



服装高等教育“十二五”部委级规划教材(本科)

张 星 主 编
袁 斐 梁建芳 副主编

服装流行学

(第3版)

FU ZHUANG
LIU XING XUE
(DI 3 BAN)

- 详细介绍了流行的产生、流行的变化以及流行传播的方式
- 结合现代服装流行史以及市场变化、品牌策划等理论进行分析和论述
- 对提升服装设计水平、关注市场动态、经营品牌服装具有指导意义



中国纺织出版社



服装高等教育“十二五”部委级规划教材（本科）

服装流行学

（第3版）

张 星 主 编
袁 斐 梁建芳 副主编

 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书针对服装流行的特征与规律以及流行传播的层次性、传播性、方式等问题,结合现代服装流行史以及市场变化、品牌策划等理论,进行了系统分析和论述。本书内容联系实际,解析到位,对提高服装设计水平、关注市场动态以及品牌服装的经营具有一定的指导性。

本书为“十二五”部委级本科规划教材,知识性、系统性、理论性较强,除可供服装院校师生使用外,还可作为行业人员学习的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

服装流行学/张星主编. —3版. —北京:中国纺织出版社,
2015.1

服装高等教育“十二五”部委级规划教材. 本科
ISBN 978-7-5180-0360-0

I. ①服… II. ①张… III. ①服装设计—高等学校—教材 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第021779号

策划编辑:华长印 责任编辑:孙成成 魏 萌 责任校对:楼旭红
责任设计:何 建 责任印制:储志伟

中国纺织出版社出版发行
地址:北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码:100124
销售电话:010—67004422 传真:010—87155801
<http://www.c-textilep.com>
E-mail:faxing@c-textilep.com
官方微博<http://weibo.com/2119887771>

北京佳信达欣艺术印刷有限公司印刷 各地新华书店经销
2006年10月第1版 2010年3月第2版 2015年1月第3版 2015年1月第6次印刷
开本:787×1092 1/16 印张:21.5
字数:305千字 定价:49.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

出版者的话

《国家中长期教育改革和发展规划纲要》中提出“全面提高高等教育质量”，“提高人才培养质量”。教育部教高〔2007〕1号文件“关于实施高等学校本科教学质量与教学改革工程的意见”中，明确了“继续推进国家精品课程建设”，“积极推进网络教育资源开发和共享平台建设，建设面向全国高校的精品课程和立体化教材的数字化资源中心”，对高等教育教材的质量和立体化模式都提出了更高、更具体的要求。

“着力培养信念执著、品德优良、知识丰富、本领过硬的高素质专门人才和拔尖创新人才”，已成为当今本科教育的主题。教材建设作为教学的重要组成部分，如何适应新形势下我国教学改革要求，配合教育部“卓越工程师教育培养计划”的实施，满足应用型人才培养的需要，在人才培养中发挥作用，成为院校和出版人共同努力的目标。中国纺织服装教育学会协同中国纺织出版社，认真组织制订“十二五”部委级教材规划，组织专家对各院校上报的“十二五”规划教材选题进行认真评选，力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应，充分体现教材的适用性、科学性、系统性和新颖性，使教材内容具有以下三个特点：

（1）围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设置特点，从提高学生分析问题、解决问题的能力入手，教材附有课程设置指导，并于章首介绍本章知识点、重点、难点及专业技能，增加相关学科的最新研究理论、研究热点或历史背景，章后附形式多样的思考题等，提高教材的可读性，增加学生学习兴趣和自学能力，提升学生科技素养和人文素养。

（2）突出一个环节——实践环节。教材出版突出应用性学科的特点，注重理论与生产实践的结合，有针对性地设置教材内容，增加实践、实验内容，并通过多媒体等形式，直观反映生产实践的最新成果。

（3）实现一个立体——开发立体化教材体系。充分利用现代教育技术手段，构建数字教育资源平台，开发教学课件、音像制品、素材库、试题库等多种立体化的配套教材，以直观的形式和丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展中的重要组成部分，为出版高质量的教材，出版社严格甄选作者，组织专家评审，并对出版全过程进行跟踪，及时了解教材编写进度、编写质量，力求做到作者权威、编辑专业、审读严格、精品出版。我们愿与院校一起，共同探讨、完善教材出版，不断推出精品教材，以适应我国高等教育的发展要求。

