

DESIGN
&
APPLICATION
应用设计

Clothing Design And Expression

服装设计与管理

王羿 等 编著

辽宁美术出版社
Liaoning Fine Arts Publishing House

DESIGN
&
APPLICATION
应用设计

Clothing Design And Expression

服装设计与表现

王羿 等 编著

辽宁美术出版社
Liaoning Fine Arts Publishing House

图书在版编目 (C I P) 数据

服装设计与表现 / 王羿等编著. — 沈阳:辽宁美术出版社, 2014.2

(应用设计)

ISBN 978-7-5314-5672-8

I. ①服… II. ①王… III. ①服装设计 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第024684号

出 版 者: 辽宁美术出版社

地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001

发 行 者: 辽宁美术出版社

印 刷 者: 沈阳市博益印刷有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 32.5

字 数: 820千字

出版时间: 2014年2月第1版

印刷时间: 2014年2月第1次印刷

责任编辑: 苍晓东 光 辉 彭伟哲

装帧设计: 范文南 苍晓东

技术编辑: 鲁 浪

责任校对: 徐丽娟

ISBN 978-7-5314-5672-8

定 价: 265.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http: //www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227

序

自 20 世纪 80 年代以来,随着中国全面推进改革开放,中国的艺术设计也在观念上、功能上与创作水平上发生了深刻的变化,融合了更多的新学科、新概念,并对中国社会经济的发展产生了积极的影响。在全球一体化的背景下,中国的艺术设计正在成为国际艺术设计的一个重要组成部分。

艺术设计的最大特点就是应用性。它是对生活方式的一种创造性的改造,是为了给人类提供一种新的生活的可能。不论是在商业活动中信息传达的应用,还是在日常生活行为方式中的应用,艺术设计就是让人类获得各种更有价值、更有品质的生存形式。它让生活更加简单、舒适、自然、高效率,这是艺术设计的终极目的。艺术设计最终的体现是优秀的产品,这个体现我们从乔布斯和“苹果”的产品中可以完全感受到。“苹果”的设计就改变了现代人的行为方式,乔布斯的设计梦想就是改变世界,他以服务消费者为目的,用颠覆性、开拓性的设计活动来实现这一目标。好的艺术品能触动世界,而好的艺术设计产品能改变世界,两者是不同的。

这套《应用设计》汇集了中国顶尖高校数十位设计精英从现实出发整理出的具有前瞻性的教学研究成果,是开设设计学科院校不可或缺的教学参考书籍。本丛书以“应用设计”命名,旨在强调艺术设计的实用功能,然而,艺术设计乃是一个技术和艺术融通的边缘学科,其艺术内涵和技术方法必然渗透于应用设计的全过程中。因此,丛书的宗旨是将艺术设计的应用性、艺术性、科技性有机地融为一体。本丛书收入 30 种应用设计类图书,从传统的视觉传达设计、建筑设计、园林景观设计、环境空间设计、工业产品设计、服装设计,延展到计算机平面设计、信息设计、创新 VI 设计、手绘 POP 广告设计等现代兴起的艺术设计门类。每种书的主要内容阐述艺术设计方面的基本理论和基本知识,强调艺术设计方法和设计技能的基本训练,着重艺术设计思维能力的培养,介绍国内外艺术设计发展的动态。此外,各书还配有大量的优秀艺术设计案例和图片。我们衷心希望读者通过学习本丛书的内容,能够进一步提高艺术设计的基本素质和创新能力,创作出优秀的设计作品,更好地满足人们在物质上、精神上对于艺术设计的需求,为人类提供适合现代的、更美好的生活环境和生活方式。

总目录

01 |

成衣设计与实训

黄世明等 编著

02 |

演艺服装设计

齐静 编著

03 |

时装画表现技法

王羿 编著

04 |

时装手绘效果图

王群山等 编著

Preface

With the deepening of reform and opening up in a comprehensive way since 1980s, Chinese artistic design has also experienced profound changes in ideas, functions and creation. An increasing number of new subjects, new concepts are integrated, which has a positive effect on China's economic and social developments. Under the background of globalization, Chinese artistic design is becoming an important part of the international artistic design.

