

高等院校美术专业系列教材
◎艺术设计类



总主编：
林钰源 汪晓曙

服装设计

□ 主编 / 李洁红

Fuzhuang Sheji

岭南美术出版社

Arts



高等院校美术专业系列教材

服装设计

主 编：李洁红

高等院校美术专业系列教材编委会

主 编：林钰源 汪晓曙
编 委：林钰源 汪晓曙 叶家斌 张 弘 钟 曦
刘颖悟 孙 黎 谢 铿 罗一平 谢恒星
薛国庆 陈长生 郑 杰 吴正彬 童燕康
鲁 顺 洪少丹 方少华 陈 渐 陈 延
汤重熹 陈志民 缪 鹏 林小燕 熊绍庚
阎义春 刘向上

策 划：阎义春
责任编辑：阎义春 刘向上 李 颖
总体设计：阎义春 刘向上 缪 鹏 林岸威 万东兵
责任校对：虞向华 梁文欣
责任技编：谢 芸

服装设计

出版、总发行：岭南美术出版社
(广州市水荫路 11 号 9、10 楼 邮编：510075)
经 销：全国新华书店
印 刷：广州市岭美彩印有限公司
版 次：2004 年 12 月第一版
2004 年 12 月第一次印刷
开 本：889mm×1194mm 1/16 印张：23.5
ISBN 7-5362-2738-8

定价：56.00 元

总 序

中国美术源远流长, 历代美术遗产十分丰富。当然, 其中包括了历代美术匠师留下的宝贵的美术创作经验和美术教育经验与方法。然而, 具有中国现代意义的美术教育, 也即有别于传统师徒相授的学校系统施教的新型教育范式, 却只有近百年的历史。

中国现代美术教育与“西学东渐”关系密切, 甚至可以说是受“西学”影响的直接结果。

自明中叶开始, 江南一带出现了资本主义生产关系的萌芽。西方传教士也于明末万历年间, 在带来了西方宗教的同时, 也带来了西方的文化和科技, 西方文艺复兴艺术也随之传入中国。明万历七年(1579年)意大利耶稣会传教士罗明坚, 明万历十年(1582年)意大利传教士利玛窦, 带来了立体感很强的西方写实绘画, 令当时的中国人感到十分新鲜, 画像“望之如塑”, “其貌如生……脸之凹凸正视与生人不殊”。其后, 比利时传教士南怀仁, 葡萄牙传教士罗如望, 德国传教士汤若望接踵而至, 清初更有西方传教士供职于宫廷, 其中意大利传教士郎世宁由于影响较大其地位煊赫, 曾任宫廷首席画师。

自1840年和1857年两次鸦片战争, 帝国主义用坚船利炮轰开了中国大门, 西方文化、宗教、经济、政治伴随着列强军事强行输入, 中国一步步沦为半封建半殖民地。国人在震惊、觉醒的同时, 积极探求真理, 开始寻求富国强兵之路, 洋务运动、改良主义运动、维新运动随之而起。

“师夷长技以制夷”, 是中国有识之士思考的结果, “向西方学习”成了许多知识分子的共识。1872年(同治十一年), 曾国藩采纳容闳建议, “拟选聪颖幼童赴泰西各国书院学习军政、船政、步算、制造诸学。”向西方学习先进的自然科学技术已经成为一种强国的要求, 目的很显然无非还是“以夷攻夷”。在试图通过派留学生的同时, 中国也开始着手办实业学校培养不同于封建士大夫的新式人才。

在美术教育方面, 19世纪下半叶, 我国政府已向海外派遣大批留学生, 陈师曾、何香凝、李毅士、李叔同、高剑父、陈树人、陈抱一、汪亚尘、朱屺瞻、关良、陈之佛、丁衍庸、许幸之、倪貽德、傅抱石、阳太阳等人留学日本, 他们从经过明治维新的日本接受西方式的近代美术教育。

