

职业技能鉴定教材

# 服装设计定制工

(初级、中级、高级)

《职业技能鉴定教材》 编审委员会  
《职业技能鉴定指导》



中国劳动社会保障出版社

职业技能鉴定教材

# 服装设计定制工

(初级、中级、高级)

《职业技能鉴定教材》  
《职业技能鉴定指导》

编审委员会

A large, stylized handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

5941.2

2895

中国劳动社会保障出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

服装设计定制工/魏雪梅主编. —北京: 中国劳动社会保障出版社, 1998  
职业技能鉴定教材  
ISBN 7-5045-2332-1

I. 服… II. 魏… III. 服装—设计—技术培训—教材 IV. TS941. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 20670 号

**服装设计定制工**

(初级、中级、高级)

《职业技能鉴定教材》编审委员会  
《职业技能鉴定指导》

**中国劳动社会保障出版社出版发行**

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

责任编辑: 李 斌

\*

北京市艺辉印刷有限公司印刷装订 新华书店经销  
787 毫米×1092 毫米 16 开本 17.25 印张 430 千字  
1999 年 3 月北京第 1 版 2006 年 2 月北京第 8 次印刷

印数: 5000 册

定价: 22.20 元

读者服务部电话: 010 - 64929211

发行部电话: 010 - 64911190

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话: 010 - 64911344

《职业技能鉴定教材》 编审委员会  
《职业技能鉴定指导》

主任 王建新 陈 宇  
副主任 张梦欣 陈 彪 尤兰田  
委员 葛 玮 马清余 余 敏 刘庆雨  
李 荣 黄建宁 彭向东 陈 蕾  
陈卫军 桑桂玉

本书编审人员

主 编 魏雪梅  
编 者 魏雪梅 陈衍夏 陈 伟 夏国富  
刘体良 魏炳清 杨正矩  
主 审 王苏生

## 内 容 提 要

本书根据《中华人民共和国工人技术等级标准——服装设计定制工》，由劳动部职业技能鉴定中心、劳动部教材办公室、中国劳动出版社组织有关人员编写，是职业技能考核鉴定培训用书。

根据《标准》的要求，本书按照初、中、高三个等级，分别介绍了初级、中级、高级服装设计定制工考核鉴定的知识要求和技能要求，涉及各级服装设计定制工的基础知识、专业知识、相关知识和操作技能等内容。

本书是考核鉴定前培训和自学教材，也是各级各类职业技术学校服装设计、服装剪裁及制作专业师生必备复习资料，还可供从事服装设计、剪裁、制作工作的有关人员参考。

## 前 言

《中华人民共和国劳动法》明确规定，国家对规定的职业制定职业技能鉴定标准，实行职业资格证书制度，由经过政府批准的考核鉴定机构负责对劳动者实施职业技能鉴定。经劳动部与有关行业部门协商，首批确定了50个工种实施职业技能鉴定。

职业技能鉴定是提高劳动者素质，增强劳动者就业能力的有效措施。对劳动者进行考核鉴定，并通过职业资格证书制度予以确认，为企业合理使用劳动力以及劳动者自主择业提供了依据和凭证。同时，竞争上岗，以贡献定报酬的新型的劳动、分配制度，也必将成为千千万万劳动者努力提高职业技能的动力。

实施职业技能鉴定，教材建设是重要的一环。为适应职业技能鉴定的迫切需要，推动职业培训教学改革，提高培训质量，统一鉴定水平，劳动部职业技能鉴定中心、劳动部教材办公室、中国劳动出版社组织有关专家、技术人员和职业培训教学管理人员编写了《职业技能鉴定教材》和《职业技能鉴定指导》两套书。

根据《中华人民共和国职业技能鉴定规范》的颁布情况和市场需求，在总结以往《教材》和《指导》编写经验的基础上，这次编写了维修电工、冷作工、刨插工、汽车驾驶员、汽车维修工、服装设计定制工、旅店服务员、财务统计8个工种的《教材》和《指导》，共16本书。

《职业技能鉴定教材》以相应的《规范》为依据，坚持“考什么，编什么”的原则，内容严格限制在工种《规范》范围内，是对《规范》的细化，从而不同于一般学科的教材。在编写上，按照初、中、高三个等级，每个等级按知识要求和技能要求组织内容。在基本保证知识连贯性的基础上，着眼于技能操作，力求浓缩精炼，突出针对性、典型性、实用性。

