

纺织服装高等教育
“十三五”部委级规划教材

编著◎穆慧玲

服装流行趋势

FASHION
TRENDS

东华大学出版社

F168.3
29

纺织服装高等教育“十三五”部委级规划教材
服装设计与工程国家级特色专业建设教材



编著◎穆慧玲

服装流行趋势

FASHION
TRENDS



东华大学出版社
· 上海 ·

图书在版编目(CIP)数据

服装流行趋势 / 穆慧玲编著. —上海: 东华大学出版社, 2016.9

ISBN 978-7-5669-1100-1

I. ①服… II. ①穆… III. ①服装-市场预测 IV. ①F768.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第213387号

责任编辑 李伟伟

封面设计 戚亮轩

服装流行趋势

FUZHUANG LIUXING QUSHI

编 著: 穆慧玲

出 版: 东华大学出版社

(上海市延安西路1882号 邮政编码: 200051)

出版社网址: <http://www.dhupress.net>

天猫旗舰店: <http://dhdx.tmall.com>

营销中心: 020-62193056 62373056 62379558

印 刷: 苏州望电印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 7

字 数: 246千字

版 次: 2016年9月第1版

印 次: 2016年9月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5669-1100-1/F·082

定 价: 35.00元

前言

服装是人的“第二皮肤”，也是社会发展的“晴雨表”，服饰的流行演变直接反映着社会的政治变革、经济变化和风尚变迁。本书对服装流行的产生与发展变化、服装流行的基本规律、服装流行的传播方式、服装流行的主要风格以及服装流行的预测等内容进行了详细的论述，并结合当代社会的发展特征，以人们对审美的意识和对服装流行的追逐心理论证了服装与消费的关系，提出了服装流行的相关理念，这对发展壮大我国服装业具有一定的理论参考意义。另外，为了便于读者阅读欣赏，本书借助大量精美的图片资料来辅助阐述，力求文字简明扼要，图文并茂。

在流行风尚瞬息万变的现代社会，服装流行的话语权掌握在消费者手中，因此，服装设计师不能凭空标新立异，只有在充分研究服装流行的基础上，才能设计出迎合大众心理的服装，进而引导服装流行。本书通过对服装流行信息的收集、分析与应用，为服装设计师提供认知流行、掌握流行预测手段和应用流行资讯的理论参考，以期提升服装设计人员的综合竞争力。服饰流行的讯息浩如烟海，很难在一本书中展现全貌，加之编者学识有限，书中疏漏、欠妥之处在所难免，尚祈读者指正。

编者

2016年6月

目录

第一章 服装流行的产生与发展	1
第一节 服装流行的产生	1
第二节 现代服装流行的发展	2
第二章 服装流行的特征与基本规律	4
第一节 服装流行的特征	4
第二节 服装流行的基本规律	5
第三章 服装流行的类型与风格	7
第一节 服装流行的类型	7
第二节 服装流行的风格	8
第四章 影响服装流行的主要因素	28
第一节 自然因素	28
第二节 社会环境因素	28
第三节 心理因素	31
第五章 服装流行的传播	33
第一节 服装流行的传播媒介	33
第二节 服装流行的传播模式	34

第六章	服装流行趋势的信息采集与分析	36
第一节	服装流行趋势的信息采集	36
第二节	服装流行趋势的信息分析	37
第七章	服装流行趋势预测	39
第一节	服装流行趋势预测的方法	39
第二节	服装流行趋势预测的主要内容	41
第三节	服装色彩流行趋势预测	55
第四节	纱线与面料流行趋势预测	62
第五节	服装款式流行趋势预测	66
第八章	服装流行与服装设计师	68
第一节	服装设计师与服装流行的关系	68
第二节	影响服装流行的著名设计师	70
第九章	服装流行与服装品牌	78
第一节	服装流行与服装品牌的关系	78
第二节	影响服装流行的著名服装品牌	79
参考文献		106

