

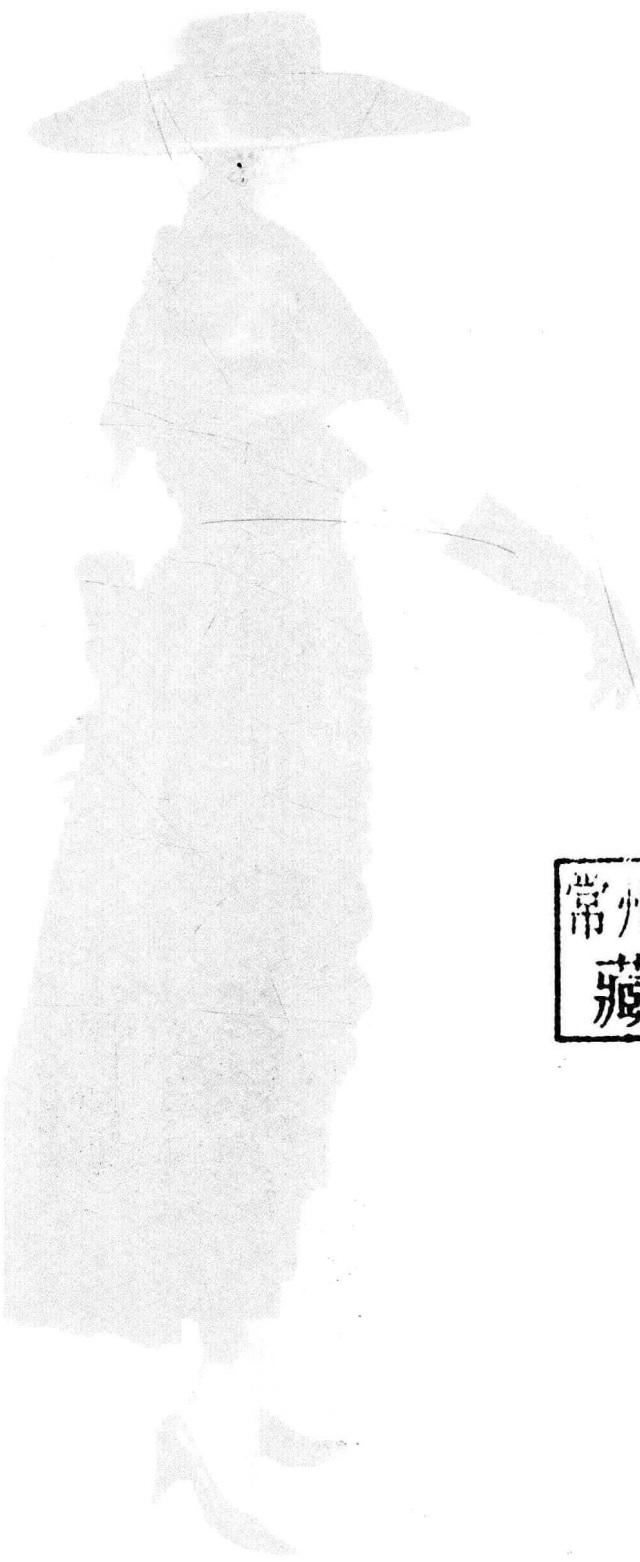


服装 导论

乔洪 编著

CLOTHING
INTRODUCTION

 中国纺织出版社



服装 导论

CLOTHING
INTRODUCTION

乔 洪 编著

常州大学图书馆
藏书章

 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书是全面阐述服装业各领域相关内容的专业书籍。全书共八章,以服装文化为主线,由服装历史、服装设计、服装生产管理、服装市场营销和服装展示陈列等内容组成。通过较为系统的介绍,展示服装领域的主体内容。是为服装从业人员尽快了解和熟悉服装业内各领域的基本研究内容和方法的导向性阅读书籍。旨在为从事服装行业的工作人员比较全面了解服装相关领域而提供一种综合性读物。

