

<<服装专题设计>>

图书基本信息

书名：<<服装专题设计>>

13位ISBN编号：9787040124842

10位ISBN编号：704012484X

出版时间：2003-8

出版时间：高等教育出版社

作者：熊晓燕 编

页数：146

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>

## &lt;&lt;服装专题设计&gt;&gt;

## 前言

服装专题设计课程是服装专业的重点课程，是在学完多门服装设计的专业基础课程后，正式步入服装设计之门的课程。

该课程充分运用前面所学的课程内容（包括美术基础：素描、色彩、图案、构成基础等；服装工艺基础：服装制图、服装打版放码、服装生产管理等；服装设计基础：时装画、服装史、服饰设计及服装设计基础等），更具体地针对市场和企业的需要，进行不同方位的练习和系统训练，以期达到掌握服装设计要领的最终目的。

服装设计是一门综合学科，它与多门学科产生密切联系，如与艺术、科技、商业等学科紧密相连，不可分割。

如何把握这几者的关系，是学习服装设计的关键之一。

服装专题设计课程把服装设计的艺术性、科技性、商业性结合起来，并有所侧重、有所针对地解决问题。

本书根据现代服装企业和市场的需要，将服装专题设计课程分为三大部分，即：创意类服装设计、成衣设计和品牌服装设计。

创意类服装设计专题重点介绍创意服装的设计方法，着重开拓同学们的设计思维，通过挖掘创意灵感的来源，引发构思的联想，以及列举大量成功作品的范例等多种形式，展现创意装无限可能性，开阔设计思路和视野。

创意类服装设计专题重点解决服装设计的创新性和艺术性等有关问题。

成衣设计专题重点介绍各类成衣设计的特点、类型、生产运作等要素，使同学们了解成衣的设计要求、成衣的工艺设计与制作、成衣的投产过程、成衣的营销要领等。

这个专题以企业和市场为导向，重点解决服装设计的实用性、科技性、商业性等有关问题。

品牌服装设计专题具有较强的综合性，它通过对高级服装品牌的赏析，加强学生对高级成衣及品牌服装的认识和理解，并以品牌服装设计室的运作程序，详细介绍品牌服装设计的特点、模式、要素，同时要求同学们进行品牌服装的模拟设计。

该专题重点使学生把握服装设计的艺术性、实用性和商业性的综合关系。

## <<服装专题设计>>

### 内容概要

《服装专题设计》是教育部新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目成果，是组织有关教育部高职高专教育专业教学改革试点院校编写的。

主要内容包括创意类服装设计，成衣设计，高级成衣与模拟设计，礼服设计，休闲设计，品牌服装设计等内容。

《服装专题设计》内容全面、系统，吸收了国内外最新研究成果，力求反映最新研究动态，突出案例教学的特点，增强了教材的生动性，以提高学生的学习兴趣。

《服装专题设计》可作为高等职业院校、高等专科学校、成人高等院校、本科院校高职教育服装类专业学生学习用书，也可供五年制高职学校、中等职业学校学生及其他有关人员使用。

## <<服装专题设计>>

### 书籍目录

第一篇 创意类服装设计第一章 创意类服装第一节 创意服装的特点与分类第二节 创意服装的灵感来源第三节 引发构思的过程第二章 创意服装设计第一节 创意设计的构思方法第二节 创意服装的系列性第三节 创意服装的面料构成第四节 舞台表演型服装第三章 创意服装设计程序第一节 主题的确与表现第二节 收集相关信息,寻找构思切入点第三节 发挥联想,捕捉创作灵感第四节 完善创意构思,准确形象表达第二篇 成衣设计第四章 成衣设计特点及要求第一节 成衣设计的概念和特点第二节 设计成衣的要求第五章 成衣设计的运做第一节 设计定位第二节 信息收集和市场预测第三节 设计实施第四节 面料的选择第五节 成衣的工艺实况第六章 成衣设计的分类设计第一节 职业装设计第二节 休闲装设计第三节 中式服装的设计第四节 牛仔服设计第五节 礼服设计第六节 针织服装第七节 内衣与居家服第八节 童装设计第三篇 品牌服装的设计第七章 品牌服装设计的概念第一节 品牌服装的涵义第二节 品牌服装与非品牌服装的区别第三节 服装品牌的分类第八章 品牌服装设计室的运做第一节 影响品牌服装设计的因素第二节 品牌服装设计室运做程序第三节 世界顶级服装品牌简介第四节 国内品牌服装介绍

## 章节摘录

第二节 信息收集和市场预测 一、信息收集和整理 流行信息是使成衣把握市场命脉的重要资源。

当明确了设计定位目标后，收集信息、把握市场的流行动向是重要的一步。

缺少流行信息的设计犹如瞎子摸象，难以把握流行的全貌，因而设计也难以为消费者所喜爱。

随着社会的发展与进步，我国的消费队伍正在成熟，消费者的生活不但变得多样化和个性化，而且对时尚的兴趣也越来越浓，服装的更新节奏也越来越快，选择的眼光也越来越高。

这是“选择时代”给予我们的挑战。

因此，从市场动向着手，对流行信息进行收集和整理是学习成衣设计的重要内容。

（一）流行信息 在当今这个被称为“信息爆炸”的时代，许多信息属于“垃圾信息”，因此流行信息来源的权威性、领先性非常重要，否则不仅谈不上流行信息，而且容易误导设计。

获取流行信息的渠道主要有以下几种： 1. 流行市场 流行市场是获取流行实物信息的主要渠道。

所有的文字、图片或图像信息毕竟是平面的，直观性和真实性较差，而从流行市场上得到的流行信息不仅手摸身穿真实可靠，而且能真实地反映当地消费的倾向。

因此，设计师要根据自己的设计目标分析相应的流行市场。

值得注意的是，不要盲目被动地跟随流行。

而要有前瞻性。

2. 电视 不少电视台开设专门的流行频道，在其提供的流行信息类和生活服务类的节目中我们可获得不少信息，甚至从具有影响力的公众人物和有关国际事件中都可以捕捉到需要的信息。

3. 出版物 相关的报纸、杂志仍然是服装产业的主要信息来源，其阅读的方便性、信息的丰富性使其成为比较传统和主要的流行信息来源。

不少企业用各种方式购买进口图书以获得较新的信息。

4. 互联网 互联网是获取流行信息最快捷、最简便的信息渠道，世界各国的流行网站和品牌公司的流行网都提供了大量的流行信息。

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>