1887年, 先赴美国后转英国学习的李铁夫是专修油画专业的第一人。稍后, 周湘于1900年赴欧洲游历, 学习西画。1904年, 又有李毅士赴英国学习西画, 这些留学生回国之后, 或开办美术学校, 或从事美术教学, 开启了中国美术教育史的新里程。

与传统师徒相授不同, 由学校系统施教的新型美术教育模式, 肇始于晚清的新式学堂。1898年在北京成立京师大学堂, 是现代形态的综合大学在中国产生的标志。创建于1902年的南京两江师范学堂, 最先开设了美术课。差不多同时, 天津北洋优级师范学堂、稍后的浙江高级师范学堂、广东优级师范学

堂、天津北洋女师学堂，都相继开设图画手工专科。辛亥革命后，随着西方文化和学术思想、教育思想的输入，各种私立新式学校蓬勃发展。随着一批留学国外的美术青年学者的归国，和国内有志于美术教育的同仁纷纷办起艺术学校。1912年，“上海图画美术院”在上海虹口诞生，创办人之一的刘海粟时年仅17岁。1918年设立国立北京美术学校，1927年设立杭州国立艺术院，使中国美术教育渐具雏形。

中国美术教育从传统走向现代的风雨历程中，一批思想先驱和开拓者起了十分重要的历史性作用，他们当中蔡元培的地位尤显突出。

新中国成立后，北平艺专更名为国立艺专，后又改为国立美术学院，毛泽东题写了校名。1950年1月更名为中央美术学院，徐悲鸿任院长。与此同时，杭州国立艺专改名为中央美术学院华东分院，刘开渠为院长，江丰为党委书记。建国之初，由于与前苏联的紧密关系，全国都在开展学习前苏联运动，前苏联社会主义成为新中国学习的榜样。从50年代初开始，全面引进前苏联的美术，俄罗斯和前苏联的美术对中国现代美术的影响始于30年代，鲁迅在推广和介绍俄罗斯美术方面曾做了大量工作。建国以后，美术采取请进来和走出去这两种方式，前苏联的美术作品更是大量被介绍到中国来。前苏联美术家、美术教育家也相继来中国访问，作报告。前苏联苏里柯夫美术学院教授康斯坦丁·麦法琪叶维奇·马克西莫夫更作为前苏联政府委派的第一位美术方面的专家来中国出任中央美术学院顾问，期间在中央美术学院举办了具有深远影响的“油画进修班”，参加者有侯一民、詹建俊、靳尚谊、任梦璋、王流秋、俞云阶、秦征、王德威、高虹、何孔德、谌北新、魏传义、武德祖、汪诚仪、袁浩、王恤珠等人，马克西莫夫在中国美术界产生了巨大的影响。

同时，于1952年开始，国家通过严格挑选，先后派出罗工柳、李天祥、林岗、萧峰、全山石、邓澍、郭绍纲、冯真、张华清、徐明华、苏高礼、李骏等人到俄罗斯历史悠久的列宾美术学院学习油画。

在学习前苏联的热潮中，华东分院杨成寅译介了契斯恰柯夫素描教学体系，契氏体系是前苏联当时一个完备的素描教学体系，基于西方文艺复兴学院教学体系，基于科学主义、自然主义和现实主义的美学，这个体系具科学性、系统性，而且行之有效。体系后来由朱金楼推荐给文化部向全国推广，在我国美术教育界产生了巨大影响，进而处于一统天下的地位。契氏素描教学法，从思想体系、课程设置、教学要求、作画方法直至作画工具，几乎全被我国美术院校作为规范加以推行。新中国的美术教育基本采用了苏式美术教育模式，尽管20世纪60年代初中苏关系破裂，但前苏联油画对中国的影响却没有因此而中断，致使我国美术教育、美术创作在后来长时间明显出现单一化倾向。这种影响之深，时至今日我们仍可以在许多院校的教学找出“苏派”影响的痕迹。

