

国际时尚设计丛书·服装



时装设计:

灵感·调研·应用

[英] 罗伯特·利奇/著
张春娥/译

 中国纺织出版社

国际时尚设计丛书·服装

时装设计：

灵感·调研·应用

[英] 罗伯特·利奇 著
张春娥 译

 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书以调研、灵感和设计应用为重点,详细阐述调研过程、收集信息、寻找灵感并转化为设计产品的过程。同时,还配以大量设计案例,对当今炙手可热的设计师和品牌案例进行解析,分析调研和灵感在其服装设计中的具体表现和运用。

全书图文并茂,内容翔实丰富,图片精美,针对性强,具有较高的学习和研究价值,不仅适合高等院校服装专业师生学习,也可供服装从业人员、研究者参考使用。

原文书名: The Fashion Resource Book: Research for Design

原作者名: Robert Leach

Published by arrangement with Thames and Hudson Ltd, London

The Fashion Resource Book © 2012 Thames & Hudson Ltd, London

Text copyright © 2012 Robert Leach

This edition first published in China in 2017 by China Textile and Apparel Press, Beijing

Chinese translation © China Textile and Apparel Press

本书中文简体版经 Thames and Hudson Ltd 授权,由中国纺织出版社独家出版发行。

本书内容未经出版者书面许可,不得以任何方式或任何手段复制、转载或刊登。

著作权合同登记号:图字:01-2013-0936

图书在版编目(CIP)数据

时装设计:灵感·调研·应用/(英)罗伯特·利奇著;张春娥译.

--北京:中国纺织出版社,2017.7

(国际时尚设计丛书·服装)

书名原文:The Fashion Resource Book: Research for Design

ISBN 978-7-5180-3286-0

I. ①时… II. ①罗… ②张… III. ①服装设计

IV. ①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第025610号

策划编辑:李春奕 责任编辑:杨勇 责任校对:王花妮

责任设计:何建 责任印制:王艳丽

中国纺织出版社出版发行

地址:北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码:100124

销售电话:010—67004422 传真:010—87155801

http://www.c-textile.com

E-mail:faxing@c-textile.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博http://weibo.com/2119887771

北京华联印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2017年7月第1版第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:13

字数:160千字 定价:78.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

目 录

致苏怡·麦卡锡 (Sue McCarthy)

第 1 ~ 2 页: 百索 & 布郎蔻以日本为灵感而设计的“高科技 (Hi-Tech Romance)”系列, 2009 年春夏

前言	6
导言	8

1 调研过程

调研过程	14
梅森·马丁·马吉拉 (Maison Martin Margiela)	18
保罗·史密斯 (Paul Smith)	20
安娜·苏 (Anna Sui)	24
斯黛芬·琼斯 (Stephen Jones)	26
M 工作室 (Studio M)	28
玛利亚·柯丽佳 (Maria Cornejo)	30
汉德 & 洛克 (Hand & Lock)	32
百索 & 布郎蔻 (Basso & Brooke)	34
汉娜·玛韶 (Hannah Marshall)	36
时尚资讯信息平台 (Stylesight)	38
川久保玲 (Rei Kawakubo)	40

2 调研与灵感

历史调研	44
复古怀旧	48
服饰语言	50
档案	54
博物馆	56
艺术灵感	60
超现实主义	62
视错法	64
欧普艺术	66
制服	68
军装	70
礼仪制服	72
热带制服	74