本书图文并茂,通俗易懂,可供服装行业工作人员、有志从事服装设计、生产管理、市场营销、展示陈列人员以及相关专业师生阅读。

图书在版编目(CIP)数据

服装导论/乔洪编著.—北京:中国纺织出版社,2012.9
ISBN 978-7-5064-8868-6

I.①服… II.①乔… III.①服装—理论 IV.①TS941

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第165700号

策划编辑:李春奕 裘 康 责任编辑:宗 静 责任校对:梁 颖
责任设计:何 建 责任印制:陈 涛

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

北京通天印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2012年9月第1版第1次印刷

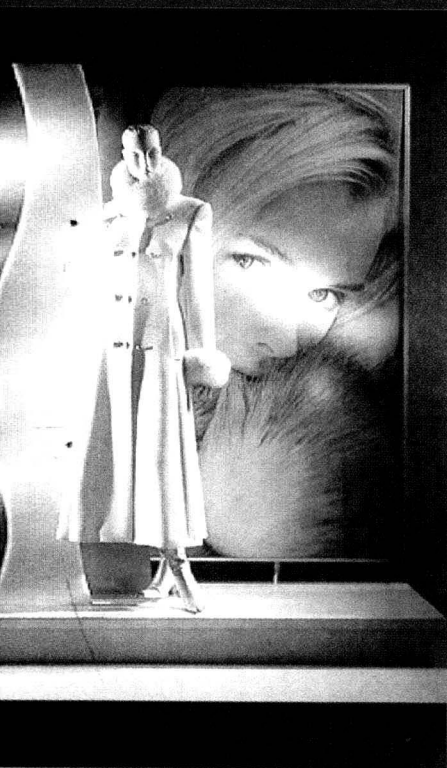
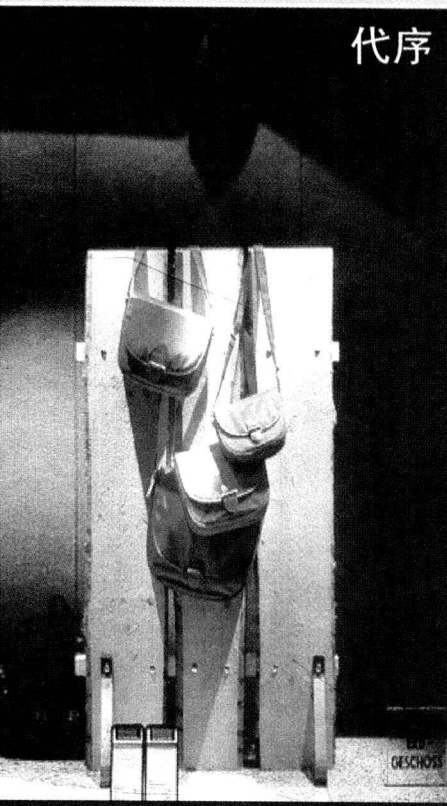
开本:710×1000 1/16 印张:16.125

字数:262千字 定价:29.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



代序



在人类文明史上，大概没有一种生活物质能像服装这样与人的关系如此密切，它既是日常生活中人们必不可少的物品，又是深深植根于特定社会文化模式中的一种表现形式。所谓“衣食住行”被称为是人类物质生活的四大要素，而“衣”为首，反映了人类在漫长的文明进程中，赋予了服饰以丰富和深刻的文化意义，使之成为服饰重要的构成因素。因此，对服饰的研究对象和范畴在于研究人类的文化现象，即研究人类的生存状态和生活方式，这一方面反映了人们的物质生活水平的不断提高，另一方面也反映了人类宗教、民族、审美、风俗、习惯、观念、生活心理等一系列文化生活的演进。

基于此，对于服装系统理论的研究，取决于它所涉甚广的边学科性质，这决定了它的研究方法也必须是综合性的、多学科的方法。比如，运用历史学的方法，探索人类服饰发展的历史过程；运用材料学的方法，揭示服饰面料的特性与质地；运用社会心理学的方法，阐释人类服饰的心理和行为动机；运用文化学的方法，诠释服饰文化演变的内涵和文化特征；等等。本书围绕服饰的基本概念、服饰的历史、服装的设计与工艺裁剪、服装的产业与教育、现代市场与营

