



“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材
上海市一流学科建设项目
东华大学服装设计专业主干教材

FASHION DESIGN 2 服装设计——2 女装设计

(第2版)

顾雯 刘晓刚 编著

海派时尚设计与价值创造知识服务中心

东华大学出版社

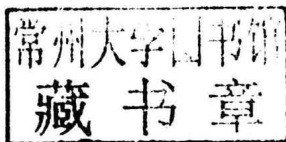


“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材
上海市一流学科建设项目
东华大学服装设计专业主干教材

FASHION DESIGN 2 服装设计——2 女装设计

(第2版)

顾雯 刘晓刚 编著



东华大学出版社

· 上海 ·

图书在版编目(CIP)数据

女装设计 / 顾雯, 刘晓刚编著. —2 版. —上海: 东华大学出版社, 2015. 6

(服装设计: 2)

ISBN 978-7-5669-0787-5

I. ①女… II. ①顾…②刘… III. ①女服—服装设计
IV. ①TS941.717

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 107308 号

责任编辑 徐建红 吴川灵

封面设计 Callen

东华大学服装设计专业主干教材

服装设计 2: 女装设计(第 2 版)

FUZHUANG SHEJI 2: NÜZHUANG SHEJI

顾雯 刘晓刚 编著

出版: 东华大学出版社(地址: 上海市延安西路 1882 号 邮政编码: 200051)

本社网址: <http://www.dhupress.net>

天猫旗舰店: <http://dhdxd.tmall.com>

营销中心: 021-62193056 62373056 62379558

电子邮箱: 425055486@qq.com

印刷: 苏州望电印刷有限公司

开本: 787 mm × 1092 mm 1/16

印张: 12.75

字数: 390 千字

版次: 2015 年 6 月第 2 版

印次: 2015 年 6 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5669-0787-5/TS · 612

定价: 38.00 元

前 言

“服装设计1—6”是素以纺织服装学科著称的东华大学通过长年教学实践经验积累而形成的服装设计专业本科生系列主干课程,分为“服装设计概论”“男装设计”“女装设计”“童装设计”“专项服装设计”“服装设计实务”6门既相对独立又前后贯通的系列课程。为了“教学有教材、授课有课本”,东华大学服装学院组织专家学者和骨干教师,在2007年前后相继编写出版了与本系列课程配套的同名系列教材。经过多年使用和多次印刷,本系列教材已形成了一定的社会影响力,并申报成为“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材。

2008年,在学校的重视支持下,在师生的共同努力下,东华大学“服装设计”系列课程获得了“国家级精品课程”称号;2009年,承担该课程教学任务的团队获得了“国家级教学团队”称号。

近年来,伴随着我国经济建设取得的辉煌成就,服装产业也发生了巨大变化。无论是服装的设计、生产、销售,还是品牌的延伸、推广、维护,或是行业的供应、服务、配套,整个服装产业链都有了长足进步。作为承担服装设计人才培养主要任务的高等服装设计教育,各高校结合当地服装产业基础和学校办学特色,教学内容和培养模式也都在一定程度上有了与之相适应的变化。为了主动适应行业变化和人才需求,作为国家级教学团队的东华大学服装设计教学团队,有责任也有义务,对原来的“服装设计1—6”课程进行改革,并编写符合新的服装产业发展形势的专业教材。

本次教材编写出发点是坚持既定培养目标,配合教学改革计划,保持原有教材特色,调整部分章节结构,优化深化核心内容,新增学科前沿知识,融入行业通行手段,在专业建设必须满足连续性建设要求的基础上,增加适应产业变化的灵活性,成为经得起时间考验的,既便于掌握服装设计一般规律和系统知识,又有利于熟悉服装设计业务流程和实操技能的本专业经典教材。

东华大学设计学科被列为“上海市一流学科”建设,服装设计专业是其中的重要建设内容之一。本系列教材的编写出版受到该建设项目的资助。



FASHION DESIGN

目录

第一章 女装设计导论

1

- | | | |
|-----|----------|----|
| 第一节 | 女装设计的特征 | 2 |
| 第二节 | 近现代女装发展史 | 7 |
| 第三节 | 女装产业发展现状 | 13 |

第二章 女装设计概述

19

- | | | |
|-----|------------|----|
| 第一节 | 女装的常见分类与特点 | 20 |
| 第二节 | 女装设计的基本原则 | 32 |
| 第三节 | 女装设计的基本元素 | 36 |

第三章 女装风格设计

43

- | | | |
|-----|-----------|----|
| 第一节 | 服装风格概述 | 44 |
| 第二节 | 常见女装风格分类 | 45 |
| 第三节 | 女装风格培养与实现 | 53 |