《职业技能鉴定指导》以习题和答案为主，是对《教材》的补充和完善。每个等级分别编写了具有代表性的知识和技能部分的习题。

《教材》和《指导》均以《规范》的申报条件为编写起点，有助于准备参加考核的人员掌握考核鉴定的范围和内容，适用于各级鉴定机构组织升级考核复习和申请参加技能鉴定的人员自学使用，对于各类职业技术学校师生、相关行业技术人员均有重要的参考价值。

以上《教材》和《指导》是由四川省劳动厅和北京市劳动局具体承担组织编写和审定工作。

本书由魏雪梅、陈衍夏、陈伟（四川联合大学）、夏国富、刘体良、杨正矩（成都包装职业中学）、魏炳清（成都东方服装学校）编写，魏雪梅主编；王苏生（解放军三五〇八厂）主审。

编写《教材》和《指导》有相当的难度，是一项探索性工作。由于时间仓促，缺乏经验，不足之处在所难免，恳切欢迎各使用单位和个人提出宝贵意见和建议。

《职业技能鉴定教材》  
《职业技能鉴定指导》 编审委员会

# 目 录

## 第一部分 初级服装设计定制工知识要求

第一章 服装设计基础知识	1
第一节 服装的基本概念及其分类和用途	1
第二节 中国民族服装的演变历史及其特征	2
第三节 体型与服装	4
第四节 顾客的消费心理和购买行为特点	6
第二章 服装材料基础知识	10
第一节 服装材料的概念、分类及常见名词术语	10
第二节 常见服装面料	11
第三节 服装面料的外观特征鉴别常识	17
第三章 服装裁剪基础知识	19
第一节 服装裁剪常用工具及制图符号	19
第二节 服装裁剪术语及服装各部件名称	22
第三节 服装号型系列	25
第四章 服装缝制工艺基础知识	27
第一节 常用手缝、车缝及熨烫基础知识	27
第二节 服装的质量标准	36
第五章 服装加工常用工具、设备的使用与保养	40
第一节 服装加工常用工具的使用与保养	40
第二节 服装加工常用设备的使用与保养	40

## 第二部分 初级服装设计定制工技能要求

第六章 服装构想图的表现手法	45
第七章 服装裁剪基本技能	49
第一节 人体的测量与面料、辅料的用料量计算方法	49
第二节 男西裤的裁剪方法与步骤	53
第三节 男式长袖衬衫的裁剪方法与步骤	59
第八章 服装缝制工艺基本技能	64
第一节 男西裤的缝制方法与步骤	64
第二节 男衬衫的缝制方法与步骤	73
第九章 服装的常见疵病及修正方法	79

第一节	西裤的常见疵病及修正方法 .....	79
第二节	衬衫的常见疵病及修正方法 .....	80

### 第三部分 中级服装设计定制工知识要求

第十章	服装设计基础知识 .....	83
第一节	世界服饰的演变历史和特征 .....	83
第二节	服装色彩基本知识和配色原理 .....	84
第三节	不同体型的服装与设计 .....	86
第四节	服装造型设计基本要素的概念及特征 .....	87
第五节	服装外形基本知识 .....	89
第十一章	高档服装面辅料基础知识 .....	90
第一节	高档服装面辅料的种类、性能和用途 .....	90
第二节	高档服装面辅料的使用和保养方法 .....	93
第十二章	服装裁剪基础知识 .....	96
第一节	服装裁剪的原理和基本方法 .....	96
第二节	服装的用料和排料原则 .....	98
第十三章	服装缝制基础知识 .....	100
第一节	熨烫的原理和作用 .....	100
第二节	缝纫原理 .....	101
第十四章	服装加工工具、设备基础知识 .....	104
第一节	工业用平缝机的性能与特点 .....	104
第二节	电动裁剪机的性能与特点 .....	104
第三节	粘合机的性能与特点 .....	105
第十五章	高档和花式服装的质量要求 .....	106
第一节	西服的质量要求 .....	106
第二节	男式大衣的质量要求 .....	107
第三节	中山服的质量要求 .....	108