The most obvious characteristic of artistic design is applicability. It creatively changes the way of life in order to provide a possible new life for human beings. Artistic design aims to make people find more valuable and of high quality forms of survival, whether applied to business activities for information delivery or applied to the way of act in daily life. It can make life simpler, more comfortable, natural and efficient, which is also the ultimate goal of artistic design. The ultimate manifestations of artistic design are excellent products, which we can fully feel from Steve Jobaloney and his “Apple” products. Taking serving consumers as the ultimate goal, Jobs creates subversive and pioneering design activities to achieve his dream—change the world, and accordingly changes the way of act of modern people. It indeed works. A good work of art can touch the world, while a good artistic design product can change the world. That's the difference.

This set of *Design and Application* boasts the forward-looking teaching research results compiled based on the reality by a dozen design elites from top colleges and universities across China. It is an indispensable reference book for teaching for colleges and universities which have set up design disciplines. This series is named as *Application and Design*, targeting at emphasizing the utility function of artistic design. However, artistic design, as a boundary science integrating technology and art, its artistic connotation and technical method definitely permeate into the whole

Preface

process of application design. Therefore, the purpose of this series is to integrate applicability, artistry, and technology into a complete one. This series includes thirty kinds of books relating to application and design, from the traditional visual communication design, architectural design, landscape design, environmental space design, industrial design, costume design to recently developed artistic design categories such as computer graphic design, information design, creation VI design, hand-drawn POP advertisement design. Each of the books mainly elaborates the basic theory and knowledge on artistic design, emphasizes the basic training of design method and technique, focused on the cultivation of thinking ability for artistic design and introduces the development trend of artistic design at home and abroad. In addition, a large number of first-class artistic design cases and pictures are illustrated for each book. We sincerely hope readers, through the study of this series, can further improve their basic quality and innovation ability for artistic design and create excellent design works to meet people's spiritual and material need for artistic design and ultimately provide a more modern and beautiful living environment and lifestyle for human beings.

成衣设计与实训

黄世明等 编著

目录 contents

序

— 第一章 成衣与成衣的类型	007	第一节 成衣 / 008
		第二节 成衣的类型 / 008
		第三节 成衣的设计因素 / 010
		第四节 成衣设计图 / 011
— 第二章 设计的基础训练	013	第一节 以素材进行基础设计训练 / 014
		第二节 设计方法实训 / 018
— 第三章 成衣的基本设计	026	第一节 设计原则 / 027
		第二节 成衣的基本设计 / 040

— 第四章 成衣的分类设计

065

第一节 男装设计 / 066

第二节 女装设计 / 069

第三节 休闲服装的设计 / 077

第四节 牛仔服装的设计 / 081

第五节 儿童服装的设计 / 085

第六节 内衣设计 / 089

— 第五章 成衣新产品规划与设计

093

第一节 成衣新产品规划 / 094

第二节 产品设计 / 098

第三节 产品系列设计 / 101

第四节 基于拟定品牌的产品设计 / 106

— 第六章 成衣设计实训手稿图例

121

成衣设计手稿 李玲玲 / 122

成衣设计手稿 钟金妙 / 128

第一章 成衣与成衣的类型



— **本章重点** >>
本章重点介绍成衣概念及成衣产品的类型，成衣的设计因素及成衣设计图的特点，使学生对成衣及成衣设计有初步的了解。

— **学习目标** >>
通过本章的学习，了解和掌握成衣设计、成衣产品的特点。

— **建议学时** >>
6学时。

第一章 成衣与成衣的类型

第一节 成衣

成衣是近代在服装产业中强调服装产品生产过程出现的一个专业概念,指对应某个消费群体,按照一定规格、号型标准进行批量生产的,满足消费者即买即穿的系列化服装成品。是相对于量体定制自制的衣服而出现的一个概念,是尽可能地让消费者即时穿着的服装。它是近代工业化文明的不断进步及人们生活方式的改变而出现的服装形式。目前,在商场、专卖店、服装连锁店出售的服装都是成衣。