销，从流行趋势的把握到衣着行为的研究等方面，做了较为详细的描述和解析。

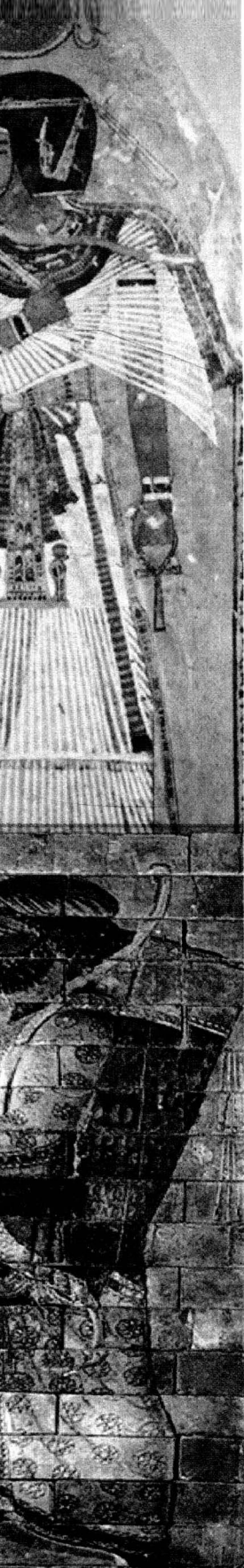
由此可见，“量体裁衣”的学问，做起来并不容易，必须有工科和艺术的知识作为基础。从内容上看，乔洪着眼于探讨服装设计教育的理论与知识体系，并加以系统的阐释，尤其是强调文、史、艺、工结合，以满足服装从业者对服装学体系全面性、综合性知识的需求，代表了多年来工作和教学的经验与心得，可以说是针对服装设计的教育体系能否提出新的角度和产生出新的问题来做些思考和完善，或许这是本书出版的意义和价值所在。

在此聊赞数语，以为序。



2012年5月

于重庆四川美术学院



前言

服装专业是一门新兴学科，而服装作为日常生活的一部分，它又是“古老”的；服装设计是艺术造物活动，而在产生服装的起初也许不那么单纯；服装是商品，而在不同的场合它又承载着更多的精神内容。服饰设计是状态设计，是空间设计。也许从不同的角度我们还可以给服装下更多的不同定义。在服装专业开办之初，它仅仅被看成一种手艺。它与人们的关系之密切导致了对其系统性、理论性的忽视。服装随着人类文明的进程而产生和发展，它的历史是久远的，内涵是丰富的。

服装是一门多学科交叉的边缘性的新兴学科，其研究的范围非常复杂而且广泛，加之服装学体系尚不完善，这对学习服装设计的人来讲具有较大的难度。要想较全面地认识和理解服装学的体系比较困难。服装导论是与人类文化发展史对应的服饰文化史。所以，本书坚持以服饰文化为前提，注重揭示服饰文化在不同历史环境中的处境及其应对关系。同时，注重艺术与工程相结合、文学与史学相结合，尤其以重视处理古与今、传统与现代的关系为特点，加强了近现代服饰史内容的比重，形成了对服饰的完整认识。《服装导论》结合了服装文化研究方法并形成生动灵活、充满趣味的内容，既符合史实，又揭示本质和规律，帮助从业者形成对服装学知识框架的认识，同时还从整体上引入艺术比较研究，从而帮助其在具体的设计中拓展思维。《服装导论》是在传统的基础上，进行了较大程度的整合，以服饰文化为主线，将服饰美学、中国工艺美术史、西方美术史、近代服

装史、服装学概论、服装生产系统、服装市场营销等内容进行合理整合，降低理论的难度和深度，以满足服装从业者对服装学体系全面性、综合性知识的需求。

《服装导论》涵盖了服装产业与服装教育、服饰变迁与服饰文化、服装生产与服装市场等诸多方面的内容。当然，我们不企图成就一个新的学科体系和一座高楼，只愿意对服装学内容进行些许补益和向导以及做一些添砖的基础工作。

