

《装饰》杂志编辑部 编

辽宁美术出版社



装饰文丛

DECORATION THESES COLLECTION

设计理论卷

01

01
设计理论卷

装饰文丛

DECORATION THESIS COLLECTION



《装饰》杂志编辑部 编

辽宁美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

装饰文丛. 设计理论卷. 01 / 《装饰》杂志编辑部
编. —沈阳 : 辽宁美术出版社, 2017.3
ISBN 978-7-5314-7628-3

I. ①装… II. ①装… III. ①艺术-设计-文集
IV. ①J06-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第038227号

出 版 者: 辽宁美术出版社
地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001
发 行 者: 辽宁美术出版社
印 刷 者: 辽宁星海彩色印刷有限公司
开 本: 889mm×1194mm 1/16
印 张: 20
字 数: 300千字
出版时间: 2017年3月第1版
印刷时间: 2017年3月第1次印刷
责任编辑: 彭伟哲
装帧设计: 彭伟哲 林 枫
责任校对: 郝 刚
ISBN 978-7-5314-7628-3
定 价: 275.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227

前言 Preface >>

《装饰》是一本有近 60 年历史的设计期刊，也是中国唯一的综合性设计类学术期刊，涵盖了设计学科所有领域。设计学在世界范围内都属于年轻的学科，并且发展、更新的速度极快，无论是观念还是具体知识，因此也对设计期刊的办刊人提出了挑战：刊物如何适应学科特点，如何准确、及时地反映全球设计发展的形势，介绍最新的成果，助推中国设计的发展。伴随着改革开放，中国经济以一日千里的速度成长，设计在其中一方面贡献了很大力量，另一方面也同步得到了有力的环境支撑。在这样的形势下，设计也吸引了越来越多的关注，得到前所未有的重视，自 2007 年以来，《装饰》编辑部逐步调整办刊策略，以期更好地适应形势，推动中国设计学科的健康发展，紧密联结设计学界与产业界。这些举措得到了学界、产业界的广泛认可，在这个过程中也积淀下了一批优质的内容资源。承蒙辽宁美术出版社领导的关爱，自去年开始就酝酿出版《装饰文丛》，以图书的形式重新编辑刊物的优质内容，便于读者系统地了解相关成果。

自 2007 年 4 月始，《装饰》每期组织一个专题，名之“特别策划”，就某个话题邀约专家、学者撰文，集中讨论，拓展议题思考的维度。许多专题特意邀请不同学科背景的学者撰文，力图更为立体、全面地呈现理论探索。专题的策划使刊物每期形成一个重点，给读者留下深刻印象，经年累月地渐次组织，专题的策划至今已逾 100，形成富有特色的一批设计文献，也是《装饰文丛》的重要组成部分。

“特别策划”之外，编辑部自主采编的“第一线”栏目也是《装饰》

有特色的重头内容，栏目的宗旨是更好地联系学界与业界，每期采访一位设计师或一个设计机构，选择的标准并非拘于年资或知名度，而是着重于被访对象从业经验的启发性。其中既有一线的设计明星，也有教育家、协会组织者、产业链的构造者，甚至初出茅庐的新锐，无论何种身份，我们都希望挖掘出现象背后值得深思的规律性内容，这些访问无疑构成一幅幅深入体察中国设计现场的生动画面，成为了解中国当代设计的直观窗口。

编辑部为更好呈现设计的优秀成果，除上述两个栏目之外，还有“海外动向”栏目（邀请国际知名学者、双语发表其成果），“学人问津”栏目（重要学者的最新成果），“纸上展览”栏目，以及有悠久传统的“民俗民艺”“史论空间”“教学档案”“设计实践”“个案点击”等栏目。北京老字号同仁堂有副对联，“修为无人见，存心有天知”。《装饰》编辑一直秉持着精益求精的原则来办刊，《装饰文丛》的编辑出版，既是书刊互动的一种形式，也是多年办刊成果的一次集中展示。

《装饰》的办刊宗旨是“立足当代，关注本土”。相信《装饰文丛》对于关心中国设计的朋友们来说，是非常好的学术资源。在大众创新、万众创业的大形势下，中国的本土设计无疑将发挥更为显要的作用。而《装饰文丛》的出版也将在学术上有力推动中国设计的健康发展。