迷彩服	76	记忆	154
风衣	78	韵律	156
传统	80	形式	158
塞维尔街 (Savile Row)	84	面料工艺	160
民族	86	立体裁剪	162
世界	88	色彩	164
缟织 [伊卡特 (Ikat)] 纺织品	90	结构	166
非洲纺织品	92		
西非纺织品	94		
喜马拉雅山脉	96		
秘鲁	100		
建筑与时尚	102	3 设计师案例：视觉评论	
建筑：设计案例调研	104	巴宝莉 (Burberry)	170
自然与科学	106	侯塞因·卡拉扬 (Hussein Chalayan)	172
自然	108	香奈儿 (Chanel)	174
科学	110	川久保玲 (Comme des Garçons)	176
仙境	112	克里斯汀·迪奥 (Christian Dior)	178
牛仔布与工作服	114	约翰·加利亚诺 (John Galliano)	180
牛仔布	116	让·保罗·高缇耶 (Jean Paul Gaultier)	182
工作服	118	马克·雅克布 (Marc Jacobs)	184
牛仔服设计师	120	拉尔夫·劳伦 (Ralph Lauren)	186
运动装	122	亚历山大·麦昆 (Alexander McQueen)	188
运动装图案	124	普拉达 (Prada)	190
滑雪服	126	维果 & 罗夫 (Victor & Rolf)	192
时代思潮	128	渡边淳弥 (Junya Watanabe)	194
电影	130	维维安·韦斯特伍德 (Vivienne Westwood)	196
时尚偶像：缪斯	134	山本耀司 (Yohji Yamamoto)	200
街头时尚	136		
真实服装	140	参考文献	202
概念	142	致谢	203
叙述	144	插图注解	204
旅行	148	译者的话	207
发现调研	150		
特性	152		




国际时尚设计丛书·服装

时装设计：

灵感·调研·应用

[英] 罗伯特·利奇 著
张春娥 译

 中国纺织出版社

目 录

致苏怡·麦卡锡 (Sue McCarthy)

第 1 ~ 2 页: 百索 & 布郎蔻以日本为灵感而设计的“高科技 (Hi-Tech Romance)”系列, 2009 年春夏

前言	6
导言	8

1 调研过程

调研过程	14
梅森·马丁·马吉拉 (Maison Martin Margiela)	18
保罗·史密斯 (Paul Smith)	20
安娜·苏 (Anna Sui)	24
斯黛芬·琼斯 (Stephen Jones)	26
M 工作室 (Studio M)	28
玛利亚·柯丽佳 (Maria Cornejo)	30
汉德 & 洛克 (Hand & Lock)	32
百索 & 布郎蔻 (Basso & Brooke)	34
汉娜·玛韶 (Hannah Marshall)	36
时尚资讯信息平台 (Stylesight)	38
川久保玲 (Rei Kawakubo)	40

2 调研与灵感

历史调研	44
复古怀旧	48
服饰语言	50
档案	54
博物馆	56
艺术灵感	60
超现实主义	62
视错法	64
欧普艺术	66
制服	68
军装	70
礼仪制服	72
热带制服	74

迷彩服	76
风衣	78
传统	80
塞维尔街 (Savile Row)	84
民族	86
世界	88
缟织 [伊卡特 (Ikat)] 纺织品	90
非洲纺织品	92
西非纺织品	94
喜马拉雅山脉	96
秘鲁	100
建筑与时尚	102
建筑: 设计案例调研	104
自然与科学	106
自然	108
科学	110
仙境	112
牛仔布与工作服	114
牛仔布	116
工作服	118
牛仔服设计师	120
运动装	122
运动装图案	124
滑雪服	126
时代思潮	128
电影	130
时尚偶像: 缪斯	134
街头时尚	136
真实服装	140
概念	142
叙述	144
旅行	148
发现调研	150
特性	152

记忆	154
韵律	156
形式	158
面料工艺	160
立体裁剪	162
色彩	164
结构	166

3 设计师案例: 视觉评论

巴宝莉 (Burberry)	170
侯塞因·卡拉扬 (Hussein Chalayan)	172
香奈儿 (Chanel)	174
川久保玲 (Comme des Garçons)	176
克里斯汀·迪奥 (Christian Dior)	178
约翰·加利亚诺 (John Galliano)	180
让·保罗·高缇耶 (Jean Paul Gaultier)	182
马克·雅克布 (Marc Jacobs)	184
拉尔夫·劳伦 (Ralph Lauren)	186
亚历山大·麦昆 (Alexander McQueen)	188
普拉达 (Prada)	190
维果 & 罗夫 (Victor & Rolf)	192
渡边淳弥 (Junya Watanabe)	194
薇薇安·韦斯特伍德 (Vivienne Westwood)	196
山本耀司 (Yohji Yamamoto)	200