喬洪

2012年5月

于四川师范大学服装学院





目录 Contents

第一章 绪论·····	001
第一节 服装的基本概念·····	001
一、服装的基本概念·····	001
二、服装的三大环节·····	005
第二节 服装的出现·····	010
一、生理需求论（保护说）·····	011
二、心理需求论·····	012
三、性别需求论·····	013
第三节 服装的基本性质·····	015
一、服装的实用性·····	015
二、服装的物质性和精神性·····	016
三、服装的标志性与象征性·····	016
四、服装的文化性·····	017
第二章 服装产业与服装教育·····	018
第一节 我国服装教育概况·····	018
一、我国服装行业与服装专业历史回顾·····	018
二、服装专业的兴办·····	018
三、我国服装教育的类型·····	020
第二节 我国服装产业的发展概况·····	021
一、我国服装产业发展的现状·····	021
二、服装产业的发展方向·····	023
三、服装产业发展趋势·····	026
第三节 我国服装人才的需求·····	027
一、我国服装人才的需求现状·····	028
二、服装类人才的素质需求·····	029
第三章 服饰的变迁与服饰文化·····	034
第一节 中国服饰发展与变迁·····	034
一、上古时期的服饰·····	034
二、夏商周三代的服饰·····	036
三、秦汉时期服饰·····	037
四、魏晋南北朝时期服饰·····	039
五、隋唐时期的服饰·····	041
六、宋、辽金元时期服饰·····	044
七、明代主要服饰·····	046
八、清代主要服饰·····	048
第二节 古代西方服饰的发展·····	052

一、西方古代社会服饰·····	053
二、中世纪服饰·····	062
三、文艺复兴时期服饰·····	067
四、巴洛克时期服饰·····	071
五、洛可可时期服饰·····	073
第三节 中外服装的比较·····	076
一、文化比较·····	077
二、服装比较·····	077
第四章 服装流行与近现代服装的发展·····	081
第一节 关于流行·····	081
一、流行的概念·····	081
二、流行的发生·····	081
三、服装流行的传播过程·····	084
第二节 近现代服装的发展·····	085
一、1901~1910年,现代服装的发端·····	085
二、1911~1920年,第一次世界大战前后·····	086
三、1921~1930年,咆哮的十年·····	088
四、1931~1940年,时装史上重要的十年·····	092
五、1941~1950年,大战风云·····	097
六、1951~1960年,丰裕的年代·····	100
七、1961~1970年,动荡的60年代·····	104
八、1971~1980年,反时装运动·····	108
九、1981~1990年,为成功而穿·····	114
十、1991~2000年,时装的未来·····	115
第五章 服装设计与服装评论·····	118
第一节 设计与服装设计·····	118
一、设计·····	118
二、服装设计·····	120
第二节 服装设计的文化内涵·····	125
一、服装设计与社会文化·····	125
二、服装设计的审美特征·····	129
第三节 服装造型设计·····	135
一、服装造型设计的基本概念·····	135
二、服装造型设计的目的及条件·····	135
三、服装造型的构成要素·····	137
四、各造型要素在服装中的应用·····	137

第四节 造型的形式美法则	144
一、变化与统一	144
二、对称与均衡	146
三、对比与调和	148
四、比例尺度与黄金分割	148
五、节奏与律动	150
六、韵律与重复	151
第五节 四大廓型的特点及形成	152
一、A型服装的特点及形成	152
二、T(V、Y)型服装的特点及形成	152
三、H型服装的特点及形式	152
四、X型服装的特点及形式	153
第六节 服装评论	153
一、服装欣赏的能动性	153
二、接受美学的启示	153
三、服装审美体验	153
四、服装审美判断	154
五、服装评论的特征	154
六、服装评论家的素养	154
七、服装评论写作	155
第六章 服装生产与管理	156
第一节 服装生产管理概述	156
一、服装生产概述	156
二、服装生产管理	158
第二节 服装生产的物料管理	162
一、物料管理	162
二、物料的采购	164
三、物料的仓储管理	166
四、呆废料的处理	167
五、存货控制	168
第三节 服装生产过程管理	171
一、服装生产的组织	171
二、服装裁剪工程技术管理	172
三、服装缝制工序管理	176
四、整烫管理	179
第四节 服装的品质控制与检查	181
一、服装的品质控制	182

