

科技與生活 (中四至中六)



3 基本時裝設計



服裝、成衣與紡織學習範疇

目錄

頁數

3.1	時裝設計原則	1
3.1.1	美感	1
3.1.2	美學原則	1
3.2	時裝設計元素	21
3.2.1	如何得出優秀和具有創意的設計	21
3.2.2	線條和方向	26
3.2.3	形狀和外型	33
3.2.4	質感	39
3.2.5	布料圖案	40
3.2.6	色彩	44
3.3	展示時裝設計意念	50
3.3.1	繪圖技巧	50
3.3.2	資訊科技：使用電腦輔助設計	63
3.3.3	展示技巧	65
3.4	時裝設計過程	68
3.4.1	簡介	68
3.4.2	將觀察轉化為靈感	69
3.4.3	使用繪圖本的目的及重要性	69
3.4.4	第一階段：分析設計信念	69
3.4.5	第二階段：研究靈感	72
3.4.6	第三階段：研究方向	77
3.4.7	創意過程	82
3.4.8	製作樣板	88
3.4.9	評估專集	91

3.1 時裝設計原則

人們穿著衣服的基本原因是保護身體，例如：保暖、遮蔽。但在今天，人們除了會為不同的場合及身份穿著不同的衣服，亦會選擇他們認為具有美感及追上潮流的時裝。

根據《牛津英語詞典》(2009)，「時裝(fashion)」一詞其中一個的定義是「在一個特定的時間和地方流行的服飾，髮型等 (popular styles of clothes, hair etc. at a particular time and place)」。本質上說，它指的是一種最新的款式，影響著人的衣著和外觀。在時裝界中的任何新趨勢都會受到世界各地和不同社會階層的人的追隨。因此，時裝具有重要的社會意義，並會影響人類的行為。

根據英國時裝業的一位專業顧問 Sue Jenkyn Jones 的說法，「設計」一詞是指為了某個目的而創造。設計是日常生活不可缺少的一部分。人會根據不同的目標而設計，譬如為了一個特定的人物、用途、場合或市場而設計。一個優秀的設計應具備實際功能和美感。

除了分析當前的時裝趨勢，時裝設計師亦須明白各項能幫助產生美感的時裝設計原則，從而創造出既能滿足目標人物 / 場合的需要又能表達自我和發揮創意的作品。文化的轉變及社會的變遷都會影響時裝趨勢，同時亦會改變人對美感及相關的設計原則的看法。因此，在某一年被認為是精彩的設計，在數年後或會得到不同的評價。

3.1.1 美感

「美」有一種令感官愉悅的特性。它會令觀賞者產生正面的情感反應。大部分心理學家相信，美和美學是人類生活不可缺少的一部分。

美學原則是組成時裝設計所需的美感的一個重要部分，而美感也是任何設計效果的決定性因素。美感和美學判斷對一個設計的成功與否扮演著重要的角色。這兩方面幫助人們以客觀角度評價一個設計，亦是評價一項設計工作的可行性的決定性因素。設計師在設計時不會特別留意這些原則，但當一項設計出現問題時，他們便能夠運用有關比例、均衡、節奏、放射、漸變、重點、對比、和諧、統一、重複和尺度等原則來解決問題，令設計更臻完善和協調。

3.1.2 美學原則

設計師在建立一個系列時，需要考慮到設計的對象、所要設計的服裝類型和特定季節的需要。為了吸引觀賞者的目光，設計應運用時裝設計原則，配合在比例、均衡、節奏、放射、漸變、重點、對比、和諧、統一、重複和尺度等各方面的要求。

美學通常被視為對感官或感官情緒價值的研究，有時候亦稱為對情感和品味的判斷。百科全書對美學原則的定義如下：

「如果某些事物擁有一種特別的美學屬性或呈現一種特別的美學形式，而它們能夠令到體驗或欣賞它們的人產生愉悅的感覺並且能促成社會或政治的改變，則這些事物就具有美感。有研究同時指出，時裝設計的美學是指『時裝設計師運用多種技巧，令人能夠透過衣著來表達無意識想法的真實一面。設計師會運用布料、剪裁方法、色彩、比例、過往衣著的參考資料、質感、色彩的協調、壓迫感、透明度、配襯飾物、珠飾品和刺繡，來創造具有個人風格的衣著。有時他們還會用衣服的平均尺寸，令產品能符合多數顧客的需要。』」

希臘哲學家最先指出，具有美學吸引力的事物已經是美的。柏拉圖認為，美的事物包含各個部分之間的比例、協調和統一。在《形而上學》(Metaphysics)中，亞里士多德指出，美的共同元素是秩序、對稱和確定性。

視覺上的美學效果包括漸變、重複、放射、對稱或不對稱、均衡、線性動態、對比、視角、重點、比率、動感、節奏、一致性和比例等。

(A) 比例

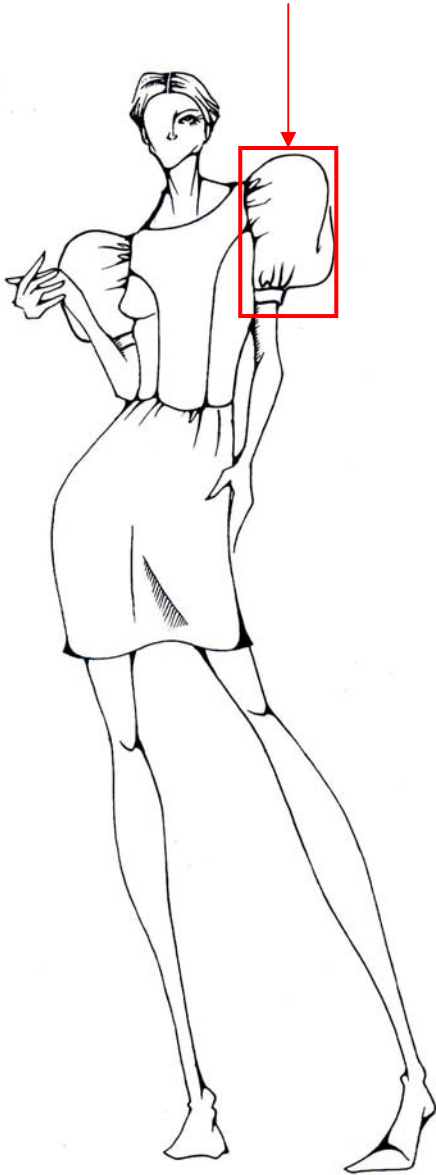
比例是距離、尺寸、數量、程度和各項之間的比較關係。比例可應用於一維的線條、二維的形狀或三維的形式。如果不與其他事物進行比較，空間特徵就幾乎毫無意義；因此，比例的主要概念是「相對」。在有些情況下，身體的單一部分看起來似乎是「合乎比例」的，但如果其大小或形狀與體形的其他部分不符，則整個體形看起來似乎仍是「不合比例」。

顯而易見，比例並非只是一個合成原則。相反，它會引發對各部分和整體的探求。它探討的是甚麼比例會令人喜愛或厭惡。就像其他美與醜的概念一樣，這些因素也會受文化偏好的影響，但是，一些基本原則已在多個世紀和多種文化中被證實為可以接受。雖然這些基本原則是與數學公式的形式出現，但雕塑家、藝術家和建築師傳統上已將該項比例公式稱為「黃金律」或「黃金比例」。

基本而言，時裝設計中的比例指的是一件服裝各個內部空間之間和與整個設計的大小關係。在實際應用中，最美的比例是看似稍微偏離標準，但卻帶出一種偏離準確分析的奇妙感覺。最令人感到喜愛的比例是不相稱的比例。以下的例子有一幅巨大的衣袖，甚至比衣服的其他部分還要大。在這個例子裡，這件衣服就是所謂的「不合比例」或不成比例。如果一件衣服的某部分太小，也有可能是不成比例。

不合比例

衣袖相對於裙身的尺碼
顯得太大



合乎比例

較長的裙身令衣袖
看起來比較平衡



時裝設計中的比例對視覺效果而言非常重要。如果設計的比例恰當，則其設計效果將顯得協調且賞心悅目。好的設計就是要讓人有這種感覺。為了理解如何運用適當的比例，運用「黃金律」是任何時裝設計的必要條件。

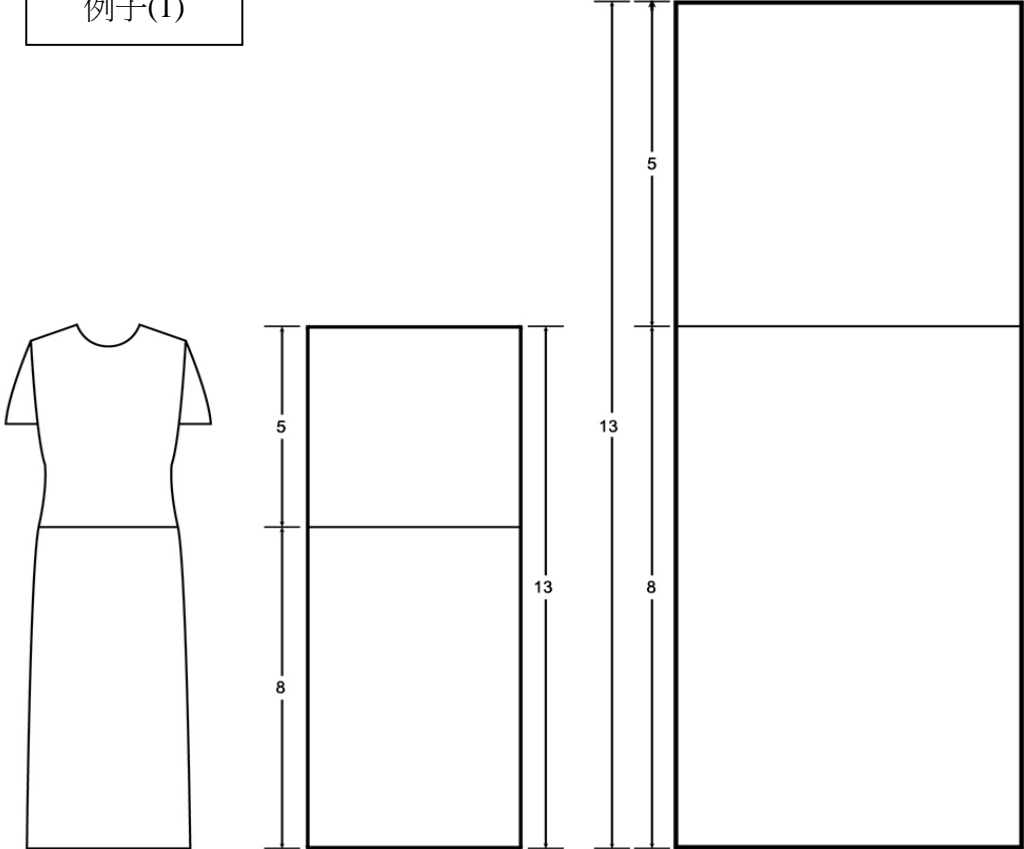
不相稱的比例可能會比相稱的比例更能令人注目。人們提出很多數學公式作為基本原則，譬如所謂的「黃金律」和「黃金比例」。然而，標準的比例會隨著服裝外型和線條的演變而與時裝週期一同改變。

在文藝復興初期，形成了一個關於黃金比例美學的文學流派。以數學表達的黃金比例被認為相等於 $1:1.618$ ，即十分接近 $3:5$ 和 $5:8$ 。

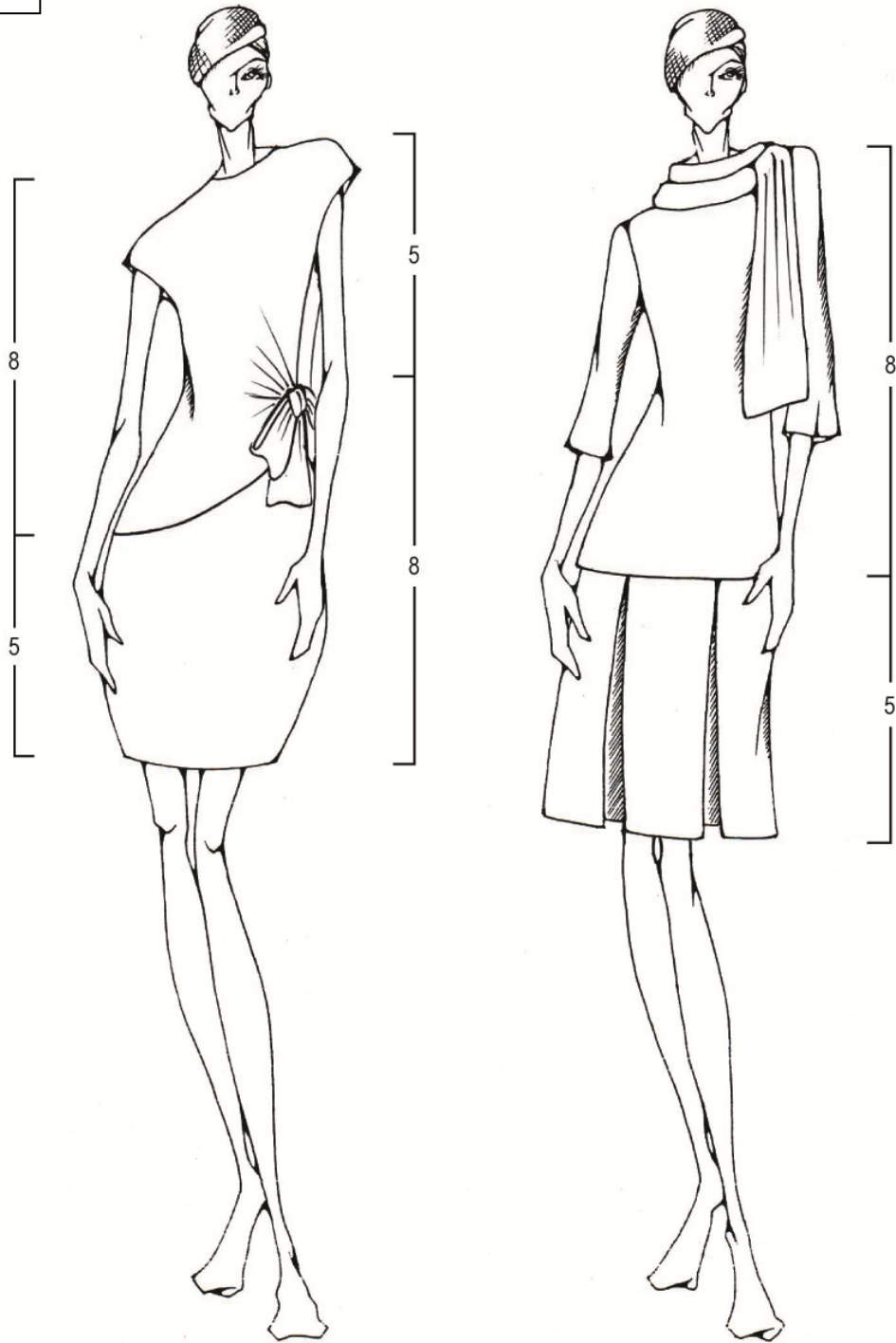
黃金律是令人悅目的比例法則。 $5:8$ 和 $8:13$ 是標準的公式。許多不同文化的藝術作品都是有意或無意地根據這個黃金比例來進行線條和空間的劃分。許多偉大的建築是以這個比例建成，而許多漂亮的服裝也是以此製成。然而，黃金律並非唯一的方法。如今這些經典的比例並非一定符合潮流，不合比例和失衡的款式亦同樣流行。時裝在正統與傳統、另類選擇與新思維之間搖擺；正因為這樣，黃金律不應被用作絕對法則。它僅僅是一項看得舒服的普通法則。

在例子(1)和(2)中，5:8 的比例相對更具視覺效果。

例子(1)

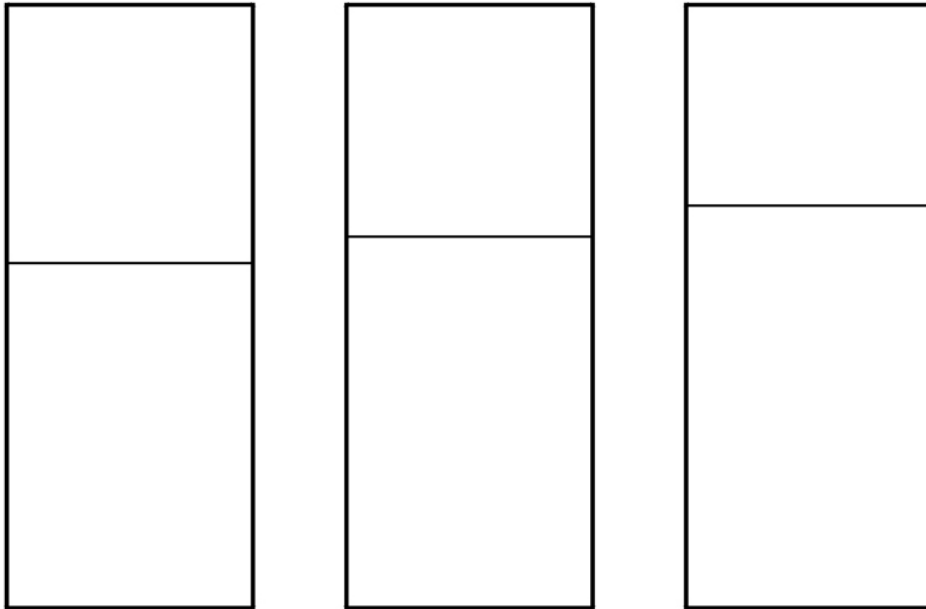


例子(2)



在例子(3)中，6.8 的比例太少，而 4.8 的比例太大。

例子(3)



(6.8)

差別太小

(5.8)

黃金律

(4.8)

差別太大

在傳統時裝系列設計中，黃金律是設計的標準比例法則。不過，創意時裝卻是要打破這個規則，追隨「崩族」或間中採用 **Gunge** 的元素。在這些情況下，往往會刻意忽略比例的平衡。

許多漂亮的衣服是根據黃金律來設計的，但黃金律並非獲得美的比例的唯一方法。一個人對美的感覺源於對一件藝術作品中的線條和空間的相互協調，而不是單單來自一條精確的數學程式。然而，稍微偏離準確比例往往更能引起觀賞者的注意。現實中，完全依靠公式進行的設計少之又少。

(B) 均衡

均衡指的是某一形狀物體的內部各個空間的配合。一件作品的表面可細分為結構線條、邊飾、布料圖案、質感或顏色。均衡亦指設計中的「視覺比重」。一件衣服必須均衡才會令觀賞者感覺愉悅。

均衡可以是對稱，也可以是不對稱：

(i) 對稱均衡

對稱均衡是指兩邊對稱。它的設計細節平均劃分，以營造一個平衡的中心。換言之，兩邊都是一樣的，就像我們擁有兩隻手臂和兩條腿。一件對稱的服裝設計須在兩邊的同一位置有完全相同的細節。對稱均衡是最容易，也是最容易和有邏輯地達到協調的方法。因此，它也是時裝設計中最常用的方法。即使一件設計稍微有點偏差，譬如兩邊的微小細節不盡相似，但仍被認為是大致對稱的。要使一件對稱的設計不至於缺乏新意，則必須善用布料、節奏和空間關係。一件對稱均衡的設計往往在外觀上顯得較為莊重或帶出度身訂做的感覺。這一類設計是最簡單和生產成本最低。

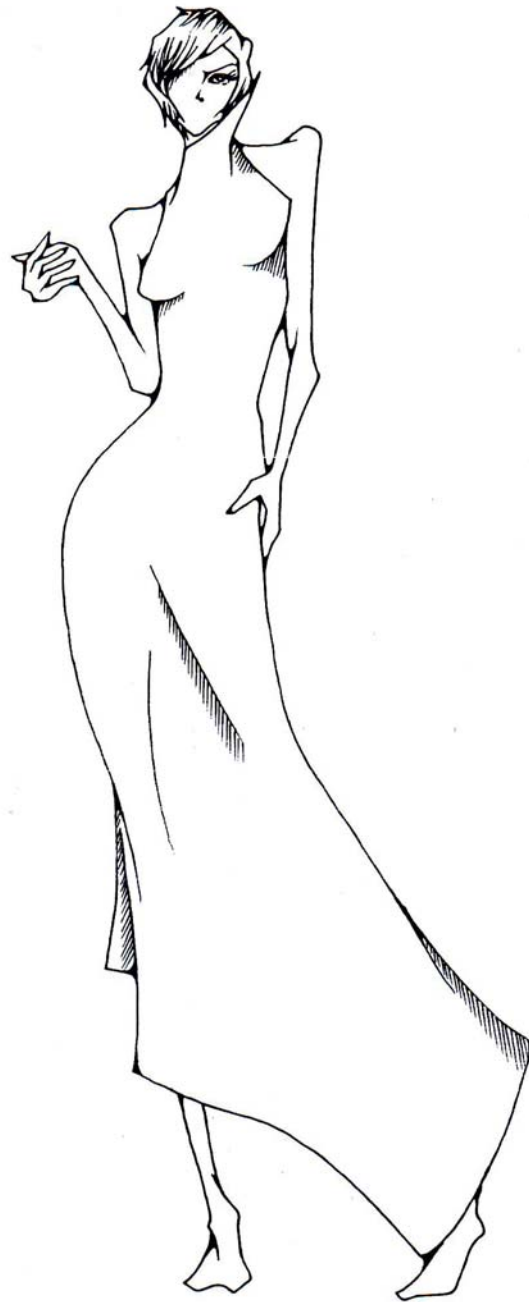
- 鈕扣的位置是對稱的。



(ii) 非對稱均衡

非對稱均衡是指兩邊不對稱。它的設計細節分佈與中心的距離並不對等。它可通過不均衡的視覺衝擊達到更富戲劇性和有趣的效果。它的構成方式是在每一邊有不同的編排。設計師通常採用對角線或偏離中心的縫合手法來達到這種效果。在其中一邊營造一個不尋常、纖幼、引人注目的細節或強烈的效果可平衡在另外一邊的一個較大和感染力較為平淡的範圍。具有較強視覺衝擊力的線條、質感或色彩可在表面上平衡範圍較大但略為次要的範圍。由於非對稱均衡具有戲劇化和技巧的效果，因此通常只適用於時尚的服裝。非對稱均衡在運用時看起來不應一邊重一邊輕。若運用得宜，即使衣服的兩邊有所分別，但這項設計在外表上看起來仍然是均衡。

- 這是一條突出非對稱裙腳的裙子。



(C) 節奏

在時裝設計中，節奏指的是一件服裝上的線條、形狀、質感和色彩的流動。這種流動應該自然地引導目光從衣服的一個區域去到另一個區域。當一件套裝的所有線條協調一致時，節奏感就會顯現。

節奏的運用對於能否達到悅目的效果十分重要。設計中的節奏令線條和塊面產生重複效果。這種重複效果的大小可以是相同，亦可以是逐漸縮小或逐漸擴大。在以下例子中，有節奏的圖案可通過互相重疊的方式產生。節奏可營造一種強烈的效果，不論是通過重複有規律的特徵、印花布料的基本花紋或是逐漸變化的大小或顏色。

