



服装高等教育“十二五”部委级规划教材(本科)
服装表演专业指定用书

朱焕良 编著

服装表演策划与编导

(第2版)

DIRECTING AND
ORGANIZING
FOR FASHION SHOW
(SECOND EDITION)

阐述服装表演策划流程
分解服装表演编导细节
实训服装表演组织能力



附赠光盘



中国纺织出版社



服装高等教育“十二五”部委级规划教材
服装表演专业指定用书

服装表演策划与编导

(第2版)

朱焕良 编著



 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书系服装高等教育“十二五”部委级规划教材。

根据服装表演专业教学需要,本书对服装表演策划、服装表演编导、服装表演的主题、表演服装的选择及妆型的确定、表演音乐的选择及饰品与道具的运用、舞台美术设计、表演编排、与服装表演相关的人员、服装表演视觉形象设计、服装表演经费预算等方面进行了详细地阐述。

本书内容全面,在理论上有一定的突破和创新,既可作为高等院校服装表演专业和相关专业的教材,也适合作为服装表演编导及相关人员的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

服装表演策划与编导 / 朱焕良编著. —2版. —北京:中国纺织出版社, 2014.5

服装高等教育“十二五”部委级规划教材
ISBN 978-7-5180-0364-8

I. ①服… II. ①朱… III. ①服装表演—高等学校—教材 IV. ①TS942

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 042315 号

策划编辑: 杨 勇 金 昊 责任编辑: 王 璐 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—87155894 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
2009年4月第1版 2014年5月第2版第1次印刷
开本: 787×1092 1/16 印张: 13
字数: 194千字 定价: 45.00元(附光盘1张)

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

全面推进素质教育，着力培养基础扎实、知识面宽、能力强、素质高的人才，已成为当今教育的主题。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，与时俱进，编写出高质量的教材，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。2011年4月，教育部颁发了教高[2011]5号文件《教育部关于“十二五”普通高等教育本科教材建设的若干意见》（以下简称《意见》），明确指出“十二五”普通高等教育本科教材建设，要以服务人才培养为目标，以提高教材质量为核心，以创新教材建设的体制机制为突破口，以实施教材精品战略、加强教材分类指导、完善教材评价选用制度为着力点，坚持育人为本，充分发挥教材在提高人才培养质量中的基础性作用。

《意见》同时指明了“十二五”普通高等教育本科教材建设的四项基本原则，即要以国家、省（区、市）、高等学校三级教材建设为基础，全面推进，提升教材整体质量，同时重点建设主干基础课程教材、专业核心课程教材，加强实验实践类教材建设，推进数字化教材建设；要实行教材编写主编负责制，出版发行单位出版社负责制，主编和其他编者所在单位及出版社上级主管部门承担监督检查责任，确保教材质量；要鼓励编写及时反映人才培养模式和教学改革最新趋势的教材，注重教材内容在传授知识的同时，传授获取知识和创造知识的方法；要根据各类普通高等学校需要，注重满足多样化人才培养需求，教材特色鲜明、品种丰富。避免相同品种且特色不突出的教材重复建设。

随着《意见》出台，教育部及中国纺织工业联合会陆续确定了几批次国家、部委级教材目录，我社在纺织工程、轻化工程、服务设计与工程等项目均有多部图书入选。为在“十二五”期间切实做好教材出版工作，我社主动进行了教材创新型模式的深入策划，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几个特点：

（1）坚持一个目标——服务人才培养。“十二五”普通高等教育本科教材建设，要坚持育人为本，充分发挥教材在提高人才培养质量中的基础性作用，充分体现我国改革开放30多年来经济、政治、文化、社会、科技等方面取得的成就，适应不同类型高等学校需要和不同教学对象需要，编写推介一大批符合教育规律和人才成长规律的具有科学性、先进性、适用性的优秀教材，进一步完善具有中国特色的普通高等教育本科教材体系。

(2) 围绕一个核心——提高教材质量。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,章后附形式多样的习题等,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。

(3) 突出一个环节——内容实践环节。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。

(4) 实现一个立体——多元化教材建设。鼓励编写、出版适应不同类型高等学校教学需要的不同风格和特色教材;积极推进高等学校与行业合作编写实践教材;鼓励编写、出版不同载体和不同形式的教材,包括纸质教材和数字化教材,授课型教材和辅助型教材;鼓励开发中外文双语教材、汉语与少数民族语言双语教材;探索与国外或境外合作编写或改编优秀教材。

