

<<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：9787122149091

10位ISBN编号：7122149099

出版时间：2012-9

出版时间：化学工业出版社

作者：许崇岫，张吉升，孙汝洁 主编

页数：169

字数：272000

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>

<<服装专题设计>>

内容概要

该教材是针对我国服装产业的现状需求,根据教育部高职教育人才的培养模式进行编写的。在编写过程中,注重推行产学合作、工学结合的学习与实施途径,从创意类时装设计、成衣设计、品牌服装设计等方面进行系统地阐述。

本教材包括创意类服装设计、创意类服装设计的程序、成衣设计、成衣的分类设计、品牌服装设计概述、品牌服装设计的运作等内容。

本书内容充实,并配有大量图片,旨在使学生掌握服装专题设计理论,培养学生创新能力和实际动手能力,提高学生的高素质专业技能水平。

本书可作为高职高专院校、成人高等院校以及本科院校高职教育相关专业的教材,也可供五年制高职院校、中等职业学校以及其他广大服装爱好者和服装设计从业人员阅读参考。

<<服装专题设计>>

书籍目录

- 第一篇 创意类服装设计
- 第一章 创意类服装设计
- 第一节 创意类服装概述
 - 一、创意类服装的概念和作用
 - 二、创意类服装的特点和分类
- 第二节 创意类服装的构思过程
 - 一、主题确定阶段
 - 二、素材准备、整理阶段
 - 三、灵感闪动阶段
 - 四、创意联想阶段
 - 五、完成阶段
- 第三节 创意类服装的灵感来源
 - 一、灵感来源于传统服装
 - 二、灵感来源于大自然
 - 三、灵感来源于民族文化
 - 四、灵感来源于文化艺术
 - 五、灵感来源于社会变迁
 - 六、灵感来源于高科技素材
- 第四节 创意类服装的构思方法
 - 一、主题构思法
 - 二、形象构思法
 - 三、联想构思法
 - 四、分解重构法
 - 五、组合构思法
 - 六、以点带面法
- 第五节 创意类服装的色彩设计
 - 一、创意类服装的配色
 - 二、流行色的运用
 - 三、创意类服装的色彩构思原理
 - 四、服装配色美的规律
- 第六节 创意类服装款式设计
 - 一、廓型设计
 - 二、内部造型设计
 - 三、局部造型设计
- 第七节 创意类服装的面料设计
 - 一、创意类服装的服用材料
 - 二、创意类服装常采用的面料再造方法
 - 三、创意类服装材料采用的对比方法
- 第八节 创意类服装的系列设计
 - 一、运用款式设计为同一设计形式的组合
 - 二、运用色彩为同一设计形式的组合设计
 - 三、运用服装材料设计为同一设计形式的组合
 - 四、运用装饰手段为同一设计形式的组合
 - 五、运用风格为同一设计形式的组合
- 思考与练习