第四章 女装廓型设计

57

- | | | |
|-----|----------|----|
| 第一节 | 服装廓型概述 | 58 |
| 第二节 | 女装廓型设计概述 | 60 |
| 第三节 | 女装廓型设计方法 | 68 |

第五章 女装色彩设计

73

- | | | |
|-----|-------------|----|
| 第一节 | 服装色彩概述 | 74 |
| 第二节 | 女装色彩设计概述 | 76 |
| 第三节 | 女装色彩设计方法与步骤 | 86 |

第六章 女装材料设计 95

- 第一节 服装材料概述 96
- 第二节 女装材料设计概述 99
- 第三节 女装材料设计方法与步骤 111

第七章 女装图案设计 117

- 第一节 服装图案概述 118
- 第二节 女装图案设计概述 119
- 第三节 女装图案设计原则与方法 130

第八章 女装细部设计 135

- 第一节 女装零部件细部设计 136
- 第二节 女装结构线细部设计 148
- 第三节 女装装饰细部设计 153

第九章 女装单品设计 159

- 第一节 女裙的设计 160
- 第二节 女外套的设计 167
- 第三节 女上衣的设计 175

第十章 女装分类设计 181

- 第一节 女装分类设计概述 182
- 第二节 高级女装的设计 183
- 第三节 运动女装的设计 187
- 第四节 家居女装的设计 191

参考文献 195

后 记 197



FASHION DESIGN

第一章

女装设计导论

女装设计涉及的内容较多,导入女装的相关知识,包括女性、女装的特点,女性消费心理、女装市场的现状以及近现代女装的历史与特点等,可以帮助设计师熟悉女装传统样式和地域样式,了解流行对女装设计的影响,从而为设计提供创作的源泉。

第一节 女装设计的特征

一、女性的特征

女性柔顺安谧、敏感多情的性格和优雅生动、秀丽多姿的外观,向来被认为是一种极富韵致的美。伴随着人类意识的觉醒及社会文明的飞跃,女性的美便在诸多崇高与理想的期盼构筑下形成特有的模式。运用服装、配饰及化妆的手段来制造、补足女性的漂亮成分是非常普遍的社会行为。女装设计是建立在针对女性进行的研究基础上的,因此以下有关女性的生理、心理、审美、社会属性的特征内容,是不可缺少的设计依据。

(一) 女性的生理特征

女性的生理特征主要表现在:身材较为矮小瘦削、肩窄臀大;胸廓较小、乳房突出;腰高偏长、腰围较细、四肢纤细;皮肤丰满细腻、骨骼不甚明显、肤色白皙光洁;体态轻盈,有着与男性强悍、威壮不同的纤柔之感。

(二) 女性的心理特征

女性的心理形成于其特有的内部机制与外部环境,天生的性格与人为的制约,使之愈加显露出易动感情、温存宁静、愉悦快乐、内向怯懦的品质特征。抱有理想色彩的奢望盼求及注重外观形象的赏心悦目,也常常造成女性爱慕幻想的心理活动。

(三) 女性的审美趣味

心理、伦理、习俗、环境等主客观因素始终对女性审美观念的产生存有影响,这种由先天与后天的意识及素养集结而成的女性崇尚,一般是倾向于轻柔文雅、秀丽端庄、光艳妩媚、精致内秀的美感意味。

(四) 女性的社会属性

女性温顺的性格情致、秀美的身姿面容和柔弱的体质能力,使之经常被置于从属附庸的身份地位。尤其是来自母亲、同伴及社会方面的诱导指向,女性通常习惯于按照一种约定俗成的行为准则,来塑造能够被整个社会接纳认可的人物类型,并且因此扮演了类似丽人、情人、妻子、母亲、使者、员工等角色。不过,现代社会赋予女性更多的发展机会,女性具有的潜能才智得到了显著的发挥,所担当的角色也更为广泛。

二、女装的特征

女装偏重于突出表现女性娟秀的体态,并极尽所能采用各种美化的表现手法,制成具有造型多变、装饰丰富、华贵大方、轻薄露肤等特点的风格样式。女装虽因时代的变化而趋向简约练达,但较男装而言也还是显得有些繁复矫饰。在款型、色彩、面料、工艺及配饰等方面,都呈现出更为华丽炫目的特征。

(一) 女装款式的特征

女性人体的形态特征和运动需求直接影响了服装的款式设计。女装在外部轮廓与内部结构上,多使用曲线或曲线与直线交错的形式,追求设计上遮、透、露、叠、披、挂、破等形式的表现。根据不同地域、民族习俗、宗教信仰、社会时尚、流行趋势等因素进行综合设计,以形成服装独特