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过程跟踪,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

前言

伴随着市场经济的迅速发展,服装表演行业也越来越规范化。高素质、个性化的行业要求,使得服装模特经纪公司之间的竞争日趋激烈。服装表演已不再是单纯地以展示服装、表现服装款式为目的的程式化表演,现代意义上的服装表演要求服装模特具有扎实的基本功和专业的表演技巧。服装表演作为一门综合性的艺术,既是艺术又是科学,它涵盖了多种元素,在全球一体化的大背景下更显示出其独特的行业魅力。

我国的服装表演最早出现在20世纪30年代,兴盛于20世纪80年代。目前正以惊人的发展速度和可喜的局面展现在世人面前,大量优秀的模特活跃在国际舞台上,他们凭借自己的专业技能和职业素质,以融合东方特色的表演受到观众和设计师的青睐。与此同时,各大院校经过十几年的摸索,在服装表演专业的开设和服装模特的培养方面也已经积累了丰富的经验,并取得了不错的成绩。因此,结合服装表演的专业特点、性质及行业的需求编写了这本教材。

笔者从20世纪80年代开始研究服装表演,并一直从事服装表演教学工作,积累了丰富的教学和实践经验,1993年以来,先后组织编写并出版了《时装表演与模特》、《时装表演教程》、《服装表演基础》、《服装表演编导与组织》等书籍,为编著本书奠定了坚实的基础。

本书是在笔者主编的服装高等教育“十一五”部委级规划教材《服装表演策划与编导》一书的基础上修订而成,书中新增了服装表演视觉形象设计一章。本教材尽可能系统地介绍了服装表演策划与服装表演编导等方面的内容,另外,还配有大量的演出现场图片,对相关内容进行了形象地描述。

参加本书编写的还有东北电力大学霍美霖、王敏洁、付春江、张欣欣、刘晓林、孙晓峰、朱立伟、李金涛,成都纺织高等专科学校李晓岩,太原理工大学侯珊珊。

由于编著者水平有限,加之时间仓促,本书在内容上难免会有不足之处,祈望广大同仁和读者给予批评指正。

本书在编写过程中,得到中国纺织服装教育学会、中国纺织出版社领导和编辑的大力支持及作者所在单位领导和同事的支持与帮助,在此一并表示衷心感谢!

朱焕良

2013年6月于吉林

目录

基础理论	001
第一章 服装表演策划	002
一、策划的概念	002
二、服装表演策划的概念及基本原则	002
(一) 服装表演策划的概念 (二) 服装表演策划的基本原则	
三、明确演出的目的	003
(一) 服装流行趋势发布 (二) 商品展示	
(三) 服装设计大赛 (四) 时装模特大赛	
(五) 文化交流 (六) 专场表演	
(七) 活跃文化生活 (八) 义演	
四、策划的主要内容	005
(一) 演出的时间和地点 (二) 观众	
(三) 主题 (四) 表演场地	
(五) 演出时间长短 (六) 演出风格	
(七) 演出规模 (八) 编导的确定	
(九) 接待与安全 (十) 经费预算	
小结	008
思考题	008
第二章 服装表演编导	010
一、服装表演编导的概念	010
二、服装表演编导的作用	010
三、服装表演编导的工作职责	011
(一) 确定服装表演的主题 (二) 制订演出方案	
(三) 选择表演服装 (四) 挑选模特	
(五) 舞台美术设计 (六) 选编音乐	
(七) 进行表演设计 (八) 组织排练	
(九) 协调各方面的关系	
四、服装表演编导的工作过程	012
(一) 前期编导阶段 (二) 中期编导阶段	
(三) 后期编导阶段	
五、服装表演编导的综合素质和工作能力	014
(一) 服装表演编导的综合素质 (二) 服装表演编导的工作能力	