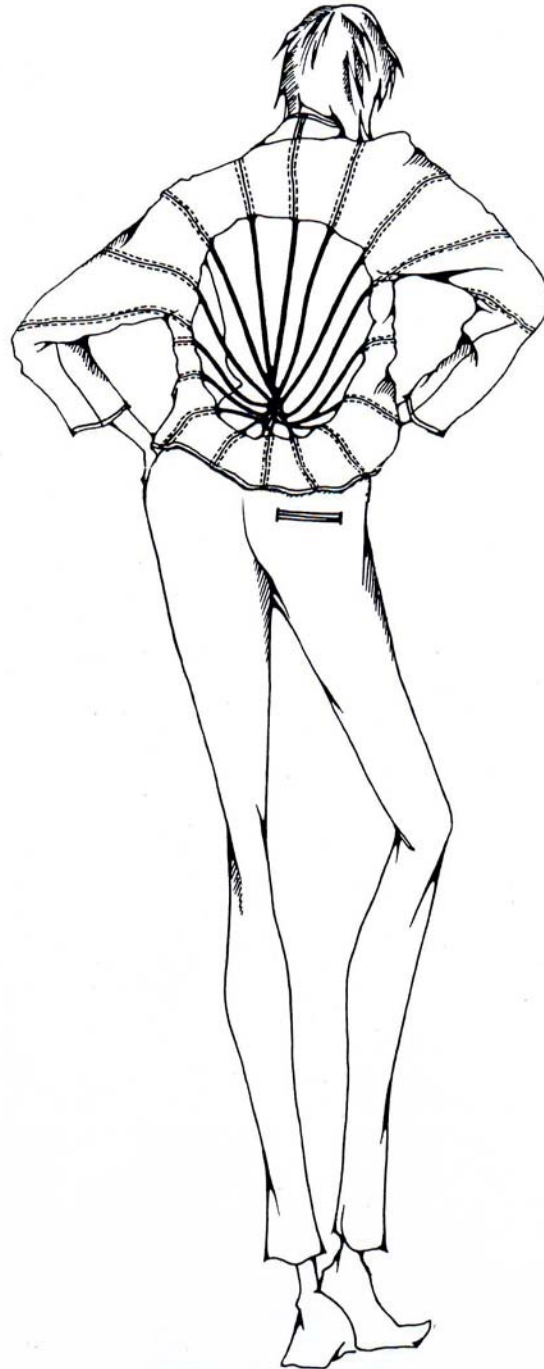


這幅插圖展示了節奏的效果，其中相互交錯的線條和破落的圖案產生了一種強烈的節奏衝擊感。

只要小心處理線條和圖案，節奏感便可引導目光從一個元素轉移到其他元素。總括而言，「節奏」是通過採用大量不同種類的技巧的一種設計技巧。

(D) 放射

放射是指由中心點呈扇形散開的設計線條的運用。根據陽光散射的效果，人的目光會從陽光散射的中心點轉移至設計的外圍區域。以下的女裝襯衫展示了這種效果。也就是說，觀賞者的目光首先被設計的中心所吸引，然後轉移到女裝襯衫的邊緣。



- 在這條降落傘形女裝襯衫上，線條從中心點向外放射。

(E) 漸變

漸變是指對單一顏色、形狀、尺寸、設計細節和基本花紋的運用。這些原則可見於任何具有漸變感的圖案，可從最深的色調變化為最淺的色調，或從最小的尺寸變化為最大的尺寸來呈現一種有節奏的漸進效果。人的視線會自動從最深的色調轉移至最淺的色調，相反亦然，最後，他們就可看到整個設計。設計師有時候亦會採用不同大小的而形狀相同的配襯飾物。大小或形狀的漸變可帶領目光從一個部位移到其他部位，最終可看到整件服裝。以下是一個例子。

- 鈕扣和領位的大小呈現漸變效果，為這條裙子增添色彩。

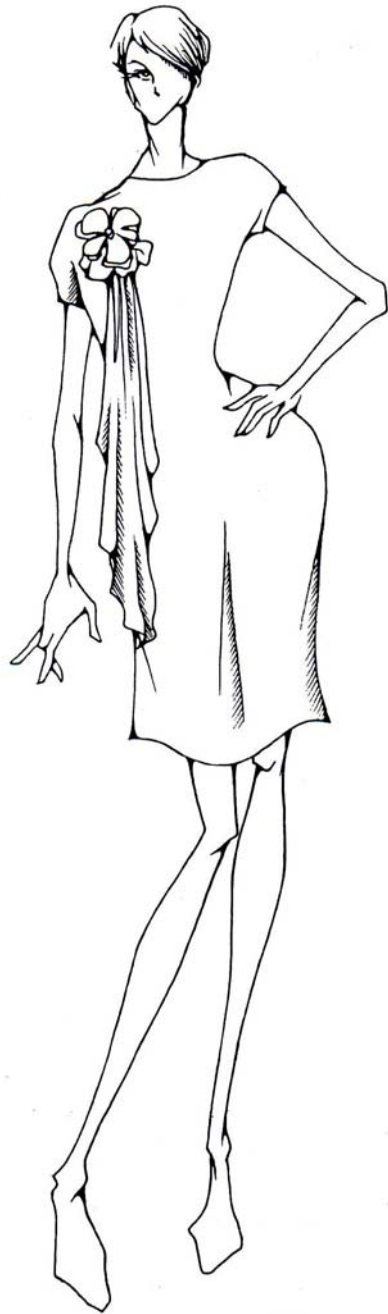


(F) 重點

重點是指一個有趣的中心點，它能夠將注意力吸引到一件衣服的焦點上。與任何其他設計元素相比，這個中心點必須更具視覺吸引力，並且要與整件衣服的结构互相聯繫，而其他元素則要支援這個中心點及能產生共鳴。

一件優質的時裝產品應能突出體形上能吸引人的特徵，並將注意力移離體形上的瑕疵。利用線條、細節、顏色、形狀、邊飾或配襯飾物，可達到突出「重點」的效果。結合上述元素令這個焦點更具吸引力，正如將裝飾重點放置於一個結構線上。例如：Karl Lagerfeld 只以一排金鈕扣就令外套達到了這個效果。換句話說，色彩豐富的套褲可突出穿著者的腿部，而色彩鮮明的領部可將注意力吸引到穿著者的頸項位置。一個精心設計的「重點」能夠迅速地將目光轉移向一件設計的中心點。

- 這件設計作品的細節創造了一個焦點，從而突出了有趣的中心點。



一個設計欠佳的「重點」會令人的目光無所適從，令他們無法知道應將焦點放在衣服的甚麼地方。在以下的例子裡，出現了過多的有趣的部分，以至令觀賞者的注意力不平均地分散且難以預計。最終，他們不知道應該專注於那一處，因此這件設計作品無法吸引他們注意。



(G) 對比

對比是指對不同的色彩、質感和形狀的運用。它是最有力的設計原則之一，可令雙眼重新評估不同焦點區域之間的重要性，例如：一件利用了與原來布料的色彩有強烈對比的鑲邊的女裝襯衫。在這個例子中，「對比」減輕了整體效果的單調程度。色彩吸引了人們的注意力，令人留意到這些色彩所襯托的特徵和細節。設置對比特徵時需要週詳考慮，因為這些對比特徵將成為一個焦點。布料質感的對比亦可強化每種材料的效果。例如：一件充滿光澤的聚氯乙烯（PVC）外套配襯一件色彩暗淡的毛料裙。以下的例子清晰地展示了「對比」的概念：白色身體部分的軟色調與黑弧鑲邊的硬色調產生的對比效果。



圖 3.1 梁敏瑩的 2006 年系列

(H) 和諧

和諧是指一件衣服所有的部分都安排得令人賞心悅目。它並非與對比完全對立，而是運用了彼此間相似的地方，例如：色彩或質感。以下例子是譚慧賢於 2006 年的設計作品。在這個例子中，色調和質感的搭配完美，讓觀賞者感覺到一種和諧的效果。這件設計的圖案、色彩和質感的運用令人產生種種元素同屬一個整體的感覺。



圖 3.2 譚慧賢於 2006 年的設計作品

很明顯，當設計元素互相配合時即會產生和諧的效果。柔軟的布料和圓形的形態，相對於剪裁線條清晰或貼服的衣服，更易營造出和諧的設計。布料圖案、邊飾、顏色、線條、形狀、質感和比例都會令人產生一種同屬於一個整體的感覺。完全遵循和諧的原則雖然穩妥，但有時候只會做出一件缺乏感染力又保守的設計。為了避免出現這種情況，設計者可增添有視覺效果的元素。意大利和美國的時裝就是以運用天然布料、相配的颜色和採用非前衛的服裝外型以達致和諧而著稱。一個和諧的時裝系列較易於配襯，也容易獲得較高的銷售額。

(I) 一致性

在一件衣服上重複運用一種設計元素可營造出一致性的感覺。相反，在一件衣服上運用過多花紋圖案會分散觀賞者的注意力，也會令衣服顯得不協調。在一件呈現一致性的衣服上，每一個獨立部分能互相配合構成一個整體。一種緊密配合和渾然一體的感覺即由此而生。

例如：右圖所示的裙子就是一件缺乏一致性的服裝。衣服上縫製的縫合骨與頂部的蓬鬆效果格格不入。



缺乏統一

相反，在下圖的整件衣服上縫製了縫合骨的套裝就成功地實現了一致性的效果。



一致性

(J) 重複

重複是指在一件衣服上重複運用某種設計元素、衣服上的細節或邊飾。某一項特徵可以有規律或沒有規律地重複。運用這種多重效果可令一件設計產生一致性的感覺。

事實上，重複會呈現一種動感。對於要在一件設計中營造趣味和帶出主題，重複是必要的。設計中的重複效果可通過重複運用形狀、線條和色彩而產生，例如：重複運用齊褶、密褶、小褶或鈕扣能產生以線條和形狀造成的節奏感。一件衣服上的主要線條、形狀、色彩或細節經變化後亦可在其他部分重複。



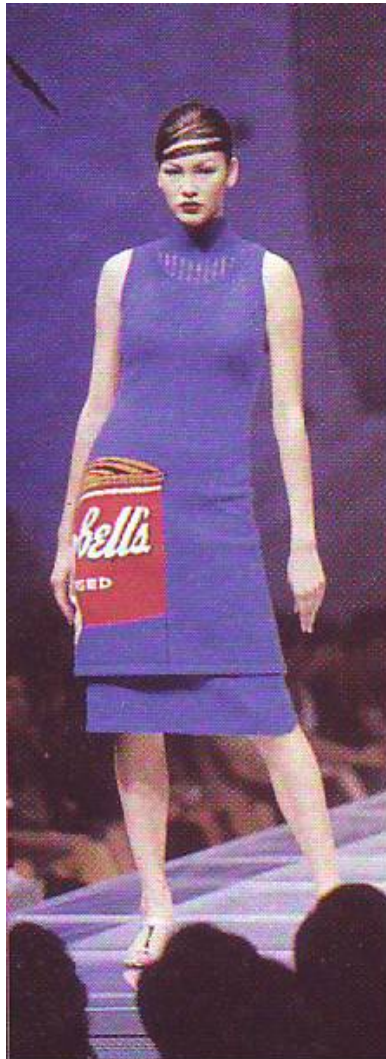
在考慮主題時，重複是最有用的原則之一。在一個系列的所有設計中，重複出現的形狀、線條或細節有助帶出整個系列的主題。例如：頸部設計的細小密褶也可應用於衣袖，令整個系列保持一致性。

- 在頸部和衣袖同時設置的密褶示範重複原則的運用。

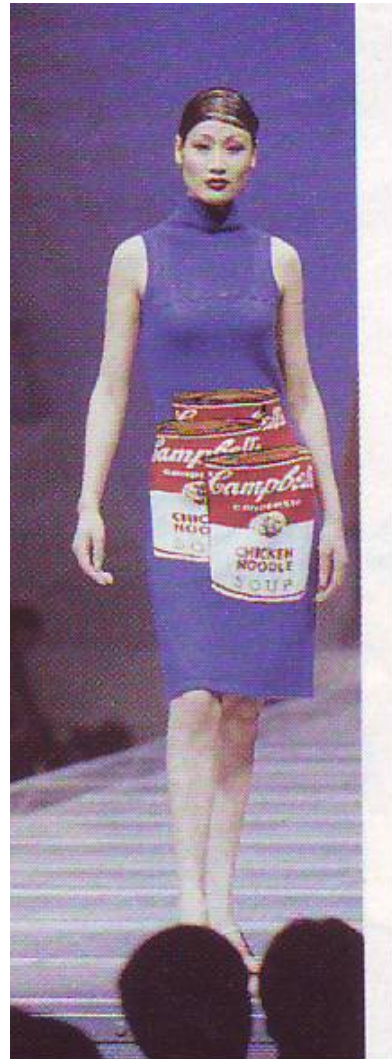
(K) 比率

「比率」一詞是指一件衣服與其設計細節之間的關係。整件設計內的各個設計元素應能給人一種和諧感覺，當中各個設計元素的比率應保持平衡，例如：不應太大或太小，亦不應太亮或太暗。例如：下圖所示的裙子顯示圖案色彩和大小的比率並不恰當。

- 這條裙子的圖案顏色和大小處理得宜，比率十分合理。



恰當的比率



不恰當的比率

3.2 裝設計元素

設計是使用新穎和令人驚喜的方法混合已知的元素，從而營造出清新和令人賞心悅目的效果。一般而言，假如所有的設計原則和元素都可以和諧地搭配在一起，加上沒有過份誇張或忽略服裝的主題，即可稱為成功和優秀的設計。設計過度的時裝通常不會受到市場歡迎。

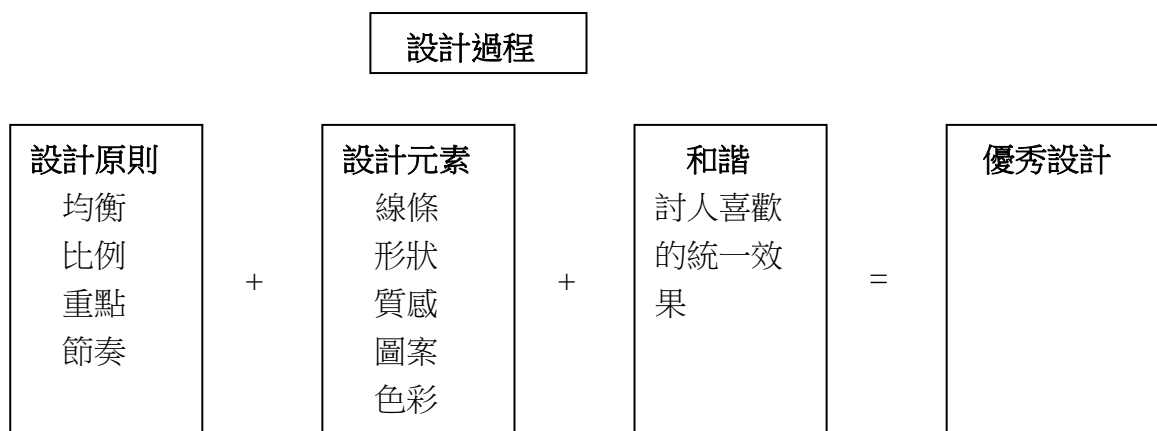
3.2.1 如何得出優秀和具有創意的設計

Gini Stephens 曾經指出，有效的設計來自成熟的理念或主題。例如：如果一項設計或一組設計的主題是具有戲劇性的，則設計應具備大膽的線條、誇張的外型、較大的空間分割、明亮或暗淡的色彩、強烈的對比、較大的印花或極端的質感。設定理念或主題的方法有很多種。經過慎密考慮的設計元素和原則最常見於晚禮服，因為在具戲劇性的場合中營造鮮明的效果較為恰當。日常的服裝則應簡單實用，因此採用的元素較為平淡。優秀設計應包含美感和實用功能。

設計師在設計時會嘗試多種變化，以求能完美地搭配布料、色彩、線條、形狀和正確地應用均衡、比例、重點和重複。他們會先在草圖上描繪出初步的想法並測試其可行性。設計師必須客觀地判斷所有元素是否能夠互相配合並可產生和諧而一致的視覺效果。

「創造優秀設計的公式是能夠和諧地結合所有設計元素和原則。設計是將概念聯繫在一起的計畫，設計的過程是根據設計原則挑選及結合設計元素，以求達到和諧的效果。」
(Fashion, Mary Wolfe 1998)

設計過程如下圖所示：



當根據設計原則使用設計元素時，即會創造和諧的效果。

(A) 優秀時裝設計的例子

優秀的設計必須能夠和諧地結合所有設計元素和時裝原則，會令穿著者的外觀更出眾。以下是一些優秀設計的例子：



圖 3.3 葉楚倩的設計

優秀的設計需要考慮到美感及終產物的實用功能：完美地結合質感、色彩、線條和外型，並且正確地應用均衡、比例、色彩搭配、重複、節奏和放射。所有的元素互相配合並產生和諧而一致的視覺效果，兼具實際功能。以上的例子能適當而又有效地運用了設計元

素和時裝原則。

這例子亦充分展示出非正式的均衡和漸變效果，強烈的深灰色邊緣搭配範圍較大但不明顯的淺灰色區域。流動線條節奏的運用亦十分成功，達到賞心悅目的視覺效果。設計的節奏則通過重複的線條和主體而取得。流動線條的節奏和色彩的漸變成功創造了一個和諧的組合。所有部分的排列方式令人賞心悅目。在這個例子中，色彩、線條、圖案、形狀及質感完美地組合在一起，為觀賞者帶來和諧的視覺效果。每一個別部分均有其獨特之處，並仔細地與所有其他部分互相配合，產生一個一致而漂亮的整體。

除了這些元素外，曲線和圓領亦創造出一致性的感覺。當一件衣服有統一致性的效果時，即意味著各個獨立及個別部分互相配合而創造出一個整體及均衡的效果，產生一種緊密和渾然一體的感覺。重複的流動線條顯示運用了重複原則，成功地創造出統一和重複的效果。所有部分均營造出協調的比例，例如：肩部、領、下擺線和身體的長度之間的比率關係。設計元素和原則的運用給整個設計一種和諧的感覺。

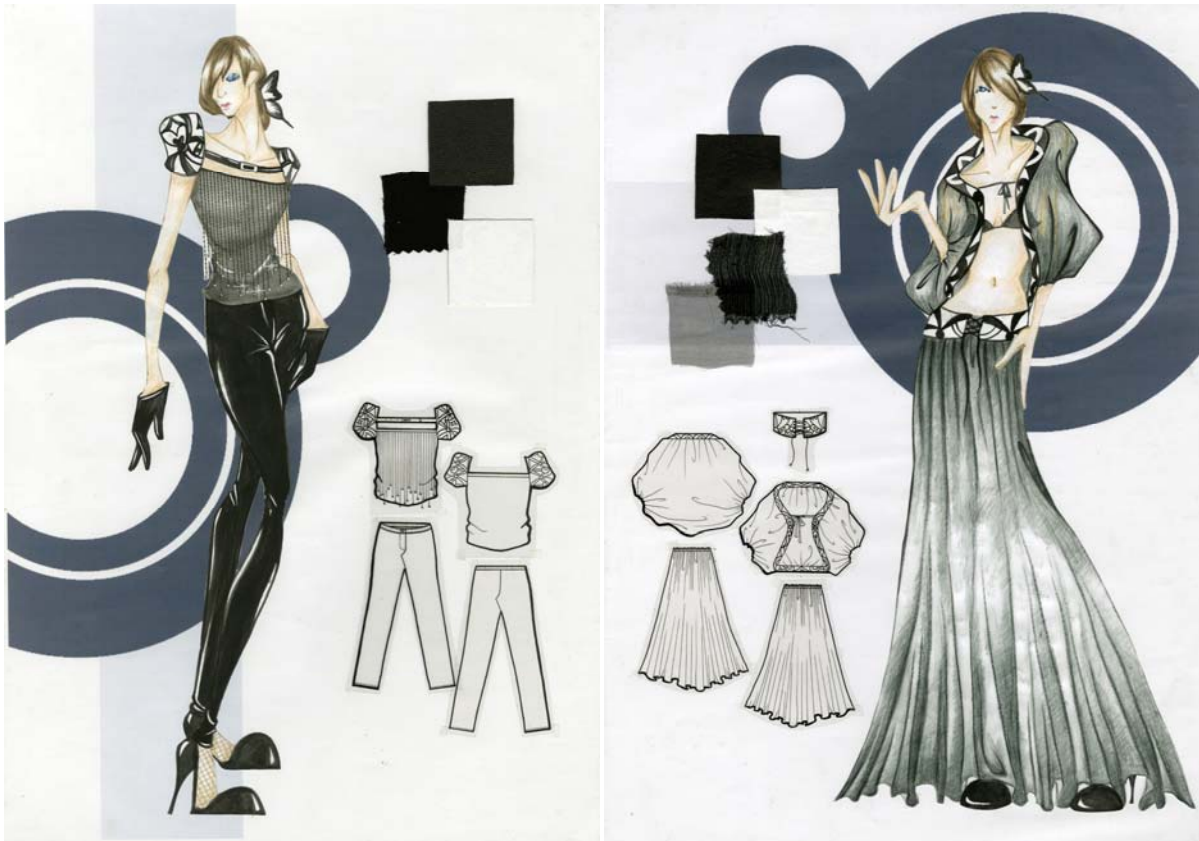


圖 3.4 梁敏瑩於 2006 年系列

(B) 何謂創意？

根據馮敏如(Alex Fung)的意見認為，「創意」一詞通常被認為是設計師、藝術家、作曲家、詩人及文學家所專有。事實上，每一個人都可以發揮創意。在烹飪、佈置家居及挑選和穿著衣服，都可以使用創新及具想像力的方法來完成。

「創意思維」被視為可建立嶄新的心智模式，其靈感則來自未解決的問題和對價值觀或關係的新定義。Edward de Bono 對此提出遠遠超過詞典對「創造能力」一詞的定義，他認為「有創意即意味著引進前所未有的新事物」。

創意被視為是以原創為目標的思維過程，為舊有問題尋找新的觀點及解決辦法。創意是指作出天馬行空的聯想或從新角度看待事物、超越常規、打破規則、勇於冒險、發揮想像力、有著遊戲人間的心態和愛好靈活的思維。創意並不是設計或任何一種行業的專有名詞，講求創意的還包括科學家、藝術家、教師、管理人員、款待行業、旅遊業者等。



圖 3.5 余敏珊的設計

在這個例子中，主要的創新設計是拉鏈的運用。整排的拉鏈為皮草行業展示了一個全新面貌。拉鏈是屬於運動裝、便裝或男性服裝（例如：Punk 單車外套）的一種傳統配飾。從時裝設計師的角度來看，拉鏈產生死板、隨便、強硬及對某些人而言具有經濟地位的象徵。相反，傳統的皮草服裝為高檔女性服裝市場傳遞了奢華、溫柔、迷人和身份顯赫的訊息。

這個設計為迷人的皮草市場發掘了以往並不存在的全新外貌，打破了傳統規則及超越常規。設計師嘗試將每項創意應用於設計中，但仍能保存產品的實用性及美感。

另外，在設計過程中，設計師亦為使用拉鏈的舊有問題想出新方法；大量拉鏈代表在皮草行業市場以新穎及不尋常的方法使用拉鏈。設計師打破了多項傳統規則，例如：拉鏈只適用於梭織布，同時為皮草服裝市場營造新的思維模式，並且設計出新穎及富有想像力的拉鏈使用方法。把皮草服裝的規條由須具備迷人價值重新定義為更富悠閒價值。



圖 3.6 蘇幼佳的設計

(C) 時裝設計元素

時裝設計的主要元素包括**線條、形狀、質感、圖案和色彩**。掌握這些元素有助評估一項設計的好與壞，亦可製造設計錯覺和掌握時裝世界的潮流變化。另外，要作出優秀的設計必需了解如何運用和處理這些元素。

3.2.2 線條和方向

線條是把一點延長、把兩點之間連接起來或一個物體的邊緣所造成效果（物體本身可以沒有真正的線條）。人的目光會沿著線條的方向移動，並沿著線條所經過範圍起了分隔的作用，從而在空間上製造極限點。

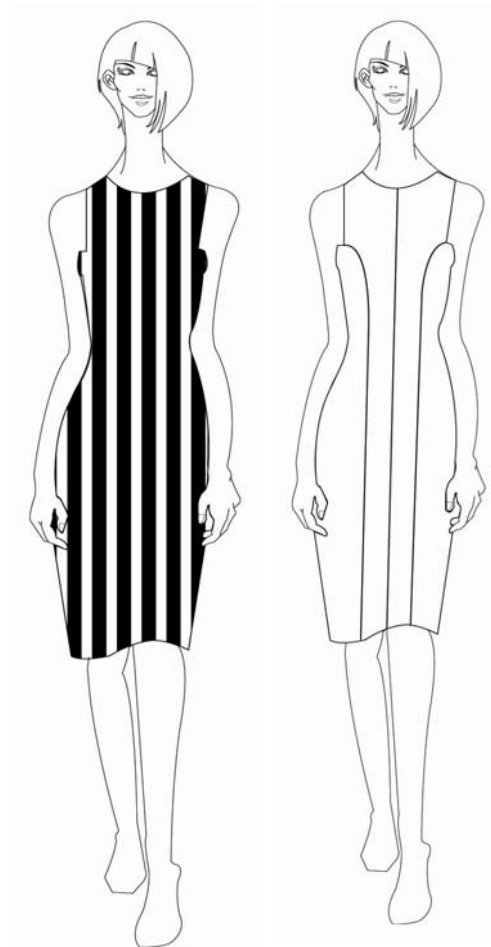
線條是指在服裝上，通過縫合骨、繫結法、圖案、小褶、對比縫線和緣飾等製作細節所產生而帶有方向性的視覺效果。由於線條可將範圍劃分為形狀和空間，因此是最基本的設計元素。線條可硬可軟，可靈活可死板。線條也可以向各個方向延伸，引導觀賞者的目光向周圍、上面、下面或圍繞身體移動。另外，線條亦可以製造出令穿著者看起來更苗條或更豐滿的錯覺。因此，平衡線條的效果是設計師在設計時需要處理的。

