



服装综合设计原理与实例精解丛书

服装展示

设计原理与实例精解

主编 齐德金 编著 王艺湘

服装综合设计原理与实例精解丛书

服装展示

设计原理与实例精解

主编 □ 齐德金

编著 □ 王艺湘

编委 □ 齐德金 王艺湘 杜树贤 唐海婷
所云霞 王德才 许晓慧 王艳辉
石明明 刘 晶 傅华奎



中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

服装展示设计原理与实例精解 / 齐德金主编, 王艺湘
编著. —北京: 中国轻工业出版社, 2010.1

(服装综合设计原理与实例精解丛书)

ISBN 978-7-5019-7044-5

I. 服… II. ①齐…②王… III. 服装—陈列设
计 IV. TS942.8

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第105202号

责任编辑: 杨晓洁

策划编辑: 王淳 杨晓洁 责任终审: 劳国强 封面设计: 印象·迪赛

版式设计: 印象·迪赛 责任校对: 杨琳 责任监印: 张可

出版发行: 中国轻工业出版社(北京东长安街6号, 邮编: 100740)

印刷: 北京国彩印刷有限公司

经销: 各地新华书店

版次: 2010年1月第1版第1次印刷

开本: 889×1194 1/16 印张: 8

字数: 130千字

书号: ISBN 978-7-5019-7044-5 定价: 39.00元

邮购电话: 010-65241695 传真: 65128352

发行电话: 010-85119835 85119793 传真: 85113293

网址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社邮购联系调换

90160K3X101ZBW

■ 前言



随着人们物质文化、生活水平、精神文明的提高,人们的着装品位不断提升,服装设计的重要性愈加凸显。设计要发展,教育是关键。如何使有志于服装设计领域的莘莘学子拥有一套科学、系统、全面而深入的实用服装设计书籍是每个从事服装教育工作者关注的焦点,更是笔者最大的心愿。我国的服装教育起步较晚,该套丛书主编在我国服装教育刚刚起步之时便投入这一领域。24年的教学、科研及设计经验的积累汇聚以及对目前我国图书市场同类书的调研分析,使得撰写一套《服装综合设计原理与实例精解》系列丛书的想法更加成熟。能在不惑之年发挥自身的光和热,奉献自己的智慧与经验,使学生少走弯路,拥有一套确能解渴、终身受益的服装专业书籍的愿望更加坚定与迫切。

《服装综合设计原理与实例精解》丛书包括以下八个分册:

- ①《服装CAD应用原理与实例精解》
- ②《服装款式设计原理与实例精解》
- ③《服装结构设计原理与实例精解》
- ④《服装品类设计原理与实例精解》
- ⑤《服装配色原理与实例精解》
- ⑥《服装陈列设计原理与实例精解》
- ⑦《服装展示设计原理与实例精解》
- ⑧《服装界漫游》

该套丛书基本上涵盖了服装设计的全部内容,八个分册间既相互独立,又相互呼应与交织,以服装设计的主要元素——款式、面料、色彩、结构为主线,对服装设计的原理与实例进行全面而深入的阐述,结合大量的设计图例讲解基本原理,图文并茂,有很好的可





读性与可借鉴性。书中大量的设计图例及精彩简练的设计理论是作者数年来教科研及设计经验的智慧结晶,是对读者毫无保留的真诚奉献,希望拥有该套丛书的读者深深体会其内在的品质与精神,通过阅读学习与实践,充实而自信地迈向成功之路。

《服装展示设计原理与实例精解》是该套丛书之一,作者在充分借鉴、吸纳前人和同仁已有成果基础上,将教学和社会实践成果整合编写了此书,以满足专业教学的需要。本书内容从总体上安排力图突出三个特点:一是突出服装设计教育的全面系统性,把握艺术设计教育厚基础、宽口径的原则;二是结合新的设计理念和实例,体现服装展示设计的当代特点和国际化趋势;三是体现服装展示设计的实用性特点,注重教学需要。

本书的编写力求融科学性、理论性、前瞻性、知识性和实用性于一体,在理论和应用上作了大量深入、独到的阐述,结合国内外优秀的服装展示设计实例,从整体规划、构成元素、色彩、照明、视觉造型等角度作了翔实分析。本书适合服装从业人士、服装店和品牌经营者、服装展示空间设计人员以及高等院校艺术设计师生使用。