的外观和丰富的层次变化。在一些裙装、晚礼服、外套、休闲装的设计上,可以明显感受到女装特有的神韵(图 1-1)。



图 1-1 玲珑有致的曲线设计是女装款式中的常见手法

(二) 女装色彩的特征

女装的各个设计元素中最吸引人视线的是色彩。鲜丽活泼或柔和素雅是女装用色的突出特点,女装色彩的美观悦目直接关系到服装风格的表达,每种颜色给人的感受是不同的。女装设计师必须了解每一季流行色的动向,及消费群体对色彩不同的需求和认知等等。然后再融合个性与共性色彩来表现流行时尚。另外,一套服装的上下搭配、里外搭配及系列女装的配色运用,都能辉映出女装的熠熠光彩。

(三) 女装面料的特征

女装设计的材料除了我们日常生活中所见的普通衣料棉、麻、丝、毛、化纤以外,还有许多现代服饰的新型材料,女装设计的材料运用,已从狭窄的含义中跨越到现代设计的广阔层面。柔软、滑爽、轻薄、光亮是女装用料的明显特征;裘皮给人以柔软的视觉感受,用裘皮制作的女装华贵高雅;富春纺、塔夫绸的视觉感受滑爽,制作成的女装优雅性感;皮革、漆皮等材料的光感很强,给人以冷峻、中性化的视觉感受。女装设计师只有善于运用材料的性能和特点,才能更准确地表达设计作品(图 1-2)。

(四) 女装装饰的特征

装饰工艺是用布、线、针及其他有关材料和工具,通过精湛的手工技法,如抽纱、镂空、缀补、打褶、镶拼、绗缝、刺绣、扳网、滚边、花边、盘花扣、编织、编结等与时装造型相结合,以达到美化时装的目的。在现代女装艺术中,装饰工艺是必不可少的,它的种类和技法千变万化。将装饰工艺进行选择,巧妙地应用于时装中可以提高时装的附加值,同时还能突出时装的个性风格。另外,现代技术的发展,新装饰材料的不断出现,为女装的装饰工艺提供了更为广阔、丰富的表现空间(图 1-3)。



图 1-2 新工艺和新的设计方式让传统女士裘皮服装焕发新生

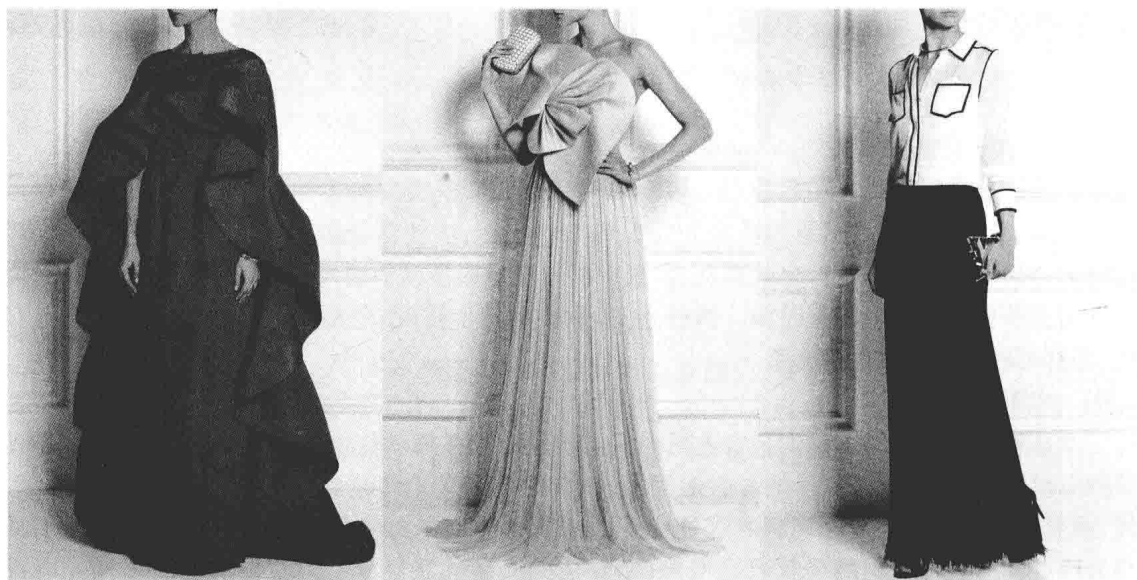


图 1-3 繁复的褶裥、荷叶边和流苏常常用来体现女装浪漫、优雅、灵动的特征

(五) 女装配饰的特征

现代女装设计不是单一性的,而是以全视的角度来审视人对衣装的各方面需求。女装设计通常分为晚礼服、婚礼服、外套、套装、休闲便装、裙装、裤子、内衣等种类。此外女装还有经典风格、前卫风格、优雅风格、休闲运动风格、都市风格、田园风格、浪漫风格、中性风格等。女装的不同种类和风格需要与之相适应的头饰、颈饰、手饰、腰饰、包饰、鞋饰等统一搭配,配饰起到画龙点睛的效果,有效地烘托出女性动人的穿着形象。全方位考虑穿衣人各方面需求,是每一位女装设计师必须重视的问题(图 1-4)。

