



普通高等教育“十一五”国家级规划教材(本科)

概念 服装设计

FASHION
DESIGN OF CONCEPT

鲁 闽 编著



中国纺织出版社

普通高等教育“十五”国家级规划教材（本科）



概念服装设计

 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材(本科)。本书专题阐释了概念服装设计,探索了国内外的典型教学方式。作者分别从其概念、分类及用途、设计要素、素材来源等多角度来解读何为概念服装设计,同时着重强调了概念服装设计教学的设计程序、思维训练方法及其表达要点。

本书中分别介绍了清华大学美术学院综合造型设计课和意大利马兰欧尼学院的设计创作课程等独树一帜的教学方式,附以大量的大师作品和学生作业作为图例,图文并茂,较为完整地呈现教学过程,非常值得设计类院校借鉴学习。

本书在教学中以给定主题的方式进行训练并点评学生们的实训作品,符合现在大中院校普遍推广的项目式教学的模式。本书适合于高等教育类、高职高专类服装设计专业师生使用,也供艺术设计学院的师生参考。

图书在版编目(CIP)数据

概念服装设计/鲁闽编著.—北京:中国纺织出版社,2011.5
普通高等教育“十一五”国家级规划教材.本科
ISBN 978-7-5064-7292-0
I.①概… II.①鲁… III.①服装—设计—高等学校—教材
IV.①TS941.2
中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第025995号

策划编辑:刘磊 金昊 责任编辑:魏萌 特约编辑:李春奕
责任校对:梁颖 责任设计:何建 责任印制:陈涛

中国纺织出版社出版发行
地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027
邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231
<http://www.c-textilep.com>
E-mail:faxing@c-textilep.com
北京华联印刷有限公司印刷 各地新华书店经销
2011年5月第1版第1次印刷
开本:710×1000 1/16 印张:12
字数:120千字 定价:39.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

全面推进素质教育，着力培养基础扎实、知识面宽、能力强、素质高的人才，已成为当今本科教育的主题。教材建设作为教学的重要组成部分，如何适应新形势下我国教学改革要求，与时俱进，编写出高质量的教材，在人才培养中发挥作用，成为院校和出版人共同努力的目标。2005年1月，教育部颁发了教高[2005]1号文件“教育部关于印发《关于进一步加强高等学校本科教学工作的若干意见》”（以下简称《意见》），明确指出我国本科教学工作要着眼于国家现代化建设和人的全面发展需要，着力提高大学生的学习能力、实践能力和创新能力。《意见》提出要推进课程改革，不断优化学科专业结构，加强新设置专业的建设和管理，把拓宽专业口径与灵活设置专业方向有机结合。要继续推进课程体系、教学内容、教学方法和手段的改革，构建新的课程结构，加大选修课程开设比例，积极推进弹性学习制度建设。要切实改变课堂讲授所占学时过多的状况，为学生提供更多的自主学习的时间和空间。大力加强实践教学，切实提高大学生的实践能力。区别不同学科对实践教学的要求，合理制定实践教学方案，完善实践教学体系。《意见》强调要加强教材建设，大力锤炼精品教材，并把精品教材作为教材选用的主要目标。对发展迅速和应用性强的课程，要不断更新教材内容，积极开发新教材，并使高质量的新版教材成为教材选用的主体。

随着《意见》出台，教育部组织制订了普通高等教育“十一五”国家级教材规划，并于2006年8月10日正式下发了教材规划，确定了9716种“十一五”国家级教材规划选题，我社共有103种教材被纳入国家级教材规划，其中本科教材56种，高职教材47种。56种本科教材包括了纺织工程教材13种、轻化工程教材16种、服装设计与工程教材24种、美术教材2种，其他1种。为在

“十一五”期间切实做好教材出版工作，我社主动进行了教材创新型模式的深入策划，力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应，充分体现教材的适用性、科学性、系统性和新颖性，使教材内容具有以下三个特点：