在编写过程中得到中国轻工业出版社王淳、杨晓洁编辑的鼎力支持与帮助,在此表示真诚的感谢!全套丛书由齐德金任主编,《服装展示设计原理与实例精解》一书由王艺湘编著。

这套书汇集了我们数十年来从事服装教育的经验,也是我们回报社会、服务于社会、振兴中国服装工业所献出的一份真情。由于编者水平有限,书中难免有错漏之处,敬请读者指正。

齐德金 王艺湘

2009年1月

CONTENTS

目录

009 第一章 服装展示设计概述

010 第一节 服装展示设计的概念

015 第二节 服装展示设计的前提条件

016 第三节 服装展示的材料

020 第四节 服装展示配套设施的选择

020 作业与研究课题

021 第二章 服装展示设计的规划和设计流程

022 第一节 服装展示设计的程序设计

023 第二节 服装展示设计的文案设计规划

023 第三节 服装展示设计的创意设计规划

024 第四节 服装展示设计的实施计划

026 作业与研究课题

027 第三章 服装展示环境的空间设计

028 第一节 服装展示空间的特征

030 第二节 服装展示空间的分类

033 第三节 服装展示的整体空间设计

037 第四节 服装展示的平面空间设计

039 第五节 服装展示的立面空间设计

041 第六节 服装展示空间的商业格局设计

041 第七节 服装展示空间设计的宗旨和艺术处理手法

044 作业与研究课题

CONT

目录

045 第四章 服装展示设计的形式法则应用

046 第一节 服装展示设计的构成形式

050 第二节 服装展示设计的艺术美法则

054 作业与研究课题

055 第五章 服装展示的色彩设计

056 第一节 服装展示色彩的特性

058 第二节 服装展示色彩的设计原则

061 第三节 服装展示设计中色彩的作用

062 作业与研究课题

063 第六章 服装展示的陈列设计

064 第一节 服装展示陈列的原点分析

070 第二节 各类服装展示的陈列设计

072 第三节 服装展示的动态陈列设计

077 第四节 服装商业店面的陈列设计

079 第五节 服装品牌专营店陈列设计

080 第六节 服装展示的陈列设计手册

080 作业与研究课题

081 第七章 服装展示的照明设计

082 第一节 服装展示照明设计的形式

084 第二节 服装展示照明设计的种类

087 第三节 服装展示的光源照明设计