(A) 直線

直線可以分為三種：豎線、橫線及斜線。

(i) 豎線

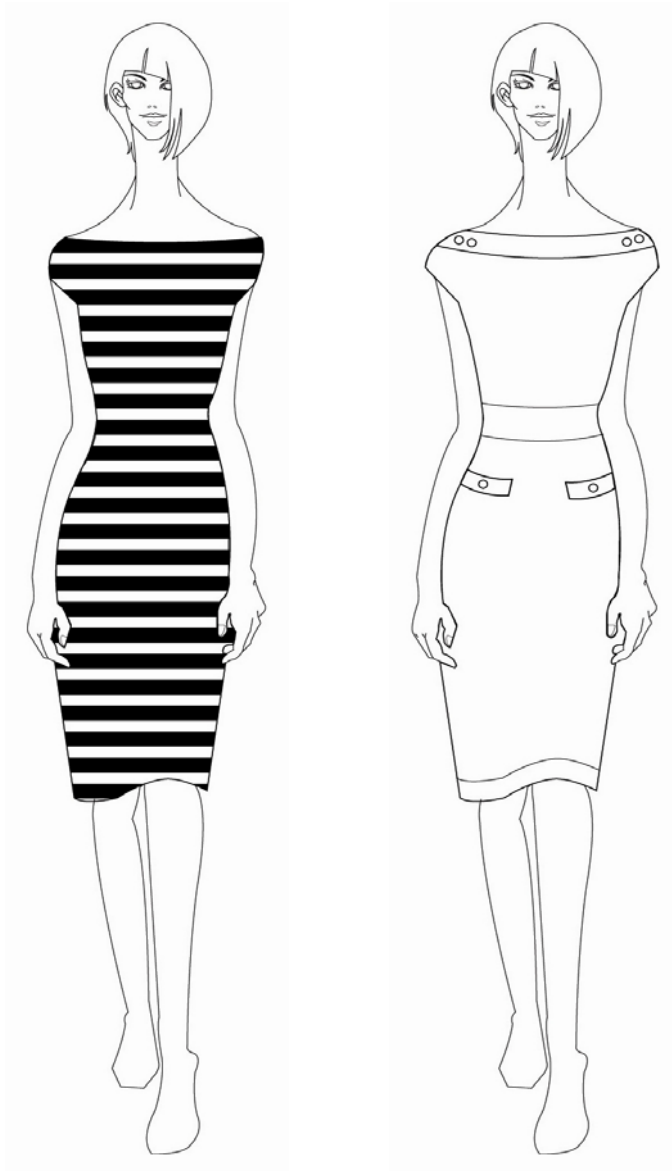
豎線引導目光在觀望時以上下方向移動，從而產生修長和優美的感覺。豎線產生令身體看起來更修長和更苗條，亦可給人一種有力量、高尚和正規的感覺。因此，使用豎線能創造出苗條和修長的視覺效果。



(ii) 橫線

橫線橫跨在衣服之上。這些橫跨在身體的線條令穿著者看起來會短小一些和豐滿一些。橫線往往給人一種穩定和平和的感覺，然而，所產生的感覺會因橫線間的分隔和寬度而改變。

橫線引導目光橫向移動，因此，身體的寬度會受到注意，從而產生身體更寬闊和短小的錯覺。要獲得更寬闊和短小的效果，橫線是最適合的設計元素。橫線令肩膀、胸部或臀部看起來更寬闊一些。同時，寬領、長袖和大衣袋也可以增加寬闊的效果。



(iii) 斜線或對角線

斜線或對角線是在衣服上以傾斜方向伸延的結構線條。斜線從衣服上以某一角度橫跨和圍繞身體，令設計增添動態的感覺和視覺效果。服裝線條也可以通過匯聚或擴散的方式達致更具方向感的效果。

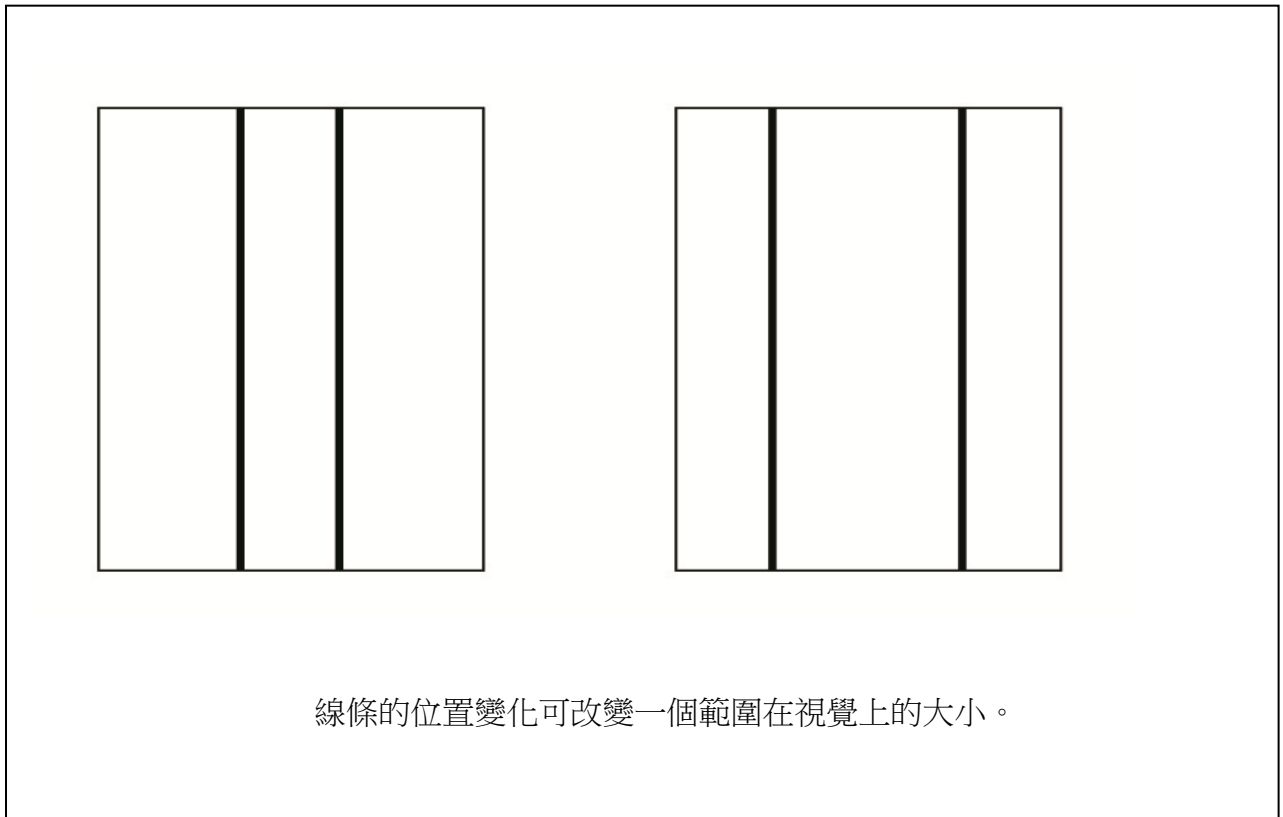
使用斜線的效果取決於線條是以更垂直抑或水平的方向傾斜。一般而言，斜線結合直線和橫線的特點，令人看似線條在垂直與水平之間搖擺不定，因此，斜線給人一種無法安靜、忙碌和不穩定的感覺，但卻產生一種強大動力、活潑和戲劇性的效果。過多斜線傾向一邊會產生向著一方擺動的錯覺，因此一組斜線需要配合另一組反方向的斜線以取得平衡。假如相反方向的斜線向下匯聚，則會營造出線條看似上升，以及產生較輕盈、愉快和更年輕的效果。假如相反方向的斜線向下匯聚，則線條看似下沉，以及產生較沉重、老成、更憂鬱和消沉。對於互相交錯的線條，則效果會看似較活躍。通過靈活的運用，斜線亦可表達優雅的感覺。

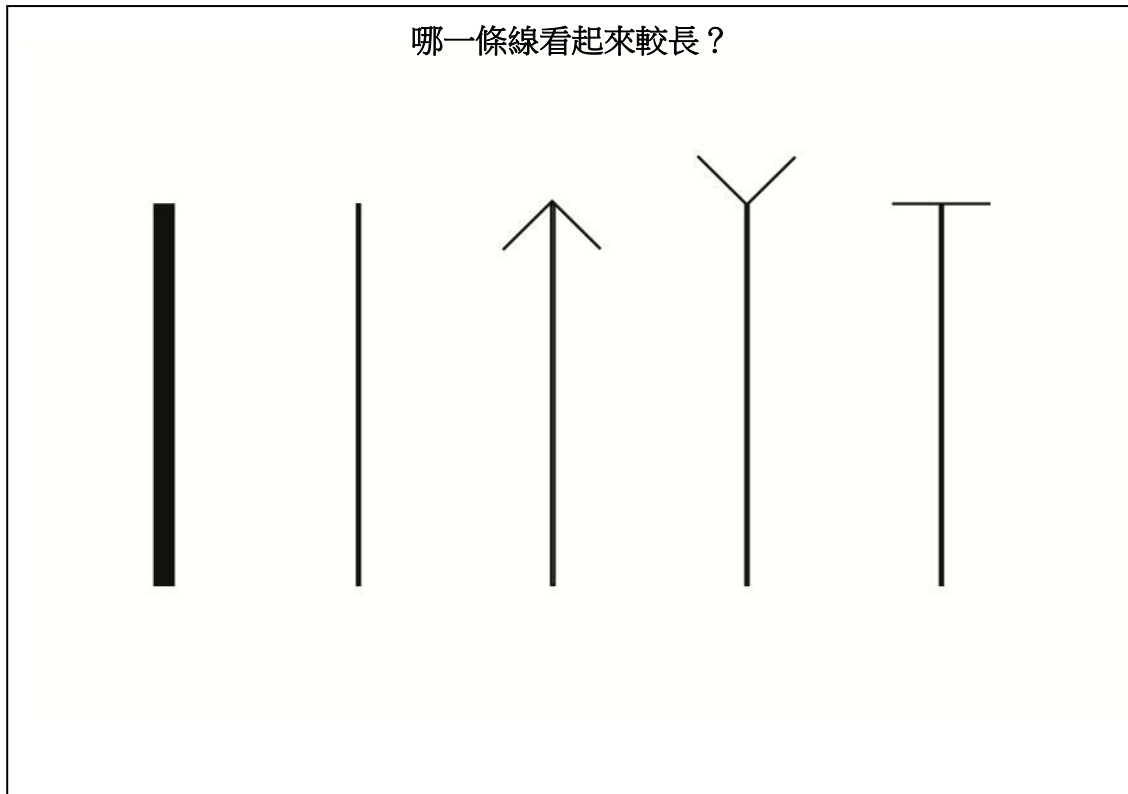


(B) 結構線條的視覺效果

在服裝上組合不同的結構線條，可令穿著者看起來更豐滿或苗條，高一些或矮一些。因此，知道如何運用和在甚麼地方運用結構線條的設計師，可以營造出視覺上的錯覺。

線條的粗細和線條之間間隔會影響視覺上所產生的錯覺。間隔較寬的直線會引導目光沿著線條左右移動，從而令人有增加寬度的感覺。另一方面，間隔較寬的橫線會引導目光上下移動而並非左右。以下圖表是一些例子。





另外，直線亦可表達明確的風格。直線具備正規和輪廓分明的特質，通常用於古典或保守的設計。大部分的行政人員套裝和海員服裝的肩膀、衣袖、衫身、袖口和摺邊位置都使用線條分明的直線或橫線。

斜線具備戲劇性和較為時尚的特質，通常見於潮流服裝。

相反，曲線可以呈圓形或波浪形。曲線可按垂直、水平或傾斜方向伸延，並為衣服增添女性化元素和飽滿感覺。曲線亦為衣服增添柔軟和豐富的感覺，營造出較為平易近人的形象。西部牛仔的襯衫在胸部位置有彎曲的橫擔，較一件精心剪裁的襯衫呈現更為平易近人的效果。

斜線設計的例子

斜線具備戲劇性和較為時尚的特質，通常見於潮流服裝。

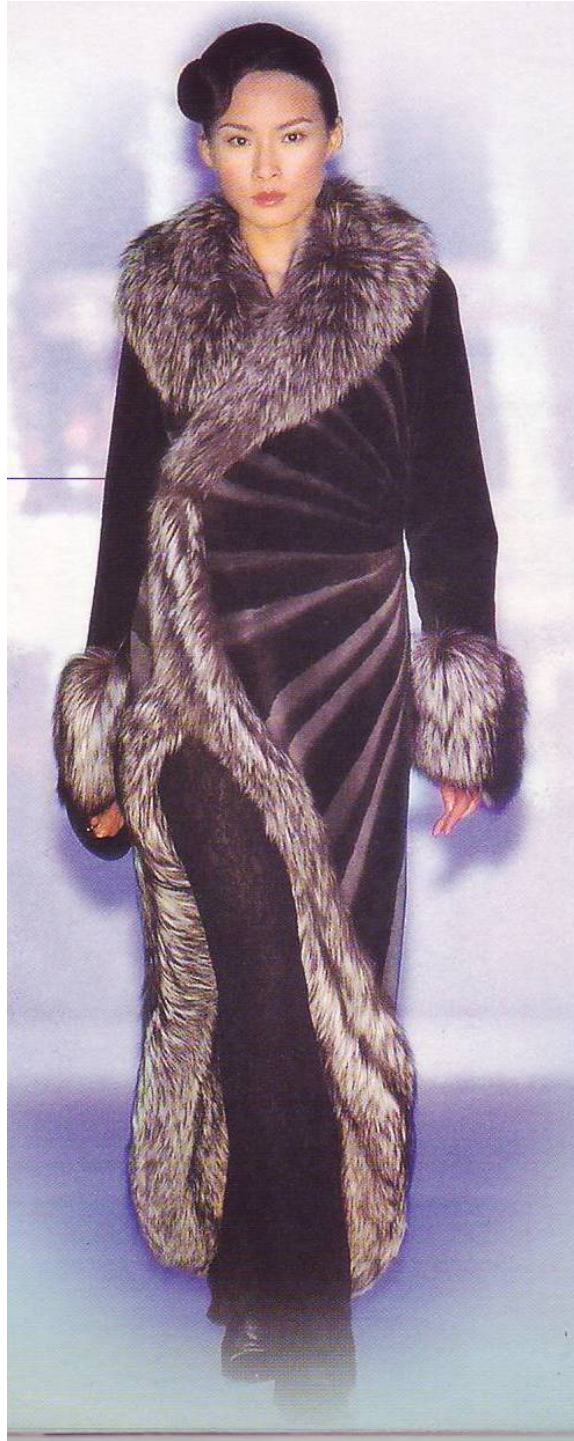


圖 3.7 林世東的設計

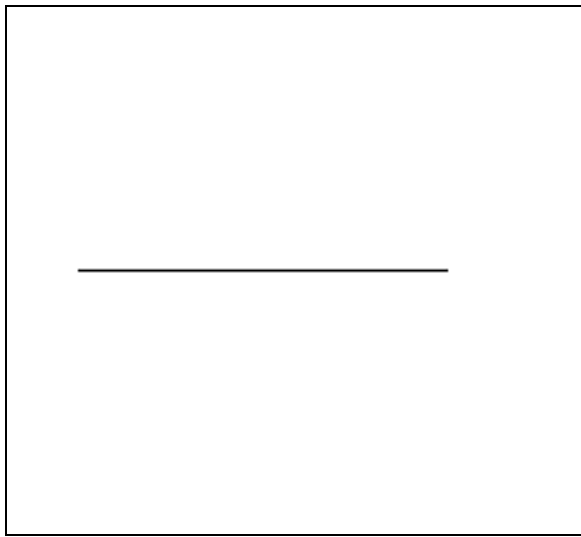
(C) 線條的表達效果

線條可硬可軟，可筆直可彎曲，代表死板或靈活。線條的方向可以表達心情。因此，向不同方向伸延的不同線條，可以表達不同的情緒。

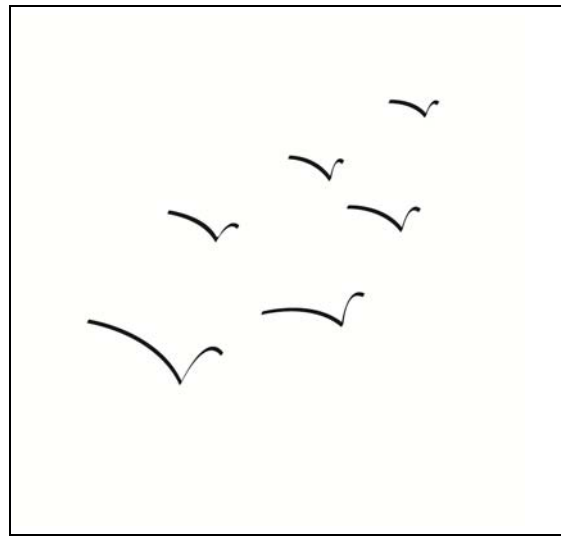
(i) 橫線代表冷靜和安靜。

(ii) 直線顯示潛在的動態。

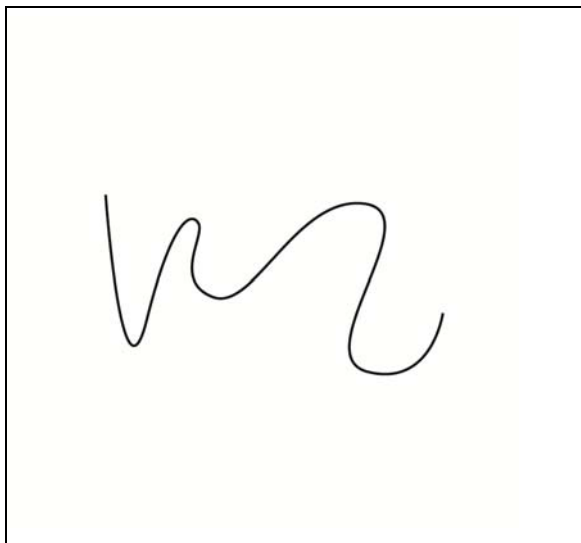
例子：



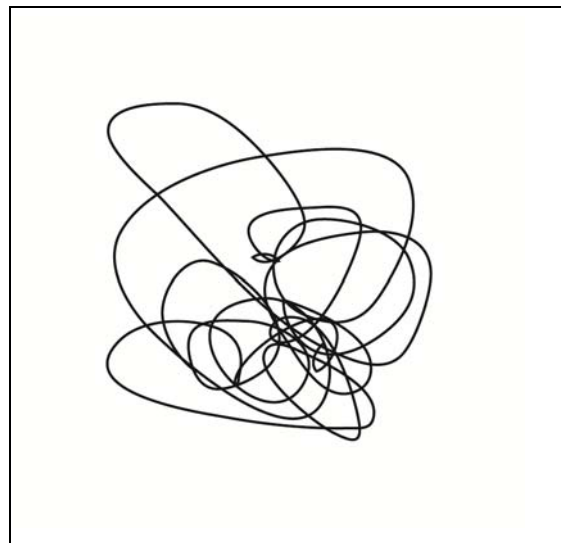
代表安靜、冷靜、整齊和簡單的線條



代表自由、紀律和希望的線條



代表動態、力量和匆忙的線條



代表混亂、騷動和憤怒的線條


3.2.3 形狀和外型

線條的另一個功能是營造出形狀。在時裝行業，通常使用「**Silhouette**」來形容衣服的形状。「**Silhouette**」一詞來自法文，是指「服裝的一般輪廓或形狀」。由於服裝是立體的，從不同的角度看一件服裝，其外型都會有所變化。外型是人們對衣服的第一印象，他們會先看到一件衣服的整體形狀，然後才會查看所布料、質感或細節。外型是設計過程中需要考慮的基本因素。

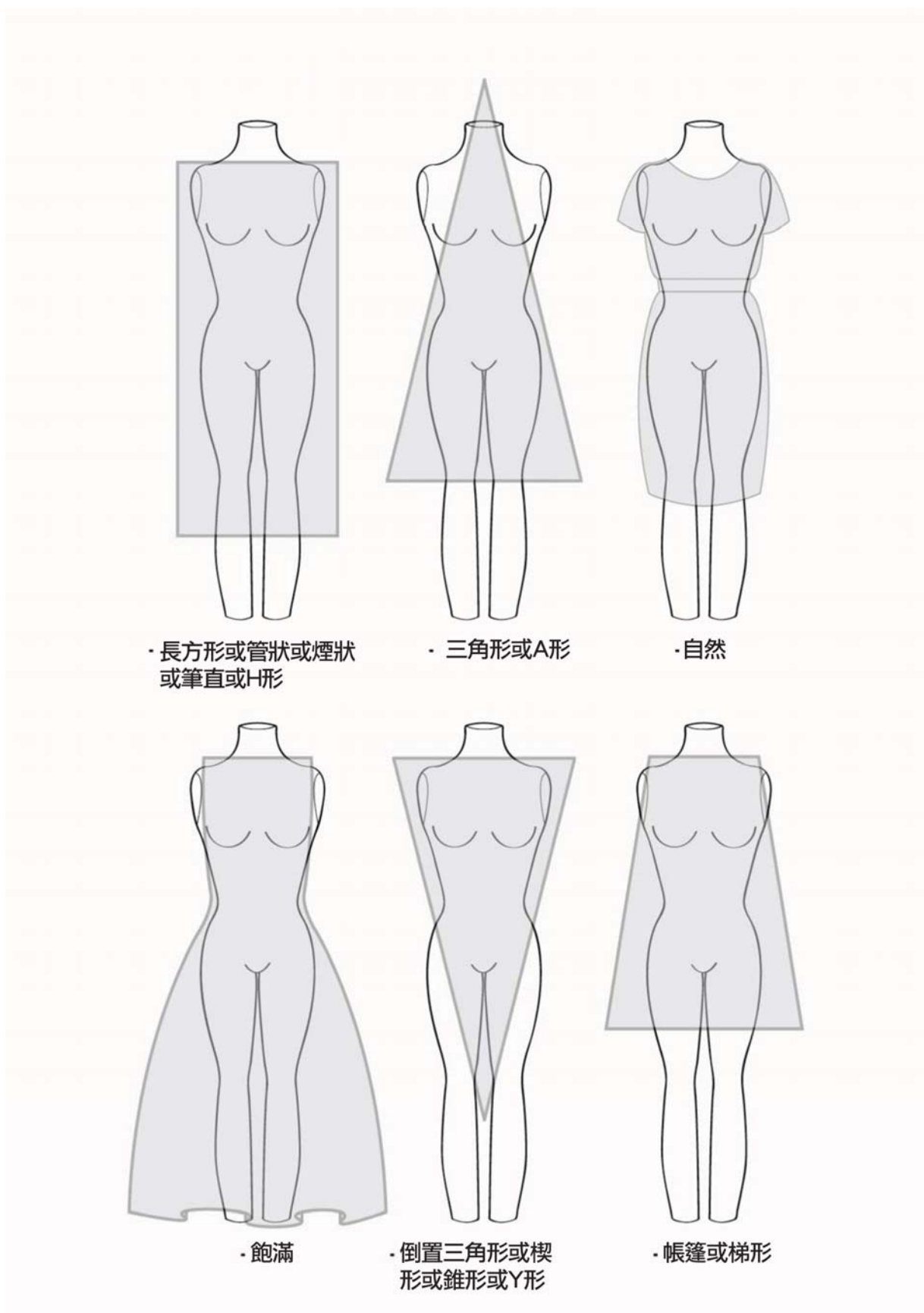
時裝潮流在一個時裝季節裡會影響到哪一種外型將會流行。通常每年流行的服裝外型會不斷變化，時裝設計師亦會不時推出全新的服裝外型。假如時裝表演、網頁、雜誌、店舖和潮流代言人推廣新的「造型」時，時裝潮流可能即時從緊身形狀轉變為管狀。

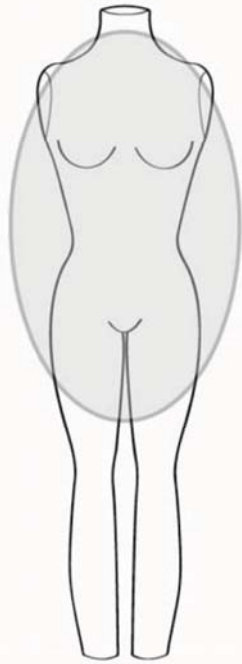
(A) 基本服裝形狀

在時裝設計的歷史中，外型往往會以循環方式不斷重複流行。有時候，沙漏形狀服裝會流行，在其他時候，又會出現忽視身體輪廓的帳篷形狀服裝雄踞時裝潮流。服裝的外型應配合體形結構，但需要加入變化，從而製造特別的效果。大部分服裝會屬於以下四種基本形狀之一：自然、長方、帳篷和飽滿。

