

服装工程

论服装设计的模仿方式

钱欣

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

**摘要** 以较有市场影响力的本土服装品牌在近二三年中的设计方法为主要议题,以本土服装品牌产品设计的模仿方式为切入点,运用造型艺术的视知觉原理和服装社会学原理,从设计的角度对服装设计模仿方式进行分析,认为品牌服装在不同的发展阶段对产品设计的模仿方式不同,这是由品牌在不同发展阶段的经营心态和设计心态所决定的,也给品牌的发展带来不同的影响。对服装设计的模仿心理和不同模仿设计的结果进行分析和讨论,明确服装设计过程应是创造模仿的应用。

**关键词** [服装设计](#); [服装品牌](#); [模仿](#); [设计思维](#)

分类号

**DOI:**

通讯作者:

作者个人主页: [钱欣](#)

扩展功能

本文信息

▶ [Supporting info](#)

▶ [PDF \(892KB\)](#)

▶ [\[HTML全文\]\(0KB\)](#)

▶ [参考文献\[PDF\]](#)

▶ [参考文献](#)

服务与反馈

▶ [把本文推荐给朋友](#)

▶ [加入我的书架](#)

▶ [加入引用管理器](#)

▶ [引用本文](#)

▶ [Email Alert](#)

相关信息

▶ [本刊中 包含“服装设计; 服装品牌; 模仿; 设计思维”的 相关文章](#)

▶ [本文作者相关文章](#)

· [钱欣](#)