

高等服装实用技术教材

■ 万志琴 宋惠景 张小良
/ 编著



服装品质管理



07.866.3

41



中国纺织出版社



高等服装实用技术教材

服装品质管理

万志琴 宋惠景 张小良 编著



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书吸取了国内外品质管理理论与实践的精华,结合服装企业的实际情况,介绍了品质管理的基本理论和方法及其在服装企业中的作用;阐述了ISO 9000国际质量系列标准的基本内容,以及服装企业如何按其要求建立质量体系;概述了服装品质成本的内容和控制方法等。

本书可作为服装高等院校教材,也可作为服装企业及行业管理部门技术人员和管理人员的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

服装品质管理/万志琴,宋惠景,张小良编著. —北京:中国纺织出版社, 2001.2

高等服装实用技术教材

ISBN 7 - 5064 - 1915 -7 /F · 0135

I . 服… II . ①万…②宋…③张… III . 服装 - 生产 - 质量管理 - 高等学校 - 教材 IV . TS941.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第58914号

策划编辑:包文分 姜琳琳 特约编辑:瞿静 责任编辑:董友年
责任校对:余静雯 责任设计:胡雪萍 责任印制:初全贵

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 电话:010 — 64168226

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

E-mail:faxing@ c-textilep.com

中国纺织出版社印刷厂印刷 各地新华书店经销

2001年2月第一版第一次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:9

字数:210千字 印数:1—5000 定价:14.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

前 言

随着市场经济体制改革的不断深入,我国经济步入快速发展的轨道,工业化进程加快。为了适应我国经济发展的特点,纺织行业内部进行了大规模的结构调整、产业升级、技术升级,为我国服装工业的崛起提供了契机。进入 20 世纪 90 年代,大量的中小服装企业通过内引外联的形式,在沿海开放城市迅速发展起来,成为我国服装工业的主力军。经过十多年的发展,目前我国已拥有很强的服装加工能力,显示出我国服装工业前所未有的发展势头,也确立了 21 世纪服装工业在纺织行业中的龙头地位。目前,我国服装生产企业多数为中小型服装企业,而且以乡镇企业、三资企业、私营企业为主。服装企业的经营模式及其生产特点,决定了服装企业所需要的大量人才是既懂服装生产工艺,又懂服装生产管理的生产第一线的实用型管理人才。

“高等服装实用技术教材”丛书正是针对服装行业发展的形势及服装企业对人才需求的特点编著而成的,具有实用性、可操作性、实际性等特点。一方面可以作为服装专业的配套教材,另一方面也可作为在职的服装企业经营管理人员或有志于服装企业经营管理人员的参考丛书。

本套丛书是由中国纺织出版社组织西纺广东服装学院一批在服装专业从事教学工作的同志编写的。西纺广东服装学院与香港旭日集团合作办学十多年,培养了大量的服装生产第一线的实用型管理人才,深受服装企业的欢迎,其办学模式在珠江三角洲地区产生了广泛的影响,享有较高的声誉,并得到了国家纺织工业局和全国纺织教育学会的肯定。编著这套丛书,旨在总结西纺广东服装学院合作办学的成果,并通过这套丛书与从事服装教育的广大工作者及从事服装企业经营

管理的仁人志士进行广泛交流，共同促进我国服装业的发展。

本套丛书包括《成衣工艺学》、《服装纸样设计学》（上、下册）、《服装生产筹划与组织》、《服装品质管理》、《服装企业督导管理》、《成衣缝制工艺实验指导》等七册，由史义民研究员、吴铭副教授担任编委会主任，参加编写的人员有刘小红、万志琴、宋惠景、张小良、刘东、李秀英、袁新文、严燕莲、陶钧、陈小云、王秀梅、陈志敏等。