20世纪60年代初，从德国留学归来的舒传曦引进了不同于契斯恰柯夫体系的结构素描教学法，曾在全国各院校产生一定的影响。同时，60年代初罗马尼亚画家博巴在浙江美术学院举办了为期两年的“油画训练班”，对中国油

画强调结构、概括和表现力，这一流派也产生了重要作用，这无疑对前苏联模式作了一些有益的补充。

自1966年5月“文革”开始，在“横扫一切牛鬼蛇神”的运动中，美术教育界的“资产阶级学术权威”相继关进“牛棚”。全国美术院校几乎全面停课，教学处于停顿状态，高考招生暂时被取消，广大教师被派到工厂、农村去接受“再教育”。“文革”期间曾一度恢复招收工农兵学员，但在“结合战斗任务组织教学”，跟着政治运动跑的情况下，教学质量大大下降。

经历“文革”十年之后，1977年全国恢复高考入学制度。美术教师 and 老干部重新回到自己岗位，教学秩序得以逐渐恢复正常。

随着“文革”的结束和“实践是检验真理的唯一标准”的思想解放运动的展开，美术教育界先后展开了对契斯恰柯夫素描教学体系的激烈争论。艺术的个性问题，风格多元化问题，“形式美”，“抽象美”等一度成为热门话题。紧随改革开放，萨特的存在主义，弗洛伊德精神分析学，特别是西方现代主义艺术对重新打开国门的年轻一代的中国青年学生产生了重大影响。随着改革开放的深入，随着市场经济建设的进展，特别是随着中国现代艺术创作的推进，中国美术教育也在不知不觉中发生着惊人的变化。为适应市场经济的发展，美术专业除传统的国画、油画、版画、雕塑和传统工艺美术之外，迅速地发展了现代设计类专业，工业产品造型设计、视觉传达设计、服装设计、环境艺术、公共艺术、电脑美术、展示设计、广告摄影等专业，随着新专业的发展，课程体系也发生了重大变化，课程内容改革也随之而至。

跨入21世纪，中国美术教育走过了很不平凡的发展历程。随着国家对教育的重视，教育在现代化建设中具有先导性、全局性作用，而被摆在优先发展的重要战略地位。在深化教育改革，优化教育结构，合理配置教育资源，全面推进素质教育，教学内容的更新，教材建设自然被摆到议事日程上来，广东省“高等院校美术专业系列教材”应运而生，岭南美术出版社聘请了华南师范大学美术系、广州美术学院教育系、广州大学艺术学院、中山大学艺术设计专业、华南理工大学、广东工业大学、华南农业大学、广东教育学院、广东技术师范学院、汕头大学、深圳大学、深圳职业技术学院、肇庆学院、韩山师范学院、汕头教育学院、佛山科学技术学院、嘉应学院的部分教授、专家近百人参与本套系列教材的编写工作，队伍阵容之大、层次之高，在广东乃至全国可谓空前，正如国家教育部体卫艺司艺术处章瑞安处长看过书稿后说：“广东多所高校合作，完成一套十几册的美术教材，很有魄力，也很有敬业精神，是集体努力的结晶。”广东省“高等院校美术专业系列教材”的编写过程得到各界领导、专家、学者的关心、支持和爱护，在此一并致以崇高的谢意。

高等院校美术专业系列教材总主编

华南师范大学美术系教授

林钰源

内容简介

服装设计是艺术设计学科的一个专业方向，为了更好地规范教学内容，提高教学质量，实现教学计划，达到培养目标，广东省高等美术、艺术设计教育界与岭南美术出版社共同编辑出版了广东省高等美术教育系列教材，《服装设计》是其中之一，希望《服装设计》一书能够对有志于从事服装设计者有所帮助，对高等服装专业学生的学习有所引导。

