

第一章

形象设计概述

在科技发展日新月异，人们的精神及文化生活也更加追求品味与变化、个性与格调的当今社会，“时尚”二字越来越普遍地被提及，时代赋予它的内涵也更加丰富而深刻。伴随着中国经济的发展与腾飞，人们更是对自己的形象投入了更多的关注，各种与形象设计相关的行业与岗位也如雨后春笋般地涌现并发展起来。因此，形象设计不仅具有重大的个体意义，其社会意义也不容忽视。

第一节 形象设计的概念

一、形象

对于“形象”一词，《辞海》中有两个解释：一指形体、形状、相貌；二指文学艺术区别于科学的一种反映现实的特殊手段。《现代汉语词典》解释为“能引起人的思想和感情活动的具体形状或姿态”。因此，“形象”具有狭义和广义两方面的解释。狭义上专指人的形体、相貌、气质、行为及思想品德所构成的综合整体形象。而广义上则泛指人和物，包括社会的、自然的环境与景物。

二、设计

《辞海》中对于设计的解释为设置、筹划，根据一定的目的要求，预先制定出方案、图样等。《汉语大词典》解释“设计”这个词的含义为：“根据一定要求，对某项工作预先制定图样、方案。”“设计（design）”一词源于拉丁语的 *Dē signāre*，原意为用记号来表现计划，这也说明设计是在美术的基础上进行艺术再加工的过程。

三、形象设计

形象设计（image design）是研究人的外观与造型的视觉传达设计，是艺术与设计的交叉学科，又称形象塑造（image building），它最早源于舞台中的人物造型设计，后来被时装

表演界人士使用,用于时装表演前为模特设计发型、化妆、服饰的整体组合,随即发展成为特定消费者所做的相似性质的服务。

从广义上讲,形象设计是指在一定的社会意识形态支配下进行的一种既有特殊象征寓意,又具有艺术美感的衣着装扮的创造性思维与实践活动。它首先体现的是人的社会属性,体现审美属性为其次要目的。

从狭义上讲,形象设计是以审美为核心,依据个人的职业、性格、年龄、体型、脸型、肤色、发型等综合因素来指导人们进行化妆造型、服装服饰及体态礼仪的完美结合的创造性思维和艺术实践活动,即按照美的创作规律进行衣着装扮。与广义概念不同,它以体现人的审美属性为首要目的,体现社会属性为其次。

早期的优秀形象设计师不是化妆师或美容师,而是服装设计师,这是因为在人的外观和造型中,服饰占据了大部分的比例。设计大师纪梵希以独特的优雅格调,打造出好莱坞影星奥黛丽·赫本的经典形象(图1-1),这就是一个成功的案例。随着社会经济、文化的发展和人们审美水平的不断提高,形象设计已从一种艺术创造手段演变为人们的一种生活模式,并发展成一种新的文化形态。由此来看,形象设计不仅丰富、美化了人们的日常生活,更扩展了艺术创造的空间。

2



图1-1 纪梵希为奥黛丽·赫本设计的经典银幕造型

第二节 形象设计的发展历程

一、形象设计的起源

形象设计源于最初人类对自身的装饰,起源于人类对实用和审美的双重需要。人类进入有意识制造工具的时期,便开始产生属于人类自身的审美意识,最早的实用工具中就带

有装饰艺术的雏形。

形象设计的萌芽源自原始人对自身形象的装饰(图1-2),将禽兽的羽毛及骨爪挂在自己颈项之上,甚至直接插入口、鼻、耳中便是其最初的形式,这种装饰直观地形成了某种权力身份标识。当文明达到较高程度时,人类对自身形象的装饰越来越讲求社会意义,原始人俗艳的装饰开始被先进的现代服饰所代替,进而演化为奢华的服饰,甚至在思想上影响到人们,如统治者在建造皇宫及庙宇时追求华丽,以此拉开与被统治者的距离。权力与财富因此而紧密地和形象连在一起,并且形成一套越来越完整的制度系统和繁文缛节,由此产生形象的政治化社会功能。



图1-2 羽毛装饰

人类在不断的进化过程中,对自身形象设计的要求和审美趋势也不断变化。早期人类对自身形象装饰的形式主要有以下三种:

1. 伤痕装饰

伤痕装饰指人类在裸态时对自身的装饰,装饰的方法可分为附加的和肉体的,或暂时的和永久的。暂时的装饰指易于去除或替换的装饰,包括涂色、划痕、疤痕等。这些装饰形式在高度文明的现代社会中也有出现。文身是永久的肉体装饰形式,在早期的浅色皮肤人种中很流行,他们在身上、手背甚至舌头上刺痕,然后涂上洗不掉的颜料。在好战的民族中人们往往把在战场上所受的伤疤保留下来,作为一种光荣的记号。不同的伤疤也被赋予了不同的含义,如身前的伤疤表示奋不顾身、勇敢对敌的形象,而背后的伤疤则可能是临阵退缩的明证。

2. 战利品装饰

战利品装饰的目的是表现人的勇猛善战。早期人类把打猎中杀死的动物兽皮披在身上,从而达到保护和装饰的双重目的。装饰常可以增加战士打仗的威力,他们不仅用战利品来披覆身体,而且常用古怪的方法涂色,以此来鼓舞士气。同时,这些装饰也标示了他们的等级。

3. 毁体装饰

毁体装饰是人为地把身体的某部分去除,如在嘴唇、颊和耳上穿洞,敲掉牙齿或弄开手指关节等。毁体装饰的另一种形式是毁形,主要是将唇、耳、鼻、头、足和腰部等改变原来的自然形状,如唇和耳用垂物使之下垂、变长和摆动。发展到后期逐渐有了缠足和束腰等形式。

随着人类文明的不断发展和生活水平的不断提高,各个历史时期的政治、经济、文化进程都会在历史的长河中留下印记,而形象设计也能够一定程度上反映社会文明的兴衰。中国古代典籍《礼记》《诗经》《左传》《论语》《史记》《战国策》等对此都有过生动的记载。子曰:“质胜文则野,文胜质则史。文质彬彬,然后君子。”《论语·泰伯》中载:“君子所贵乎道者三:动容貌,斯远暴慢矣。”近代西方发达国家对人物形象的塑造早有研究,这对于时尚产业正处于起步阶段的中国而言无疑起到了推波助澜的重要作用。

二、形象设计的发展及演变

了解时尚的演变过程及其时代背景对于理解形象设计是很重要的,不仅能够加深对形象设计发展脉络的了解,同时也能给创作带来更多的灵感,下面就一起探讨从20世纪初到现在的各个年代的世界形象设计潮流。

1. 1900—1910 年

(1) 妆容。西方女性积极地使用化妆品以求优雅的气质形象,色彩开始丰富艳丽,特别注重眼部化妆;中国女性仍然是面庞秀美、弯曲细眉、细眼、薄小嘴唇的晚清形象。



图1-3 1900年绘画作品,讲女人系胸衣时对身体的摧残

(2) 发型。西方时尚女性较之前在发型上最大的改变,就是将波浪卷发在颈背处挽成髻,后来流行较高的发髻,普通女性通常都留着长发,并把长发盘起;中国时尚女性开始梳时髦的“S”髻,额前留刘海,并有西式发型出现,普通女性的发型依然沿袭晚清遗制。

(3) 服装。西方女性受新艺术设计美学的影响,整体形象由19世纪的古典逐渐进入现代,在体态上也运用穿着“束腹”,来形成一种强调“S”形的轮廓美,腰特别细,胸的位置高而乳峰高耸成半圆形,小腹被逼迫得尽量收缩而使臀部后翘(图1-3),也有先锋派的女性开始穿男装,她们戴鸭舌帽,着高领衬衫,打领带。中国女性的服饰造型有效仿西式的,但大部分还是晚清遗制。

2. 1910—1920 年

(1) 妆容。西方女性受第一次世界大战物资缺乏的影响,在化妆修饰上讲求实用,基本上是以维持简单的清洁为主;中国时尚女性化妆已经逐渐西化,普通女性化妆简单,细长的柳叶眉配以朱红的小嘴最为流行。

(2) 发型。西方女性受第一次世界大战的影响, 时兴短发, 并烫成波纹形, 自然舒适, 甚至把头发剪得像小男孩一样, 对发型现代化影响很大。长发的女子把头发做得像古希腊、古埃及时代的女子发式, 简单地把头发挽成一个松散的结, 轻松而利索, 用束发带束住, 染发、烫发也开始流行; 中国女性初期流行刘海头和长辫等, 随后流行剪发, 以缎带扎起, 或佩以珠宝翠石和鲜花织成的发箍。

(3) 服装。西方女性在战争时期开始从事社会服务工作, 之前所追求的“S”形轮廓美开始向自然体态发展, 整个上身从胸到腰都较为宽松, 使人体天然形态得到比较有个性的自然表露, 裙子变得较紧凑适体, 以表现女子腿部的曲线美, 战争使女性穿上了男军装, 开了女装男性化的先河

(图 1-4); 中国女性主要着各式袄裙和受西式服饰影响所形成的富有中国特色的改良旗袍, 至此中国女性才领略到“曲线美”, 五四运动前后女学生则流行“文明新装”。

