

<<现代服装设计与实践>>

图书基本信息

书名：<<现代服装设计与实践>>

13位ISBN编号：9787302215035

10位ISBN编号：7302215030

出版时间：2010-1

出版时间：清华大学

作者：邓跃青 编

页数：325

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<现代服装设计与实践>>

前言

伴随着20多年来我国服装业的振兴和发展，立足于高等院校的服装设计专业教学也逐渐成熟完善起来，成为培养设计专业人才的重要环节。

为了适应我国经济及时尚产业迅速发展的需要，更好地配合服装设计专业的教学和满足学生的专业学习需要，我们编著了这本《现代服装设计与实践》。

本书主要介绍了现代服装设计中所涉及的设计概念、设计原理、设计方法以及主要服装产品设计种类等内容，同时还介绍了有关服装产品设计的流程与营销、服装业与市场等内容。

本书是参编教师在总结了个人多年的教学实践和吸取各方教学经验基础上，经过精心编著而成的。

本书选题新颖、内容广泛、叙述详尽，具有一定的专业视野，基本涵盖了高校服装设计专业教学大纲的内容，尤其是对专业设计概念作了新的诠释和补充，同时增设了休闲装与运动装设计及产品设计的组织形式与流程等新内容，并提供了具体的案例、专业提示及相关点评等栏目，以增加教材学习的可操作性，具有一定的实用特点和专业指导意义。

本书共设十五章。

第一至五章主要介绍服装的设计概念、设计发展、设计原理、设计构成及绘画、设计方法及形式，述及了相关的理论和方法等基础知识内容；第六至十二章主要介绍休闲装设计、运动休闲装设计、职业装设计、礼服设计、童装设计和创意服装设计，述及具体的成衣设计背景及实践等专业指导内容；第十三至十五章主要介绍服装产品设计的组织、流程与营销以及职业装与市场、服装设计师的成功之路，同时还介绍了现代服装设计系统的市场运作等内容。

<<现代服装设计与实践>>

内容概要

本书共十五章，主要包括服装设计的概念、原理、方法等基础知识，休闲装、运动休闲装、职业装、礼服等主要成衣的设计指导，服装产品设计的流程与营销，以及服装业与市场动作等内容。

本书是根据我国服装业的发展和服装设计专业教学的需要而编写的，内容广泛系统，论述新颖详尽，便于指导学生增强专业学习的理解力和实际应用能力。

本书的专业性较强，既适合于服装院校的师生及服装设计人员学习参考，也可供相关的设计工作者及服装爱好者阅读研究。

<<现代服装设计与实践>>

书籍目录

第一章 服装及设计概念 第一节 服装基本内容 一、服装基本属性 二、服装基本分类 三、服装名词及号型注释 第二节 服装设计概念 一、服装设计要素 二、服装设计经营 课堂实践 作业练习 思考题第二章 服装设计发展 第一节 古代设计 一、上古时代的设计 二、中古时代的设计 三、中国古代服饰特点 第二节 近代设计 一、巴洛克式设计 二、洛可可式设计 三、古典与浪漫的复兴 四、“新艺术”的影响 五、技术的发明与高级时装的出现 第三节 现代设计 一、现代艺术与设计的发展 二、现代服装设计风格的确立 三、成衣设计的发展 四、趋向多元化的新时代 五、21世纪的服装设计 课堂实践 作业练习 思考题第三章 服装设计原理 第一节 比例与分割 一、比例与分割的基本概念 二、比例与分割的具体运用 第二节 节奏与呼应 一、节奏与呼应的概念 二、节奏与呼应的具体运用 第三节 对称与平衡 一、对称与平衡的基本概念 二、对称与平衡的具体运用 第四节 对比与错视 一、对比与错视的基本概念 二、对比与错视的具体运用 第五节 强调与协调 一、强调与协调的基本概念 二、强调与协调的具体运用 课堂实践 作业练习 思考题第四章 服装造型基本要素及设计绘画 第一节 服装造型基本要素 一、点与服装 二、线与服装 三、面与服装 四、体与服装 第二节 设计绘画 一、服装绘画的分类 二、服装绘画的基础 三、服装绘画的表现方式 四、服装绘画的表现方法 作业练习 思考题第五章 服装设计方法及形式 第一节 设计构思 一、素材搜集 二、灵感获取第六章 服装设计基础实践第七章 休闲装设计实践第八章 运动休闲装设计实践第九章 职业服装设计实践第十章 礼服设计实践第十一章 童装设计与实践第十二章 创意服装设计实践第十三章 服装产品设计的组织、流程与营销第十四章 服装业与市场第十五章 服装设计师的成功之路参考文献参考引用

章节摘录

(二) 审美性 服装的审美性源于人类崇美的心理与天性, 早期的装饰说便是这类审美意向的源头。

原始时期, 人类的思维单纯与物质贫乏, 也并未泯灭他们渴望美感的童心, 简单稚拙的刻画与技艺材质的赋予, 现在看来依然是神奇韵致而极富审美价值。

当然, 后期不断发展的社会所带来的财富积累和生活水平提高, 更使人的美感意识得到了强化, 这从历代人遗留下那些精美的器具造物便可见得。

现代文明的推进促动着人类美感的闪现, 那些不同的社会与文化背景、不同的物质生活境况, 都对人美感的“生成”有重要影响。

在服装领域, 东方与西方地域及观念的差异, 导致了对穿的不同理解, 所以东、西方人们服装的审美性也就各有表达。

服装的审美性同时还体现在服装本身的款式、色彩等与人体外形及动作的装扮协调上, 由此来创造美好的形象, 满足人们心理、情感和审美的需求, 所以服装也经常被看做是某种艺术品的“动态形式”。

(三) 文化性 服装同时又是一个被物化了的文化载体, 它作为一种特殊的物质形式, 有着丰富内涵的文化性特征。

在人类由远古向现代推进的历史长河中, 各种物质、精神、观念、伦理、艺术、宗教、风俗、地域的文化积淀, 构成了如此庞大多样的现代服装文化阵容。

服装的文化始终在历史与时代的镜像透视中呈现。

像一些东方与西方、传统与现代、贵族与平民、礼仪与习俗、美感与功用的文化要素和文明印记, 以及一些正在形成的有关城市、青年、时尚的文化内容, 都与之关联密切而彰显其中。

服装曾是阶层、身份与财富的象征, 也被认为是塑造人性美感和社会人格的一种形式, 它所创造的充满情趣、个性、民族、艺术的各种文化意味和式样风格, 都极大地丰富了人类的穿着表现而颇具文化性。

(四) 商业性 现代服装还因庞大的市场需求极具商业的特点。

当服装通过先进的工业技术被制成产品进入销售市场时, 便成为了卖品而呈现出商业的价值。

显然, 服装的商业性是在满足市场供求利益时才产生的, 并且是促成服装业能够持续发展的重要因素。

服装作为现代商品经济发展的热点, 通常是需要一定的技术含量、美学内涵以及商业操作来支持的。

围绕商业的利润所展开的多层努力, 其实已见诸于宣传广告、品牌营造、流行推广等运作形式, 进而引导了消费者的关注与购买。

服装的时尚特点也造成了其有关经营的风险, 无论是欧洲顶级的高级时装, 还是普通市场的时尚成衣, 流行市场存在的“时段”或是“变数”经常会左右着企业商家的商业收益。

<<现代服装设计与实践>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>