本套丛书以实用为特色。由于作者的理论水平与实践经验有限，编写的不足之处在所难免，望专家、学者批评指正。

编著者

2000年8月

目 录

第一章 品质管理概述	1
第一节 服装品质管理的特点和意义	1
一、服装工业及其品质管理的特点	1
二、服装企业进行品质管理的意义	3
三、服装的品质与经营策略	4
第二节 品质和品质管理的基本概念	5
一、品质的概念	5
二、品质管理的概念	7
三、品质管理的职能	7
第三节 品质管理的基本原理	8
一、产品质量形成的规律	8
二、品质管理的程序与方法	9
三、品质管理的发展	11
第二章 品质管理常用工具	12
第一节 常用的因素分析方法	12
一、分层法	12
二、排列图法	13
三、调查表法	15
四、因果分析图法	16
第二节 品质分布和相关分析法	18
一、直方图法	18
二、相关分析法	22
第三节 控制图法	23
一、控制图的基本概念	23
二、不合格品数及不合格品率控制图	24
三、缺陷数控制图	28
四、控制图的分析	29
第四节 抽样检验	30
一、抽样检验的概念	30
二、抽样检验常用名词术语	30
三、抽样的基本分类	31

四、计数抽样方案类型	31
五、计数调整型抽样方案	33
第三章 服装企业的品质控制	36
第一节 服装品质控制的组织与职责	36
一、实施品质控制的作用	36
二、品质控制部的职责和目的	36
三、品质控制部的内部组织及工作分配	38
第二节 服装生产作业标准和检验标准	39
一、服装品质标准级别	39
二、服装品质类型	40
三、服装规格	40
四、服装尺寸宽容度	41
第三节 服装厂生产检查	42
一、检查程序	43
二、检查的基本要求	43
三、常用的检查方法	43
第四节 服装品质控制与检验标准的应用	47
一、服装品质控制的要求	47
二、面、辅料品质控制	48
三、裁片品质控制	49
四、半成品品质控制	52
五、服装成品品质控制	55
第四章 常用成衣品质检查程序	61
第一节 男西装品质检查程序	61
一、男西服的检查	61
二、男西裤的检查	63
第二节 茄克衫品质检查程序	64
一、茄克衫尺寸测量	64
二、茄克衫外观质量检查	66
第三节 衬衫品质检查程序	68
一、衬衫尺寸测量方法	68
二、衬衫的检查方法	70
第四节 牛仔裤品质检查程序	72
一、牛仔裤尺寸测量方法	72
二、牛仔裤的检查方法	74
第五节 针织成衣品质检查程序	75
一、样本选取	75
二、针织成衣检查步骤	76

三、针织成衣尺寸测量方法	76
四、针织布常见的疵点	77
五、毛衫的品质控制	78
第五章 ISO 9000 系列标准简介	79
第一节 对 ISO 9000 系列标准的认识	79
一、ISO 9000 系列标准的概念	79
二、推行 ISO 9000 系列标准的意义	79
三、ISO 9000 系列标准与纺织、服装业	79
第二节 质量体系与品质保证的概念	80
一、质量体系的定义	80
二、品质控制与品质保证的概念	80
三、几个概念之间的关系	80
第三节 ISO 9000 系列标准的构成和内容	81
一、ISO 9000 系列标准的构成	81
二、ISO 9000 系列标准的内容	82
第四节 ISO 9000 系列标准的实施和质量体系认证步骤	87
一、确定组织机构	87
二、质量体系诊断	88
三、进行 ISO 9000 系列标准知识的培训	88
四、质量体系设计	88
五、质量体系文件编制	88
六、质量体系试运行	89
七、质量体系审核和认证	89
第六章 ISO 9000 系列标准在服装业中的应用	90
第一节 服装企业推行 ISO 9000 系列标准的作用	90
一、企业管理水平的提高	90
二、企业经济效益和社会效益的提高	91
第二节 服装企业全面运作过程	91
一、服装企业的组织机构	91
二、服装生产总流程	91
第三节 质量体系及其文件化	93
一、质量体系与顾客要求的关系	94
二、质量体系文件的重要性	94
三、质量体系文件的构成	95
四、质量体系文件化的原则	95
第四节 服装企业 ISO 9000 质量体系文件的编制	97
一、品质手册	97
二、作业程序文件的编写	98

