



“十四五”普通高等教育本科部委级规划教材

服装学科系列教材



本书附赠课件资源

服装设计 创意与表达

FUZHUANG SHEJI
CHUANGYI YU BIAODA

孙路苹

李潇鹏

◎

副主编

李正

王胜伟

◎

主编



中国纺织出版有限公司

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位



“十四五”普通高等教育本科部委级规划教材

服装学科系列教材

李 正 王胜伟 ◎ 主 编

孙路苹 李潇鹏 ◎ 副主编

FUZHUANG SHEJI CHUANGYI YU BIAODA

服装设计创意与表达



中国纺织出版社有限公司

内 容 提 要

本书以编者的实际教学经验为基础,对服装设计创意与表达进行了明确诠释。全书共分为七章,主要阐述了服装设计相关概述、服装设计创意基础理论、服装设计创意思维训练与表达、服装设计创意灵感来源与设计表达、服装设计创意表达形式、服装要素设计创意与表达、服装设计大师及创意设计作品赏析七部分内容。本书注重培养服装专业学习者的创新思维能力、服装设计能力与艺术鉴赏能力。本书内容丰富新颖、图文并茂、案例多样、理论联系实际,以点带面,拓宽了读者视野,具有可学习性、可理解性、可操作性和新颖性。

本书既适合作为高等院校和职业院校服装专业教学用书,也可以作为服装行业专业人员与广大服装爱好者的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

服装设计创意与表达 / 李正, 王胜伟主编; 孙路苹, 李潇鹏副主编. — 北京: 中国纺织出版社有限公司, 2024.3

“十四五”普通高等教育本科部委级规划教材

ISBN 978-7-5229-1382-7

I. ①服… II. ①李… ②王… ③孙… ④李… III. ①服装设计 IV. ①TS941.2

中国国家版本馆 CIP 数据核字(2024)第 019926 号

责任编辑: 宗 静 施 琦 责任校对: 寇晨晨
责任印制: 王艳丽

中国纺织出版社有限公司出版发行
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>
中国纺织出版社天猫旗舰店
官方微博 <http://weibo.com/2119887771>
北京通天印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销
2024 年 3 月第 1 版第 1 次印刷
开本: 787×1092 1/16 印张: 11.75
字数: 200 千字 定价: 68.00 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

PREFACE

当今服装设计已经进入了创意时代，人民物质生活水平的不断提高，导致了人们对于服装心理需求的日益增长，服装设计只追求实用功能性的时期已成过去，这对服装产品的创意设计提出了更高的要求。无论是个人独立设计，抑或是服装品牌的市场拓展、服装企业的产品设计，还是服装院校的设计教学，缺乏创意创新终将会被时代需求和市场规则所淘汰。因此，加快培养创新型设计人才，加强培育具有自主创新意识的设计团队，创新赋能服装产业高质量发展，力争打造更富创意的优质产品，以适应人民日益增长的美好生活需要，是当下服装行业面临的根本问题。

鉴于此，编者特辑此书。本书内容编排上分为基础理论、设计实践和经典案例分析三大板块，层层递进，让读者更易理解，可读性强。而这三大板块又由七章构成。基础理论板块包括第一和第二章。第一章是绪论，简要概述了服装设计的概述、发展历史、分类以及价值。第二章是服装设计创意基础理论，重点阐明了服装设计创意的构成要素、基本原则以及形式美法则，该板块的内容可为读者学习创新服装设计奠定理论基础。设计实践板块由第三章至第六章构成，也是本书的重点内容。该部分结合大量的实际案例，分种类、分层次，详细介绍了服装设计创意思维训练与表达、服装设计创意灵感来源与设计表达、服装设计创意表达形式以及服装要素设计创意与表达，能够让读者切实掌握各类设计技巧，且能恰当合理地应用到设计作品中。第七章内容属于经典案例分析板块。该部分汇集了国内外顶流创意服装设计大师及其代表性的创意设计作品，以供读者赏析和体会创意服装设计的应用，重点培养读者创新思维能力和艺术鉴赏能力。

本书由李正、王胜伟、孙路苹、李潇鹏老师共同编写，其中第一章由王胜伟、李正编写，第二章由孙路苹、李正编写，第三章由李潇鹏、王胜伟、李正编写，第四章由王胜伟、李正编写，第五章由孙路苹、李正编写，第六章、第七章由王胜伟、孙路苹、李潇鹏、李正编写，全书由李正统稿。在本书的编写与出版过程中，苏州大学艺术学院、中国纺织出版社有限公司、嘉兴职业技术学院的相关领导给予了大力的支持，在此表示崇高的敬意和诚挚的谢意。此外，还要感谢苏州大学艺术学院叶青老师、刘婷婷博士、燕山大学赵丽洋博士、苏州高等职业技术学校杨妍老师、广州城市理工学院翟嘉艺老师、嘉兴职业技术学院吴艳老师以及林艺涵、滕纯正、周钰璐等同学的鼎力相助。本书在编撰过程中难免有疏漏和欠妥之处，敬请读者批评指正。