《装饰》杂志主编 方晓风

目录 Contents >>

前言

论形式美 田自秉 001

TPO规则与男装成衣设计 刘瑞璞 谢 芳 004

“线”的韵律和流动

——浅议礼服的线型设计表现 丁 瑛 008

以神圣、庄严、权威之名

——西方法庭上的假发、法袍 封 帆 012

地域文化对现代包装艺术设计的影响 张 杰 张 伟 016

论时尚类矢量插画的艺术创作语言 杨双飞 朱 梅 020

现代商品流通的视觉形象与传播影响 章晓岚 彭才年 024

潮汕文化与本土设计的现代诉求 韩 然 王晓松 029

关于新媒介的多线程对话 詹炳宏 035

“德”“符”之变：当代玉饰的文化学解析 朱怡芳 041

论棋格图案的精神 文旭明 朱旭云 046

抽象主义对现代纤维艺术的影响 孙 尔 050

网站界面设计本地化的理性走向 唐 斌 054

中国城市文化色彩与色彩文化的透析 贾京生 059

韩国的传统家具 [韩] 鞠文俐 064

绳带服装与现代服装设计 张繁荣 070

桥梁色彩设计与城市环境的协调性 郭 良 075

传统色彩在室内装饰中的继承与创新 林 刚 079

城市的“文化名片”

——城市雕塑的主题、语言与环境 程连昆 084

汉字的异化与现代平面广告设计 张 娴 088

浅析创意手工字体的表现方法 方 华 092

设计回归生活

——对书籍装帧设计的思考 孙 蔚 孙 茗 096

谈当代概念书籍装帧设计的引导意义 范小春 099

论当代空间边界的不确定性 崔笑声 103

材料对服装的作用因素 杨 静 109

论交互式网络广告中交互性与用户体验的关系 李 威 114

二十人的二十年

——中国转型期的服饰色彩审美变化 李莉婷 118

价值的多元化与工业设计创新 刘吉昆 125

“天人合一”理念在当代设计中的误读 周浩明 130

“文革”海报的视觉符号及语意解读 周玉基 135

服饰角色特征探析 刘 旭 139

我国地方文化创意产业的发展策略 王淮梁 刘 桂 143

展示形态符号与情感创意表达 麦显悦 张俊竹 148

公共艺术的历史观

——广东地域公共艺术研究 林 蓝 153

对循环经济中纺织服装设计发展趋向的思考 秦寄岗 157

论人体作为服装设计的第一要素 任文东 王 翮 162

地域·设计·生活

——设计中岭南地域生活与文化的传播 东美红 邓 源 167

虚拟体验设计的基本原则 张 烈 171

地域文化是设计艺术的灵魂 张伟明 王松华 许威波 176

界面设计中文化循环现象的解读 廖宏勇 181

设计新主张：服务设计

——以社区衣物清洁服务设计为例 余森林 185

东西方文字在平面广告中的形式比较 臧 勇 钱 珏 189

思想与表现 邓辉华 194

符号阐释的视域融合 李道国 198

为孩子而设计

——学龄前儿童身心发展与儿童家具设计 徐 园 石 兰 202

后现代主义平面设计刍议 许承兴 206

中国形象元素对提升自主品牌形象力的研究 杜羿纬 210

壁画与空间 韩子仲 216

开拓个性化陶瓷艺术设计市场 陈健捷 周 洪 220

论图形设计中的逆向思维与创意表现 汤义勇 224

走向绿色：现代陶瓷产品设计的生态观 何炳钦 郑欲晓 228

环境雕塑中身体图式的表达 祝后华 231

传承·交流·融合——论漆刻艺术的表现与影响 祝重华 235

世界500强企业标志色彩统计及设计研究	王庆斌 240
在简约中展示华丽	
——论现代主义对服装设计理念的影响	铁兰叶 黄鹏壁 245
从“最美的书”到“最适宜阅读的书”	
——书籍设计与眼动研究	李天白 249
论公共空间标识导引设计的清晰性	黄海燕 253
由宝特瓶变成牛仔裤引发的思考	秦寄岗 259
浅析博物馆室内设计的人性化	陶 伦 264
论功能主义与平面设计中几何化趋势的关系	程新浩 268
视觉传达中图与字的分析	东美红 272
从“形象”到“意象”	
——旅游文化招贴设计的诗意表达	韩朝晖 276
简洁并非简单的广告设计魅力	黄 迅 刘 蕊 280
时尚对艺术设计的特殊含义	林志远 284
从“ㄣㄣㄣㄣ”象形文字的演化逻辑看图形创意设计的发展阶段	张如画 290
关于日本无装饰包装设计风格的思考	陈瑰丽 294
论平面设计中的形状	张 锐 298
论图形意象世界的创造	汤义勇 302
立产品之象，取产品之意	
——产品形态的服务信息之解读	卢纯福 306
用户研究的三种类型	王 焱 310