三、作业指导书的编写	101
第七章 实施全面质量管理	104
第一节 全面质量管理的含义和任务	104
一、全面质量管理的含义	104
二、全面质量管理的任务与目的	105
第二节 全面质量管理的基本要求与模式	106
一、开展全面质量管理的基本要求	106
二、全面质量管理与 ISO 9000 系列标准的关系	107
三、全面质量管理的模式	108
第三节 推行和实施全面质量管理的步骤	109
一、推行全面质量管理的步骤	109
二、实施全面质量管理的要点	113
第四节 全面质量管理调查分析与改进	114
一、不同类型的品质管理水平	114
二、全面质量管理情况的调查方法	114
三、改进全面质量管理工作的关键	115
第八章 服装品质成本管理	116
第一节 品质与品质成本	116
一、品质效益与品质损失的关系	116
二、品质与产品成本的关系	116
三、品质成本与产品成本的关系	117
第二节 品质成本的基本概念	118
一、品质成本的定义	118
二、品质成本研究的目的是任务	118
三、品质成本的构成	119
四、品质成本费用的组成	119
五、品质成本费用的分类	121
第三节 品质成本核算	122
一、品质成本核算的要求	122
二、品质成本核算的数据	123
三、品质成本核算	124
第四节 品质成本分析和报告	124
一、品质成本分析	124
二、品质成本报告	126
第五节 品质成本的计划与控制	128
一、品质成本的预测和计划	128
二、品质成本的构成比例及特性曲线	129
三、品质成本控制	130

四、品质成本考核·····	131
五、全面质量控制降低品质成本·····	131
参考文献 ·····	133
后记 ·····	134

品质管理在企业生产经营活动中占有重要地位。产品质量的好坏,直接影响生产效率和成本。加强品质管理,不仅能带动其他管理工作,而且还能降低产品成本,增加企业利润,增强企业的竞争能力和企业信誉。因此,品质管理是经济繁荣的重要基础,它已受到企业的高度重视。

第一节 服装品质管理的特点和意义

我国纺织服装行业是国民经济的一个重要产业部门,经过“七五”、“八五”的努力,服装产品的质量有了很大的改善。“九五”期间,国家通过调整产业结构、深化改革、实施国产服装名牌战略,推动服装企业向正规化、标准化方向发展,全面提高了我国服装产品的质量和档次。

服装企业虽有自身的特点,但与其他行业一样,要想拥有市场,就要遵循品质管理的基本规律,重视品质管理工作,广泛开展服装全面品质管理。随着市场经济的日益繁荣,面对国内外市场的竞争,我国的服装产品正在从数量优势向数量、质量优势转化,生产管理向科学化、规范化方向迈进,开展全面质量管理工作对争创国产名牌服装具有极大的推动作用。

一、服装工业及其品质管理的特点

1. 服装工业的概况 服装工业无论在国内还是在外国都是一个比较大的产业,它经历了从手工作坊、机器生产到现代的机械化、自动化和专业化成衣生产的发展阶段,形成了服装设计、生产、销售等多层次的产业及其与之相关配套产业,在现代经济社会中占有十分重要的位置。服装工业是我国的支柱性产业之一,长期以来,在满足人民衣着消费、增加出口创汇、积累建设资金和增加就业等方面发挥了重要作用。党的十一届三中全会以后,服装工业有了蓬勃发展,尤其是进入20世纪90年代以来,大量的中小服装企业通过内引外联的形式在沿海开发城市迅速发展起来,成为我国服装工业的主力军。经过多年的发展,我国已拥有很强的服装加工能力,服装产品门类齐全,品种多样,服装生产量和出口量跃居世界第一。目前,我国约有六万多家服装企业,形成了国有、集体、个人、中外合资与外商独资等多种经济成分并存,生产、科研、教育、信息等逐渐配套,以大企业为骨干、中小企业为主体的多层次、多元化的服装工业体系。