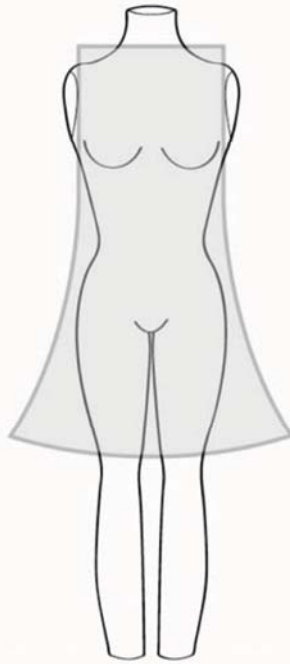
	<p>自然形狀是緊貼身體輪廓的經典形狀。這種外型的衣服強調自然的腰圍。</p>
	<p>長方形狀是呈管狀，強調垂直的感覺。這種形狀的主要線條沿上下伸延，腰圍並無特別設計。長方外型服裝的例子包括 T 襖、直腳褲和行政人員服裝。</p>
	<p>帳篷形狀在近期的時裝趨勢及孕婦服裝最常見。該款式從袖圈起向下張開，腋下沒有暗褶。帳篷形狀服裝的例子包括 A 字型連身裙、喇叭型外套和斗篷。</p>
	<p>飽滿形狀比其他外型有更多的橫向和彎曲線條。百褶裙和禮服裙，長袖和闊腳褲都是飽滿形狀服裝的典型例子</p>

(B) 女性服裝的基本衣服形狀

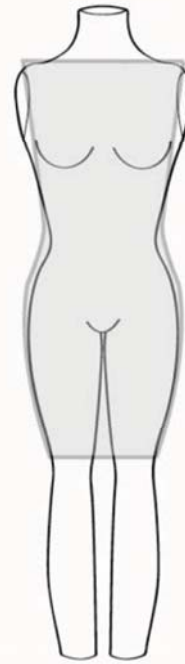




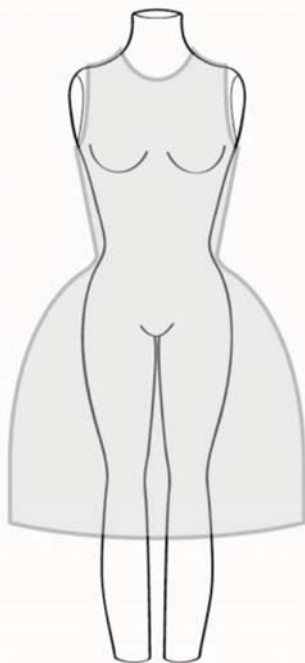
·圓或橢圓或卵形
或蛋形



·喇叭



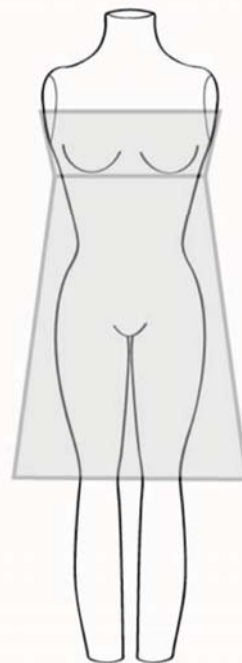
·護套或緊身



·鐘形



·沙漏或身體線條



·皇室高腰形

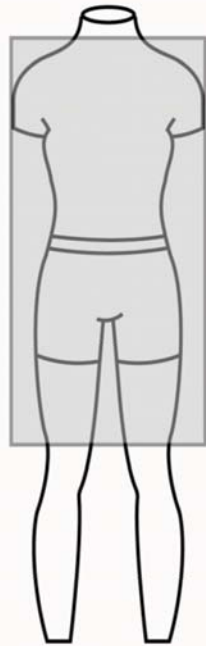


圖 3.8 張小欣的 2007 年系列作品集的飽滿形狀服裝

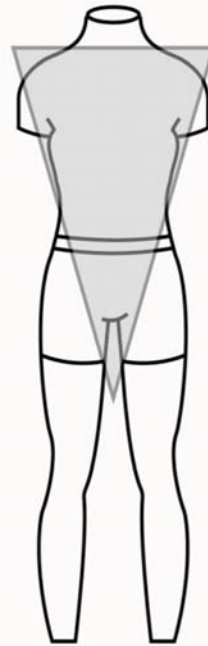
在女性服裝方面，每一位女裝設計師會選擇數量較少的服裝形狀並在整個系列貫徹該形狀，或在一個基本形狀上搭配不同領線和衣袖。裙腳會縮短或延長。相反，在男裝行業，一個系列作品只會有一種外型，不同款式服裝的分別則主要通過其他服裝元素例如：布料和細節表現出來。

(C) 男性服裝的基本衣服外型

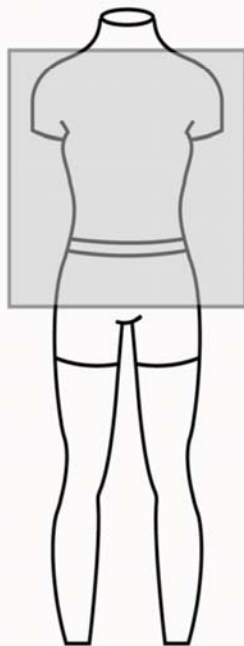
在男裝的時裝歷史上，特別是為男性度身訂做的衣服，服裝外型的選擇通常較少。大部分的男性服裝都屬於以下四種基本形狀：長方形或倒置或三角形或正方形和自然形狀。



- 矩形或筆直



- 倒三角形或楔形



- 正方形



- 自然

3.2.4 質感

質感是指一個物體的表面質量。在時裝設計中，質感是布料的表面特徵，由織紋或光的反射而產生。眼睛能看見光線照射在光滑或粗糙表面的效果，雙手則可感受物體的表面。結合不同的質感例如：使用粗針織的皮革（光滑和草率）能製造出令人驚喜的服裝。所有的布料，包括最薄的雪紡綢、最厚的羊毛和最結實的帆布，其質感取決於四項因素的變化：纖維含量、紗線結構、布料結構和加工潤飾。這些因素都會影響質感在視覺、觸感和質素上的表現。時至今日，質感是現今時裝潮流的一個主要元素，並在一件衣服的視覺效果和外觀上扮演著重要角色。

質感會影響衣服的懸垂效果。雪紡綢既貼身又飄逸，是製造柔軟、女性化款式的極佳用料，而帆布則屬於結實和較厚，適合用來製造屬於較為休閒款式的服裝。

質感令布料表面可反射或吸收光線，從而影響布料的顏色。粗糙的質感吸收光線，令顏色顯得較暗淡。光滑的表面則會反射光線，令顏色顯得更光亮。在磨光的維尼綸（shiny vinyl）或緞紋顯得特別光亮的顏色在粗糙的羊毛或起毛皮革的表面會變得陰暗。

在時裝歷史上，質感被視為一項很重要的元素。單一顏色的服裝如果加入質感可以有良好的效果。通過點綴、折褶固縫、打纜法、密褶和刺繡等改變布料表面的方法都可以改變質感。

實際上，大部分的設計師都會先挑選好布料才會製作設計草圖，他們希望先從質感中獲得靈感，而不是尋找完美的布料來配合設計草圖。另外，質感亦可以像線條、圖案和色彩等元素一樣，為穿著者營造出更苗條或更豐滿身型的視覺錯覺。視乎布料的粗糙或柔軟程度，質感可以影響外型給人的觀感，令外型看起來更豐滿或苗條。在Martin So設計的時尚質感服裝中，上身衣物生硬筆直，下身的雪紡綢半截裙柔軟下垂，兩者形成鮮明對比，並產生強烈而震撼的效果。



圖3.9 Martin So設計的時尚質感服裝

3.2.5 布料圖案

布料圖案由線條、點、形狀、空間和色彩組成。圖案創作可以有無限種類：幾何、植物、條紋、方格、點陣、抽象主題。因此，圖案經常產生趣味和視覺效果。印染布料可以輕易地和迅速地創造出全新的服裝潮流。印染布料亦可平衡服裝系列或種類及增加變化。這些布料的圖案布局可以是不明顯或強烈、大或小、明或暗，有規則或不規則、分散或集中。圖案的題材來源極為廣泛，包括自然圖案、民俗傳說、歷史、建築、壁紙、卡通和個人興趣等。設計師可能從世界各地搜購布料圖案或服裝，以此作為新構思的靈感。最常見和最傳統的布料圖案可以分為以下四個類別：

(A) 幾何圖案

幾何圖案是指梭織、染印或編織的紋理圖案、條紋、方格和蘇格蘭方格花紋，例如：花格棉布、斜紋布、條紋格子布、窗格麻布或細條紋。



(B) 傳統圖案

傳統圖案是指格式化的自然基本圖案。傳統圖案結合條紋的節奏和花卉圖案的柔和自然魅力，例如：麻紗布和彩錦綢上的提花梭織條紋，或麻布上的人工印花。



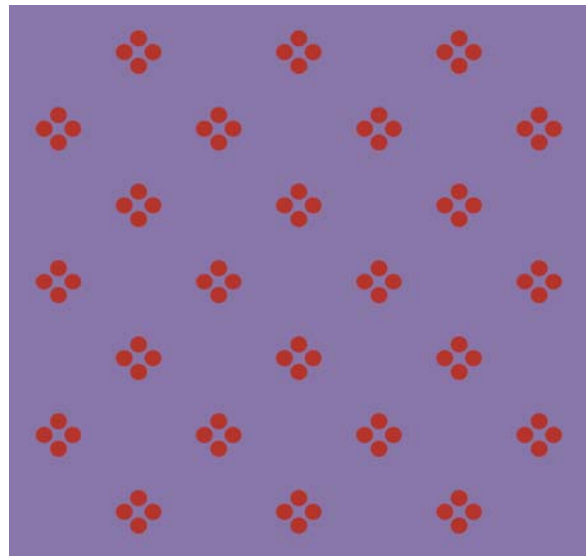
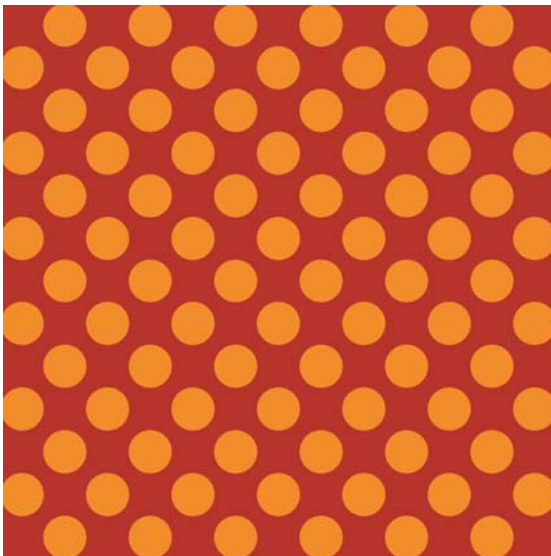
(C) 自然圖案

主要是花卉，但亦會使用其他基本花紋（從豹紋到「士的糖」），例如：醋酸纖維針織布料上的渦紋圖案、棉布上的自然花卉和縐絲上的格式化花卉。



(D) 點陣

例如：棉布上的裝飾點、平縐上的硬幣點和針織布料上的幾何圖案花樣。



(E) 印花技術

印染技術對整個圖案的效果和衣服外觀有著最重要的影響，在現代的時裝設計行業扮演重要角色。部分最常用的印染技術如下：

(i) 木板印花

木板印花是其中一種最早出現的印花技術。這種技術使用刻有設計圖案の木塊或者將設計刻在金屬條內。

(ii) 篩網印花

篩網印花以製板工藝為基礎。首先製作一個細孔絲網，不需要印刷的範圍則化學方式遮閉。每一種顏色需要一個不同的絲網。使用橡膠輥將印刷油墨壓印在衣服上。這種方法可以用人手或機器操作，所用方法則取決於布料是樣板、一次性或用作大規模生產。

(iii) 爛花印花

爛花印花是將一種化學品印在兩由種纖維所製成的布料上的技術。化學品破壞一種纖維而形成接近透明的部分。

(iv) 撥染印花

撥染印花是在布料上印上淺色的色漿，從而在深色的背景上形成光亮的圖案。色漿是用作遮蓋背景顏色。

(v) 刻花輥筒印花

刻花輥筒印花是在金屬輥筒上刻畫圖案，將輥筒塗上油墨並用力轉印到布料上，在布料印上延續性的設計圖案。在大面積的印刷範圍上設計重複的圖案時，這種方法非常有用，因為這種方法能夠產生無縫的印刷效果，而在圖案之間亦看不出有連接位。

(vi) 熱轉移印花

熱轉移印花是將印有圖案的紙張通過熱壓滾筒將圖案轉移到衣服上。若以人手方法，可使用一張有顏色的紙張和熱壓裝置將紙上的染料轉移到衣服上。

(vii) 數碼印花

數碼印花可通過噴墨式打印機將電腦上的圖案直接列印到布料上。可以獲得高清圖案之餘，亦不必使用大量絲網，就可印刷出多種顏色。可使用激光打印機，但成本相對較高。

(viii) 油墨

加入油墨可令顏色變淺或產生手工繪畫效果。植絨製造的絨毛質感取決於植絨時使用的纖維。當油墨塗在布料時會澎張，澎張了的油墨製造出絨毛質感。

在設計時，布料圖案就如布料質感一樣可產生錯覺。例如：顏色柔和的細小圖案通常會令衣服的尺寸看起來縮小。相反，大型的設計會令衣服的尺寸看起來增加。而主題圖案之間有較大距離亦會令穿著者的身型看起來更寬闊。有較寬闊曲線的印花給人一種更為圓潤及身型增大的感覺。

選擇印花、條紋和蘇格蘭方格花紋時要配合身型。小型圖案適合中短身材的人士穿著，但對身形高大的人士則並不適合及無法吸引他人注意。相反，大型圖案適合中高身材的人士穿著，因為這些設計會較身形較小的人士更為搶眼。

3.2.6 色彩

色彩一直是女裝的一項關鍵元素，也是設計程序中一項基本的考慮因素，因為它既是吸引顧客目光的首要因素，也是顧客會否購買的最終決定因素。色彩往往是一件設計中第一項被注意到的元素，也影響著人對這件衣服或這個時裝系列的看法。因此，色彩往往是設計程序的起點。

在歷史上，色彩曾被用於代表等級和專業。例如：金黃色就與王室有關，在中國某些朝代，只有皇帝才可以穿著金黃色的衣服。在西方，黑色成為神職人員和司法機構成員通常所穿著服裝的顏色。在不同地方，色彩的象徵意義往往會有所不同。在西方世界，白色是純潔的象徵，新娘的服裝和進行聖餐儀式的服裝都是白色，但在印度及中國，白色卻是喪服的顏色。

如今，時裝的色彩就像時裝本身一樣不斷變化。新一季的色彩通常是由現有的主色調中衍生出來。早在設計師開始設計一個時裝系列之前，從事時裝色彩預測的公司就已經開始工作。這些公司從多個渠道（如國際布料展覽會）蒐集關於色彩的消息。在這些展覽會上，紗線技術人員、化妝品供應商、裝飾品商人和其他相關行業會展示根據現有的流行顏色所發展出來色彩的最新消息。

紡織業一直不斷發展布料技術，以創造出具創意的織紋、針織、質感和加工潤飾的布料。色彩與質感必須一併考慮，布料表面與所呈現的色彩都屬於不可缺少的元素。

色彩預測、趨勢和關於色彩的消息每年都會分兩次在巴黎、米蘭、紐約、香港和全球其他主要布料展銷會上發布。一些啟發靈感的貿易雜誌會就當前的主要影響因素詳述全新的色彩趨勢，並就紡織品、時裝、化妝品和配襯飾物所使用的色彩提供具體的指引。這

些指引是國際上對時裝和色彩的共識的結果。色彩顧問會密切留意潮流動向，並匯集來自設計師、製造商和零售商的觀點和結論。

(A) 甚麼是色彩？

色彩是指物體的一種屬性，它會視乎特定的波長，根據光波所反射、傳播或散射引起的結果而在眼睛引起視覺感受。例如：一件藍色的襯衫會吸收藍色以外的所有光線，而藍色的光線則反射回到雙眼。因此，這件襯衫看來就是藍色的。白色是所有顏色的結合，因此，一件白色的物體能反射所有顏色。由於黑色會吸收所有顏色，所以黑色不會反射任何顏色。大部分人造光線均類似陽光，但有些燈光並不會發出白光。常用於公路照明的水銀蒸汽燈發出的光線中並沒有紅光。因此，在這種光線之下，紅色的衣服及甚至紅色的嘴唇都不會呈現紅色，因為沒有紅色光線可以反射。它們通常呈現藍色或紫色。



(B) 色維度

色彩有三個不同的維度：色調、明度、彩度。

(i) 色調

不同色彩被稱為不同色調。一種色調是指一種特定的顏色，例如：紅色和藍色。



(ii) 明度

明度是指一種顏色的明暗或不同光線亮度的運用。明度的級別可從白色到黑色。白色是完全光亮；黑色是完全缺乏光亮。加入白色使亮度增加，而加入黑色則會使其變暗。較明亮的色彩叫做**淡色**，而較暗淡的色彩則稱為**暗色**。



(iii) 彩度

彩度也叫色飽和度，是指一種色彩的相對飽和度、亮度（強度）或暗淡程度（弱度）。明亮的色彩被視為高彩度，暗淡的色彩則為低彩度。當某種顏料在加水後而變得暗淡，即表示這種顏料的彩度降低。例如：天藍色為高彩度而柔和的粉藍色為低彩度。

(C) 色輪

基本色彩的最常用結構可由色輪表示。這種特別的結構由三個等級中的十二個部分組成。這三個等級分別是原色彩、二次色彩和三次色彩。色輪內的等邊三角形展示了紅、黃和藍三種原色調。另一個三角形內則展示了橙、紫和綠三種二次色調。其他六種三次色調分別是橙紅、橙黃、黃綠、藍綠、藍紫和紫紅。



(D) 色彩術語

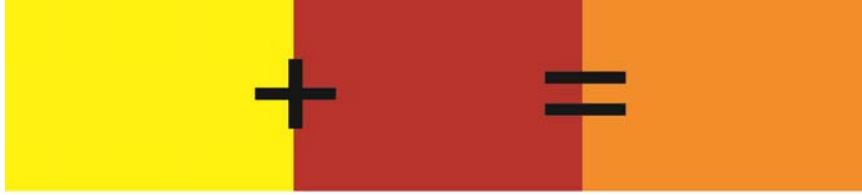
(i) 原色

紅、黃和藍，是不能通過混合其他色彩而成的色彩。



(ii) 二次色

橙、綠、紫是可通過混合兩種原色而成。例如：黃色與紅色混合而成橙色。



(iii) 淡色

純色與白色的混合。例如：紅色與白色混合而成粉紅色。

(iv) 暗色

純色與黑色的混合。例如：紅色與黑色混合而成紫紅色。

(v) 色度

用於描述淡色或暗色的普遍術語。



(vi) 互補色（對比色）

色輪中在對面位置的顏色。例如：紅色與綠色或紫色與黃色。



(vii) 暖色

紅色、黃色和橙色被分類為暖色，因為它們通常會令人聯想到火焰和太陽。暖色會令人振奮、積極進取和充滿生氣。紅色令人聯想到與心靈：情人、愛情和浪漫，以及令人興奮、充滿激情和危險的事情有關。紅色是女裝的常用色彩，也是在每一季服裝中常用的色彩之一。黃色代表明亮、充滿陽光、令人愉快、友善和樂觀。橙色在年青人市場已開始流行。

(viii) 冷色

藍色、綠色和紫色令人想起天空和海洋。藍色代表寧靜、休閒和保守。牛仔布和海軍藍已成為服裝中的經典顏色。因此，很多製造商都會採用藍色，尤其是在春夏裝系列產品中。綠色是一種具有安撫作用的顏色，它意味著和平與平靜。綠色主要以較暗的明度用於秋季服裝。在歷史上與王室有關的紫色已成為財富、尊貴和戲劇的象徵。

色彩可令人對穿著者的身形的纖瘦或飽滿程度產生錯覺。可以利用色彩來突出或淡化對身體某些部位的觀感，也可對人的身高和體形產生錯覺。將色彩並排放在一起時會使人產生不同的感覺。一般而言，較明亮的色彩看起來比起較陰暗的色彩要大一些。

與所有其他設計相關元素相比，色彩可以說能夠對一件物體產生最強烈的視覺效果。例如：暖色和純色看起來與觀賞者的距離較為接近，而冷色則有較遠距離的感覺。亮色和暗色可分別產生擴張和收縮的效果。在觀感上，黃色是最大的色彩，而黑色則是最小的色彩。

此外，色彩也可來突出某種特徵，例如：雙眼的顏色。一些雙眼呈灰藍色的人穿上藍色襯衫後，眼睛會呈現更為明亮的藍色。

3.3 展示時裝設計意念

3.3.1 繪圖技巧

時裝設計師會先將設計繪畫成草圖，藉此與他們的設計團隊、紙樣製作人、樣板縫紉師及買家交流對設計的意見。時裝設計師需具備能夠繪畫設計及令人理解其設計的能力，但他們未必一定需要在時裝繪圖藝術方面具備高超技巧。他們只會有很少時間繪製時裝草圖，並只會記下稍縱即逝的意念。因此，時裝設計師大致上只需要以速繪方式展示意念。

(A) 人體繪圖

當時裝設計師需要將意念迅速傳達予買家時，有能力運用引人注意的方式繪畫出意念會是一項重要資產。身為設計師，必須能夠在觀察一種風格後，分析該風格在視覺上取得成功的主要因素，同時必須能夠迅速評估比例、服裝外型及吸引目光的重要細節。

(B) 何謂時裝趨勢和時裝比例？

時裝能影響社會對人類體形的看法。於 18 世紀，豐滿被視為富裕和健康的象徵，而瘦削的人會被視為過於貧窮而無法得到足夠食物。與此相反，現代人對纖瘦的著迷程度能建立每年價值 330 億美元的減肥行業，並導致厭食症及暴食症等進食紊亂症狀在年輕女性中蔓延（Powers，1996 年）。

時裝設計師需要為未來的世界發掘新趨勢、新現象及市場需要。人口變化、新科技及新的生活方式對未來將會產生極大影響。今天，全世界正在經歷顯著的人口變化；毋庸置疑，這個全球人口變化就是人口老化。嬰兒出生比率不斷下降，而老年人口組別比率則不斷上升。

老年人口由 1995 年起一直迅速增長，而這種增長預計將會持續至 2050 年。那些在未來將擁有大量儲蓄、公積金及自由支配收入的長者將會形成一個龐大的市場。他們將會願意花費金錢在既好看又適合他們穿著的時裝服飾上。能夠滿足這些需要的成衣工業和服裝零售商將會為其日後的成功奠定基礎。

以時裝的基本性質而言，時裝比例會隨著當代的觀感而變化，而這些變化並不會改變人體的基本結構。開始繪畫一個時裝人體的最簡單方法，就是使用**頭部**的尺寸作為人體长度和闊度的量度標準。

(C) 時裝設計繪圖中的女性人體基本比例

典型的女裝人體的特點為、苗條及肩膀寬闊，而與標準人體素描比較時，頭部被繪畫得較小，而頸部及腿部則被繪畫得較長。以普通女性身體計算，頭部約為整個人體高度的七至八分之一（圖 3.10）。就時裝繪圖而言，這個比例縮小至九至十分之一或以下（圖 3.11）。時裝繪圖保留了由頭部至胯部的人體外形基本比例。在腿部增加額外長度是為了使外表更引人注目、造型更清晰，並使衣服更具動感魅力。