中国纺织出版社
教材出版中心

第3版前言

本书从第1版到第3版已经有七年之久，在这七年当中，流行的循环周期越来越短，并且流行趋势指标间相互冲突的情况也越来越频繁。这使得我们要更加重视在多元化的市场中如何分析、预测并且掌握、运用流行。在未来的时间里，我们所面临的流行挑战将会越变越复杂。

所以，我们要回顾过去，以便更好地掌握未来；我们要直视流行，掌握面对流行的可行做法，而非像路人般窥视流行；我们要熟悉服装行业的结构，并且了解和掌握如何取得相关信息。希望本书能对服装行业的从业人员、服装专业的学生以及对流行感兴趣的大众起到指导作用。

本书在编写中为了满足相关知识和内容的需要，引用了一些图表和同行学者的观点，由于转录资料繁多，无法全部查证，在此向原作者表示深切歉意和衷心感谢！

全书共十个章节，其中第二章、第四章、第五章、第十章由袁斐编写，第一章、第六章、第七章由梁建芳编写，第八章、第九章由王玉娟编写，第三章由周芸编写，最后由张星统稿修正。在这次修订编写中，袁斐、梁建芳做了大量的修改工作，并增加了新的章节内容和书中图片的修正工作，对以上同志的辛勤工作再一次深表谢意。

流行学是不断向前推进、不断变化发展的，期待此书不断得到完善。

张 星

2014年3月

第2版前言

流行，无人不知、无人不晓，可以说当今社会流行已渗透人们的衣食住行各个方面。流行是什么？这难以说清楚，在人们追求时尚的各季节中，流行服装更是常挂于人们的嘴边。穿着新潮已成为享受生活的一种方式。对于从事服装设计专业的人员来讲，了解流行理论、掌握流行规律，对提高服装市场运作的能力是至关重要的。

本书对流行的产生、流行的变化以及流行的传播方式等进行了详细的理论叙述，并结合当代社会的发展特征，以人们对审美的意识和对流行的追逐心理论证了服装与消费的关系，提出了现代服装设计的相关理念。这对培养服装专业人才，把握服装流行变化规律，发挥流行作用具有一定的指导意义。

本书在编写中为了满足相关知识和内容的需要，引用了一些图表和同行学者的观点，由于转录资料繁多，无法一一查证，在此向原作者表示深切歉意和由衷感谢！

全书由张星、周芸、梁建芳、袁斐、王玉娟等编写并作第2版的修订，最后由张星统稿。在编写的过程中，严茜、袁菁红、范晓轩、叶永敏、张焕芳在读研究生期间亦积极参与部分的编写工作，再一次深表谢意！

此书仅作为抛砖引玉之用，期待其不断得到完善。

张 星

2009年12月

第1版前言

在中国服装走向世界的过程中，研究服装流行传播理论，对于指导服装设计及市场营销有着十分重要的意义。

讲授服装流行理论和现代服装设计理念，是服装教学的重要环节。本书主要在流行起源、流行传播手段以及服装演变的特点等问题上，结合现代市场进行了系统的分析与探讨；通过对国内外著名服装品牌市场运作的分析，研究了服装流行发展变化的规律与特征、流行传播手段以及流行对人们心理因素的影响，论证了服装流行与市场的关系，提出了现代服装设计的相关理念。本书在培养服装专业人才的过程中，对服装设计学习者把握服装流行规律及流行作用，在理论上有一定的指导意义，同时对提高服装设计和品牌策划诸方面能力起到良好的理念支撑作用。因此，本书作为高等院校服装教材，将对服装专业学生的知识面有一定的拓展。

本书编写时，为了满足教材相关内容的需要，引用了一些图表和同行学者的观点，由于转录资料繁多，无法一一查证，在此特向原作者表示深切歉意和由衷感谢！

在当前服装教学改革中，此书谨作为抛砖引玉之用，期待其不断得到完善。

本书由张星、郭建南、周江、周芸、梁建芳、王玉娟等编写，最后由张星统稿。在编写过程中，研究生袁斐、范晓轩、严茜、袁菁红、叶永敏、张焕芳亦积极参与部分编写工作，同时西安工程大学也对本书的编写给予了大力支持，在此深表感谢！