088 第四节 服装展示照明设计的原理

091 第五节 服装展示照明设计的形式法则

092 第六节 服装展示照明设计的目的

094 第七节 服装展示照明设计流程

094 作业与研究课题

CONTENTS



095 第八章 服装展示的展具设计

096 第一节 服装展具设计的原则

096 第二节 服装展具的分类

102 作业与研究课题

103 第九章 服装展示的人体工学设计

104 第一节 服装展示中的尺度要素

107 第二节 服装展示中的视觉要素

108 第三节 服装展示中的心理要素

109 第四节 服装展示设计中的行为要素

110 第五节 服装展示中的无障碍设计

110 作业与研究课题

111 第十章 服装展示设计的表现

112 第一节 服装展示设计图的分类

118 第二节 服装展示模型的设计

119 第三节 服装展示模型的制作

121 第四节 服装计算机辅助设计应用

122 作业与研究课题

123 第十一章 服装展示中多媒体技术的应用

124 第一节 服装展示设计的新途径

126 第二节 多媒体应用的特点

126 第三节 服装展示设计对多媒体的要求

127 第四节 多媒体在服装展示设计中的应用前景

127 作业与研究课题

128 参考书目

ASSOLUTA GRIGIA VITALE PRIMA



第一章

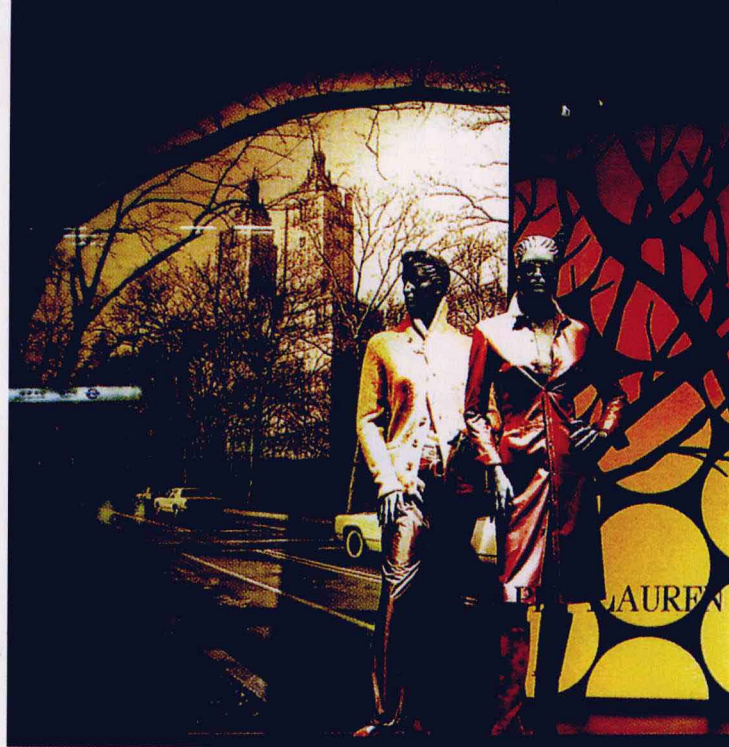
服装展示设计概述

服装展示设计概述



第一节 服装展示设计的概念

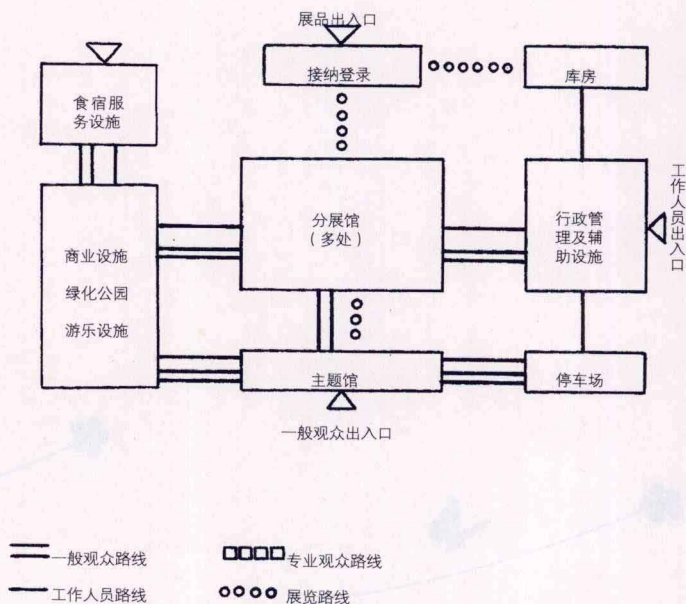
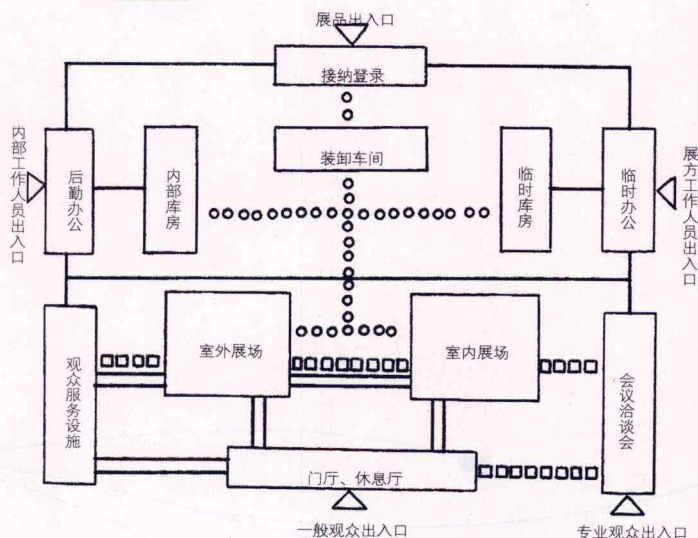
展示具有清楚地摆出来、启示或明显地表现出演示的行为和现象的意思，主要是通过诉诸视觉、听觉感官来实现其意图的。人类的展示活动可以说是伴随设计开始的，展示是一种包含着目的、意图的行为，具有强烈的传达、告知和诱导的意图，必须通过特定的环境和特别的方式来获取展示效果，特别是服装展示，必须调动一切可能性，千方百计地通过有力的展示活动来吸引、诱导顾客，以取得诉求效果，而服装展示设计就是通过模特的实际穿着以及展台，展具等多种形式来展示服装的最新流行时尚，同时利用服装卖场的展示空间设计，充分展示服装品牌的个性和特点，向人们传达服装品牌文化及流行趋势，引发人们的购买欲。