（1）围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设置特点，从提高学生分析问题、解决问题的能力入手，教材附有课程设置指导，并于章首介绍本章知识点、重点、难点及专业技能，增加相关学科的最新研究理论，研究热点或历史背景，章后附形式多样的习题等，提高教材的可读性，增加学生学习兴趣和自学能力，提升学生科技素养和人文素养。

（2）突出一个环节——实践环节。教材出版突出应用性学科的特点，注重理论与生产实践的结合，有针对性地设置教材内容，增加实践、实验内容。

（3）实现一个立体——多媒体教材资源包。充分利用现代教育技术手段，将授课知识点制作成教学课件，以直观的形式，丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展中的重要组成部分，为出版高质量的教材，出版社严格甄选作者，组织专家评审，并对出版全过程进行过程跟踪，及时了解教材编写进度、编写质量，力求做到作者权威，编辑专业，审读严格，精品出版。我们愿与院校一起，共同探讨、完善教材出版，不断推出精品教材，以适应我国高等教育的发展要求。

中国纺织出版社
教材出版中心

目 录

第一章 概念服装	6	第三章 概念服装设计程序	62
第一节 概述	6	第一节 设计程序	63
第二节 概念服装的分类	13	第二节 意大利马兰欧尼学院设计创作课程	66
一、创意大赛服装	13	第三节 清华大学美术学院设计创作训练	77
二、演艺活动服装	14	一、设计案例	77
三、发布活动服装	15	二、制作案例	90
四、商业陈列服装	17	第四节 设计思维的表达	98
第三节 概念服装设计要领	18	一、设计思维训练的意义	98
一、设计定位的创意性	18	二、具象思维设计	102
二、材料选择的特质性	26	三、抽象思维设计	124
三、款式造型的突破性	33	第五节 清华大学美术学院思维设计训练	136
四、色彩设计的创新性	38	一、具象思维设计案例	136
思考题	45	二、抽象思维设计案例	139
第二章 设计素材的来源	48	思考题	147
第一节 素材的作用	49	第四章 概念服装设计表达要点	148
第二节 素材来源的多样性	52	第一节 设计图表现	149
一、社会动向	52	第二节 结构设计	155
二、民族文化	54	第三节 材料再造设计	162
三、高新科技	55	第四节 装饰设计	166
四、传统文化	56	第五节 展示形式	173
五、文化艺术	58	第六节 清华大学美术学院综合造型	
思考题	61	设计课程	177
		思考题	190
		参考文献	191
		后记	192

第一节 概述

概念 (concept) 一词最基本特征包涵它的抽象性和概括性, 同时也表示促使某件作品产生的最初想法或念头。德国哲学家康德认为: “概念是人们对多个事物的共同点的想象”。概念的语义来自拉丁语 (imgago), 有意象、想象、幻想等意义, 概念一词的内涵是超越现实生活的。

概念与设计实物相结合所呈现的形态, 构成了我们对于“概念设计”的一些基本认知。概念车、概念器物、概念服装等具有超前和未来感的概念设计之物不断在设计领域出现, 引领着设计潮流, 颠覆了传统设计, 为设计开拓了一片新天地。因而, 为产品设计师们乃至大众所普遍关注。概念设计衍生到实用之物, 使设计产品提高了附加值, 更富于艺术魅力, 更新了大众对于产品的原有认识, 创新了产品设计, 为当今人们的生活带来了生机。

概念服装从本质上区别于人们日常所见到的服装, 它的产生

与形成是社会经济发展和科技水平提高的必然结果。设计永远不会停滞不前,设计永远都在创新,概念设计是创新设计最为重要的表现形式之一。概念设计的产品并不是无用之物,它的形态总是源于人们所用之物的形态,设计师们依据此物而延伸设计,创造了意料之外的想象物品。以概念车为例,在世界A级车展中每年都有各大名车商与设计师共同推出的概念车,而概念车首先是可行驶的交通工具而不是车模型。概念车的造型更强调未来感和超前的设计意识,车的性能更注重环保性以及操控的科学性与舒适性等,其宗旨是为人服务。概念设计以超越现实的形式表现未来的生活概念,以此激发人们对未来生活的想象和憧憬。概念家具、餐具、电脑等都是遵循这一原则进行创新设计的。