在产品质量方面,据国家技术监督局统计,我国的童装、茄克衫产品的缝制质量基本过关,工艺制定合理,缝制线迹整齐,外观平服。其中有些产品工艺制定相当科学,从面料、衬料的选择到拉链、钮扣及辅料的选用均采用优质材料,加上设计合理,使得产品达到了一

定档次。说明企业在注重外观制作的同时，也普遍重视产品内在质量，使得童装、茄克衫产品总体质量水平在逐年提高，高、中、低档产品基本满足了不同层次消费者的需求。但其生产企业规模一般不大，主要由于童装、茄克衫是以多品种、小批量生产的性质决定的，其次也因中小型企业组织生产调头快，适应市场能力较强。

从总体来看，我国服装工业的发展目前仍处于成长阶段，服装产品总体质量还不算高，在产品档次、技术装备、经营管理上与先进的工业国家相比，仍有较大的差距。这些差距主要表现在以下几个方面。

(1)服装工业技术装备整体水平偏低。世界先进国家的制衣设备已普遍采用微机控制和机电一体化，并向高速化、连续化和自动化方向发展。我国的服装设备经过近年来的技术改造虽有较大的改善，但从技术装备的总体水平来看仍很落后，尽管有些工序如布料的检验、纸样推档放码、排料、衣片裁剪等操作有些已由计算机控制，使这些工作逐步从劳动力密集型转变为技术密集型，但缝纫、整烫等工序还大量使用人工劳动。服装 CAD 技术在服装企业的普及率也比较低。服装工业加工手段的落后是影响我国服装出口的一个重要因素。

(2)纺织面料档次低，辅料质量不过关。面辅料与服饰配件缺乏配套发展，不能满足国内外高档服装的市场需要，严重影响我国服装在国际市场上的竞争能力。

(3)质量意识薄弱。许多企业管理人员的质量意识较差，工人中也存在因计件工资制只追求数量而忽视产品质量的现象。目前，我国服装行业中通过国际 ISO 9000 认证的企业比其他行业要少。

(4)管理落后，生产效率低。改革开放以来，我国服装生产发展很快，各类服装企业约六万多家，但这些企业，基本属于“小而全”劳动密集型生产模式，管理人员管理的水平不高，管理方法和管理手段落后，产品生产周期长，生产效率低，产品结构和产品质量不能跟上国际市场的变化。

(5)专业技术人才不足，产品设计开发力量薄弱。由于我国服装工业基础薄弱，发展中遇到的突出问题是专业技术人才不足，尤其是既精通服装生产又精通服装设计、外贸、金融和管理的复合型人才更是匮乏。长期以来，外销服装不能自行设计，而是依靠“三来一补”加工。由于设计、开发力量薄弱，信息流通不快，至今在国际服装领域内，几乎没有我国的名牌服装和著名服装设计师的地位。

(6)服装市场无序竞争。由于我国服装企业数量多、规模小、经营方式简单，造成了服装市场的无序竞争。供求关系不稳定，供求矛盾突出，大量的仿制、假冒产品冲击了大型服装企业集团产品的开发实力。

上述原因是我国服装产品低附加值和出口创汇额低的主要原因。我国服装生产虽仍居世界第一，但已受到制约，在数量上不可能再有大的增长。所以，服装工业须紧密依靠科技进步，使服装企业升级；加快技术改革，调整产品结构，创国产服装名牌，提高成衣化率和服装 CAD 技术普及率，逐步缩小与发达国家的差距。