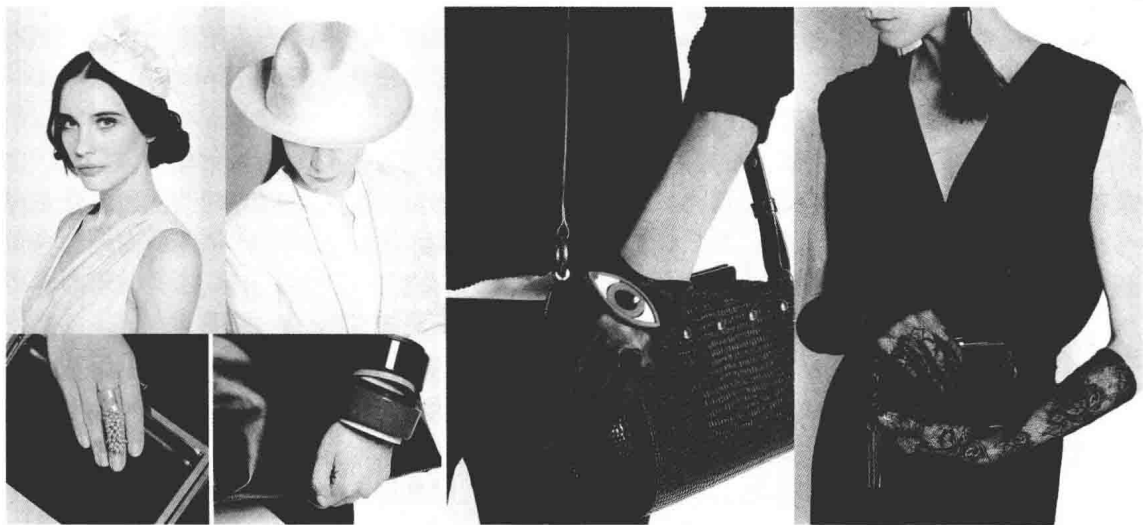


图 1-4 女装配饰的选择需要与穿着场合和风格相匹配

三、女性消费市场的特征

女性消费者是产品的主要消费群体。据第三次人口普查统计,我国女性消费者有 4.8 亿,占全国人口的 48.7%。女性消费者不仅数量庞大,而且在购买活动中有着重要的作用,往往对自己以及家庭用品的购买有着决策权^①。因此掌握女性消费心理,了解女性消费市场的特征是进行女装设计的重要前提。

(一) 女性消费心理与特征

与男性相比,女性消费者的购买欲更强烈,更感性,也更容易受到外部因素的影响。温馨浪漫的购物环境、漂亮可爱的包装、特殊寓意的广告等都可以使女性产生购买的动机。女性消费群体往往有以下几个典型表现:

1. 情绪型消费

女性的消费心理和行为容易受到自身情绪的影响,购物成为女性表达开心、宣泄压力、犒赏或补偿自己等情绪的重要渠道。

2. 冲动型消费

根据美国 Cottonusa 国际协会的一个调查结果指出,中国内地消费者的冲动性购买比例全亚洲第一,而其中 80% 的年轻女性属于冲动型消费者^②。

3. 从众型消费

女性消费存在着严重的从众心理,在购买时容易受到别人的影响。善于观察模仿其他消费者的穿着,喜欢打听别人的购物信息,容易接受别人的劝说,也常常因为跟上别人购买的节奏而产生盲目消费。这种行为在商品的价格尤其低廉时会越发明显,这也是为什么促销时加入抢购行列的往往是女性。

① 宋专茂. 设计心理学[M]. 广州:广东高等教育出版社,2007.

② 李莉. 基于角色特征角度的女性消费者冲动性购买行为倾向实证研究[D]. 厦门大学,2009.