服装流行的产生与发展

20世纪50年代,在欧美国家,随着工业化的普及,服装流行的重要地位越来越明显。商家发现,充分利用流行,就能有更多的盈利,于是陆续出现了国际性的衣料博览会,流行研究机构(如国际时装与纺织品流行色委员会,简称国际流行色协会,它至今仍是全球最具权威的流行色发布机构),著名服装设计师的作品也被当作流行资料来研究。总的来说,在短短七十年内,服装流行已逐渐发展为一门学问、一个行业。

第一节 服装流行的产生

流行是指某一事物在某一时期、某一地区为广大群众所接受、喜爱,并带有倾向性的一种社会现象。

服装流行是在特定的环境与背景条件下产生的、多数人钟爱某类服装的一种社会现象,它是物质文明发展的必然,是时代的象征。服装流行是一种客观存在的社会文化现象,它的出现是人类爱美、求新心理的一种外在表现形式。服装流行研究是一门实用性很强的应用科学,它研究的是流行的特点、流行的条件、流行的过程、流行的周期性规律等,是探讨人类衣文化中的精神内容,包括与其相适应的主观因素和客观条件的相互关系问题。

服装流行是从服装信息传达与交流中产生的。现代世界,物质文明高度发达,科技成果日新月异,交通工具日益发达,世界在无形中变得“越来越小”,人们的距离越来越近。借助日益加速的交通与通讯工具,如飞机、高铁、网络、通讯卫星、电影、电视等,人类的联系日益密切。所以,只要先进国家有了某种新的发现,其他国家和地区紧随着也会加以效仿和研究,服装正是在国与国或地区与地区之间的思想文化相互交流的条件下形成了一个国际共同的形式,这也就是国际服装流行的产生。

我国的社会正处在工业化高度发展的时期,在服装方面,人们在经济实惠、节省时间的原则之下,很愿意穿着机械化生产的成衣,于是,在服装的高度工业化大批量生产中,在人们的好奇与效仿、从众心理及信息传达等综合因素下,形成了服装的流行。

现代服装已不按过去的阶级地位分类,而进入了满足大众化消费需求的大批量生产时代,服装流行的话语权掌握在消费者手中,因此,服装设计师不能凭空标新立异,只有在充分研究服装流行趋势的基础上,才能设计出迎合大众心理的服装,这样也可以引导服装流行。

第二节 现代服装流行的发展

英国工业革命为服装面料的发展提供了科技动力。18世纪中后期,蒸汽机的出现推动了工业革命,现代工业经济逐步取得主导地位。18世纪末期,工业革命继续向欧美大陆扩展,美国的纺织业有了新的进步,为成衣的发展和时尚的普及奠定了基础。18世纪后期中产阶级的增长使时尚范围扩大。工业革命推动了欧美的经济发展,引起了社会结构的变化,中产阶级成为社会的中坚力量,特别是第二次工业革命以后,中产阶级有更多的钱花费在奢侈品上,包括更好的衣服,其消费能力地不断增强引起新的时尚潮流,时尚变成身份的象征。第二次工业革命促使服装的批量生产。19世纪初,工业革命开始向欧洲和欧洲的殖民地扩散,19世纪下半叶,德国和美国成为第二次工业革命的中心。电气化和化学工业成为主角,机械进入商业化实用阶段。第二次工业革命,大大加速了世界经济现代化的进程,是世界经济现代化的快速发展时期,对世界经济的直接影响开始呈现。对纺织行业最大的促进便是缝纫机的发明,它的使用促使了真正意义上的现代流行的产生。工业革命还促使了工作服以及女性分类服装的产生,从而出现了批量服装,而服装的批量生产导致每个人都可进入流行时尚的潮流。

第一阶段,由服装设计师引领流行的时代(1858—1940年)。

1858年,英国人查尔斯·弗莱德·沃斯(Charles Frederick Worth)在巴黎开设了以上流社会的贵夫人为对象的高级时装店,从此在时装界树起了一面指导流行的大旗,带动和促进了法国纺织业的发展。19世纪末到20世纪上半叶,巴黎时装界人才济济,历史进入一个由设计师创造流行的新时代,像加布里埃·香奈儿(Gabrielle Chanel)、玛德琳·维奥内(Madeleine Vionnet)等服装设计师成为引导服装流行的先驱。20世纪30至40年代是一个充满变动的年代,从世界性的经济崩盘到第二次世界大战结束,法西斯主义的肆虐和无情的经济大萧条使这个年代的人们虽然表面看起来平静无事,但却预示着一场暴风雨的来临。随着第二次世界大战的到来,20世纪30年代的奢华风随之消失,取而代之的是简单实用的风格;20世纪40年代,服装款式变得保守起来,有时甚至很难区分男女服装的差别。