广义服装设计学科，从教学内容上分为效果设计、工艺设计、工程设计三大部分，由于工程设计属于生产经营范围，主要研究大批量生产中的厂房设计、机械设计、流水线设计、质量管理、生产管理、经营管理等，不属于美术、艺术设计范畴，因此在这里着重讨论的是服装效果设计和服装工艺设计方面的内容。

《服装设计》的内容分三大部分：第一章是服装效果设计，第二章是服装造型设计，第三章是服装设计相关学科。本书对相关内容有所侧重，不可能做到面面俱到，有志要成为高素质的服装设计师者，不但需要学习这本书中提及的内容，还要阅读大量相关的参考书，进行大量的教学实践。

《服装设计》由广州大学艺术与设计学院李洁红老师（撰写服装设计、染织图案设计、服装店铺设计、服装展示策划部分）任主编，佛山科学技术学院艺术设计系马仲岭老师（撰写服装工艺技术部分）任副主编，参加编写的老师有：王建民（撰写服装设计概论、服装商品学部分）、朱晓莎（撰写服装画技法部分）、胡大芬（撰写服装平面打板部分）、李小梅（撰写服装立体裁剪、服装生产管理部分）、陈贤昌（撰写服装缝制工艺部分）、程奇（撰写服装店铺设计部分）。本书还得到其他院校的支持，得到企业、服装品牌的支持，在此表示真诚的感谢。

目 录

CONTENTS

服装设计

第一章 服装效果设计	1
第一节 服装设计概论	1
一、服装的性质	1
二、服装的商品特性	5
三、服装的分类	6
四、服装设计的氛围	9
五、服装的设计理念	11
六、课程安排与作业	15
第二节 服装画技法	16
一、服装画概述	16
二、服装画的构成	19
三、服装画的表现	35
四、课程安排与作业	44
第三节 服装设计	45
一、大环境对服装业的影响	45
二、服装的定位、流行、信息	49
三、成衣与时装	60
四、服装设计	61

五、服装设计类课程的设置·····	87
第二章 服装造型设计 ·····	111
第一节 服装平面打板·····	111
一、打板的理论基础·····	111
二、体型测量·····	112
三、半腰裙的原型·····	114
四、上衣原型·····	117
五、连衣基本型·····	118
六、裤子的原型·····	122
七、一片袖·····	124
八、二片袖·····	125
九、领的原型·····	126
十、课程安排与作业·····	126
第二节 服装立体裁剪·····	127
一、用具和材料·····	127
二、人台的点与线·····	128
三、立体贴线导入·····	130
四、立体针法运用·····	132
五、各种造型的立体裁剪·····	133
六、立体裁剪与材料、设计、人机工程的关系·····	148
七、课程安排与作业·····	148
第三节 服装缝制工艺·····	150
一、服装缝制工艺基础·····	150
二、现代筒裙缝制工艺·····	156
三、男衬衣缝制工艺·····	159
四、现代男装西裤缝制工艺·····	164
五、现代女外套缝制工艺·····	169
六、课程安排与作业·····	174
第四节 服装工艺技术·····	176
一、服装效果设计·····	176
二、服装工艺结构设计·····	178
三、服装结构制图设计·····	180
四、服装样板设计·····	181
五、服装推板设计·····	185
六、服装排料设计·····	194
七、服装工艺流程设计·····	198
八、服装设计技术文件制作 CAD·····	200
九、成本核算·····	201

十、课程安排与作业	201
第五节 服装生产管理	203
一、生产管理结构	203
二、工业化生产流程管理	204
三、现代化服装生产管理趋势	208
四、课程安排与作业	209
第三章 服装设计相关学科	211
第一节 染织图案设计	211
一、染织图案特点	211
二、花卉的写生与图案变化	212
三、染织图案设计	220
四、扎染手工艺	241
五、课程安排与作业	254
第二节 服装商品学	255
一、服装商品与市场	255
二、服装商品与营销	257
三、服装商品与发展	268
四、服装商品与网络	270
五、课程安排与作业	272
第三节 服装店铺设计	273
一、吸引人的店铺门面	275
二、服装店内机能分布	287
三、导购路线	291
四、货品展示技巧	293
五、服装店铺展示空间设计	296
六、服装店铺总体设计	303
七、课程安排与作业	313
第四节 服装展示策划	314
一、服装展示会策划	314
二、服装表演会策划	326
三、商业服装展览会与服装表演会总体策划书案例	352
四、课程设置与作业	362
后 记	364
编者的话	366



