

江南大学

硕士学位论文

中国元素在中式服装展示设计中的应用研究

姓名：许莉莉

申请学位级别：硕士

专业：服装设计与工程

指导教师：王宏付

20080101

摘 要

中国元素在中式服装展示设计中的应用研究

研究生：许莉莉 导师：王宏付 专业名称：服装设计与工程

随着我国经济不断快速地发展，人们的民族主体意识不断提高，中式服装也在近些年来悄然流行开来，成为大街小巷随处可见的一种服饰。中式服装的展示设计及其理论研究由于起步较晚，与市面上充斥着具有浓厚美、日色彩的设计相比仍然有较大差距。本课题将既有的中国元素进行研究分析并尝试着将它们运用于各类中式服装的展示设计中。首先从设计者的角度，由中式服装和中国元素的特色着手，并对其进行全面的探讨，再针对他们的特点和内涵等进行归纳分析，然后再将其应用于中式服装的展示设计的设计实例中。

中式服装根据不同的表现形式可以分为外在的“形”和潜在的“神”两个层次。中式服装“形”的元素是根据视觉上可以看见的形象的运用，主要构成大概可以分为：纺织的原料、织造的工具、服装的形式、色彩、图案、配饰等等的元素表现。中式服装“神”的元素大概分为下列三项，一是以汉族为中心的服饰文化，服饰文化中寓意着固有的传统道德；二是少数民族文化的传承，五十六个民族因生活习俗、艺术审美等的差异，所表现出的文化特色，在服饰发展中仍得以传承保留；三是习俗与禁忌的影响，即因社会文化演变而表现出的民俗形象和因礼制而产生的不可犯忌错乱的官服制度。传统艺术中的中国元素从造型、色彩、材质、图纹四个方面进行总结，可以看出这些中国元素在表现方法上，大概可以归纳为象征，寓意，谐音，符号，文字等几种方式。

由中国元素可衍生出丰富的文化概念，本课题除了概念的推衍之外，还通过这些概念提出完整的设计构想，并制作出中国元素在中式服装—旗袍专卖展厅中的实例创作。

整篇论文的重点，除探讨中国元素的演化与特色之外，主要强调在中式服装展示设计过程中，其概念的解析与转化，使之能充分发挥于现代服装展示设计中。希望本研究能作为一个突显文化设计的例子，共同结合现代设计的灵感，并将其精神内涵、文化价值和艺术风格融合于现代时尚与设计之中。

关键词：展示设计、中式服装、中国元素、旗袍展厅

Abstract

The Research of Demonstration Design of Chinese Costume by Using the Chinese element

Name: xu—lily Tutor: Wang—Hongfu

Major: Garment Design and Engineering

With the rapid development of our country's economy, people's national consciousness has become more and more stronger. The Chinese costume, which can be seen everywhere, is becoming more and more popular in recent years. Because of the beginning of the demonstration design of Chinese costume in china is rather late, it lag out a lot compared with the American and Japanese design that flooded with the world. The thesis makes an analysis of the traditional Chinese element and try to apply them into the demonstration design of Chinese costume. First, an analysis of characteristic is taken on the Chinese costume and the traditional Chinese element from designer's perspective, then a discussion on them is carried on, and finely their characteristic is applied to a demonstration design example of Chinese costume-‘Qipao’.

According to the difference of manifestation, the characteristic of Chinese costume can be divided into the external “shape” and the latent “soul”. The element of “shape” is the image of the costume that can be seen, which includes: textile raw material, weaves the tool, the clothing form, the color, the design, the decoration and so on. The element of “soul” can be divided into three parts: First is the costume culture of Han Nationality, which contains the inherent tradition morals; Second is the costume culture inheritance of national minority, because of the difference of custom, art esthetic of 56 nationalities are so large, the costume cultural characteristic of them is very rich; Third is the influence of custom and taboo, which is the custom image caused by the social culture evolves and the taboo that cannot violate. It can be seen that the Chinese element in traditional Chinese art, concluded by the modeling, color, material and chart grain four aspects, can be performed by the symbol, the implication, the harmonics, the mark, the writing and so on.

We can get very rich cultural concept from the exploration of Chinese element. Apart from exploring the concepts, this paper also applies these concepts to a demonstration design example of Chinese costume-‘Qipao’.

Apart from exploring the evolution and characteristics of Chinese element, this thesis also focus on the interpretation and modification of these concepts during demonstration design of Chinese costume process, so that it can be fully embraced in the design of costume demonstration. For the professional designer, this research hopes to establish the framework for cultural design that will inspire modern designs, and through which the spiritual essence, cultural values and artistic styles may be assimilated into modern fashion and designs.

Key words: Demonstration design, Chinese costume, Chinese element,
Demonstration hall of Qipao

独 创 性 声 明

本人声明所呈交的学位论文是本人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果，也不包含本人为获得江南大学或其它教育机构的学位或证书而使用过的材料。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示谢意。

签 名： 许莉莉 日 期： 2008.3.10

关于论文使用授权的说明

本学位论文作者完全了解江南大学有关保留、使用学位论文的规定：江南大学有权保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以将学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文，并且本人电子文档的内容和纸质论文的内容相一致。

保密的学位论文在解密后也遵守此规定。

签 名： 许莉莉 2008.3.10
导师签名： 王 日 期： 08/03/10

第一章 引言

1.1 概述

服饰是人类追求“美”的最具体表现之一，随着服饰的演变，应运而生了各式各样的产品，共同推动着流行时尚的风潮。然而早在物质条件贫乏的石器时代，为了让护体的衣物能够符合实际需求，也都费尽心思的来创造服饰的美感，所以在旧石器时代的山顶洞人遗址及古墓中，也发现了缝纫衣服的古针、古锥，还发现不少用天然美石、兽齿、贝类等串连的装饰品。在以服饰为中心追求“美”的过程中，可以清楚地发现，一般而言具有价值的创作，都在尝试着保有传统的精华与传递意义。

到了现代社会，随着物质文明与精神文明的高度发展，享受生活、品味生活的观念，贯穿在繁忙的都市节奏之中。人们对于服装的要求不再是简单的遮羞保暖，也不再是多件衣服的换洗搭配。服装作为时尚生活的一部分，重要的是体现对理想生活方式的追求与畅想。而这种理想的生活方式，不单是服装赋予生活的商品意义，还包括服装赋予生活的文化精神。人们选择了某一种品牌服装，也就在某种程度上选择了生活方式，也就决定了一种价值取向与生活态度。服装展示设计的作用，正是在顾客与商品中架起的一座桥梁。

服装展示作为一种新兴的经济活动，发展潜力巨大，在传递商品信息、宣传产品特色、促进商品销售、树立企业形象和品牌形象方面都有着不可忽视的作用。然而，这种新生力量毕竟还处于初级阶段，依靠众多经营者的摸索而前进，免不了要走很多弯路，而且还削弱了其本身应有的作用，会在一定程度上阻碍服装展示行业的发展。因此，为了促进服装展示业的长足发展，许多营销专家和服装行业的专家学者对这种新型营销手段进行探讨和分析，相关的理论著作也相继面世。由于国内城市配套设施，购物环境较为落后，企业或是商家更注重产品的生产和货源渠道，忽略了展示设计的作用，对商业空间的销售能力未给予足够的重视和投入，因此展示设计的工作任重道远^[1]。但是我们在国内也已经看到，销售终端正在悄悄地变化：专卖店的橱窗不再是一张宣传画和几个呆板的模特，强调立体感、个性化、风格化；货柜陈列不再是简单的堆积，更强调产品系列搭配造成的视觉冲击对消费心理的影响。我们现在的服装展示还较多的停留在欧美服装展示的初级阶段，没有将企业、产品最好的一面，用最恰当的手法告诉顾客，所以没有达到预期的效果。从而也出现了顾客进店后发现实际的产品要比展示后的搭配效果更好。如此，我们的服装展示也就成了狗尾续貂。

国外的展示设计发展较早和相对成熟，国外有一些大品牌，他们的品牌推广和营销都是相当成功的。知名的服装品牌就像是消费者的购物向导，比如“Armani”“Dior”“Prada”，早已在消费者的心中留下了深深的烙印，取得了号召顾客的心理优势，它出现在招牌上更多的是一种炫耀。展示设计在西方已经步入了良性循环期，无论是在商业类别的会展、店铺方面，还是在非商业类别的博物馆、美术馆方面，都会不断涌现优秀的、令人异想不到的设计作品。这些目眩的成果使我们看到了中国的服装展示设计在国际上的差距。

虽然服装展示设计学目前在国内的发展处在不断完善的过程中,但作为我国传统文化一部分的中式服装的展示设计以及中式服装展示理论的研究仍然显得较为单薄,相关的理论著作也比较贫乏,缺乏全面型、系统性和综合性,削弱了应有的理论指导的作用^[2];另外目前在服装展示设计的领域中,一般市面上的服装展示设计,大多数都是充斥着浓厚的美、日色彩,具有中国特色的中式服装展示设计极为罕见。要想充分发挥中式服装的展示设计在现代服装市场营销活动中的积极作用,体现出中式服装本身所固有的特色,或者令中式服装的展示效果达到甚至超过国外一些大品牌的服装展示对服装本身造成的积极影响,这就有待于我们进一步更加深入、广泛、细致、综合的理论研究以及实际操作。基于以上背景,本论文将既有的中国元素进行研究分析并尝试着将它们运用于各类中式服装的展示设计中。

1.2 本论文的研究目的、意义、方法

1.2.1 本论文的研究目的

近年来,中式服装不仅越来越受到人们的重视,而且已经潜移默化地深入到我们每个人的生活中,成为不可或缺的一部分。特别是在国际交流和大型的国际活动中,中式服装更是作为中国传统文化的象征,走上了世界文化的大舞台。中式服装的盛行,使我们对中式服装展示设计的重视程度越来越高,但是与中式服装的盛行相对的是中式服装的展示设计水平明显滞后。

市面上中式服装的展示设计,大多数是由装饰公司的美术设计师来完成的,基本上是基于视觉效果来进行设计的,往往都是作出几个漂亮的 3D 视觉效果方案供选择。大多数往往流于俗套,都是以装饰设计为中心,完全忽视装饰与中式服装文化内涵之间的沟通;都是统一性的木制材料装修,作为任何一个服装公司的展示都可以,这就说明它已失去了设计的个性,没有挖掘出中式服装真正的文化内涵。正是由于从事装饰、装修人员理念的匮乏,使得中式服装的文化内涵无从体现。设计人员的不专业导致中式服装与一般服装展示的雷同,展示结构不合理,材料、灯光、道具等原材料以及人力上的巨大浪费,最终的结果是中式服装的推广营销的彻底失败。专业中式服装展示人才的匮乏,使得越来越重视中式服装展示、加大中式服装展示投入的服装公司遭遇乏人可用的尴尬。虽然,国内的一些展示设计师通过大量的学习、实践和思考,产生了一些优秀的展示设计作品,但是,总体上来说中式服装展示设计的工作依然任重道远。

1.2.2 本论文的研究意义

随着现代服装业的发展,服装展示设计在服装的推广与营销中占据着越来越重要的地位。服装展示设计以其最大空间、最为直观的效果对产品的销售起着举足轻重的作用。服装展示设计风格与服装理念的一致性对服装的推广与营销起着巨大的推动作用。

如今中国元素已成为一种符号,在时尚流行的风潮之中,无论是在建筑、电影、家具还是服饰上到处都可以看见他的身影,并且一再地成为流行的主轴,引领潮流。另一方面,近两年国际友人对中国元素的痴迷几乎达到一个顶峰,我们更应该巧妙的运用中

国元素使之走向国际化。2008年的北京奥运会即将到来,试想一下如果奥运会的开场仪式的风格不具备中国的文化形象,服装没有传达出中国传统的样貌,反倒是表现着西方的歌剧舞蹈,那会是怎样的一种场景?在全球资讯发达差异化逐渐缩减的现在,各民族的特色才是最重要的文化资产。从中我们可以想象出要想在国际舞台上获得成功,赢得尊重,靠的不仅仅是与众不同的创意,更是民族特色。

同样,我们的中式服装的展示设计也应该体现出我们的民族特色,毕竟只有民族的才是世界的。我们应当将中式服装的理念和定位的理解与展示设计风格结合起来,充分利用服装设计工作者与展示设计者结合的优势进行有效地工作,结合中式服装的文化内涵,营造出一种与之相称的展示形象氛围,使中式服装的展示设计体现一种尊严感。

1.2.3 本论文的研究方法

本课题将从设计者的角度出发,综合运用平面设计、装饰设计、环艺设计的内容,并在整个设计过程中渗透对中式服装文化内涵的理解和领悟,将视觉传达的基础理论在实际中式服装店面展示中再现。还将从空间、色彩、照明、道具设计等方面进行研究。在实践应用篇中将运用 Photoshop CS2、CorelDRAW12、Auto CAD2005、3ds Max8.0 等电脑辅助设计软件操作完成一些实例的设计创作。

通过对中式服装文化内涵的理解和领悟、对中国元素的分析和探讨以及对视觉传达基础理论和操作技巧等运用到中式服装的展示设计中,结合中式服装的设计理念和定位特点,对特定的中式服装作特定的展示设计方案,通过对方案的分析和总结不断的调整展示设计方式和思维方法。

1.3 本论文的主要工作及组织结构

1.3.1 本论文的主要工作

作为一种特定的文化载体,中式服装具有其独特的设计理念和文化内涵,中式服装展示设计的目标应该充分体现其理念。故本课题试着将既有的中国元素进行分析并对这些中国元素如何运用于中式服装展示设计中作了探讨和分析,主要工作如下:

- (1) 分析总结了中式服装的文化内涵及特色。
- (2) 由中国传统思维入手,归纳并探讨了中国传统艺术中的各类中国元素。
- (3) 以设计者的角度,将中国传统艺术中的各类中国元素转化为设计元素。

(4) 以中式服装中最具有代表性的旗袍为案例进行分析,将中国元素融合应用于旗袍专卖展厅的展示设计中。

1.3.2 本论文的组织结构

本论文的整体结构共分为五个部分:

第一部分为引言,主要介绍了本课题的研究现状、研究目的、研究意义、全文的主要工作以及组织结构。

第二部分为概念探讨,主要了解了服装展示设计的范畴、服装展示设计的基本元素、服装展示设计的步骤。

第三部分探讨了中式服装的文化内涵及特色、总结了中国传统艺术中的各类中国元素，并对这些中国元素如何运用于中式服装展示设计中作了探讨和分析。

第四部份为应用篇，以中式服装中典型的旗袍为例，将中国元素融合应用于旗袍专卖展厅的展示设计中的实际案例分析。

第五部份为结论篇，就本课题的过程进行总结和对研究的不足进行检讨，并提出进一步的研究建议。

第二章 服装展示设计综述

2.1 服装展示设计的概念、特征及分类

2.1.1 服装展示设计的概念

服装展示是指在一定的时间和空间内,服装和服饰的生产者、经营者以及营销者以静态、动态或动静态结合的方式,向消费者和参观、浏览者发布最新服饰流行时尚、交流服饰消费信息、彰显衣着魅力、传播服饰文化并从中获取利益的有组织、有计划的活动和行为。^{[3][4]}人类的展示活动可以说是伴随着设计开始的。货物交换、赶集、庙会等初级商业活动是展示活动的最早形式。

服装展示设计的目的并非展示本身,而是运用空间规划、平面布置、灯光、色彩配置等设计手段营造一个富有艺术感染力和个性的展示环境(如图2-1),并通过这种展示面貌,有计划、有目的、合乎逻辑地将展示的内容传递给观众,力求使观众在接受设计者传达的信息中认识服装文化。



图2-1 具有视觉冲击力的服装展示

现代服装展示环境中,设计者运用多种艺术元素、

科学技术及其设备、装置、道具铺陈的展示空间,抑或是移植现实的生活场景,抑或是虚拟的超时空幻境的展示空间,不同于传统形式的商品陈列,更多的是引导观众参与和互动,并在身临其境中获得全新的观赏和购物体验。这种全方面的体验是其他媒介无法实现的。正因为如此,服装展示设计的作用越来越重要,甚至超过了服装设计本身,毕竟现在不是商品短缺的年代。

2.1.2 服装展示设计的特征

服装是一种特殊的商品,既有物质的功能性作用,又有精神的装饰性意义,服装的特征构成了相对独立的学科体系,由此确定了服装展示设计丰富的内涵和多样化的形式。概括地说,服装展示设计的工作内容,包括造型设计、空间布置、展台设计、色彩设计、照明设计和材料构成等。

服装展示设计是一种综合性的设计过程。在这个过程中,将涉及到许多科学技术与艺术创造的课题。一个展示策划和设计者,实际上是一个系统工程的组织者。设计师,尤其是负责总体设计的设计师,是决定展示活动的组织、艺术形式、空间格调、主宰审美关键。展示设计师必须具有设计各项专业的能力和素质,经常关注国内外展示艺术

和相关艺术的风格、流派的动向,具备敏锐的艺术洞察力和鉴赏力,善于捕捉新的艺术思潮和流向,以保证在艺术设计中所体现的时代气息;具有相关环境设计知识和造型艺术的能力,了解建筑与室内设计的基本原理和常用手法,用技术性的语言表达设计意图;有较好的美术基础和造型能力,熟练地绘制预想图传达创意,并能借助电脑辅助设计;掌握设计范围内的新材料、新工艺、新技术,始终紧跟科学不断进步的趋势。

2.1.3 服装展示设计的内容

服装展示设计的项目内容,有服装商业卖场设计、服装展览会场设计以及服装表演秀场设计三大部分。在服装商业卖场展示这个空间中,商品自身的价值,依据其质量、色彩、状态、形状、价格、数量和机能等,能否引起消费者的购买欲望,是发生在顾客心理表层的物质需要,是卖方市场的形式。而以消费者为本的买方市场,则是深入顾客的心理底层,研究商品以外的因素如何满足顾客的本质需求。这就是对购物环境、店铺形象、商品陈列的艺术设计。服装商业卖场主要有百货商店、购物中心、立式商业区、服装专卖店和旗舰店等几种形式,也是本节主要的研究内容。

(一) 百货商店

顾名思义,所谓的“百货商店”是杂货铺的规模化和大型化。“百货商店”这个词来自于许多不同种类的商品展示的实际情况:每种商品摆放在单独的部门,商店分配给每个部门特定的零售场所。70%—80%商品的价格规定在中档和高中档的价格幅度内。在百货商店内,企业可以设立自己的专门柜台出售服装,运用企业规范化的展示方式与商场协商,营造自我商品的展卖氛围。还可以在商场内设立“店中店”,以获取相对独立自主的商业空间和展示更多更重要的商品,打造商场内的专卖店。

(二) 购物中心

购物中心是指拥有独立资产,自行规划、开发、经营和管理的一组零售商店。最初的购物中心被喻为有顶盖的街道,创建时间可以追溯到19世纪欧洲许多城市优美的拱廊商场。拱廊商场派生出了现在的购物中心。购物中心有两种形式,即商业步行街和沿公路商业区。沿公路商业区是郊区或小城镇公路两边的联排式商店;步行街是指街道位于平行的商店之间的街区,以鳞次栉比的建筑群和密集的商店为特征。一般车辆不允许入内,只限行人活动。商业步行街所处的地理位置大多就是该市的黄金地段,地皮及楼价皆昂贵。在其中又有几家名气较响的大型百货商场或商城,代表此购物中心的最高层次。

(三) 立式商业区

立式商业区是为方便城市居民购物,建造在市中心的分门别类的专业商业区,是购物中心的小型化,不同于百货商店的概念,以全心经营某一个类别的商品为目的。立式商业区是向空中发展的专业商店集合体,通常是方形大厦,同拱廊商场的采光方法一样,中央的天井四周围合着多层楼的商店,多部手扶式电梯承载着顾客从一层到另一层,商场内汇聚的家居用品应有尽有,给予顾客更为宽泛的选折,节省了时间,也免除了舟车劳顿。更为重要的是在寸土寸金的商业繁荣地段,立式商业区耸立于昂贵的地产上,在紧迫的占地面积中获得了较大的商业空间。

（四）服装专卖店和旗舰店

服装专卖店是经营服装及相关系列商品的连锁店。国际性的时装专卖店，是遍布于世界代表城市的名牌服装零售组织。旗舰店则是服装专卖店在某一地区或城市的排头兵，最具品牌的代表性，代表最前卫的尖端时尚潮流，引领时尚的流变。这类商店较少，相对而言，有如此消费能力的顾客群并不多。由于规模较小，专卖店可以在市中心或繁华的商业区经营。专卖店在店铺设计、售后服务、人员培训诸方面有着一体化的风格，由总部控制分布在各个销售网点的多家零售商店，保证其完整的商业面貌。

2.2 服装展示设计的基本元素

任何整体都是由部分组成的，服装展示设计也由各种设计的基本元素构成，主要包括——空间布置、色彩设计、照明设计、道具以及陈列等设计元素。

2.2.1 空间布置

合理的空间设计是每一名展示设计师的追求，空间造型设计在整个设计中起着“主角”的地位，空间规划好了之后就像一颗大树有了主干，以后我们就可以去为他添枝加叶了。空间就是“场”，场中的物体相互作用形成一个整体。设计师必须按照人的心理、生理、功利等方面需要进行合理的设计、创造，才能使各个空间具有特殊的意义。同一空间，摆上展架、展台、展品等则变成展示空间，但摆放一张床、衣柜、妆台等又变成居住空间。服装展示的空间设计一大特点就是他是通过道具的造型、围合、布置，从而产生一定的形式，于是具有了特定意义^[5]。

在设计空间的过程中，使视觉空间的形状、尺寸与人体尺度相协调，视觉空间得到充分利用的同时努力营造舒适、个性的心理空间，使展示空间设计符合人体机理空间的标准尺度。设计时要全盘、系统的考虑这几个因素，追求个性的同时考虑大众的感受。展示设计师主要考虑的是各柜体如何构成空间？空间如何形成一个统一的整体？如何形成自己个性？这就要把握好统一性的问题。

服装展示的空间设计要求是：1.各卖点的设计必须与展厅的室内装修相协调，2.货架、展台、柜台等要方便顾客购物，灯光照明要突出重点，广告招贴布置要醒目有趣。3.展示空间既要大众化又要有个性。大众化即为人们所共鸣的东西如：美感、舒适、亲切、时尚；个性化即差异、意外、独创是普通人难以做到的，又很少见的东西，多彩的变化。4.在满足人体工程学的基础上，遵循功能、经济、美观的设计原则。

服装展示的空间设计的注意要点^[6]：

- （1）尊重总体要求，摸清相邻与竞争对手的设计风格，实现整体统一局部衬托。
- （2）预测每天可能接待的最高人流量，避免出现长时间的拥堵现象。
- （3）对道具形式、展位空间的立面形象、重点展品的陈列手法做到胸中有数。

2.2.2 色彩设计

在服装展示设计中，色彩是一切视觉元素中最活跃、最具有冲击力的因素，具有特殊的重要地位。俗话说：“远看颜色，近看花。”颜色是首先进入眼帘的其影响力远强于

线条与图形,它可以起到弥补和掩盖构图与造型上的缺陷与不足的作用,具有艺术感染力。色彩在展示中占有优先视觉效果,对渲染气氛、调节风格起着很大的作用,吸引顾客视线的力量主要是依靠“色彩”去实现的,“色彩”就是设计(如图2-2)。

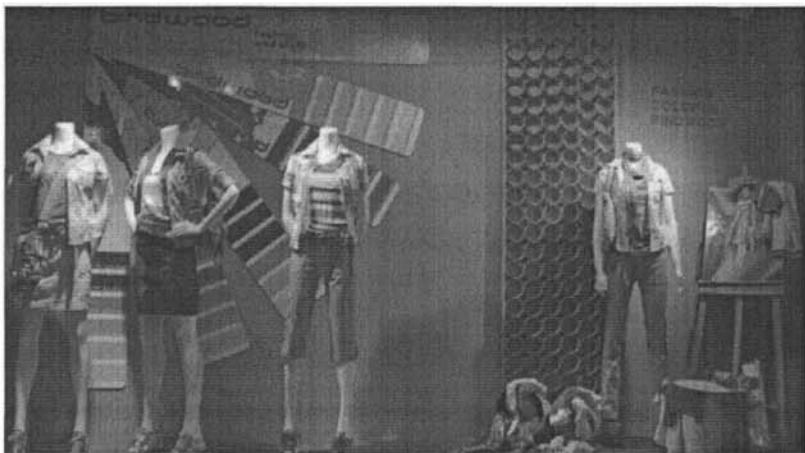


图2-2 服装展示的色彩设计

色彩设计就是色的对比、调和、构图等人的心理学

和美学规律的运用。展示的色彩由背景色(天花、墙壁、门窗、地面)、主体色(服务台、展台、展架、展板)、强调色(标牌广告、霓虹灯、灯箱、装饰品)这三部分组成。

色彩的三要素:色相、明度、纯度。色相(Hue)即红、橙、黄、绿、青、蓝、紫等不同的颜色;明度(Value)即色的光学明暗度,不同的颜色光亮强度不一,有不同程度的明暗;纯度(Chroma)即色的纯度,即颜色中是否加了黑或白的成分,含黑或白的成分越多纯度就越低。整个色彩的设计简而言之就是这三要素的运用和变化,再加上一定的色彩心理学和色彩的象征与视觉识别的知识。不同的设计师对色彩会有不同的偏好和习惯,对色彩的运用熟练程度和认识也不同。

服装展示的色彩设计要单纯、和谐、简洁,并富有装饰性,要能表现产品的功能要求和形态特征,符合人体工程学的要求和环境的要求。坚持色彩设计与艺术造型相结合、流行色与时代感相结合,并注意各民族的色彩意义,使色彩美的创造符合现代人的审美要求。

2.2.3 照明设计

照明的表现手段是最常用的,所有的东西都可以通过照明来制造观赏效果,像戏剧一样使物体集中的推向前台,直面观众,捕捉人们的心理。东京设计师 Yasui 曾说过:“我们认为运用光线进行设计和运用光线来改善效果,是空间设计中最重要的一個元素。我们不认为照明是一个具有功能的工具,而是一种设计元素,与形式和材料一样重要。”^[7]展示照明具有两种功能:第一,广告功能宣传产品加强重点产品的展示。第二,美学功能通过对光的合理运用,产生装饰美效果,制造气氛。

照明设计的技术要点主要有:1.回避过亮的甚至是刺眼的照明,回避过于强烈的色彩,这些都会给人造成视觉的压力,从而产生不愉快感;2.冷色光如荧光灯(蓝、白)适用科技产品和贵重产品,有收缩、后退感;暖色光如白炽灯或金属卤素灯(黄、橙黄色)适用于衣服,温暖、舒适、快乐,有前移感;3.消除和避免眩光、反射光的措施有