4. 挑剔型消费

女性消费者更有耐心也十分挑剔,她们会花时间在不同厂家、不同产品间做比较,从质量、价格到服务等都是她们对比的焦点,当然往往也会因为一些小小的细节而放弃购买。

(二) 女性消费市场的构成

女性消费群体的多元化所表现出的不同消费需求,决定了女性终端消费市场的多元化。终端消费市场的多元化可以通过相对应的商业划分来满足,因此,消费群体的多元化表现,包括经济收入、文化修养、社会地位、阶层和所属城市不同,决定了必须要有相应针对性的商业划分来锁定相对应的消费群体。目前可以将女性终端消费市场划分为A类高端市场、B类中端市场、C类大众市场、D类低端大众市场和E类低端市场。

A类市场主要集中在A类城市(特大城市),该地域经济发达,消费群体的经济基础好,文化程度与社会阶层较好,对时尚接受度高,时尚信息的流通速度快。

B类市场主要集中在A类城市和B类城市(大中型城市),该区域经济较为发达,消费群体经济基础较好,文化程度与社会阶层较好,对时尚较敏锐,时尚信息流通速度较快。

C类市场在各类大中型城市都有辐射,该类市场所属消费群体经济基础一般,属于中等社会阶层,对时尚的接受度一般。

D类市场主要集中在C类城市(小型城市)、D类城市(县级以下城市)和B类城市的某些区域,所属消费群体经济收入较低,对时尚的接受度较弱,时尚信息在该类市场的流通较慢。

E类市场主要集中在C类城市和D类城市,所属消费群体经济收入较低,对服装的要求是能满足其基本的穿着需要^①。

(三) 女性消费市场典型特征

女性消费者由于社会地位、受教育程度、经济收入等因素不同,形成了不同的消费意识、消费心理和消费倾向,终端消费市场为了满足不同女性消费者的这些消费诉求,形成了终端消费市场的基本构成,终端消费市场的基本构成可以反映出不同消费层面的消费特点。女性终端消费市场包括有形店铺和无形店铺。进入有形店铺的人群包括高端消费人群和中低端消费人群。其中,有形店铺中的专卖店和百货商店可以满足高端和中高端消费人群的个性化消费诉求;有形店铺中的折扣店、批发市场和超市量贩店可以满足中低端消费人群的大众化消费诉求。无形店铺包括邮购、网络销售和电视媒体销售等,在一定程度上满足了信息化时代影响下的新生代年轻消费群体诉求。不同时期,女装终端消费市场的构成特点略有不同,20世纪中期经济发展迅速,消费终端构成中的零售百货业得到了飞速发展;20世纪末消费者的个性化需求增加使个性化专卖店得到了长足发展;21世纪信息化时代影响下的新生代消费群体构成了新生代消费市场,使无形店铺得到了快速的发展。

女性终端消费市场各组成部分的特征性表现不同。大型百货商店在女装终端消费市场中占据着核心的地位。它们以自身硬件设施、地理位置、品牌效益、规模效益、系统管理等多方面优势赢得了众多女装消费者的青睐,大型百货商店商品格局、商品类型分布清晰,基本将女装分为少女类、淑女类、休闲类、时尚类等。品牌专卖店服务的消费群体均属于中高端和高端的消费

^① 胡迅,须秋洁,陶宁. 女装设计[M]. 上海:东华大学出版社,2001.

人群,为品牌推广形象的窗口,其中包括直销店和加盟店。女装折扣店起源于20世纪70年代,欧美的一些服装和日用品加工企业利用工厂的仓库销售自己的订单尾货,大多以Outlet命名。现在,各大城市的品牌折扣店十分众多,其以较低的折扣吸引品牌消费者以消化过季和滞销产品。女装批发市场是女装产品的集散地,其目的是让个体业主推广自己的产品,如杭州四季青、上海七浦路、广州白马等地。专业批发市场的重点销售对象是各地零售批发商,为生产企业与市场搭建了一个灵活的平台。超市量贩店其竞争力来自于提供廉价的商品、注重产品的类别。超市一般少有高端品牌,基本以低价产品为主,吸引着中低端大众消费者。女装网络、邮购、电视媒体销售商店,有采用邮寄形式的VANCL、PPG等,采用网络销售的淘宝网等,采用电视媒体销售的东方购物等,目前已经占据了一定的市场份额,且从长远看来必将保持较为快速增长趋势。

第二节 近现代女装发展史

女装发展史是从事女装设计的专业人士必须了解的重要知识。很多经典样式被作为符号传承至今,设计师们不断地从中获取创作的乐趣,并用现代的手段和方法在女装设计中加以演绎。本书中的女装发展史主要关注的是西方近现代的女装,在这一时期,东西方在政治、经济、科技、文化、艺术等方面发生了激烈的变革,人们的着衣观也有了天翻地覆的变化。

一、19世纪女装特征与发展

(一) 19世纪时代特点与服饰风格

这一时期是人类生产力发展最快的时期,工业革命的开展不仅标志着近代史的开始,也为服装的繁荣奠定了坚实的基础,工业革命带来了巨大的社会变化,刺激了服装业的生产,也改变了人们的着衣观念。服装的缝纫和裁剪方式有了革命性的变革,款式不断地翻新,服装业得到了蓬勃的发展。这一时期欧洲进入资本主义社会,但政治上拉锯式的反复变革,不仅带来社会结构的巨变,还引发了服装文化的变化。