二、服装的品质检查	184
第七章 服装市场与营销	188
第一节 营销模式与服装市场	188
一、服装营销的基本概念与模式	188
二、服饰营销中的问题	189
第二节 服装零售业	189
一、零售的含义	189
二、零售的特点	190
三、服装营销模式	190
第三节 商业环境分析	194
一、商业环境	194
二、商业环境的划分	195
三、商业环境分析的元素	196
四、服饰市场和商业环境	197
第四节 服装营销策略	204
一、营销调查与市场分析	204
二、服饰营销规划	209
三、服饰促销方法	213
第八章 服饰搭配与服装展示	219
第一节 服饰品配套	219
一、服饰搭配的原则	219
二、服饰色彩配套的原理	220
三、服装造型与饰品的搭配关系	222
四、服饰配套方法	222
第二节 服装动态展示	226
一、服装模特的种类与应具备的能力	227
二、服装表演的种类和表演特性	229
三、服装表演的形式	231
第三节 服装静态展示与陈列设计	233
一、店面设计	234
二、服装商品的陈列	236
三、服装销售环境设计	244
参考文献	245
后记	246

第一章 绪论

第一节 服装的基本概念

一、服装的基本概念

(一) 服装

服装作为日常生活的必需品，我们并不陌生，但真正的给服装下一个定义，并不是个简单的事情。“服装”一词，《辞海》中解：“服，泛指供人服用的东西。”指缠绕身体主要部位的东西，将上衣、下衣、外衣统称为衣，也称衣服。

《辞海》中解：“装，为服装。”做名词，如上装、下装、便装、军装；做动词，如装扮、乔装、伪装、装饰等。古文献中，“服”字不仅指衣服和穿衣，还引申到其他社会行为、习惯、场合等。在楚辞《九峪至桔颂》中：“后皇嘉树，桔来服兮。”服，习也，讲的是风习和适应，即变化习性和内在适应。可见要真正理解“服装”一词的定义，必须对与“服装”相关的一些概念做一些了解。

1. 衣裳

中国古代流传下来的一种说法，《说文》称：“衣，依也，上曰衣，下曰裳”，指上体和下体衣服的总和。

2. 衣服

《中华大字典》称：“衣，依也，人所依以庇寒暑也。服，谓冠并衣裳也。”可见衣服与衣裳的意思大致相同，在古代还包括头上的帽子。

3. 服饰

有两方面的含义，一种为衣服上的装饰，如服饰品、服饰图案等；另一种为包括衣服在内的鞋、帽、包、袜子、手套、围巾、首饰等装饰人体的一切物品，强调一种穿着效果。对人体暂时改变和永久改变的均为服饰的概念（图1-1、图1-2）。



图1-1 非洲土著妆容



图1-2 模特头上的面具也可以理解成某种形式的“服装”

(二) 成衣

成衣是近代在服装工业中出现的一个专业概念，英文为Garments。主要相对于量身定做的手工缝制而言，它是指服装企业按标准号型批量生产的成品服装。一般在裁缝店里定做的服装和专用于表演的服装等不属于成衣范畴。日常生活中，消费者购买的或在商场、成衣商店内出售的服装都是成衣。成衣作为工业产品，符合批量生产的经济原则，生产机械化，产品规模系列化，质量标准化，包装统一化，并附有品牌、面料成分、号型、洗涤保养说明等标志（图1-3、图1-4）。