论形式美

On the Beauty of Form

文 / 田自秉

内容摘要：形式美不仅是工艺美术和设计的重要手段，而且是其追求的艺术目的，必须加以重视。内容是事物的内在因素，形式则是表现内容的方式。内容决定形式，形式依赖内容，二者是辩证统一的。形式具有相对独立性，即独立的审美价值。工艺美术和设计必须充分运用抽象，由具象到抽象，使工艺形象概括化、表号化、程式化。

关键词：形式美、辩证、抽象、程式化

在20世纪60年代，美术领域如果探讨形式

美，就可能误以为在搞形式主义。

对于工艺美术和设计来说，形式美不只是它的重要手段，而且也正是其追求的艺术目的，必须加以重视。

一、必须重视形式美

1. 形式与内容的辩证关系

内容是事物的内在因素，形式则是表现内容的方式。内容决定形式，形式依赖内容，二者是统一的，联系为一体的。

但是，在现实中，内容和形式的关系却十分



图1 红木七巧桌 清代

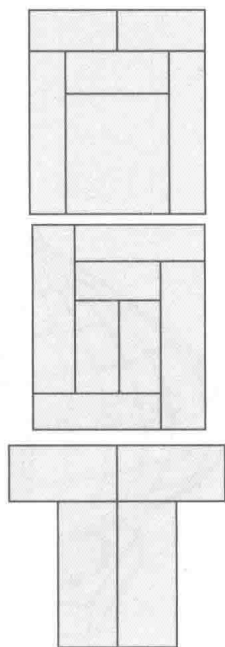


图2 燕几图

复杂。内容是易变的，而形式则是相对稳定；形式能够促进内容的发展；在一定条件下，形式和内容可以互相转化；同一内容，由于条件不同，又可以产生不同的形式。

作为艺术的工艺美术和设计，它们的形式，则是其可视的艺术形态。只是工艺美术又有不同，工艺美术是可视的物质形态，而设计则是意念具象化后的非物质形态。形式，对于工艺美术来说，是它的工艺形象，包括美术形象的点、线、面、体、色彩，以及构成物质形态的材料色泽、纹理、质感等。

我们所说的形式美，是具体的，可视的，具有空间感的，有别于贝尔和朗格所谓的“有意味的形式”，也有别于格式塔所谓的场的形式。

只有形式，才能使艺术成为艺术；艺术的形式必须是美的，这就是形式美。

德国哲学家卡西尔说：“外形化意味着不只是体现在看得见摸得着的某种特殊的物质媒介如黏土、青铜、大理石中，而是体现在激发美感的形式中：韵律、色调和布局，以及具有立体感的造型。在艺术品中，正是这些形式结构、平衡和秩序感染了我们。”这段话，正是说出了形式美的本质。

形式包括形态（造型）和色彩两大块面。但是人们往往关注形的多，而研究色的少。

国外对于形的研究，有德国著名的桑齐原型和玛台尔原型。桑齐原型是用九种基本形相互组合，四个组合就可得到六千多个形体；玛台尔原型是以方圆组合，可得多种形体。我国古代的七巧组合、燕几图排列，也都是形体的组合。

国外对于色彩的研究，也是很多。最早如希腊毕达哥拉斯，认为美在和谐；近代则有美国孟赛尔的色立体、美国摩恩的色调和论、德国奥斯特华德的奥色谱，都是著名的。我国古代的阴阳五行，及后来的四神（青龙、白虎、朱雀、玄武），都涉及色彩。

2. 形式的相对独立性

在上节已经谈到，形式是有相对独立性的，也就是说，形式有独立的审美价值。人们用分解重构的形式观念，往往对艺术不只看到形式的东西，而且可以理解作者对世界的认识。所以，形式的意蕴，也就十分复杂。人们对形式的感应，不只具有心理的作用，也有生理的作用。这样，形式对于人就呈现出物质性和社会性，体现出发现意识、创造意识、科学意识、社会意识等等。因此，人们在艺术创造过程中，也会体现出思维层面、形式层面、表现层面等。