从女装的角度出发,19世纪往往被称为“样式模仿的世纪”,每次剧烈的社会变革都给女装带来明显的样式变化,女装几乎按照顺序周期性地重现过去曾经出现过的样式(表1-1)。

表 1-1 19 世纪西方时代特点与服装业大事件

时 代 特 点	服装业大事件
▶ 结束封建专制,进入资本主义社会,社会结构巨变 ▶ 经济腾飞,纺织工业迅速发展 ▶ 人们生活方式开始改变,开始逐步接受朴素的审美观	▶ 1846 年发明缝纫机 ▶ 1856 年开发化学染料 ▶ 1858 年沃斯 (Charles Frederick Worth) 创立高级时装店,高级时装业兴起 ▶ 1889 年发明人造纤维

（二）19 世纪女装典型样式与特点

这一时期西方女装较为典型的样式是新古典主义风格、浪漫主义风格、新洛可可风格、巴斯尔风格和 S 形风格等。

1. 新古典主义风格

法国大革命宣扬的自由、平等、博爱等思想打破了人们对唯美主义的绝对倾向,开始更多地关注自然样式。此时的女装样式基于古希腊和古罗马服装的自然线条,但造型更为简练和朴素。笨重的裙撑和臀垫被白细棉布制成的宽松衬裙式连衣裙所取代,腰线提高到乳房以下,领口大而低,短袖,裙子细长柔和,裙长垂地。因这一时期的女装常常采用纱、罗等轻薄、飘逸的棉织物制成,新古典时期在服装史上也被称为薄衣时代(图 1-5)。



图 1-5 肖像画中新古典主义风格的女装。左图为 1816 年 Jacques-Louis David 所作《威兰十四伯爵夫人与女儿》,右图为《傲慢与偏见》的剧照。图中女士的着装充分体现了 18 世纪末、19 世纪早期的新古典主义风格

2. 浪漫主义风格

由于王政的复辟,豪华的宫廷趣味影响了人们的着衣风格。为了强调女性的特征,此时的女装腰线回到自然位置,并重新启用了紧身胸衣。强调细腰与夸张裙摆是相互关联的,1830 年后裙子的体积越来越大,衬裙数量达五六条之多,裙子的表面装饰丰富。为了让腰部显得更细,肩部和袖根被极度夸张,羊腿袖和帕夫袖开始流行。这一时期的衣领形状也非常极端,一种是高领,一种是大胆的低领。两种领型都采用了大量重叠的蕾丝边饰或褶皱。

3. 新洛可可风格

新洛可可时期在服装史上也被称为克里诺林时期。1852—1870 年,西方贵族的旧时代已经过去,浪漫主义逐渐消逝,社会步入了一个越来越现实,相信物质更甚于情感的阶段。这一时期的女性在日益发达的中产阶级精英旁充当的往往是花瓶的角色。女性崇尚自然和自由个性的世界回归到被世俗拘束的社会秩序中,在女装中的典型表现就是裙撑的回归。这种裙撑为了保持完美的造型,采用横向的金属圈来支撑,同时罩裙上的刺绣、蝴蝶结等装饰增多。浪漫主义时代流行的极端膨大的羊角袖消失了,袖子的肩部缩小,袖口像喇叭状张开,此时流行的主要织物有塔夫绸、提花锦缎和各种丝绸(图 1-6)。



图 1-6 拿破仑三世的妻子尤金妮对新洛可可风格女装的流行影响很大

4. 巴斯尔风格

巴斯尔风格也称为后撑裙式,是撑起女子身体臀部、改变女子体态的一种服装表现手法。为了强调臀部的翘起,除开在裙子后半部采用衬裙外,还会装饰蝴蝶结、花边等,形成前挺后翘的外形。从这一名称也可以看出,这一时期女装的关注重点在背后。巴斯尔风格的女装不是自我表现,而是抢人眼球、争奇斗艳(图 1-7)。