2. 服装生产主要环节 工业化生产的服装称为“成衣化”服装生产，它是解决人们穿衣的主要途径，成衣化服装生产产量大、品种多，适应不同的市场需求。产品的生产规模和组织形式可以不同，但其生产过程和工序基本是一致的。服装产品的生产过程大致由以下十个环节构成。

(1)服装设计。一般中型和大型的服装企业都聘用服装设计师创作自己的系列服装产品,以满足市场需求。服装设计工作包括创作设计和技术设计两个方面。

(2)生产准备。生产前要对生产某一产品所需的面料、辅料、缝线等材料进行选择配用,并作出预算,同时还要对各种材料进行必要的检验和测试,保证投产的可行性和生产的连续性。

(3)裁剪。裁剪是服装生产的第一道工序,是把面料、里料、衬料及其他材料按划样排料要求剪切成各种衣片。包括排料、铺料、算料、划样、剪切、验片、捆扎等。

(4)缝制。缝制是服装产品加工过程中技术较复杂的工序,它是按服装的材料、款式要求,通过合理的缝合,把衣片组成服装产品的一个工艺过程。所以,科学地组织缝制工序,选择缝迹、缝型及缝纫设备是十分重要的。

(5)熨烫定型。将成品或半成品施加一定的温度、湿度和压力等,使织物按照要求改变经纬密度及衣片形态,从而获得符合设计要求的服装造型。

(6)品质控制。它是使产品达到计划质量与目标质量的一系列控制措施,是使产品质量在整个生产过程中得到保证的必要手段,是为避免产品在加工过程中产生质量问题而制定的检验措施。

(7)成衣后整理。后整理包括包装、储运等,是整个生产过程中最后一道工序。需根据不同的服装要求采取不同的折叠形式,选用适当的包装、储运方法,还需考虑如何防止储藏、运输对产品造成的损坏和产生的质量影响,确保产品的外观效果及内在质量。

(8)生产技术文件的制定。生产技术文件包括产品总体设计、产品销售计划、款式技术说明书、成品规格表、加工工艺流程图、工序卡、质量标准、标准系列样板、样品等技术资料 and 文件。

(9)生产流水线设计。根据不同的生产方式及品种方向,选择和决定生产的作业方式,并编制工艺规程;根据生产规模的大小进行场地设计、人员配备以及设备的选择,要求能形成高效率、高质量的最佳配置形式。

(10)生产控制。生产控制就是要统筹生产各类服装所涉及的各种工作,其主要目的是使生产资源能够与销售要求相配合。

3. 服装品质管理特性 服装生产是一种技艺结合的半手工生产形式,且品种多,时尚性强,生产周期短,在品质管理方面呈现出以下特性。

(1)品质管理的波动性。由于服装产品是以手工操作为主的流水作业,故生产稳定性差,品质管理难于控制,常处于波动状态。

(2)生产工人的可塑性。由于近二十年来,我国服装业发展较快,但与其他行业相比,其总体管理水平仍偏低,职工总体素质较低,层次不齐,可塑性大,难以适应新形势的需要。因此,有待于努力提高全行业职工队伍的品质意识,提高从业人员的整体素质。

随着国际经济一体化进程的加快,国内外市场竞争日益激烈。新型服装市场体系要求以科学技术为先导,以科学管理为基本,进一步推行全行业的技术进步,提高行业的总体水平。服装企业要不断提高产品质量,加强科学管理,不断开发新产品、创新品牌,最大限度地提高生产效益。

二、服装企业进行品质管理的意义

随着我国商品市场的繁荣，产品竞争日益激烈。在贸易往来过程中，成衣的质量是服装市场竞争的关键。生产企业要想在市场竞争中获胜，必须加强企业内部品质管理，实施品质控制，这是企业生产管理活动中最重要的一环。