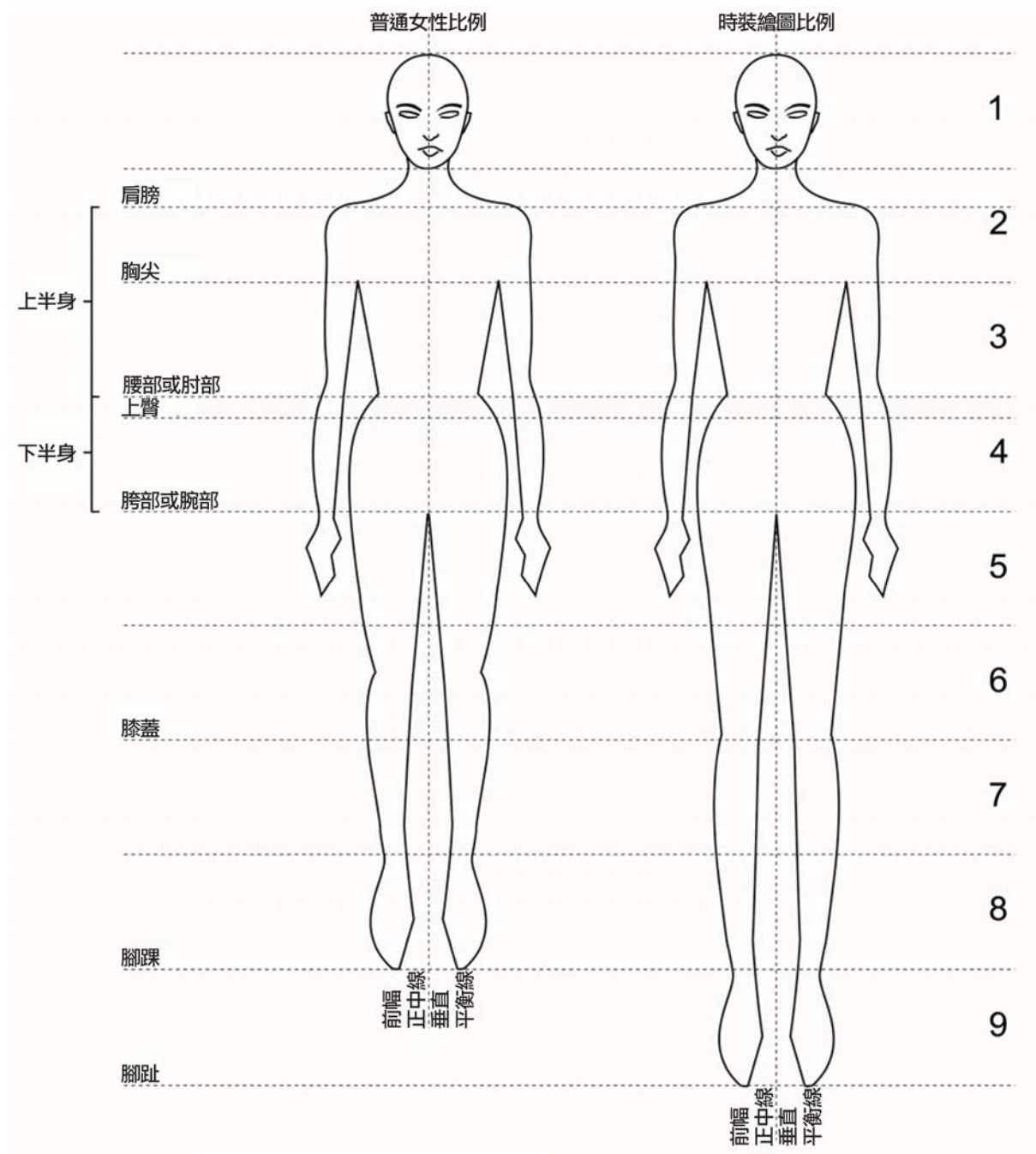


圖 3.10
一般女性比例

圖 3.11
時裝繪圖比例



圖 3.12

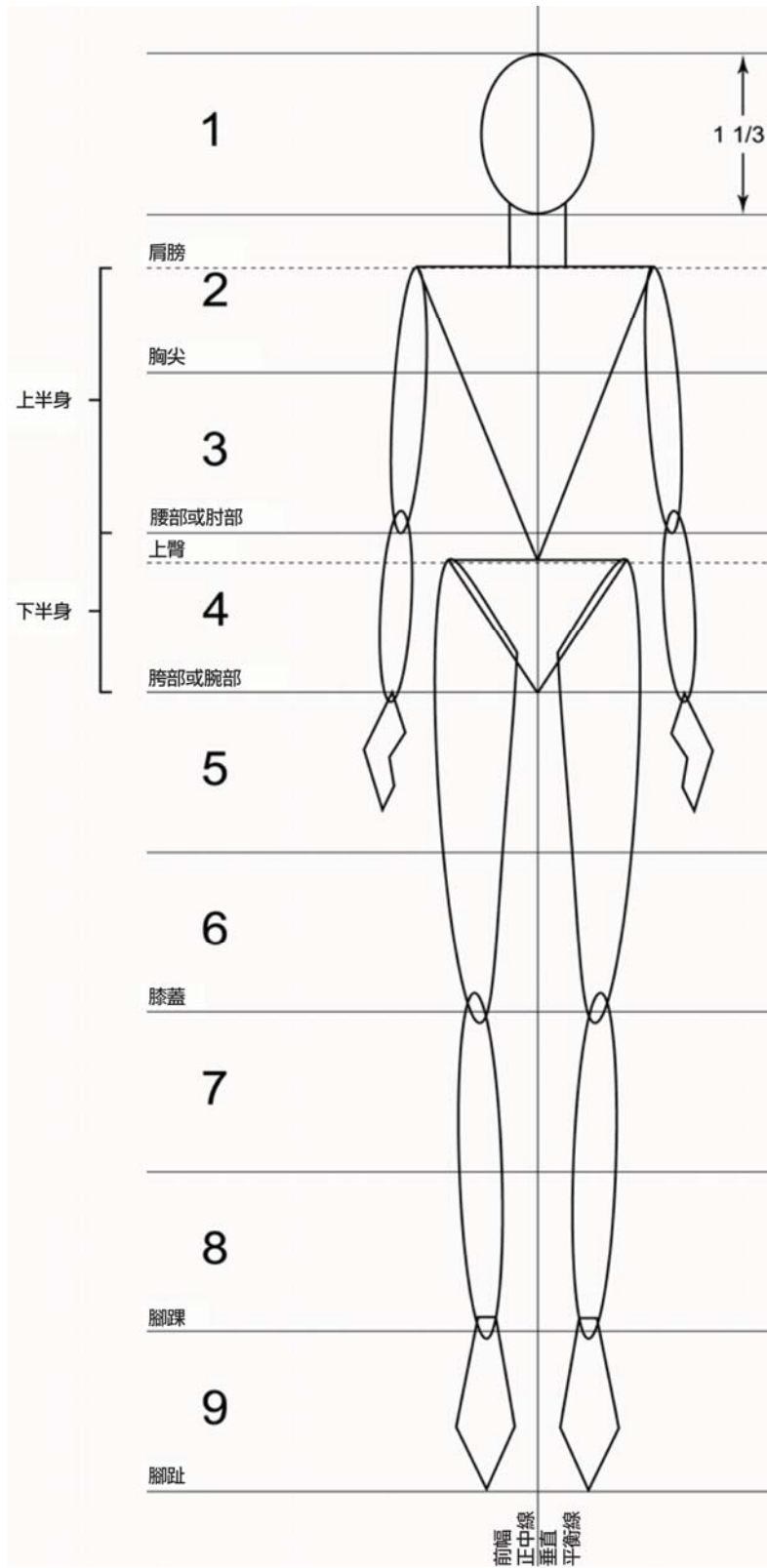


圖 3.13

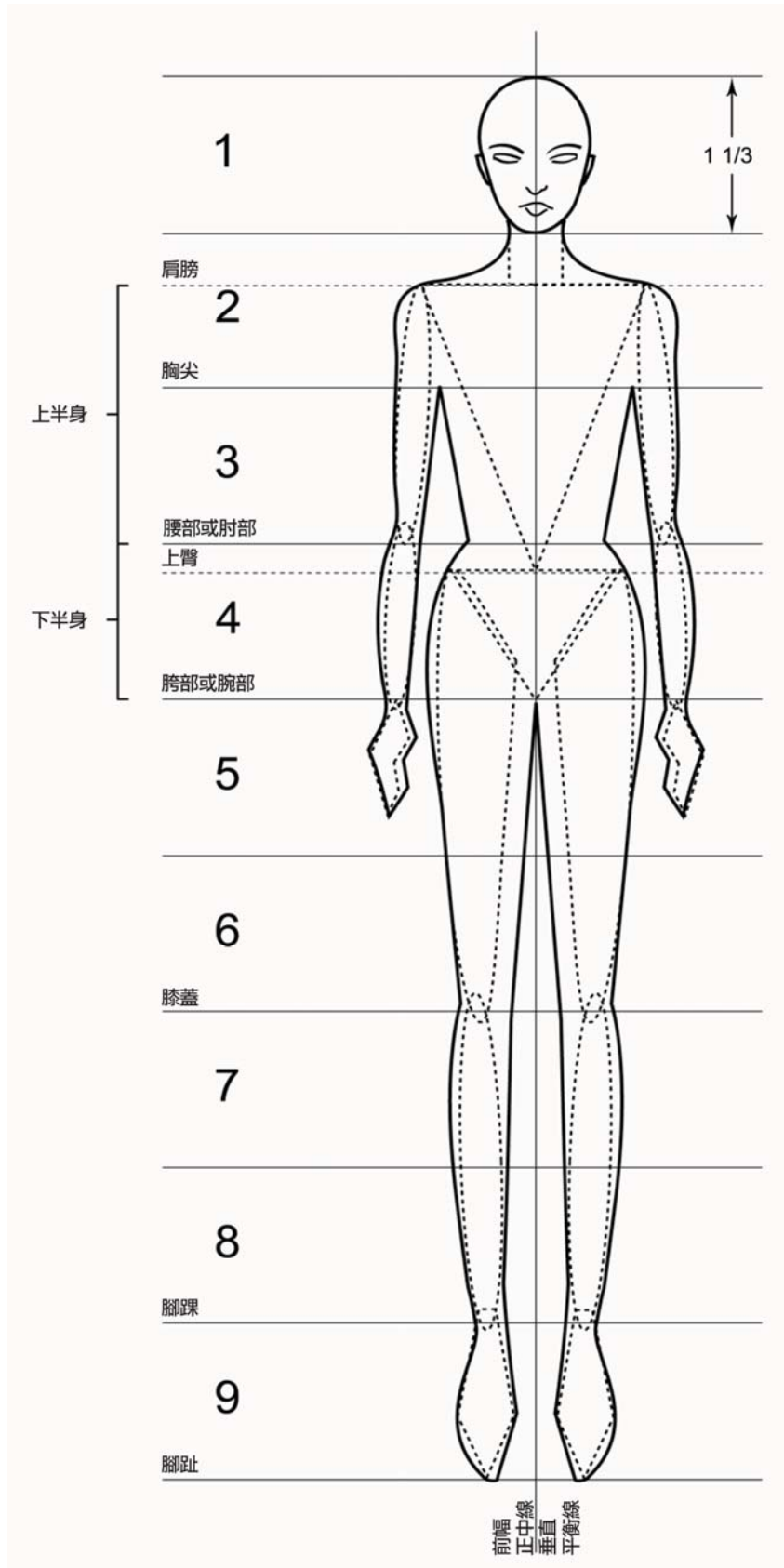


圖 3.14

(D) 男性比例及體形

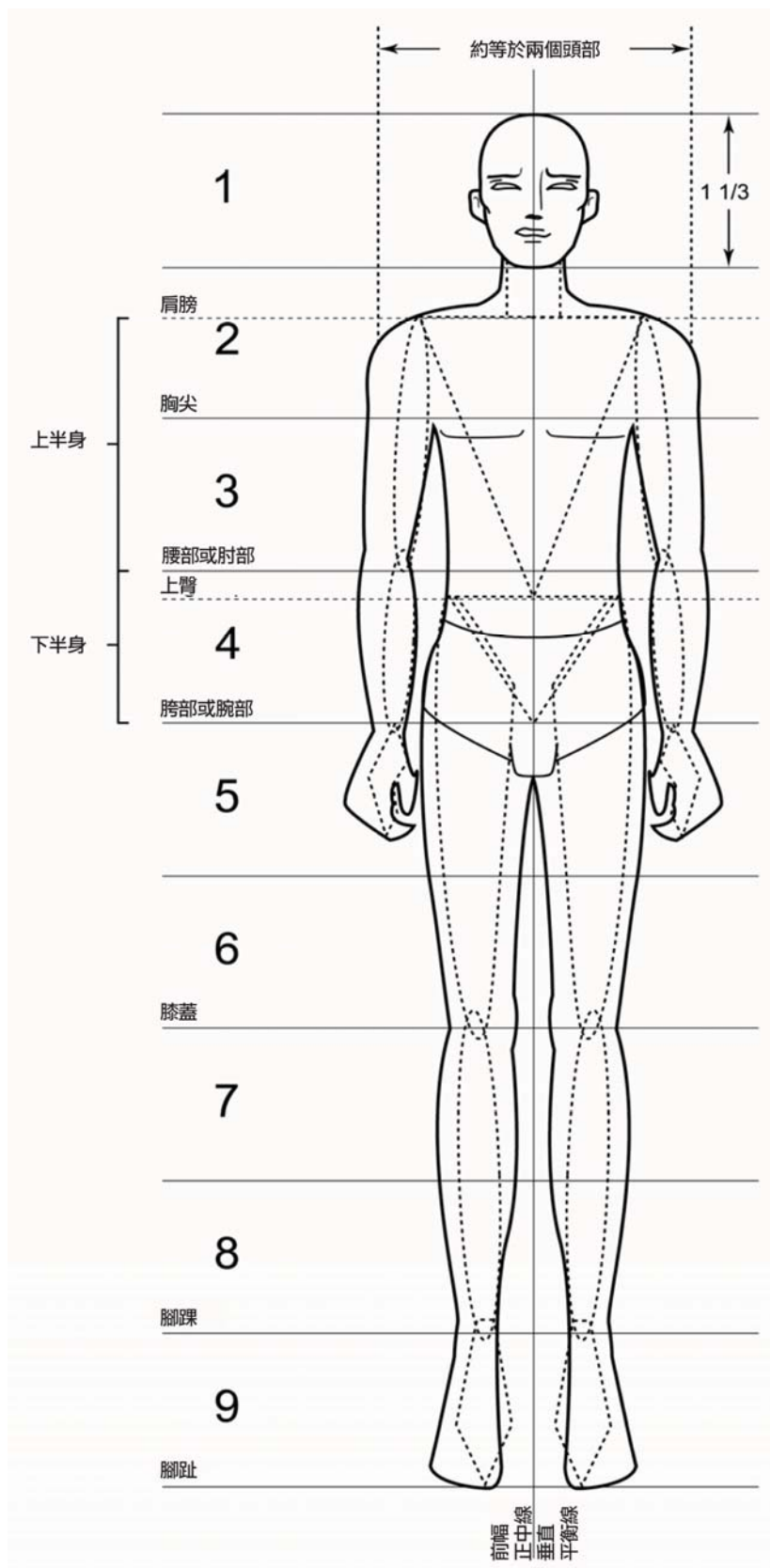


圖 3.15

(E) 兒童的身體比例及體形

正如成人時裝人體，兒童的時裝繪圖同樣以頭部為標準量度，但頭部數目須根據兒童的年齡而變化（圖 3.16）。

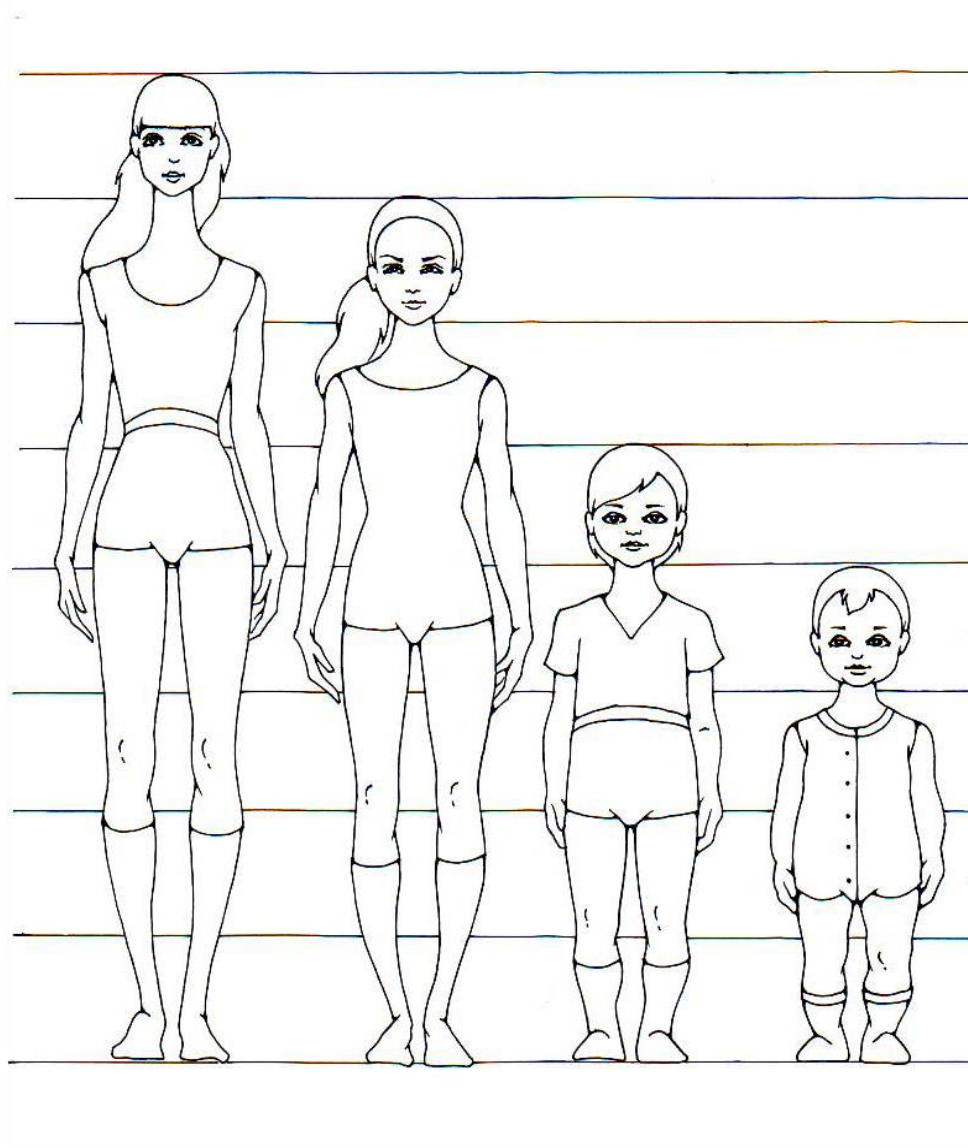


圖 3.16 由嬰兒至青少年期間劃分身體的頭部數目變化

(F) 優秀的時裝繪圖包含甚麼元素？

(i) 構圖與規畫合理的布局

繪圖在紙上的位置和繪圖與繪圖之間的互相關係均非常重要，因它們有助建立設計形象。將草圖與周圍的空間和其他草圖緊密聯繫，可創造出有趣、刺激及協調的整體效果。單獨的草圖可能會顯得單調沉悶，但如果所有適當的組成部分在一個有規畫的布局中融為一體，則主題便會非常突出而且極為成功。

(ii) 正確的目的

繪畫時需考慮展示的目的和目標。時裝繪圖可以是用於展示時裝趨勢的時裝預測板或時裝設計板，亦有可能用於時裝展示板、預測繪圖、在雜誌用作宣傳的時裝插圖或廣告。設計繪圖時應考慮目標市場、項目簡報及製作繪圖板的目的。

(iii) 對構造和形狀的理解

設計繪圖通常是以平面方式來演譯立體形狀。最重要是能透過色度和質感，清晰表達及說明立體形狀的結構。

(iv) 對身體透視和比例的認識

優秀的繪圖無需如照片般準確，但仍然需要具備比率和比例，並將這些因素重現在繪圖中。明白身體透視亦有助繪畫出各種姿勢的正確人體比例。

(v) 線條的節奏

透過線條的粗幼能建立設計的情緒和形態。應用一條連續的線條去繪畫人體，避免出現凌亂間斷的線條。

(vi) 善用畫紙和媒介

不應單靠鉛筆來完成繪圖，而應發掘各種媒介的用途，這些媒介有助將意念表達得更清楚。可使用不同顏色的畫紙和運用各種顏色來繪畫輪廓，並嘗試不同媒介和它們的組合。

(vii) 觀察的驗證

設計繪圖應顯示基本衣物的功用、細節和裝飾，例如：衣領如何形成領線的一部分、一件普通衣服的外觀、衣服的拉鍊及衣領或袖口與衣服餘下部分的比例。

(viii) 探求的驗證

繪圖是一種探索方式，應該顯示如何運用探索並記錄意念、形態、形狀及情感。

(G) 時裝繪圖的種類

時裝繪圖可分為：時裝插圖、時裝草圖、造型圖及製造圖。

(i) 何謂時裝插圖？

根據 Richard Surger 和 Jenny Lidal 在其著作《時裝設計基礎》中（2006 年出版，第 49 頁）所下定義，時裝插圖的重點並非關於設計，反而是要捕捉衣服的神韻。插圖可用於表達一種心情，或設定一個穿著服裝的情境顯示服裝應在哪一個場合穿著，亦可以通過造型、化妝、髮型和姿勢展示會穿著服裝的人的類型。時裝插圖並不需要展示整件衣服，除非插圖所屬圖集內的設計尚未製作成為一件真實的服裝。在後者的情況下，插圖則須取代照片，能展示人穿上著服裝時的效果。

與設計比較，在插圖中畫上標記和使用各種美工材料顯得更為重要。最好的標記方法是以流暢並富於動感的方式畫上標記，而這是一種可以逐步發展的技能。此外，還可以使用多媒體製作更具層次感而又有趣的影像。不同種類的媒體還有助展示不同布料的質感。

隨著科技的發展，時裝插圖家可以選擇鉛筆、鋼筆、畫筆、蠟筆、拼貼、顏料、噴槍、墨水等技藝，或電腦技術。

(ii) 何謂時裝草圖？

根據 Richard Surger 和 Jenny Lidal 亦在其著作《時裝設計基礎》中（2006 年出版，第 49 頁）所下定義，時裝草圖可以用作傳遞設計理念，但也可用作捕捉服裝的神韻。時裝草圖使用圖形來傳遞理念，毋須精雕細琢。重要的是畫作比例要適當。若畫作比例過度失真，則會影響設計中的相關比例。畫作中的服裝穿在雙腿過長的人體繪圖上也許好看，但穿在真人身上時的效果並不一定理想。人普遍相信腿長的人怎樣穿著都好看，這也是腿長的人在模特兒圈子中得寵的原因。