3. 1920—1930 年

(1) 妆容。西方女性由于在发型上以一种看起来像是小男生的短发为主, 为了不失女人味, 开始化浓重的妆, 施厚重的白粉, 画黑色的眼圈, 搽胭脂, 涂强烈饱和的口红, 尤其是以腮红与眼影的表现来强调女性化的气质; 中国时尚女性以西化的眼影和翻翘的睫毛, 加上一抹鲜红性感的嘴唇, 普通女性则以晕红的双颊及樱桃小口, 配以细长且尾部略上挑的眉形, 表现脸部的柔和神态和温婉之美。

(2) 发型。西方女性受到现实主义及第一次世界大战的影响, 把头发剪得很短很整齐, 像个小男孩一样, 在颊边弯一个小圈圈, 以突出妩媚的装饰效果, 这种强调帅气的发型被称为“男孩发型”; 中国女性出自对欧美时尚的认同和追逐, 开始流行烫发。

(3) 服装。西方女性受文艺复兴时期服装及各历史时代的风情影响, 在体态上出现一种追求“利落、直线、简洁”及“不强调曲线变化”的长条型, 苗条纤细的身材更成为 19 世纪 20 年代最具美感的理想体态, 形成了“中世纪服装”“维多利亚时期服装”等流派,



图1-4 1919年秋冬纽约女性服装

也出现“西班牙风情服装”“俄罗斯舞蹈服装”等；中国女性除西式裙装外，最流行旗袍，紧腰大开衩旗袍，佩项链、胸花、手套，腿上套透明高筒丝袜，足蹬高跟鞋，成为这一时期中西结合较为成功的女性服饰形象（图1-5）。



图1-5 1926年广州穿旗袍的女学生

4. 1930—1940 年

（1）妆容。西方女性强调妩媚、成熟的造型，化妆十分艳丽，强调轮廓清晰、唇形丰满，眉毛画得又弯又细，并在双眼贴上假睫毛，在容貌上特别强调“细柳眉”及“长睫毛”，并以此作为当时理想美的代表形象；中国女性在化妆上仍是表现五官的柔美与立体感，除了运用色的深浅修饰外，描画的线条多以圆弧形表现婉约之美，优雅细致的睫毛及纤细的眉形是当时的特色。

（2）发型。由于出现了烫发机，女性发型产生了重大的变化，当时西方女性最时髦的发型款式是遮住耳朵，头发的上半部比较服帖，下半部经由热烫之后形成的“卷曲而僵硬”的短发造型，有点类似现在的外反翘式，此外，“爱德华式”发型在当时也较为流行，这种发型采用全部往上倒梳的方法，在头顶烫一些小卷，并用发夹固定，与现在的新娘盘发相似；中国女性在当时非常流行烫发的样式有长波浪、短波浪、大卷、小卷等，更有将头发染成红色、黄色或褐色的，最常见的则是一种中长发型，女学生几乎是清一色的齐耳短发。

（3）服装。西方女性受美国好莱坞电影的影响，强调成熟、妩媚、性感，表现曲线的理想体态美，女装改变了19世纪20年代那种短小紧凑的基本式样，逐渐加长，甚至达到长裙拖地的程度，追求苗条、修长的效果，不强调腰、胸、臀部等优雅的女性特征，人体轮廓基本上是平直的，表现出玲珑有致的“流线型”体态，这是当时最具美感的形象（图

1-6); 中国女性则围绕思想潮流的此消彼长, 旗袍在长短、宽窄、开衩高低及袖长袖短、领高领低等方面展开“较量”, 一款款曲线玲珑的旗袍成为当时的标志性装束, 更有令人目不暇接的、几乎与欧美同步流行的各式时装。



图1-6 1940年, Christian Dior设计出第一款铅笔裙

5. 1940—1950 年

(1) 妆容。西方女性受到战争时期物资缺乏的影响, 对容貌的要求仅以干净整洁为主, 战后又重新恢复重视化妆的习惯, 通过贴假睫毛、描眉、勾眼线等手法, 把眼睛画得格外突出、明显, 清新简洁的杏仁眼成为当时的流行妆容; 中国女性以自然柔和而弯曲的眉毛为当时的化妆特色, 强调唇部线条, 表现艳丽而稍丰满的唇形, 不侧重眼线与眼影的描画, 形成一种内敛式的性感美, 解放区的女性由于物质的匮乏, 面部的修饰则以干净整洁为主。

(2) 发型。西方女性由于受到战事的影响, 发型只强调以整理方便为原则的款式, 战后受到服装大师迪奥的“新外观”风潮影响, 又重新回复到表现“华丽具有女性化”形象的发型上来; 中国女性除流行烫发外, 还流行额发高耸前冲的发型, 解放区的女性发型则以简约大方的短发和梳辫为主。

(3) 服装。西方女性在战争时期强调一种“刚毅坚强甚至是具男性气概”的形象, 多穿式样简单的军服, 戴军帽, 穿男式衫等, 不同于之前那种强调曲线的体态美, 战后受“新外观”风潮影响又开始恢复追寻“强调柔顺婉约且深具女性化特质”的体态, 为了达到这种理想美, 许多女性甚至又开始穿着“束腹”, 以达到新标准的体态轮廓(图1-7); 中国女性开始流行毛蓝布(一种称为“爱国布”的面料)的无袖旗袍, 解放区的女性则穿朴素的粗布军装。



图1-7 19世纪四五十年代的时尚

6. 1950—1960 年

(1) 妆容。西方女性以五官分明的风格为主, 强调自信、刚强的粗眉造型, 唇形开始强调大而丰满, 眼部化妆以蓝、绿、咖啡色为主, 重视上眼线, 描画内眼角, 眼尾夸张上扬, 并配以浓密的假睫毛; 新中国女性在化妆上逐渐与港台地区的发展状况不同, 前期的化妆基本还是沿袭民国时期的化妆风格, 演艺界在正式场合依旧是浓妆艳抹, 普通女性还是以干净整洁为主, 后期的政治运动使人们自觉地不再涂脂抹粉, 港台地区的女性化妆则是竞相模仿欧美影星的化妆造型, 用蓝色眼影与假睫毛, 配上浓艳精细的嘴唇, 在东方人相对扁平、圆润的脸上塑造具有立体感的妆容。

(2) 发型。西方女性依旧延续战后的女性化形象, 并在款式上有了较多的变化, 另受美国大众文化的影响, 一种用缎带把头发在后脑处扎成一束再自然下垂的马尾发式成为欧美流行的款式; 新中国女性前期在发型上继续流行烫发和梳髻, 普通女性还是保持着最朴素的短发和梳辫, 后期就不再有烫发、梳髻的发式, 港台地区的女性继续流行烫发和梳髻, 以及较为简洁的西方发式。



图1-8 美国女星玛丽莲·梦露在《热情似火》中的剧照

(3) 服装。西方女性的服装前期以展现性感的身材为主要特征, 对胸部特别强调的晚礼服和维多利亚风格依然盛行, 上身小而紧凑, 肩部全裸, 不用吊带, 领口开得很低, 几乎到胸部, 裙子则用衬裙撑得很饱满, 中后期女装明显地趋向简单随意, 强调了活动的自由与舒适的感觉, 也奠定了现代女装朴素、简洁的着装格调 (图 1-8); 新中国女性服装前期流行改良旗袍, 后被布拉吉 (连衣裙)、花布衣服所替

代，港台地区的女性则流行西式服装和旗袍，并开始在款式造型上受西方流行风尚的影响。

7. 1960—1970 年

(1) 妆容。西方女性为了强调年轻的形象，化妆上采用银色或无彩色的造型，化妆出现了较大的变化，多层假睫毛，下睫毛刷出泪印，眼线粗犷和眼部涂双层阴影使眼眶深而浓，唇形厚、肉感、高光的妆面大受欢迎，另受到“嬉皮士”运动的影响，部分女性还在脸上画上花朵图案来作为装饰，不涂口红，抹色彩极浓艳的眼影；中国内地的女性几乎没有任何粉饰，因为无论从经济上还是政治上都是不允许化妆的，港台地区的女性眼部化妆大量使用浓密的假睫毛，用眼线笔画出下眼线，上眼线在眼尾处上挑并加深，使眼部更引人注目，略有角度的细眉成为焦点，唇形依旧丰满，并使用鲜艳的唇膏，后期眉毛变淡，不再有角度，丰唇有所收敛，化妆重点放在眼线的勾勒和假睫毛的使用上。

(2) 发型。西方女性受“年轻文化”的影响，剪成利落的短发以追求一种年轻的形象是极具代表性的，有的受“反文化”的影响将头发松松地梳向头顶，再任其洒向肩膀，后期开始留不受束缚的乱糟糟的披肩长发，头上还插花戴朵；中国女性的发型前期流行久违的大波浪、刘海式、发髻式和烫过发梢的“马尾”，在“不爱红装爱武装”的“最高指示”下和“时代不同了，男女都一样”的号召中就只有辫子、短发、“刷子”头和“炊帚”头了，中国港台地区的女性发型已和西方同步。

(3) 服装。西方女性为了追求年轻青春的体态美，色彩单纯、式样简洁、轻便、年轻化而富于机能性的迷你短裙、喇叭裤成为这时的流行（图 1-9），晚礼服则是紧身的上装如小背心似的非常适体，突出胸部和腰部；中国女性前期在蓝、灰、黑的列宁装、制服的主流中，出现了各种花样裙装，旗袍也开始复归，后期军装成为最时髦的装束，格子、小花布衬衫，配上毛巾和草帽则流露出当时女知青的秀丽和娇美。



