

LIUXING YU CHUANGYI

—FUZHUANG SHEJI LILUN YU FANGFA YANJIU

流行 与 创意

——服装设计理论与方法研究

沈晶照◎著



“国家一级出版社”



中国纺织出版社 “全国百佳图书出版社”

流行 与 创意

——服装设计理论与方法研究

沈晶照◎著

“国家一级出版社”  中国纺织出版社 “全国百佳图书出版社”

内 容 提 要

本书分别就服装概述、服装设计的美学原理、服装构成的主要内容、服装设计的创作方法、创意性服装设计、流行传播理论、不同类型的服装设计实践进行了系统论述,不仅向读者提供了从事服装设计需要的各种基本知识,也总结出服装创意设计的出发点与构思,在掌握流行传播理论的基础上,从而更好地把服装设计与展示满足市场需求与走向。

图书在版编目(CIP)数据

流行与创意:服装设计理论与方法研究 / 沈晶照著

. -- 北京:中国纺织出版社,2017.3

ISBN 978-7-5180-3414-7

I. ①流… II. ①沈… III. ①服装设计—研究 IV.

①TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 064988 号

责任编辑:姚君

责任印制:储志伟

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-textilep.com>

E-mail:faxing@e-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://www.weibo.com/2119887771>

虎彩印艺股份有限公司 各地新华书店经销

2017 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:17.25

字数:224 千字 定价:65.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

前 言

服装设计是以服装面料为素材,以服装为对象,借助一定的审美法则,运用恰当的设计语言,对人体进行包裹与打扮,完成整个着装状态的创造过程。显然,面料是服装最基本的物质基础。设计语言的表达离不开设计思维、造型设计,更重要的则是对流行与创意的把握与开发。为此,本著作除了论述服装设计的内涵与理念、出发点与构思、面料及造型之外,还重点探讨了服装流行的传播理论、创意思维的开发与运用。

穿着新潮已成为享受生活的一种方式,对于从事服装设计专业的人员来讲,了解流行理论、掌握流行规律,对提高服装市场运作的 ability 是至关重要的。创意在《现代汉语词典》中解释为:想出新方法、建立新理论、做出新成绩或新的东西,也就是发挥设计师的创造力和想象力,打破习惯性思维,挣脱传统观念的束缚,用创新的思想 and 独特的视角来呈现新的着装观念,以个性化的构思设计出新的穿着形式。

本书共分六章。第一章为内涵及理念:服装设计初探,论述了服装的含义、多元文化体系、功能、服装产业,以及服装设计的概念、定位、特征、东西方设计思想比较;第二章为服装流行的因素及规律,论述了影响服装流行的因素、服装流行的特征、服装流行的规律及分析;第三章为服装流行的传播及中外服装流行趋势分析,论述了服装流行的传播性、流行趋势及流行色的发布、流行语言及其表现形式、中外服装流行趋势分析;第四章为服装创意思维及设计,论述了服装设计的出发点及构思、思维、方法与过程;第五章为服装面料及造型创意设计,论述了服装面料、色彩、

图案、外形、部件、形态等内容的设计;第六章为不同类型的服装设计实践,论述了礼服与针织服、高级时装、职业服装、系列服装、内衣的设计。

本书在撰写过程中,精选世界著名设计师服装作品和部分同行的优秀作品来丰富本书内容,以便加深读者对设计内容及设计方法的理解,通过视觉使内容更易领会和掌握。由于引用的作品较多,无法一一查证,在此向原作者表示深切的歉意和由衷的感谢!

由于作者的理论水平有限,加之时间仓促,书中难免出现一些疏漏及不足之处,希望各位老师及同仁予以批评指正。

编 者

2016年6月

目 录

第一章 内涵及理念:服装设计初探	1
第一节 服装的含义及其多元文化体系	1
第二节 服装的功能与服装产业	10
第三节 服装设计的概念与定位	12
第四节 服装设计的特征	14
第五节 东西方服装设计思想比较	18
第二章 服装流行的因素及规律	24
第一节 影响服装流行的因素	24
第二节 服装流行的特征	37
第三节 服装流行的规律及分析	42
第三章 服装流行的传播及中外服装流行趋势分析	50
第一节 服装流行的传播性	50
第二节 服装流行趋势及流行色的发布	65
第三节 流行语言及其表现形式	85
第四节 中外服装流行趋势分析	103
第四章 服装创意思维及设计	112
第一节 服装设计的出发点及构思	112
第二节 服装创意设计的思维	125
第三节 服装创意设计的方法	136
第四节 服装创意设计的过程	150

第五章 服装面料及造型创意设计	172
第一节 服装面料设计	172
第二节 服装色彩及图案设计	180
第三节 服装外形创意设计	198
第四节 服装部件的创意设计	204
第五节 服装形态的创意设计	210
 第六章 不同类型的服装设计实践	219
第一节 礼服与针织服装设计	219
第二节 高级时装设计	234
第三节 职业服装设计	242
第四节 系列服装设计	249
第五节 内衣设计	256
 结语	265
 参考文献	266