[8]: a.改变照明投射的角度; b.调解灯的高度或改变灯位; c.不使光源裸露,用遮光隔栅



图 2-3 服装展示的照明设计

使光线漫射; d.使展柜里的亮度大于室内的照度; e.使展柜里的展品尽量靠近围护玻璃。

综上所述,在服装展示艺术的设计中,照明设计有它相对的独立性,它将展品精彩地展示给消费者。

要表现出展示的

特点以至达到预想的效果,就要遵守照明设计功能性、统一性、艺术性、安全性、极少等原则要求(如图2-3)。

2.2.4 道具设计

展厅基本由展具组成,展具的设计就形成展厅的设计。因此道具的设计在展示的设计中显得非常重要,可以说展厅的设计就是道具的设计。服装展示的道具主要有基本道具和特殊道具两种类型(如图2-4),前者主要有展台、展柜、背柜、中岛柜、灯箱;特殊道具主要有用于服装陈列的模特儿、胸架、衣架等。

服装展示道具的设计首先要研究:1.展示物的物理性、化学性特点,及其形态特点、色彩特点、距离特点和陈列方式。2.目标顾客的类别、年龄、层次,及其生理特点和心理特点。3.销售的总体计划、方案。4.CIS 概念。这就要求收集大量的展品信息、场地信息、销售信息,并对这些信息进行分析、筛选,找出有用的、合适的,以确定展示应达到的最终效果,需要怎样的道具,从而确定道具的基本风格、元素等。

服装展示道具设计的总体原则主要有^[9]:1.符合人体工程学的要求,并在造型、色彩、装饰和肌理方面符合视觉传达规律。2.功能性原则:能构成具体的展示空间,能陈列、保护展品、渲染气氛等,不能有安全隐患。3.标准化设计:除一些特殊的展具外,一般应做到可任意组合变化、易运输、不污染产品、不对人造成伤害。4.美学原则:注意造型的简洁,造型和组合形式要能突出展品的特性。展品才是主题,切勿本末倒置。表面处理整体上应给人舒适感。同时为加强总体印象,道具的设计要与展区融为一体。5.要注意广告宣传的力度和形象的树立,将 Logo 放在最显眼的地方。形象要统一,同一种产品无论在何处其展示的形式大同小异,保持一种风格在一定时期内不变。6.要注意经济原则:应增加展具的使用率,突出坚固、耐用、一物多用等特点。材料选择结构简单,加工方便。这经常与造型美产生冲突,设计师就是追求经济与美之间的一种平衡。



图 2-4 服装展示的道具有设计

2.3 服装展示设计的步骤

归纳前文服装展示设计的重要性有^{[10] [11] [12]}：1.影响顾客的购买行为；2.营业员的心情舒畅、精神饱满，提高工作效率和服务质量；反之不良的设计影响营业积极性；3.充当无声的宣传员和广告员，好的设计是展品最好的广告；4.是企业文化具体生动的表现，反映商家的经营思想、情调，使顾客对企业产生好感，是企业树立优秀形象的关键因素，是零售企业战略的根本内容之一；5.点缀了社会文明，是社会主义文明发展的印证。

既然服装的展示设计如此的重要，各大商家对好的展示形式迫在眉睫。那么我们如何去开展设计呢？设计的方法又是什么呢？我们可以使用如下一个流程：1.设计动机和目的2.资料收集3.市场调查问卷4.提炼设计概念5.进行艺术环境设计实务6.修改设计方案得出最后设计。各步骤可根据实际情况灵活变动，如3(市场调查问卷)根据实际情况可放在2-5之间，在6之前就行。下面将一一叙述各步骤的具体内容和原理。

2.3.1 设计资料的收集

设计之前首先要进行资料的收集,设计概念的提出往往是对包含目标信息资料归纳和提炼，集中的表现来源于营销策略、产品性能、品牌定位和风格定位的设计目标，所以资料的收集对于设计方案的得出非常重要。那么如何才能收集有效的资料，并又能保证资料的全面性呢？用“5W”^[13]的分析方法正好可以帮助设计人员解决这方面的问题。“5W”法的设计是：

why— — 为什么去

when— — 什么时间

where— — 在那里、场地怎样

who— — 为谁服务、目标客户是谁

what— — 产品是什么、特性、类别及目标消费群如何

2.3.2 市场调查与分析

毛主席说：“没有调查就没有发言权”，因此市场调查在设计中的地位相当重要。许多设计事先不了解市场、不做市场调查的做法是不妥的。市场调查一是为了证明所收集信息的正确性；二是了解市场与顾客需要；三是验证和修正设计。

一、市场调查的内容根据展示目的、产品、服务性质的不同有不同的侧重点。

二、市场调查的要求：

①在调查中不对被调查人员进行任何的导向和暗示,争取做到客观可靠；

②调查力求随机，典型，覆盖面广。

③调查条目是有时间限定的，随着时间的更替调查的内容和结果会有改变，应根据情况作相应的调整和完善。

三、调查结果分析

有了调查结果，还得进行有目性的地分析，分析期望得到的结果包括：

①检查“5W”法所收集资料的确切性；

②对调查内容进行总结分析得出初步的设计概念；

③修改当前方案，得出最后的结论。

2.3.3 设计概念的提出

概念是设计的“灵魂”，人们都在嚷着“概念概念”，那么何谓设计概念？面对众多的资料，我们如何抓住主体思想得出设计概念呢？服装展示的概念着重从主题、环境、个性三个方面考虑。服装展示的概念是根据企业资料和市场调查情况经过分析、综合和提炼得出的。概念也决定了展示的风格，这一直是设计的头疼问题，人们常常会说“某某没有风格”，本研究综合各种因素发现服装展示的概念主要由产品、潮流、设计概念、设计理念几个方面决定。

综合以上内容服装展示设计的步骤为：1.收集资料并分析资料，得出设计概念 2.造型设计，输出美学和人体工程学的原理 3.合理运用企业的标准色、广告画和 LOGO 等 4.工程预算，绘制施工图 5.方案评价与改良。简而言之就是以调查、构思、制作、评价不断优化的螺旋式设计过程。

服装展示设计的原理概括而言,从以下三个方面考虑：

一、功能、经济、美观为要素的系统设计，形式力求美观抢眼,又能起到摆放、陈列和宣传产品的目的，并做到造价的经济合理。

二、“以人为本”、“为人民服务”的本位思想贯穿始终在尺寸、照明和色彩设计上时时刻刻以最大的限度满足人的舒适性和安全性。

三、树立形象和广告宣传效应,一个展厅就代表了一种品牌，所以他在风格定位和 VI 的使用上特别讲究。它讲究风格统一、形象鲜明、主题明确。

服装展厅展示包括服装展示设计的概念、特征及分类，服装展示设计的基本元素和步骤，要研究中式服装的展示，必然要对中式服装以及中国元素做一些归纳和分析。

第三章 中式服装与中国元素的归类与分析

3.1 中式服装的内涵及特点

中国传统文化是中华民族在长期的社会生活实践中积淀起来的精神遗产，也是中华民族特有思维方式的精神体现。张岱年先生把中国传统文化的基本思想概括为刚健有为、和与中、崇德利用、天人协调四个方面^[14]。其传统文化内涵反映在中式服装中，主要依靠服装中各式各样的中国元素来体现。如：中国特有的民族装饰工艺（如滚和绣）、面料（如蓝印花布）、款式（如中山装）、色彩图案（如龙凤）等。因此，中式服装凭借依附于自己的“中式文化精神”而有别于西方服装。虽然，中国传统服饰因年代不同，服装风格也各有千秋，但无论男装，还是女装，它们的特征突出表现为：直线裁剪，平面展开，宽袍大裳，并且强调线形和纹饰的抽象寓意性语言表达^[15]。这些特征在中华绵绵五千年历史中的变化很小，原因是蕴含在这些服饰当中的文化内涵根深蒂固一直未变，正是这些特征使中国传统服装不同于西洋服装的“直观静态美”，而是透散出一种“含蓄动态美”。

3.1.1 中式服装的定义

在人类生活中，服装是具体可见的形象，这一形象由多元的元素所构成，其中包括了服装的原料、织造的过程、色彩与图案、裁剪与配饰的种类等。这些具体的元素是外在可见的元素，可被称为“形”的层次，而相对于外在形象内涵的蕴意应是另一种抽象的“神”的层次。因而可以说中式服装是蕴含着中国传统文化内涵之“神”的一类服装，她的形可以与其他服装相似，但是其抽象的“神”却有天壤之别。

3.1.2 中式服装的“神”

中式服装的“神”，是由文化中蕴藏的优美内涵，展露出兼容并蓄的特质，散发文化与时代并融的特色。尤其我国是一个多民族的国家，由于各民族服饰的不同，反映的审美情趣也不同，例如，在汉族的细致服饰中表现了传统的礼教；北方少数民族服饰表现出浑厚质朴，威武粗犷的特性；西北少数民族闻名于奔放潇洒，凝重简约；西南少数民族则秀丽多姿，丰富多彩。各个民族的地理环境、风俗习惯、生产方式和艺术传统等特点，都体现在各自的衣冠服饰上。

针对“神”的元素表现，本节将分别以汉族、少数民族的服饰文化及习俗与禁忌的观点，分别进行讨论：

一.汉族的服装文化：

汉族的服装不仅绚丽多彩，更蕴含着固有的道德传统，表现在服饰上有上衣下裳和衣裳相连两种形式，又如大襟开在右边是汉服长期保持的特点，孔子曾曰“微管仲，吾其被发左衽矣！”^[16]就是最好的证明。另外周代以后，服装图案均以十二章纹为主，龙被视为皇帝专用标志，其内在所显示涵义，不仅在暗喻着服者应当具有的美德，也激励着服者行为的自我警惕。

二.少数民族文化：^[17]

我国的五十六个民族中，由于生活环境、生产方式、风俗习惯、宗教信仰、艺术审美等各方面的差异，形成了各民族之间服饰的特性。如藏族服装一般长于人体，黎族的衣裙瘦窄紧身，苗族服饰则注重刺绣工艺，布依族在服饰上绘制精美的蜡染图案。从这些少数民族的服饰，我们可以发现，各民族的服饰都是继承了各自的文化发展，因此随着社会发展服饰的材料上虽然有些变化，但是他们传统的图案和花纹色彩还是保留了下来，这些都是代表他们民族文化精神的最佳典范。

三. 习俗与禁忌：^[18]

服饰本身也是社会民俗文化的产物，无论款式、材料、颜色、图案等都能表现出强烈的民俗形象，如汉族儿童服饰中的虎头鞋，和童服上常用的动物图案；又如西南侗族喜用青、蓝、紫、白等颜色，局部采用红、绿、黄等色点缀装饰，又配以银首饰等。另外从周代就有礼制，区分为即礼、凶礼、军礼、兵礼、家礼等“五礼”，与这些礼仪活动相对应，便出现了官服制度，如祭祀有祭服、朝会有朝服、从戎有军服、服丧有凶服，穿着时绝不可犯忌错穿。

由以上几点可以看出，中式服装的“神”是区别于其它服装的内在蕴涵，会因为民族特色的不同而不同，也会因为各民族之间的习俗与禁忌不同而有所差异，可用下图（图 3-1）清晰地表现出他们之间的关系。

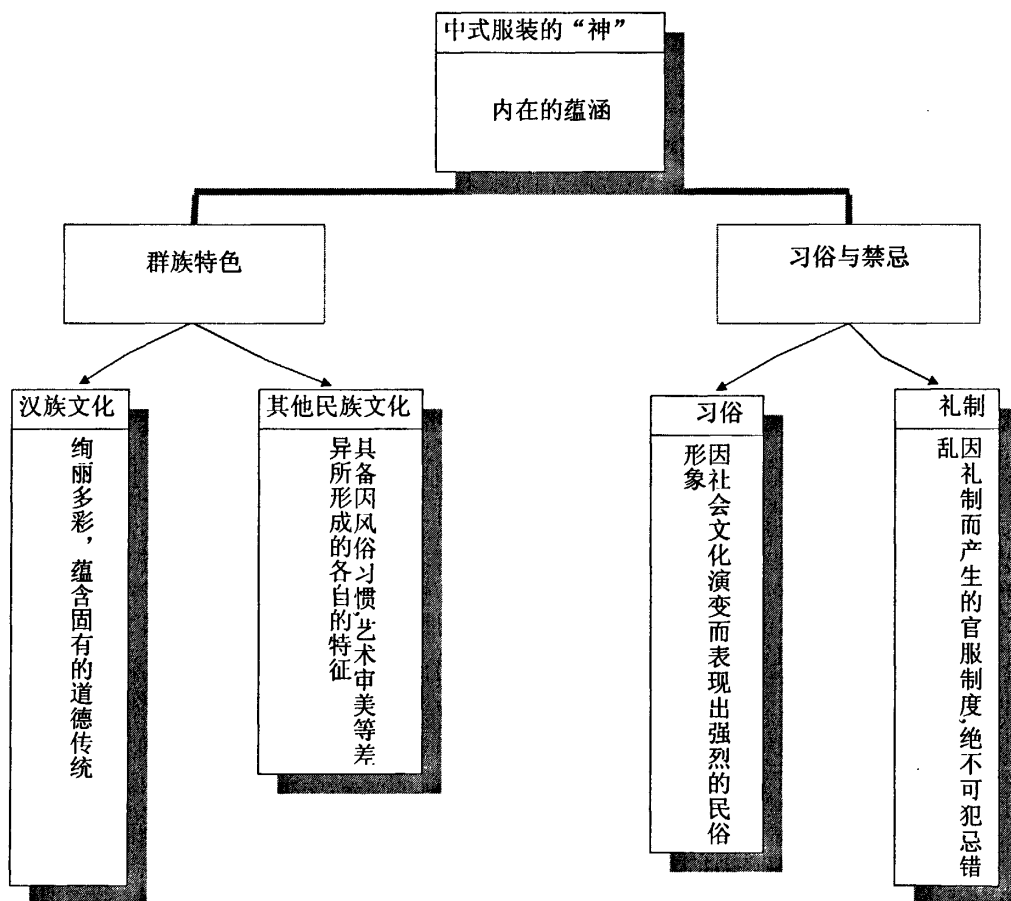


图 3-1 “神”的元素表现结构图

3.1.3 中式服装的“形”