成衣按市场定位与消费取向的差别,可以将其分为高级成衣、品牌成衣和普通成衣三种。

一、高级成衣

是面对追求高品位着装需求的高消费群体而设计生产的成衣,是小批量工业化生产加工的高级时装。高级成衣具有款式时尚独特、生产精工细作、面料高档、服装华贵的特点。

二、品牌成衣

是服装品牌公司根据大多数中等收入以上阶层的

消费群体进行定位生产的成衣。此类成衣的服装风格定位清晰,是时尚流行市场的主流,由于风格多样、做工精致、规格齐全、价格适度而受到大多数消费群体的欢迎。

三、普通成衣

普通成衣是指人们日常生活中经常穿用到的服装,如普通西装、西裤、衬衫、针织内衣和内裤等。普通成衣物美价廉,能满足大部分消费群体的需求,市场需求数量很大。普通成衣款式变化不大,设计要求低,可以实现大批量工业化生产。

成衣设计:成衣设计就是以一定的消费群体为对象,以服装材料做载体,运用一定的美学规律,利用相关的素材与手段,通过设计构思表达出符合产品定位要求的,又符合时代特征的,符合消费者需求的,完成能够进行工业化生产的设计方案。成衣设计注重产品的实用性、审美性和经济性,注重创造性与市场性的结合;同时成衣设计也注重时尚性,是在创新与市场之间寻找平衡点的设计。

第二节 成衣的类型

- 1.男装 men's wear:成年男子穿着的服装。
- 2.女装 women's wear:成年女子穿着的服装。
- 3.童装 children's wear:儿童穿着的服装。包括婴儿服装、幼儿服装、小童服装、中童服装、大童服装等。

4.西服 Western-style clothes:又称西装,即西式上衣的一种形式。按钉纽扣的左右排数不同,可分为单排扣西服和双排扣西服;按照上下粒数的不同,

分为一粒扣西服、两粒扣西服、三粒扣西服等。粒数与排数可以有不同的组合,如单排两粒扣西服、双排三粒扣西服等;按照驳头造型的不同,可分为平驳头西服、枪驳头西服、青果领西服等。西服已成为国际通行的男士礼服,现已融入一些时尚因素,演变出其他风格的非正装的休闲西服等。

5.背心 vest:也称为马甲,是一种无领无袖且较短的上衣。着装可以使胸部保温,且双手活动自如。一般是穿在衬衣之外,也可以穿在外套之内。主要有西服马甲、棉背心、羽绒背心及毛线背心等。

6.牛仔服 cowboy's clothes: 原为美国人在开发西部、黄金热时期所穿着的一种用帆布制作的上衣。后通过影视宣传及名人效应,发展成为日常生活穿用的服装。牛仔服具有坚固耐用、休闲粗犷、自然质朴而不失高贵等特点,现已成为全球性的代表服装。其面料多用坚固呢制作,款式已发展到牛仔夹克、牛仔裤、牛仔衬衫、牛仔背心、牛仔西服装、牛仔马甲裙、牛仔童装等各种款式。

7.职业服 professional garments: 职业服是行业人员从业时按规定穿着的专用服装。其目的是为展示整体形象需要,满足工作要求,具有实用性、标识性、美观性、配套性的特点。职业服可以分为三大类:一是职业标识服,如校服、铁路服、海关服、民航服等;二是劳保服,指在工作时提供工作便利和保护身体的服装。如潜水服、矿工服、炼钢服、养路工作服、消防队员服等;三是职业时装,指都市中的“白领阶层”所穿着的非统一性的,具有时尚感职业套装。