第一章 内涵及理念:服装设计初探

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,又有其自身的个性特征。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。

第一节 服装的含义及其多元文化体系

一、服装的含义

(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(图 1-1)。

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 1-2)。

日常生活中与服装意思相近的也容易混淆的名词有衣裳、衣服、衣着、时装、服饰、成衣等。

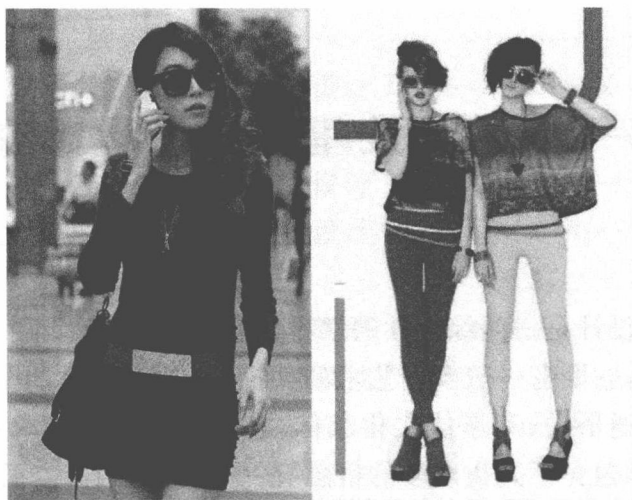


图 1-1 服装



图 1-2 服装与配件的整体关系

衣裳:古时上称衣,下称裳(多指上衣下裳),即上身和下身衣服的总和。衣裳一般多为生活用语,书面语中较少出现。

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 1-3)。

衣着:衣着是指人身上的穿戴物,除衣服之外,还包括帽子、首饰、围巾、鞋等。

时装: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。

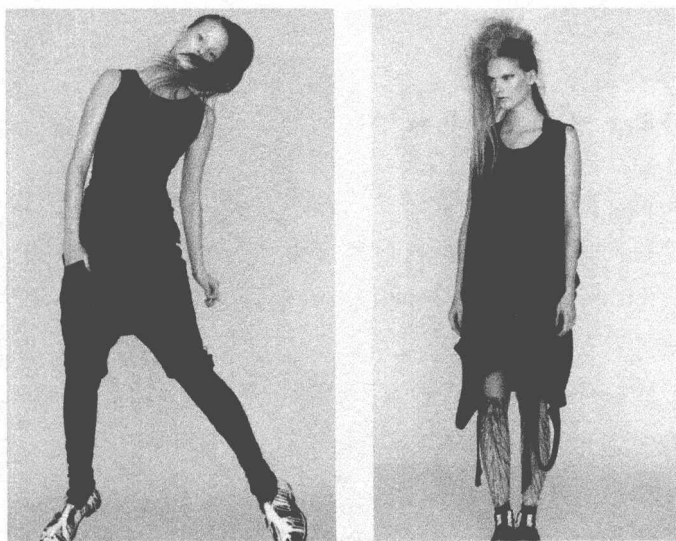


图 1-3 衣服

服饰:服饰有两方面的含义,一方面是指衣服和装饰品;另一方面是指衣服上的装饰,如服饰纹样等。服饰如图 1-4 所示。



图 1-4 服饰

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

(二)服装设计师与制板师

服装造型设计包括服装的款式、色彩、面料、搭配等要素,具体设计时要考虑穿着对象的自然条件(高矮、胖瘦、体型、肤色等)和社会条件(职业、地位、气质、趣味等)。从事服装设计工作的人叫服装设计师。

制板的任务是将设计师的方案变成成品,将设计师画在纸上的设计图塑造成立体的衣服。从事这项工作的人称为服装制板师,如同建筑的结构设计师。

在时装界,设计师是主角,制板师是配角,但实际最终完成设计的是制板师,企业对设计师的重视和宣传,使制板师的重要性越来越突出。服装要创品牌、上档次,企业不仅需要好的设计师,同样也需要好的制板师。可以说,在著名设计师的背后肯定有一名优秀的制板师。

(三)服装效果图

服装效果图是服装设计的第一步,与服装设计效果图还有着一定的区别。

服装效果图通常包括人体着装图、设计构思说明、采用面料及简单的财务分析等。服装设计效果图,重点从设计语言、材料、表现等方面来综合考虑服装设计。设计师以绘画为基本手段,通过一定的艺术处理方法来体现服装设计师的设计构想,也是表现服装设计的造型特征和整体艺术气氛的一种艺术形式,它包括服装式样的造型、色彩、配件、衣料质感和人体穿着效果等(图 1-5)。



图 1-5 服装效果图

(四) 服装裁剪图

服装裁剪图指根据服装设计效果图进行的裁剪工程图设计,是用直、曲、弧线及制图符号,将款式造型分解展开成平面裁剪的一种生产用图。裁剪图根据粗细图线分为两大类,粗线(0.6~0.9 厘米)用来表示裁剪制作的结构线,细线(0.2~0.3 厘米)用于制图的辅助线、尺寸标注线、等分线等。