研究形式美，除了研究形式语言，还要关注视知觉和思维新区。关于视知觉，同样有心理方面，也有生理方面；所谓思维新区，则是指创意思维和反向思维。创意思维是指从空间到时间，从有限到无限，它是多元的、发展的；反向思维或称逆向思维，是一种反方向思考，也是一种重构。例如上下楼梯，本是人的行动，一步步向上登或向下走。而反向思维正相反，使人静物动，即人静立在梯上而使楼梯传动。拉力比推力费力，在设计时，使拉变推，以省用力。这样不仅萌发了新的方法，克服了思维定势，也大大提高了使用功能，扩充了使用领域。

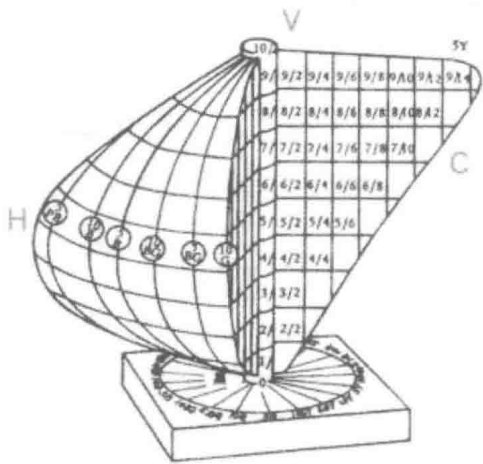


图3 孟赛尔色立体



图4 四神瓦当图形拓片 汉代

二、充分运用抽象

我们所说的抽象，与黑格尔所说认识是由抽象到具象的过程相反，工艺美术和设计的抽象则是由具象变成抽象，亦即形象的概括化、表号化。

从哲学上说，由物质的具象，经过思维的抽象到精神的具象，是一个转换的过程，也是一个升华的过程。

而艺术则是从客观形象，经过提炼加工，创造新的艺术形象，这是一种艺术表现的方法，它常常表现出几何化、装饰化。

艺术的抽象化形式，具有以下特点：

- (一) 加强了模糊性；
- (二) 使欣赏留有余地，增添了创造性；
- (三) 超越了艺术媒介；
- (四) 适应人们多元欣赏；
- (五) 扩充了艺术的含蓄、象征、寓意等多种手法。

三、工艺形象的程式化

程式化，也即样式化；韵律化，也即诗化。通常指变形的规范和程式。犹如戏曲的唱腔、念白、做工、表情、扮相、套子等各种表演技术格式。

中国哲学上有所谓“隔”，就是加工与现实所产生的距离。也如外国戏剧家布莱希特所称的“间离效果”。这种离开实在而进入非现实境地的艺术效果，加强了人的主体性和艺术的创造性，是人的物化和物的人化，是一种高境界。

工艺美术的程式化，是指一种形象式样，是造型、色彩、纹样的提炼和概括，通过提炼、概括、归纳、省略等手法处理自然形态，所创造的一种富于装饰性的式样。

所以，程式化具有类型性、表号性和象征性。它对于工艺形象适应材料性能和技术条件都具有重要作用，可达到省工省料而又具有装饰的效果。

TPO 规则与男装成衣设计

TPO Rule and Man's Wear Design

文 / 刘瑞璞 谢 芳

内容摘要：本文借用符号学原理，结合当前国际品牌的产品语言，对男装中有关T（时间）、P（场合）和O（目的）的款式元素，及元素间组合形式的符号化规律进行分析，以此揭示现代男装成衣设计中自律性倾向的内在本质。

关键词：TPO规则、符号、男装设计

在当前多元文化的时尚背景中，男装设计表现出多样性与个性化的趋势。而现代男装的各款式构成要素及要素间的组合形式仍具一定的程式性，这与男装所承载的TPO规则直接相关。服装TPO（Time, Place, Occasion）规则是国际上通用的着装惯例，是将何时、何地、何目的的着装明确地表示、规定方向目的性的原则^[1]。T、P、O就是分别表示男装有关时间、场合和目的的信息符号。由于服装TPO规则是经过历史长期发展而逐渐累积形成的一种服装语言，是西方发达国家国民日常生活中的常识类知识，因而作为西方时尚系统的一种通俗文化，其深深地根植于当前各男装现象及成衣系统中。随着男装语言普遍西化的趋势，TPO规则已逐渐成为男装的国际化语言，不仅影响着男装的审美理念，更成为现代男装成衣设计的潜规则。