张 星

2006年8月于西安

教学内容及课时安排

章/课时	课程性质/课时	节	课程内容
第一章 (2 课时)	基础理论及研究 (4 课时)		• 流行
		一	服装流行的起源
		二	服装流行的规律
		三	服装流行的条件分析
第二章 (2 课时)			• 服装流行的现象与特征
		一	服装流行的现象与形式
		二	影响流行现象的因素分析
		三	服装流行的特征分析
		四	服装流行的心理因素
第三章 (2 课时)		专业理论及专业知识 (14 课时)	
	一		服装与时装
	二		流行与时尚
	三		流行对传统服装与民族服饰的影响
	四		流行与现代服装
第四章 (4 课时)			• 服装流行的层次性与传播性
	一		服装流行的层次性
	二		服装流行的传播
	三		服装流行趋势的发布形式
	四		流行色发布的形式
第五章 (8 课时)			• 服装流行与市场
	一		流行与市场的关系
	二		流行趋势与服装品牌
	三		品牌策划与市场流行分析
	四		流行服装与消费心理

章/课时	课程性质/课时	节	课程内容
第六章 (4 课时)	专业知识及专业技能 (22 课时)		• 流行传播与现代服装设计
		一	流行的启示与服装设计
		二	流行语言与表现形式
		三	形成服装流行风格化的因素
		四	流行的传播与创意
第七章 (4 课时)			• 现代服装设计理念与市场流行
		一	当代服装设计现状分析
		二	现代服装设计理念与市场流行
		三	服装设计理念与市场流行
第八章 (8 课时)			• 中外服装流行趋势分析
		一	流行的国际化与局部性
		二	法国女装流行的个性与特征
		三	意大利男装流行的个性与特征
		四	亚洲服饰流行的个性分析
		五	中国服装流行性与传统性
第九章 (4 课时)			• 中外服装品牌的流行性分析
		一	国外品牌的发展历史及现状分析
		二	中国服装品牌的发展历史及现状分析
		三	中西服装品牌共性化与流行性的分析
第十章 (2 课时)			• 流行化对中国服装业的影响
		一	中国服装业的现状
		二	流行国际化对中国服装业的促进
		三	服装流行国际化的发展
		四	中国服装如何走向国际市场

注 各院校可根据自身的教学特点和教学计划对课程时数进行调整。

目录

第一章 流行	002
第一节 服装流行的起源	002
一、流行的产生	002
二、服装流行产生的因素与条件	003
三、服装流行的概念	005
四、服装流行的意义	006
五、服装流行的过程	006
第二节 服装流行的规律	007
一、服装流行变化的基本规律	008
二、服装流行的时空性与周期性	009
三、服装流行的地域性与环境性	011
第三节 服装流行的条件分析	012
一、服装流行的周期性分析	013
二、服装流行的形态因素分析	017
三、服装流行的民俗因素分析	021
讨论题	022
第二章 服装流行的现象与特征	024
第一节 服装流行的现象与形式	024
一、服装流行的现象	025
二、服装流行的形式	033
第二节 影响流行现象的因素分析	045
一、自然环境条件	045
二、社会环境条件	046
三、民族传统文化	049
四、经济发展水平	051
五、社会群体意识	055
第三节 服装流行的特征分析	055
一、形成特征的分析	057

二、发展特征的分析	057
三、类型特征的分析	060
四、结构特征的分析	061
五、运动特征的分析	061
六、条件特征的分析	062
七、表现特征的分析	064
八、状态特征的分析	065
第四节 服装流行的心理因素	066
一、生理现象对服装流行心理的影响	066
二、流行现象中的着装心理因素	069
三、社会环境状态对服装流行心理的影响	074
四、宗教信仰对服装流行心理的影响	075
五、民族生活习俗对服装流行的心理影响	076
六、社会地位与经济状况对服装流行的心理影响	079
讨论题	079
第三章 服装流行性与传统性	082
第一节 服装与时装	082
一、服装	083
二、时装	085
三、高级时装	088
四、高级成衣	090
第二节 流行与时尚	091
一、流行	092
二、时尚	093
三、流行与时尚的关系	093
第三节 流行对传统服装与民族服饰的影响	095
一、流行对传统服装的影响	095
二、流行对民族服饰的影响	097
第四节 流行与现代服装	099
一、追随流行	099
二、流行信息	100
三、流行对现代服装的影响	102
实践题	104