中式服装的“形”，是指视觉上可以看见的形象应用于各种物件之中。然而，因为历史朝代的变迁，导致了服饰的种类复杂繁多。本节从纺织的原料、织造的工具、色彩、图案、服装的形式、配饰的种类等几个主要的构成元素为序进行一一说明。

一.纺织的原料：包括葛、麻、棉、毛、蚕丝等^[19] ^[20]。其中葛是最早利用纺织的植物纤维，在周朝时已设官吏专门掌管葛的种植与纺织，隋唐时期纺织生产能力更强，并以采用硫磺熏蒸的化学漂白方法。麻又区分为苎麻、大麻两个品种，在战国时期已获推广。在古代我国中原地区除利用蚕丝外，主要利用葛、麻等韧皮纤维纺织，其中大麻是贫民阶层衣着的纺织材料。我国的棉花是从南洋传入，后汉时期，棉花的种植已经极为普遍，除纺车和织机有所改进以外，纺织技术也有所进步；明朝以后因为极力提倡棉纺，自此棉纺织已逐步成为纺织业的主要部份。毛织品在商代末期被发现，汉唐时代曾利用孔雀毛、鸟羽毛进行纺织，唐代已经利用兔毛、驼毛纺织。蚕丝在汉代已经大量生产，并且纺织品种类花色也十分丰富多样，我国的养蚕制丝技术，早在两千年前传到越南；一千八百多年前传到朝鲜、日本；一千四百多年前传到欧洲，被世界誉为“丝国”。

二.织造的工具：主要区分为纺纱和织布两个过程，从秦汉至清末可分为两个阶段，秦至唐时期的纺车由手摇单锭推广到手摇复锭在展到脚踏复锭，都用于麻丝的纺纱。宋朝以后，发明了以水利、兽力等动力带动的多锭大纺车。宋元以后，因为棉花的广泛种植手摇纺车和脚踏纺车多用于棉的纺纱。清代，引进至西方的钢铁制动力纺纱机逐渐取代了自然力的大纺车。

三.色彩：“服色”自古就非常考究，“服色”制度在我国先后施行达两千余年，对服装的缘饰和其他的配饰都产生了重要影响。其内涵大概可以分为两类，就狭义而言，衍生于战国末年的阴阳五行学说，施行以“五德相生”的服色制度。五德即金、木、水、土、火五行，他们的代表色分别为青、赤、黄、白、玄，历代都根据他们的属性制定服装的颜色。就广义而言有三，第一：象征天地之德，以天为玄色，地为黄色。第二：分别贵贱尊卑，如分“正色”和“间色”，青、赤、黄、白、黑为正色；两色融合后为间色，正色表示富贵，间色表示卑贱^[21]。其中青、赤、黄、白、玄五色，又各有方位、各有定时。青色表示东方、赤色表示南方、黄色表示中央、白色表示西方、黑色表示北方，被称作是“五色方”。也有青色表示春、赤色表示夏、黄色表示前秋、白色为秋、黑色为冬，被称作是“五时色”。第三：以紫、绯、绿、青等顺序排列，作为文武百官的服色等第；而赤黄为最尊贵，是皇帝专用服色。

四.图案：我国服装上的图案都有精神寄托，也有他的哲学道德，隐喻着穿着者也应该具备与图案内容所含的意思相对应的品德。如日、月、星，表示大公无私，山表示王者的稳重，龙表示官者的应变，华虫表示文采，藻表示洁净，火表示光明，粉米表示滋养等等^[22]。

五.服装的形式：大概可以分为礼节繁重的祭服^[23]、等级森严的朝服、品级昭彰的公服、不拘一格的便服、色彩纷呈的胡服等等。

```

graph TD
    A[中式服装的“形”] --> B[外在的表现]
    B --> C[时空变迁造成不断变化]
    B --> D[材质]
    B --> E[色彩]
    B --> F[图案]
    B --> G[服装的形式]
    B --> H[配饰的种类]
  
```

中式服装的“形”

外在的表现

时空变迁造成不断变化

材质
包括纺织的原料和织造的工具

色彩
广义：象征天地之德，以天为玄色，地为黄色。
狭义：分别贵贱尊卑，如分：正色和间色。青、赤、黄、白、黑为正色；两色融合后为间色。三：以紫、绯、绿、青等顺序排列，作为文武百官的服色等级；而赤黄为最尊贵，是皇帝专用服色。
五德：即金、木、水、土、火五行，代表色分别为青、红、黄、白、黑。

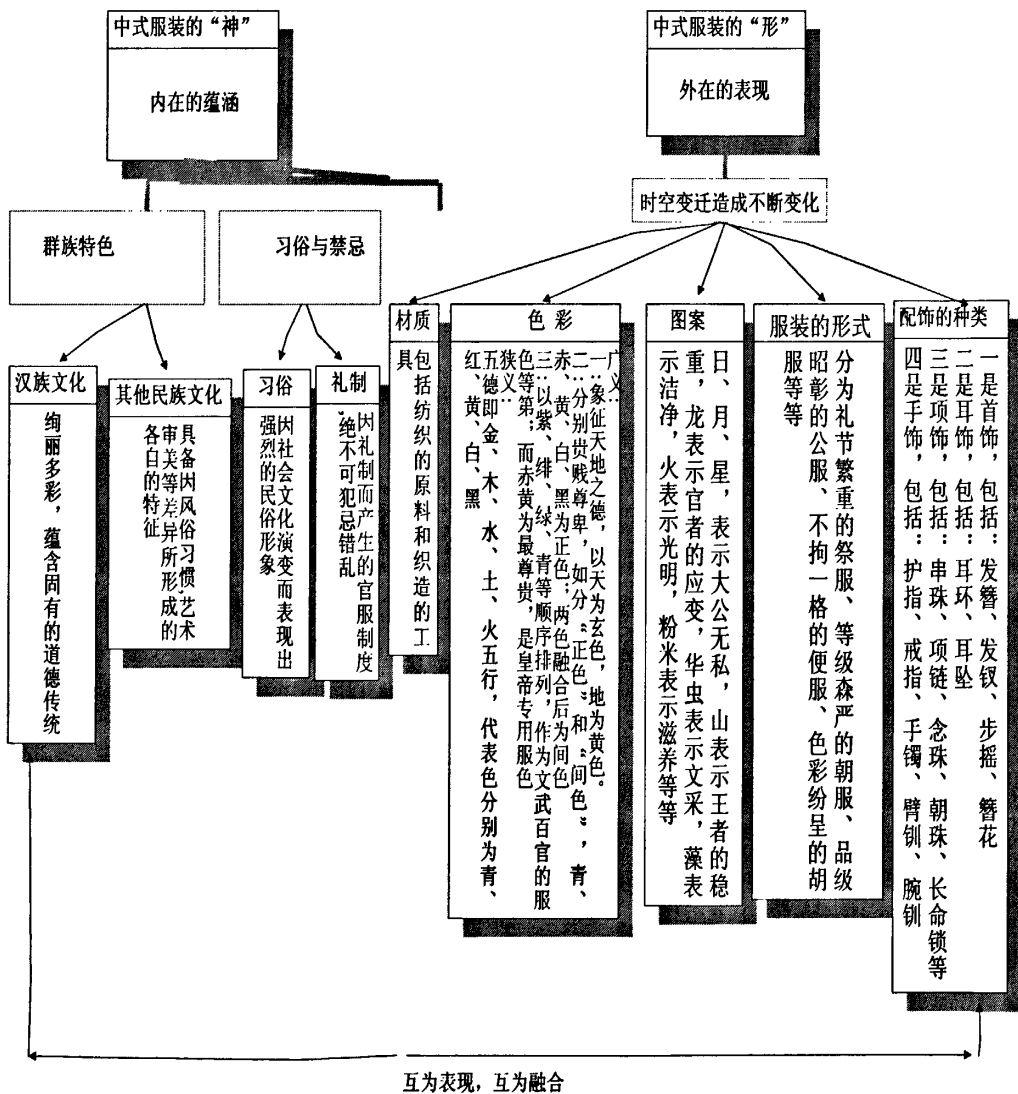
图案
日、月、星，表示大公无私，山表示王者的稳重，龙表示官者的应变，华虫表示文采，藻表示洁净，火表示光明，粉米表示滋养等等

服装的形式
分为礼节繁重的祭服、等级森严的朝服、品级昭彰的公服、不拘一格的便服、色彩纷呈的胡服等等

配饰的种类
一是首饰，包括：发簪、发钗、步摇、簪花
二是耳饰，包括：耳环、耳坠
三是项饰，包括：串珠、项链、念珠、朝珠、长命锁等
四是手饰，包括：护指、戒指、手镯、臂钏、腕钏

3.1.4 中式服装的“神”与“形”的联系

15



3.2 中国元素的探讨

中国元素，在西方人看来犹如儿童看京剧一样，似懂非懂，但是朦胧的东西恰恰体现另一种美。在国际友人越来越喜欢中国的今天，看看艾弗森手臂上的“忠”字，法国巴黎青年设计师赛的“肚兜”，还有到少林寺的普京，以及即将到来的 2008 年奥运会，

就知道现在中国元素十分抢手。也许是因为好奇,也许是为了作品的多样性,也许是为了表现另类,也许仅仅是因为想展现自己的另一种才华,设计师在自己的作品里面,越来越多地开始采用中国元素。

然而,什么才是中国元素?在张艺谋的创作中,京剧的表现方式是中国元素;在吴冠中的画中,水墨意境就是中国元素;在梁思成的心中,飞檐峭壁就是中国元素……中国元素是中国文化的精髓,延续到我们现代生活中来,起到了传承民族文化的作用,是中华民族独有内在和外在的特质。如建筑风格元素,紫禁城、长城、敦煌、布达拉宫、苏州园林等;服饰风格元素,丝绸面料、唐装、旗袍、中山装等;文化风格元素,国画、脸谱、京剧、印章等;自然风格元素,长江、黄河、黄山、珠穆朗玛峰等;动物风格元素,熊猫、白鳍豚等;宗教神话风格元素,观音、如来佛、龙、麒麟等。这些丰富多彩的元素,都是中国文化区别其它文化的地方,全部属于中国元素范畴。

所以简单地讲,所谓中国元素,即凡是被大多数中国人(包括海外华人)认同的、凝结着中华民族传统文化精神,并体现国家尊严和民族利益的形象、符号或风俗习惯,均可被视为中国元素。然而中国元素的具体表现方式与中国传统的思维方式又有着密切的联系。

中国传统的思维方式,在很大程度上可以说就是象征思维。所谓象征思维,按照一般的理解,是用具体的事物或者直观表象,来表示某种抽象的概念、思想感情或者意境的思维方式。从思维形式上看,意象方式是大量运用比喻和象征的方法,借助“象”的类比来达到对形而上的“意”的向往和追求。所以说象征同样也是借助符号,用暗示与启发联想的方式来表述观念或情感的内容。本节主要讨论体现这种中国传统思维方式的的中国元素,可以体现传统思维方式的元素可谓包罗万象,本文将从传统艺术中的造型、色彩、材质质感和图案象征四个方面依次讨论。

3.2.1 传统艺术中的造型

一.陶瓷制品:陶器可以说是和农业一起发展出来的,也是人类用火之后的结果。我国历史上的陶器,在器壁上各种图样多变的形式,表达出的生动趣味,恐怕是同时期的民族所不能比拟的。一般而言陶器的器形及其功用与风俗习惯有着密切的关系,要了解一项特殊器物的用途,需要知道当时的饮食习惯,或居住摆放方式。

瓷器中不同造型的出现,是为了满足人们不同生活需要而产生的,其形制直接来源于生活,如早期的瓷器,仿制古代青铜器及陶器的造型特别多,也有仿制其他工艺品如漆器等形状。到了魏晋时期,便开始有不少仿制动植物形象的瓷器,以及后来受到佛教艺术的影响,如在南北朝时期的莲花尊便是一例^[24]。另一个值得重视的时期是宋朝:宋瓷是中国瓷器的造诣高峰,也是我国漆器艺术的光荣,有:定、钧、汝、官、哥五大窑及龙泉窑的辉煌成就^[25],这六窑都是属于青瓷系统。宋瓷的器型倾向于造型的细微变化,元代器型较大,这可能与统治阶层的饮食习惯有关。

