
第 1 章 绪论

1.1 论文研究的背景

“ ”



1

1.2 论文研究的现状与创新点

1840

20

“ T”

“ ”

1.3 论文研究的目的和意义

,

第 2 章 现代婚纱设计的研究与分析

2.1 现代婚纱设计的特点

2.1.1 现代婚纱设计的风格特征

“ ” + “ ”
“ ” “ ” “ ” “ ”

200

1840

2.1.2 现代婚纱设计与传统婚纱设计的异同

19

20

“ ”



2 20

“ A ” +

“ S ”

“ S ”

+

2.1.3 影响现代婚纱设计的因素



”

”

2015

ALBERTA FERRETTI

2.2 国外婚纱设计市场现状

VERA WANG

2015

VERA WANG

2014

2013

REEM ACRA2015



3 VERA WANG

2.3 国内现代婚纱设计的市场现状

19

1927

1840

2.3.1 市场调研问卷分析

选项	小计	比例
A. 款式可以的话，可以购买	53	53%
B. 价格合理的话，可以购买	51	51%
C. 根据个人喜好稍微更改设计，可以购买	41	41%
D. 品牌成熟有名气，可以购买	7	7%
E. 会关注，购不购买不一定	34	34%
F. 根本就不感兴趣好吗	2	2%
本题有效填写人次	100	

4

1

58%

42%

81%

(

3D

) 47% () 47% ()
 3D) 28% ()
)

2

3~11%

80%

选项	小计	比例
A. 热爱传统文化，但是目前没有喜欢的设计	30	30%
B. 热爱传统文化，有喜欢的设计，但是出于价格问题不能购买	20	20%
C. 热爱传统文化，看到有带有这类元素的作品，怕不适合自己的不敢购买	30	30%
D. 热爱传统文化，有的作品欣赏是欣赏，穿上怕不被周围的朋友接受，不敢入手	11	11%
E. 对于传统文化热衷度不高，但是有好看的款式还是会关注	39	39%
F. 对于传统文化热衷度不高，还是喜欢市场上大多数风格	3	3%

5

2.3.2 实习调研小结

2.4 国内现代婚纱设计的局限性

2.4.1 国外品牌设计师作占主流市场

20

90

“ ” “ ”

2.4.2 设计思路雷同缺乏创新

“ ”

2.4.3 明星效应主导消费者审美评判标准

“ ”

2015

Chl oé

2.4.4 装饰方法过于守旧

2.4.5 中国传统元素没有充分运用

“ ”

第 3 章 中国创新性婚纱中装饰方法的研究

3.1 民族装饰元素的分类与分析

“ ”

3.1.1 中国元素的多样性

“ ”

2015 ETRO



“

”

“

”



6 2015 ETRO

3.1.2 中国装饰元素在婚纱设计中的应用现状

LAN YU Haute Couture 2015 “ ”

3.2 婚纱设计中剪纸元素的寓意运用与创新

3.2.1 剪纸艺术寓意的分析与提炼

“ ”

3.2.2 剪纸寓意创新在婚纱中的应用

“ ”

3.2.3 设计作品中剪纸寓意的创新实践

3.3 婚纱设计中剪纸元素的工艺手法小结与创新

3.3.1 剪纸元素的工艺手法归纳

3.3.2 设计作品中剪纸工艺手法的创新实践

第 4 章 婚纱作品中剪纸文化元素创新的应用

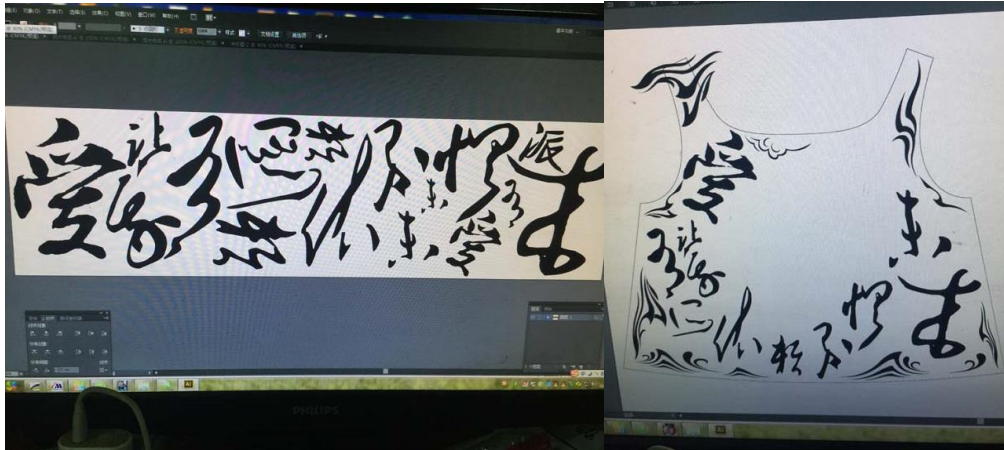
4.1 设计主题及设计方案说明

4.2 效果图及面料选择



7

4.3 工艺方法



8

4.4 成品展示



9

第 5 章 总结

参考文献

- [1] . [J]. 2008 17 237-239.
- [2] Colin McDowell, GALLIANO, Rizzoli International Publications, Inc., New York, 1998.
- [3] . . 1995 191-207.
- [4] . [J]. 2005
3 :15-17.
- [5] . [m]. 1999.
- [6] . . 2000:133, 134.
- [7] . . 2002 62.
- [8] . [M]. 1994.
- [9] . . 2009.
- [10] . [D]. 2011.

致谢

附录

2015 4 20

1 1. []

A. 15-20	12	12%
B. 21-25	58	58%
C. 25-30	30	30%
D. 31-35	0	0%
	100	

2 []

A.	30	30%
B. ()	37	37%
C.	11	11%
D. ()	9	9%
E.	7	7%
F.	6	6%
	100	

3

[]

A. 1500-3000	53	53%
B. 3001-5000	21	21%
C. 5001-8000	15	15%
D. 8001-12000	6	6%
E. 12000	5	5%
	100	

4

[]

A.	59	59%
B.	38	38%
C.	3	3%
	100	

5

[]

A. ()	18	18%
B. ()	47	47%
C. ()	22	22%
D.	13	13%

	100	

6

[]

A. 2-3	57	57%
B.	12	12%
C.	31	31%
	100	

7

() []

A. 1000-3000	28	28%
B. 3001-5000	22	22%
C. 5001-10000	28	28%
D. 10001-20000	17	17%
E. 20001	5	5%
	100	

8

[]

A.	35	35%
B.	58	58%
C.	32	32%

D.	42	42%
	100	

9

[]

A.	47	47%
B. (3D)	81	81%
C. (3D)	47	47%
D. ()	28	28%
	100	

10

[]

A.	39	39%
B.	3	3%
C.	58	58%
	100	

11

[]

A.	30	30%
B.	20	20%
C.	30	30%
D.	11	11%
E.	39	39%
F.	3	3%
	100	

12

[]

A.	81	81%
B.	9	9%
C.	14	14%
	100	

13

[]

A.	53	53%
B.	51	51%
C.	41	41%
D.	7	7%
E.	34	34%
F.	2	2%
	100	

14

[]

A.	89	89%
B.	55	55%
C.	7	7%
D.	47	47%
E.	8	8%
	100	