了一定的目的、要求而计划的目标方案。它是一个条理性、步骤性都非常强的试验活动。

服装设计是指在生产或制作某款服装之前运用一定的思维形式,进行构思,并以绘画的手段记录下来,然后借助于材料和裁剪缝制工艺,使其构思实物化的过程(图1.1.5、图1.1.6)。

在这个过程中要考虑到服装的“三维”效果,首先要实现服装良好的实用功能。其次,服装式样应适合人的生理特征,适合穿着时的各种用途。服装材料的选用使服装具有不同的外观效果和实用效果,因此,服装设计必须研究并解决服装的外观形式,使材料及内部结构更好地适应人体结构和人的活动规律,确保着装者的方便、舒适感。

服装设计要尽可能追求外观的美感,运用全新的观念、视觉、方法及各种形式美要素,来处理好款式、色彩、材料的变化,尽可能实现服装的观赏价值,用美来愉悦我们的生活,愉悦我们的心情。

服装设计是一种面向生产的设计,服装的造型、色彩、材料、剪裁、缝制之间是一种相互制约,互相衔接不可分割的关系。

服装设计还是一种面向市场的设计,市场需要价廉物美的产品,设计成功与否由市场来检验。设计中商品意识要贯穿始终,尽可能降低成本,提高产品的经济价值。

设计的本质就是基于人的需要而进行的一项造物创新的活动,服装设计最终的目的是追求一种境界,这就是人与自然、人与社会的一种和谐,并在这种追求中不断推动社会文明向前发展进步。



图1.1.5 服装设计概念诠释——学生作品



图1.1.6 由设计到实物(学生作品)

第二节 服装的多元文化体系

服装设计是一门综合性的学科,是一种装饰和实用相结合的艺术形式。它既有一般实用艺术的共性,又有由其自身的个性特征、目的性、审美性、社会性、文化性等构成的多元文化体系。作为这种通俗的、有形的文化载体,它是人们在生活中追求美的一种行为,包含了人类众多的情感、愿望及生活的方方面面。

一、服装与人

服装设计的对象是人,设计服装的一切主题应围绕着人来进行。服装是人的第二肌肤,人需要学习、工作、生活、娱乐,服装首先要满足这种实用功能。服装式样应适合人的生理特征,既要考虑消费群体的共性,还要顾及个体的差异,着装对象的目的性、功用性、装饰性等,都是不容忽视的问题。因而服装与人体是首要考虑的问题。

人体是设计的依据。虽然服装款式令人眼花缭乱变化多端,然而最终还是依附于人体,受制于人体。不同年龄、性别、地区的人体,其形态特征各异,且在人体运动状态和静止状态下服装也有所区别。因此,设计者既要熟悉各种类型的人体基本特征,又要了解具体对象的个体差异,更要注重研究人体基本结构,利用外形设计和内在结构的设计,来强调人体与服装舒适性的关系、人体与服装美的关系(图1.2.1)。

二、服装与社会

服装是社会与个人联系的纽带,它既要实现个性与表现自我,又

要被社会大多数人认可(图1.2.2)。它所产生的表征作用体现着人与社会交流的过程,它不仅是物质上的满足,更是精神上的需要。人类对服装的需求,从生理需要到生活需要,再到追求生活品质的需要,体现

了人们寻求社会归属的需求。例如,女性从家庭走向社会,冲击了过去以“锅台为圆心,丈夫孩子为半径的狭小平面”,现代的职业女性更增强了男女平等的心理。新的社会心理状况,新世界的新内容,也带给设计