第一章 服装效果设计

第一节 服装设计概论

一、服装的性质

(一) 服装与社会

第二次世界大战后，经济发达国家由于工业技术的进步，其服装产业也得到蓬勃发展。在世界各地经济发达的地域，它的经济一定推动着时装及其流行的发展，而发展中国家，由于社会经济的落后，服装的发展及流行推动缓慢，民族服装仍然大行其道。

20世纪90年代，发展中国家由于经济的突飞猛进，科学技术发展日新月异，服装的发展也逐渐向世界水平靠拢。世界在进步，贫困在减少，全球经济地域差距正在逐渐缩小。人均收入的增加，都市人口的集中化，都市机能的现代化，大众传播的发展，文化的普及，现代科技的不断创造，计算机与互联网的普及，更使世界间的距离缩小，使服装情报传递更快速。社会的年轻化，高学历的普及，女性社会地位的提高，休闲时间的增多（中国也与发达国家一样实行双休制），业余生活的多样化，生活价值观的变化，产业的高科技、高效率化，合成纤维技术的不断改良，成衣化的进展，专卖店的铺展，交通网络的畅通，国际一体化的进展，海外旅游，海外文化的吸收等等，这一切都反映了



图 1-1-1 东欧民族服装



图 1-1-2 教会服装

社会经济在快速、激烈地发展。

当今社会，人们的精神文明、物质文化、政治、经济、艺术、文学等都体现着服装给予人们现代生活的充实感，并丰富及改变着人们今后的个人生活，时间的变化与社会的变化共存，变化是恒定的，变化是社会安定的条件、现实社会运行的动力。艺术与学术，工业与商业，在不停变化的同时扩展着其发展领域，成为共同发展的社会，这也是服装社会的特性。

（二）服装与历史

服装作为人类文明特有的文化象征，伴随着人类社会进步、延续和发展。服装文化是在一定的社会形态中，人类物质生活和精神文明水平的反映。服装文化的发展，对每个民族文化素质的提高具有重要作用。

古代人的生活是以农业或畜牧业为主，受自然环境影响很大，其服装造型、材料、审美都明显地表现出这一特征，如古埃及、古希腊、古罗马人那种适应北非和南欧气候条件的宽松、垂挂、多裸露的卷衣，美索不达米亚地区的毛织物及服装上的穗饰，古波斯帝国的裤子以及古埃及的亚麻织物等等都表现出强烈的地方特色和民族风格（图 1-1-1）。

历史上一般把 5~15 世纪称为中世纪。其服装文化的特征，与其他文化现象一样，受基督教的影响十分强烈。自从罗马帝国末期基督教被定为国教以来，东罗马帝国顺利流传。与古代各民族那种多神教不同，基督教是一神教，认为人是神创造的，神是唯一的，绝对存在的，推行禁欲主义。服装上也表现出否定肉体（掩盖体形）（图 1-1-2）和肯定肉体（显露体形）两种矛盾的现象。从具体的服装形态上看，中世纪服装是从古罗马那种南方型的宽衣文化经拜占庭文化的润色和变形，经“罗马式时期”和“哥特式时期”的过渡，最后落脚到以日耳曼人为代表的北方型窄衣文化。从此服装脱离古代服饰那平面性的单纯结构，进入追求三维空间的立体构成时代（图 1-1-3）。虽然后世也不时回首复兴古代或东方服装的古典特色（图 1-1-4），但一直到现代，基本上是北方型窄衣文化的发展和延伸。现代与古代，西洋与东洋（图 1-1-5），服装文化以哥特式风格为交点分道扬镳。