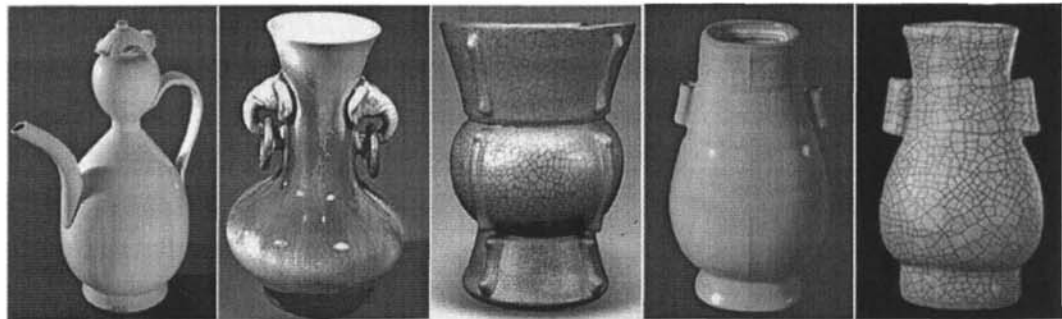


图 3-4: 分别为定、钧、汝、官、哥五大窑

二.商周青铜: 中国古代青铜艺术的成就, 主要体现在夏、商、周三个朝代, 前后延续了两千多年, 至秦汉时期已经是发展的尾声。以殷墟文化为代表的商代后期青铜工艺, 是青铜器艺术发展的第一个高峰期。不只青铜容器的数量大增, 种类复杂, 单类器形的形态也越来越多姿多彩。此时卵形器腹的圆底已经产生, 特别强调造型上的曲线, 而二立耳的部位也与三足的部位取得视觉上的和谐^[26]。商晚期的铸工显然更有时间考虑造型上的问题, 并努力求新求变。其中除了考虑圆型器具的弧度及优美外, 也开始出现了方形器具。

西周至春秋早期, 青铜的造型风格由华丽转为平实, 代表了不同时代的审美追求的变化。青铜器的造型与纹饰的完美结合(图 3-5), 是构成青铜器情感内容的主要因素, 体现出不同时代的文化精神。西周中期以后典型的如陕西扶风出土的铜器, 那种简朴端庄的造型, 充实而壮大的环带纹, 在简朴中传达的是理性人文精神的均衡、安定。后来随着王室权威的丧失, 铜器也逐渐起了变化。商周青铜器的艺术风格多样, 或典雅, 或庄严, 分别体现着不同时代的社会观念和审美要求。



图 3-5: 造型与纹饰完美结合的青铜器

三.传统建筑: 在我国的人文哲学思想体系中, “礼”一直占据着主流地位, 即将“礼”视为中心思想的人性观^[27], 并以此作为处理人际关系的政治伦理观念与行为规范。故宫建筑在规划设计上体现了“礼”的要求, 例如“故宫建筑分为外朝和内廷两部分, 以附会“前朝后寝”的要求。主房位于院落的中央部分, 特别高大或富丽。次要的建筑分列于两旁, 如同帝王上朝, 群臣列班一样, 左上右下。主房的后面则另成院落, 为主人长辈的居室, 房屋虽然高大, 其外观却不突出, 表示辈份虽高, 却非一家之主的意思, 故宫建筑的尊卑高下显然有别, 反映出“助人君、顺阴阳、明教化^[28]”的礼制要求。外朝主要用于理政, 不论在建筑尺度上还是在建筑结构和装饰上, 等级明显高于以生活起居为主的内廷。以太和殿为例, 太和殿位居紫禁城的中心, 也是北京的中心, 象征皇帝是万民的核心。其殿高 35 余米, 寓意天子之堂的高贵, 这种布置突现出以天子为尊的礼序境界。

四.历代服饰:商周男子的服装都是分上、下两截,即上衣下裳^[29],而女子的服装却正好相反,没有上衣下裳的区别,只是一件完整的长袍。如今,女子是时装天地的主宰,五彩缤纷,争奇斗艳的各种时装,主要是为女子设计的,但是在古代男子的服饰要比女子更加丰富多变。商周时期的妇女服装仅有长衣一种。即使王后,也仅有规定的六种礼服:“衾衣、揄狄、阙狄、鞠衣、展衣、缘衣^[30]”这六种礼服式样大致相同,只是上面的装饰和颜色有些区别。

宗法礼教伦理道德在四周已经高度完善,使我国从上古开始就处于严密的思想束缚之下。这种道德思想把裸体看成是一件极度失礼的事,也由于这种心理影响,使得传统服饰一直在严密不漏包掩身体上大做文章,缺乏对人体曲线美的认识和欣赏。道德标准时时压倒审美标准,宽松长大的样式成了服装固有的格式,从而华夏衣冠走上一条忽视服装式样,忽略体形裁剪,而侧重于衣料质地、色彩、纹饰及种种附加饰物的发展道路。

3.2.2 传统艺术中的色彩

一.陶瓷彩绘:如果说陶瓷的造型犹如人体,那么釉色就好比衣着,紧紧地依附于人体,把人体装扮地艳丽多姿。他们或华丽典雅,或质朴无华,或淡雅宜人,充分展示出神奇的魅力(图3-6)。从元代起,由于青花、釉里红的出现,在制瓷工艺中开始出现了彩绘,到了明清,釉料进一步发展,先后出现了多种单色釉和三彩、五彩等品种,釉色品种层出不穷^[31]。



图 3-6 充满神奇魅力的彩瓷

我国瓷器的彩绘装饰,在吸收了传统绘画的技法以后,即由以图案形式为主,变成以写实绘画形式为主。这对于描写现实生活、扩大装饰题材和提高表现技巧,都具有重要意义。在明清时期的彩瓷中,凡是可以描写的事物,如山水、人物、花鸟、虫鱼等,没有一样不可以作为瓷绘的内容。所用的绘画

题材不仅与同时期绘画相近,而且其艺术风格与绘画手法都与当时的画风相似。我国的瓷器在发展过程中,在实用的前提下,通过完美的艺术形式,追求一种和谐、高贵、华丽的美。她有她自身发展的一贯性,其艺术魅力主要体现在造型、纹饰与釉色上。



图 3-7 淡雅宜人的水墨画

二.墨分五彩:我国的绘画因其优越的地理条件、独特的人文色彩,造就了与众不同的空间色彩与诠释手法。或许有人认为我国的绘画是不重视色彩的,但事实并非如此。自从人类懂得表达自己开始,就由色彩画出图画,诉说心中的感受,反映出人们对于大自然的态度(图3-7)。

至宋以后,水墨创作发展,成为画坛的主流,用墨用笔成为山水画画家关心的主题,过去用色的方法和理论,也就被排除在外。色彩沦为笔墨的附庸,多半为配合水墨山水,于是“用墨”与“墨色”自宋之后成为探讨创作中“色”的主题。由此可见我国传统对色彩理论向来都很重视,五代荆浩《画说》中,对设色的描述:“红间黄,秋叶坠。红间绿,花簇簇。青间紫,不如死。粉笼黄,胜增光。”红黄相间,正是秋叶写照;红绿相间,为补色对比,花红夜绿,倍增艳丽;青紫相间,都是冷色调,所以死气沉沉。而白与黄则明度相加更显光彩。荆浩对色彩调配运用所产生的视觉效果,已经有极高的可信度,她的原则也与西洋现代的色彩理论相符。

三. 传统服饰: 中国传统服饰在装饰图案的“色彩”观念与意义上,也是因应“阴阳五行”,而形成独有的色彩审美心理学。这五种正色各有定位,在位者在祭祀不同的方位,一定穿着不同颜色的祭服,所以有所谓的“五色衣”一说。这五种颜色,各有其象征代表的意义:赤色一象征吉祥、幸福、平安、财富、喜悦。青色一象征永恒、希望、温和、年轻。黄色一象征权贵、尊严、华丽。白色一象征正大、平静、纯洁。玄色一象征沉着、持久、温重^[32]。

此外,从周代开始,官员们就在腰间佩戴绶带,这种冠绶制度在汉代是被严格执行。绶带是汉代官员身份的一个重要标志。根据其花色长度,就能区分出官品的高低。唐太宗贞观四年定百官颜色,也是紫在朱前“三品以上服紫,四品、五品服绯,六品深绿,七品浅绿,八品深青,九品浅青”,宋代也是这个格局。俗话说:“红得发紫,正好可以形容高官显宦的服色”。不过三品以上的官老百姓不大能看到,在老百姓眼里,穿大红大绿已经就是不得了的大官了,所以民俗以大红大绿为富贵吉祥色。

或许很多人都认为我国在用色上是很保守的,然而我们从服饰中装饰图案的用色概念和表现上,就不难发现其实我国使用色彩观念是相当缤纷而多姿多彩的。即在明度、彩度、色相的掌握下,呈现高度用色概念,如主结构为淡雅色彩、副结构为鲜艳色彩,而达到相辅相成的用色关系。

3.2.3 传统艺术中的素材质感

一. 陶瓷器物: 陶塑艺术的起源很早,通过古代的遗存可追溯到新石器时代,她既表达了精神上的寄托,又成为可供鉴赏的艺术品(图3-8)。到了春秋战国时代,在盛行厚葬之风的同时,减少了活人实物殉葬的恶习,人们纷纷以陶俑、陶塑取而代之,所以促使了陶塑工艺获得重大的发展。1974年,在陕西临汾秦始皇陵东侧发现了规模巨大的秦俑坑。这些陶制兵马俑威武雄壮,栩栩如生,非常壮观。

陶俑可分为彩绘、三彩陶俑、黄白釉加彩陶俑等。唐三彩是唐代美术中具有特殊风格的一支奇葩。所谓“三彩”,含有多彩之意,再同一件陶制品上同时或交错以黄、绿、白、蓝、



图3-8 非常有质感的陶塑

赭等数种色釉,因在高温烧制过程中熔融流晕而形成绚丽斑斓的美妙效果^[33]。唐三彩是唐代铅釉陶器的总称,大部分的陶俑由于当时盛行厚葬的缘故,保留了唐代生活的面貌。其中最常见的是妇人俑及马俑,这两者也构成了唐代的美学中心。

二. 华夏意匠:

我国的合院制度与家庭观念息息相关。建筑是家族的象征,如果家族的生命变动不居,建筑是没法做弹性的适应的。所以建筑本身可以说是有机体,随着家族的浮沉而存废了。而我们中国人对后辈的期许向来有“光大门庭”的说法,足以证明建筑的象征是视家族的兴衰而变动的。我国的建筑充分说明了我国人民的思想方式与解决问题的方法,也就是讲究格局中的创造,也十分重视人为空间与大自然的调和,但却没有永恒的观念,只是礼制的一种形式。

永恒的感觉在我国的文化中是不存在的。“寄蜉蝣于天地”认识生命的短暂而接受这一事实,是一种智慧。生命是有限的,时间是无限的,永恒的追求是一种愚蠢。因此我国文化的永恒是从生生不息、自然往复中建立的,这样的人生观、价值观,对材料与建筑物采取暂时性的除旧布新的态度应该可以理解(图3-9)。我们认为石材只是地底下或者脚下的建材,因此墓室是用石材砌成,它暗示着死亡。所以中国人的纪念性是子孙的繁衍与发迹,而不在建筑的永固上。

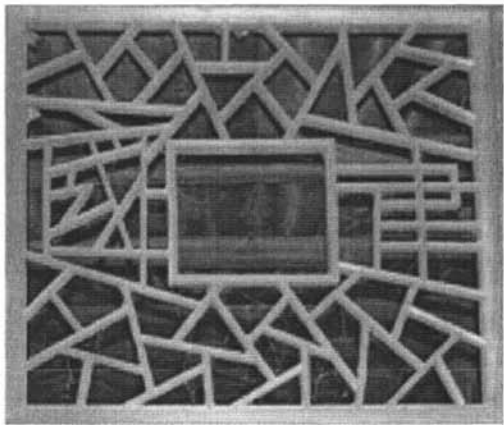


图3-9 典型的中式窗花

三. 石雕艺术:

早期云冈佛像是以佛的样式来表现,从衣纹形式或造型都可明显地看出五胡十六国时代以来相同的特色,也就是富于印度西北风格和中印度普塔朝的风格。龙门石窟开凿于北魏迁都之后,一直延续到唐朝。龙门佛像的特色为背后有巨大的尖叶形背光,比较靠近佛头的一圈是莲瓣,再者为素环、忍冬草,最后为光焰。佛像身体浑厚而不笨重,面貌转严为温和,衣纹处理手法圆熟。或许由于时代审美观的改变,瘦形成为当时一般化的理想形态,而此时特别注意衣纹的表现,也和云冈初期注重人体的风格大不相同。

云冈的雕像都有一种旷野硕大端庄肃穆的表情^[34],似乎有一种想要改变石材坚硬沉重的印象。云冈大佛的体积、量感的巨大或沉重逐渐被淡化了,代之而起的是更多面带微笑的交脚菩萨,她们是更多向内心的自省、更多对生命喜悦的自觉,更多的慈悲与谦恭来形成另一种动人的力量。从云冈到龙门,正代表着我国文化的包容性与民族意识的融合,所以到了唐朝才能开创中国佛教艺术史上的第二个黄金时代。

四. 温其如玉:玉不仅是艺术家对美的追求,更代表中国文化中特有的精神。我国古代有尊玉的文化特质,萌芽自新石器时代,逐渐发展成为本土文化,时至今日,玉器虽不再被视为具有神通的功能与保护尸体的法力,但是人们爱玉的情结,仍不时反映在我们的生活之中。

东汉许慎在《说文解字》中为玉下了定义：“玉，石之美有五德者。润泽以温，仁之方也；腴理自外，可以知中，义之方也；其声舒扬，专以远闻，智之方也；不挠而折，勇之方也；锐廉而不忤，洁之方也。”从中我们可以看出，汉朝人对“玉”的认识，是色泽温润表里如一（图3-10），敲击时声音舒畅悠扬，坚固而不易碎，是可磨得菱角方正却不易割伤人的石头。