第二阶段,成衣业的发展与流行的大众化(1950—1970年)。

第二次世界大战后,法国时装再次活跃起来。1947年,设计师克里斯汀·迪奥(Christian Dior)发表了“新风貌”(New Look),由此奠定了20世纪50年代以后世界时装的流行方向。这时,法国高级时装迎来了第二次鼎盛时期,巴黎高级时装店引导着世界服装发展趋势的同时,世界各地的年轻一代也对服装表现出了极大的热情。进入20世纪60年代,电影、音乐和社会的变革对年青一代开始产生影响,大众消费社会到来。受“年轻风暴”的影响,服装业发生了巨大变化,年轻人对传统文化不满、向传统习俗和传统审美提出挑战;20世纪40年代从美国开始的成衣业快速发展,服装设计开始与街头流行文化接轨,出现了一批能顺应时代要求的年轻设计师。他们为街头女性设计新服饰,而不再为特定的女性设计服装。高级时装在1968年“五月革命”后退出时尚主流舞台,成为艺术的象征,取而代之的是高级成衣的蓬勃发展。20世纪70年代,复杂的社会形势,使女性更关注现实,不再追捧以前优雅奢华的时装。牛仔裤在时尚之都巴黎被隆重推出,势不可挡,数千年来遗留在服饰中的阶级、性别、国界、年代、意识形态、文化背景等,一切都被牛仔裤冲淡了,到20世纪80年代,牛仔裤演变成国际范围的日常服装。至此,服装真正进入大众化时代。

第三阶段,服装流行的多元化(1980—1990年)。

进入20世纪80年代,全球经济高速发展,无论是奢华昂贵的高级时装,还是针对大众消费者的成衣,都出现极大的需求。服装在款式、材料、品牌等方面越发多元化,成衣业得到空前发展。受环保概念的影响,服装越来越宽松;朋克文化成为一种服装风格并渗透到高级时装中。20世纪90年代,解构主义、后现代风格大行其道,服装的设计思维不仅体现在款式结构上,而且体现在制作工艺上。设计师向传统发起挑战,强调追求独创的个性服装,街头服装盛行。同时,人们开始关心生态与健康,青睐面料的环保性与舒适性。90年代末,各大顶级品牌开始形成新的格局,高级时装业开始新的繁荣。

第四阶段,服饰流行渐趋无风格化(2000至今)。

21世纪是瞬息万变的时代,快节奏、高效率的生活方式使人们更喜欢网络等能快速吸收与快速忘记的东西。同时,由于物质的极大丰富使人们置身于一个消费社会,所有的设计都是为了刺激消费而设计的,整个社会都在围绕着消费而运转。消费社会使服装流行变得不可能长久,消费者审美趣味的多样化很大程度上影响着甚至决定着设计。信息技术的突飞猛进使世界各种文化之间的界限逐渐淡化,款式的更新速度是以往任何时代所不能想象的。21世纪是服装风格极端多元化的年代,也可以说是风格丢失的年代,各种时装经过糅合、搭配、装饰、复制和颠倒被赋予新的含义,服装设计师都在努力强调自己设计的独一无二,同时,时尚的追随者也把服饰的“绝不雷同”表达得淋漓尽致。

服装流行的特征与基本规律

第一节 服装流行的特征

一、新异性

新异性是服装流行最显著的特征。这里的“新”“异”并不是指全新的、前所未有的,而是将原有的服装进行“翻新”设计。服装流行的新异性往往表现在色彩、花纹、材料、样式等方面,从而满足人们求新求异的心理。构成服装流行的任何一个因素变化,都会引起服装的新颖感,服装自身各组成部分之间存在着不计其数的可能性。