1 服装展示设计的原则

服装展示的目的是为了促销，为商家实现营销目标进行最直接、最有效的宣传。同时，也是为了宣传自己的服装品牌，树立企业形象。因此，服装展示设计是通过在展示空间环境中，采用一定的视觉传达手段，借助一定的展示设施，将与服饰相关的信息和内容展示在公众面前，以期达到对观众的心理、思想和行为产生重大影响，最终完成创造性的设计活动。如图1-1a，图1-1b，图1-1c所示。

图1-1a



— 一般观众路线
— 工作人员路线
□□□□ 专业观众路线
○○○○ 展览路线

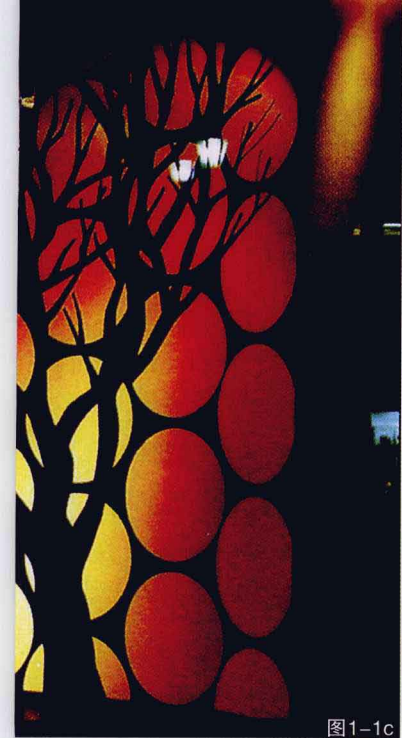


图1-1c



图1-1b

服装展示也是信息传播的一种方式,所有的展示都是一种交流,而这种信息交流必须具备美国学者H.D.拉斯韦尔提出的五种基本要素,即著名的“5W”模式:Who(谁),Say what(诉求什么),In which channel(通过何种渠道),To whom(向谁诉求)和With what effect(产生什么效果)。这个模式是说任何一个信息活动过程都由五个部分组成:信息传播主体、信息内容、信息传播渠道、传播对象和传播效果。在这个往复的过程中,设计者通过调查研究而明确设计目标;经过设想构思而确立设计主题;从具体设计中寻找有效途径;在设计实施上展示最佳效果;把收集到的各种反馈信息,作为最终的效果评估指标。服装展示的终极目标就是展示的效益。

2 服装展示设计的体系特征

服装是一种特殊的商品,既有物质的功能性作用,又有精神的装饰性意义,服装的特性构成了相对独立的学科体系,由此确定了服装展示设计丰富的内涵和多样化的形式。服装展示设计是一种将服装产品在一定的三维空间环境中诉诸于视觉感官的“广告形式”。服装展示设计还综合了舞台艺术、视听艺术中的运动空间,以真人模特展演服装,这是其他商品展示所不具有的特征。综上所述,它有以下几方面特征。

01 多维性

在当今的网络信息时代,服装展示信息的交流已经不受时间、空间的限制。除了可以直接触摸服饰面料,感受质地等最直接的方式,还让人能对某种服饰的品牌理念有一个感性认识。即观看者可由上到下、由左到右、由前到后、由远及近地游历于展示空间中,通过角度和位置的变化以及身临其境的感受,全方位地观看展品或接受信息,从而获得更翔实的认识和了解,如图1-2所示。服装展示还可将服装实物与文字、图形、环境、音乐相互配合全方位地进行展示,真实地反映人们生活的具体环境、用途和生活方式,使消费者产生一定的联想,从而对服装产品有一个全面深入的了解。

服装展示设计
概述



图1-2

综合性

服装展示设计是一门包容广泛的综合性学科，它涉及多个领域，诸如服装款式、流行趋势、市场供求、消费心理、展示空间、美学、视听照明、管理知识、展览计划、成本核算、展览人才配备、现场演示、装饰材料、电脑辅助设计等方面，如图1-3所示。就目前的趋势还应在服装材料的开发与应用方面，表现出服装商品的新功能和高科技技术含量。

流行性

服装展示的流行性主要体现在服装企业的新产品发布会上所展示的下一季的产品流行趋势。流行性具有很强的时间和空间的界限，一定要了解消费者的心态、社会的文化思潮等相关信息，每一次的流行都是有社会背景的，有一种潜在的心理需求，如图1-4所示。由于服装的流行性，服装企业就要不断以服装展示为手段，把服装品牌的形象、设计思想和设计风格予以充分展示。