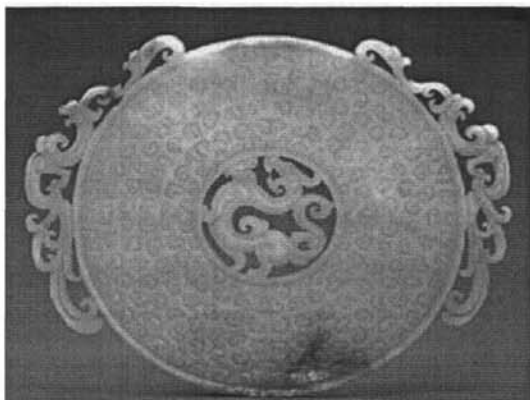


图3-10 玉的色泽温润,表里如一

在品质上，自然比玉石夹杂的大块山产来的纯净。玉虽为山川精英，但未经切磨成形，仍不能表现其温润的色泽与质感。精就是玉，玉是精灵、灵物等神秘化的超越自然的神的载体，同时也成为人们崇拜、祭祀的对象，人通过拜神获得精灵的保佑，祛除灾难。古人曾说：“黄金有价玉无价”，由此可见玉在国人心中的地位^[35]。我们也常说“化干戈为玉帛”，因为我国是爱好和平的民族，正如玉有温润透明的特质一样，意义深远且饶富哲思。

3.2.4 传统艺术中的图纹象征

一. 陶瓷艺术：我国陶器中的图案，除了图腾符号的简化之外，仿佛有一种静下来观察万物的心情。我国史前时期彩陶几何纹样，大都为红、黑与白等彩绘，造型粗狂，它也是原始时期人类受到自然启示所作的表现。史前彩陶几何纹样造型多样，但大体而言可以分为回纹、方格纹、直线纹、三角纹与锯齿纹等。

在原始社会时期，陶器图案不单是装饰艺术，同时也是族的共同体在物质文化上的一种表现。最早的陶器上出现的有龟纹或编织纹，而在仰韶期半坡类型的陶器上，我们看到许多具象的人面、鱼、鸟、鹿等图案，以后几乎绝大部分的史前彩陶上，主要的图案都是几何图形。一般来说，用刻有花纹的陶拍来加工，不但可以留下美丽的图案，也更为结实耐用。粗糙不平的器面，也能防止使用时手划跌落的危险。由写实的、生动的、多样化的动物形象演化成抽象的、符号的、规范化的几何图案，这些并不是纯形式的装饰与审美，而是具有氏族图腾的神圣含意。瓷器上的图案不仅仅是装饰器物的图案，它还体现了人们对生活的一种信念与热爱，因此图案的发展表现出了强烈的时代特征。

二. 青铜纹饰：商周时期，各种器物当中大部分以动物图案为多，这可能是在鬼神崇拜时期，大多数都以代表神灵的动物图象为主要装饰图案的缘故。秦汉以来，器物上偶尔也能见到山水树木的装饰，大多数都是与神话有关。魏晋南北朝以后，植物图案才成为流行的装饰，特别是忍冬花纹或莲花纹。战国时期铜器的社会意义有了重大的改变，过时的铜器已成为一种日用器物或商品。战国时期的铜器在花纹上，开始有写实的狩猎出现，换句话说，这时的艺术已从饕餮文咒缚之中解脱出来，换来的是一种写实的自然主义风格逐渐抬头。到了秦汉时代，写实的自然风格才算成熟。

青铜器的图案是形成青铜器精神内容的重要元素。青铜器造型对人的感官起的作用形式因素，而纹饰则表现了神话与现实交织的具体形象。早期的青铜器图案很简单，还保留着由陶器因袭而来的印迹。青铜器的主导图案饕餮、夔龙等形象，最初出现于商代前期，当时是单层的线刻花纹^[36]。到了商代以后，形成了浮雕与线刻相结合的所谓“三层花”纹饰，即在凸起的主纹上加刻阴纹装饰线，主纹之下再刻出细密的地纹，构成多层次的视觉效果。这些图形在结构上具有方中寓圆、圆中寓方的特点，既柔和又方正挺拔，富于变化。表现出很强的创造性，能适应造型的各种位置。

青铜器图案取材广泛，因时代而异。除了有饕餮、夔龙等神异形象，也有象、鹿、鸟等写实的生活形象。古代青铜器中，流行最广也最富于时代特征的纹饰是饕餮纹。饕餮纹的特征是：以浮雕与镌刻相结合构成的怪兽头部，有耳有角，双目圆突，齿牙嶙峋，具有一种精神上的威慑力量。角的变化很多，有的像牛角，有的像羊角，有的像虎耳，从中可以看出其生活原型。饕餮纹主要应用于器物造型最突出的部位，有时与侧立的夔龙纹相互配合，构成装饰面，其形象变化非常丰富（图3-11）。夔龙纹或称龙纹，是一种张口卷尾、有角和爪的爬行动物形象。多做二方连续图案构成装饰，施于器物颈部或圈足等部位，作为装饰带，或纳入三角形的蕉叶纹中，一般大多装饰于尊、觚等酒器口部。



图3-11 青铜饕餮纹尊

三. 玉器风华：玉器的型式与青铜器、金银器、陶瓷器不同，立体的少平面的多。所以玉行有一个不成文的规矩，这就是“量料取材”，作坊主和设计师都要按照玉料的形状、质地优劣去设计，设计什么（如人物鸟兽或是摆饰器皿）都是由玉料决定的。

商周贵族艺术代表的玉器，在艺术上最大的特色之一，就是动物花纹的发达，其中大多数是真实存在的动物，唯有龙是神话中的，此外也有饕餮面纹。这些玉器不仅是单纯的唯美装饰，而动物花纹的本身，也有可能是古代图腾信仰的遗留。商代及西周的玉佩，大多单独佩戴。商周贵族佩戴美丽的玉饰，不但为夸耀财富、身份，同时也是品德的表征。君子之德如玉的观念，在西周便已形成。

东周由于铁制工具普遍应用，玉器的制作技术有所改良，此时可以雕琢出很细腻精致的花纹，镂空雕刻的技巧，更是精益求精。古老的龙、凤也极受贵族的喜爱，但此时又发展出新的造型，摆脱传统的神秘气息，逐渐进入纯装饰艺术的领域。如以龙头凤头为始，继之以蛇状的多转折的圆曲躯干，躯干上也布满了浮雕的云纹，细腻而雅致。

四. 服饰装饰：在我国传统的服饰制度中，以“装饰图案”最能显出人文哲学思想的精髓，他们的表现不但有可见的外观形式之美；更能彰显内在的涵义，展现出我国传统服饰所特有的思想结构。我国传统服饰的装饰图案在思想上，可以说是从伏羲氏创始太极、八卦开始的。透过太极、八卦以极简单的符号（图3-12），解释人生宇宙一切哲理。如“从‘太极’的一阴一阳呈现色彩、空间关系，展现动态的美感；藉‘八卦’中

的线条,以形成无穷无尽的变化形态^[37]”。也由于太极、八卦哲学的形成,使得国人对宇宙和人生有着属于自己的哲理。

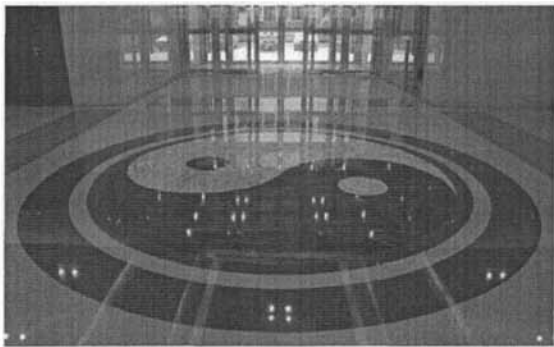


图 3-12 太极八卦

我国传统的装饰图案,在外观的形态上虽是静态的,但是其内在的涵蕴却具有十足的动态性。国人在空间经营观念的动态理念上,可以说主要是受易经的影响,易经观念是天地间所有变化的情形,都以简单线条、符号予以系统化,用来说明宇宙万物在时间里无时无刻的变化。从这里了解到装饰图案所构成的空间感受,绝不是静止的画面,而是延续性的动态境界。

我国传统的装饰图案在表现上有别于西方装饰观念,其中最大特色就是具有丰富的祈福纳吉的内涵,透过这些吉祥图案的出现,以求使用者能迎接顺势与福份,这也正是我国人文哲学思想精神所在。吉祥图案的历史源远流长,早在远古时期,我们就把“一些雄健的猛兽形象比作‘威武’用于男服的装饰;而将一些文丽的珍禽比作‘美好’用于女服的纹样”^[38]。在题材的选定上往往会选折忠孝节义的故事,其主要目的是透过这些故事净化人格的情操,或匡尊伦理体系,以达到社会教育的功能。

3.3 中国元素的转化手法

3.3.1 中国元素的表现方法

传统的中国元素,其主要传统的精神及意义在满足人们心理祈求安全与审美的层次需求与让实质的物质生活与心灵的精神结合为一。在例举了诸多中国元素之后,有必要总结一下这些元素在传统文化艺术中是如何表现的,以便使这些中国元素能够更好地应用于现代设计之中,本节综合所搜索整理的中国元素,综合起来可以看出,中国元素的表现方式主要可以分为五种:

一.象征:

我国是一个讲求含蓄的民族,对一些个人期望,也常由一些物象来代替内在的本意,并且能将这份情感表达地淋漓尽致。所谓象征,是某种具体的人或事物,表示一种特定的意义,也就是用具体的事物,来比拟抽象的东西。在中国和西方美术中,象征是经常选用的一种手法。举例来说:传统的吉祥植物中,以“梅、兰、竹、菊”象征君子之风,即象征品格的高尚、坚贞、典雅而有气节。

二.寓意:

所谓的寓意是指假借其他事物寄托其本意。例如:葫芦寓意生命之源、多子、万寿绵长、驱邪纳福;蝙蝠寓意福气,单只的蝙蝠图案指长寿,双只则寓指“双福”,也就是富贵长寿;“鹤”,就是取其长寿的涵义,希望自己也能达到如鹤般长寿、悠闲的理想境界。另外常见地例子还有:鸳鸯(恩爱)、乌龟(长寿、沉稳)、牡丹(富贵、华丽)、佛手(多福)。

三.谐音:

我国的“文化文字”特别强调形、音、义三者合而为一,运用拼音所造成的同韵字,从古一直延用至今。同样,在中式服装的展厅里面所采用的中国元素也本此原则,即在选择展厅的一些元素时,习惯采取谐音的方式,以达到相同意思的表达。例如:金鱼与“余”或“金玉”的谐音、花瓶与(平安)、鲶鱼代表(年年有鱼)、花冠(官)、鲤(利)鱼、莲(廉)花。

四.符号:

在图案中的云纹符号,是重要的瑞祥图案,为重要吉祥象征之一。一方面代表天,另一方面代表祥云,都是表示吉祥的兆头。此外,还有太极、八卦,是表现阴阳及八种自然现象,为生命、万物万象的根源,成为运用范围最广泛的避邪纳福的吉祥图案。

五.文字:

吉字图案运用极广,是人们喜欢的题材,主要是以汉字字体结构加以美化,增加图案相辅的多重涵义,变成一种特殊的图案。在传统运用中以福、禄、寿、喜等素材最多,如“福”字图案样式繁多约有二百余种;“禄”在民间寓意发财,及与“鹿”谐音,所以禄字的装饰常用鹿的造型;“寿”在汉字中的寿字即有三百余种,应用范围也很广;流传于民间的“喜”字图案,各地区都有,数量不下数万种,一个喜字的骨架,可纳入不同的造型、民风及图案纹饰。

3.3.2 中国元素的应用手法

在讨论了中式服装的文化内涵和特色以及传统文化艺术中可以使用的丰富的中国元素之后,接下来讨论如何将传统的中国元素中的文化、艺术内涵转化应用于现代中式服装的展示设计中,也就是以对传统中国文化艺术中的中国元素和现代展示设计发展的综合观察与认知,结合现代展示设计的方法,进行中国元素的运用与分析,用象征、寓意、谐音、表示符号、文字等表现手法,将传统的中国元素运用于现代中式服装的展示设计中,并吸取其文化精髓。他们之间的结构关系以及如何转化如下图所示(图3-13):

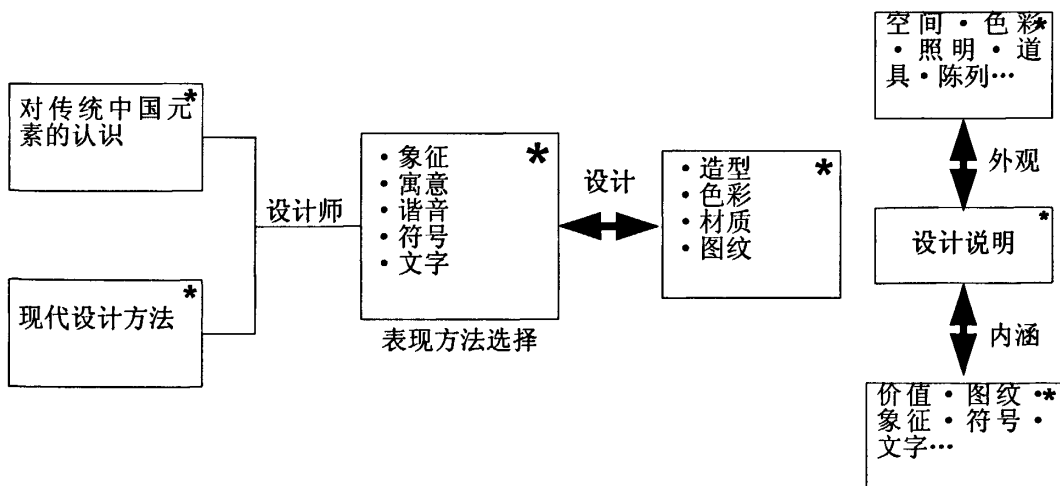


图: 3-13 转化手法结构图

第四章 中国元素应用于中式服装展示案例分析

谈及中式服装,我想不出有任何理由可以不提旗袍,旗袍是东方的神话。设计大师 John Galliano 曾表示:“旗袍是最能表现女人性感的一种形式,更有如苏格兰裙一样永恒。”旗袍的出现和普及,是我国袍服史上的标志之一。