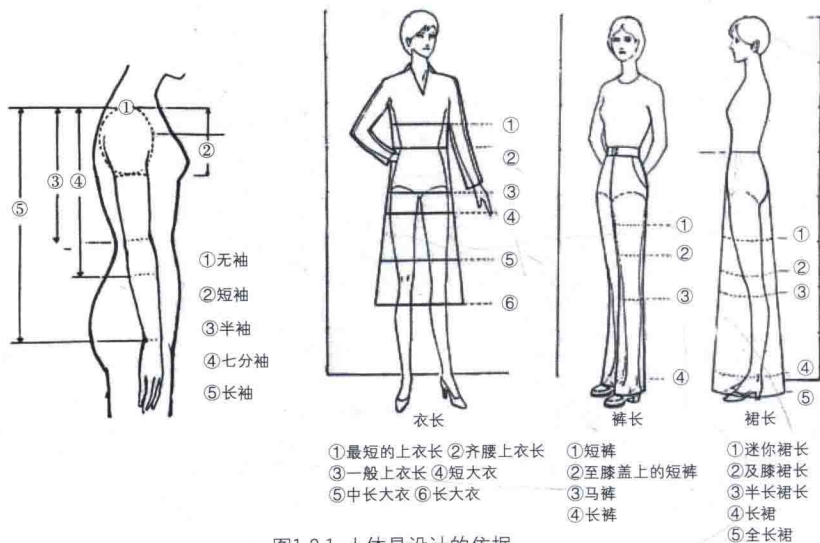


图1.2.1 人体是设计的依据

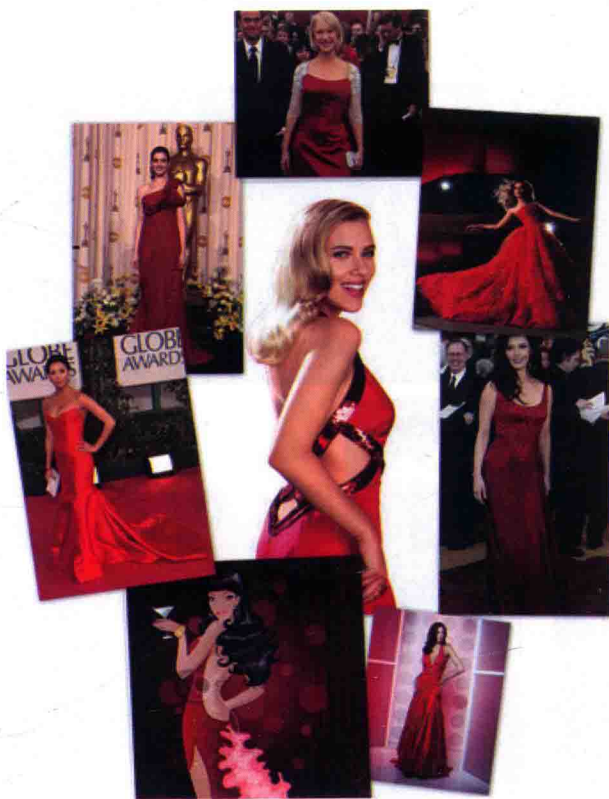


图1.2.2 相似的服饰的不同个性表达



图1.2.3 人们借助服装来显示自己在社会中扮演的角色

师新的信息。时尚的服装，迎合了人们新鲜刺激而又舒适随意的社会心理。

服装作为一种无声的语言，可以强化自我概念。服装作为一种符号和象征，可以表明穿着者的身份、个性、气质、情绪和感觉，也可以反映他们追求的理想和情操。

人的整体外貌是由服装、饰物和人体特征及情绪状态共同构成的，其中服装常常是最重要的。所以在社会生活中人们总是借由助服装来显示自己在社会中扮演的角色（图1.2.3）。服饰能反映穿着者的个性：天性热情奔放，则服饰浓艳大胆；天性拘谨矜持，则款式保守，色调深沉；好胜争强者，抢占流行前沿。不同性情、不同衣着，展示在人们眼前的是不同的仪表和神态风貌。

所以说服装给他人的印象是非常深刻和难忘的。服装语言的运用对每个人来说都是至关重要的。恰如其分的穿戴可以取得周围人们的好感和信任。因为第一印象具有很长的持续时间，而良好的第一印象易于达到目的和取得成功，有利于个人形象在社会中的完善。

三、服装与文化

文化是人类在社会发展中创造的物质财富和精神财富的总和，它包括语言、文字、民俗、民风、习性、道德等方面，体现为人们在某种文化背景下所形成的一种观念与行为。服装作为一种体现文化精神或社会需要的文化观念的载体，它的内涵渗透在各个历史时期的社会生活中，受到时代的政治、经济及各种文艺形式或艺术思潮的影响。比如在我国唐朝时期，政治强盛、经济

繁荣、文艺思想极为活跃，各类艺术创作均能被大胆吸收借鉴，以致当时的服装非常华丽（图1.2.4）。

又如我国在改革开放以后服装业的发展突飞猛进，中西文化的交流、融合渗透带给了民众审美的全新理念，时尚化、个性化等服饰文化成为了现代人的生活方式和内容（图1.2.5）。

服装还体现着鲜明的民族文化。我国有56个民族，各个民族的服饰风格都蕴藏着与本民族一脉相



图1.2.4 现代人所复原的唐朝服饰（右图摘自《中国妆束》）



图1.2.5 新中国人们着装的变化缩影



图1.2.6 中国各民族服饰 (作者: 石瀛潮)

承的服饰文化,凝聚着民族的精神,体现了不同民族和地域的人们喜闻乐见的艺术形式(图1.2.6)。

服装就像一部浓缩版的史书,记录了人类创造历史、培育文化、积累文明的过程。

四、服装与审美

人类对美的执着追求是艺术创造的动力,装饰动机是人类服饰起源的原始动机,在人类的历史上,只有不穿衣服的民族,没有不装饰自身的民族。

服装审美的基调在于多样化的统一,内涵丰富而又有条理的整体美。它包含穿着者的舒适感,而这种舒适感是由多种良好的感觉构成的,如湿润感、柔软感、滑爽感、重量感、合身感、方便感等,这是服装美感的初级阶段。另外,它还包括观者的知觉感,即在感觉对服装特征的反映上产生对服装的好恶情感、想象和理解。

随着社会的进步,人们生活方式和生活情趣的变化,服装的审美方式也在改变,这就是服装审美在时间概念上所显示的一种特殊性。



图1.2.7 20世纪80年代流行的大垫肩



图1.2.8 20世纪90年代服装基本无垫肩



图1.2.9 2010年最流行的款式——做过一些改变后,垫肩又重新成为潮流