图1-9 风靡一时的喇叭裤

8. 1970—1980 年

(1) 妆容。西方女性的化妆造型一改以往点、线式手法，而成大块色彩晕染的块面式画法，眼影用两三种色彩晕出浓黑眼眶、立体式眼睑，颊影的大块面渲染使脸更有立体感，鼻部饰物开始出现，亮粉质的化妆品大受欢迎，另受到欧美流行音乐界男性歌手浓妆艳抹的影响，日后两性性别在形象上出现倒置发展的萌芽出现，后期“朋克”集团的化妆都很古怪，常在脸上或眼圈附近涂一些闪闪发亮的刺眼颜色，甚至把一只眼画成几何形，这种离奇、变态、怪诞的追求，反映了当时部分青年精神上的空虚迷惘；中国内地女性前期和上个时代一样，改革开放的春风使涂口红、描眉、画眼圈等化妆开始走入女性生活，港台地区的女性则以丰富多彩的眼影着重眼部的变化，并通过眼影的明暗对比来表现眼部的深邃及五官的立体，眼线画法趋向自然，眉毛只是稍加修正。

(2) 发型。西方女性的长直发逐渐被长卷发所取代，头发逐层修剪依头型略略堆起，吹出一些轻柔的波纹，然后梳向颈后，刚刚盖着衣领，与此相似的一种“洋葱头”发型，也特别受年轻人喜欢，而美国女明星法拉·佛西所带动的“法拉头”，可说是最具代表性的发型款式，后期“朋克”集团在发型方面走向极端，头发理得很短甚至剃光，并把头发染成红、蓝、黑、绿等不同颜色；中国内地女性在改革开放之初的流行发式是波浪翻卷的烫发造型，中国港台地区的女性则以当时的影星发型为流行风向标。

(3) 服装。西方女性开始重视自信的形象，纷纷以运动的方式来锻炼身体，这一时期

民族风、运动休闲等多种风格同时出现，令当时的世界时尚舞台呈现出前所未有的多元化，中期牛仔服装盛行，并从此风靡全世界，多姿多彩的套头衫也成为最时尚的日常服装，后期逐渐以回归自然，寻求安宁、舒适为主题，由此结束了喧嚣的嬉皮士风潮；中国内地女性前期在蓝、灰、黑的世界里看到的只有格子、花布衬衫，江青裙也曾昙花一现，后期赤、橙、黄、绿、青、蓝、紫代替了单调沉闷的蓝、灰、黑，色彩鲜艳的裙装和羊毛衫是最为流行的款式，港台地区的女性则开始流行迷你裙、热裤、喇叭裤和象征年轻、休闲的牛仔裤，以及露背装和宽大领型的衬衫（图 1-10）。



图1-10 改革开放初期中国的时尚女性

9. 1980—1990 年

(1) 妆容。几乎每个西方女性都因“化妆是一种礼貌”“化妆能增加信心”等观念去适当装扮自己,受富裕、奢靡的社会风气影响,化妆日趋浮华绚丽,眼影以重叠使用暗色、瑰丽色、闪亮色组合来表现华丽,为使脸部呈现立体感,常用过度的腮红及眼线修饰,并借阴影感的效果呈现个性美,年轻女性由于受到“朋克”集团的影响,在脸部出现怪异的彩妆,后期则因复古风的影响,大多数女性的化妆是自然的眉形、温和的眼影、柔软的线条;中国女性的化妆开始讲究白或红润的底色、乌漆的粗黑眉、彩色的眼影、清晰的眼线、红苹果式的腮红、油亮的红唇。

(2) 发型。西方女性最具代表性的发型款式,当是英国王妃黛安娜所带动流行的“黛安娜”发型,在美发流行界也存在代表“朋克”集团的“刺猬状”发型;中国女性流行发型则是微曲的发髻、卷曲的刘海和烫卷的长波浪。

(3) 服装。西方女性所追求的是理想美,以纤细高挑的身材为主,在戏剧般浪漫主义倾向影响下条纹图案和海员服大行其道,使人联想起 16 世纪的航海者,职业女性的流行色中几乎排除了大红大紫,而以中性色为主,款式上内长外短、层叠穿法、针织类与棉制品互为配搭、功能错落互替,使服饰呈现无序、丰富的视觉效果,高级晚装中豪华的巴洛克风格纷纷亮相,与此相反,一些前卫的年轻人却在强烈的自我表现欲的驱使下,完全不顾品牌,只凭自己的喜好打扮自己,这一时期甚至出现了故意把下摆裁斜、把毛衣做出破洞、露着毛茬的“乞丐装”;中国女性的时髦装束是各式各样的红、黄裙子,以及乞丐衫、巴拿马裤、蝙蝠衫、牛仔装(图 1-11)、喇叭裤。



图1-11 王祖贤的牛仔装

10. 1990—2000 年

(1) 妆容。西方女性受“反唯美式美学”观点影响出现了黑眼圈的流行妆容, 20 世纪 90 年代整个化妆色彩较为娇艳, 弯如新月的眉毛像 40 年代一样强调弧度, 纤细的嘴唇加上哑光色的唇膏、夸张的眼部造型和长而翘起的眼睫毛, 都是化妆的重点; 中国女性的化妆品味已经和世界同步了, 立体化妆、面饰、文身、彩绘等新创意在当时发挥得淋漓尽致, 呈现出不同于以往年代的风情, 尤其是形象设计理念的推出, 使之在自我形象的设计上更加自我和个性化。

(2) 发型。西方女性受多元文化的影响, 发型不再为某一种潮流所主宰, 以往每个年代曾经流行过的元素, 透过设计师富有创意的排列组合, 都在这个年代以新的姿态重新上演, 挑染技术的日益成熟也带来前所未有的新乐趣(图 1-12), 值得一提的是“乱发”也能成为一种具有时尚感的发型; 中国女性在沙宣的直发美观念下从长波浪的卷发中走了出来, 染发成为时尚, 前卫女性更是破天荒地开始留板寸甚至是光头。



图1-12 挑染的头发

(3) 服装。西方女性和中国女性以追逐高挑纤细、玲珑有致、胸部丰满的理想体态美为主, 天桥上身材完美、面容娇美和服饰精致绝伦的代言人成为众人瞩目的焦点; 伴随香港回归这一世纪盛事的到来, 世界时装范围内的中国风大起, 一时间“中国娃娃”成为人们最喜爱的流行形象, 后期灰色的优雅与迷茫占据了世纪末年轻人的心, 一时之间, 所有的女孩子都穿起了深浅不同的灰色, 另一方面, 憧憬未来的人们又开始尝试“未来感”运动装, 新世纪来临之际, 无论是职业装还是休闲装都向明净柔和的色调靠拢, 人们以简洁的无扣装与具有未来感和展望性的运动风格装来装扮自己, 以迎接新旧世纪之交的神秘庄严。

第三节 形象设计的意义

作为一门新兴学科，形象设计的不断发展是精神文明和物质文明共同推进的产物，同时也由其在社会交往中的重要地位所决定。

形象设计以审美为核心，综合个人的性格、气质、年龄、职业、肤色、体型等因素，通过妆容、发型的修饰和对着装的搭配，并且结合恰当的形体姿态及礼仪规范，来达到展现个人气质和社会地位的目的。

一、良好的形象设计给人带来自信

人是社会发展的产物，形象设计是人类文明进步的标志之一。每个人的整体造型无疑是一种视觉和内心感受的综合体，它就像名片一样，在无言中展示着一个人的方方面面。莎士比亚有一句名言：“如果我们沉默不语，我们的衣裳与体态也会泄露我们过去的经历。”的确，在生活中人们往往通过一个人的形象来判断其年龄、身份、感受等，并予以相应地交往、对待和沟通。正如我们常说的“7/38/55”定律，对于一个人的最初认知，有7%是通过语言，38%是透过肢体动作，而另外的55%则是依据外表装扮。人的自由感、快乐感、幸福感来自于主体以外的对象世界，更来自于主体自身，所以，当一个人的形象得到他人的认同时，就会在内心产生一种自豪感和主观幸福感，从而增加自信心。

二、得体的形象设计能够提升社会认同感

随着社会进入信息时代，人才竞争加剧，除了对学科知识的掌握，打造良好的个人形象也是提高社会竞争力的重要手段。近年来，随着就业竞争的不断升级，形象设计在求职大军中已成为一种发展趋势，并受到越来越多人的关注，甚至有人为了求职不惜高价进行形象包装，足见形象设计在当今社会的重要性。确实，要想得到理想的职位，除了要具备丰富的德、才、学识等内在要素，还要从言谈、举止、服饰等外在要素方面加以注意，以便在求职面试时能够充分展示自己的最佳形象，获得成功。得体的个人形象是成功的标志之一。美国著名形象设计师莫利曾对美国财富榜前300位中的100位执行总裁进行调查，97%的人认为懂得并能够展示外表魅力的人，在公司中有更多的升迁机会；93%的人相信在首次面试中，申请人会由于不合适的穿着而被拒绝录用；92%的人认为不会选用那些不懂穿着的人做自己的上司。无独有偶，狄金森大学教授奥斯特也曾向300多家公司寄去同一假想求职者的个人简历，请公司确定其薪水。结果显示，对形象修饰后的求职者公司愿意付的薪水比形象修饰前高8%~30%。因此，外表的吸引力具有巨大的晕轮效应，外表好往往会被认为其他品质也好。在求职过程中，这种晕轮效应也发挥着作用，雇主对选择有魅力