### 第四部分 中级服装设计定制工技能要求

第十六章	服装造型设计的基本方法 .....	110
第一节	服装造型设计的基本要素在设计中的应用 .....	110
第二节	服装外形的构成方法 .....	115
第十七章	服装材料的选择与搭配方法 .....	119
第一节	依据服装面辅料的性能合理选择加工工艺方法 .....	119
第二节	不同款式服装的面辅料选择与搭配方法 .....	121
第十八章	高档服装的裁剪方法 .....	123
第一节	中山装的裁剪方法与步骤 .....	123



第二节	男西装的裁剪方法与步骤	129
第三节	男大衣的裁剪方法与步骤	137
第十九章	高档服装的缝制方法及工艺流程编排	143
第一节	中山装的缝制方法及工艺流程编排	143
第二节	男西服的缝制方法及工艺流程编排	154
第三节	男大衣的缝制方法及工艺流程编排	164
第二十章	服装加工工具、设备的使用、保养和维护方法	171
第一节	工业平缝机的使用、保养和维护方法	171
第二节	电动裁剪机的使用、保养和维护方法	172
第三节	粘合机的使用、保养和维护方法	173

### 第五部分 高级服装设计定制工知识要求

第二十一章	服装设计基础知识	174
第一节	服装的流行趋势与服装设计的关系	174
第二节	流行色的概念和服装色彩设计要素	176
第三节	服装市场营销实务知识	177
第二十二章	高档服装面辅料的选配原则	180
第一节	常用高档服装面料的选配原则	180
第二节	常用高档服装辅料的选配原则	181
第二十三章	服装裁剪基础知识	183
第一节	立体裁剪的基础知识	183
第二节	服装制板与推板的基本原理	188
第二十四章	高档服装面料的缝制与熨烫基础知识	191
第一节	稀有品种服装、礼服类服装的缝制基础知识	191
第二节	稀有品种服装、礼服类服装的熨烫知识	197
第二十五章	礼服类服装的质量标准	198
第一节	旗袍的质量标准	198
第二节	燕尾服的质量标准	199
第二十六章	服装加工专用设备基础知识	201
第一节	服装加工专用设备的种类	201
第二节	服装加工专用设备的使用常识	203
第三节	服装生产安全用电知识	205

### 第六部分 高级服装设计定制工技能要求

第二十七章	服装造型设计的基本方法	207
第一节	服装的主要分部造型设计方法	207
第二节	美的形式原理在服装造型设计中的运用	213

第三节	稀有品种服装及礼服类服装效果图的表现方法	215
第二十八章	服装裁剪基本技能	217
第一节	特体的测量和特体服装的用料计算	217
第二节	特体服装的裁剪方法	218
第三节	服装的制板和样板推档	221
第四节	旗袍的裁剪方法与步骤	223
第五节	晨礼服	229
第二十九章	礼服类服装缝制基本技能	235
第一节	旗袍的缝制方法和步骤	235
第二节	晨礼服的缝制方法和步骤	241
第三十章	服装生产的日常管理工作及生产的合理组织	260
第一节	服装生产日常管理工作的内容与任务	260
第二节	生产技术标准基本知识	262
第三节	如何根据不同品种,合理有效地组织生产	263

# 第一部分 初级服装设计定制工知识要求

## 第一章 服装设计基础知识

### 第一节 服装的基本概念及其分类和用途

#### 一、服装的基本概念

人们对穿着物有各种不同的命名,如衣裳、衣服、服装、服饰、时装、成衣和制服等。这些命名除了具有穿着物共性特征外,又各自具有其特定的含义和基本的概念。

1. 衣裳 上衣下裳等的统称。

2. 衣服 一般与衣裳同义,是人类对穿着物的最早命名,重点突出穿着物的实用性。

3. 服装 服装有两种含义:一是衣服鞋帽的总称,有时也专指衣服;二是指人体着装后的一种状态。

4. 服饰 服饰这个概念可以从两个方面理解:(1)服装上的装饰;(2)衣服及其他装饰品的总称。

5. 时装 指具有时代感、时兴、时髦等特征的服装。它区别于传统的服装,是现代使用最广泛、最为流行的一个穿着物概念。具体可分为以下三种类别:(1)尝试性时装;(2)流行时装;(3)定式时装。