小结	017
思考题	017
第三章 服装表演的主题	020
一、服装表演主题的概念	020
(一) 什么是服装表演的主题 (二) 服装表演主题的作用	
二、服装表演主题的选择及命名	020
(一) 服装表演主题命名的原则 (二) 服装表演主题的选择	
小结	025
思考题	025
应用理论与训练	027
第四章 表演服装的选择及妆容的确定	028
一、挑选服装的依据	028
二、演出服装的数量	028
三、确定妆容的依据	028
四、不同类型演出表演服装的选择及妆容的确定	029
(一) 发布会类型的服装表演 (二) 促销类型的服装表演	
(三) 竞赛类型的服装表演 (四) 娱乐类型的服装表演	
小结	037
思考题	037
第五章 表演音乐的选择及饰品与道具的运用	040
一、服装表演音乐	040
(一) 音乐与服装 (二) 音乐的制作与合成	
(三) 表演音乐的时尚性	
二、饰品与道具的运用	048
(一) 饰品 (二) 道具	
小结	065
思考题	065
第六章 舞台美术设计	068
一、舞台美术设计概述	068
二、服装表演场地的选择	068
(一) 室内 (二) 室外	
三、舞台装置	084
(一) 舞台 (二) 舞台背景	
(三) 舞台灯光 (四) 后台	
四、场地规划及平面图的绘制	112
(一) 场地规划 (二) 场地平面图的绘制	

小结	117
思考题	118
第七章 表演编排	120
一、选择模特	120
(一) 模特的挑选者	
(二) 挑选方法	
(三) 人数的确定	
(四) 对模特的要求	
二、分配服装	122
三、试穿服装	123
四、服装管理	124
五、表演编排与排练	125
(一) 整体表演风格的设计	
(二) 表演程序的确定	
(三) 填写表演程序表	
(四) 走台路线的设计	
(五) 表演动作的设计	
小结	148
思考题	148
第八章 与服装表演相关的人员	150
一、服装表演编导	150
二、服装设计师	150
三、舞台监督	150
四、音响师	151
五、灯光师	151
六、视频播放师	152
七、模特管理	152
八、化妆师与发型师	152
九、主持人与解说员	153
(一) 主持人	
(二) 解说员	
十、催场员	154
十一、换衣工	154
十二、其他人员	155
(一) 礼仪人员	
(二) 摄影师、摄像师	
(三) 宣传人员	
小结	156
思考题	156
第九章 服装表演视觉形象设计	158
一、表演场地外围的视觉形象设计	158
(一) 海报	
(二) 刀旗	
(三) 横幅	
(四) 路标	

二、表演场地内的视觉形象设计	160
(一) 签到区	
(二) 观众席	
(三) 演出前的舞台区	
三、其他宣传性的形象设计	161
(一) 请柬	
(二) 入场券	
(三) 工作证	
(四) 宣传册 (光盘)	
(五) 礼品	
小结	164
思考题	164
 第十章 服装表演经费	166
一、演出经费预算	166
二、演出经费预算的原则	166
(一) 细致稳妥	
(二) 实事求是	
三、可能发生的演出费用	167
(一) 场地租赁费	
(二) 音乐、灯光制作费	
(三) 模特出场费和编导费	
(四) 工作人员费	
(五) 交通费	
(六) 道具租赁费、饰品购买费	
(七) 餐饮费	
(八) 宣传费	
四、演出经费的筹备	168
(一) 申请经费	
(二) 引进资金	
五、演出经费的实施	169
六、推销演出	169
(一) 新闻发布	
(二) 广告宣传	
小结	170
思考题	170
 参考文献	171
附录一 中国职业时装模特选拔大赛章程	172
附录二 中国模特之星大赛章程	174
附录三 汉英词汇对照表 (服装表演专业)	176
附录四 国际时装周模特表演赏析	180



服装表演策划

课题名称：服装表演策划

课题内容：策划的概念

服装表演策划的概念及基本原则

明确演出的目的

策划的主要内容

课题时间：4 课时

教学目的：使学生对服装表演策划的过程有一个概念性的了解。

教学方式：讲授。

教学要求：1. 了解服装表演策划工作的基本概念、意义和作用。

2. 掌握服装表演策划的基本原则。

3. 了解服装表演策划的具体内容。

第一章 服装表演策划

一、策划的概念

“策划”一词虽然在社会上被广泛使用，但目前对这一词语的解释却并不统一。在古代，策划有谋划、筹划、计划、计策、对策、打算等意思，“划”亦作“画”。在现代，策划的含义则是通过对概念和理念的创新，运用科学的方法整合各种资源（包括现有资源和潜在资源），为实现特定目标而制订出具体的实施方案的一种创造性思维活动。

策划在本质上是人运用头脑进行的一种理性行为，是针对未来要发生的事情做出相应的筹谋。实际上，策划是一项综合性的系统工程，有其出发点、基础、核心。将要完成的目标就是策划的出发点，各种信息资源则是策划的基础和前提，而创意则是策划的核心。