参考文献	202
致谢	203
插图注解	204
译者的话	207

前言

这本珍贵无比的书向我们提出了一些关于时尚调研的见解：什么是时尚调研？如何做时尚调研？时尚调研的作用是什么，以及为什么它有着重要的作用？本书还将为读者深刻指出：在全球工业环境下，为什么基本的调查研究对具有个人特质的设计师是多么的重要。

我与罗伯特（Robert）先生相识已经超过16年，第一次见面时，我还是他的学生，然后我成为一名独立设计师，再后来，我成为伦敦中央圣马丁艺术与设计学院（Central Saint Martins College of Art and Design）的助教，并有幸与罗伯特先生在一个教学团队中工作。我们作为一个教学团队，特别注重培养学生的调查研究能力，并鼓励他们不断完善自己调研设计的过程，最终使学生们能够有力地表达出自己的创意。罗伯特先生的服装史知识十分渊博，他在服装的剪裁和细节处理上的能力更是无法匹敌的。无论是作为一个训练有素的设计师，还是作为一个富有创新意识的制板师，罗伯特先生的实力，在其关于“时尚训练”调查研究的亲身实践中，都能够得到证实。

我们有一个重要的合作项目，即每年在中央圣马丁艺术与设计学院为二年级学生举办的年度裁剪项目，它的基础目标是为了帮助学生理解裁剪所能达到的最大可能性，它以“创意又简短”的过程为基础，

下图：20世纪早期的拉巴斯（La Paz），玻利维亚（Bolivia）。搬运工以传统的方法用背部搬运行李箱，摄影：弗兰克·G·卡本特（Frank G. Carpenter）

7页图：约翰·加利亚诺2004年秋冬系列，模特用相似的方法背着富有特色的旅行箱



并以罗伯特对这一学科的广泛知识为支撑。这一项目的成功之处在于将设计过程和对服装结构的研究过程相结合，以及对这两者密不可分的理解。

这本书的与众不同之处在于，它通过很多专业人士的个人观点传递出丰富的知识。在对教育和服装界的专业人士进行采访的基础上，我们有选择地融合他们的观点，目的是向大家传达出一个始终如一的信息——“个性化”。

这些采访揭示了一些经常在调研过程中被遮掩或假定的想法，这个过程只有那些本能的知道要怎么做的人才会清楚。同时，这些积极且富有启发性的案例研究还向我们证明：设计师的个性需要源于持续不断的基础调研。

作为一名独立设计师，我具有自己的商业模式，并始终坚持自己的独立运营，我觉得我的工作始终是以大量实质的调研为基础的，这十分重要。我一直认为，为了构建一套个人的设计特色，需要我们去追求面料变化的创新方法，这是一个需要长期积累的过程。

从我早期的职业生涯开始，我在工作上的设计灵感就不仅仅来源于时尚产业，而且还来源于很多一起合作过项目的国际管理者，以及许多有创造性的从业者，其中一些灵感还引起了广泛的关注与研究。可以说，我的工作就是“研究员般的设计师”。