的雇员具有明显的倾向性，甚至认为他们还具有其他的如性格开朗、心地善良等优秀品质。

三、形象审美的变化是社会发展的表现

形象设计的发展还体现在各行业工作环境及着装环境的改良。以医护人员的制服为例，不同科室或部门的制服颜色就有着不小的差异（图 1-13）。儿科医生着粉色服装，可以降低婴儿对医护人员的恐惧感；外科医生着蓝色与绿色制服，因为他们主要诊断外科疾病，为患者提供手术治疗，在手术过程中必须一直盯着红色血液看，长时间凝视容易让视觉疲劳，在视觉疲劳的情况下眼睛会自动调整互补色，而蓝色与绿色可以有效舒缓红色的视觉感；普通病房的医生仍会穿着白色制服，主要因为白色象征整洁明亮，毕竟医院是在不舒服或是出事的情况下才会去的场所，医院打造的亮白环境可使病人重拾信心，也就是以视觉影响心理感受，另外，因为白色是非常容易脏的颜色，只要一点点脏污就容易被发现，这样会督促医护人员保持干净整洁，让病患更安心接受治疗。



图1-13 不同颜色的医护服装

航空服务业是我国服务行业中的顶级品牌，受到越来越多的行业与人们的关注与期待，当乘务员列队进场时，统一整齐挺括的着装、完美的妆容、精致的盘发、统一的步伐令路人惊叹，职业自豪感油然而生。职业化的形象设计就像移动的广告牌，代表着公司乃至一类职业的形象。

总之，形象设计这一设计门类产生的必然性和重要性是显而易见的，它不仅给人们带来视觉上的愉悦、和谐，还促进了一个国家和民族的社会文明的进步和文化素养的提升。

思考题

1. 为什么说形象设计起源于装饰?
2. 形象设计的意义有哪些?

第二章

形象设计的设计要素

正如语言是由字、词、句等基本元素构成的，在形象设计过程中，设计师也通过将设计中的基本元素有机地结合在一起，借助于蕴含着各种信息的视觉语言，将一个完整的视觉信息传达给受众。通常所说的形象设计要素包括形态要素、色彩要素和肌理要素。

第一节 形象设计的形态要素

点、线、面、体是构成形象设计的形态要素的基本元素。设计师通过点、线、面、体构成的具象的或抽象的、平面的或立体的各种形态，赋予人们视觉上和心理上的形态差异。

一、点

1. 点的概念

点是构成形态最基本的元素，所有形态归根到底都可以视为点的集合。在形象设计中，不论其大小、体积、形状怎样，凡是在视觉中可以感受到的最小面积的形态就是点。

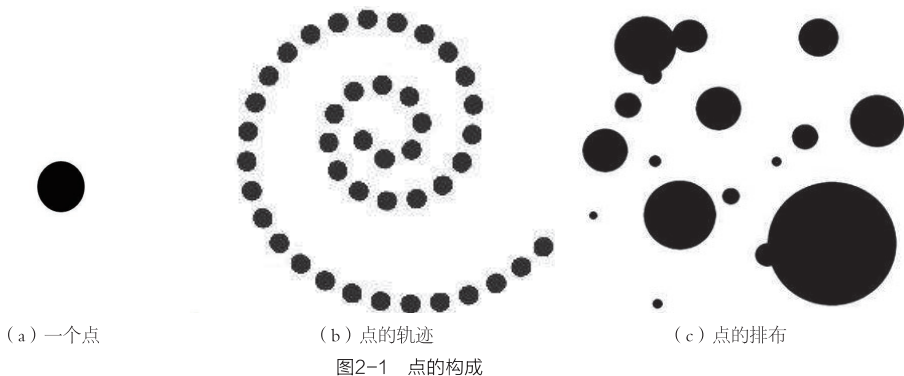
点是没有长短、宽度和深度的、零次元、非物质的存在，具有最小极限的性格，虽然有位置，但没有大小，产生于线的界限、端点和交叉处。

2. 点的特点

点在表示位置时，是一条线的开始或终结，同时也存在于两条线的交叉处。点的连续排列会产生线的感觉，集合排列则会产生虚面的感觉。

点是非常小的东西，也是最单纯、最简单的形态，它是靠与周围的其他因素对比产生的。形象中的点能够丰富外观造型，起到画龙点睛的作用。它们既可自然随意，又可秩序井然。

点有着强烈的聚焦作用，当画面中出现一个点时，人们的视线就会围绕这个点形成一个视觉区域；当画面中出现两个相等的点时，人们的视线就会在这两个点之间来回移动。当点朝着一个方向移动时，它的移动轨迹就会形成线；当点朝着任意方向移动并累积到一定量时，它的移动轨迹就会形成面；当一定量的点聚集的大小、远近发生变化时，就会产生三维空间效果，也就是体（图 2-1）。



点的不同形态，往往能引起人们对自然物和自己经历过的某些事物的多种联想，加之单纯的点能给人以某种情感的表达，因此，不同的点有着不同的性格。例如，方形的点给人坚实、规整、静止、稳定与宁静之感；圆形的点往往给人饱满、充实、运动、不安定的感觉；多边形的点会使人产生尖锐、紧张、躁动、活泼的联想；不规则的点会有自由、随意的感觉；等等。

3. 点在形象设计中的运用

形象设计中的点是相对面而言的，是指外形较细小的形态，如纽扣、胸针、耳饰、发饰及服装款式或面料图案中涉及的点的形态等能够丰富外观形象、起到画龙点睛作用的元素。

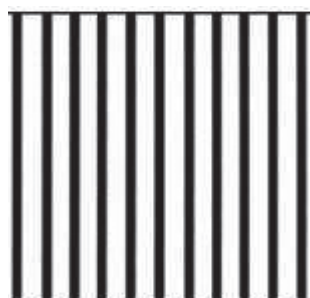
二、线

1. 线的概念

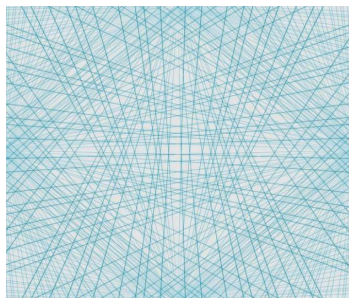
线是点移动的轨迹形成的，几何学上的线有长度而无宽度，在形象设计里，线是具有长度、宽度和深度的三维空间实体，它不仅有直曲的变化，还有粗细、长短、软硬之分。

2. 线的特点

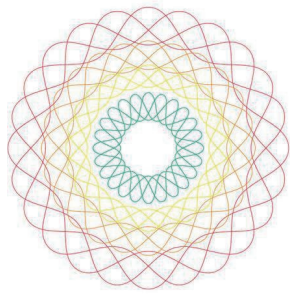
线的构成方式有很多，线的整齐排列会产生秩序感，线的重叠交叉会产生空间感，线的集聚会产生层面感，线的发散状排列会产生延伸感，线的起伏和旋转会产生律动感（图 2-2）。如果将点视为组成立体形态的最小“细胞”，那么线就是支撑起立体形态的“骨骼”。



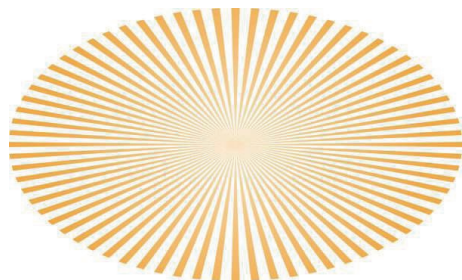
(a) 线的整齐排列



(b) 线的重叠交叉



(c) 线的集聚排列



(d) 线的发射排列



(e) 线的起伏旋转

图2-2 线的排列

线和点一样，是不可视的形态，是没有面积、长度、宽度和深度的一次元的存在。线存在于点的移动轨迹、面的界限、面的交叉处和面被切开的切口处。虽然线没有长度和宽度，但在作为可视形态表现时，其宽度必须短于长度。线和面的辨别与点和面的辨别一样，是相对的。

3. 线在形象设计中的运用

线是表达能力最强、变化最丰富的一种要素，人们看一样东西美不美，主要是看它的外形线条美不美，线条在形象中关系到设计的整体效果，它可以改变形象的风格，也直接影响形象美感的效果。形象中线条的运用会创造出千变万化的造型，线条的长短、粗细，线质的软硬、曲直，都具有不同的表现力，优美的、坚硬的、粗涩的、精细的，无不赋予线一种性格，因此，它是一种表达丰富感情的设计语言。

线在面部化妆设计中有着独特的魅力，它能强调廓形、表现立体感并起到美化和装饰的作用。在发型设计中，线是表现发型轮廓、纹理的最重要的元素。发型轮廓线的大小、虚实都会对发型效果产生影响。在服装设计中，线条的运用可表现外轮廓造型线、结构线、装饰线及面料线条图案等，它们能丰富服装形态，弥补身材缺陷，给人以耳目一新的感觉。

三、面

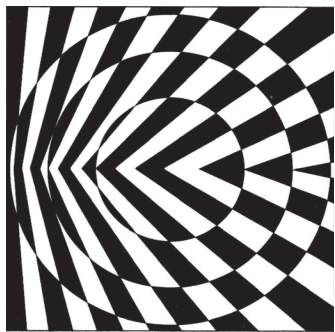
1. 面的概念

面是由点、线的移动轨迹产生的，是点的密集或线的移动轨迹。在几何学中，面有长度和宽度，而无深度和厚度。直线移动的方向不同与角度不同会呈现出形状不同并带有某种肌理的面，从而在视觉、心理和审美上形成不同的性格、作用和效果。