二、时效性

服装流行的第二特征是时效性,这是由服装流行的新异性决定的。一种新样式出现,当被人们广泛接受而形成一定流行规模时,便失去了新异性。消费者对服装的审美也会随流行阶段的不同而有所改变,当一件服装具备流行特征时被认为是时尚的,而进入流行衰退期时,这些流行特征反而可能成为落后、过时,甚至丑陋的标志。在服装流行之中,服装总是被人们追求、赞赏、推广和促进,然后在某一天变成一种过时的事物。这时,一部分人会舍弃,转而追寻新的流行趋势。有些服装流行是转瞬即逝的,不会再被使用;而有些服装会在流行的高峰过后,其中的某些特征被沉淀下来并加入新的流行元素,也可能被继续采用从而演变为日常服装或者经典服装。21世纪,随着经济、科技的发展,人们的生活节奏加快,服装的流行变化越来越快,新的样式更是层出不穷,这对服装设计师、企业及商家提出了更高的要求。服装流行正进入一个快餐消费时代——快时尚时代,快时尚时代的特点是货品更新快、款式淘汰快、潮流变化快。

三、普及性

普及性是现代服装流行的一个显著特征,也是服装流行的外部特征之一,表现为

在特定环境中某一社会阶层或群体成员的追随。这种接受和追求是通过人们之间的相互模仿和感染形成的,接受和追求意味着社会阶层或群体的大多数成员的认可、赞同。在一种新的服装样式流行初期,通常只有少数人去模仿或追随,当被一定数量和规模的人所接纳并普及开来的时候,就形成了流行。追随者的多少将影响到新样式的流行规模、时间长短和普及程度。

四、周期性

服装的流行周期有两层含义:一是流行服装具有类似于一般产品的生命周期,即从投入市场开始,经历引入、成长、成熟到衰退的过程;二是服装流行具有循环交替反复出现的特征。从历史上看,全新的服装样式很少,大多数新样式的服装只是对已有样式进行局部的改变,如裙子的长度、上装肩部的宽度、裤腿肥瘦等的循环变化。另外,服装色彩、外观轮廓也具有循环变化的周期性特点。

五、民族性

世代相传的民族传统和习俗不易改变,这就使不同民族的流行服装在款式、色彩、纹样等方面有所差异。比如某种和服款式在日本可能流行,在中国就不会流行,西欧流行女装的露胸形制、印度女装的露腹形制也不会在中国流行,同样各个民族在色彩上也会有某种偏爱或禁忌等。

六、地域性

服装的流行与地理位置和自然环境有关。北欧因气候寒冷,人们偏爱造型严谨、色彩深重的服式;而非洲人因气候炎热,喜欢造型开放、色彩鲜明的服式。城市的嘈杂喧闹,人们易采用淡雅柔和的自然色调;农村广阔而单调,人们则接受强烈浓重的人工色彩。

第二节 服装流行的基本规律

任何事物的发展都有它自身变化的规律,服饰流行也不例外。一种事物开始兴起时,会受到人们的热切关注、追随,继而又会司空见惯,热情递减,产生厌烦,最后被完全遗忘。法国著名时装设计大师克里斯汀·迪奥说:“流行是按一种愿望展开的,当你

对它厌倦时就会去改变它。厌倦会使你很快抛弃先前曾十分喜爱的东西。”这种由于心理状态而发生、发展、淡忘的过程就是流行的基本规律,也可称之为一个周期。

服饰流行具有明显的时间性。服饰流行是随着时间的流动而变化的,过了时的服装就不是时髦的服装,但过了时的服装并不是不美,只是因为看多了,看久了,失去了新鲜感,才不再流行下去。一种流行过去,另一种新的流行会兴起,年复一年,周而复始。