编者

2023年5月

目录

CONTENTS

第一章 绪论	001
第一节 相关概述	002
第二节 服装设计的起源与发展	008
第三节 服装创意设计的分类	019
第四节 服装设计创意的价值	024
第二章 服装设计创意基础理论	029
第一节 服装设计创意的构成要素	030
第二节 服装设计创意的基本原则	034
第三节 服装设计创意的形式美法则	038
第三章 服装设计创意思维训练与表达	049
第一节 培养创意思维能力的方法	051
第二节 服装设计创意思维模式	055
第三节 极限设计激发创意思维	059
第四章 服装设计创意灵感来源与设计表达	069
第一节 仿生大自然的创意灵感	070
第二节 潜意识与显意识催生创意灵感	075
第三节 来自传统文化的创意灵感	077



第四节	运用跨界艺术思维激发创意灵感	080
第五章	服装设计创意表达形式	089
第一节	抽象性创意表达	090
第二节	具象性创意表达	096
第六章	服装要素设计创意与表达	107
第一节	服装色彩设计创意与表达	108
第二节	服装款式设计创意与表达	111
第三节	服装材料设计创意与表达	120
第四节	服装局部设计创意与表达	122
第五节	服装整体设计创意与表达	132
第六节	服装配饰设计创意与表达	141
第七章	服装设计大师及创意设计作品赏析	147
第一节	国内服装设计大师作品案例赏析	148
第二节	国外服装设计大师作品案例赏析	160
	参考文献	175

服装设计是现代艺术设计的重要组成部分，其文化形态与艺术形态直接或间接影响了当下的流行趋势。从服装设计的发展演变中我们可以看出，不同时期的服装总是不断地被新的服装所替代，直到现在，服装创意的脚步仍然没有停止。服装创意设计是服装专业设计的重要环节，是服装设计师专业审美能力及设计水平的象征，也是对服装发展、流行趋势及未来设计风格的表现。因此，对服装设计专业而言，创意设计是培养服装设计师的创造思维与个性风格的重要过程。“服装设计创意与表达”课程就是以引导、启发式教学，通过灵感来源、设计主题分析、服装的转换设计过程和规律，来表达对造型、材料、色彩的创意构思，并通过命题设计和训练，开发学生的想象力和创造力，使其具备在服装设计上更好地把握流行与预测流行的综合能力。因此，我们首先要掌握相关的理论知识，只有将理论与实践完美结合，才能更好地展开服装创意设计。

本章将从服装设计创意与表达的相关概述开始，回溯服装设计的起源与发展，分析其具体的分类和价值，通过系统地了解服装设计的基础知识，为后面服装设计创意与表达的学习奠定基础。

第一节 相关概述

服装设计是运用一定的艺术语言，塑造人的整体着装姿态的过程，它是一种创造性活动。要进行服装创意设计，首先要从服装设计基础入手，只有深入学习服装设计的基础知识，才能更好地进行创意构思和设计表达。虽然创意服装相对夸张，但它仍属于服装设计的范畴，因此，在进行服装创意设计之前，必须正确理解服装设计创意与表达的相关概念。本节内容从服装设计的内涵入手，分析其具体的概念及特征，在了解服装设计相关概念的基础上进一步探究服装创意设计的内涵。

一、服装设计的概念

（一）服装

“服装”就其词意而言，它包含了两层含义：“服”即衣服，是一种物的存在形式。对人而言，其主要功能在于防寒蔽体。而“装”意为装扮、打扮，是一种精神需求。服装可以从两方面理解：一方面，“服装”等同于“衣服”“成衣”，如“服装厂”“服装店”“服装模特”“服装公司”“服装鞋帽公司”等，其中“服装”均可用“衣服”或“成衣”来置换，特别是现在，用“成衣”来更替“服装”这两个字更为确切。另一方面，服装是指人体着装后的一种状态。如“服装美”“服装设计”“服装表演”等，如