概念服装设计也不例外,概念服装的形态也是以服装的基本形态为原型,在此基础上设计师以各自对于概念设计的理解进行设计。此类服装在造型上更强调形态的变化,在材料上需要进行再创造或采用新研制的试用品,在色彩上注重流行色的表现。服装的整体突出对某种概念意识的表达,突显设计师的主观设计意念和对主题的创造性反映(图1-1~图1-7)。

概念产品设计更注重设计师的设计理念和自由意识,这种自由的设计意识所表达的是一种合理的科学的理念,而不是毫无规则的设计。概念设计往往是在积极创新的精神状态下完成的。

第一章 概念服装

图1-1 概念服装

弗瑞德·罗宾
(Freddie Robins)

设计师的概念服装设计表现人与人的沟通、交流、联系的内涵。

图1-2 概念服装

侯赛因·卡拉扬
(Hussein Chalayan)

服装设计表现人衣之间的关系，以裸体的人形逐渐过渡到穿着服饰的人。以此表达人与衣之间不断演变的概念。



图1-1



图1-2

图1-3 概念车

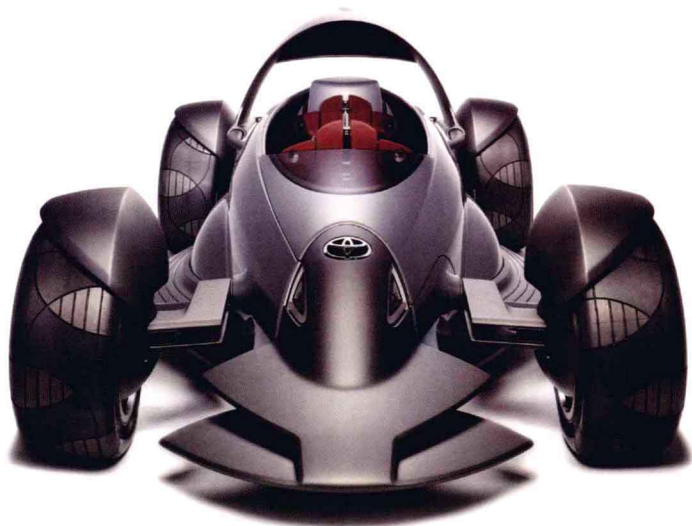


图1-3

图1-4 概念餐具

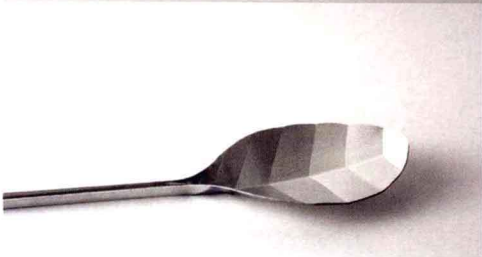
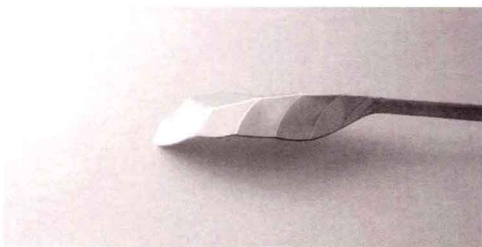
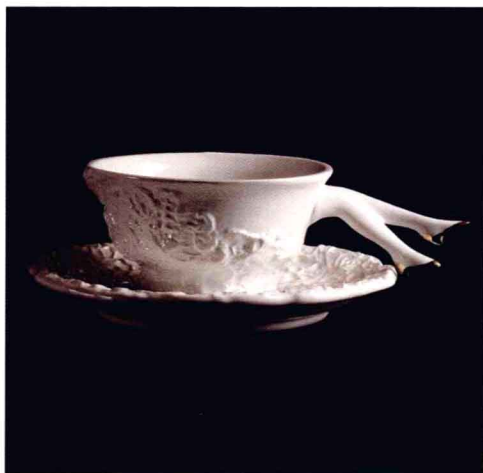