无论做什么工作，事先都要进行必要的策划。策划者首先要明确该项工作的宗旨和重点要求，然后在策划的过程中收集大量的信息。在这个过程中，所有可能影响到这项工作进程的因素和细节都要考虑进去，同时要用全新的理念思考即将要做的工作。只有在目标明确、信息丰富、理念更新的前提下，工作才能顺利进行，才能达到预期的效果。

二、服装表演策划的概念及基本原则

（一）服装表演策划的概念

服装表演策划是针对一场具体的服装表演所进行的整体运筹和规划，是在将要进行一场服装表演之前的预先考虑和设想。通俗地讲，服装表演策划就是对一场服装表演做充足而全面的准备工作，并把所有准备的工作内容用文案的形式表达明确，交由具体执行人员来落实。

服装表演策划包括很多具体工作。其中有：确定演出日期、明确演出类型、选择表演场地、确定演出风格、演出规模以及确定观众、编导、主题、经费预算等。

服装表演策划人员在策划过程中，要有明确的目标，掌握创新的原则，收集大量的相关信息，并注意与相关人员不断沟通，以确保策划的准确性与科学性。只有进行了认真而细致的准备工作，才能尽可能地避免在演出的过程中出现这样或那样的问题。换一句话说，演出前的策划工作做得越细致、越周全，演出取得圆满成功的可能性就越大；反之，如果事先准备工作做得不到位，就很可能在演出过程中出现一些问题。所以，策划在一场演出中的作用是至关重要的。

（二）服装表演策划的基本原则

1. 创新性原则

服装表演是相关人员对所展示的服装作品在理解的基础上进行二次创作的过程。服装表演属于时尚活动，在服装表演的同时还可传播时尚信息，所以，创新性原则应贯穿于服装表演策划的始终。

2. 目标性原则

目标性是指策划者进行服装表演策划时，首先要明确此次服装表演的目的是什么，是为了扩大企业影响、提高知名度、宣传服装品牌，还是进行商业促销或是学术交流等。只有目的明确，才能使目标定位准确。所以，目标性原则也是服装表演策划应该遵循的一个基本原则。

3. 可操作性原则

服装表演既是一门综合性艺术，又是一项时尚性、实践性很强的活动，所以，每场服装表演都要做到新颖独特、充满新意，但也不能异想天开，更不能脱离实际，而是要切实可行。也就是说，策划方案要具有可操作性。

4. 整合性原则

整合就是将相关联和不相关联的事物联系起来，从而创造出全新的效果。一场服装表演涉及的内容很多，如服装、灯光、音乐制作、舞美设计、场地管理等。参与到服装表演过程中的不仅是编导和模特，而且涉及很多相关的人员和部门。那么，怎样整合这些相关人员和部门？怎样对他们进行最佳搭配，使他们在工作中能够更协调一致，从而使表演达到最理想的效果？这是策划工作中重点要解决的问题。由此可见，整合是策划的重要原则之一。

三、明确演出的目的

服装表演是指服装模特在特定场地（如T型台）通过走台等动作在观众面前进行的、以服装服饰品为主要内容的、具有美感的服装展示活动。这一活动根据不同的演出目的分为多种类型。

在进行服装表演策划之前，策划者首先要明确本场演出的目的——品牌发布、或是服装比赛、或是娱乐性演出等。这就要求策划者根据不同的目的确定演出的类型，并对演出提出一些特别的要求。

（一）服装流行趋势发布

服装流行趋势发布是指在每个流行期，集合由服装流行研究部门或服装企业、公司、工作室的服装设计师的最新作品，以服装表演的形式公布于众。发布会每年举办两次，一次是春夏时装发布，另一次是秋冬时装发布。配合此类发布会的表演，其服饰形象和表

演方式往往具有超前性及预测性。巴黎、伦敦、米兰、纽约、东京等城市举办的时装发布在世界上拥有很高知名度，其中巴黎的时装发布对世界时装的流行趋势有重要的指导意义。我国从20世纪80年代起，由中国服装研究设计中心和中国服装杂志社向国内外发起，每年举办两次服装流行趋势发布会。目前，由中国服装设计师协会举办的中国国际时装周，以国内为主的时装设计师们每年两次进行其个人品牌或公司品牌的最新流行趋势发布。

发布会为新流行的到来制造舆论。成衣制造商也可以从中选择认为能引导流行的款式，或从中得到某些启发进行再设计，然后制成产品，以便作为新的流行款式投放市场，形成新趋势。