8.夹克 jacket: 夹克是英文的译音,有短小之意。指衣长较短、胸围宽松、收袖口克夫及下摆克夫式样的上衣。

9.猎装 hunting wear: 原本是适合打猎时所穿的服装,具有防露水和子弹袋收腰等结构。现已发展成为日常生活穿着的缉明线多口袋、背开衩样式的上衣。猎装有短袖和长袖之分,又有夏装与春秋装之别。

10.衬衫 shirt: 有两种基本的款型,一是作为内穿配西装的传统衬衫。特点是袖窿较小便于穿着外套;二是外穿的休闲衬衫,袖窿比较大便于活动,花色繁多。

11.棉袄 cotton padded coat: 凡是内絮棉花、腈纶棉、太空棉、驼毛等保温材料的上衣均称为棉袄。棉袄有中式棉袄和西式棉袄之分。

12.羽绒服 down coat: 内充羽绒填料的上衣。

因其保温性较强,多为寒冷地区的人们穿着。羽绒服外形圆润饱满,造型相对简单。

13.背心裙 Jumper skirt: 指上半身连有无领无袖背心结构的裙装。这种造型多为具有校园服装的特点。

14.斜裙 bias skirt: 指从腰部到下摆斜向展开成“A”字形的裙子。

15.鱼尾裙 fish tail skirt: 指裙体呈鱼尾状的裙子。腰部、臀部及大腿中部呈合体造型,往下逐步放开下摆展成鱼尾状。鱼尾裙多采用六片以上的结构形式,如六片鱼尾裙、八片鱼尾裙及十二片鱼尾裙等。

16.超短裙 miniskirt: 又称迷你裙。这是一种长度在大腿中部及以上的短裙。它只是在长短上做出界定的一种裙形。其造型可为紧身型、喇叭型或打褶裙型等。

17.褶裙: 指在裙腰处打褶的裙子。根据褶子的设计不同可分为碎褶裙和有规则的褶裙。褶子可多可少,可成对褶或顺风褶等造型。

18.节裙: 又称塔裙。指裙体以多层次的横向裁片抽褶相连,外形如塔状的裙子。根据塔的层面分布,可分为规则塔裙和不规则塔裙。

19.筒裙 barrel skirt, tube skirt: 又称统裙、直裙或直统裙。其造型特点是从合体的臀部开始,侧缝自然垂落呈筒、管状。

20.旗袍裙 cheongsam skirt, hobble skirt, slim skirt: 旗袍裙子,窄底裙,苗条裙子。通常左右侧缝开衩。由于它保留了旗袍修长合体的造型风格,一般裙长在膝盖以下,下摆微收,开衩长度以满足基本的腿部活动量为准。

21.西服裙 tailored skirt: 又称西装裙。它通常与西服上衣或衬衣配套穿着。在裁剪结构上,常采用收盛打褶等方法使腰臀部合体,长度在膝盖上下变动,为便于活动多在前、后打褶或开衩。

22.西裤 trousers: 主要指与西装上衣服配套穿着的

裤子。由于西裤主要在办公室及社交场合穿着,所以在要求舒适自然的前提下,在造型上比较注意与形体的协调。西裤在生产工艺及造型上基本已国际化和规范化。

23.背带裤 bib pants: 裤腰上装有跨肩背带的裤子。西裤中的背带裤仅为两根跨带相连,而在工装裤及现代时装中多有前胸补块。

24.马裤 riding breeches: 指骑马时穿着的裤子。马术运动员的整体装束已在国际上成为固定风格,由于骑马时功能的需要,其裤裆及大腿部位非常宽松,而在膝下及裤腿处逐步收紧,形成一种特殊的轮廓外形。

25.灯笼裤 knickerbockers, knickers: 指裤管直筒宽大、裤脚口收紧、外形似灯笼状的一种裤子。从设计上可以看做是一种“仿物造型”及“仿物取名”。灯笼裤轻松舒适,多为休闲时穿着。