图1-3

独特性

服装展示设计作为一门艺术形式要与时代的发展紧密结合，不断营造服装品牌文化。服装展示设计属于视觉营销的一种方式，独特性就是指在服装展示设计的表现手法上要新颖，在激烈的市场竞争下通过各种手段来展示自己品牌服装的个性，营造一种适合自己服装品牌特点的环境和氛围。使消费者被独特的魅力所吸引，把其商品作为首选，成为忠实的消费者，如图1-5所示。为了达到这种目的还要科学地布置空间，合理地设计展示的灯光、展具、色彩等，既要符合人体工程学和人们的视觉心理需要，同时又要针对不同风格的服装品牌，将服装的艺术性与展示的风格相结合，融为一体，起到突出和烘托服装的作用。



图1-4

3 服装展示设计的范畴

1 服装卖场展示设计

卖场大部分集中在各主要的大商场,还有就是在服装专卖店,或是某一成熟的品牌根据销售的需要在全国各地开设的营销店,主要是针对广大消费者。如图1-6所示,由于受展示空间和条件的限制,这类卖场在装饰风格上尽可能地做到整齐、统一,充分体现该品牌的服装风格特性。

2 服装橱窗展示设计

橱窗能突出服装的流行性,变化快的特点,成为各大商场的亮点,也能显示出该品牌的设计实力,如图1-7所示。

3 服装发布会展示设计

发布会主要是品牌的设计师或品牌公司向广大消费者展示最新的流行趋势和设计理念,创造流行,引导时尚的一种方式,如图1-8所示。以服装展演为例,寻求一个客户,以展演形式获取的成本远低于其他形式。时装展演使观众得到的是全新的体验,而对于商家这是最具效率的推销形式,能取得双赢的结果。

4 服装博览会展示设计

博览会是指世界各地的服装品牌或营销商,在各个城市、各个地区举办的大型服装博览会,参展博览会能充分展示自己的服装品牌个性、公司的发展实力、服装品牌及企业形象,如图1-9所示。这种方式能招揽合作伙伴和代理商,强调服装企业的文化。



图1-5



图1-6



图1-7



图1-8a



图1-8b



图1-9a



图1-9b

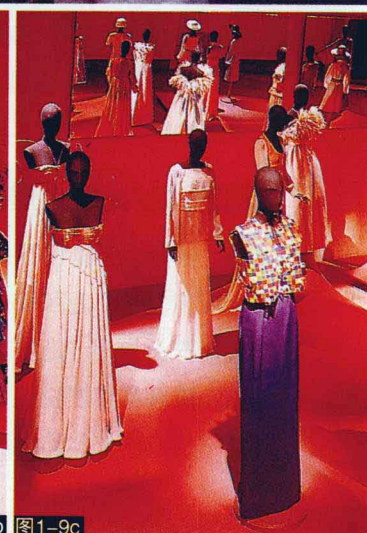


图1-9c



图1-9d



图1-9e

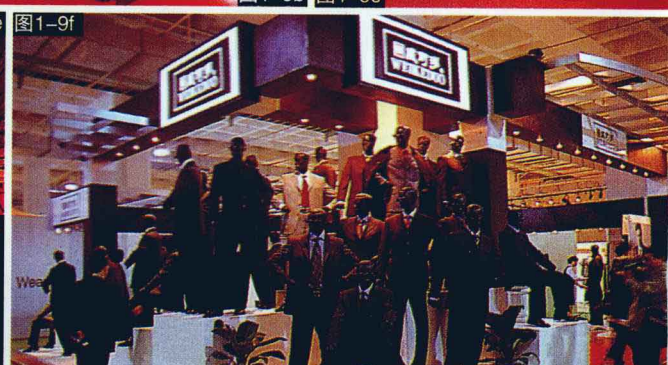


图1-9f

第二节

服装展示设计的前提条件

服装展示设计的前提条件是针对服装展示活动的举办者(服装厂商、服装经销商等),在研究设计方案提出的原因及宗旨,对客户的调查和了解,对市场变化的把握与判断等的基础上提出的。通过认真仔细的准备有明确设计方向,以求达到良好的最终设计目的。设计者必须对展示目标、计划、规模,以及具体的服装品牌、性质、特征等基本的设计背景资料和数据有所了解,在此基础上展开具体的展示设计工作。因为观众或顾客的生活形态、思想观念、消费欲求、购买动向等都直接关系到设计的成功与否。因此要研究其内在动机以及观赏心理、行为规律、参观习惯等,还要特别注重研究特定范围内人的共性特征,这样才能把握整体,抓住共性,控制大局,取得相应的设计意图。综上所述,服装展示设计的前提条件有以下几点。