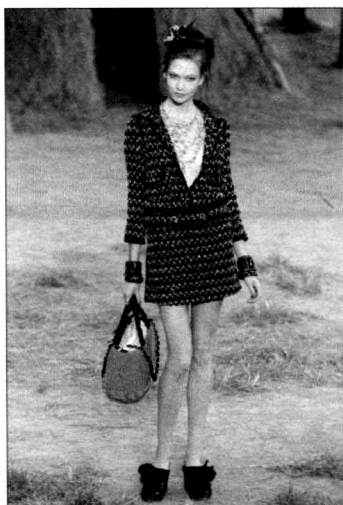


图1-3 女装成衣

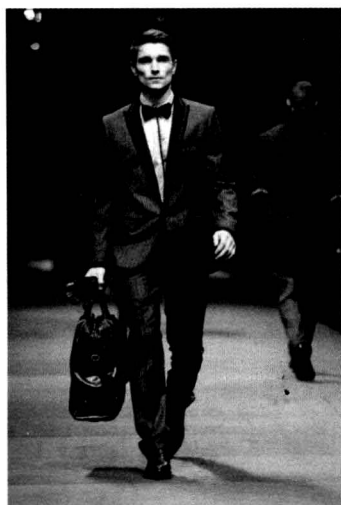


图1-4 男装成衣

（三）时装

时装的英文为Fashion，指那些款式新颖而富有时代感，在一定时间、地域内为一大部分人所接受的新颖入时的流行服装。时装一般都采用新的面料、辅料和工艺，对织物的结构、质地、色彩、花型等要求也较高，讲究装饰、配套。在款式、造型、色彩、纹样、缀饰等方面不断变化创新、标新立异。时装具有强烈的时间性和明显的地域性，每隔一定时期流行一种款式，因此，时装是具有周期性的，人们说“时装无常性”，但也最能体现设计者与穿着者的文化艺术修养与穿着水平。

（四）高级时装

高级时装是法国优秀的传统服饰文化，诞生于19世纪中叶，高级时装也称高级定制装，源于欧洲古代及近代宫廷贵妇的礼服。法国人习惯称为高级女装（Haute Couture），而美国人则习惯称为高级时装（High Fashion）。高级时装表示高水平的时装设计、服装面料、服装结构和缝制工艺等。由于高级时装用料考究、价格昂贵、实用价值有限，其曲高和寡的特点决定了最终顾客人数很少。高级女装的名称受法律保护而不能任意采用，法国的高级服装设计师协会创立于1868年，保护设计师的作品不被剽窃。

查尔斯·弗雷德里克·沃斯（Charles Frederick Worth）被誉为“高级定制时装之父”（Father of Haute Couture），他开创了巴黎的高级时装业，是世界服装中无可争辩的巨人（图1-5）。

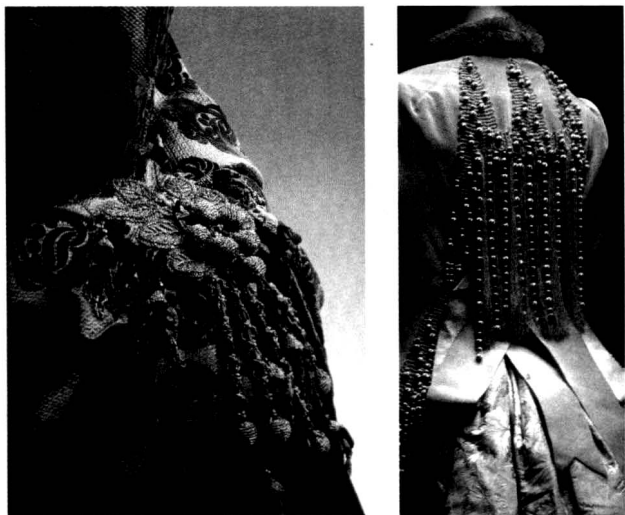


图1-5 查尔斯·弗雷德里克·沃斯的高级时装作品

如今,高级女装有两种不同的风貌:一种主要用于社交活动和正规场合服用,一般选料精良,做工考究,绝大部分为手工制作,格调品位高贵、优雅,价格十分昂贵,主要消费对象是上层社会人士、明星等。另一种属于艺术表演化时装,用变形和夸张的手法表现设计构思、流行趋势,追求设计作品的艺术性和表演性,充分体现设计师的才华、创造力和艺术修养。