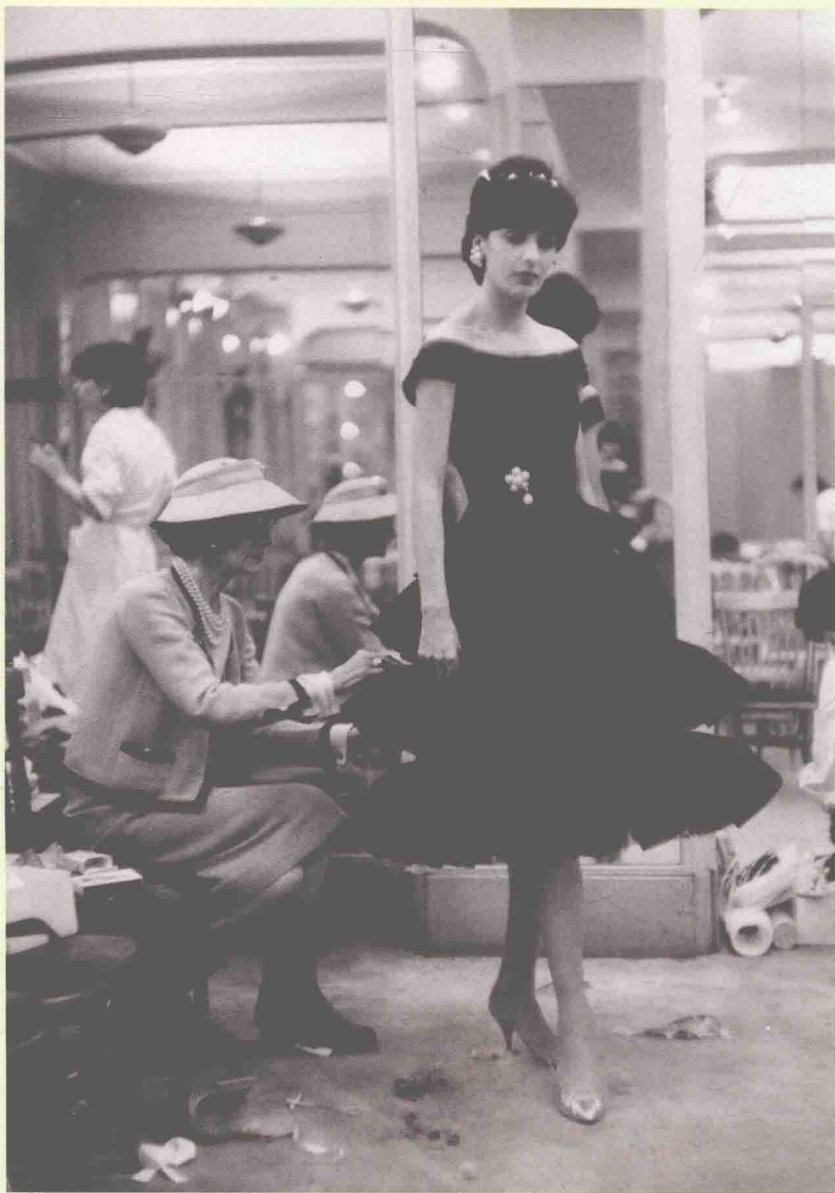
在我的设计系列中，其中一个十分关键的系列是于1998年发起的“布莱叶（Braille）系列”，这一系列是与皇家研究院进行合作的，通过对盲人所做的采访进行调研，盲人在当时是被大众所忽视的群体，这一系列接下来在世界范围内进行展览，而后被雷诺（Renault）汽车公司的设计团队利用，且在2009年由世界最享有声望的趋势预测家——李·艾德科特（Li Edelkoort）举办的回顾展中进行展出，这一回顾展的名字称为“考古特写：20年的流行趋势预报”。

在这个世界上，要想独立完成设计是根本不可能的，懂得这一点对于学生和设计师十分重要。这本书具有大量的信息，并帮助读者打开大脑中所有创造性的想法。你们调研的过程会帮助你们建立个人的储蓄记忆，这些记忆中存有很多批判性的思想，当设计师在全球时尚产业中实现自我价值时，这些记忆能为他们的设计效果提供足够的支撑。