26.裙裤: 像裤子一样具有下裆,裤下口放宽,外观形似裙子,是裤子与裙子的一种结合体。它保留了裤子的优点,如便于骑车等,又具有裙子的飘逸浪漫和女性化。

27.连衣裤 overalls: 指上衣与裤子连为一体的服装。由于它上下相连,对人体的密封性较强,多为特种工种的劳保服所选用。也有将帽子与鞋袜连在一起的连体裤,其密封性更强。

28.喇叭裤 bell-bottom pants: 指裤腿成喇叭形的西裤。在结构设计方面,是在西裤的基础上,立裆稍短,臀围放松量适当减小,使臀部及中裆(膝盖附近)部位合身合体,从膝盖下根据需要放大裤口。按裤口放大的程度分为大喇叭裤和小喇叭裤及微型喇叭裤。喇叭裤的长度多为覆盖鞋面的长度。

29.连衣裙 one-piece dress: 上衣与下裙连成单体的-件式服装。连衣裙款式变化丰富、种类繁多、是受女性青睐的款式。在连衣裙上衣和裙体部位进行轮廓、腰节位置、内部结构及装饰的设计,可以设计

出多种风格的款式。

30.大衣 overcoat: 指为了防风御寒,上下连为一体,穿在一般衣服外面的长外衣。根据长短可以分为短大衣、中长大衣和长大衣。根据服装面料的不同,其主要品种有毛呢大衣、棉大衣、羽绒大衣、裘皮大衣、皮革大衣、人造毛皮大衣等。

31.披风 mantle: 无袖、颈部系带,披在肩上的防风外衣。

32.睡衣裤 sleepwear: 指包括上衣和裤子两件式配套穿着的睡衣。

33.套装 suit: 指上下装配套穿着的服装。通常由同种同色面料制作,使上下成为格调一致的造型。在职业场所多选用这种穿着方式。

34.泳衣 swimwear: 游泳时穿着的服装,现代泳装无论从色彩、式样、质料几方面都超越以往,形成了多色彩、多式样、高质量的泳装新潮流。一般多采用遇水不松垂、不鼓胀的纺织品制成。

35.针织衣 knitwear: 针织衣是指以线圈为基本单元,按一定的组织结构排列成形的面料制成的服装。针织衣大都是以棉和化纤棉纱为原料,其特点是柔软、有弹性、透气、吸汗、穿着舒适,如运动服和内衣等。

36.内衣 underwear: 有家居内衣、上班内衣、晚装内衣、运动内衣等。

第三节 成衣的设计因素

一、定位因素

设计定位要符合企业的经营和产品定位,每个企业都有不同的定位,不同的产品也有不同的消费对象,消费对象的区别有不同国家、不同地域、不同性别和年龄、不同消费层次等,这些都是定位的因素。明确产品的定位,可以使成衣设计的款式、色彩、面

料、工艺和装饰更有针对性。

二、价格因素

每个企业或公司都有其产品档次的定位,这些定位是在设计中必须考虑的问题,设计涉及到的材料、生产都限制了设计的发挥。成衣的特点注定使设计的产品要在一定的价格空间内进行,即使是不同档次的成衣也有相应的价格定位,如果设计的产品所应用的材料以及生产、管理、流通、营销的成本超出了定位的成本价格,就不符合企业经营的原则。

三、流行因素

虽然说成衣是大众的消费品,但同时也具有主流时尚和流行的特征,也具有不同消费群体对个性风格

的需求。在明确自己的产品定位后,还要与市场的动向相结合,分析主流服装和流行服装的设计要素点,提炼可以应用的设计元素与新产品的设计相结合,使设计跟上时代的要求。如果脱离了市场和消费者的设计,产品也就变成不了商品。了解市场动向,除了包括主流及流行服装的市场信息,还应包括服装材料的市场行情等。