<<服装专题设计>>

第二章 创意类服装的设计程序

第一节 创意主题的确立

一、先立意，再搜集素材

二、先有素材，再立意

第二节 创意主题的分析、构思过程

一、收集素材，寻找构思切入点

二、发挥联想，捕捉灵感

三、完善设计构思的过程

第三节 创意构思的设计表现

一、创意构思的直观化

二、创意构思的成品化

思考与练习

第二篇 成衣设计

第三章 成衣设计

第一节 成衣设计概述

一、成衣与成衣设计

二、成衣产品的特点

三、成衣设计的特点和要求

第二节 成衣的设计程序

一、成衣设计的定位分析

二、市场信息的调查与研究

三、成衣设计的构思完善

四、成衣设计的表现

第三节 成衣设计的工艺程序

一、服装材料的选择阶段

二、样衣的样板制作阶段

三、样衣制作阶段

四、成衣的批量生产阶段

五、服装展示与营销阶段

思考与练习

第四章 成衣的分类设计

第一节 礼服设计

一、男式礼服

二、女式礼服

第二节 职业装设计

一、职业时装

二、职业制服

第三节 休闲装设计

一、运动类休闲装

二、时尚类休闲装

三、职业类休闲装

第四节 内衣与居家服设计

一、内衣设计

二、居家服设计

第五节 童装设计

一、儿童的生理与心理特征

二、童装的分类

<<服装专题设计>>

三、童装的设计

第六节 针织服装设计

一、针织服装面料的特点

二、针织服装的类别

三、针织服装的设计

思考与练习

第三篇 品牌服装设计

第五章 品牌服装设计概述

第一节 品牌服装的涵义及分类

一、品牌的涵义

二、品牌服装

三、服装品牌

四、品牌形象

五、品牌服装的分类

第二节 品牌服装的设计要素及其整合

一、品牌要素分析

二、设计要素的应用

三、品牌要素的整合方法

思考与练习

第六章 品牌服装设计的运作

第一节 品牌服装定位

一、品牌定位的概念

二、品牌定位的目的

三、品牌定位的内容

第二节 品牌服装的运作

一、定位消费群体，确定企划对象

二、搜集市场情报，分析品牌在市场中的地位

三、品牌服装的设计风格 and 主题

四、品牌服装的配套设计

五、品牌服装设计的实施与表现

六、品牌服装的销售策划

第三节 部分品牌服装的简介

一、国内部分服装品牌企业简介

二、世界部分服装品牌简介

思考与练习

参考文献

章节摘录

(1) 棉麻织物棉吸湿性强、透气性好,凉快干爽、手感柔软、穿着柔软舒适,它的缺点则是易缩、易皱,外观上不够挺括美观,在穿着时必须时常熨烫。

棉类纺织品是服装设计师最常选用的面料,无论春夏秋冬或是不同种类的服装都可选择使用。

麻具有凉爽、吸湿、透气舒适等特点,而且硬挺、不粘身、易清洗,具有粗犷、质朴的外观风格。

但麻纺织品在穿着后容易起皱、洗涤后须熨烫。

麻织物适宜设计一些洒脱、轻便的休闲装。

它的缺点则是穿着不甚舒适,外观较为粗糙,生硬。

(2) 毛织物羊毛质地轻柔细腻,视感和触感俱佳。

弹性好、吸湿性强、保暖性极强。

通常的毛织物是指羊毛和其他纤维混纺的纺织品,俗称呢绒。

呢绒具有庄重、成熟的风格。

有时为了设计的需要,也可适当增加一些小细褶,以冲淡面料的庄重、成熟感,增加活泼感,这种方法可用于儿童服装设计中。

它的缺点主要是洗涤较为困难,不大适用于制作夏装。

(3) 丝织物 丝织物一般具有良好的垂性,可用于设计高档女装,特别是用于设计礼服,服装飘逸、轻柔,具有典雅、高贵的风格特点。

它的不足则是易生折皱,容易吸身、不够结实、褪色较快。

(4) 针织物 针织面料具有良好的弹性,面料柔软,合体的造型帖服人体,体现柔美线条,宽松的造型则使得服装下垂,呈现松垮的外轮廓,同样能够体现出人体的线条美。

针织物通常用于设计休闲装,塑造典雅、自然的风格,也可与其他风格接近的材料搭配,如毛呢、皮革等。

2.皮毛类 皮毛类材料主要用在秋冬季的服饰品中。

皮毛主要指皮革和毛皮两种。

毛皮制品也称之为裘皮,是经过硝制的动物毛皮。

如:狐狸皮、水貂皮。

毛皮制品被视为高档昂贵的商品。

皮革是由动物毛皮经加工除去动物毛并鞣制加工的兽皮。

皮革制品坚牢耐磨,富有弹性。

制作的服装具有挺括、粗犷的风格。

(1) 水貂皮 它有“裘皮之王”的美称。

水貂皮质地轻软、毛色光润、手感舒适、保暖性强。

水貂皮易于染色加工,是裘皮制品中的精品,在国际毛皮市场中极受欢迎。

但在近些年,由于人造裘皮外观效果几乎能以假乱真,而且价格便宜,所以很快受到了大众消费者的欢迎。

在与其他面料搭配使用的服装中,利用人造裘皮的装饰效果,使服装产生较强的肌理对比。

使服装成熟丰满,洒脱自然。

但在与其他面料搭配时,要注意色彩的对比不宜过强,否则可能会喧宾夺主,使得服装过于张扬,给人一种轻浮的感觉。

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>