6. 成衣 指近代出现的按标准号型成批生产和销售的成品衣服。它区别于在裁缝店定做的衣服。

7. 制服 指具有标志性的特定服装,如工矿制服、卫生及科研制服、宾馆系列制服和学生校服等。

#### 二、服装的分类及其用途

服装的分类方法很多,如按季节分、按性别分、按年龄分、按款式分、按材料分、按用途分、按加工特征分和按民族分等。本书主要介绍按服装的穿着状态、按服装的用途、按服装的生产加工方式和按服装销售定位等分类。

1. 按穿着组合状态分类 不同品种的服装有其特定的衣着形式和组合状态。这些衣着形式和组合状态随着人们的衣着习惯的形成和不断变化的要求,形成了多种较为固定的着装风格和衣着模式。它包括:整件套、规律组合套装和任意组合套装。

(1) 整件套 也称单件式,它指的是上下两部分互为相连的服装。这类服装整体形态感强,简洁而着装方便,如旗袍、连衣裙和晚礼服等。

(2) 规律组合套装 套装是上衣和下装(裙或裤)分开而又统一着装的衣着形式。

规律组合套装,指的是使用相同面料做上衣与下装而形成的组合着装状态。它可以按件

数和品种数配套，一般有二件套、三件套、一组套，也有上下套、内外套等。这种着装形式能给人和谐统一、庄重典雅和整齐划一的视觉感受。

(3) 任意组合套装 这种组合状态是现代的一种着装模式。它是着装者或设计者根据社会时尚趋势和服装的套装潜力而形成的一种变化的着装方式。这种方式不拘于传统的套装形式，通常在面料和色彩的组合上有所突破，着重服装的个性和风格的体现。如内穿衬衣，外套马甲，下穿裙或裤。这种组合突破了传统的套装形式，形成了时尚的着装风格。这种形式能给人随意的情调，时尚的风采和富于变化的追求的视觉感受。

2. 按服装的穿着用途分类 这是一种根据服装特定的使用场合和特定的需要而进行分类的方法。大致可分为：生活服装、工作服装、运动服装、休闲服装、舞台服装、特种服装六个类别。

3. 按服装的生产加工方式分类 服装的生产加工方式，主要有单件生产和现代化工业流水线批量生产两种。

(1) 单件生产方式 是一种传统的作坊式生产，即个体裁缝师为人们加工制作服装的生产方式，是针对某一个特定的对象，根据这个对象所提出的特定要求、所提供的特定的材料以及特定的尺寸，运用简单的机器（缝纫机）进行服装加工制作的生产方式。单件生产方式是服装现代化工业流水线生产方式的补充。它的存在满足了少数穿着者的特殊要求，也在一定程度上适应了部分消费者的经济承受力。

(2) 工业化流水线生产方式 是一种按一定号型系列采用各工序流水作业批量生产的方式。这种生产方式表现为完全或绝大部分机械化操作。生产过程中，工艺程序多，每一个整件服装的生产都必须由流水线上的一群人分工完成。这种生产方式效率高、产量大、规格多、适应性强，但生产的产品将受到消费市场诸因素的制约，因此要求生产的服装必须“适销对路”。

4. 按服装的销售定位分类 这是一种为服装的经营销售提供依据，为便于消费者对服装的选购而形成的分类。它包括男式服装、女式服装、儿童服装、中老年服装、中式服装等类别。以上的服装又可按服装的风格和档次来进一步进行经营性分类，如按风格可分为休闲服装类、职业女装类等，按档次可分为高档服装、中档服装和中低档服装等。

## 第二节 中国民族服装的演变历史及其特征

服装是人类为了生存而创造的物质，是人类在社会性生活中所依赖的一种重要表现要素。服装的产生和发展是社会经济、政治、文化和艺术发展演变的一种物质反映，同时也受到地理、气候、生活习俗、意识形态以及审美情趣等因素的影响。中国民族服装是几千年来汉族和少数民族通过政治、经济、军事与生活的交往互相精华、相得益彰的产物。中国民族服装史是华夏民族智慧的结晶，同时它又融汇于世界服装史发展的各个阶段，是世界服装史中的精华部分。

### 一、中国民族服装的演变历史

中国民族服装的产生和发展经历了原始社会、古代社会、近代与现代三个重要历史阶段。形成了隋唐、清朝和近代三个服装发展的极盛时期。

1. 原始社会 原始社会分为旧石器时期和新石器时期两个历史阶段。

(1) 旧石器时期 这个时期原始人类的衣着状态是，上身披兽皮，下身先以兽皮遮盖前身，后来遮盖全身。并逐渐利用自制的石锥钻孔，以兽筋做线用骨针缝合成围腰状的原始衣着。同时这时的原始人类也把野草、树叶连成片披挂在身上用来遮身护体。所以服装最早的出现是人类为了适应气候的变化和保护身体。