四、生产因素

在设计中充分考虑面料的选用及加工后对设计的影响、设计中服装结构及部件等对制板的影响、装饰的工艺实现性、服装批量生产的可行性、设计的产品具有高效生产的可行性等。

第四节 成衣设计图

成衣设计图一般是以体现服装的结构关系的形式进行表现的,也叫产品设计图,是服装品牌、服装企业最常用的设计稿类型。产品设计图作用的对象是企业的设计部门、技术部门及公司的客户,不同于服装效果图或其他的艺术创作作品,即它不是用来展示的,也不是用来欣赏的,而是用于解决服装生产的技术问题,为客户定款和下一个工序打板服务的,所以,成衣设计图与服装效果图不同,不用画出逼真的着装状态和人体动态(图1-1、图1-2)。

产品设计图首先要能准确表达服装款式的造型特点,其中包括外形及局部造型的比例等,不能像效果图一样夸张服装的比例。一款服装的设计要有正面图和背面图,是以平展、平视观念为主的画法,只表现

服装平面展开的形态,不表现透视近大远小的关系,不表现转折,表达的线条清晰准确,不能像画素描一样有太多的衣纹特征,但也不要画得过于呆板。款式的表现一般要求左右对称,袖子可以有转折的表达。

设计结构图的重要特点还在于表现服装的工艺特点,如折边、抽褶、活褶、省道、结构线、拷边、小荷边、缉线等;还要表达一些面料特征,如罗纹口的肌理、针织面料的肌理等;对于一些工艺特点和技术生产细节要用文字进行注解说明,对于要装饰的图案和纹样也要进行技术处理的说明,在款式图旁还要进行尺寸、号型的标注。

产品设计结构图要求设计师对服装的结构、工艺技术、生产程序、生产要求都要掌握和了解,以便把设计图交给板师时,可以确保服装设计的风格精确表达。

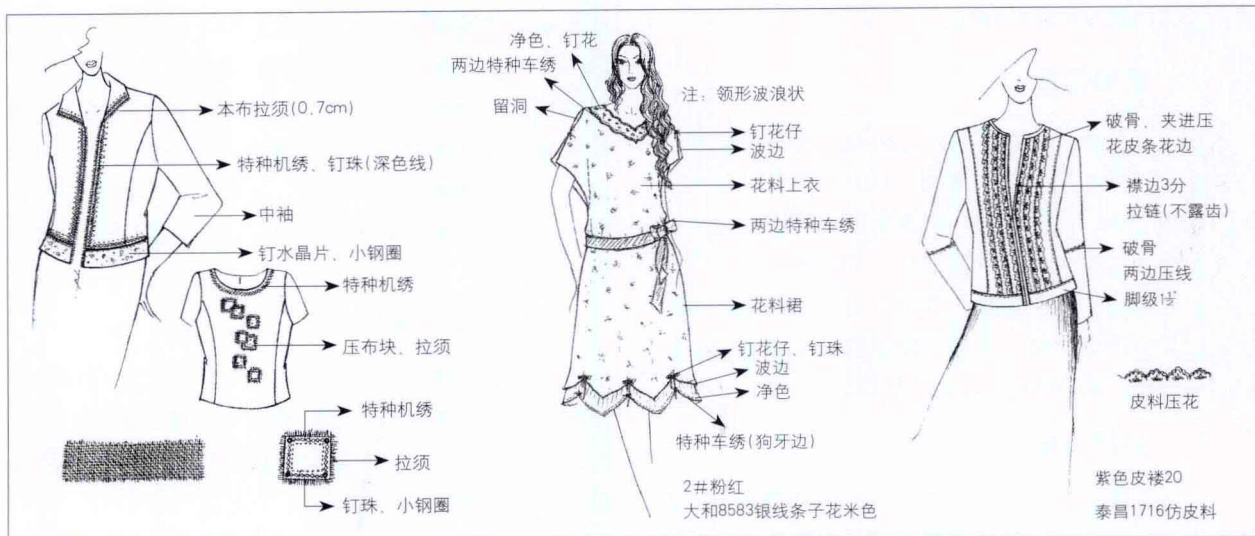


图1-1 成衣设计手稿图例 莫键飞

图1-2
成衣电脑设计图例
莫键飞