从外观上看，近世纪服装有一个共同特征，即性别的极端分化，性差的夸张和强调，形成性别对立的格



图 1-1-3 欧洲 19 世纪窄衣文化的服饰装扮

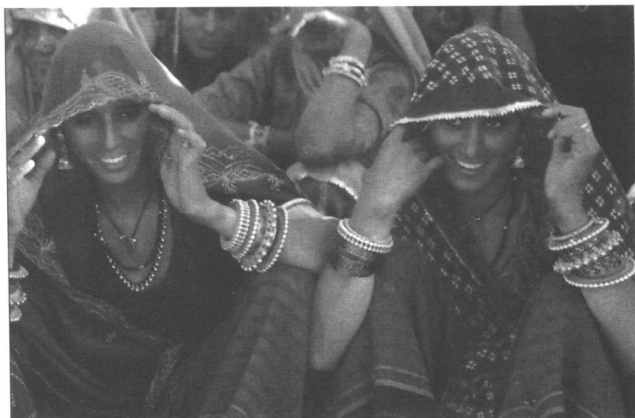


图 1-1-4 印度民族服装



图 1-1-5 日本友禅染和服

局。与男子服装以上半身的体积感变迁为中心相对，女子服装则以下半身的体积感变迁为中心展开各种外形。男子通过宏大的上半身和紧贴肉体的下半身之对比来表现男子的性感特征（图 1-1-6）；女子则通过上半身胸口的袒露和紧身胸衣的使用与下半身膨大的裙子形成对比，表现出胸、腰、臀三位一体的女性特有的性感特征（图 1-1-7）。男子服装重心在上半身，呈上重下轻的倒三角形，富有动感；女子服装重心在下半身，呈上轻下重的正三角形，很安定，是一种静态。进入 18 世纪的洛可可时期，窄衣文化在服装的人工美方面，已达到登峰造极的地步。

所谓现代，只不过是连接过去和未来的一个很“虚”的概念，服装上的现代化萌芽早在 19 世纪就已出现，缝纫机的发明、化学染料的开发、成衣化的尝试、高级时装的兴起、流行媒介的扩大带来的服饰流行产业化，这一切都与现代化相关联，形成了现代服装的基础。

现代女装在全世界范围内普及是在第二次世界大战以后。女装的现代化，把女性从束缚肉体的紧身胸衣的禁锢中解放出来，回归女性肉体的自然形态，从束缚四



图 1-1-6 欧洲 17 世纪初宫廷服装 THE ILLUSTRATED HISTORY OF TEXTILES 第 54 页，英国，1993 年版



图 1-1-7 欧洲 16 世纪末紧身胸衣时期的宫廷服装 THE ILLUSTRATED HISTORY OF TEXTILES 第 32 页, 英国, 1993 年版

肢活动、装饰过剩的服饰传统,向便于活动的、符合快节奏现代生活方式的轻装样式发展。现代服装排除了服装上的社会性差别,纠正古典式的阶级差和性别差之偏见,从繁重的手工缝纫那里把女性解放出来。这不仅使流行的速度进一步加快,周期进一步缩短,范围进一步扩大,而且由于西洋服饰文化与世界各地的民族服饰文化最大限度地碰撞、混交,其结果或并存,或互相吸收、兼容,流行也因此变得更加复杂、丰富和多样,流行的中心也继巴黎之后,出现了米兰、伦敦、纽约、东京等多中心的局面。人类数千年的服饰文明终于在 20 世纪中叶进入繁荣的国际状态。