一、TPO规则的符号化特性

男装的基本构成要素如样式、面料、搭配三个主体部分，以及各次级元素的组合，在不同

时间（T）和场合（P）中具有不同的程式和限定，这是男装在礼仪规范和形制上具有很强规定性的历史积淀。T、P、O则相应成为能够表达男装功能和用途信息的一种识别符号。符号的传统意义就是用一物意指另一物来完成某种信息的传达任务，人们总是能够在符号系统中达成相互理解和相互沟通。借用符号学的原理，如果将构成男装款式的各具体要素，如样式、面料、色彩甚至配服、配饰等，作为符号属性中的表象载体部分，即“能指”（Signifiant）^[2]；其所具有的对时间、场合和目的暗示功能，则可相应成为符号的另一属性“所指”（Signifie）。这就使男装的每一款式及其组成元素都成为其特定信息的载体，具有能够负载信息并传达意义的基本功能，从而构成了男装的符号系统。

每个符号系统都有这样一套规则，称为符号系统的信码（Code）。使用信码来处理信息，称作编码（Encoding）；使用信码来解释符号，就是解码（Decoding）^[3]。显然，只有编码与解码过程相应，才能“正确地”传达一个信息；不能保证相应，就会出现误解。也就是说，符号的“能指”与“所指”二者间所达成的逻辑关系具有可逆性，且易于促成某种程式化及潜在规范的形成。TPO规则所达成的由款式的各具体要素，直接传递或暗含其“所指”的，有关着装时间（T）和场合（P）因素的可逆性识别关系，则使TPO规则成为男装符号系统的信码

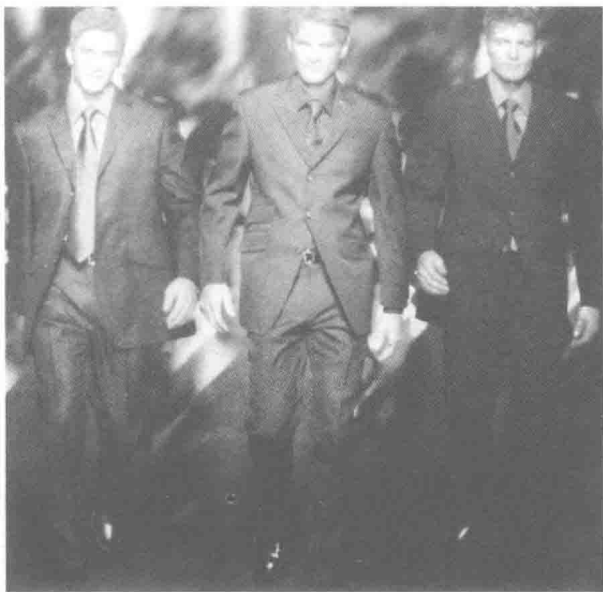


图1 现代商务西装设计

(Code), 具有对男装语言解码与重新编码(即设计)的功能性, 从而成为现代男装设计中潜在的理性原则。

二、男装成衣设计中的T、P、O

TPO规则并非局限于直接的词意, 它涵盖了当前所有主流男装的成衣品种, 以及体系化的组织架构; 并依此构成对款式、色彩、搭配等元素及各元素间的组合形式模式化、概念化的认知, 从而形成男装符号及T、P、O信息的可识别语言。

如图1和图2, 表面看来均可笼统地称为西装。但两者款式构成要素的不同组合形式, 使产品因传达出不同的TPO信息, 而产生设计语言的相应变化。图1的款式直接运用TPO系统中黑色套装(Black Suit)、套装(Suit)品种的标准形式和元素组合(如同质同色的深灰色精纺料、单排扣口八字领、和普通企领衬衫配领带及黑皮鞋等)。由于黑色套装与套装的结合, 在时间(T)要素的表达上具有从属于全天候, 场合(P)要素是具有便装礼服和常服之间的交汇范畴, 暗含着适合于一般社交场合的、全天候正式