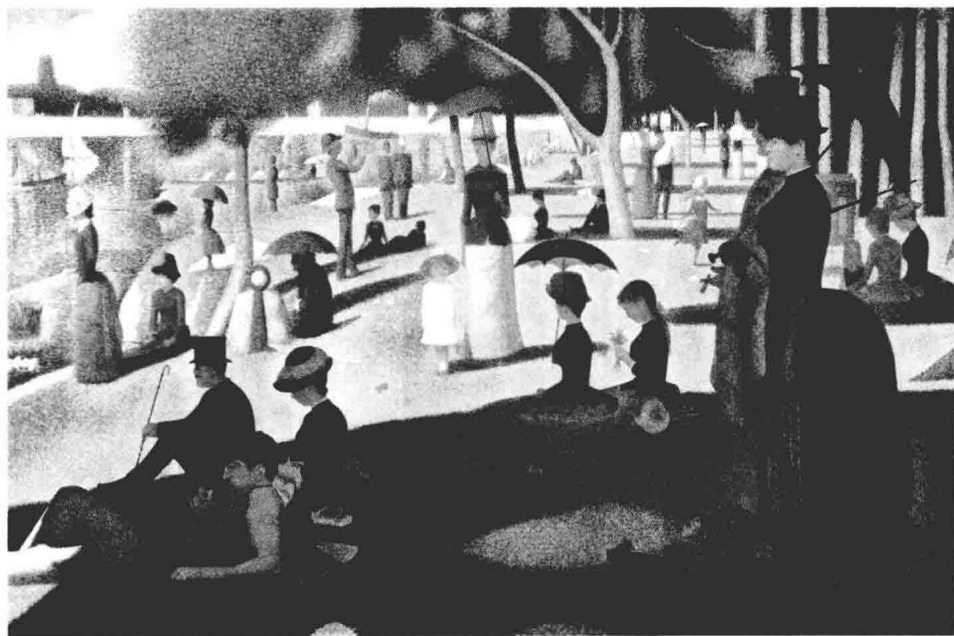


图 1-7 Georges Seurat 的作品《大碗岛星期日的下午》一画体现了巴斯尔风格女装的特点

5. S 型风格

从 1890 年起,女装进入了一个从古典样式向现代样式过渡的重要时期。受新艺术运动影响,女装变得纤细、优美,流畅的 S 型成为这一时期的主导。女装采用紧身胸衣将胸部高高托起,将腹部压平,腰部勒细,腰部以下裙子自然张开,形成喇叭状波浪裙。此时的袖子上半部呈现灯笼状,自肘部以下为紧身窄袖。

二、20 世纪女装特征与发展

(一) 20 世纪时代特点与服饰风格

整个 20 世纪,跨文化和历史的作用对服装设计产生了深远的影响。无论是旅行还是通讯,各大陆之间的联系更加便捷,这使得设计师更容易获得其他时代和文化的款式、设计、材料等一手信息。同时,随着摄影和印刷技术的发展,他们也能从图书、杂志、期刊等二手材料中搜集想法。

成衣业在 20 世纪悄然发展,经历了两次大战的人们由于生活节奏的加快和生活方式的改变,在服装上越来越强调合理性和机能性,特别是二次大战后,以美国为代表,以更大范围的一般消费层为对象的时装产业明显地走上了成衣化的道路。战后巴黎高级时装店的最大顾客并非那些上层社会的贵妇,而是美国的成衣厂商。因此,美国成衣业的发达、美国消费群形成的流行倾向反过来影响着法国的高级时装业,而这个消费群正是二战后进入社会各部门,获得经济上独立并且具有强烈自我意识和新的价值观的“新生代”女性(表 1-2)。

表 1-2 20 世纪西方时代特点与服装业大事件

时 代 特 点	服装业大事件
▶ 现代科学技术兴起并发展 ▶ 科学与技术紧密结合,相互渗透 ▶ 世界文化大繁荣,向着多层次、多类型、民族化发展	▶ 19 世纪末美国人发明了拉链 ▶ 1938 年第一个合成纤维“尼龙”研制成功 ▶ 1946 年腈纶开始商品化 ▶ 1953 年涤纶开始工业化 ▶ 20 世纪 70 年代涂层材料和加工技术飞速发展

(二) 20 世纪女装典型样式与特点

20 世纪女装的发展速度远远超过男装,20 世纪的时装史基本上是女性时装发展史。经历了两次世界大战后,产生了同今天相似的现代女装,女装典型的样式千姿百态,层出不穷,这里以最主要的年代划分进行说明。

1. 20 世纪初

女装的轮廓变化是这一时期最主要的特征,紧身胸衣的取消,蹒跚裙的出现都颠覆了女子服饰讲究 S 型曲线的概念。这一时期还有哈莱姆裙、米娜莱特裙、陀螺裙、鱼尾裙等样式。早期的女装还是非常强调高腰长裙的概念,而到了 20 年代后期,女装的腰线下落到臀部的位置,整个轮廓为管状的自然曲线,裙摆的长度在小腿与脚踝间徘徊(图 1-8)。

2. 20 世纪 40 年代

战争期间物资严重缺乏的状况一直持续到 40 年代末,这一时期制作女装的面料被压缩到最小,很少出现褶皱和饰边等装饰。女裙是直筒型的,且长度往往在膝盖附近。此时的女装更