图 1-1 所示,包括人着装后本身所呈现出的一种状态美、综合美。

(二) 服饰

“服饰”一词在中国古代文献中较早出现于《周礼·春官》中的《春官·典瑞》:“辨其名物、与其用事,设其服饰”,这里的“服饰”一词不仅是指衣服本身,还指连带着衣服之外的装饰和附属品。如图 1-2 所示,冠帽、手套、围巾、腰带、鞋履、箱包、眼镜、首饰等都属于服饰的范畴,即我们可以理解为服饰是服装与装饰品的统称。

(三) 衣服

“衣服”与“衣裳”的意思相同,是指包裹在人体躯干部位的衣物,还包括手腕、脚腕等遮盖物。它与服饰的概念不同,一般不包括冠帽、鞋履等。衣服是指一种纯粹的物质,体现的只是一种“物”的美。

(四) 衣裳

古代“衣裳”的概念与现在不同。“衣”一般指上衣,“裳”一般指下衣,即“上衣下裳”。如果“衣”和“裳”两字连用时,意思就是上衣。古代的“裳”指的不是裤子,而是裙。“衣”与“裳”连在一起时,称为“深衣”。现在有关衣裳的概念,可以从两个方面理解:一是指上身和下身衣装的总称;二是按照一般地方惯例所制作的衣服,如民族衣裳、古代新娘衣裳、舞台衣裳等,也特指能代表民族、时代、地方、仪典、演出等特有的服装。

(五) 时装

“时装”是指在一定时间、空间内,为一部分人所接受的新颖入时的流行服装,在款式、面料、色彩、图案、装饰等方面追求不断变化创新,标新立



图 1-1 服装的状态美、综合美
(模特: 曲艺彬)



(a) 林艺涵设计



(b) 王胜伟、翟嘉艺设计

图 1-2 服饰

异，也可以理解为时尚、时髦、流行且富有时代感的服装（图1-3），它是相对于古代服装和生活中已定型的衣服形式而言的。时装并不特指当下流行的服装，它指的是在不同的历史时期都有与之相对的流行服装。所以，我们可以看出，时装具有一定的周期性。同国际服饰理论界相比，“时装”至少包含三个不同的概念，即Mode，Fashion，Style。

（六）成衣

“成衣”是指服装制造厂商根据一定规格和标准号型所批量生产的衣服。成衣分为高级成衣（Ready-to-wear）和普通成衣（Garments）两大类。

高级成衣是指在一定程度上保留或继承了高级定制的某些技术工艺，以中产阶级为对象制作的小批量多品种高档成衣（图1-4），是介于高级定制（Haute Couture）和普通成衣之间的一种服装成衣类别。国际上的高级成衣以设计师品牌为主，高级成衣设计师必须具有超前意识，能够时刻走在时尚的前沿，体现设计的个性和品位。

普通成衣是指规格化和批量化工业生产的服装（图1-5），其客户群体更加广泛。在款式设计上，普通成衣较多地追寻当下的流行趋势，不过度强调服装的艺术性；在制作工艺上，普通成衣没有高级成衣的工艺复杂，会尽可能地考虑成本因素，采用工厂流水线大批量生产；在面料选择上，普通成衣也会选择成本较低的常用面料，而非需特殊制作的面料。



图1-3 时装 [品牌：香奈儿 (Chanel)]



图1-4 高级成衣



图1-5 普通成衣

（七）服装设计

“设计（Design）”原意是指针对一个特定的设计目标，在计划的过程中求得一种设计问题的解决方式，进而满足人们的某种需求。而“服装设计”是指在一定的社会、文化、科技等环境下，依据人们的审美需求与物质需求，运用特定的思维形式、审美原理等进行设计的一种方法。通过服装设计，一方面，解决人们在穿着过程中所遇到的功能性问题；另一方面，将富有美观性与创意性的设计理念传递给大众。

根据设计的内容与性质不同，服装设计可以分为服装造型设计、服装结构设计、服装工艺设计、服饰配件设计等。从服装设计的角度来看，服装设计是设计师根据设计对象的要求而进行的一种设计构思，是通过绘制服装效果图、平面款式图与结构纸样图进行的一种实物制作，最终完成服装整体设计的全过程。其中，首先是将设计构思以绘画的方式清晰、准确地表现出来；然后选择相应的主题素材，遵循一定的设计理念和设计原则，通过科学的剪裁手法和缝制工艺，使其由概念化转为实物化。

服装设计主要由色彩、款式、面料三大要素构成。首先，色彩是服装设计整体视觉效果中最为突出的重要因素。色彩不仅能够渲染、营造服装的整体艺术气氛与审美艺术感受，还能为穿着者带来不同的服装风格体验。其次，款式是服装造型的基础，是三大构成要素中最为重要的一部分，其作用主要体现在主体构架方面。最后，面料是体现款式结构的重要方式。不同的色彩、款式需要运用不同的面料进行设计，从而