服饰流行还具有明显的空间性。同一款式风格的服装不会在同一时刻流行于世界的各个角落,通常,服装的流行总是从生产力较发达、文化水平较高、社会较开放的地区向生产力较低、文化水平较差、社会风气较保守的地区流动;总是从穿着讲究的年轻人、影视明星、社会名流向一般大众传播。同时,由于气候条件、经济收入、文化素养、生活方式等差异,即使上述条件相同,不同地区、不同阶层的人所能接受的服装也会有所不同。于是,在这部分地区或这部分人群中流行的式样,到另一部分地区或另一部分人群中流行时可能会有所改变。这种在某一时期,不同地区、不同人群中流行的不同服装使服饰流行呈现出空间性特征。

服饰流行还呈现螺旋式周期性变化的规律。每一种服装的流行都要经过兴起、普及、盛行、衰退和消亡五个阶段。旧的流行过去,新的流行又会诞生。在无数流行的交替过程中,由于人体对服装的限制,服装款式的创新只能在一定范围内进行,于是裙子从长到短,又会从短到长;上衣从宽松到紧身,又会从紧身到宽松。色彩也是这样,红色调流行过后也许会流行蓝色调,蓝色调流行过后也许会流行黄色调,在不断的交替中也可能会出现重复。材料亦是如此,华丽、精致的面料看多了,会觉得朴实、粗犷的面料更亲切;朴实、粗犷的面料看多了,又会喜欢华丽、精致的面料。款式、色彩、材料的循环反复,使服装的流行永远呈现在螺旋式周期性变化之中。服饰流行虽然具有螺旋式周期性变化的特征,但流行周期的长短、具体模式的表现却不是固定的。社会政治、经济、科技、艺术流派,甚至偶发事件等许多因素都可能导致流行周期的更改和具体模式的变化。国际上许多著名的服装设计师,总是在新的流行到来之前就开始研究它的发展规律和可能表现的外在形式,正确地指导并组织其公司新产品的设计和生产,在特定地区旧的流行衰亡之前及时转点销售,并开始迎接新的流行。

服装流行的类型与风格

第一节 服装流行的类型

形成服装流行的因素是复杂的,在不同社会环境的影响下,可以产生不同规模的流行。服装流行的类型可以归纳为两大类:一类是按流行的形成途径划分,另一类是按流行的周期与演变结果划分。

一、按流行的形成途径划分

按流行的形成途径划分可以将其划分为以下五类,这五类流行常常相互联系,交错显现,反映着流行的多样性与丰富性。

(一) 偶发性流行。通常是出于政治、经济、文化的需要,并受习俗、人物、事件的影响,以此为导火线所产生的流行模式,往往难于预测。

(二) 象征性流行。通常是指人们借助流行以物化的形式表现出来的某种信念、愿望而产生的流行趋势。如反映人们健康生活愿望的运动装,最初在青年群体中流行,而后逐步扩展到各个年龄段,也反映了这种意识、愿望的扩散程度。

(三) 引导性流行。通常是指为了吸引人们购买,采用某种营销手段而形成的流行趋势。这是由于推销宣传活动的影响,通过大规模的消费行动而产生的流行模式。

(四) 某种穿着与日俱增走向极端而过渡到消亡的流行。例如:西欧的紧身衣式服装,从中世纪开始出现,直至19世纪末的“S”型、“T”型服装,妇女的腰身收得越来越细,严重影响了女性身体健康和活动。这种紧身衣走向极端化以后流行就终止了。

(五) 由新生事物和现象而突然产生的流行。例如:国际上曾广泛流行的“太空衫”“宇宙服”等,与人类进入太空、探索宇宙等事件有着密切的关系。

二、按流行的周期与演变结果划分

按流行的周期与演变结果划分,可以将服装流行的类型划分以下三大类:

(一) 经典流行。指在很长一段时间内被人们接受、继承与流传的服装,这是作为传统或生活习惯而流传下来的流行现象,如旗袍、西装等。

(二) 短期流行。指只在一个季节里出现之后迅速消失的流行现象。这种流行大多是由于社会上的偶发事件所引发的,流行过后几乎不残留流行的痕迹。例如:2008年北京奥运会期间出现的文化衫,从兴起到衰退不过几个月时间。