图1-10

1 地域

- ① 展示活动使用的具体面积。如平面的长宽比例,大体形状等。
- ② 展示场所所处的位置条件。如是在参观主线上,还是在辅线上;是否有通道方便出入;有无电梯;展品装卸运输是否方便等。
- ③ 空间界面的具体情况。如地面、墙面、顶面的环境条件和举架高度等。
- ④ 展示场所的自然采光和人工照明条件。如通风、防潮、电源、水源、通讯等基本设施条件,如图1-10所示。

2 时间

何时完成准备工作,何时布展、撤展等都应作出严格的展示时间计划。例如,时装发布展示,一年中计划开展几次,每次多长时间,是短期还是长期,是以星期为单元,还是以月或季作为单元进行等,如图1-11所示。只有这样,才能保证展示工作准时、正常、顺利的进行。

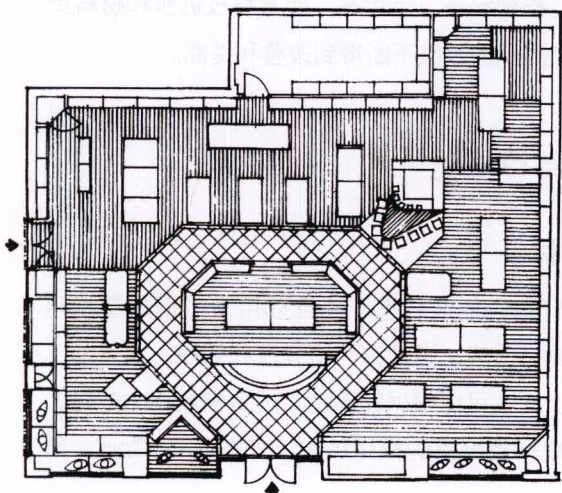
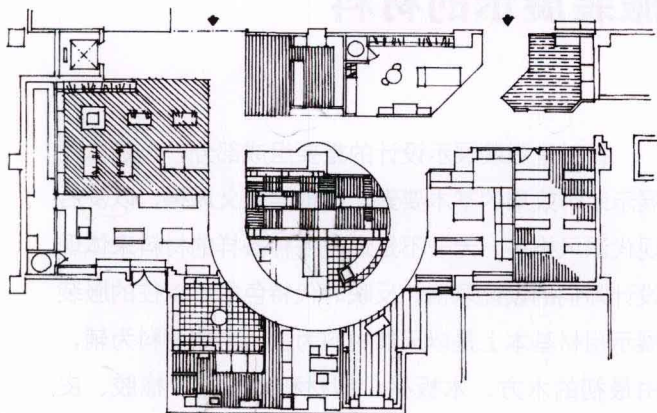




图1-11



图1-12

经费

经费一般包括调查研究费、设计制作费、场地租用费、施工材料费以及运营、管理、耗能以及在展示设计和实施过程中相关费用等。一个服装展示需要用多少资金、能够投入多少资金、资金如何分配等都是保证服装展示活动得以实现的基础。

以上各个前提条件都有独立的特征，同时各条件要素之间又是相互联系、互为作用、不可分割的整体关系。

第三节 服装展示的材料

材料是服装展示设计的重要组成部分，也是体现展示装饰效果的基本要素。超现实主义风格，以及后现代派风格等，无一不是通过各种各样的材料来体现设计师们的设计风格，反映时代特色的。以往的服装展示用材基本上是以天然材料为主，合成材料为辅，由最初的木方、木板、钢材和砖、石、橡胶、皮革等，发展到后来的纤维板、石膏板、有机玻璃、铝型材和工程塑料等。近年来，随着科技进步和材料更新，服装展示的效果不断得到改善和提高。

1 结构材料

木材

木材是人们最熟悉，并且应用最广泛的结构用材，它具有质轻、强度高、有弹性和韧性、易于加工等优点。原木可以根据需要加工成各种规格的成材，再组合成各类承重的框架结构，如图1-12所示。通