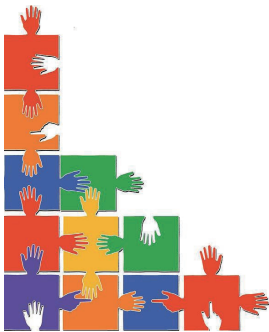
2. 面的特点

面是扩大的点、加宽的线、线的运动轨迹等，是立体的界限，是有边的上下左右有一定广度的二次空间。面切开就会产生新的面，点的密集、线的密集度增大也会形成面，面有长度和宽度而无深度或厚度，它是体的表面，界定着体的形状和大小。

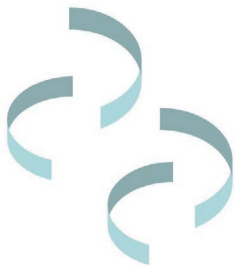
在形象设计中，直线构成的面给人以简洁、硬朗、男性化的印象；曲线构成的面则给人以饱满、柔和、女性化的印象。除此之外，形成面的材质不同，还会产生虚、实之分，虚面给人以轻盈通透的印象，实面则给人以厚重沉稳的印象，其构成方式主要有排列、切割、折叠、卷曲、翻转、穿插等（图2-3）。不同的分割和组合方式往往能创造出全新的空间形态。面相当于构成立体形态的“皮肤”。



(a) 面的排列



(b) 面的穿插



(c) 面的翻转

图2-3 面的构成方式

3. 面在形象设计中的运用

面在形象中是主题，也是最强烈和最具量感的要素。面的边缘线不同，决定了不同形状的面。形象设计就是形和色的设计，形的变化最能使人感到新鲜，它的变化对形象的变化起着决定性的作用，设计者也总是先从形入手进行设计。

形象设计中的面突出表现在构成服装款式变化的外轮廓上和服装乃至化妆造型上的块面分割及分割比例的关系上。如构成服装款式变化的外轮廓，人们常将衣服的各部位视为几个大的面，将其按比例有变化地组合起来，构成服装的大轮廓。面经过分割以后，构成各种不同的比例关系，给人以美的感受。几种色彩组合时，每种色彩应占多大面积、上装与下装的长度为多少才能弥补身体比例的缺憾、帽子的大小和造型如何与服装或脸型相配

等，这些都必须呈现一种美的比例，这就要有合理的分割。

四、体

1. 体的概念

体是由面围合而成的，也可以由面的移动轨迹形成。在几何学中，体具有位置、长度、宽度和厚度，在形象设计中，体有重量感、充实感，能够更有效地表现空间立体感，是立体空间中最有效的造型形式，它相当于构成立体形态的“肌肉”。

2. 体的特点

体由面与面的组合而构成，是有长度、宽度和体积的多平面、多角度的立体形，具有占据空间的作用，不同形态的体具有不同的个性，从不同的角度观察，体会表现出不同的视觉形态。

体的最基本的几何形态有长方体、球体、圆柱体、锥体、正六面体等。几何形态给人以稳定、理性的印象，但缺乏生动感。经过扭曲、变形等方式的处理后，能打破原有形态，改变形体的方向，增加动感与视觉张力。除此之外，利用分割、切削、扭曲、破坏等方式分裂原有形态后，再将其集聚与组合就能得到新的立体空间形态（图 2-4）。



(a) 体的分割



(b) 体的扭转

图2-4 体的空间形态

体在形象设计中具有非常重要的实际意义，因为形象设计的对象“人体”就是立体形态，而且始终处于运动状态。人体是一个极为复杂的多面体，个体差异性极大，同时也是服装的附着载体，因此，形象设计中的外部包装一定是建立在对人体的理性和感性认知之上方可着手进行的。

3. 体在形象设计中的运用

形象中体所表现的是一种量感，通过线的多种组合变化和面的形状大小，可以组成多种形态的体。厚重的体有坚实之感，轻薄的体有飘逸之感，细长的体有坚硬、挺拔之感，

圆形的体有不稳定的动感，多边的体则使人感到生动活泼。

化妆的过程就是对人体面部的体塑造的过程，通过不同的色彩搭配产生相应的视觉效果，从而打造逼真的立体形态。在发型设计中，所有的造型手段都是为了最终能够呈现一个完美的整体形态。不同形态的发型也能够给人不同的印象。服装的廓形是服装设计中与人体轮廓、比例结构联系最紧密的部分，也是体在服装设计中最明显的表现方式。服装中常见的廓形有 A 形、H 形、X 形、O 形、Y 形等，也可用几何形态将其形象地归纳为正三角形、倒三角形、长方形、椭圆形、梯形等。服装的廓形可以由一种几何形构成，也可以由多个几何形组合搭配构成。

第二节 形象设计的色彩要素

有了色彩，世界才变得艳丽。梵高说：“没有不好的颜色，只有不好的搭配。”色彩使人产生联想，影响人的情绪，从而激发情感的共鸣。

在色彩的理论研究上，有“色彩第一夫人”之称的美国的卡洛尔·杰克逊女士在 1974 年提出四季色彩理论，该理论迅速风靡欧美，后由佐藤泰子女士引入日本。1983 年，玛丽·斯毕兰女士根据色彩的冷暖、明度、纯度等属性把原来的四季色彩理论扩展为十二色彩季型理论，而刘纪辉女士引进并制定的黄种人十二色彩季型划分与衣着风格单位标准成为世界人种色彩季型划分与形象指导的国际标准，填补了世界人种色彩形象指导理论的空白。

一、色彩的基本知识

1. 色彩的概念

对于色彩的研究，千余年前的中外先驱者们就已有所关注，但自 18 世纪的科学家牛顿真正给予科学揭示后，色彩才成为一门独立的学科。色彩是一种涉及光、物与视觉的综合现象，“色彩的由来”自然成为第一命题。

光源、彩色物体、眼睛和大脑是人们色彩感觉形成的四大要素，这四个要素不仅使人产生色彩感觉，而且是人能正确判断色彩的条件。在这四个要素中，只要有一个出现了误差，人就不能正确地判断颜色及颜色产生的效果。

光源的辐射能和物体的反射属于物理学范畴，而大脑和眼睛却是生理学研究的内容，但是色彩永远是以物理学为基础的，而色彩感觉总包含着色彩的心理和生理作用的反映，使人产生一系列的对比与联想。

美国光学学会的色度学委员会曾经这样定义颜色：颜色是除了空间和时间的不均匀性

以外的光的一种特性，即光的辐射能刺激视网膜而引起观察者通过视觉而获得的景象。在我国国家标准《颜色术语》（GB/T 5698—2001）中将颜色定义为：色是光作用于人眼引起除形象以外的视觉特性。根据这一定义，色是一种物理刺激作用于人眼的视觉特性，而人的视觉特性是受大脑支配的，是一种心理反应。所以，色彩感觉不仅依赖于物体本来的颜色特性，而且受时间、空间、外表状态及该物体周围环境的影响。同时，个人经历、审美和视觉灵敏度的差异，也造成了对色彩的不同感知。

2. 色彩的类别

在千变万化的色彩世界中，人们能感受到的色彩非常丰富，人裸视能够识别的色彩有数万种，而通过科学仪器可以辨认的色彩则达到上亿种。要使如此丰富绚丽的色彩秩序井然，就必须建立科学而系统的色彩分类方法及规范尺度。目前，国际通用的色彩分类方法主要是依据有彩色系与无彩色系两大色序列的内在共性逻辑划分而成的。

（1）有彩色系。有彩色系指包括在可见光谱中的全部色彩，它以红、橙、黄、绿、青、蓝、紫等为基本色。基本色之间不同量的混合、基本色与无彩色之间不同量的混合所产生的千千万万种色彩都属于有彩色系（图 2-5）。有彩色系是由光的波长和振幅决定的，波长决定色相，振幅决定色调。

（2）无彩色系。无彩色系指由黑色、白色及黑白两色相融而成的各种深浅不同的灰色系列。从物理学的角度看，它们不包括在可见光谱之中，故不能称为色彩。但是从视觉生理学和心理学上来说，它们具有完整的色彩性，应该包括在色彩体系之中。

无彩色系按照一定的变化规律，由白色渐变到浅灰、中灰、深灰直至黑色，色彩学上称为黑白系列。黑白系列中由白到黑的变化可以用一条垂直轴表示，一端为白，一端为黑，中间有各种过渡的灰色（图 2-6）。纯白是理想的完全反射物体，纯黑是理想的完全吸收物体。可是在现实生活中并不存在纯白和纯黑的物体，颜料中采用的锌白和铅白只能接近纯白，煤黑只能接近纯黑。



图2-5 有彩色



图2-6 无彩色

近些年,也有国外的色彩学者主张把富于典型金属色彩倾向的金、银等色归于有彩色系和无彩色系以外的独立色系之中予以研究和应用。当然,这种划分方法目前尚处于没有定论的纯学术探讨阶段,还有待进一步论证。

3. 色彩的基本属性

在有彩色系中,任何一种色彩都应拥有三个基本属性,即色相、明度和纯度。通俗地说,一种色彩只要具备上述三个属性,就可归类为有彩色系的范畴。无彩色系与有彩色系颜色的区别表现在它只有明度属性,而缺少色相和纯度属性。

(1) 色相。色相即每种色彩的相貌、名称,是有彩色系颜色的首要特征,是一种色彩区别于另一种色彩的最主要的因素。从物理学角度来讲,色相的特征决定于光源的光谱组成及有色物体表面反射的各波长辐射的比值对人眼所产生的感觉。