第四章 服装流行的层次性与传播性	106
第一节 服装流行的层次性	106
一、流行风格的层次性	106
二、地域流行的层次性	108
三、个人风格的层次性	111
第二节 服装流行的传播	111
一、大众传播媒体	112
二、广告宣传	114
三、时装表演	115
四、名人效应	117
五、影视艺术	118
第三节 服装流行趋势的发布形式	119
一、服装流行趋势的发布	119
二、服装流行趋势的发布条件	128
三、服装流行趋势发布的作用	131
第四节 流行色发布的形式	133
一、流行色	133
二、流行色的形成	134
三、流行色的发布形式	137
四、流行色应用的形式与分析	141
实践题	143
 第五章 服装流行与市场	 146
第一节 流行与市场的关系	146
一、流行对市场的作用	146
二、多元化的流行带来的市场反映	147
三、市场消费者对流行的反映	148
四、市场对流行的影响	149
第二节 流行趋势与服装品牌	152
一、流行与品牌	152
二、品牌服装的流行表现	156
三、品牌服装的流行运作	157
第三节 品牌策划与市场流行分析	157
一、品牌策划	158
二、品牌策划与市场流行	161

第四节 流行服装与消费心理	164
一、消费者购买服装的认知过程	165
二、消费者购买服装的情感过程	166
三、消费者购买服装的动机	167
四、消费者的购买决策过程	169
五、流行服装影响消费者心理的因素	172
六、几种流行服饰的消费心理分析	175
七、流行服装消费者的性格差异与消费行为	178
八、流行服装消费者的消费兴趣与购买行为	180
实践题	181
第六章 流行传播与现代服装设计	184
第一节 流行的启示与服装设计	184
一、现代设计与服装艺术	184
二、灵感来源与流行启示	186
第二节 流行语言与表现形式	188
一、流行语言	189
二、流行语言的表现形式	195
第三节 形成服装流行风格化的因素	200
一、整体风格与个人风格	200
二、流行的环境风貌	201
三、流行的文化风貌	203
四、流行的民俗风貌	204
第四节 流行的传播与创意	206
一、国际化流行	206
二、时装的创意与传播	207
三、时装设计的创意性与市场性	209
实践题	211
第七章 现代服装设计理念与市场流行	214
第一节 当代服装设计现状分析	214
一、国内服装设计现状分析	214
二、国外服装设计现状分析	216
第二节 现代服装设计理念与市场流行	217
一、设计动机——目的	218

二、设计依据——条件	219
三、设计手段——特点	220
四、设计结果——效应	221
第三节 服装设计理念与市场流行	221
一、现代服装设计理念	221
二、现代服装市场流行	226
三、现代服装的系列性与整体性	229
讨论题	232
 第八章 中外服装流行趋势分析	234
第一节 流行的国际化与局部性	234
一、流行的国际化	234
二、流行的局部性	235
第二节 法国女装流行的个性与特征	236
一、服饰文化背景	236
二、时尚的舞台交换	238
三、多元、趣味的新世纪情怀	242
第三节 意大利男装流行的个性与特征	246
一、意大利时装业的发展历程	246
二、意大利男装流行的个性与特征	248
第四节 亚洲服饰流行的个性分析	251
一、亚洲民族服饰的概况	251
二、亚洲服饰流行的背景和特点	255
三、亚洲民族服饰的世界性	257
第五节 中国服装流行性与传统性	258
一、中国服装流行性与传统性	258
二、流行性对中国传统服装的影响	260
三、中国服装的魅力	261
实践题	263
 第九章 中外服装品牌的流行性分析	266
第一节 国外品牌的发展历史及现状分析	266
一、国外品牌的发展历史	266
二、国外品牌的现状分析	268
三、国外著名设计师作品流行性分析	270