旗袍本来是满族人的服装,因满族人有“旗人”之称,所以他们穿的袍服,被统称为“旗袍”^[39]。满族为女真后裔,常年居于东北,由于气候的寒冷,他们的服装只能采取长袍的形式。满族妇女平常家居也喜欢穿着长袍,不穿襦裙,《清类钞》即载:“八旗妇女衣皆连裳,不分上下。”久而久之,凡八旗妇女平时所穿长袍,都被称为“旗袍”,而用做礼服的朝袍、蟒袍等服,则不属于旗袍的范畴,旗袍的含意渐渐明确。

清末旗袍的样式与此不同,其最大特点是宽敞,从外形上看,大多用平直线条,很少见曲线。腋部的收缩也不明显。袍长至足,材料多用绸缎,衣上绣满各种繁缛的花纹。在领、袖及衣襟等部位,都镶有宽阔的花边。衣领也从圆领变成“元宝式”高领。

辛亥革命以后,汉族妇女受满足影响,也以穿旗袍为尚,并在原来基础上加以改进,终于使之变成了一种具有独特风貌的服装,并享有“国服”之美誉。到了二十世纪三十年代,旗袍进入全盛时期,式样变化也更大,这个时期旗袍式样的变化主要在领、袖和衣长等方面。先是流行高领,领子越高越时髦,即使是盛夏,在薄如蝉翼的旗袍上,也必配以高耸及耳的硬领。但不久又流行起低领来,领子越低越“摩登”,当低到无法再低的时候,干脆省去了领子。袖子的变化也是如此,时而流行长的,长过手腕;时而又流行短的,短至露肘。至于旗袍的长度,更有许多变化,在一个时期内,曾经流行长的,走路来无不衣边扫地。以后,又改成短式,通常的长度都在膝盖一下。

从二十世纪四十年代起,旗袍的式样变化缓慢,总的趋势是日益简便,身长及袖长大多缩短,领子亦多用低式,尤其在夏季,大多不用袖子,并省略了许多繁琐的花边装饰,使其更加简洁、轻便和适体。

4.1 设计构思

旗袍是中国女性服装的代表,对于旗袍专卖展厅的设计,应当突出中国女性的心理内涵和中国文化内涵

应彰显的内涵:

(一)对平安幸福的渴望

随着现代社会经济的迅速发展,女性的生活重心偏向于事业,往往忽略了家庭与亲情。因此,在这样的工作环境中,加深了女性对平安、顺利、幸福等的渴望。所以生活中各类象征平安、幸福的元素,因具有安慰、激励等内涵,进而博人喜爱。

(二)对功利富贵的追求

现代人都追求名利,追求社会地位、财富和高品质的物质生活,这一风尚从古到今都不曾改变。因此,各类象征阶级、富贵等的元素,受人偏爱的程度历久不变。

(三)对吉祥的浪漫憧憬

讨“喜”是我国人民一直以来所渴望的“好兆头”，这也是中国元素的图纹象征中寓意吉祥如意占极大比例的原因。因此，在设计上如何应用和发挥，值得重视。

4.2 设计手法说明

服装展示设计的工作内容，主要包括空间布置、色彩图案、照明设计、道具设计等等。在前文分析探讨了中国元素和中式服装以后，本章节主要以中国元素在中式服装展示设计中的应用为案例，选取了中式服装中最具中华女性代表性的传统中式服装一旗袍。

旗袍是一种内与外和谐统一的典型的民族服装，被誉为中华服饰文化的代表。它以其流动的旋律、潇洒的画意与浓郁的诗情，表现出中华女性贤淑、典雅、温柔、清丽的性情与气质，对于旗袍专卖展厅的设计，应当突出中国女性的心理内涵和中国文化内涵。

4.2.1 旗袍展厅的空间布置

我国古代的建筑以空间规模巨大、平面铺展、相互连接为特征，重视各个建筑之间平面整体的有机安排，造型上讲究比例协调与尺度适宜，柱子与梁额形成恰当比例，使建筑呈现一种低平舒展的感觉；平面简单，造型样式重复，如果从空间布局的角度来看，每一座单体都是一个空间单元，其空间主体并不是建筑物的内部空间，而是由建筑物围合而成的院落空间。依序布置的大小院落构成了一个更大的院落空间群组。院落之间彼此穿插错落，形成了极具艺术韵味的空间格局。事实上这种建筑的平面铺开已经把空间意识转化为时间过程，空间的平而纵深使人慢慢游历在一个复杂多样的进程中，感受到生活的安逸和对环境的主宰。

中国传统建筑的平面布局是中轴对称的。无论是宫殿、坛庙、陵寝及民居建筑布局，都是井井有条，这些建筑形制把儒家宗法制度体现得淋漓尽致^[40]。上天赋予人体的造型基本上是对称的；因此对称的空间与人的环境感受是可以配合的。再者建筑的配置是基本井然有序的。我国的个体建筑一般大都是简单的长方形，其中四合院几乎是最起码的组合（如图4-1-1）。如果仅从空间单元上来看，一组建筑可以包含四合院落空间、四坡一池的天井式院落、三合院、中置厅堂，及周围回廊的廊院。

四合院规模不同，大小相差悬殊，但无论大小，都是由基本单元组成的。四面房屋围合起一个庭院，为四合院基本单元，称为一进四合院，如果围合形成两个院落即为两进四合院，依此类推。一个独立的院落就是一具独立的小型建筑组群，院落与院落的组合，可以组成中型的或大型的建筑组群^[41]。在设计构思旗袍专卖展厅的空间布置时，即考虑借鉴四合院的格局（如图4-1-2），这样可以突显出中国特色，并且可以与中式服装一旗袍的展示氛围相吻合。

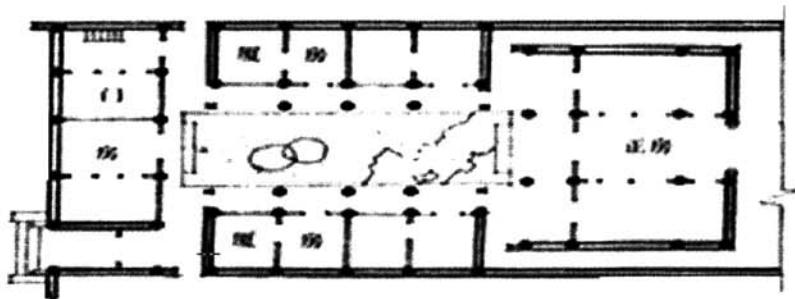


图 4-1-1: 传统四合院格局

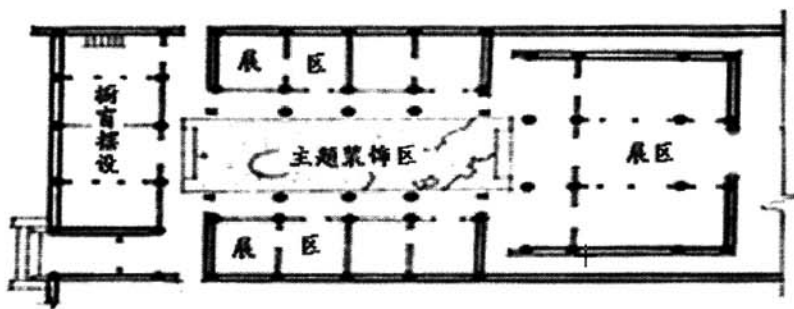


图 4-1-2: 借鉴四合院的旗袍展厅布置

4.2.2 旗袍展厅的色彩图案

我国古代人们最喜欢的衣服颜色有青色、玫瑰紫、高粱红、樱桃红、浅灰、棕诸色，这些都是人们喜欢的颜色。妇女衣服的颜色，大都是以年龄为标准的，浅绣色则是闺女们所穿的衣服颜色，中年妇女都以青、蓝、紫、酱诸色为主色。不过红色是代表喜庆的颜色，新娘等才可以穿红色衣服。明黄、金黄、香色是皇室专用色，一般的平民不能使用，这样一禁忌反而使这两种色系成为现代设计上较为普遍使用的高流行色系。受传统用色的影响，在旗袍专卖展厅的色彩选用上，以红色为主色，金黄色为环境色（如图 4-2-1），以彰显富贵吉祥的气氛。



图 4-2-1: 红色为主色，金黄色为环境色的旗袍展厅

古代人们喜欢用的图案大概可分为七种类型：1.神兽纹样：人们将祈求平安、吉祥、幸福的愿望寄托在神、佛及瑞兽上如龙、凤、麒麟。2.动物纹样：喜鹊视为喜鸟，喻意吉祥、功名、幸福用于表现“喜”的场面，如喜上眉梢。3.符号纹样：如意云纹、变形

云纹等最常见。4.植物纹样：以松、竹、梅、石榴、牡丹等在植物纹样中最受青睐，它们是坚贞、高洁、长寿、富贵情操的化身，反映着人们对理想的追求与祝颂。5.几何纹样：以方格纹、圆圈纹、斜方格纹、波形运用最广。6.文字纹样：除常用的福、禄、寿、喜外，又以“卐”字图案(万)被广泛运用，“卐”本是佛教的吉祥符号，有万德吉祥的意思。7.其他纹样：广为运用的吉祥图案如“暗八仙”又称八仙纹，用道教中八仙所持的法器来暗喻八仙。在旗袍专卖展厅地面的中央位置，图案选用了几何纹样中的方格纹；墙壁上的图案选用了神兽纹样中的凤的图案；地面上的图案选用了符号纹样中的变形云纹等（如图4-2-2）。



图4-2-2：旗袍展厅中图案的运用

4.2.3 旗袍展厅的照明设计

我国的灯笼又统称为灯彩，每年的农历正月十五元宵节前后，人们都挂起象征团圆意义的红灯笼，后来灯笼就成了中国人喜庆的象征。经过历代灯彩艺人的继承和发展，形成了丰富多彩的品种和高超的工艺水平。从种类上有：宫灯、纱灯、吊灯等等。从造型上分有：人物、山水、花鸟、龙凤、鱼虫等等。中国的灯彩综合了绘画艺术、剪纸、纸扎、刺绣等工艺，利用各个地区出产的竹、木、藤、麦秆、兽角、金属、绫绢等材料制作而成。

在旗袍专卖展厅里，灯笼不仅可以用来照明，它往往也是一种象征，以营造一种喜庆的氛围。同时灯笼还可以作为装饰物扮演重要的角色，并且灯笼的材料，可以由原来的纸、竹子，变成布、塑胶、铁线，而且灯笼的形状和颜色与传统也可大不相同。另外，可以更多地采用改良后的灯笼（如图4-3），即传统与现代设计相融合的灯笼。

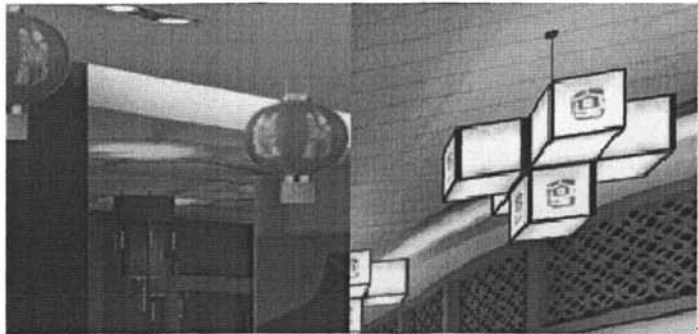


图4-3：旗袍展厅中的照明设计

4.2.4 旗袍展厅的道具设计

旗袍展厅除了空间布置、色彩图案、照明设计以外,展厅里最重要的就是道具了,道具又大致可以分为三种类型即应用道具、装饰道具及其他道具,在此每种道具列举一例加以说明:

应用道具:展台、柜台、衣架、桌椅均用木质材料

在我国的文化里,建筑并没有客观存在的价值;她的存在,完全是为了完成主人的使命。除了居住的功能外,建筑是一种符号,代表了生命的期望。建筑与人一样是有寿命的,她随着主人的生命节拍而存在。因此使用可以腐朽的木材,要比使用不会腐朽的石头更具有生命的意义。选择木材不是为了省钱,也不是因为技术上的落后,只是代表一种价值观。于是中国建筑大体上都是以木材作为主要的建筑材料,因为木材的寿命是短暂的,几乎与人的寿命相当,因而建筑的生命似乎应合于人生的悲欢离合。在考虑旗袍专卖展厅的应用道具上时大部分采用的仍然都是木质材料,展厅的展台、柜台、衣架(如图4-4)以及门、隔板、栏杆、窗户、吊顶和部分装饰物等均是具有中国特色的木质窗花为主要灵感来源而设计。