图2-7 伊顿色相环

17世纪以来,人们将直线排列的可见光谱两端的颜色——红色与紫色首尾相连,使色相序列显现出循环的圆的形式,并称为色相环。最常见的色相环是伊顿色相环(图2-7)。色相环的作用在于表达多种色彩的组合关系及其应用规律,从而寻找到最理想的色彩转换方式,使色彩和谐配置,实现科学化与直观化。

除此以外,原色、间色、复色和补色也是学习色相时需要掌握的概念。

① 原色。原色指红、黄、蓝,通过它们能调出其他颜色,这是其他颜色做不到的。

② 间色。间色指由任意两个原色混合而成的色彩,主要指橙、绿、紫。

③ 复色。复色主要指由互补色混合而成的颜色。

④ 补色。补色指一个原色与另外两个原色混合成的间色,在色相环上两者处于对立的位置。

(2) 明度。明度即色彩的明暗差别,也即深浅差别。色彩的明度差别包括两个方面:一是指某一色相的深浅变化,如粉红、大红、深红,都是红,但一种比一种深。二是指不同色相间存在的明度差别,如六标准色中黄最浅,紫最深,橙和绿、红和蓝处于相近的明度之间。也有学者把明度称为“色彩的骨骼”。在无彩色系中,白色的明度最高,黑色的明度最低,两者之间为深浅各异的灰色;而在有彩色系中,黄色最亮,紫色最暗。

(3) 纯度。纯度即各色彩中包含的单种标准色成分的多少。纯色的色感强,即色度强,所以纯度亦是色彩感觉强弱的标志。物体表层结构的细密与平滑有助于提高物体色的纯度,同样纯度的油墨印在不同的白纸上,光洁的纸印出的纯度高些,粗糙的纸印出的纯度低些,

在具体的艺术实践中,纯度的变化更多的是通过补色相混的形式来实现的。

不同色相所能达到的纯度是不同的,其中红色纯度最高,绿色纯度相对低些,其余色相居中,同时明度也不相同。

4. 色彩的混合

在现实生活中,视觉感知的大部分颜色都是多种色彩的混合色。色彩混合主要是指应用两种或两种以上颜色互相混合生成新色彩的方法。因为混合的形式不同,又分为减色混合、加色混合和中性混合三种。

色彩的混合形式在形象设计中尤为重要,例如,舞台上的化妆造型就是典型的妆色与光色的混合案例,面部最终的化妆效果完全取决于灯光的颜色对化妆色彩的影响和制约,化妆师只有熟谙不同色彩混合的规律,才能实现预期的设计意图。

(1) 减色混合。色素混合造成明度降低的减光现象称为减色混合。色料在混合后,其明度、纯度均随之降低,而且色相也常常会呈现新的面貌。参加混合的色料越多,吸光量越明显,其反射光就越弱化,直至显示出近乎灰黑的混浊色彩。

(2) 加色混合。加色混合是将红光、绿光、蓝光三原色光按不同比例进行混合。当两种以上的色光混合在一起时,明度提升。加色混合中,混合色的总明度相当于参加混合的各色明度之和。

(3) 中性混合。基于人眼的生理机能限制而产生的视错色彩的混合形式,称为中性混合,这类混色的明度状态因呈现出既不增加又不减少,而是接近于混合各种色彩明度的平均值的效果,因此得名。

5. 色彩的视觉心理

色彩本是没有灵魂的,它只是一种物理现象,但人们却能够感受到色彩的情感,这是因为人们长期生活在一个色彩的世界中,积累着许多视觉经验,当视觉经验与外来色彩刺激发生一定呼应时,就会在人的心理上引出某种情绪(图2-8)。

(1) 红色的视觉心理。红色是强有力的色彩。心理学家的科学实验表明,红色能够使肌肉的机能和血液循环加强。这恰好符合颜色心理的效果:相当于长波振动的暖色能引起兴奋的感觉。红色是热烈、冲动的色彩,革命的旗帜使用红色可以唤起人民的斗志。中国人用红色来表达喜庆。歌德曾经通过一块红玻璃观察明亮的风景,那一刻他想到最后审判那一天弥漫天地的那种光,“不禁产生敬畏之心”。他在红色中看到了一种高度的庄严和肃穆。康定斯基说:“当然,每一个颜色都可以是既暖又冷的,但是哪一个颜色的冷暖对立都比不上红色这样强烈。”不管其能量和强度有多大,“它只把自身烧红,达到一种雄壮的成熟程度,并不断向外放射活力”。

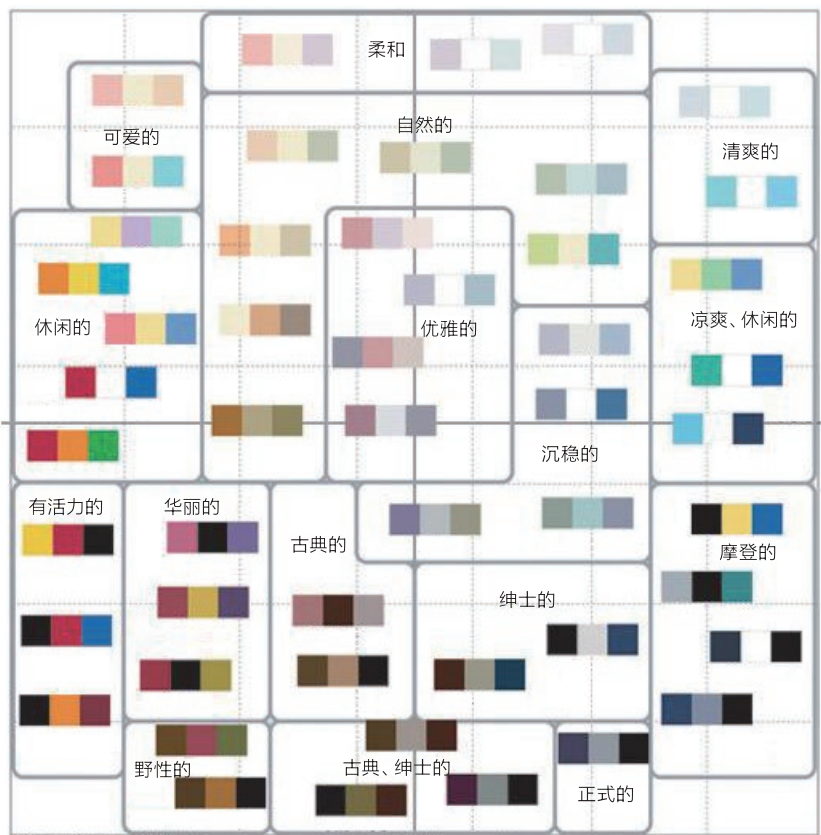


图2-8 色彩的情感坐标

（2）橙色的视觉心理。橙色的波长仅次于红色，因此它也具有长波长导致的特征：使脉搏加速，并有温度升高的感受。橙色是欢快活泼的光辉色彩，是暖色系中最温暖的色，它使我们联想到金色的秋天、丰硕的果实，因此是一种富足的、快乐而幸福的颜色。橙色稍稍混入黑色或白色，会成为一种稳重、含蓄又明快的暖色；但混入较多的黑色后，就成为一种烧焦的色，而加入较多的白色会带有一种甜腻的味道。橙色与蓝色的搭配，构成了最响亮、最欢快的色彩。

（3）黄色的视觉心理。黄色是明度最高的色，且在高明度下能保持很强的纯度。黄色的灿烂、辉煌，有着太阳般的光辉，因此象征着照亮黑暗的智慧之光；黄色有着金色的光芒，因此又象征着财富和权力。它是骄傲的色彩，黑色或紫色的衬托可以使黄色达到力量无限扩大的强度，白色是吞没黄色的色彩，淡淡的粉红色也可以像美丽的少女一样将黄色这骄傲的王子征服。黄色最不能承受黑色或白色的侵蚀，这两个色只要稍微渗入，黄色即刻会失去光辉。

（4）绿色的视觉心理。绿色鲜艳而美丽优雅，特别是用现代化学技术创造的最纯的绿色，是很漂亮的颜色。绿色很宽容、大度，无论蓝色或黄色渗入，仍旧十分美丽。黄绿色

单纯、年轻；蓝绿色清秀、豁达；含灰的绿色，也仍是一种宁静、平和的色彩，就像暮色中的森林或晨雾中的田野那样。

(5) 蓝色的视觉心理。蓝色是博大的色彩，天空和大海这最辽阔的景色都呈蔚蓝色。无论深蓝色还是淡蓝色，都会使我们联想到无垠的宇宙或流动的大气。因此，蓝色也是永恒的象征。蓝色是最冷的色，使人联想到冰川上的蓝色投影。蓝色在纯净的情况下并不代表感情上的冷漠，它只不过表现出一种平静、理智与纯净而已。真正令人感觉冷酷悲哀的蓝色，是那些被弄混浊的蓝色。