(三) 重复流行。指在流行过后又重复出现或交替出现的流行现象。这种流行具有较明显的周期性,并且在服装流行上的表现最明显。但必须是基于社会环境和生活意识需要而产生的,一般流行的间隔需要一定的时间。例如:有人对女装的流行循环周期进行了研究,发现20年为一个周期。

第二节 服装流行的风格

一、古典主义风格

服装设计中的古典主义风格是指运用古典艺术的某些特征进行设计的风格。古希腊和古罗马服饰是古典主义风格服装的源头,这两种服装都严格遵守比例、匀称、平衡、和谐



图3-1 古希腊服装

等形式法则,讲究整体效果,摒弃繁杂的装饰,并以悬垂性设计为主要特征(图3-1、图3-2)。19世纪初欧洲的帝政风格服饰可视为是古典主义风格的典型。帝政风格的女服结构简单,用料轻薄柔软,重视服装在穿着时形成丰富多变的悬褶,这点与古希腊服装十分相似。帝政风格的女裙采用高腰、袒领、短袖和裙摆及地的形式。服装色彩偏于素雅且少装饰,这使附属品变得重要。帝政女服所衬内衣较少,从而使整个服装造型自然,这与在前的洛可可女服或在后的浪漫主义女服使用紧身胸衣和裙撑所显示的矫饰外形迥然不同。帝政女服所表现的是一种英国式的田园风(图3-3、图3-4)。

现代流行服饰中的古典主义有狭义和广义的两种表现。狭义地说,古典主义



图3-2 古罗马服装



图3-3 帝政时代的古典女装一

服饰是继承了或在较大程度上受到上述古希腊、古罗马服饰和帝政风格影响的作品,其风格是稳定的,带有浓郁的古典雕塑风味和强烈的唯美主义倾向。广义地说,任何构思简洁单纯、效果典雅端庄、稳定合理的设计都可被称为古典主义风格(图3-5~图3-7)。古典主义风格的服饰常常得到个性稳重、作风保守人士的青睐,在一些正式隆重的场合穿着古典主义风格的服饰不失为一种保险的方法(图3-8、图3-9)。

二、浪漫主义风格

浪漫主义首先是一种文学创作手法和思潮,18世纪中后期至19世纪中期盛



图3-4 帝政时代的古典女装二



图3-5 现代古典主义风格服装一



图3-6 现代古典主义风格服装二



图3-7 现代古典主义风格服装三



图3-8 现代古典主义风格服装四



图3-9 现代古典主义风格服装五

行于欧洲。它不按照现实生活本来的面貌,而是要求按照作者希望的样子来反映生活,常用热情奔放的语言、瑰丽奇特的想象、大胆而夸张的手法描写特异的人物、事件和环境。其次,浪漫主义又是一种艺术风格,是一种特性和状态,它追求个性、主观、非理性、想象和感情的宣泄,是对古典主义追求的严谨、客观、平静、朴素的一种反抗,强调热烈奔放、自然抒情的表达方式。浪漫主义是许多现代派艺术的思想理论基础和灵感源泉。

1. 浪漫主义时期的服饰特点

流行于19世纪20至50年代的欧洲。这一时期女装的特点是,上下两部分的分量相近,肩肘部宽大,强调细腰和丰臀,大量采用泡泡袖、灯笼袖和羊腿袖,袖子体积较大,有时还在内部放支撑架,从而使上肢部分的服装轮廓很宽大。帝政时期废除的紧身胸衣和裙撑再度流行,裙摆呈圆形,有时露出脚踝。裙撑的使用达到登峰造极的地步,导致女性行动不便,以至于有很多人在走路时经常摔倒、裙裾被壁炉点燃或被卷进车轮。领口常为一字形或是较高的花边领。这一时期的服装面料色彩明亮鲜艳,花卉和格子图案很受欢迎,有光泽的华丽绸缎被广泛使用。华丽的帽子和装饰着大量的花边、缎带和蝴蝶结的服装,整体风格女性化,强调身体走动时的美感,给人以轻盈飘逸的印象(图3-10、图3-11)。

2. 新浪漫主义服饰风格

20世纪八九十年代,紧身胸衣再次



图3-10 浪漫主义时期的女装一



图3-11 浪漫主义时期的女装二