达到服装整体美的和谐与统一性。

在不同风格的服装设计中，对于三大要素的把握程度与强化的角度也有所不同。如图1-6所示，服装设计中的色彩、款式、面料都是与其设计风格相匹配的。因此，在服装设计的过程中须注意，三大要素既是相互制约又是相互依存的关系。

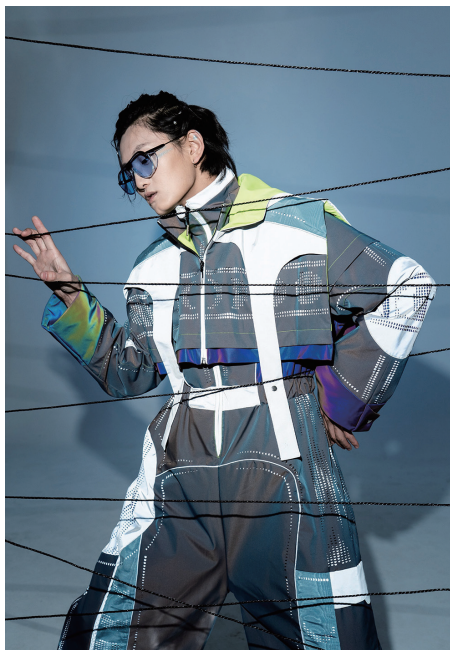


图1-6 服装设计作品展示（林艺涵设计）

二、创意服装设计的概念

（一）创意

“创意”是指对现实存在的事物的认知，经过创作者重新排序衍生出新的抽象思维表达和行为表达。在《现代汉语词典》中的解释是“有创造性的想法、构思等”。在英文中，有Idea和Creativity两层含义。其中Idea的意思为“思想、想法、观念、理念等”，Creativity的意思为“创造性、创造力、创作能力等”。无论是汉语中还是英语中，我们都可以看出“创意”是具有一定创造性思维活动的产物，即一种有思想、有意识、突破传统的创造性行为。

创意是延续人类文明的火花，它让我们把不可能变为可能，把不相关的因素联系在一起，激发出新的生命火花。好的创意是有灵性的，它源于生活，且高于生活。同时，创意是一种从不同角度解读人生和世界的智慧，当我们有了“这样是不是会更好”的想法时，创意便产生了。

（二）创意设计

从字面上理解，“创意设计”由“创意”和“设计”两部分组成。它是以设计的方式将创造性的思想、理念予以表达、延伸、呈现、诠释。创意设计包括工业设计、广告设计、包装设计、建筑设计、产品设计和服装设计等。创意可以不受限制，但设计的转化需要理性分析、具体表达和技术支撑。从现代设计学角度来看，也可以将创意设计理解为：一切突破现实、创新的设计都属于创意设计。换言之，创意是创新设计的范畴，但除了创新之外，也要注重创造性理念和意向表达，以为设计注入灵魂与活力（图1-7）。



图1-7 创意设计案例——仙人掌桌面备忘录

（三）创意服装

创意服装与实用服装不同，它常常打破常规服装理念，用新颖的概念和设计智慧提升服装理念。创意服装既强调设计师鲜明的个人风格，同时也是设计师艺术修养、文化、创新理念和表达能力的集中体现。

创意服装不仅能满足产品本身的使用功能，同时在外观设计上也具有多元化和多层次的思维拓展性。因此，创意服装一般具有造型夸张、艺术感染力强等特征。同时，为了进一步诠释创意服装的设计主题，一般在展示时需要借助模特、灯光、布景等来烘托（图1-8）。



图1-8 创意服装（林艺涵设计）

（四）创意服装设计

创意服装设计是指富有创造性、审美价值较高的服装设计，是在服装的审美性与艺术性达到顶峰时所产生的。它集中反映设计师敏锐的观察力和前瞻意识以及对时尚脉搏的把握。从服装文化的角度来讲，创意服装设计对推动服装文化的发展，引领时尚潮流起着积极的作用。

因此，创意服装设计需要不断创新，而“新”是服装创意的本质属性，服装创意的目的在于“新”，它不仅体现在消费者对“新”形式、“新”款式（图1-9）、“新”结构、“新”造型、“新”材料（图1-10）、“新”色彩、“新”工艺等服装构成的直观感受中，还体现在设计过程中蕴含在设计师脑海中的“新”观念、“新”理念、“新”思想、“新”思维、“新”想法。这些“新”的创意是服装设计作品的价值所在。同时，它也是设计