类似于军装和制服,方方正正的夹克有着宽阔的垫肩(图1-9)。

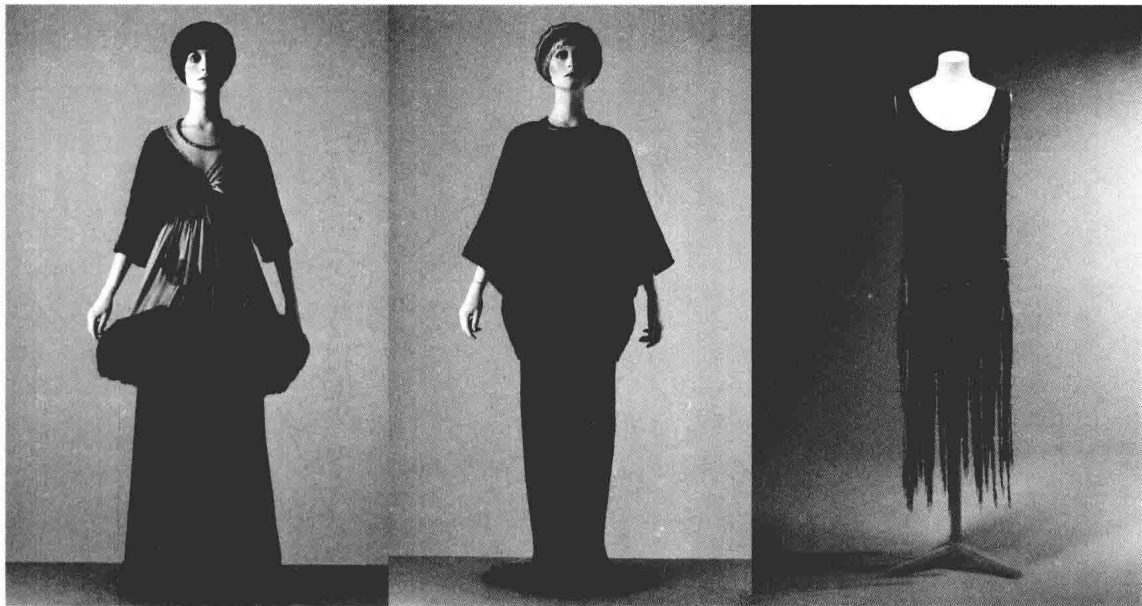


图1-8 20世纪初的女装样式。从左到右分别为 Paul Poiret、Mariano Fortuny、Voisin 的作品

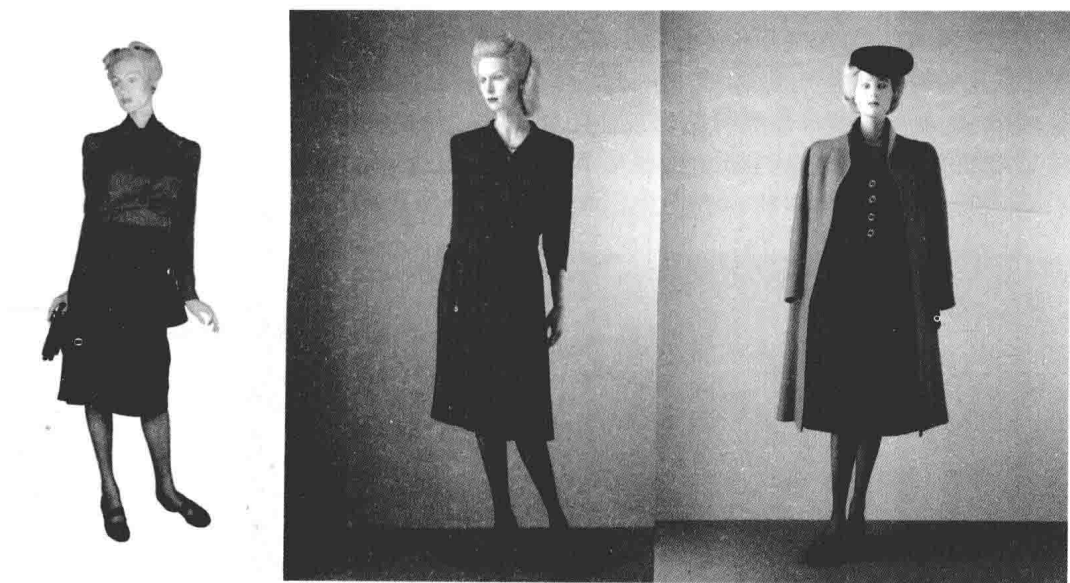


图1-9 20世纪40年代的女装样式。从左到右分别为 Victor Stiebel、Edward Molyneux、Elspeth 的作品

3. 20世纪50年代

战后是高级女装重新主宰女装时尚的时代。战后的欧洲进入复苏状态,女士渴望重新穿着讲究、漂亮。新风貌的风靡重塑了女性典雅、庄重、华贵的特征,这一服装有着自然的肩线,恰好