二、服装的人文关怀

(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

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。



图 1-6 服装与人

人体是设计的依据。虽然服装款式令人眼花缭乱变化多端,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。

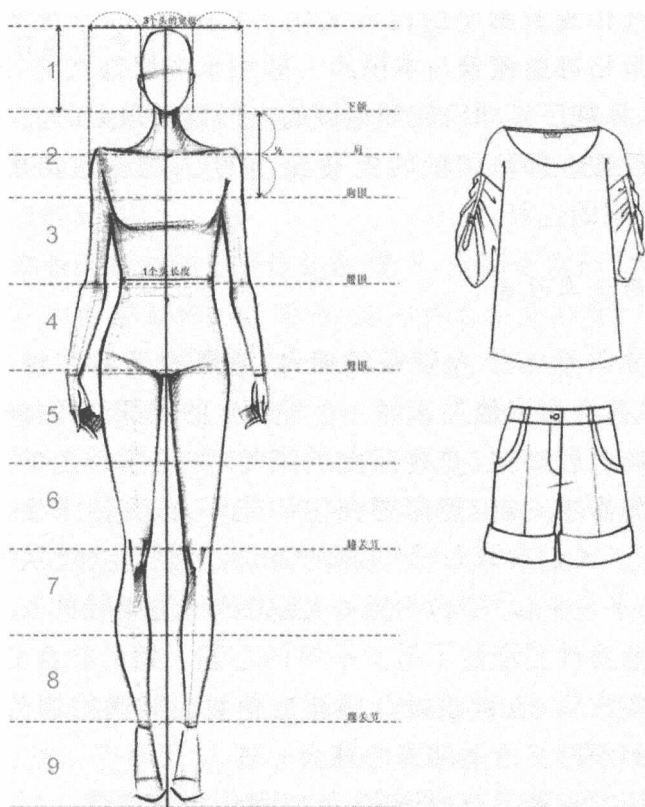
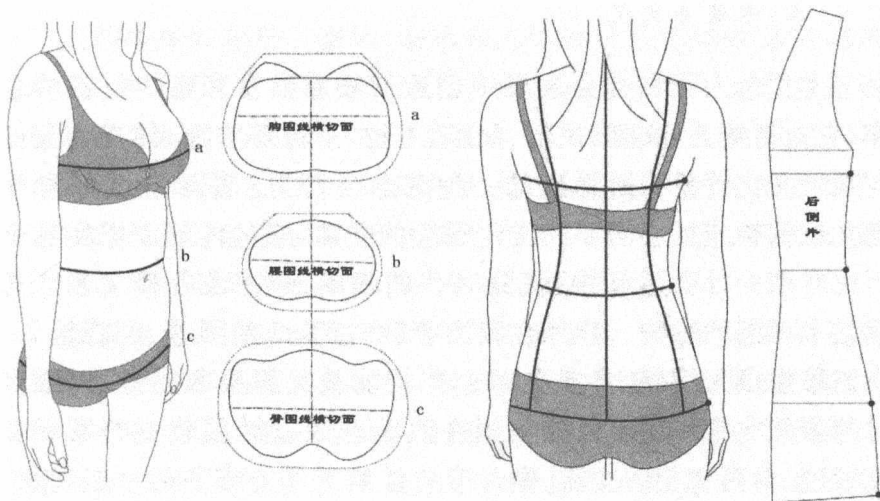


图 1-7 人体是设计的依据

（二）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。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了现代人的生活方式和内容。

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。

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。

（三）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。它所产生的表征作用体现着人与社会交流的过程,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助服装来显示自己在社会中扮演的角色。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。

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。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。

(四)服装与审美

人类对美的执著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,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。比如在清代盛行的旗装花冠,在现代只能作为历史的遗物去欣赏了。

人对事物的焦点通常是短暂的,特别是衣服,人们对它“喜新厌旧”的心理似乎特别明显。今天还是阳春白雪,明天也许就变成了下里巴人,服装就是这样,追求时尚、弃旧寻新、周而复始地走向未来。

第二节 服装的功能与服装产业

一、服装的功能

服装起源于实用,为了适应在不同的季节和气候下生存,服装用来维持人体的正常体温;为了防止外界的伤害,需要服装来保护身体。可见,服装的实用功能是服装的基本功能,基于人的生理需求而存在。服装发展到今天,除了具有遮身蔽体、防寒保暖的功能外,还可以满足很多实用性和保护性的要求,如受环境因素制约而设计的防风服、防雨服、防暑服、防寒服;为抵御外界媒质危害而研发的防辐射服、防尘服、防火服、防弹服等。另外,随着人们消费观念的改变,服装的舒适、功能、易于打理等都成为消费者购买的因素,很多健身服和运动服这些原本的功能性服装已经占据休闲市场,并且成为表现健康和年轻活力的时装。近些年,服装结构如何适应人体特征、服装功能性材料的开发与使用、如何满足消费者的着装需求都成为服装设计领域不断深入研究的课题(图1-8)。



图 1-8 登山服