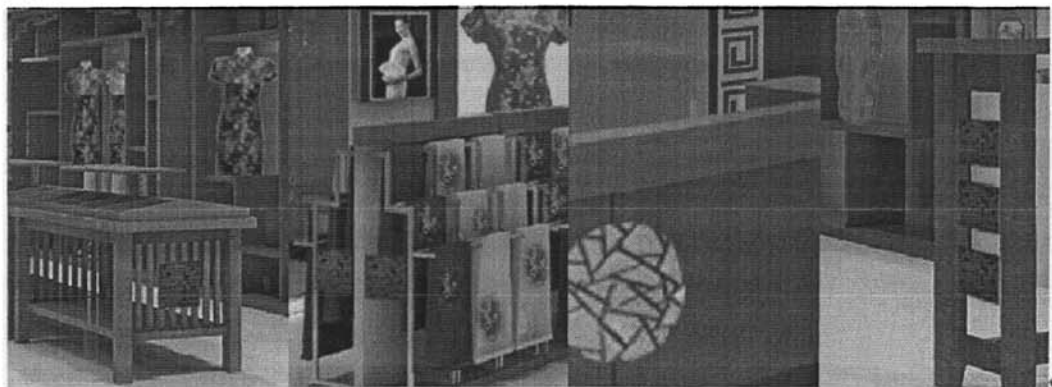


图4-4: 旗袍展厅中的应用道具

装饰道具: 青花瓷器、木质窗花、案台、雕塑、玉器

元代的青花瓷器具有划时代的意义,唐宋瓷器虽有装饰,可是却仍旧以淡雅为尚,唯独青花瓷器的图案,给人以繁而不华的感觉并且具有鲜明的中国风格(如图:4-5)。青花瓷的主题图案饰纹主要有三种:一是以整幅图画为主题,如鱼藻图、人物故事图、莲池及莲池水禽图;二是动物纹,以龙纹为主,也有凤凰、孔雀、狮子、麒麟等;三是花草纹,以缠枝牡丹及缠枝莲使用最多;此外有串枝花、灵芝等^[42]。自元代以后,经历明、清迄今依然风行如故,其纹样题材虽然也有人物或动物等,但仍以缠枝花纹以及莲瓣纹为主。

青花瓷的艺术性主要在于它的装饰绘画及颜料色彩的特殊性。青花瓷在内容题材方面具有生活性的装饰美;在表现形式上具有民俗性的装饰美;在对外来文化的吸收上具有融合性的装饰美;在材料运用方面具有绘画性的和色彩视觉上的装饰美^[43]。为了烘托展厅里清新、淡雅的气氛,犹如女性散发的浓浓优雅的味道和高贵气质,青花瓷在旗袍专卖展厅里自然是必不可少的元素。



图 4-5: 旗袍展厅中的装饰道具

其他道具：山水笔墨、丝质灯笼、红色地毯、木质吊顶、带吉祥图案的靠垫

山水笔墨就是风景画（如图 4-6）。因为我国是以农立国，对土地山川有着浓厚的亲切情感，加上魏晋南北朝时期，有“山林文学”的鼓吹，所以我国对山水画情有独钟，特别是拈出了一个山水画的专名，是对人类文化做出的一项卓越贡献。水墨山水的发展历史悠久，成为构成中国特色文化的重要环节，在国际上也享有盛名与世界其它民族的文化艺术共同构成了人类文化文明的一个重要组成部分。山水笔墨的意境最能体现中国元素的味道，看见山水笔墨画就仿佛置身祖国的大好山水，因此，在中式服装的展厅中山水笔墨也是一个必不可少的元素。



图 4-6: 旗袍展厅中的其他道具

以上讲述了几例中国元素在旗袍展厅中空间布置、色彩图案、照明设计、道具设计上的应用，事实上能够用在旗袍展厅中的中国元素还有很多，在此不一一罗列，下面将 3D 电脑设计的作品呈现，如此可以从中清晰地看出中国元素在旗袍展厅中的整体效果。

4.3 作品呈现

以下为 3D 电脑设计的作品呈现:



图 4-7-1: 中国风的旗袍展厅 1



图 4-7-2: 中国风的旗袍展厅 1 (局部)



图 4-8-1: 中国风的旗袍展厅 2



图 4-8-2: 中国风的旗袍展厅 2 (局部)



图 4-9-1: 中国风的旗袍展厅 3



图 4-8-2: 中国风的旗袍展厅 3 (局部)

第五章 结论与展望

5.1 本课题的主要结论

本课题从设计者的角度,由中国元素的特色着手,并对其进行全面的探讨,再针对中国元素的种类和内涵等进行归纳分析,最后再对其应用于中式服装的展示设计的设计实例中。研究过程从查阅参考资料到各项设计创作的完成,从中取得了如下成果:

根据中式服装不同的表现形式,把中式服装分为外在的“形”和潜在的“神”两个层次。中式服装“形”的元素是根据视觉上可以看见的形象的运用,主要构成大概可以分为:纺织的原料、织造的工具、服装形式、色彩、图案、配饰等等的元素表现。中式服装“神”的元素大概分为下列三项,一是以汉族为中心的服饰文化,服饰文化中寓意着固有的传统道德;二是少数民族文化的传承,五十六个民族因生活习俗、艺术审美等的差异,所表现出的文化特色,在服饰发展中仍得以传承保留;三是习俗与禁忌的影响,即因社会文化的演变而表现出的民俗形象和因礼制而产生的不可犯忌错乱的官服制度。

对传统艺术中的中国元素从造型、色彩、材质、图纹四个方面进行总结,这些中国元素在表现方法上,大概可以归纳为象征,寓意,谐音,符号,文字等几种方式。象征,如梅、兰、竹、菊象征君子之风;寓意,如蝙蝠,寓意福气;谐音,如金鱼与金玉;符号,如云纹符号是重要的吉祥图案;文字,如福、禄、寿、喜等吉祥文字的应用,设计师对这些中国元素进行探讨分析,并将其转化运用于中式服装的展示设计中。

由中国元素可衍生出丰富的文化概念,整篇论文除了探讨中国元素的演化与特色之外,主要强调在中式服装展示设计过程中,其概念的解析与转化,使之能充分发挥于现代服装展示设计中,接着提出完整的设计构想并制作出中国元素在中式服装一旗袍专卖展厅中的实例创作。

5.2 进一步的研究方向

本课题主要是探讨将中国元素应用于中式服装的展示设计中,但限于研究时间,在实际设计创作以及操作过程中,个人思路可能有一定的局限性,不及有该理念指导的团队做的完善和周全。事实上个人认为中国元素的应用范围还很宽广,具有极大的发挥空间,特别是在现代西方设计师的眼中,中国风有着巨大的魅力,但是在他们的设计中,却仍然只围绕着旗袍的性感,并反复使用部分重复、简化的元素,但如果仅以旗袍和少数的中国元素,就能让这些设计大师们在国际间创造出引领时尚的魅力,那么就更能彰显出丰富的中国元素在不同领域的发展前景,也就值得我们继续进行深入的研究和创作,因此无论是在理论研究部分还是与设计实例创作部分都有再进一步发挥的空间。

有关中国元素的研究资料虽然很多,但在研究过程中仍然会遇到很多难题,比如有些叙述比较抽象笼统,不够具体;或者内容不加查证、考究,于是似是而非,特别是有许多关键性的细节或者专有名词,原著者不加以说明,导致无从了解真相。因此,本研究虽能做部分轮廓上的探讨,但对于系统化的深入分析与探讨研究却仍存在许多不足之处。本课题是以中国元素的应用为主,但要对中国元素作更加深入的了解仍有困难,如

果依据各学者、专家的考据，固然能够结合现代设计加以应用，但对精髓的转化，却难以将理论与实际相结合，进而触类旁通、举一反三。因此，在设计实例创作上常常遭遇困境，一时无法突破的瓶颈，此外在设计创作上，要将书本上看到的元素，转化为具体运用的元素，常缺乏参考的实体资料，尤其是仿古材质的资料难以获得，无论是在知识、金钱还是在材料等方面都显得不足，妨碍了创作的深度，所以本课题仍然需要再做多方面的深入探讨与研究。

致 谢

论文的完成，首先要感谢我的导师王宏付副教授，他严谨治学的态度令我敬佩；他渊博的学识在每次的讨论中总能给我新的启迪；生活上嘘寒问暖，无微不至；既是传道授业的老师更是春风化雨谆谆教诲的长者，让我在学业与做人方面受益颇多。论文中的字斟句酌，一次次的讨论，一次次的修改，尽显学者风范，在此向王老师表示衷心的感谢！

人生正如很多哲人所说，恰似一段旅程。感谢爱我的父母，姐弟和关爱我的朋友同学们，也许还有命运的眷顾，能够让我踏上读研之旅，能够让我在步入社会的一年后重返知识的殿堂，让我呼吸操场那清新的空气，享受图书馆自习的温馨，感受大学宿舍舍友胜似亲情的关怀与照顾，无数发自内心的感激都难以用言语尽数之。暂时能做的也许只有发自内心的感谢，而未来则以百倍的努力争取更大的成绩来回报他们。

参考文献

- 1.毛春义.服装展示[M].武汉:湖北美术出版社,2006.7
- 2.叶姣.服装展示在现代市场营销中的作用与功能探讨[D]:[硕士学位论文].四川:四川大学,2006
- 3.毛春义.服装展示[M].武汉:湖北美术出版社,2006
- 4.叶姣.服装展示在现代市场营销中的作用与功能探讨[D]:[硕士学位论文].四川:四川大学,2006
- 5.刘惠玲.现代高级商场展示设计与展柜、展台设计的研究—利快厨具的展示设计[D]:[硕士学位论文].南京:南京林业大学,2005
- 6.韩子栋.展示设计 [M].河北:河北美术出版社,2001.6
- 7.[英]奥托 瑞伍德特,孙硕译.商店设计 [M].北京:中国轻工业出版社,2001.9
- 8.林福厚.展示设计精要 [M]北京:北京农业大学出版社,1993.12
- 9.郭茂来.展示设计艺术赏析[M].北京:人民美术出版社,2002.12
- 10.许亮.展示设计[M].长沙:湖南美术出版社,2004.19—20
- 11.刘惠玲.现代高级商场展示设计与展柜、展台设计的研究—利快厨具的展示设计[D]:[硕士学位论文].南京:南京林业大学,2005
- 12.永辉,鸿年.商业设施设计[M].中国建筑工业出版社,2002.2
- 13.运用了“5W1H”设计法中的“5W”的概念
- 14.张岱年、程宜山.中国文化和文化争论[M].北京:人民出版社,1990
- 15.华梅.中国服装史[M].天津:人民美术出版社,1999
- 16.孔子原著.论语 [M].广州:广东民族出版社 1999.1 《论语·宪问》
- 17.胡敬萍.中国少数民族的服饰文化[J].广西民族研究,2001,(1):62—66
- 18.华梅.中国服装史[M].天津:人民美术出版社,1999.86
- 19.华梅.中国服装史[M].天津:人民美术出版社,1999.93
- 20.朱和平.中国服饰史稿[M].郑州:中州古籍出版社 2003.66—67
- 21.叶立诚.服饰美学[M].北京:中国纺织出版社.2001.308
- 22.叶立诚.服饰美学[M].北京:中国纺织出版社.2001.299
- 23.叶立诚.服饰美学[M].北京:中国纺织出版社.2001.302
- 24.冯先铭.中国陶瓷[M].上海:上海古籍出版社,2001.287
- 25.李霖灿.中国美术史稿[M].昆明:云南人民出版社,2002.p.64
- 26.朱和平.中国青铜器造型与装饰艺术[M].长沙:湖南美术出版社,2004.92

- 27.叶立诚. 服饰美学[M].北京:中国纺织出版社.2001 .299
- 28.张舜徽著. 汉书艺文志通释 [M].武汉:湖北教育出版社.1990.66
- 29.周汛, 高春明.中国古代服饰风俗[M].西安: 山西人民出版社 2002.20
- 30.周汛, 高春明.中国古代服饰风俗[M].西安: 山西人民出版社 2002.19
- 31.罗奋涛.中国画对陶瓷装饰的影响探析[J].中国陶瓷,2006,42(12):63—64
- 32.叶立诚. 服饰美学[M]. 北京: 中国纺织出版社, 2001. 309
- 33.郭珂. 论唐三彩对中国传统造型模式的超越[J]郑州大学学报(哲学社会科学版) ,
2004, 37(3) : 148—150
- 34.李霖灿. 中国美术史稿[M]. 昆明: 云南人民出版社, 2002. 52
- 35.李霖灿. 中国美术史稿[M]. 昆明: 云南人民出版社, 2002. 85
- 36.李霖灿. 中国美术史稿[M]. 昆明: 云南人民出版社, 2002. 76
- 37.叶立诚. 服饰美学[M]. 北京: 中国纺织出版社, 2001. 303
- 38.周汛, 高春明.中国古代服饰风俗[M]. 西安: 陕西人民出版社, 2002. 203
- 39.周汛, 高春明.中国古代服饰风俗[M]. 西安: 陕西人民出版社, 2002. 252
- 40.范存江.中国现代建筑对传统建筑文化的承传[J].艺术百家,2007, (4):199—200
- 41.任荟, 苏健.四合院的建筑风格与传统文化[J].民俗文化,2007, (4):59—62
- 42.冯先铭. 中国陶瓷[M].上海: 上海古籍出版社. 2001.459
- 43.肖世扬, 余建荣, 罗一鸣. 试论青花瓷的装饰美[J]. 中国陶瓷 , 2007, 43(01):
50—51

附录： 作者在攻读硕士学位期间发表的论文

论文发表：

1. 许莉莉, 王宏付. 浅谈中式服装专卖店的橱窗设计[J]. 纺织科技进展 2007 (12): 97—99
2. 王宏付, 许莉莉. 西南西北少数民族传统服饰文化的差异剖析[J]. 装饰 2007 (10): 74—75

获奖情况：

3. 第二届海宁·中国经编服装设计大赛泳装组银奖
4. 第二届海宁·中国经编服装设计大赛网上最受欢迎奖
5. 第三届海宁·中国经编服装设计大赛职业组银奖