图1-4

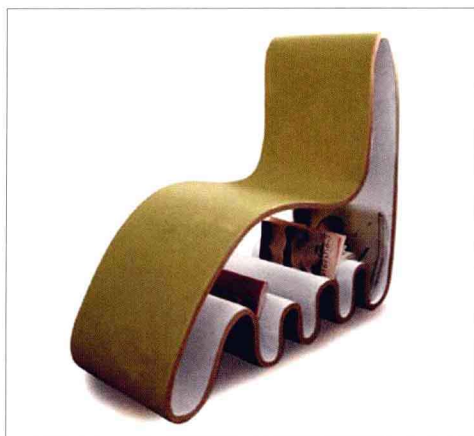


图1-5





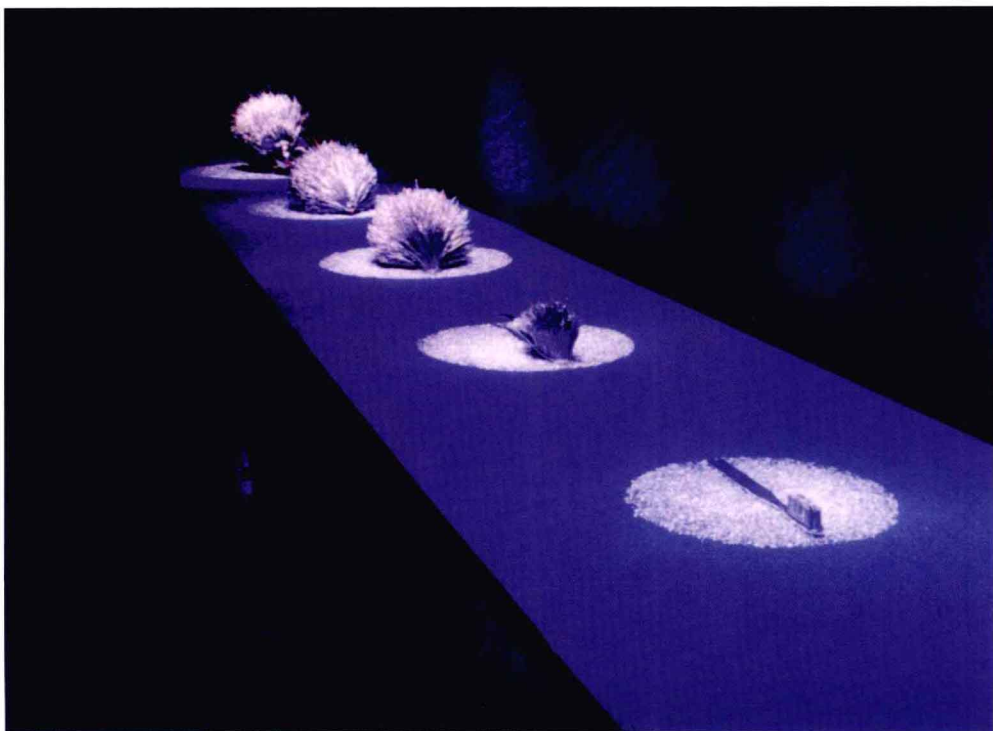
图1-6 概念灯具

图1-7 概念陈列

通过将一把牙刷渐变到一头刺猬，令整体设计充满趣味和自然意境，人与动物的理想化结合，充分表现了设计师的聪慧才智，使陈列设计更吸引人们的视线，也起到促销的实际作用。

图1-6

图1-7



第二节 概念服装的分类

在概念服装的范畴中, 根据特殊的需要形成了其特殊的展示价值, 不论是动态展示还是静态展示, 概念服装在文化艺术活动和商业活动中都有其现实意义。概念服装按用途大致可以分为以下几种类型。