第二节 中国服装品牌的发展历史及现状分析	272
一、中国服装品牌的发展历史	272
二、中国服装品牌的现状分析	274
三、中国服装品牌的展望	276
四、国内著名设计师作品流行性分析	280
第三节 中西服装品牌共性化与流行性的分析	282
一、中西服装文化的差异	282
二、中西服装品牌发展的共性化	284
三、中西服装品牌共性化与流行性的表现	286
四、东西方服装的流行性分析	288
讨论题	291
第十章 流行化对中国服装业的影响	294
第一节 中国服装业的现状	294
一、中国服装业的比较优势分析	295
二、中国服装业的竞争优势分析	296
第二节 流行国际化对中国服装业的促进	302
一、流行国际化对中国服装业的整体提升提供了条件	302
二、流行国际化对中国服装业的影响	304
第三节 服装流行国际化的发展	306
一、流行的专制和半专制阶段	306
二、流行的民主化阶段	307
三、个性与流行的关系	311
四、国际化流行对中国服装市场的影响	312
第四节 中国服装如何走向国际市场	313
一、服装企业国际化经营的外部环境分析	314
二、中国服装企业进入世界服装市场的竞争形势分析	314
三、中国服装企业进入国际市场的途径	316
实践题	328
参考文献	329

流行

教学目的：通过本章的学习，使学生掌握和流行相关的概念，了解流行发展的过程和基本规律，以及这些规律形成的条件。通过具体知识的讲解，帮助学生对流形成成一个正确、清晰的认识。

教学方式：课堂讲授

课时安排：2课时

教学要求：1.要求学生做好课前准备，对流行建立一个初步的认识。
2.通过课堂上的讲解要求学生掌握流行的基本规律，并且学会发现生活中影响流行产生的因素。

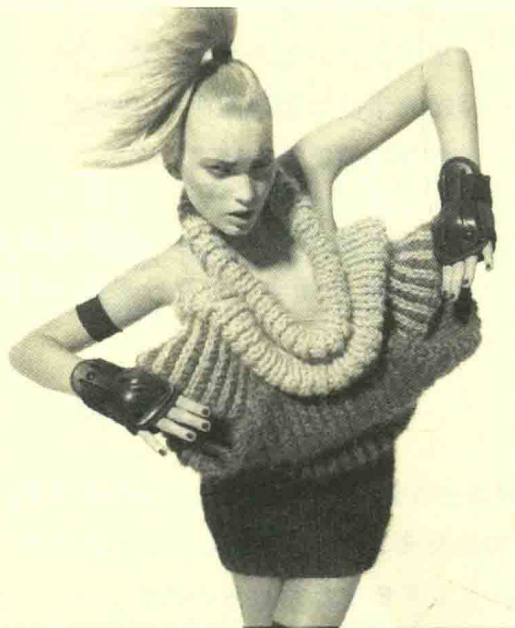
第一章 流行

第一节 服装流行的起源

一、流行的产生

有人说流行似雾里看花、水中望月，亦幻亦真；也有人说流行如行云流水，变化不定、难以捉摸。流行就是这样，犹如魔术师神奇的手，搅得服饰世界五彩斑斓。德国哲学家、古典美学家康德曾说过：“在自己的行为举止中，同比自己重要的人进行比较，这种模仿是人类的天性；仅仅是为了不被别人轻视，而没有任何利益上的考虑，这种模仿的规律就叫作流行。”我们也可以简单地理解为，流行就是一段时间内某一群体的喜爱偏好。具体来说，就是在一定的历史时期，一定数量范围的人受某种意识的驱使，以模仿为媒介而普遍采取某种生活行动、生活方式或观念意识时所形成的社会现象。

中国的古书《礼记·檀弓上》中，就有“夏后氏尚黑”的描述。殷商流行白色，周朝流行红色。春秋时，齐国风行紫色，齐桓公穿上紫袍后，紫色的纺织品价格猛涨了10倍。古人尚且如此，更何况现代人。现代人对于流行的追求已经达到了痴迷狂热的程度，一阵流行风渐渐刮来，使得尘世中的人们不约而同地走入流行的行列。人们从思想、观念、认识到生活方式的改变；从言谈举止到争先恐后的行动；从吃穿住用行到学习、工作、娱乐、休闲……时尚的潮流驾驭着人类前行的历史旅程。



流行不需要理由