(2) 新石器时期 随着人类对自然和天然植物的认识，开始采麻、种麻、纺麻线、织麻布和穿麻衣。根据对出土文物的考证，在当时一种无袖的上衣配围裙式的下裳，以及一种束腰式的齐膝短袍已成为当时人类的主要衣着。

2. 古代社会 从奴隶社会至1840年属于古代社会。这个时期的各个朝代都有不同的衣服与服饰，并各自都有自己的鲜明特点，它们之间又存在着相互影响和联系。这段时期服装的式样主要有两种形式，即上衣下裳形式和衣裳连属形式。

(1) 春秋时期 这个时期已有织帛、制裘、缝纫等出现。奴隶主、贵族已开始讲究服装的精美。衣着在当时已有原始的等级划分。衣着以冠、带、衣、履四种服饰配套穿用。男女衣着通用，上为衣下为裙，也有衣和裳相连的深衣，其造型特点宽松肥大。

(2) 汉代 养蚕的产生，以及染织工艺和刺绣工艺的发明，推动了服装、服饰的变化。丝织物已有锦、绫、绢和纱等。面料从单一质朴向华丽多彩方向发展，式样有袍、衫、襦和裙等。朝鲜族裙子便是汉代留传下来的一种服装的变化形式。

(3) 唐代 是中国服装发展的一个极盛时期。由于受到外来服饰文化的影响，这时服装的品种繁多、工艺精湛。唐代仍有男女同服的习惯，流行胡服，袒胸的女装也极为盛行。流传至今的日本和服就是唐代服装。

(4) 宋代 这个时期流行半窄袖的衣服，并重视衣边上的刺绣装饰。类别上分公服、礼服和常服三种。

(5) 清代 清代服装是中国民族服装发展史上又一个极盛时期，同时又是古代服装与近代服装的交接点。其式样有龙袍、皇后服、礼服、朝服和上层妇女的家庭装束——旗袍。清代男着长袍、马褂，女着满族长袍已成为当时社会的时尚，但普通劳动者一般是男着对襟短衣或齐膝长衣，女着对襟或交叉领衣服、下着长裙。

(3) 近代与现代 辛亥革命推翻了清朝的统治，带来了服装、服饰的重大历史变革。我国近代服装受到洋服的影响，开始向短装、上衣下裳发展，出现了新式服装，如学生服、制服及其后发展的中山装和军服。由于这类服装实用、合体大方，如今已成为我国服装的基本式群。特别是中山装已成为我国民族服装的典范。同时，满族旗袍也在外来服装的影响下，逐渐形成了现代式样：长腰身、大开气、直下摆、斜摆襟和小立领。这种旗袍也成为中国典型的民族服装，同时对世界服装的发展产生了极大的影响和作用。

2. 中国民族服装的特征 以政治、社会经济、文化艺术和科技为载体的中国民族服装从它的发生发展中形成了独特的风格和特征。不管人们是否意识到，我们祖先的着装习惯和审美认识总是在影响着我们。这就是中国服装的灵魂——民族风格在起作用。中国民族服装的特征包括：外形特征、结构特征、工艺特征、面料特征以及色彩和图案特征。

(1) 中国民族服装的外形特征 常用由领部位开始下垂的线条，并不强调肩部的造型。过手的长袖，细长的袍裙，纵向的装饰物构成修长外形。自然下垂的服装使中国男服显得清秀、潇洒，女服显得窈窕多姿。宽松肥大也是中国民族服装的又一外形特征。

(2) 中国民族服装的结构特征 中国民族服装的结构特征包括：平面性的裁剪、直线型

裁剪和局部特征三个组成部分。

1) 平面性裁剪 指的是袖、襟与大身连成一片的裁剪方法,也正是这种结构特征,使中国服装产生了独特的魅力。

2) 直线型裁剪 指的是采用直线进行裁剪,使胸、肩、腰、臀呈平面状,不改变体型曲线的方式。

3) 局部结构特征 中国民族服装领形中的斜交领、直立领,衣服下摆的开衩以及衣服上的对襟、大襟、一字襟和琵琶襟等都是中国民族服装局部结构的典型。

(3) 中国民族服装的工艺特征 中国传统的镶嵌滚盘绣等工艺和中国式的纽扣已成为中国式服装独特的装饰手法,也是体现中国民族风格的重要工艺造型手段。

(4) 中国民族服装的用料特征 丝绸和棉布是中国民族服装的传统用料。中国的绫罗绸缎质地轻柔,为塑造自然、修长、庄凝、美观的民族特色服装创造了物质条件。品种繁多的棉布更是中国民间古朴风格的体现。