(五) 高级成衣

高级成衣是指在一定程度上保留或继承了高级时装的某些技术,以中产阶级为对象的小批量多品种的高档服装,是介于高级时装和以一般大众为对象的大批量生产的廉价成衣(Garment)之间的一种服装。高级成衣的概念最初产生于第二次世界大战后,本是高级时装的副业,到20世纪60年代,由于人们生活方式的转变,高级成衣业蓬勃发展起来,大有取代高级时装之势。

高级成衣与一般成衣的区别,不仅在于其批量大小、质量高低,关键还在于其设计的个性和品位。国际上的高级成衣大体都是一些设计师品牌。巴黎、纽约、米兰、伦敦四大时装周,是各大品牌进行高级成衣的发布和进行交易的重要活动场所(图1-6、图1-7)。

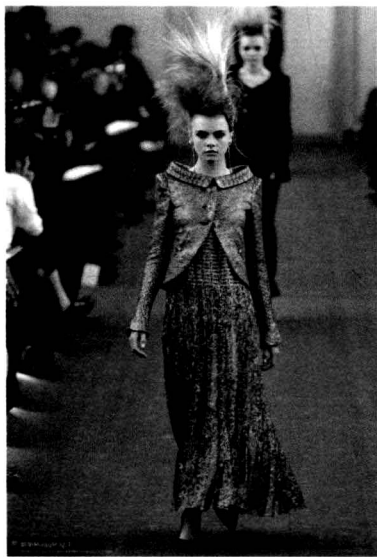


图1-6 夏奈尔2012春夏高级成衣



图1-7 范思哲2012春夏高级成衣

二、服装的三大环节

影响服装构成的要素是很多的,要研究和解决服装的有关问题,首先要了解构成服装的要素,特别是构成服装的最基本要素,并且理清它们之间的关系。影响服装面貌的原因很多,人、历史、宗教、道德、法律、地理、气候、经济等物质和精神的東西都可能成为引起服装变化的原因。从广义上说,这些也可以成为服装范畴的一部分。法国著名的设计大师克里斯汀·迪奥说:“凡是我所知道的,我所看到的,听到的一切,我的存在的一切,都归结到衣裳上去。”正像克里斯汀·迪奥说的那样,构成服装的要素无时不在、无处不在,作为物质性的服装在完成时需要注意设计、材料选择和制作三大环节,这也是服装的核心环节(图1-8)。

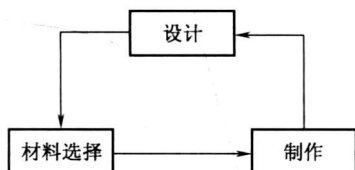


图1-8 服装的构成环节

(一) 设计

设计是服装产生的第一步骤,是对服装材料的选择和服装制作手段的限定。离开了设计,服装则处于无形无色的朦胧状态。服装设计包括两部分内容:服装造型设计和服装色彩设计。服装造型设计构成服装的廓型和细节样式,为选择服装材料的质地和服装制作的工艺提供最有效的依据。服装色彩设计体现服装的色彩面貌,为服装材料表面肌理和图案的色彩效果确定设计意向。造型与色彩唇齿相依,在服装设计中,造型占首要位置,没有造型的色彩是无法存在的,所谓“皮之不存,毛将焉附”。当某一色彩非常鲜明、响亮饱和时,其色彩形象却能首先入观者的眼中,使观者先见其色、后观其形;当某一色彩灰暗柔弱、暧昧朦胧时,再要先见其色、再见其形就勉为其难了,观者的注意力首先会放在能引起其视觉兴趣的造型上。在设计的过程中既可以先进行造型设计再配合适宜的色彩,也可以先提出色彩方案再配合适宜的造型。对两种程序的选择可由设计时的工作习惯和客观条件决定。需要注意的是,造型和色彩的表现既可相互加强,也可相互减弱。

(二) 材料

材料是构成服装的物质基础。一方面,没有服装材料,就不能将设计思想付诸