(三) 服装与人类行为

所谓流行,是在某一时期,某一事物基于共同的价值观,受到大多数人的同时肯定。

就服饰产业而言,流行即指特定时间内广大民众所普遍使用的某种服饰品及某种花样、色彩、材料与形状等。

中国“文化大革命”时期,军绿色席卷了全国,一发而不可收地流行了十几年,时间跨度这样长的一色流行,在世界服装流行史(除宗教、民俗)上可谓绝无仅有的。

然而现今,流行的周期越来越短,流行歌、流行语以及流行游戏大体也只能有几个月流行时间,例如,众所周知的电子宠物,还未普及就已寿终正寝了。其原因之一,是与流行情报媒体的瞬息变幻有着极大的关系,如错综复杂的电视节目和泛滥成灾的流行杂志。

这在具有强烈好奇心的青少年当中表现得最为突出,对玩具、文具、鞋、T 恤等体现流行元素的东西特别感兴趣。他们对这些玩物,首先是想得到,得到后立刻满足,满足后迅速丢弃,大流行也就在其满足后完全销声匿迹了。

媒体迎合人们流行意识的同时,也引导着人们的流行。因为人作为社会的产物,离不开社会集团生活,本能地具有集体归属感的友好意识,产生集体共性的同时也会对同一事物进行共同肯定,20 世纪 60 年代后期,世界成衣界迅速发展。大产出、大销售的大众消费受到消费者的极大欢迎。即使是巴黎最新的服装信息也能迅速地普及到全世界普通服装消费者手中,极大地满足了人们的人有我的量的社会归属感。

然而,随着社会的进步,人们社会意识的不断提高,消费者的价值观也在不断地变化。大流行的量已不能满足人们对质这一自身满足的追求。美国心理学家马斯罗称之为自我意识。具有自我意识的人们社会共同性是高度的自律性、独立性、自发性,对事物评价的独特性,对传统文化的反叛,以及对环境束缚的超越等等,也代表其追求的现代服装的特性。

今后的消费者,都会达到自我意识的自我实现阶段,也称为购买行为阶

段。针对这样的消费者,服装企业向市场提供多样化、多品种的服装,服装的生产形态也逐步变成多品种少产量,销售形态中,专卖店的比重逐步增大。

二、服装的商品特性

(一) 服装的性能及要求

服装的性能及要求,即服装消费者对服装的品质期待。品质项目分为物理性及感性两种,物理性表现为尺寸、重量、透气性、保温性等,而感性则表现为色彩、花样、设计风格等,在物理性及感性的基础上,顾及经济效益的同时,迎合服装消费者各种各样的品质要求,更加重服装的感性设计的比重,即使价位较高,而服装的感性设计完全符合消费者的要求,服装还是会畅销的。当然物性品质也会默默地起作用,这就是服装的特性。

(二) 服装的品质

品质的定义:即商品的性质。是商品及其服务价值的固有性质及整体性能,决定其是否能够满足其使用目的(日本工商技术协会品质管理用语)。正如其定义所言,商品除自身性质、性能以外,商品的特性、操作方法的说明、与商品相关联的情报提供类服务等,也都包含于商品的品质,特别是现在的时装商品,新材料的不断涌现及使用,设计的日新月异、千奇百怪,也就更需要向消费者提供其有关穿着、保养及使用方法的指导服务。

在服装品质中,不仅包含了物理及化学实验所能提供的客观数据来表现的实用性品质,如:坚固率、张力、收缩率、色固率等,也包含服装自身由消费者的趣味、嗜好等决定的客观评价因素的感性品质,如:色彩、花样、款式设计、肌理触感等。

当今社会到处充斥强调感性品质的流行及前卫服装,而消费者遇到的更多问题,则与时装商品的实用性品质有关:

只穿一次颜色就褪色——色固率低;

没穿几回布料就破损——坚固率低;

款式很亮丽,却不能洗涤,不能长期穿着——收缩率低。

如果服装只注重其感性品质的话,以上实用性品质就要被忽视,相反,如果只重视实用性品质,那样服装就无时装可言。所以,在进行服装设计策划时,感性品质及实用性品质都不能过分强调,而必须把其两方面科学地调和,以达到服装的完美品质。