图2 现代礼服风格的个性化西装设计

着装的TPO语言, 因此是一般商务场合的正装设计。图2则仅以黑色套装为主体, 并与礼服系统的元素相结合。其中上图采用的银灰色领带、白色手巾和双色接头皮鞋, 是TPO系统中日间准礼服董事套装(Director's coat)的典型元素; 下图运用了塔士多(Tuxedo)晚间礼服系统的典型元素黑色领结和白色翼领衬衫, 以及梅斯(Mess)礼服的短款结构。由此形成了完全不同于图1中一般商务场合的语言, 成为带有现代礼服风格的个性化西装设计, 且分别隐含着适用于日间和晚间明确的系统区别及内在功能, 这使笼统的概念变得清晰化了。TPO的符号信息和标识功能, 显然作为男装设计的重要组成部分, 直接影响着现代男装设计语言的准确表达。

三、男装成衣设计中自律性倾向的本质内涵

男装有关T(时间)、P(场合)和O(目的)的符号化特性, 使其在基本构成要素及各次级元素的组合形式上, 因受符号常规程式的影



图3 晚间 便装礼服



图4 日间 常服



图5 晚间 便装礼服 户外

响，在变化过程中产生相应制约，男装的设计因此表现出更为注重元素间的组合形式以及其所传达的T、P、O信息。这显然削弱了设计行为在视觉上的装饰与美化追求，而强化了男装设计的“非自由性”和功能性，这无疑使男装语言在客观上更趋于稳定和理性。

由此，男装的个性化与不断变化的潮流等相对感性的设计语言，在这种理性的元素重组过程中，更易于得到较为系统的体现。现代男装设计以及成衣产品的开发也总是出于这种理性因素，而在不断变化的时尚潮流中，仍保持一种创新的有序性和内在的自律性倾向，这在当前的男装国际时尚中具有普遍意义。

如纪梵希男装 (Givenchy F/W06和S/S07) 西服套装 (Suit) 产品的设计变化 (图3-5)，其产品定位在整体上追求“年轻、个性且绅士的时尚风格”，这种完全感性的设计表达，就是通过TPO规则理性而系统的符号识别功能基础上达成的。对比三个款式的微妙变化，主体结构均直接采用TPO系统中的常服——“单排三粒扣”西服套装 (Suit) 的基本形制，但由于在设计上打破了构成套装常规形式的标准元素

组合，而分别与常服、便装礼服、礼服、户外服等品种的各符号元素穿插搭配，因而形成一种男装的非常规性语言，进而决定了产品整体设计风格上趋于个性化；同时仍可根据TPO符号暗示明确区分出适用于晚间的便装礼服 (图3)、日间常服 (图4)、晚间娱乐 (图5) 等不同个性化设计风格和礼服便装化中所影射出的休闲化潮流趋势。这一点在图3中具有十分明确的表达，其主体结构“单排三粒扣”套装的典型元素外，由于改换了套装常规的“八字领”为“戗驳领”而增加了古典礼仪的符号，因为“单排扣戗驳领”是晚间准礼服系统中传统而古典的英式塔士多 (Tuxedo) 的标准形式，进而使其在形制上超越了普通西服套装 (Suit) 的级别，而向礼服系统语言递进了一步；搭配元素中，又运用塔士多 (Tuxedo) 典型符号——黑色领结和黑色漆皮鞋，更加强了晚间系统的准礼服信息。此外，非同质同色的西裤搭配净灰色质料的上装，是兼具套装和调和套装的符号，从而产生向休闲语言过渡的趋势；但西裤采用的是黑色，并与黑色领结、黑皮鞋以及黑色手巾的组合，又进一步调整出它的严肃和保守的绅士个性。那么结合

以上信息,其作为一个“晚间的便装礼服”是十分明确的。但是,其同时兼具了晚间准礼服(Tuxedo)、黑色套装(Black Suit)、套装(Suit)甚至还有向便装系统递进的调和套装的元素,这种由礼服到便装大跨度的、且看似矛盾、禁忌或非常规的元素组合,一方面呈现了TPO符号的复杂性,另一方面则恰恰暗示出当前追求个性、休闲,不循规蹈矩但又不失绅士风度的“新贵”时尚。