(5) 中国民族服装的色彩和图案特征 从颜色看,青、红、黑、白和黄是中国民族服装的传统用色。高纯度、强对比是中国民族服装传统的配色方法。

吉祥纹样是中国服装图案的典型装饰。

了解中国民族服装的以上特征,能加深我们对服装如何民族化的理解,能使我们在服装的设计和制作时,用其去体现民族的风格和韵味,从而更好地继承和发展灿烂的民族服饰文化。

### 第三节 体型与服装

构成服装形态的基础是衣物遮盖着的人体,所以我们说人体是服装设计和制作的依据。要研究服装就必须对人体的知识有所了解:了解人体的外形与服装的关系;了解人体各主要部位与服装相应的关系;了解人体运动对服装的影响以及了解人们如何穿衣。要了解这些关系,首先就应该了解人体的基本结构和基本体形。

#### 一、人体的基本结构和体型

人体的基本结构是由骨骼结构和肌肉组织两个部分组成。

人体有由 200 多块骨头组成的骨骼结构,在这些骨骼外面附着 600 多条肌肉,在肌肉外面包着一层皮肤。从形态上看,衣服与人体有着直接关系的是人体的外形,即体型。人体的基本体型由四个部分组成,即躯干部、下肢部、上肢部和头部。构成躯干部的是胸腔和腹腔,这两个腔体和头腔共同构成人体不动的三个腔体。从造型的角度看,人体是由这三个相对固定的腔体和一条弯曲的有一定运动范围的脊柱以及运动灵活的四肢所组成。其中脊柱颈椎部分和腰椎部分的运动,对人体的动态有决定性的影响。四肢的运动方向,运动范围对服装的造型也起着重要的作用。

#### 二、人体体型的基本种类

人体的体型就是人体的外形。由于性别、年龄、体质强弱、职业、种族遗传以及发育等因素的区别,就形成了不同的体型。以下我们将从两个大的方面来学习人体的体型种类,以及了解不同体型各自的特征。

1. 男、女、老、幼的体型特征 不同性别、年龄的人,其体形特征是由其人体结构的

特点造成的。以下结合前面已学的人体基本结构知识,来进一步了解不同性别和年龄所形成的体型特征。

(1) 成年男性的体型特征 颈粗、肩宽、胸背宽厚、腰粗、腰节低、腰腹平直、臀部窄小、上下肢粗壮;身躯外形正面呈倒梯形,侧面较为平直。

(2) 成年女性的体型特征 颈细长、肩窄、胸部丰满,背部较窄、肩胛骨外显,腰细、腰节高、后腰凹陷大、腹部宽而圆浑、臀部丰满厚实,上下肢圆浑;身躯外形呈倒梯形和正梯形的组合,侧面上突下翘,曲线明显。

(3) 老年体型特征 颈前倾、肩向前下溜、胸平、背部宽厚隆起,腹部膨大下坠、腰部平直、臀部宽平、臂长腿短;身躯正面呈长方形、侧面上薄下圆、前突后平。

(4) 幼儿体型特征 颈细短、肩窄薄、胸小、背窄平,肩胛骨明显,腹部浑圆突出,腰臀不显,上肢短细,下肢浑圆;身躯正面呈长方形,侧面上薄下圆,前突后平。

通过以上立足于相同人体部位不同特征的对比学习,能使一个服装工作者在实际工作中,突出以人体为服装设计、制作的依据的作用,能使我们客观地把结构制图与人体结合起来(包括人体的外形和人体的主要部位特征),从而更好地通过服装去适应人体的需要,达到服装优质服务的首要目的。

2. 人体的基本形 如图1-1所示,人体的结构合理,造型完美,具有微妙的曲直线的外形变化,富有动静节奏的姿态。人体的头部呈球形、颈部呈圆柱形、颈肩呈三角形、胸廓呈倒梯形、腰部呈长方形、骨盆呈梯形、四肢呈长方形、足部呈弓形。掌握人体基本形,就等于掌握了人体的形体要点。