(6) 紫色的视觉心理。紫色是波长最短的。通常，我们会觉得有很多种紫色，因为红色加少许蓝色或蓝色加少许红色都会明显地呈紫色，所以很难确定标准的紫色。约翰·伊顿对紫色做过这样的描述：紫色是非知觉的色，神秘，给人印象深刻，有时给人以压迫感，并且因对比的不同，时而富有威胁性，时而又富有鼓舞性。当紫色以色域出现时，便可能明显产生恐怖感，在倾向于紫红色时更是如此。歌德说：“这类色光投射到一幅景色上，就暗示着世界末日般的恐怖。”紫色是象征虔诚的色相，当紫色深化暗化时，又是蒙昧迷信的象征。潜伏的大灾难就常从暗紫色中突然爆发出来，一旦紫色被淡化，当光明与理解照亮了蒙昧的虔诚之色时，优美可爱的晕色又会使人们心醉。常用紫色表现混乱、死亡和兴奋，用蓝紫色表现孤独与献身，用红紫色表现神圣的爱和精神的统辖领域。

(7) 无彩色的视觉心理。黑、白、灰色这类无彩色在心理上与有彩色具有同样的价值。黑色与白色是对色彩的最后抽象，代表色彩世界的阴极和阳极。太极图案就是以黑白两色的循环形式来表现宇宙永恒的运动。黑白所具有的抽象表现力及神秘感，似乎能够超越任何色彩的深度。康定斯基认为，黑色意味着空无，像太阳的毁灭，像永恒的沉默，没有未来，失去希望，而白色的沉默不是死亡，而是有无尽的可能性。黑白两色是极端对立的色，然而有时候又令我们感到它们之间有着令人难以言状的共性。白色与黑色都可以表达对死亡的恐惧和悲哀，都具有不可超越的虚幻与无限的精神。黑白又总是以对方的存在显示自身的力量，它们似乎是整个色彩世界的主宰。

在色彩体系中，灰色恐怕是最被动的色彩了，它是彻底的中性色，依靠邻近的色彩获得生命。灰色一旦靠近鲜艳的暖色，就会显出冷静的品格；若靠近冷色，则变为温和的暖灰色。与其用“休止符”这样的字眼来称呼黑色，不如把它用在灰色上，因为无论黑白的混合、补色的混合、全色的混合，最终都产生中性灰色。灰色意味着一切色彩对比的消失，是视觉最安稳的休息点。然而，人眼是不能长久地、无限扩大地注视着灰色的，因为无休止的休息意味着死亡。

色彩的情绪在更多情况下是通过对比来表达的，有时色彩的对比五彩斑斓、耀眼夺目，显得华丽，有时对比在纯度上含蓄、明度上稳重，又显得朴实无华。创造什么样的色彩才能表达所需要的感情，完全依赖于自己的感觉、经验及想象力，并没有固定的模式。

二、色彩在形象设计中的运用

1. 肤色类型的定位

在人体色中，头发的颜色可以通过染和漂改变，唇色和眉毛颜色可以通过描画和纹染改变，瞳孔的颜色可以通过佩戴有色隐形眼镜来改变。但是，在人体色中所占比例最大的皮肤的颜色则相对更加稳定，正是这种稳定性的特征使得肤色成为研究人体色及进行着装色彩搭配的主要依据。

从生理学的角度探析，人类的肤色主要是由皮肤基层中的红色素、黄色素和黑色素共同决定的。每个人的皮肤所释放出的上述三种色素量因受遗传基因的影响而比例不同，这样就形成了不尽相同的肤色。例如，当一个人皮肤中的黑色素比其他两种色素释放量比例占优时，其所呈现的肤色必然是偏黑的颜色，这也是非洲人肤色黝黑的原因，而欧洲人皮肤之所以呈白色就是因为其皮肤释放黑色素较少（图2-9）。基于此理，人类学专家把人类分为黑、白、黄、棕四种人种。就东方人而言，尽管被统称为黄种人，但其实皮肤质地也是千差万别、各具特色的。



图2-9 不同肤色人种

我们知道，肤色是由遗传基因决定的，如同我们的生日、血型一样，是与生俱来的，不可选择，是最稳定的色彩。即使皮肤夏天被晒黑、年老长了色斑，肤色也不会改变多少。一般情况下，确定肤色类型的基本方法是在自然光和不带妆的情况下，通过色彩的三种属性综合分析皮肤的天然色彩。不过，在此需要注意的一点是，任何肤色类型的确立，都是建立在寻找大体的肤色感觉而有意忽略局部肤色的基础之上的，因此可以说肤色类型的最

终确认是定位者主观取舍的结果。总之，确定自己的肤色类型，无疑为选择最佳服饰和化妆的色彩创造了契机。

2. 与肤色匹配的个人色彩系统

在对色彩的基本原理、肤色类型定位等基础知识有了基本的了解后，就可以根据肤色的不同寻找并确定与之匹配的色彩系统，从而最大限度地展示、烘托人们肤色的特点与魅力，从而避免令人尴尬的色彩搭配。不要一味地根据个人的直觉和兴趣，而要尽可能去客观地认识并驾驭色彩，使肤色与发色、服色完美融合，彰显与众不同的色彩素养与品位。

对于怎样的肤色应该选择怎样的服饰、化妆色彩的命题，国内外已经研究了数十年，因此相当成熟，并建立了诸多学说和流派，如欧美的四季色彩、我国台湾地区的光线说、日本的性格说等。每一种配色系统都有自己存在的理由及价值，同时也不可避免地存在着尚待完善之处。

(1) 自身色彩倾向的认识。我们知道，世界上人类的肤色大致分为白色、黄色、棕色及黑色四种，而实际上又绝不止于此，如欧洲的白种人与印度的白种人的肤色相差极大，但他们却全属于白种人；非洲南部、北部、东部、西部及中部的黑种人肤色也相差很大。可以说，世界上几乎每个人的肤色、发色都不相同。因此，在进行肤色与服装及化妆的色彩组合时，必须先认清肤色的色彩倾向。

中国人多是黄种人，其肤色、发色和眼色均与白种人不同。黄种人的肤色整体来讲是以橙黄色为中心的色相（但不要理解成橙子皮的颜色），但由于遗传基因、生活环境或生活条件、工作环境或工作条件的不同，肤色、发色也有不同。从总体上看，人们的肤色大致可分为偏白、偏黄、偏棕、偏黑四种，发色可分为乌黑、蓝黑、炭棕、黄褐等颜色，眼色往往和肤色有关，当然也不绝对，细看有棕黑、炭棕、棕色、茶色、褐色和焦茶等颜色。

(2) 肤色和服色、妆色的搭配。人与人在肤色、发色上都有不同程度的差别，如果能注意到自己的肤色和发色，并且在挑选衣服时以此为前提，那么基本上可以得到较好的着装效果。如肤色白皙而微红的人，穿一件水青色的上衣，虽不算太合适，但仍让人感到优雅动人。如果换一件湖蓝色的上衣，其效果就会远远超过水青色上衣带给人的印象，原因是水青色虽属冷色，但浅而亮，和白皙而微红的肤色在明度上太接近，不能更好地衬托肤色，而湖蓝色是冷而鲜的颜色，比水青色要深，明度比这种肤色要低得多。这样，较深而冷的湖蓝色与白而泛红的肤色形成对比，就会显得健康、精神、楚楚动人。如果有一头乌黑的亮发和一张黑里透红的脸蛋，又特别喜欢穿颜色鲜亮的花衣服，那一定会很漂亮；如果皮肤黑里透黄或黑里透青，切记不要穿黄色衣服，因为这种颜色的衣服和肤色太靠近，既不能很好地衬托肤色，又不能使人看起来精神焕发。皮肤白而缺少血色的人，如果穿一件极浅的上衣，效果不会太理想，因为肤色与服色都浅而亮且两者靠近，结果服色会喧宾夺主，肤色被大面积的浅色服色所冲淡。这种肤色穿颜色太深太暗的衣服也不理想，因为

深色衣服会把脸部衬托得过于惨白，呈现出一种病态的不良感觉。

客观地说，每一个人都会与生俱来地对某种色彩偏爱，都可能自觉不自觉地选择偏爱的颜色，不过，凡被一个人偏爱的颜色，这个颜色通常和他自身的肤色相和谐。如果每个人都能从自己偏爱的颜色出发充分发挥，向邻近的颜色延伸，那就会形成一个完整的、和自身颜色相协调的色彩系列，利用这一系列色彩来搭配自己的服装，再兼顾自己的性格、体型，最后必然会取得理想的穿着效果。实际上，这就是最适合个人的色彩风格。

第三节 形象设计的肌理要素

肌理是指物体表面的组织纹理结构，即各种纵横交错、高低不平、粗糙平滑的纹理变化，是表达人对设计物表面纹理特征的感受。一般来说，肌理与质感含义相近，对设计的形式因素来说，当肌理与质感相联系时，它一方面是作为材料的表现形式而被人们所感受，另一方面则体现在通过先进的工艺手法，创造新的肌理形态。不同的材质、工艺手法可以产生各种不同的肌理效果，并能创造出丰富的外在造型形式。

一、肌理的美感

1. 纹理

物体表面的花纹或线条，有天然纹理和人工纹理之分。例如，原木家具上的木纹属于天然纹理（图 2-10），而印染布料上的花纹则属于人工纹理。

2. 光泽

光泽是物体表面由光反射引起的反光现象，是物体的物理性质，从性质上有金属光泽（图 2-11）和非金属光泽之分，从程度上分为有光泽和无光泽两类。



图2-10 木材上的纹理

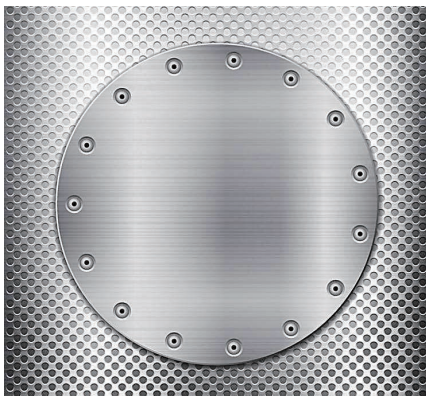


图2-11 金属光泽

3. 质地

质地是指物体的性质或结构。例如，人们通常会用质地细密来形容内部结构紧实或表面光滑的物体，而用质地疏松来形容内部结构松散或表面粗糙的物体。可见，质地的变化会带给人不同的感受。一般物体表面的质地有粗糙与光滑之分，而物体内部的质地有疏松与紧实之分。