一、创意大赛服装

服装大赛是服装设计比赛的一种形式, 不同的比赛有不同的要求。有的侧重于“实用”服装设计, 有的则侧重于“创意”服装设计。其中, “创意”服装大赛就是概念服装设计的一种形式。根据主办方提出的规则, 参赛选手进行有概念的设计, 以此完成大赛的要求。如20世纪80年代开始举办的法国巴黎国际青年时装设计师大赛、“兄弟杯”中国国际服装设计师作品大赛(2003年易名为“汉帛杯”中国国际青年时装设计师作品大赛)以及“兰蔻”服装设计大赛等。

创意服装大赛的目的主要是锻炼专业学生的设计才能和创新能力, 通过大赛的操练提升服装设计水平; 创意大赛的平台也为专业学生提供了可施展能力的空间, 充分表现专业学生对服装设计艺术的理解, 并借助某一主题的设计锻炼, 使专业学生学习如何进行概念设计(图1-8、图1-9)。

图1-8 法国巴黎国际青年时装设计师大赛金奖作品 曹强

图1-9 “绮丽杯”服装设计大赛银奖作品 武彦



图1-8

图1-9



二、演艺活动服装

概念服装具有造型夸张、色彩丰富、整体服饰创意新颖的外观效果,因此在一些大型的演艺活动中有其特殊的价值。作为演艺活动的服装有具体的设计要求,设计师需要依据相关活动的目的进行设计,以此表现主题内容与概念服装的有机结合。例如2004年雅典、2008年北京奥运会开幕式和一些歌舞剧中的表演服装。这些服装是根据具体的活动主题和剧目内容而设计的,常常借助服装的夸张形态来表现内容,突出了概念服装强调造型性的特点(图1-10~图1-12)。

图1-10 2004年雅典奥运会开幕式
服装

图1-11 2008年北京奥运会开幕式
服装

图1-10

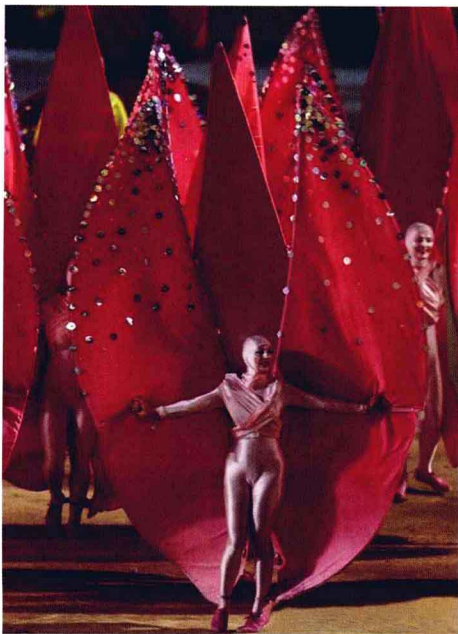


图1-11





图1-12

图1-12 大型歌舞剧服装

三、发布活动服装

服装设计师在某个时间点进行个人设计的总结或流行信息的发布时，往往借助概念服装其独特的形式来表达个性化的设计理念。许多国内外著名的设计师每年都有代表性的专题发布会，其中不乏优秀的概念服装设计作品（图1-13、图1-14）。另外在彩妆造型发布会中，大多数模特都会穿着造型特异的概念服装，这些服装与化妆、发型形成统一的概念设计，充分表现时尚流行的特征。还有在一些新型产品的发布会上，商家也会借助新型的概念服装进行商业活动。例如在一些著名手机品牌的新产品推广活动中，常常采用特定设计的服装结合模特的展示来发布新产品。又如在车展模特的服饰中也有很多概念服装与概念车相结合的整体展示，车与服装、模特的完美统一充分提升了车展的整体效果。



图1-13



图1-14

图1-13 克里斯汀·迪奥 (Christian Dior) 发布会服装
约翰·加利亚诺
(John Galliano)

图1-14 纪念亚历山大·麦奎恩
(Alexander McQueen) 的
服装表演
贝齐·约翰逊
(Betsey Johnson)