（二）商品展示

同一件服装，挂在衣服架上或穿在人台上，其效果与穿着在服装模特身上绝不相同。衣服架上挂着的服装是平面的、扁平的，人台上的服装虽是立体效果，却是静态的，它们都不能完全展示出服装的美妙之处。而穿在服装模特身上的服装是立体的、丰满的和动态的。通过服装模特多方位、多角度的展示，观众的视线从模特转向服装，服装之美就会得以充分展现。所以，一些部门就利用服装表演的形式进行商品展示与促销。

商品展示主要有两种情况：成衣工厂向市场进行新产品发布及宣传，以达到产品促销的目的；商场向顾客展示正在经销的或即将上市的服装，并不定期地利用服装表演的效果吸引更多的顾客购买商品。

（三）服装设计大赛

一个国家或一个地区，为了促进其服装行业的发展，发现设计人才，开发新款式，或评出国家、地区、行业的名优产品，往往定期或不定期地举行服装设计比赛。服装赛事一般是由服装效果图展示和服装现场展示两部分组成。

（四）时装模特大赛

时装模特大赛可分世界级、国家级、地区级等不同级别，主要是通过服装表演来评比出模特界的名模或新人。根据比赛的不同层次，内容也有不同。一般情况下，时装模特大赛的内容主要包括体态条件、感知力和表现力三个方面。比赛程序分为预赛阶段、决赛阶段和总决赛阶段。

（五）文化交流

各国之间，各地区之间，通过服装表演达到交流服装文化、相互促进设计水平的目的。例如，某地举办服装节，各国、各地区的服装表演队带着当地流行的服装或某一设计大师的作品前往，以达到交流的目的。

（六）专场表演

1. 设计师专场

所谓设计师专场是指专门就一名或多名设计师的作品进行展示的演出。这种演出主要是通过展演设计师的作品，让观众看到设计师的才华和能力，从而达到推名师、树品牌的目的。设计师的作品往往具有一定的创意性和前卫性，所以主题一般由设计师自行确定。在演出的过程中常常利用变幻莫测的声与光创造出独特的表演气氛，达到出人意料的效果，使观众印象深刻。

2. 毕业生专场

大、中专院校中的服装设计专业、服装表演专业的学生，在毕业前都要举行毕业作品静态展示或动态展示，我们把它称为毕业生专场。这种演出的主体为学生，他们的作品构思大胆、超前、不受拘束。演出的目的是向社会展示才华，推荐自己。

（七）活跃文化生活

服装表演是一门艺术，它已被广大人民群众所接受，并且越来越受到人们的喜爱。自1980年第一支服装表演队（上海服装公司服装表演队）成立以来，全国各地陆续出现了专业或业余服装表演团体（模特经纪公司）。这些团体利用服装表演这一形式丰富了人们的文化生活；电视台也经常在一定时间内播放服装表演方面的节目；有的大型文艺晚会，也要安排一段服装表演或与其他节目串在一起；一些单位、学校在举办文艺活动时，也常把服装表演作为一项内容；大酒店、夜总会等高级娱乐场所也可见到服装模特的身影。

（八）义演

义演是指当某一地区遭受自然灾害时，为了支援受灾地区而举行的服装表演（大型文艺演出中的服装表演），或者是为了支持某一公益活动而进行的演出等，演出的收入及赞助款都会全部捐献给灾区或用于公益活动。

四、策划的主要内容

（一）演出的时间和地点

1. 演出的时间

策划一场演出首先要确定演出的具体时间，以便相关部门按时间做好安排。因演出的目的不同，确定其演出时间的思路也各异。有的是不可选择的，它受相关条件的约束，如节假日、大型活动的演出等；有的演出则要选择最佳时段，如促销类的演出等。

2. 演出的地点

时间确定后策划者就要根据演出类型和演出规模、经济实力来确定演出地点。在选择

演出地点时,首先要考虑演出的地域,是在市内还是在外,大方向确定之后,才能考虑演出的具体地点。若演出安排在市内举行,那么像商场、大饭店、展览馆、会展中心等都可以作为演出的地点;若演出安排在市外进行,那么度假村、名胜古迹等也可以作为演出的地点。