图1-1 人体的基本结构和基本形态

3. 正常体和非正常体的种类和特征 我们的服务对象是一个复杂的群体,他们的形体由于各种结构因素的不同,形成了各种体貌的差异,构成了正常体和非正常体两种类别。

(1) 正常体 胸、背、肩、腹、臀、四肢等发育均衡者,它包括标准人体和理想人体。

(2) 非正常体 人体全身或局部长度、宽度不符合正常比例,某些部位外形生理表现异常、左右不对称、前后不均衡等。非正常体的表现形式是多方面的,常见的有以下几种。

1) 肥胖体 胸腹较大、后背较平坦。另外还有肥胖厚实体和肥胖驼背体,需注意区别对待。

2) 瘦形体 身体各部位消瘦单薄。这种体形的人穿上正常体型服装时,会显得衣服过分松垮,出现纵向皱褶。

3) 挺胸体 胸部前挺、后背平坦、头部略向后仰。

4) 凸背体 即驼背体。背部突出,背宽胸窄,头部向前,上体略呈弓字形。

5) 凸肚体 即肉肚体。肚腹凸出,从侧面看,腹部超出胸部。

6) 凸臀体 挺胸,臀部大而突出,腰部中心轴倾斜。穿上正常体型裤子后,臀部绷紧,后裆缝下坠,后裆片紧起斜皱。

7) 平肩体 两肩端平,多见于瘦形人。能使上衣肩头有拉紧感,领口部位涌起,门、里襟止口豁开。

8) 溜肩体 通常多见于肥胖体人。颈根部稍粗,肩圆浑。

9) 两肩上翘耸起 服装裁剪时,小肩斜线斜度要小,袖笼开深,否则肩部会有绷紧的感觉。

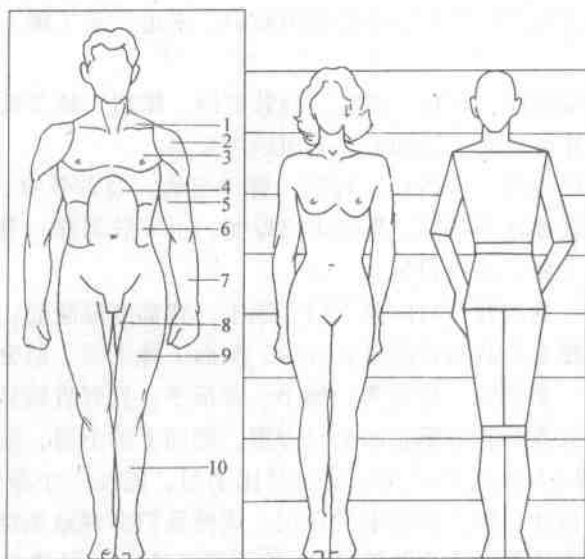


图 1-1 人体的基本结构和基本形态

1—斜方肌 2—三角肌 3—胸大肌 4—腹直肌 5—肱二头肌 6—腹外斜肌  
7—前臂外侧肌群 8—股内收肌群 9—股直肌 10—胫骨前肌

熟悉人体的基本结构和比例，了解人体体形种类和特征，培养观察人体外形的能力，建立“理想体型”的概念，研究人体与服装的关系，这是作为一个服装工作者首先要了解的专业知识。

#### 第四节 顾客的消费心理和购买行为特点

##### 一、顾客的消费心理

服装是一种视觉艺术形象。在生活中，人们对服装的需求多种多样。有人狂热地追求新奇、时髦，有人热衷于追随潮流，有人个性十足，希望通过着装使自己的形象更加完美。同样一个服装款式，有人喜欢，有人讨厌；一个人对某一服装款式也会此时喜欢、彼时厌弃。这就说明了人们的着装心理不但各不相同，而且还在不断变化。这就形成了服装消费市场的行为心理规律。这种规律必须遵循不同的消费心理并受其制约，方能产生良好的社会效益和经济效益。因此，作为一个服装工作者必须自觉地去了解和研究影响顾客购买服装的消费心理，并将其反映在自己的工作中，使设计、生产和销售的服装更好地为满足人们的需求服务。