可见,在当前多元文化背景下,国际知名品牌的男装产品与T、P、O的内在渊源,以及在形成产品风格、个性和潮流等现代成衣设计语言中的进一步结合与发展。

四、TPO规则的重要价值

男装的规范性是绝对的,变化是相对的。男装的设计很难随意改变已经概念化了的元素,也不会无端地创造新元素。而往往是在经长期发展而定型化了的程式基础上,进行小范围的变通,而非完全自由性的装饰化革新。以TPO规则为信码(Code)的男装符号体系,以其特有的“能指”(具体样式及元素)与“所指”(着装的目的和意义)间识别功能的逻辑关系,形成了男装自成体系的设计语言。

在男装设计及成衣产品开发过程中,即便是在当前多样性与个性化的时尚背景下,TPO规则源发的西方国家,男装成衣设计的理念并未脱离TPO规则的内涵,相反则是随着时代的演进,不断地进行补充和发展。当前,作为非西方文化中的^[4]的地域,随着男装语言国际化的趋势,在引进西方服装系统的过程中,通过将男装语言符号化,和将现代男装系统理解为一个以TPO规则为信码的符号体系,解析西方的男装规则,将有利于改善当前被动模仿的现状,形成主动开发的自主性建设的有效途径。否则,男装设计的行为(元素的重组过程)就会因缺乏章法,而产生男

装语言的混淆,从而必然导致产品语言和产品结构的混乱,这对于我国男装成衣设计、开发以及品牌建设的国际化进程都具有重要的现实意义。

注释:

- [1]刘瑞璞:《男装语言与国际惯例礼服》,中国纺织出版社,北京,2002,第10页。
- [2][法]罗兰·巴特:《流行体系——符号学与服饰符码》,敖军译,上海人民出版社,上海,1997,第58页。
- [3]赵毅衡编选:《符号学文学论文集》,百花文艺出版社,天津,2004,第14页。
- [4][美]珍妮弗克·雷克:《时装的面貌——时装的文化研究》,舒允中译,中央编译出版社,北京,2004,第38页。

文章中图片来自:

- ①周文杰:《男装设计》,浙江人民出版社,杭州,2005,第29页。
- ②<http://www.givenchy.com> (法国纪梵希男装2006秋冬和2007春夏产品发布)

“线”的韵律和流动

——浅议礼服的线型设计表现

The Rhythm and Fluxion of “Line”
—Expression of Linear Dress Design

文 / 丁 瑛

内容摘要：礼服线型设计表现指塑造礼服整体外轮廓和内结构的各种线型的构造和应用，线的立体构成和设计感觉在礼服设计中的表现主要体现在造型线和装饰线两方面的应用上。本文立足于实践，从设计的角度来分析礼服设计在实践中应侧重的要点，由此引申出对服装设计的关注和拓展。

关键词：礼服、线型设计

在设计中对“线”的热衷和表现从来就没有



图1 注重线型的设计感是礼服的设计要点

停止过，从一个简单器具造型到复杂的时装造型，“线”的感觉几乎涵盖了一切的艺术情感和创造力。礼服因其特有的结构特点和造型风格使其无论是在设计感觉的表达上还是其特有的技术含量上都有别于一般的成衣，而其技术中的“线”的设计和感觉表现成为关键要素。

人体是曲线的，身体线条的表现有赖于设计线条的修饰。服装中线条的表现有外轮廓造型线、结构线、分割线、装饰线等等，礼服形态美的构成，无处不显露出“线”的创造力和表现力，其雕刻般的外形由各种“线”所决定。在设计过程中，巧妙地运用线的张力和灵动性，改变线的形态、组合、衔接，将产生丰富多彩的构成形态。

一、礼服的设计造型要素

1. 外轮廓设计要素

礼服的设计从整体上主要体现在两方面，即外轮廓设计和内结构设计，外轮廓是指视觉的感官所能获知的外在整体风格、轮廓造型以及空间量感等等。礼服外轮廓的设计通常讲究上紧下松的轮廓造型，同时外形强调扩张感与凹凸变化，由于礼服造型强调人体曲线的塑造，外轮廓线强调线型的流畅和优美，因此不同礼服轮廓造型虽表达了设计师不同的设计理念，但是设计师追求礼服设计线条感的塑造却是一致的。礼服外轮廓设计如同软雕塑，体现出设计师的设计造型功