(二) 观众

策划一场演出时,策划者要明确演出的对象,即观众是谁。要考虑观众是时尚的还是保守的,是职业的还是非职业的。表演的服装要符合观众的胃口,以便向他们介绍流行趋势。一般情况下,观众可分为两种类型:一种是确定的,另一种是随机的。演出前组织好的观众属于确定的观众;非组织的观众属于随机的,如观看商业促销性服装表演的观众。

在策划时,还应考虑特殊观众,如上级领导、嘉宾、商业客户、新闻记者等。

1. 观众规模

根据演出场地的大小和坐席情况及演出目的来确定观众的规模。确定规模大小时,还要考虑具体的可行性,最重要的是确定观众是否都能组织到位。

2. 观众年龄

观众的年龄不同,时尚感自然也不相同。青年观众比较喜欢动感的、欢快的表演。如果面对的都是青年观众,就可以采用一些时尚类的表演动作,音乐的节奏可以快一些,伴奏的声音也可以大一些;而年龄较大、比较成熟的观众对具体的服装更感兴趣,他们需要非常清楚的、细节的评述和展示,所以为年龄大的观众进行展示时,音乐要舒缓、柔和一些。如果观众的构成比较复杂,表演就应该照顾大多数人,既不要过分嘈杂以影响成熟观众的欣赏,也不要因节奏太慢而让年轻人感到厌倦。

3. 观众的收入

一般情况下,服装表演是无需考虑观众收入情况的,但如果是商品促销性的展示,考虑观众的收入就显得尤为重要了,因为展示的目的就是要把服装推销出去。展示前,先了解顾客大体的消费水平,展示的服装要与观众的消费水平大体相当。如果商品看上去高档或太贵,可能会把顾客吓跑;而一些价位较低的商品,在观众眼中可能又会被理解为没有档次。所以,在选择展示服装时,必须要考虑来店消费的主要顾客群体的收入情况。

4. 观众的职业

观众的职业不同,对服装的理解也会各不相同。所以,观众的职业也是必须要考虑的一个因素。例如,时装发布会的观众应以专业人士、服装大专院校的师生和新闻媒体为主。

(三) 主题

服装表演的主题是服装表演的核心。因此,确定表演主题是表演最首要的任务,一旦主题确定,一场服装表演的灵魂也就有了,其他的工作都是以此为中心展开的。主题确定

就意味着音乐、表演、设计乃至整台表演的风格都已定格。在明确了服装表演的目的之后，确定主题有利于加大演出的宣传力度，同时也为设计师设计表演用服装明确了任务或为选择服装确定了方向。主题可分总主题和分场主题及系列主题。一场表演的主题如果选择得当，就能对观众产生强烈的吸引力。

（四）表演场地

表演地点的确定只是选择了演出的大环境。很多的演出地点都有几个场地可供选择，策划者应根据演出的需要、演出的规模和主办方的经济条件来确定具体的表演场地。例如，大型饭店内的会议大厅、餐厅、多功能厅等都可以作为演出场地。

（五）演出时间长短

服装表演不同于戏剧、舞蹈、音乐会，它的表演形式较为单一，场景变化也不大，这种情况下，演出时间的长短将关系到其综合效果。为保证表演的成功，时间一定要掌握得恰到好处。一般中、小型服装表演的时间应控制在 20 ~ 40min 为宜，即使是大型服装表演也以不超过 60min 为好。大型观赏性（含音乐或演唱）的服装表演因其观赏性较强，最长的演出时间可长至 90min。演出时间过长的话，观众的视觉和听觉都会疲劳，那么演出将事倍功半，达不到预期的效果。

（六）演出风格

策划者应根据演出目的、表演的场地条件、观众规模、模特条件来确定演出风格。演出风格主要考虑整体的表演风格和不同服装的表演风格。

（七）演出规模

演出规模的大小取决于主办方的经济实力、观众规模、表演场地、服装数量、模特数量、演出风格、道具使用等。

（八）编导的确定

服装表演的编导就是服装表演的编排者、设计者和组织者。一台服装表演中，服装表演的编导作为服装表演艺术的重要构成因素之一，起着至关重要的作用。要根据演出的性质、规模、档次来确定编导的人选，并根据实际情况来确定编导的职责。

（九）接待与安全

对于一场正式的服装表演而言，演出所涉及的相关接待工作和安全保障工作也是不容忽视的，在策划时，策划者对这两项工作也应一并予以考虑。相关接待工作主要包括对邀请的领导、嘉宾、VIP 客户的坐席安排，礼品发放以及就餐安排等。安全保障工作包括考