夏利·福克斯（Shelley Fox）

唐娜·卡伦（Donna Karan）时装设计教授
纽约帕森斯（Parsons）时装设计学院



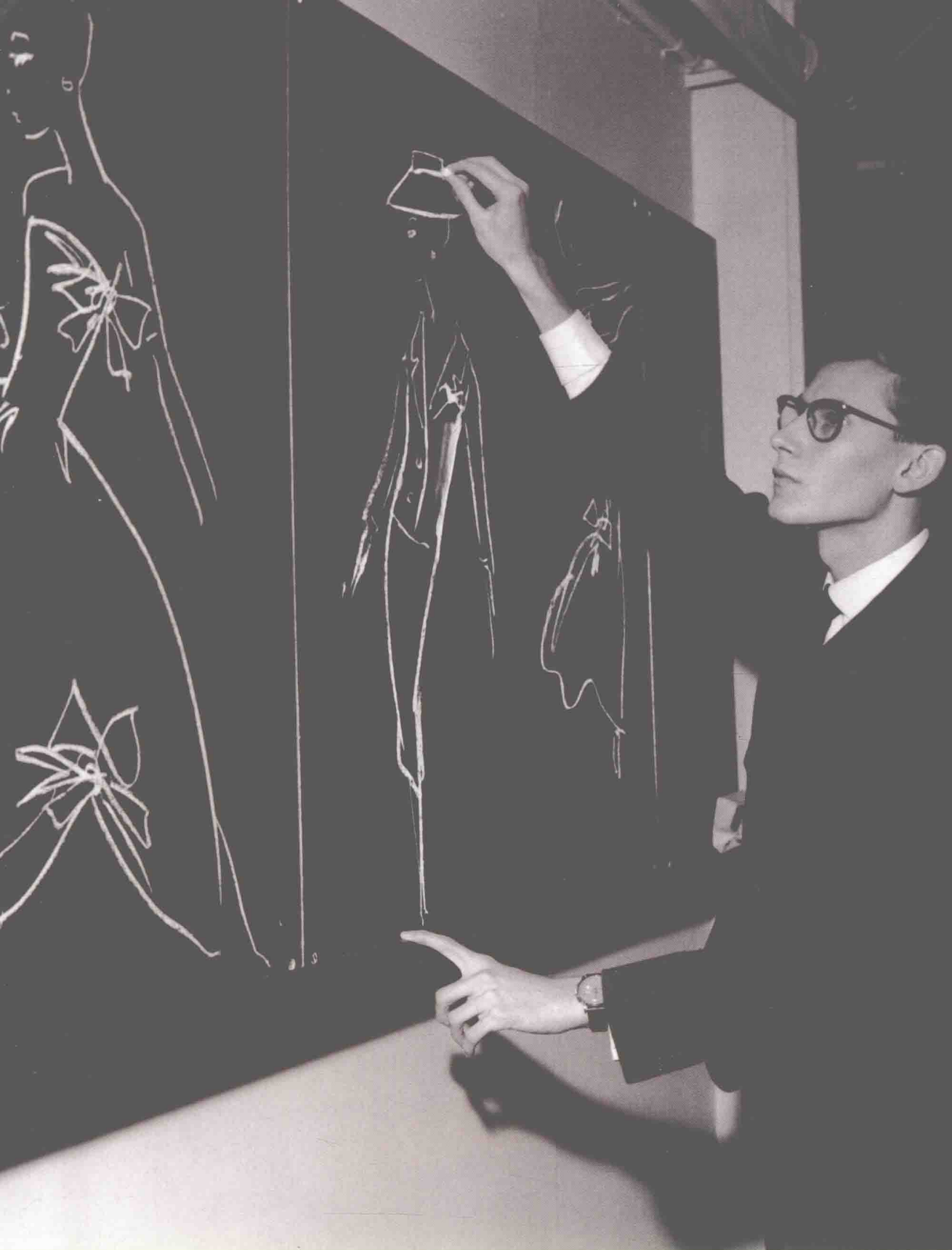


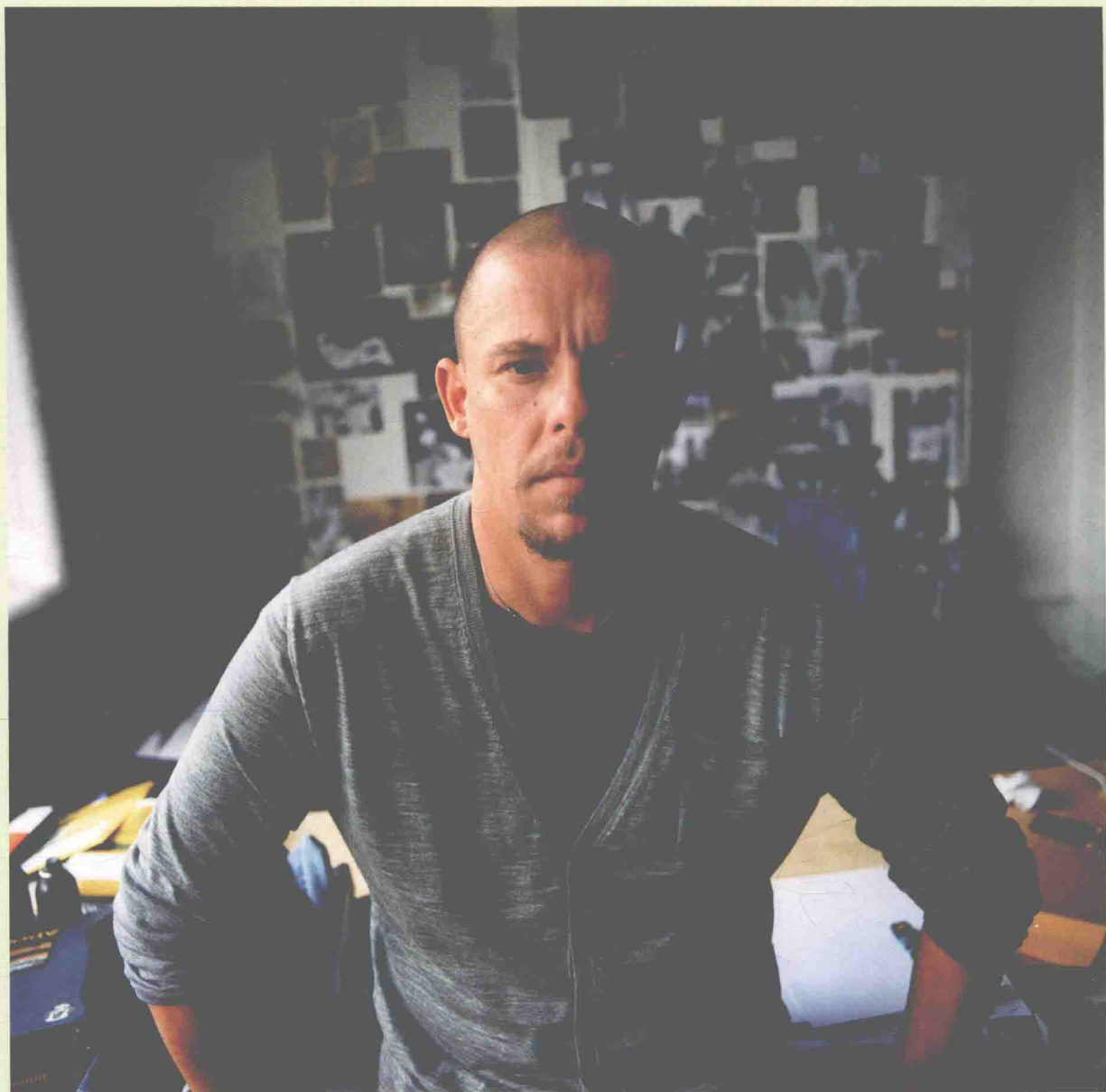
上图：香奈儿穿着她极具代表性的两件式花呢套装

9 页图：年轻的伊夫·圣·洛朗（Yves Saint Laurent）正在黑板上画草图

导 言

在现在的时装设计和教育中，通过视觉调研来完成设计是一个重要的技能，没有它就没有设计的存在，就像任何设计师都不能在真空中创造出实物一样。创造性的思维常常需要“营养”和“刺激”，在这个世界上，人们追求新奇的事物，并富有创新，我们常常会听到“这样的设计早在以前就有了”这样的话，可见，调研在你的设计过程中扮演了一个重要的角色，它不仅能为你创造出新的灵感，还能带给你新的点子。可以这么说，如果没有可靠的调研作为支撑，就不会有新的设计出现。