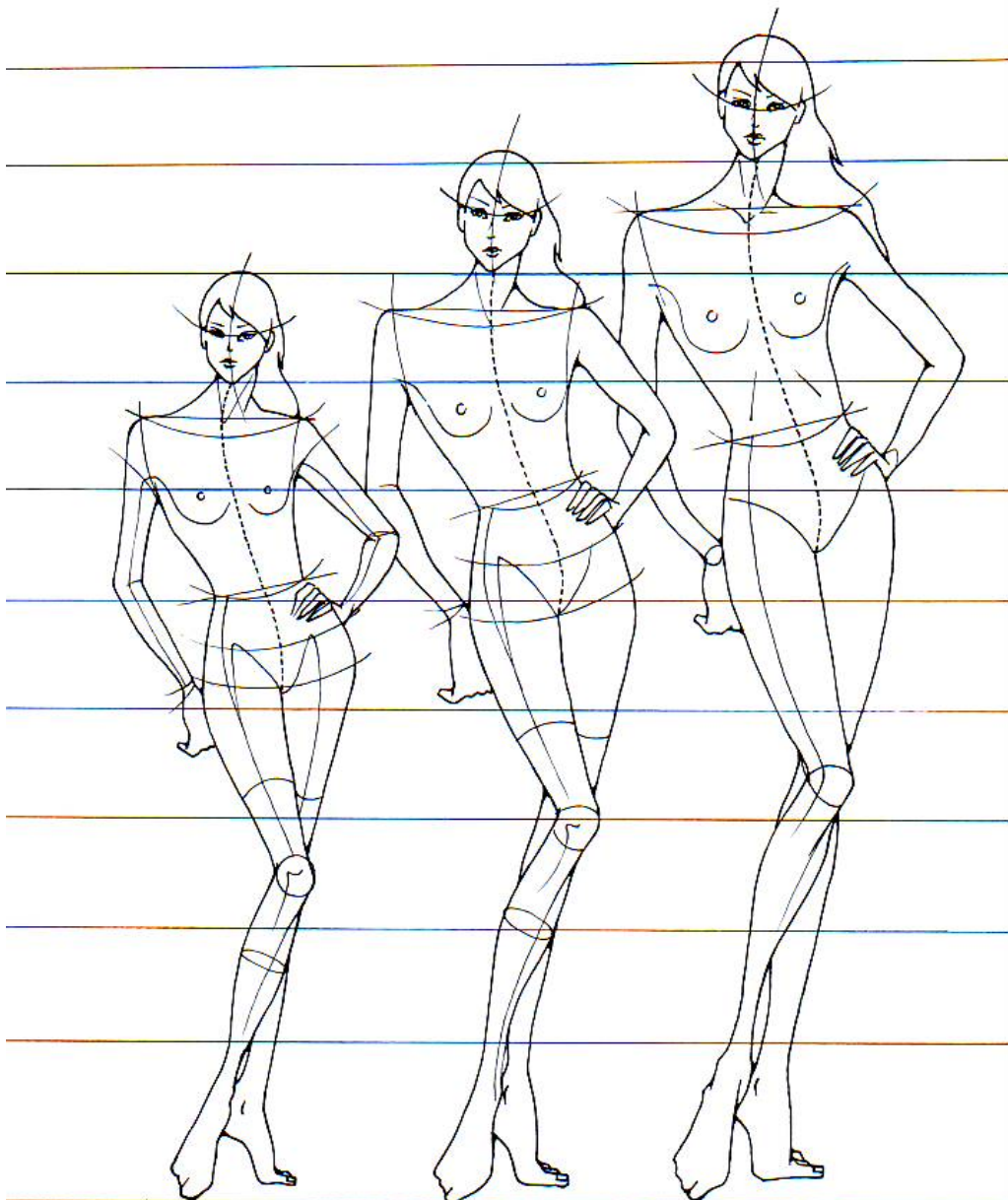
時裝草圖亦需要能在極短時間內完成。由於人的思緒此起彼落，最理想的情況是，在思想被遺忘前就把它們畫在紙上。在畫出設計時，應盡可能把用作參考的顏色和布料也記下來。設計不僅需要注意輪廓和細節，還需注意顏色和布料。

(iii) 造型圖

造型圖的一個作用是出於美化目的而將人物的身形拉長或以造型方式處理。然而，拉長的方式應只限於腿部。造型一語可被理解為跨大身體結構，將身體結構省略至剩餘幾個最主要部分。

對人體進行造型的方法有很多種，其一是將模特兒的身形拉長一至兩個頭的高度。身體比例不變但四肢及身體主要部分的長度則作出改動。

下圖的人物體形被拉長一個半單位，而右邊的則拉長了兩個單位。人物頭部尺寸則大致上維持不變，由於骨盆和脖子稍為拉長，肩膀相應也稍作拉長。由於骨盆部分縮短抬高了下身部分，胸部也被加闊。腰部尺寸縮小，而四肢則拉長，保持與上身的比例不變。腿部明顯也隨體形擴展而拉長。



(iv) 製造圖

製造圖指平面圖（美式用語）、工藝圖、製作圖、說明圖及清楚描繪服裝設計的圖表。它們是按比例描繪的，只顯示製圖線和造型細節。製造圖只包括服裝的正視及背視圖，是一幅會顯示結構及細節的線條圖，多用黑色細線條筆描繪。較粗的筆會用來勾畫縫合骨、暗褶和細節，較細的筆則用來勾畫明縫及特殊的質感。

製造圖旨在協助生產團隊加快生產工序，其中可能包括製板、縫製成衣及查驗等。因此，製造圖必須清晰及能顯示所有細節。由於可能需要影印製造圖，因此在這個階段不應填上顏色。

製造圖在視覺上應保持適當比例，繪製風格應易於被人理解，避免令讀者產生任何誤解，因為任何誤解都有可能影響到成衣生產工序過程中的準確性。除了正視及背視圖外，亦應列出特殊部分的尺寸及分析圖。設計師可通過製造圖列出任何特別要求。

很多公司都會使用製造圖作為與買主、客戶、樣板縫紉工人及紙樣製作員溝通及聯絡的主要視象方法。

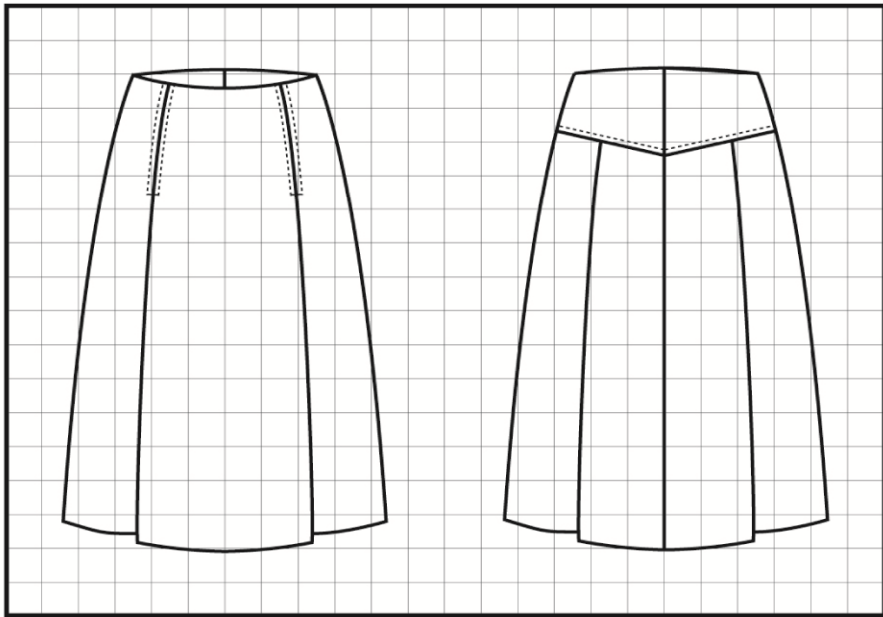
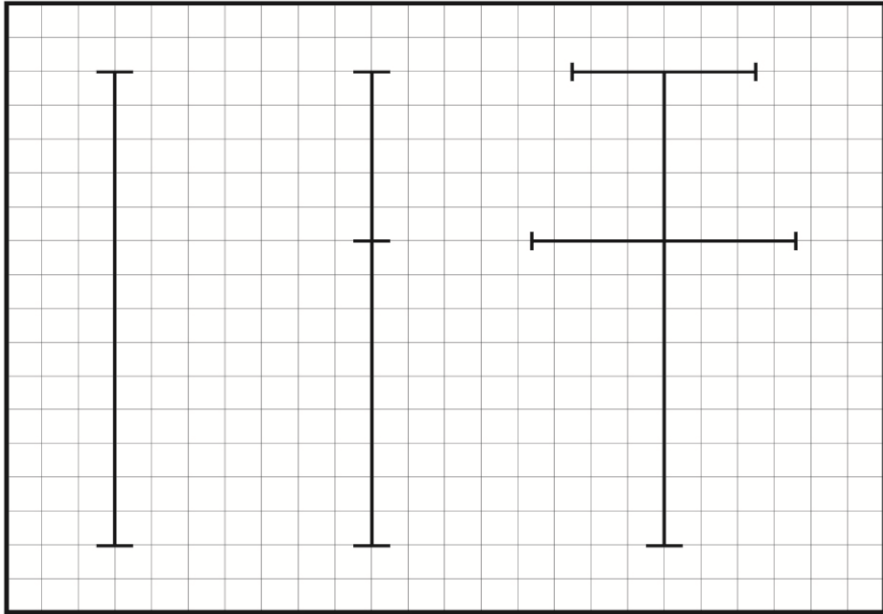


圖 3.17 半截裙

按照先前的指引，以繪畫豎直垂線開始練習繪製上裝。

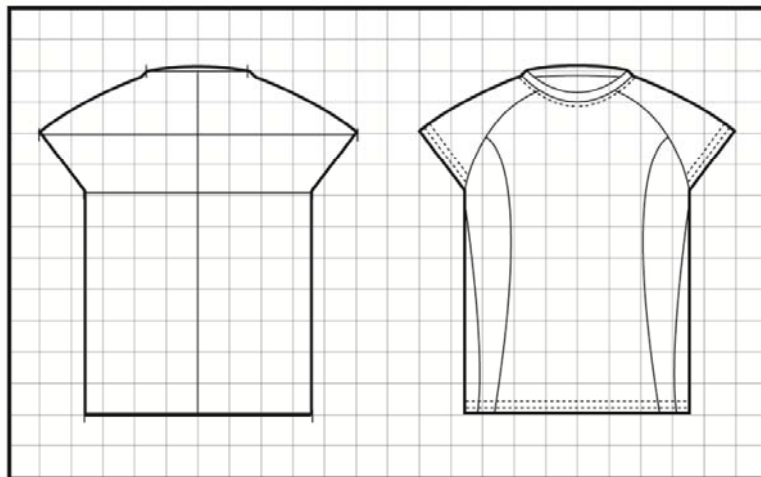
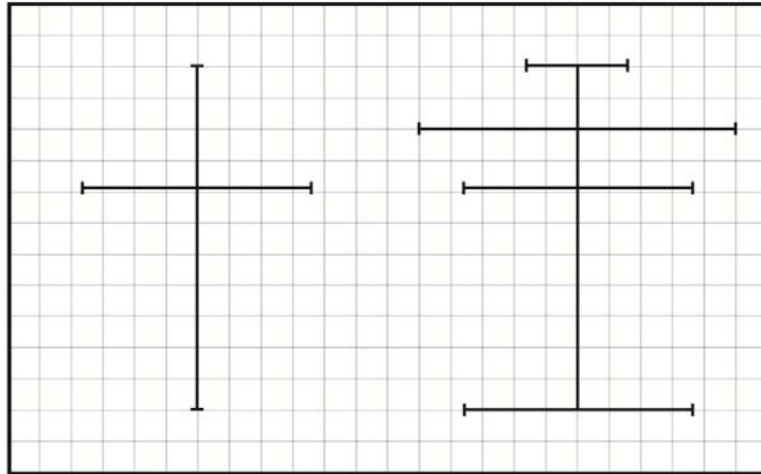


圖 3.18 上裝

3.3.2 資訊科技：使用電腦輔助設計

時至今日，業界已依靠高科技製造技術，例如：電腦輔助設計（Computer Aided Design (CAD)）及電腦輔助製造（Computer Aided Manufacture (CAM)）來製造高質素的時裝產品。科技現在已使分別處於全球不同地區不同城市中的團隊成員能夠以互動方式開發產品。設計師、採購員、買主及銷售人員可以合作編選新的布料及成衣，而製造商則可與零售商及買家合作，在屏幕上對產品進行修改。

時裝電腦化已成為時裝設計師需擁有的其中一個技巧。時裝設計師、平面設計師及插圖師早已使用電腦作為設計工具。電腦輔助設計（CAD）系統正迅速改變時裝設計師的工作方式。傳統上，設計師會親身為設計繪製草圖，隨後則由設計師或樣板製作人將有關草圖轉化為首個原型樣板。這個過程可能會花較長時間。若設計師不喜歡首個樣板，則整個過程須重新開始。有了CAD系統，設計師可以直接在電腦屏幕上創作立體圖像，這個過程將以數碼或屏幕上的立體服裝形式開始。這種服裝形式可被修改，並與設計師的主要紙樣大小的比例和尺寸相對應。

參考《時裝電腦化：設計技巧與CAD》一書，目前有多種電腦軟件套裝已被時裝和製圖業所廣泛使用，其中國際時裝業上最流行的軟體程式如下：

軟件	簡介
繪圖軟件： Corel DRAW、 Illustrator、Freehand	功能強大的繪圖程式，特別適合繪製形狀和線條，可根據規格資料製作製造圖或平面圖和工藝圖，包括時裝插圖和展示作品（匯入照片和掃描等圖像）。
Creative Suites: Adobe、Corel DRAW、 Macromedia	包括繪圖、頁面設計、網頁設計和圖像編輯軟件的圖形軟件套裝。
Adobe Acrobat	特別適合將大型的圖象檔案轉化為PDF格式並可以電子郵件附件形式發送，而PDF格式文件可增添附註、可進行編輯、可使用電子郵件往返傳送。Acrobat Reader（免費下載）可用於在屏幕上閱讀PDF格式文件。
圖像編輯軟件： Photoshop	圖像編輯行業的標準軟件，有功能強大的圖畫及照片編輯程式，可匯入、編輯、管理已掃描或數碼圖象或根據初步概念創作圖象。以繪圖軟件創作的圖象可匯入Photoshop，從而創作令人印象深刻的時裝及布料展示，以便付印和在網上發表。
微軟 Office 系列： Excel、Word、Power Point、Publisher	<ul style="list-style-type: none">● Excel 用於製作試算表及表格。● 微軟 Word 用於製作規格資料和純文字格式文件。● Power Point 用於製作在屏幕上展示的文件，如幻燈片、網頁、視象及電子郵件附件等。● Publisher 是基本的出版軟件，是初次學習圖象的理想起

軟件	簡介
	點。
版面布局設計： In-Design、QuarkXpress (Adobe 公司產品)	屬於廣告及出版行業的標準軟件，用作創造優質的版面設計。
Winzip (用於 Windows 平台)， Stuffit (用於 Mac 平台)	特別適合用作壓縮文件(「zip」或「stuff」格式)。文件繼而可作為電子郵件的附件發送。接收者必須裝有 Winzip 或 Stuffit 來解壓及開啟文件。
網頁設計： Dreamweaver (Fireworks、Flash)、 Front Page、Image Ready (附屬於 Photoshop)	<ul style="list-style-type: none"> ● Dream weaver 是功能強大的網頁設計軟件。 ● Flash 特別適合動畫製作，可為網頁設計增加動態效果。 ● Fireworks 用於製作網頁繪圖，亦是 Dreamweaver、Freehand 及 Flash 軟件套裝的一部分。 ● Image Ready (附屬於 Photoshop) 用作製作及優化網頁圖片。
CAD 套件： Primavision (Lectra 公 司產品)，Artworks (Gerber 公司產品)	軟件套裝的設計目的是為了滿足紡織及成衣工業的特別需要，主要適用於在紡織和時裝設計、放碼、製板、標織及製造等生產過程較長的時裝公司。

上表簡介了時裝行業的常用軟件。最新的電腦技術對時裝設計的工作方式產生了巨大影響，功能強大的圖形軟件為時裝設計師提供了簡便的工具和技術，令他們得以使用數碼方式進行時裝設計，並具備以電子方式與時裝業進行溝通的能力。因此，這次數碼革命為那些既富企業精神又具備創造性電腦技能的時裝設計師和插圖家開拓了一個不斷發展的市場。

電腦輔助設計或電腦輔助製造最初是作為紡織業使用的互動電腦設計系統，隨後被引進成衣業用於製板和放碼，近來更用於時裝設計。專門為小型企業和自由設計師設計的時裝軟件程式為數眾多，而較大的成衣公司則更較多使用功能強大的成衣和紡織電腦輔助設計套裝。這類套裝開發時結合了成衣製造流程的所有範疇，從服裝和紡織設計、製板、放碼、服裝生產到採購和數據管理。因此，這類套裝的價格雖然昂貴，但卻可以使大型公司達到經濟效益的目標。

成衣工業可以自行配置軟件，以滿足客戶對成衣業務任何環節的需要。例如：在時裝設計方面，CorelDRAW 和 Photoshop 等圖形軟件可與功能強大的成衣和紡織電腦輔助設計套裝的軟件系統兼容。

圖形軟件在繪圖、圖像編輯、版面設計和網頁設計等領域提供很多工具和技術。設計師可用此類程式迅速繪製一件簡單羊毛衫或一件複雜外套的簡單技術線條圖、創造時裝插圖。

3.3.3 展示技巧

能有效地向買家或客戶展示作品對時裝設計師是十分重要。一個人的腦子裡可能充滿創新想法並產生最原創的設計，但若然無法與他人交流自己的想法，則這些想法就毫無意義。在時裝業內，第一印象是非常重要的。一個人必須確保能將作品以最專業的方式展示：精心安排、妥善組織、整齊、清晰、準確及具備適當創意。

在主題、顏色、插圖、時裝繪圖板等方面而言，繪圖技巧及電腦都是整理與展示圖像的工具。使用電腦可以很方便地多次重新進行排版、即時在屏幕上看到結果、將結果打印及作出修改。繪圖是時裝設計師交流設計意念的工具。各種展示技術和鑲嵌方法如下：

(A) 展示技術

(i) 主題

所展示作品應具備一個強而有力的主題來捕捉感覺，一般會用大約三個字來作簡短的標題。主題可視乎布料而決定。

(ii) 姿勢

為所希望描繪的特定外觀選擇合適的姿勢，例如：為優雅主題選用女性化姿勢，或為時尚感覺選用時髦姿勢。

(iii) 多種體形

所展示的作品可能需要多個身形來顯示最終設計。各種體形大小無須相同，尺寸的變化可帶來巨大的視覺衝擊，例如：將較大的體形放在較突出的位置，即可構成極強動感。

(iv) 衝擊

將富有動感的大型圖像組合一起較個別展示圖像更能產生視覺衝擊。需要考慮如何將多個組別的圖形呈列及彼此配合。並無規定所有組別必須同樣大小或在觀感上佔據相同空間。可使用對比、光暗、陰影及質感來加強欣賞意欲及戲劇性效果。

(v) 放大及裁剪體形

除了展示完整體形外，以較突出方式剪裁及放大體形，並以較小的完整體形作為背景亦可造成理想效果。當體形下半部分並無任何重要設計細節時，才可加以裁剪。

(vi) 適當的文本及說明

採用書面說明或文字來配合意念時，對所採用的文字結構及書寫風格應細心計畫。文字風格應與主題及／或繪圖板互相配合。服裝細節、布料及顏色可能需作簡單說明。如親筆書寫的文字外形工整且適合用作展示用途，而更專業的方法是使用電腦化或擦貼字。

(vii) 布料

準備適合展示格式的布料樣板。例如：使用雙面膠紙修整布料樣板，以防止邊緣磨損及附著於紙面，或使用鋸齒形剪刀裁剪以防止邊緣磨損。

(viii) 拼布畫

拼布畫可為展示的作品產生立體效果。可使用的物件多種多樣，例如：從雜誌剪下的圖片、照片、各種彩色或紋理紙、透明薄膜、幻燈片、電腦圖像、羽毛、沙粒等。任何與感覺配合及能加強主題神韻的元素都值運用於展示的作品中。

(B) 展示板

展示板應以專業的方式鑲嵌。各種鑲嵌技術如下：

(i) 櫥窗底板

用鋒利的小刀及鋼尺從紙板中裁出底板。將繪圖用膠貼固定在櫥窗的背面。由於需要裁剪精確及極為專注才能令所展示作品得出專業的外觀，因此這種方法最少人使用。

(ii) 平底板

把繪圖放在搭配用的彩色紙板上，並以噴射粘合劑或粘膠加以粘合。在粘合前應確保繪圖的位置正確。用鉛筆在紙板上輕輕標記作為指引。對紙板組合而言重量較輕的紙板較理想，因為它們在疊放後的重量仍然易於搬運。若重量問題並非考慮因素，則可用木板作為展示。

(iii) 手工畫

使用尺子繪畫線條、油彩技術、陰影等方式繪畫邊緣。

(iv) 塑料文件夾（耐用組合）

將展示板放進文件夾內，用粘膠固定在彩色紙張或薄紙板上展示。這種方法能讓展示作品被審查者、買家、代理人或客戶處理時免受損害。由於文件夾是雙面的，可以用一個

文件夾展示兩幅繪圖。以耐用組合運送作品是最安全和最有效的方式。建立耐用組合專集來保存所有尺寸相同的插圖和作品，應避免使用不同尺寸的插圖和作品，否則會使組合顯得凌亂。

(C) 展示板的布局

展示板是一種以創意形式將設計意念展示的專業方法。當草圖在分開展示時，可能會顯得平淡枯燥。然而，當所有適當的成分混合在一起而構成精心規畫的布局時，將會以鮮明及極為成功的方式展示主題。

理想的布局應具有創意及經過仔細計畫，需專注於藝術作品中最重要一面，而不能讓重要性稍次的資料和底板喧賓奪主。應先行確定傳達所展示的信息的關鍵事項，隨後才加入其他事項。不應令所展示作品顯得過分擁擠。簡單就是美。

展示布局的目的是突出時裝設計的整體形像，並顯示正視及背視圖、設計的說明及布料樣板。在開始為草圖定出布局前，先進行一系列速繪，探索在紙張上排放設計的方法。優秀的布局能夠增加作品的趣味，而且布局經常能夠加強設計的感覺及風格。

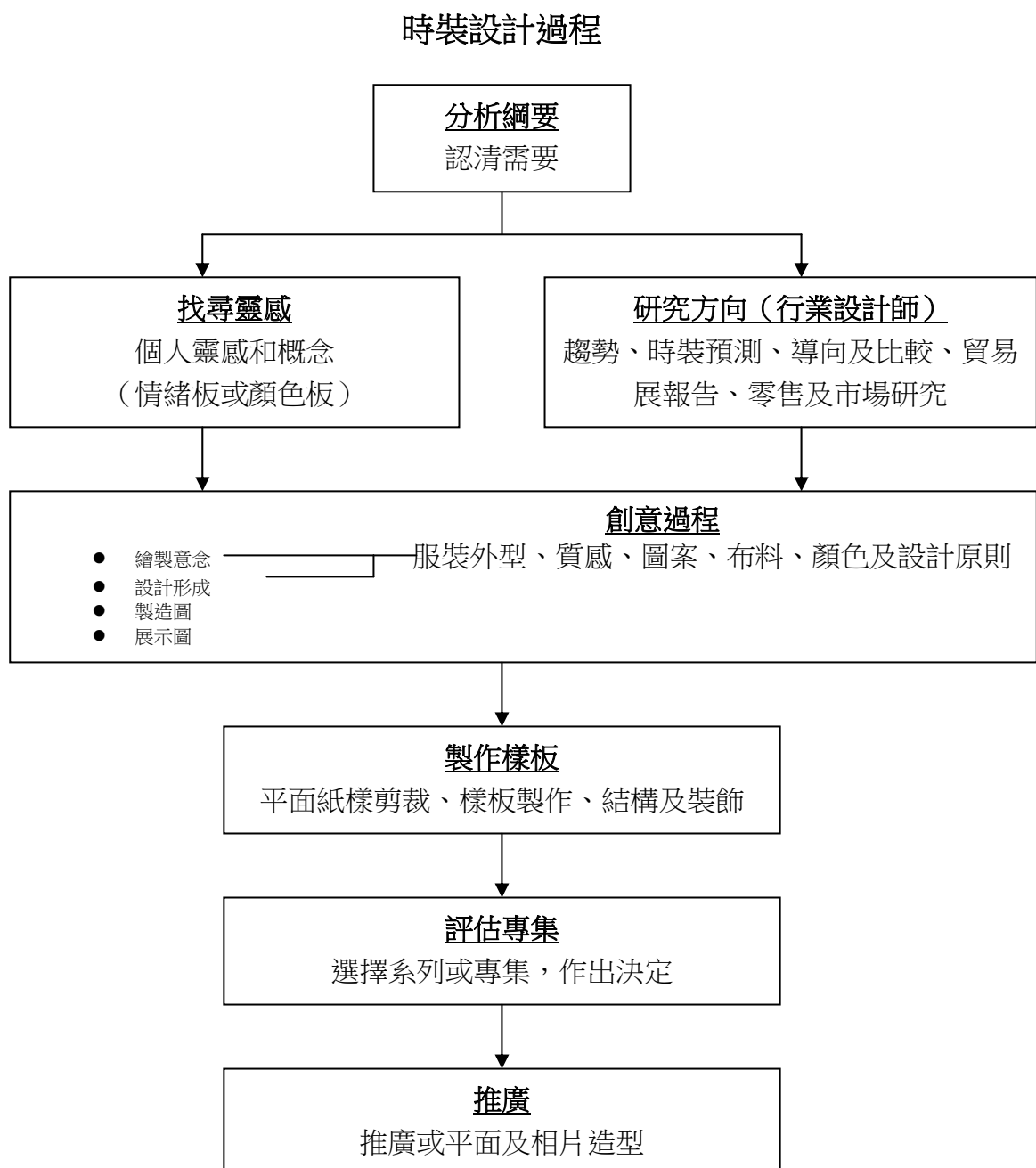
確定最能切合用途的紙張的適當尺寸（長 420 毫米×297 毫米的 A3 尺寸是最常用的尺寸）、質感及顏色。在另一張紙上，嘗試描繪為服裝所選布料的質感及圖案，同時在這張紙上運用不同顏色，以達到與布料樣板完全配合的效果。