4. 质感

质感是指物体表面的质地作用于人的视觉而产生的心理反应，即表面质地的粗细程度在视觉上的直观感受。例如，木材给人以自然、轻松、质朴之感；钢材给人以现代、科技、冰冷之感；塑料给人以细腻、光滑、廉价之感；玻璃给人以明亮、脆弱、轻盈之感；铝材给人以白亮、明丽、平滑之感；毛绒给人以柔软、温暖、亲近之感；丝绸给人以细腻、轻盈之感（图 2-12）；等等。

二、肌理在形象设计中的审美表现

1. 材质美

材料天然形成的视觉肌理与触觉肌理，对人的审美取向和形象设计起着重要作用。在设计中，材料的自身组织形式与表现肌理，能给设计师带来心理效应，产生特殊的审美联想，设计师可以寄情于物，表达心灵情感，只有材料的自然特性、形象的设计风格、人们的审美情感与审美的时代特征相统一，才能表现和发挥材料的肌理美（图 2-13）。

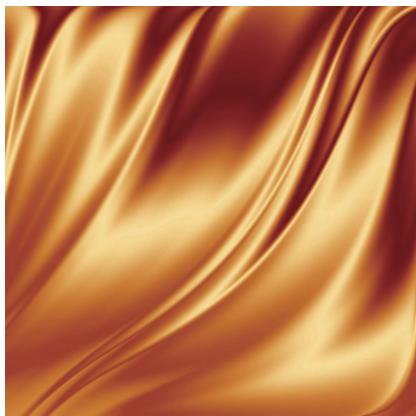


图2-12 丝绸质感



图2-13 通过水钻体现女性楚楚动人的美感

2. 形式美

人类视觉对装饰美的要求是审美过程中的一个基本要求，装饰美的内涵也就是具有意味的形式美。而形象设计中的肌理正是具备了较强的形式美，如皮肤表面的自然纹理、头发的天然纹理或人为形成的层次、衣服的各种面料所特有的质感、各种化妆品材料粉质或油性的特征及各种服饰配件的肌理美感，都从形式美方面满足了人们的视觉审美要求。

3. 联想美

材料的肌理及表现因素可影响人们的心理感受,肌理的点线面、混浊与清楚、凸出与凹进、光滑与粗糙等,能通过人们的感官唤起记忆与联想。如稀疏的肌理可产生松弛的心理感受,密集的肌理可产生紧张的心理感受;凹凸的肌理可诱导退缩的心理感受,起伏的肌理可产生扩展的心理感受;具有条理与节奏感的肌理能给人整齐舒展的心理感受;垂直的肌理可以产生静穆崇高的感觉,倾斜的肌理可以产生冲击与运动的联想;破碎的肌理使人想到残破与杂乱,整齐的肌理能表现秩序与条理;线型肌理有方向感,粒状肌理显得沉静与自若;曲线肌理象征着优美、流动与不安,水平肌理可表现稳定与宽广;等等。联想美还体现在材料的质感或量感上,各种材料在与光影、色泽、形态的融合中,会对人们的心理造成不同于一般物理性的质量感,如色泽鲜艳、反光强烈、表面细腻的肌理,会产生轻薄、扩张的心理效应,反之会产生厚重、收缩的心理效应(图2-14)。



图2-14 羽毛带来的野性之美

三、形象设计中不同肌理的特征

1. 皮肤肌理的特征

皮肤肌理是指皮肤表面的纹理、质感,主要表现为平滑或粗糙、光亮或晦暗、柔软

或硬实等。皮肤肌理特征主要通过视觉或触觉来判断,是对肤色、皮肤状态、质感等的综合评价。通常从视觉上看光洁、白皙、水油平衡、毛孔不明显、纹理细致光滑的,用手抚摸给人以细腻、润滑并富有弹性的皮肤为理想的皮肤。不同的皮肤肌理在形象设计中也会有不同的应用。例如,打造活力、青春的形象时,应着力表现出皮肤红润、有光泽的状态;打造优雅、沉稳的形象时,应将皮肤打造得匀整、亚光。特别值得一提的是,一些特殊的皮肤肌理特征被设计师巧妙地加以利用能打造出让人过目不忘的个性妆容,如雀斑妆(图2-15)、晒伤妆等。



图2-15 雀斑妆

从肌理特征来看,皮肤大致可以分为中性皮肤、干性皮肤、油性皮肤、混合性皮肤和过敏性皮肤五种类型。其中,中性皮肤光洁细腻,是最为理想的肤质;干性皮肤因缺水而干燥,缺少光泽感,易起皮屑;油性皮肤因出油而油亮,易起痘;混合性皮肤是干性皮肤与油性皮肤的混合体,即面部的T字部位及周边区域呈油性,其他部位呈干性;过敏性皮肤薄且脆弱,皮肤表面有明显的红血丝,易产生过敏现象。设计师应根据不同的主题有意强调某种皮肤的质感,以达到理想的效果。

随着年龄的增长,皮肤肌理会逐渐呈现以下三方面的老化特征:一是弹性降低,皮肤松弛,线条与皱纹随之出现;二是皮肤干燥,油脂减少,皮肤显得粗糙,眼袋明显;三是皮肤变薄,容易出现老年斑。

2. 头发肌理的特征

头发肌理是指头发的曲直、粗细、颜色、光泽等。

(1) 曲直。从视觉上来判断,头发根据曲直的程度可分为三大类型:一是直发,包括硬直发、平直发、微波发等;二是波发,有宽波发、窄波发、卷波发等;三是卷发,有稀卷发、松卷发、紧卷发等。

(2) 粗细。根据粗细程度不同,头发又可分为粗发、中发和细发三种,不同粗细的头发会带给人不同的感受。

(3) 颜色。头发的颜色是由黑色素决定的,就全世界范围来讲,白色人种以浅发色为主,黄色人种与黑色人种以深发色为主。

(4) 光泽。头皮油脂的分泌会影响头发的性状和光泽感的体现,根据油性程度可将头发分为中性、油性、干性、混合性及受损发质五种类型。其中,中性发质乌黑光亮,是最理想的头发;干性发质缺少光泽、干枯粗糙;油性发质滑腻油亮、易生头皮屑;混合性发质兼具干性发质与油性发质的特点,其表现为发根部比较油腻,而发梢处则比较干燥;受损发质干枯毛躁、不具光泽感。

3. 面料肌理的特征

面料肌理是指面料本身的纹理、色彩、图案和纹样。随着科学技术的不断发展,面料的种类越来越多,并不断有新的技术与面料被研发出来,为方便区分与理解,我们将这些面料分为两大类,即纺织类和毛皮类。

(1) 纺织类。纺织类面料指运用一定的纤维,按照一定的方式编织而成的面料。在所有面料中纺织类花样最多,运用最广。纤维成分和编织方法不同,纺织类面料的肌理特征也不相同。

① 麻织物。用麻纤维纺织加工的织物都称为麻织物(图2-16)。麻织物透气性好、凉爽,比较牢固,但抗皱性差。由于麻纤维很难整理均匀,因而这类织物的表面肌理特征是毛糙、不光滑,具有古朴、粗犷的外貌和风格,一般不宜用来设计高档服装。



图2-16 麻织物

② 棉织物。以棉纱为原料的织物都称为棉织物，其肌理特征是柔软舒适、保暖性强，吸湿性和透气性好，易皱。棉织物的风格朴实，一般不宜用来设计高档服装。

③ 丝织物。用蚕丝或化纤长丝织成的织物都称为丝织物，其肌理特征是轻薄，有很好的悬垂感，外观轻柔典雅、雍容华贵，轻松飘逸，自古以来都是制作高档服装的理想面料。

④ 毛织物。以羊毛或其他动物毛为原料的织物都称为毛织物，其肌理特征是厚实、挺括、温暖感强，是秋冬服装中常用的面料。

⑤ 化纤织物。用化学纤维编织的织物都称为化纤织物，其肌理特征是密实、牢固、弹性较好，并具有不变形、易洗易干、不怕虫蛀、不怕霉烂等优点，但透气性、吸湿性、柔软性较差。

(2) 毛皮类。毛皮类面料是指以动物的毛皮为原材料制作而成的面料，根据其表面肌理特征的差异又将其分为皮革与皮草两类。

① 皮革。皮革是指经特殊化学处理和工艺处理过的动物的毛皮，是人类最早的服装材料之一。皮革有光面皮与绒面皮之分。光面皮表面细致光滑，光泽丰满自然（图 2-17）；绒面皮表面绒毛短密，均匀细致，光泽柔和，外观典雅大方。



图2-17 光面皮

② 皮草。皮草是指动物自然生成的带有花纹的毛皮，通常带有光泽，外观蓬松、奢华、高贵，有温暖感（图 2-18）。不同动物毛皮给人的视觉与触觉是不同的。常见的皮草有长毛、短毛、细毛、粗毛、直毛和弯毛等。