(三) 服装的周期

服装在市场出现到完全滞销,最后从市场上消失的过程,称为服装周期。服装的周期是由引入期、成长期、成熟期、衰退期组成的。在服装的各个周期里,消费者对其的接受程度也有不同的变化。对于引入期和成长期的服装,消费者在购买前,是会对服装的有关性能、优缺点等情报进行收集分析。

在引入期购买服装的消费者,是独特的、不拘泥的、标新立异的消费群,即使服装价格还处在相当高的位置,也会毫不犹豫地购买。

在成熟期至衰退期之间,商品已经普及,在这时期购买服装的消费者,是

重视经济性的追随者。如图表所示：

服装周期与购买行为

周期		引入期	成长期	成熟期	衰退期
情报量		缺乏	少量	丰富	减少
购买行为	情报搜集	必要搜集	多种	不要	不要
	购买态度	革新的	积极的	追随的	习惯的
	购买决定	需要时间	需要部分时间	无需时间	条件反射
商品价格		高	较高	较便宜	便宜

服装的周期，比耐用消费品的周期和食品的周期要短，有的只能流行一个季度，即使连续流行几年，也是在每年细节不断变化中持续的。服装的特点就是通过视觉的变化来显示服装的丰富变化。

三、服装的分类

(一) 分类原理

全部服装按系统进行配列，称为分类。分类是以多种类再细分的原则，使全部服装都可分类，有类可查。

最初的分类为大分类，大分类中再进行中分类，之后到小分类。那么分类的基准是什么？在基准中怎样进行大分类？

在百货商店中，有男装区域、女装区域，这就是以性别进行的大分类。再在女装区域中分有职业装区域、休闲装区域，这就是中分类。又在休闲装区域里有青春型、成熟型之分，这就是小分类。

(二) 与消费有关的分类基准

从消费的观点进行分类：

1. 以穿着者类别分类：

过去的分类为：男装、女装、童装、婴儿装……现在多以年龄及性别进行分类，如按年龄细分，则为：老年、中年、壮年、青年、少年、儿童、幼童、婴儿。

2. 按体型类别分类：

穿着者的体型类别：特体、XL、L、M、S等型号及尺寸，男装则有B体、AB体、A体和Y体之分。以上都是以物理性为基准。

3. 以社会性为基准分类：

以社会性为基准的分类方式，是从消费群体的收入、居所、家族、构成学历、职业等方面考虑。但由于消费者的购买行为、价值观念会有明显不同而产生不同的生活个性，因此，社会性会引发出许多不同的类别分类，如：个性派（图1-1-8）、保守派、感觉派、实用派（图1-1-9）、经济派等等。

4. 以心理为基准的性格、感觉分类：

性格、感觉分类如：纯情公主型、优雅型、正统型、阳刚型、潮流型（图1-1-10）等等。

5. 季节：

消费者的季节分类：冬装（图1-1-11）、夏装、春秋装等等。



图 1-1-8 网站上的流行资讯

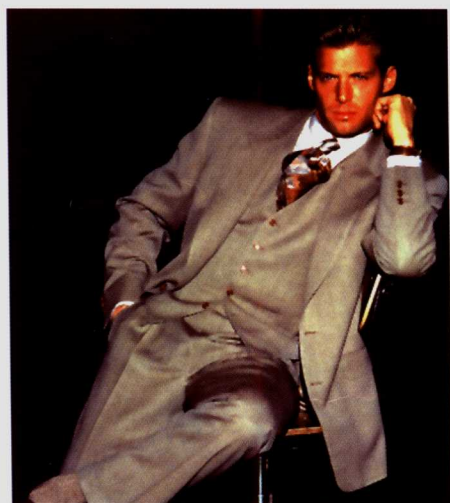


图 1-1-9 实用而有个性穿着方式



图 1-1-11 冬季服装

图 1-1-10 休闲时尚的穿着方式