亚历山大·麦昆，20 世纪后期最著名的服装设计师之一

全球的时装设计概念在过去的一百多年里发生了巨大的变化。甚至我们现在说的“时装设计师”也是个相当新的概念，直到20世纪早期这一称谓才被人们所熟知，在此之前，只有缝纫工和裁剪师，还有，就是法国的伟大设计师们知道此称谓。

早期的时装设计师设计了许多时装，这些时装是随季节变化而流行的，但直到第一次世界大战之后，设计师的名字才被人们所熟知。

法国设计师可可·香奈儿或许是最早，也是最有影响力的设计师，20世纪20年代的年轻女性风尚（Flapper）就是她引导的。她所设计的女装大多简洁大方，她热爱小黑裙、带有男装设计理念的女装、香奈儿套装、水手风格时装还有人造珠宝。同时，她也许是第一个运用标志（Logo）的设计师，如今我们所熟知的她那两个相互缠绕的C，早在80年前就产生了。

20世纪20年代后期，在法国巴黎出现了另一位女装设计师伊尔莎·夏帕瑞丽（Elsa Schiaparelli），她是许多著名设计师的朋友，其中包括马塞尔·杜尚（Marcel Duchamp）、让·谷克多（Jean Cocteau）和曼雷（Man Ray）。伊尔莎·夏帕瑞丽设计的“视错觉”（一种立体感极强且逼真的图形）毛衣，具有很强的超现实主义风格。她的许多设计都来源于艺术，确实，她是真正最早将发生在她周围的事作为灵感的设计师之一，她的灵感不仅局限于衣服本身，而是超出了时尚的范围。她的名字与香奈儿一同被人们所提及，并且不再被藐视为“做衣服的意大利艺术家”，夏帕瑞丽一直到第二次世界大战结束才开始被人们所熟知，与香奈儿一样，她为人们留下了经久不衰的时尚遗产。

在1945年战争结束后，克里斯汀·迪奥带着他的“新形象”开始崭露头角，“新形象”不同于战时人们朴素的、箱形轮廓的形象，他的设计更加具有女性的柔美且款式更具多样性。时尚产业也因此再次在商业中产生了微妙的革新，这种革新不同于衣服本身的革新——直到时尚领域中年轻的设计师伊夫·圣·洛朗的出现，才被人们所知晓。伊夫·圣·洛朗曾经受雇于克里斯汀·迪奥，在1957年迪奥先生去世之后，他成为迪奥的首席设计师。在同时研究迪奥的设计理念以及当前全国服装概况之后，他成立了圣·洛朗时装屋，开始着手设计一些前无古人的时尚产品。奇装异服的风格、蒙德里安（Mondrian）的几何格纹的裙子、北非的色彩、革新的女士无尾礼服、吉卜赛风格和狩猎装……这一切都带来了巨大的影响。他在成衣上的一连串发明，使时尚产业更加年轻化，也更容易被人们所接受，总之，一切都变得更有意思了。

在1950～1960年这段时期，欧普艺术（Op-art）与波普艺术（Pop-art）的出现，使艺术与时尚像1920～1930年这段时间一样，密不可分；此时的时尚产业也开始发生巨变，设计师们开始以瞬息万变的世界作为灵感，同时回望过去寻找那些不曾被发掘的新事物。在面料和制作方面的革新加快了时尚的发展，同时，年轻人也拥有更多的可支配收入，他们对时尚的需求日益增长，这也使得艺术与时尚的联系更加紧密了。

1

调研过程