作品不一定需要使用複雜的方式展示。展示板的設計應有鮮明的主題，並以能夠清楚表達意念的方式繪畫。顯然，繪畫的質素越佳，所表現的設計理念就越有吸引力。

3.4 時裝設計過程

3.4.1 簡介

對商業設計師來說，製作時裝專集涉及一系列意念草圖、不同的主題及靈感，以及對服裝外型、圖案、質感及顏色的各種試驗。設計師會在自己週圍擺放具有不同意念的照片、布料樣本及任何能激發創意的事物圍。他們亦會走出自己的工作室，前往電影院、零售商鋪,或博物館找尋靈感。他們會帶著繪圖本，無論在甚麼時候及甚麼地點，當產生意念時便迅速記低。



3.4.2 將觀察轉化為靈感

認識及感知是創意的關鍵因素，設計師尤其明白要保持眼界廣闊、發展他們的觀察技巧、吸收視覺意念，及將靈感轉化為設計。無論靈感的來源是樹上的一片落葉或一個燦爛的黃昏，靈感可以來自任何地點及任何時間。設計師必須留意身邊可以激發時裝意念的一切事物。這些刺激元素包括自然、全球事件、科技、經濟、政治、人口和社會變化。要預知甚麼事物將會激發意念或那一個意念可啟發整套專集根本並不可能。

所有設計師均會搜集非常個人化的視覺形象。這些形象可以是繪圖、從雜誌剪下的圖片或材料樣本。所有設計師必須建立記錄視覺形象的習慣，而有關形象可在繪圖本內啟發他們。這個做法可發展觀察技巧以及建立具備實驗意念及想法的個人資料庫。

3.4.3 使用繪圖本的目的及重要性

習慣使用繪圖本建立具有創意的個人專集對設計師來說很重要。設計師的靈感源自哪裡？獲得靈感的一個好方法是留意四周環境。大自然是一個令人驚嘆的設計資源。樹葉、花朵、樹木、雪花、常青籐、水果及蔬菜均可啟發出布料上的圖案。動物亦可引發設計，例如：蛇皮圖案、有關貓狗的設計。觀察周圍的事物一直有其重要性，沒有人會知道這些事物以甚麼程度及如何影響時裝。

獲得靈感的另一個好方法是參觀博物館。在某一年內，四十年代的風格可能成為時尚，而在另一年則可能流行六十年代的打扮。時裝在一個緩慢發展的時裝周期中逐漸變化。

3.4.4 第一階段：分析設計信念

設計項目的第一個階段總是分析設計綱要。當開始製作專集時，應該非常清楚地知道設計對象是誰。在工作開始前，準確了解客戶或設計項目的需要是非常重要的。細讀及仔細分析綱要足以影響成與敗。

(A) 市場及專業領域

在設計時的一個主要考慮因素是能否切合市場需要。設計師必須認識時裝工業的不同市場及專業領域：

(i) 女士服飾

女士的時裝相比男士的時裝及兒童的時裝變化得更快。不同季節的風格及色彩變化相當大，這個情況在大眾化市場尤其明顯。女士服飾市場擠滿設計師，因此競爭極為激烈。出現這種現象的原因，很可能是女士服飾領域被視為不僅可以包容更多創意，而且更為關鍵的是，女士服飾領域比其他時裝專業領域更多姿多采。

(ii) 男士服飾

男士的時裝相比女士的時裝會傾向以漸進方式變化。整體而言，男士的風格及時裝顏色較為保守。因此，除非對所屬市場瞭如指掌，否則極端的風格可能帶來很大風險。男士服飾的銷售額亦同樣較低。一般男士多數會選擇購買較耐用的服裝。以男士及女士每日的穿著比較，男士的服裝種類通常相比女士的服裝種類為少。

(iii) 兒童服飾

兒童的服飾設計可以與成熟而色彩多姿的女士及男士服飾媲美。另外，設計師須考慮安全及健康因素，以及服裝的耐穿性及可洗性。由於兒童服飾很快就不合穿，所以其價格不可太昂貴。兒童服飾包括新生兒、幼兒、小童、青少年男女的服飾。

(iv) 休閒服

休閒服被界定為日常服裝，通常不會在正式場合穿上。隨著青年文化的演變，休閒服在 50 年代獲得重大發展。50 年代的青少年並不希望與父母有著相同外表，因此他們開始按自己的方式打扮。運動裝及地下城市風格成為對休閒服的主要影響因素。

(v) 運動裝

運動裝的設計與其他設計領域不同，運動裝的設計幾乎完全以功能、舒適程度及是否通風等因素主導，會根據要進行的運動或活動的需要而設計。由於布料技術不斷演變及運動裝在當今時裝市場的流行程度日漸提升，所以運動裝設計已成為令人感興趣的設計領域。運動裝並非僅僅針對運動愛好者，它的趨勢更能夠影響主流時裝趨勢。這種現象在運動鞋的設計及分銷中尤其明顯。一雙實用的運動鞋已被視作街頭時裝趨勢，而街頭時裝趨勢反過來被其他時裝產品採用。

(vi) 牛仔服

牛仔衣褲實際上是以牛仔布製造的褲。牛仔布是一種寬闊的梭織棉布，通常染成靛藍色。牛仔衣褲最初是作為勞動工作的服裝，於五十年代在青少年之間流行起來。時至今日，牛仔衣褲已真正成為其中一種國際性休閒服裝。牛仔衣褲幾乎可適合於所有場合、經濟環境、種族、性別、年齡、國家及被各階層人士認同為一種休閒及西方的生活方式。

牛仔衣褲的設計包含多種風格及顏色。隨著每個季度的布料及洗濯方式的發展，設計師不斷重複創造牛仔服產品。

(vii) 晚裝

晚裝比日常便服更為嚴謹。即使時至今日，男士晚裝仍然頗為傳統，而女士晚裝則超越傳統，只要想像得到的都有可能。晚裝服飾多數以較幼細、較昂貴及獨特的布料製成，例如：雪紡綢、絲綢、緞、塔夫綢。晚裝多數在不同季節都可以穿著，所以要將今年與明年的晚禮服區分確實並不容易。

(viii) 訂造衣物及正式服裝

訂造衣物比休閒服裝更講究結構及合身，因此需要特別的技巧來縫製。訂造服裝讓人有嚴謹的感覺，而且在許多工作場所被認為是合適的穿衣標準。

(ix) 針織衣物

針織衣物的設計師要負責就每一個季度而決定紗線、針法、色彩及適當重量，因此，他們是唯一同時構思服裝的布料構造及設計的時裝設計師。

設計綱要包括將要設計的服裝的詳盡資料，例如：將用於生產過程的布料樣板。如果沒有附帶布料樣板，設計師須自行採購合適的材料。典型的綱要內的資料包括以下數項：

- 將要設計的服裝類型。例如：女士服飾、男士服飾、晚裝、女裝內衣、休閒服、針織衣物
- 服裝所適用的場合或活動。例如：滑浪、跳舞
- 季度
- 所需的時裝形象。例如：不同的年齡範圍、正式或非正式風格等
- 價格範圍
- 主題
- 最後限期

已經投身這個行業的設計師的客戶可能是來自不同類型的公司，而這些公司的要求可能有重大差異。某些時裝企業會希望獲得有助他們銷售現有時裝系列的意念，不需要革命性的設計，但需要重振他們的優秀意念。但其他企業則希望創造強而有力的嶄新趨勢。

如果綱要是口述的，在細節未能以足夠清晰的方式告知設計師或細節過於含糊時，設計師或許需要提出以下幾個問題：－

- 需要甚麼樣的「外形」或「品牌形象」？
- 綱要針對的是哪個季度？

- 客戶是否需要參考任何雜誌或標誌？
- 服裝是為甚麼類型的店鋪或市場而設計？
- 公司或製造商在有關機器及生產方法方面受到甚麼限制？
- 預期服裝或套裝將以甚麼價格銷售？
- 最後限期是甚麼時候？
- 預期涉及多少工作量？

(B) 按成本設計

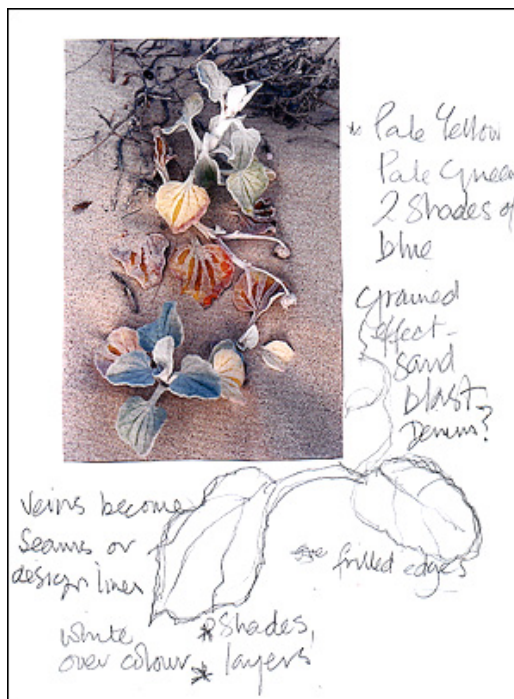
設計師分析綱要會從解構開始。將綱要進行細分，嘗試決定及認清客戶的需要。當客戶試圖說明他們對問題的看法時，他們在綱要所說的往往會是模稜兩可。

3.4.5 第二階段：研究靈感

人們通常對時裝設計師如何產生如此多創新意念感到好奇。事實上這些意念絕少為全新創作，設計師只是透過重新營造周邊的環境來創造意念。

作為基本法則，當製作新專集時，設計師需要多項靈感來形成意念。靈感可以來自任何地方及任何時間，無論靈感的來源是來自樹上的一片落葉或一個燦爛的黃昏均可。優秀的研究會自動影響服裝意念的形成。這些意念可能完全屬於原創，亦可以受到當前趨勢的影響。

靈感的來源亦可能與設計師的個人經驗有關。它們可能來自博物館或明信片、來自互聯網或家庭相片。其他研究範圍包括繪畫、花卉、建築、家具、原材料，甚至來自世界不同地方的電影。無論是在度假、購物、運動、逛街、閱讀雜誌，或是參觀電影院、博物館、展覽及跳蚤市場，以及看表演及電影時等，均可以進行觀察。



事實上，從定義來看，時裝是對有關時代的一種表達方式。對行業設計師來說，他們應該經常對當代的時尚脈搏有所了解，包括時裝趨勢、街頭文化、次文化、音樂潮流等。每個時裝季度都有一種獨特清晰的形態，這情況並非巧合。不同的設計師會設計出類似顏色的時裝系列及服裝外形，因為他們都能夠察覺到整體趨勢。整個行業（包括布料廠、生產商、零售商及媒體）都按既定的循環一起方式出席相同的貿易展。

如何創作意念和顏色展示板

設計師一旦已搜集足夠的圖象及意念，則將會是開發設計的時候。他們可能會按要求在設計過程中製造「意念展示板」或「顏色展示板」。創作意念展示板是極為有趣的事情，並有助篩選所收集的研究資料。這是一個組織思緒及所收集的圖象的第一個階段。

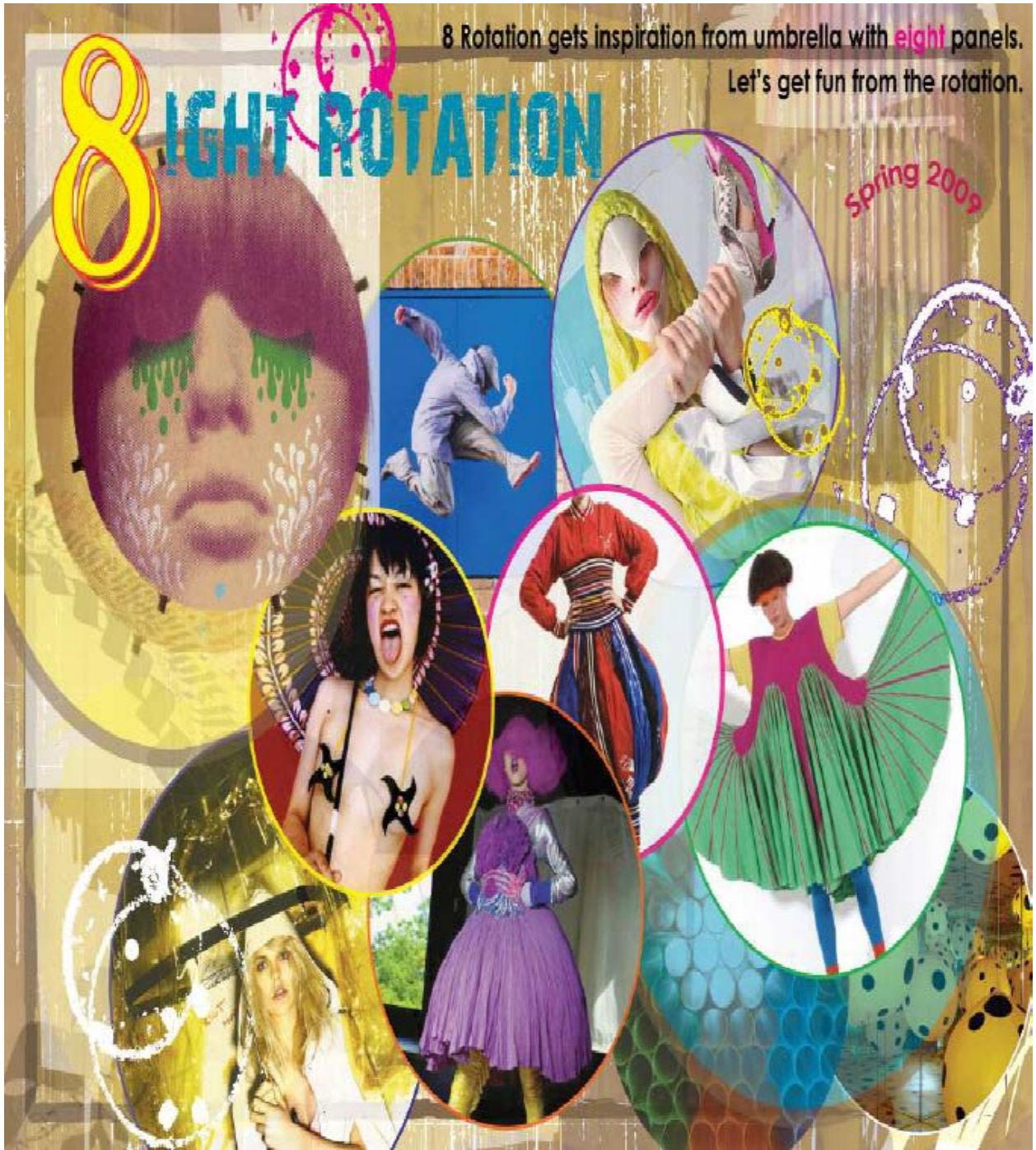
這是時裝設計過程的一個重要階段。「情緒」是精神的狀態，例如：喜悅、滿足、悲傷、沮喪等。這種思想狀態來自對一種刺激或一系列刺激所產生的反應。這些反應可以從直接及即時以至緩慢、隱晦及潛意識等不同的層面出現。這些反應會透過多種聯想而產生，包括會讓人們憶起過往經驗的色彩。

例如：目睹一組活潑的色彩可能會讓人回想起一組珊瑚，而這些珊瑚可能在某個暑假時在海洋裡見到。該記憶可能已成為一次愉快輕鬆的經歷。所以人們對這組活潑的色彩的反應可能會產生一種愉快輕鬆的心情。相反地，這組色彩可能讓他們回想起在一個親密好友或親屬的葬禮上見過的花朵，所以他們的反應可能是一種悲傷的心情。

8 Rotation gets inspiration from umbrella with **eight** panels.
Let's get fun from the rotation.

8 EIGHT ROTATION

Spring 2009



意念展示板應能夠展示設計師在設計項目內的心境或喜好，並能反映目標客戶的需要。在組織從研究得來的圖圖像的過程中，需要修訂及順序處理所選擇的圖像以及確認季度及顏色系列。顏色會反映選擇的季度，例如：軟粉彩系列能顯示有關夏季的概念，但無論是哪個季度，這些顏色系列須貫徹應用於整個項目之上。



正如以下例子，一塊成功的意念展示板會帶出獨特而直接的信息，表達設計意念及心情的核心元素，並可概括主題所涉及的事項。

圖 3.19：在以下意念展示板中，以一個獨特的未來作為主題，以多個帶金屬性顏色的圖像組合而成。



圖 3.19 意念展示板的例子

意念展示板有助縮減以下過程及形成意念。由於主要的意念已被順序處理，它們會演變成清晰的思路過程，而製造設計作品的工作則變得非常簡單。

3.4.6 第三階段：研究方向

從商業角度而言，設計需要具備知識性並考慮到目前及今後的時裝潮流的發展。因此，所挑選的內容是否適合該季度變得極為關鍵。在資料收集的過程中，有多種多樣的來源可為行業設計師提供協助。

(A) 潮流和時尚預測

趨勢會受到全球性事件、科技、經濟、政治、社會、人口因素的持續變化，以及生活方式、媒體、零售的演變所影響，它們能為行業設計師提供關鍵的設計方向。

預測者的成功有賴於能確定潮流並在適當時間為個別市場而發展相關的潮流。國際特派員及業界會掌握及記錄這類資訊，而他們亦會提供來自巴黎、米蘭、紐約、倫敦和日本等時尚之都的最新資訊。時裝表演是潮流的傳統泉源。就生活方式的變化而言，歐洲一直是傳統的引領者，但美國亦已成為一股推動力量。許多行業都使用潮流預測來預計相關的變化並策劃產品開發。例如：循環再用、有機和生態運動的影響就是回應現有快速變化世界的常見方法。

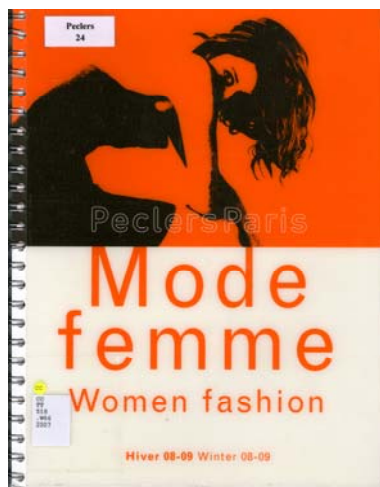


圖 3.20 Peclers Paris

對專業設計團隊來說，會投資大量金錢在時裝預測資訊和服務上，因為但這類服務是物有所值的業務支出。它們就客戶的生活方式、街頭風格、色彩預測、配飾發展方向提供書面報告。它們亦顯示了新進和資深設計師在所有形式的時尚服裝和配飾中展示的潮流。某些預測服務更專門預測兩個或四個季度的布料色彩，以確保專用的布料能夠及時生產，以供同樣需要提前一季工作的服裝設計團隊所使用。

公司內的時裝設計團隊通常會就即將來臨的季度進行時裝、布料和色彩預測工作。一個時裝銷售年度有兩個主要季度：春或夏季和秋或冬季。

(B) 貿易展銷會和布料交易會

在大型的布料交易會和貿易展銷會上，都能夠找到對未來潮流的預測，例如：巴黎、上海和紐約的第一視覺布料展；法蘭克福和香港的 Interstoff 布料展；佛羅倫斯的 Pitti Filati 紗線展；米蘭的 Moda In & Tessuto 配飾展等。



圖 3.21 Interstoff Asia

(C) 零售報告和指標性服裝

為了在零售環節內找尋具有「指標性」的服裝，世界各地都會進行有關零售的報告工作。這類報告中的製造繪圖能夠讓客戶了解其他地方發生的事情和如何為自己身的市場作出調整。這類零售報告包含的資訊有色彩、布料構造、資源、設計師、以及服裝修改後的細節草圖。

(D) 原有樣本

除時裝預測、時裝交易會、零售報告外，亦會採購來自世界各地的原有樣本。服裝會被分析及在刊物中以製造繪圖方式加以說明。預測公司會保留樣板服裝，令客戶可以觀察這類樣板服裝的比例、細節、構造、色彩或製造。

(E) 成衣時裝表演

分析歐洲、紐約和東京的時裝表演專集，觀看目前最具影響力設計師作品的季度性發展。

(F) 市場研究

所有行業設計師對市場的競爭情況都極為留意。大部分設計師都會對零售商店的服裝進行研究，務求第一時間目睹及感受其他設計師的作品。這項工作需要週遊世界各地時尚之都。

(G) 時裝互聯網及網站

嶄新媒體的技術的躍進創立了豐富的圖象資源，而就視覺資訊而言，能夠與全球進行交流對設計師的視野帶來革命性的影響。互聯網是研究最新時裝和潮流的工具：從時裝表演到街道上，從音樂到藝術活動。

互聯網是一本國際時裝黃頁，字母 A 到 Z 均可聯繫到時裝配飾、時裝表演、潮流服務、著名時裝設計師、零售組織、布料和潮流、造型師、批發商、化妝指導、公關代理等內容，上述各項已載列於下。時至今日，有無數的網站提供有關時裝的資訊。幾乎每個主要品牌、零售商和製造商都有其本身的官方網站（《電腦化時裝設計 — 設計技術和電腦輔助設計》，Sandra Burke 著，2006 年出版）。

- ✚ **www.cottoninc.com**：大量資訊，有關棉花公司的研究及宣傳資料。
- ✚ **www.doneger.com**：Doneger Creative Services 為業內客戶以收費方式提供報告及分析。
- ✚ **www.fashionangel.com/angel**：時裝設計師和網絡上的雜誌，每日更新，與 FUK 連接。
- ✚ **www.fashioncenter.com**：New York City Fashion Center 網站，特別提供逾 12,000 家服裝相關公司的互動數據庫、服裝區域的分布圖和貿易展銷會的日程表。
- ✚ **www.fanshionguide.com**：娛樂圈的新聞和小道消息，以及部分知名時裝新聞機構的報道。
- ✚ **www.fashionmall.com**：按字母 A 至 Z 排列的國際時裝行業黃頁名錄，提供時裝、專集、當季焦點和成衣的最新資訊。
- ✚ **www.fashion.net**：優秀的研究網站，與其他網站、時裝雜誌和一般行業新聞有超文本連接捷徑。
- ✚ **www.fashionplanet.com**：紐約（麥迪遜、第五街）的虛擬時裝視窗，每週更新。
- ✚ **www.fashionsoops.com**：提供國際時裝表演、貿易展及零售地點的專業資訊，以及就設計主題、色彩、主要服裝外形、圖象及更多項目的未來趨勢提供深入分析的實用工具。
- ✚ **www.fashionwindow.com**：列舉時裝趨勢、時裝表演及項目日程表的優秀網站。
- ✚ **www.fgi.org**：Fashion Group International 的網站，為成員列舉了項目和商業資訊。該網站的「學生中心」提供有關時裝學校、實習和職位的資訊。他們的簡訊和會議是另一個提供當今時裝行業發展資訊的理想來源。

- ✚ **www.firstview.com** : First View 是一份時裝刊物，以收費方式提供紐約、巴黎、倫敦和米蘭的最新時裝專集照片。
- ✚ **www.fuk.co.uk** : 有關時裝新聞、展覽、藝術、購物和英國時尚衣著的網站。
- ✚ **www.global-color.com** : 提供顏色和趨勢的資訊及靈感的預測公司。
- ✚ **www.infomat.com** : 受到全球時裝行業採用的資訊服務，用戶包括設計師、出版社以至零售組織。
- ✚ **www.londonfashionweek.co.hk** : 大型時裝表演。
- ✚ **www.modaitalia.com** : 意大利時裝及其他更多資訊，例如：紡織品、美容、時裝日程表等。
- ✚ **www.modeaparis.com** : 列出巴黎 Federation Francais de La Couture 的所有成員名稱。
- ✚ **www.promostly.com** : 研究時裝趨勢的國際設計機構，在網上銷售書籍和產品。
- ✚ **www.thetrendreport.com** : 時裝表演、社評及消費者購物。
- ✚ **www.style.com** : 與 Vogue 和 WWD 連接的優秀網站；有關設計師的最新時裝展的視象和不斷更新報道；名人風格、趨勢回歸及時裝新聞。
- ✚ **www.vogue.com** : Vogue Magazine 的網址，內容涵蓋設計師專集及名人和幕後特寫。
- ✚ **www.wgsn.com** : WGSN (Worth Global Style Network) 提供網上時裝新聞、貿易展日程表和報道、成衣及服裝設計專集及趨勢預測，以收費訂閱方式向企業提供。
- ✚ **www.wgsn-edu.com** : WGSN(Worth Global Style Network)是供學生使用的免費版本，提供有關全球各地時裝發展和趨勢的新聞和評論。
- ✚ **www.widemia.com/fashionuk** : 優秀的圖象及時裝攝影；提供專題文章、簡介、瑣事及禮品。
- ✚ **www.wwd.com** : Women's Wear Daily 的網上版本，是每日出版的時裝行業報章。