顾客在进行服装选购时归纳起来有以下几个心理因素：爱美心理因素、时尚心理因素、炫耀心理因素、新奇心理因素、选价心理因素、羞涩心理因素和求名牌心理因素。

1. 求美心理因素 人人都希望通过服饰的装扮，将自己理想美的形象展示在人们面前。但由于人们各自的社会背景、生活方式、经济地位、文化道德修养以及审美情趣的差异，他们对美的理解和追求各不相同，这就形成了以美为追求的服饰消费的各层次心理因素。这种影响服饰消费的爱美心理主要表现在：以模仿国外服饰为美、以怪奇为美、以高贵为美，以知名品牌为美、以新为美和以名设计师设计为美等心理因素。



人们对于服装有两种忌怕心理，一怕雷同，二怕陈旧。追寻市场的客观规律，我们可以清晰地看到，服装的生命在于创新，以新为美的心理对推动服装的发展有着极其重要的作用。

2. 时尚心理因素 由于受到时代潮流、社会消费风气以及社会群体等社会因素的影响，在消费者中，通常会产生追求某种流行服装的时尚心理需要，这就形成了模仿心理因素。模仿就是追随，它是群体心理在相同因素的作用下的扩展和延伸。同时也是服装在消费过程中，社会优选的认同。

凡是能时兴、流行并被广泛模仿的服装款式，一定都是比较新颖别致、有其独到之处的。所以我们说，当一种主题性的设计被广大消费者认同而成为一种众人跟随的潮流时，就形成了一种流行趋势。因此从某种意义上讲，模仿是构成流行的基因，是形成时尚的基础。

另一方面，我们必须注意到，潮流仅是服装流行款式中的共性，在这共性中还应有不同的个性。时尚应是共性和个性服装的集合。同时，模仿不等于盲目的服从，服饰文化发展的总趋势是多样化、个性化和时代化。

3. 炫耀心理因素 炫耀心理是人们潜意识的一种心理因素。有利用高档的、奇特的、名牌的服装来满足自身价值显露的因素，也有年轻姑娘想通过服装的穿着来显示其充满青春活力的美妙体态的因素。炫耀心理因素人人都有，只是表现的方式方法和反映的程度不同而已。

有炫耀心理因素的消费者由于怀有希望别人对自己的支付能力，以及审美、挑选等能力的赞赏与尊重人的心理，因而在购买活动中，往往会产生不甘落后、争强好胜，显示其超人的购买条件与能力。

4. 新奇心理因素 追求新奇是人们普遍存在的一种心理。服装面料新、色彩新、装饰新和式样的富于个性别具一格都会自然地产生一种新奇感。消费者一般都希望对这些服装亲自穿用，来满足自己求新求异的着装欲望，以此来追求和增添生活的情趣。

5. 选价心理因素 在选择和购买商品时，大多数消费者对商品的价格都极为敏感，视其是否为是否购买的一个重要因素。消费者的心理需要一般都希望付出较少的钱，获得较多的物质利益，即通常对商品所要求的价廉物美、经济实惠。但随着社会经济的发展和人们消费观点、价值观点的演化，在消费群体中又出现了追求档次消费的心理因素。

这样，在服装的生产和销售中就形成了由价格（当然也包括服装的品质）所划分的中低档服装、中高档服装、中档服装和精品服装，以此来满足各种消费层次的消费者选购服装的需要。

6. 羞涩心理因素 人们的羞涩心理是随着自身的意识形态发展到一定高度的产物。这种心理表现的特征是想通过服装的穿着来表现人们的地位、风采、修养等。这种心理的反映是多方面的。最初的表现是反映人的性别差异所引发的羞涩感。随着人类文明程度的逐步提高，人们以虚荣为特点的羞涩心理反映就形形色色、多种多样了。让一个极其富有的人在生活中穿上低廉的服装，会因难堪而使他感到羞涩；一个充满时代感的人，让其穿上陈旧而过时的服装，也会产生羞涩感；一个经济地位逐渐高起来的人，在其由贫穷而富有的过程中也会因羞涩心理而使他不断地提高自己服装的档次和品味，来满足自己特定的心理需求。

7. 求名牌心理因素 对著名品牌的商品的信任与追求，关心名牌商品的变化，以及对著名商标的信任度，乐意按品牌认购商品，是不少消费者随着消费意识的增强而存在的一种