3.4.7 創意過程

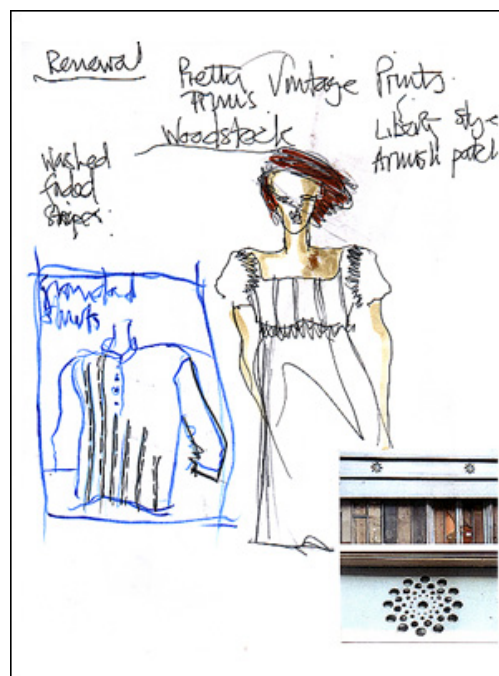
設計過程是將平面草圖轉化為立體結果，需要考慮所有設計元素，例如：服裝外型、質感、圖案、色彩和設計原則。這些基本元素提供了初步框架讓設計師擴展至更為複雜的設計構思。

(A) 構思草圖

構思草圖有助形成設計方案。繪圖是交流設計理念的工具。設計師在旅行時、從電影或展覽中、在購物或研究時、在書本、畫廊或博物館等地方畫出草圖。繪圖本可成為意念的寶庫，一本有關地點、事件、意念、圖案、質感、形狀和顏色的「視覺日記」。

草圖能提示基本結構、可能性等。這類草圖是設計師在紙上記錄意念的方式，令他們不會忘記這些意念，並且在有需要時還可整理這些意念以使用作參考。使用適當的比例或特別的繪畫技巧是有必要的，但草圖必須在某程度上能夠啟發設計師及「激發」未來的意念。草圖毋須著色，但若設計師能夠寫下構造、色彩和細節，則對未來的參考將會有很大幫助。

構思草圖只是設計師們用作記下認為對將來設計的形成有較大幫助的想法的粗略草圖。



(B) 設計開發

實現設計專集的下一個階段將會是根據構思草圖探討可能性，以及尋覓主題並圍繞該主題繼續發展。這些工作將在設計開發草圖時完成。設計開發就是挑選粗略草圖，從而充分擴展設計師最初的概念。設計師繪畫意念的過程不單是記下思考過程，而且以不斷嘗試的方式來產生全新意念。



設計師會選擇一個或多個被視為值得發展的意念。通過改變意念中使用的布料、色彩、細節和服裝外型，設計師嘗試探討某些意念的最佳可能性，並結合若干意念中的不同元素，從而達成理想的設計方案。他們需要迅速和準確地將意念以視覺方式交流。其中一種方法是使用體形或服裝類型的模板，設計會不斷被更改，但大致仍有跡可尋。然而，這種方法可能限制服裝外型和變化的發展。徒手設計的方法會變得較為容易。

視乎是否能夠獲得適當的布料樣板，構建草圖可以透過著色或不著色的方法完成。

(C) 製作草圖

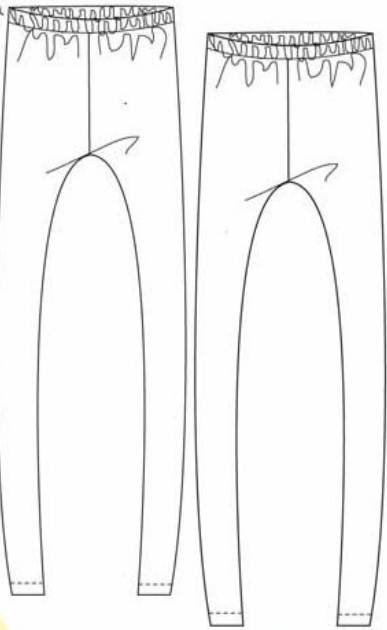
當設計師已確定最後的設計後，下一階段就是進行完整的分析工作繪圖。這類繪圖稱為製作繪圖。



Polyester dots mesh patch Cotton Stripe Closet



Polyester dots skirt



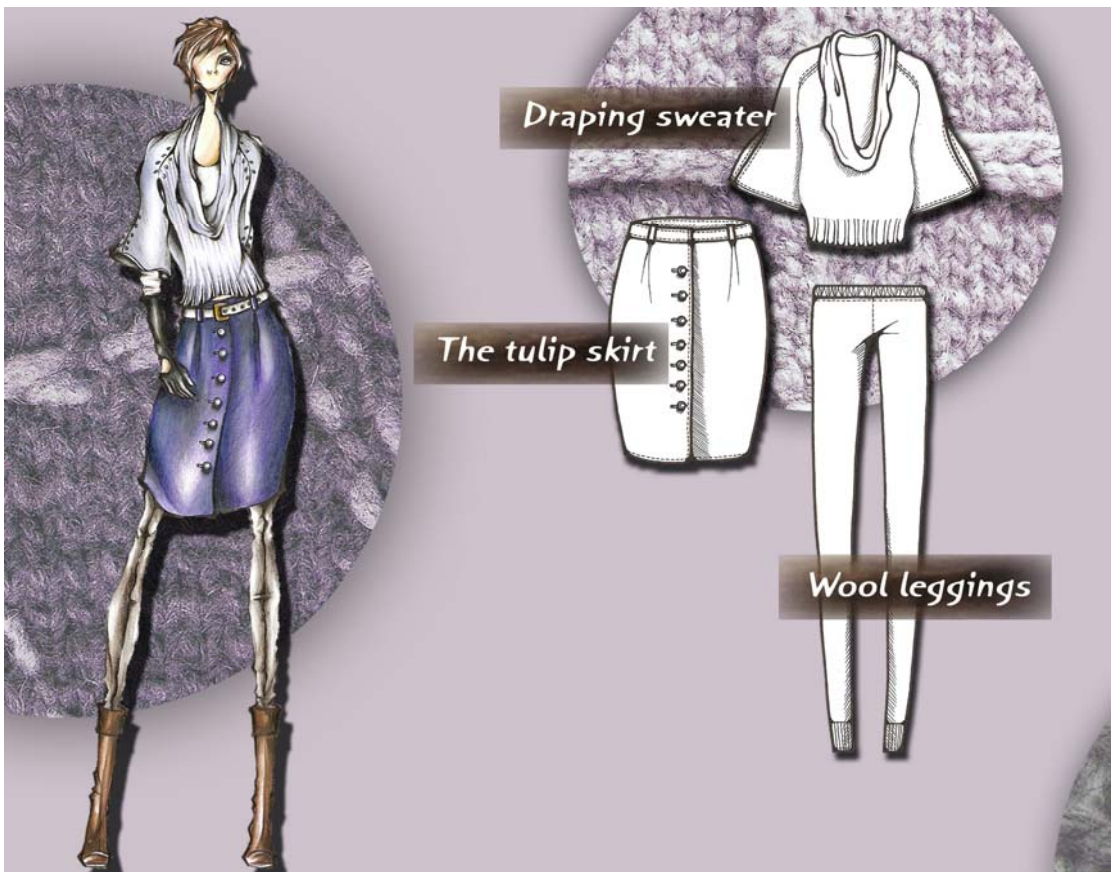
Polyester Stripes legging

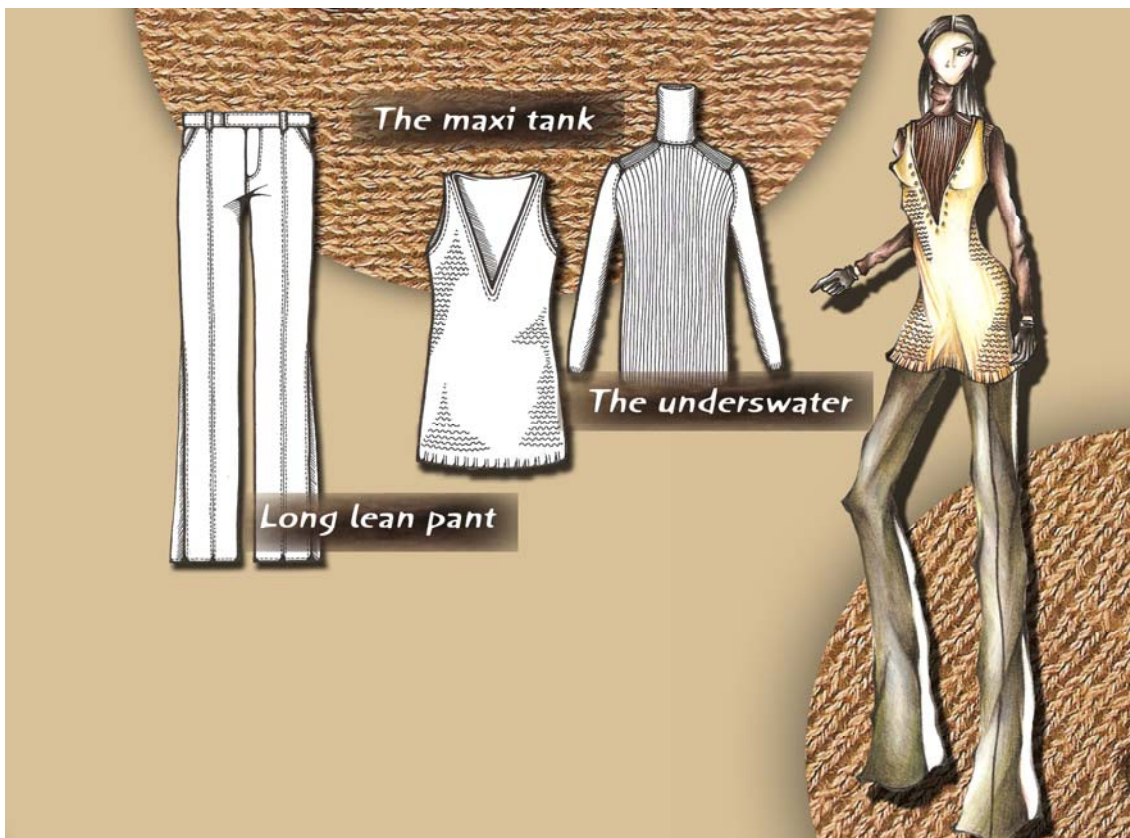
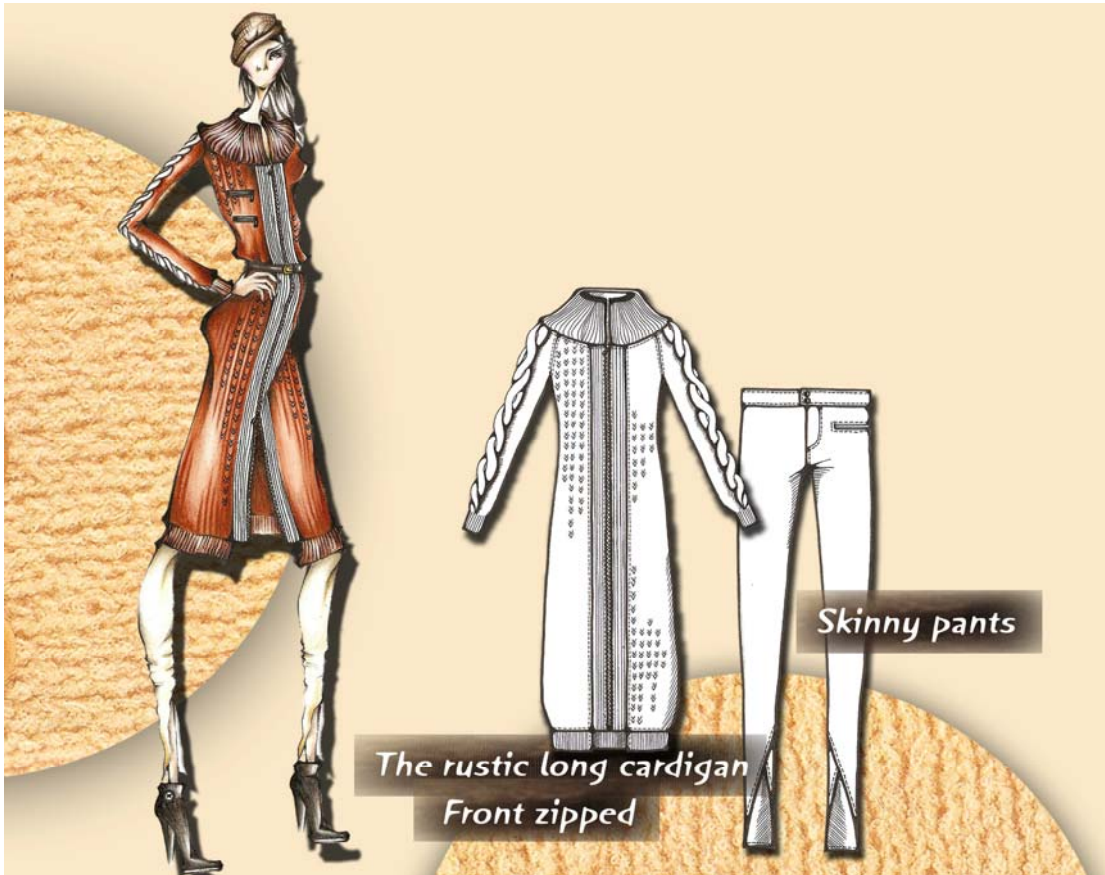


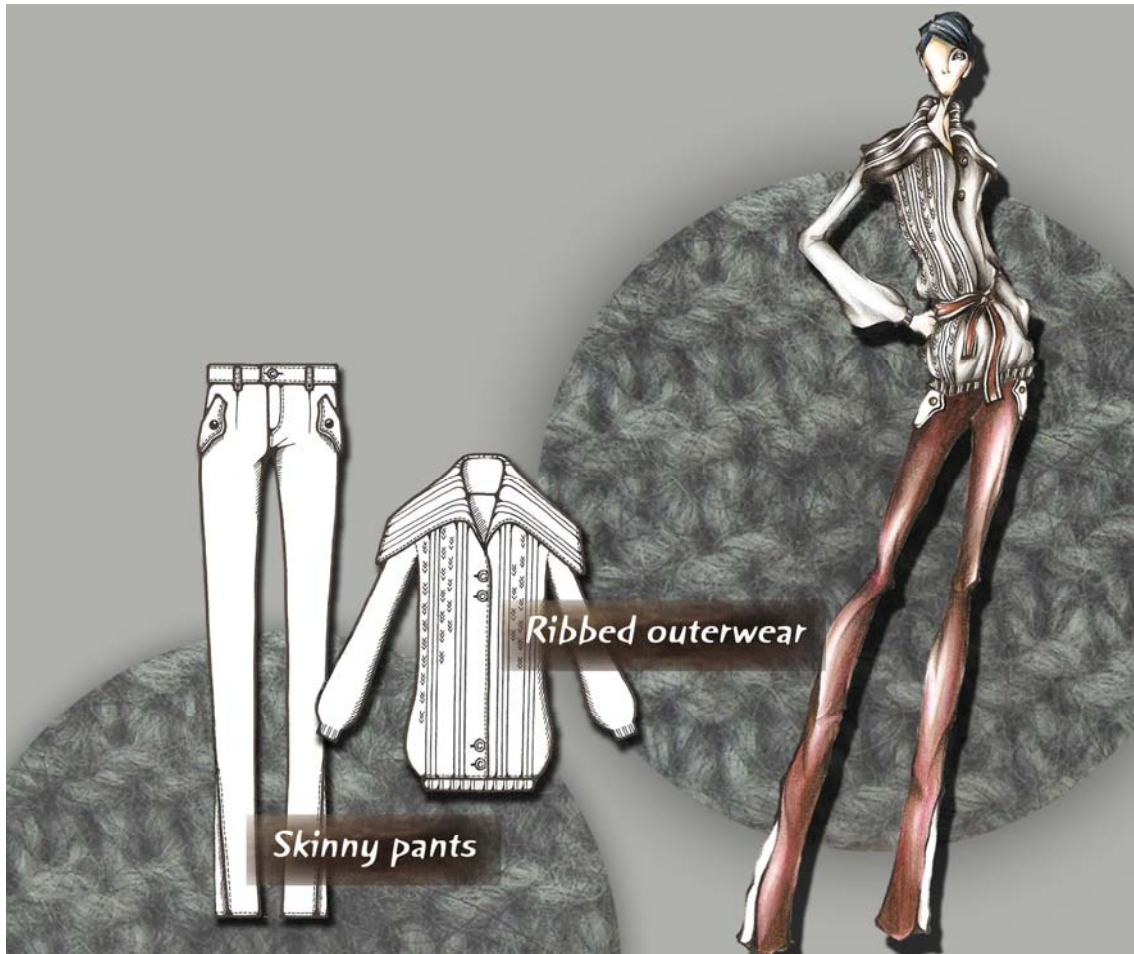
(D) 展示圖

當完成製作繪圖之後，繼而應製作展示圖。展示插圖是吸引買家或客戶的最終專集，讓他們可以預覽設計穿著於人體上時效果。插圖的吸引力主要取決於個別設計師或插圖家的繪圖技術。在展示繪圖時，色彩的運用最為重要；繪圖上所展示的色彩必須盡可能接近實際生產過程所使用的布料和質感，從而將最終的設計以複製的方式展示出來。

展示圖應包含合適姿勢和特徵而且有穿著衣服的完整人體繪圖，要能展示出設計最具吸引力的特色。所繪畫的人體應配以實際的配襯飾物圖像，以展示衣服的整体系列和顏色的配合。插圖應與其他草圖並列以展示作品集。展示作品集是全部設計作品的結集，並展現出整個設計過程的全貌。展示作品集在展覽會或買家會議上有推廣和廣告用途。







3.4.8 製作樣板

在設計過程中，將平面繪畫的意念轉化為立體的樣板，是把一件衣服的設計變為實物的關鍵程序。樣板間接獲設計師發出的製作繪圖後，產品開發程序的下一步是製作首個紙樣，這個紙樣將會用來剪裁和車縫樣板。紙樣會用樣板尺寸製成，這個尺寸會作為測試和銷售用途。紙樣製作人可選用平面紙樣剪裁或立體剪裁來製作紙樣。



(A) 平面紙樣剪裁

可用打樣製成基本紙樣，例如：上身、衣袖、長褲或半截裙。打樣是指將一套規定的尺寸繪畫在紙張上的過程。這些紙樣的準確程度一經測試後，會成為「裁剪樣板」或「服裝尺寸樣板」，可透過移動暗褶和縫合骨修改或按各個新式樣調整紙樣。平面紙樣法使用角鐵、直尺及曲尺修改現有的平面紙樣。

這種方法需要剪裁和車縫布料以配合體形。剪裁紙樣的系統隨著大量生產的發展方式而演變。這種方法要使用形狀非常合身的裁剪樣板。紙樣會用來製成首個樣板或薄紗樣板服，經模特兒穿著後再加以修改。裁剪樣板會根據當時流行的體形，以及公司希望生產的款式而量身訂做。

(B) 立體剪裁

紙樣製作人或助理設計師會使用「立體裁剪」，即在模型架上進行「造型」，在合適尺寸的人體模型或真人身體上放上樣板布料，例如：棉布或輕棉質薄紗。當製成合身的形狀後，從人體模型或真人身體上除下樣板布料，然後複印在紙樣紙或卡紙上。立體裁剪技術配合針織布料和大量柔軟物料一併使用可達到最佳效果。亦可應用於斜裁布料，即以橫跨紋理的處理方式，可令布料更配合身形而且能夠隨身體擺動。

這種方法主要用於晚裝或長裙，讓設計師能夠看到設計在穿著者身上所產生的比例和線條。設計會隨著外形的變化而被修改。

好的樣板可以節省在稍後時用真正的布料製作衣服時的時間，但卻毋須為樣板製造真正的口袋或在樣板縫上夾裡。這個轉化階段是多個試驗和評估階段之一。設計的樣板製成後會在人體模型或模特兒上進行試身；傳統上會使用薄紗或棉布製成樣板。然而，在大量生產時，這個特定階段會使用在設計中所指定的布料，而所創作的樣板則稱為「頭板」。在部分公司裏，專職的「樣板師」是由專家擔任，他們唯一的工作就是理解設計師的繪圖並將它製作成首個樣板。

(C) 結構

下一項考慮因素是結構，大部分衣服具備某種形式的襯布，為衣服的一些部位提供加固作用，例如：翻領、口袋、衣領及袖口。襯布以多種形式用來承托柔軟或寬鬆的梭織布，並使布料的外型增加及產生一種不同的觸感。

(D) 細節和裝飾

細節構成設計的裝飾部分，其中包括在不同時間流行的裝飾過程和設計細節。當決定落實製作後，所建立的衣服外型便會形成設計。下一階段是考慮細節和裝飾。這一個加工階段對一件衣服來說極為重要，可把衣服分為較高水平的設計或較低市場價值的設計。與印花相比，裝飾可賦予衣飾更為立體和華麗的外觀。裝飾的技術包括刺繡、貼布繡法、雕繡、珠飾品、打纜法及布料處理。細節涵蓋繫結、飄幅、波浪邊、口袋、衣領、縐邊及袖口以至夾裡、鑲邊線、滾邊及實際縫線間距等。

一件套裝可能具有顯眼的外型和良好的夾裡，但卻欠缺優秀的細節或裝飾。在這情況下，該套裝可能會顯得幼嫩和不完整。欠缺細節的套裝遠觀尚可，但卻經不起近距離觀察的考驗。當游說消費者掏腰包購物時，衣服上的細節和裝飾經常會成為關鍵。

細節設計在男裝中極為重要，因為男裝的客戶大多較為保守，他們對希奇古怪的外型、布料、線條及圖案往往會避之則吉。在衣服的某一部分或邊緣位置的加工潤飾位置使用裝飾，有助區分不同設計師所設計的衣服。

3.4.9 評估專集

當完成個別衣服的設計後，下一階段是考慮系列設計和設計評估。

(A) 系列設計

除了需要對個別衣服而作出決定外，亦需要考慮平衡系列的整體性。時裝設計師開發出意念相關的整個系列，以生產多個組別的衣服，這些衣服不僅是單獨的套裝，亦共同構成一個專集。對顏色、外型、布料、圖案及比例等重要因素採取一致的處理方法，有助建立專集的凝聚力。此外，系列設計涉及如何把何專集中各款設計按一個比例來規畫，例如：一個基本系列可能包括兩款長裙、四款長褲、八款上裝、三款半截裙、兩款運動上衣、四款羊毛衫及兩套各有四種顏色可供選擇的兩件式套裝。每個專集需要具備不同顏色和尺寸，以便客戶可以作出正確選擇及能夠配合成不同的組合。假如上裝或運動上衣的銷售額較高，則應在個別專集內提供更多這類衣服。

(B) 設計評估

在許多時裝公司內，每個新季度的專集的開發是基於上一季度的銷售數據而定。對設計師而言，評估設計中哪一項元素能夠成功是較為困難，因為在零售過程內的批發商阻礙了設計師與最終用戶之間的溝通。一套行政套裝可能在中環極為暢銷，但在屯門則不然；亦可能在暖和天氣下有較佳銷路，但僅限於該季度某個時期的某些顏色或在店鋪內的某個特定位置上。因此，當需要評估任何設計和專集時都應該考慮有這些因素。

(C) 系列推廣

近年來，打造品牌的趨勢已成為推廣和營銷時裝商品的核心要素。打造品牌時，有關係列需要有一個「名稱」，而設計這個名稱則需要考慮有關係列的創作意念，以及如何用可以引起共鳴的字詞來演譯這個名稱。對設計師來說，與其他品牌和設計師保持明顯的分別是非常重要的。

非賣品

本書版權屬教育局所有，除學校用於非牟利的教學用途外，其他商業用途必須經教育局的書面同意。

學與教參考資料



- 1 家庭與生活方式
- 2 消費者選擇服裝的行為及涵義
- 3 基本時裝設計
- 4 纖維與布料
- 5 成衣科技
- 6 文化與時裝設計
- 7 紡織品與紡織科技
- 8 成衣工業