1. 加强品质管理可使企业生产资源发挥最大效用 实施品质管理可以按标准规范加工程序和操作方法，能经济地利用设备，使人力、物力发挥最大效用。

2. 有效控制服装面料、辅料和配件的质量 服装生产所需的面料、辅料、配件等材料的采购，都要有一定的质量标准，以便减少浪费，保证成衣质量。

3. 节省检验费，降低成本 使用标准的服装面料、辅料等原材料并在质量标准控制下加工成衣，可以节省检验费用，从而降低成衣生产的间接成本。

4. 减少不合格品 品质管理最直接的结果是降低次品率。生产中出现一个次品或废品需耗费掉与正品一样的材料、技术、人力等资源。次品、废品与正品的混淆不仅给顾客造成损失，而且使企业的信誉降低。因此，提高产品的合格率，就等于降低了生产成本，使生产经济化。

5. 防止和控制品质变异 严格的品质管理可以预防成品的质量变异，即使不能完全避免，也可以及早发现，采取适当的纠正措施，将产品质量的变异控制在最低限度。

6. 提高服装产品的附加值 我国服装产品的附加值较低，很重要的原因是服装产品的总体质量不高，因此我们要有创品牌的意识，提高产品的信誉，增加产品的附加值。

三、服装的品质与经营策略

产品质量对于管理者、生产者和消费者都是至关重要的，它关系到生产者的市场信誉、企业的生存、市场的有序管理及消费者的合法权益等一系列重大问题。因此，产品质量不是生产企业单方面的行为，而是需全社会关注的大事。

1. 市场经济与品质工作 我国历来十分重视产品质量工作，但在计划经济条件下，产品供不应求，在数量问题没有解决的前提下，质量问题很难提到一定的高度；其次，质量工作缺少内在动力机制，自然很难顺利运行；第三，由于品质工作没有与企业经济效益和消费者的适应性相结合，而成为单纯的技术管理工作，使质量内涵没有得到充分的体现；第四，品质工作缺乏有效的监督机制，消费者在产品质量上没有发言权；第五，品质管理工作未纳入法制轨道。为此，在新型市场经济要求下，国家提出了《质量振兴纲要》，《纲要》提出了一些新的品质管理概念。

(1) 品质内涵的变化。产品的质量必须以消费者的认可为判断依据，而不能只靠技术指标作为判断依据，品质的实质是指消费者的适应态度，离开了这一点来判断产品质量是没有意义的。

(2) 品质是产品市场竞争的手段。

(3) 品质决定了一个国家的经济状况及产品在国际市场上的竞争能力，它不只是企业单方面的行为。

(4) 品质正成为经济发展中的战略问题。

(5) 品质问题最终靠市场竞争来解决。

(6) 品质工作必须纳入法制化轨道。

2. 产品质量是企业信誉之本 产品质量是企业素质高低的综合体现。产品质量的好坏，

服务质量的高低，体现了企业员工素质与企业形象的优劣。产品质量好，服务质量高，不仅满足了用户对产品质量的要求，而且对用户的承诺使用户在心理上对企业形象及产品质量形成良好的印象。所以说，信誉是企业之本，信誉来自于质量。企业通过产品质量及销售过程中的技术服务质量，塑造其自身的形象与信誉，从而形成提高质量—获得信誉—提高市场占有率—扩大经济效益—强化品质管理、提高质量—提高信誉的良性循环。

3. 名牌战略是品质保证体系的重要内容 “实施国产名牌发展战略，振兴民族经济”是我国目前各行业的奋斗目标，实施名牌战略也是品质保证体系的重要内容。市场竞争是产品竞争，产品竞争是质量竞争，而质量竞争则是品牌竞争，只有发展到品牌竞争的市场，才是比较发达完善的市场。因此，在市场经济的条件下，品质意识一定要升华到名牌意识的高度，企业必须通过自身的形象设计与宣传，创造出新颖高品质的产品，并随品牌效应赢得市场。

当前我国服装工业也确定了创名牌产品的目标，通过努力，形成一批国家级服装名牌产品，并有若干具有国际竞争优势的世界名牌产品。在此基础上，形成一批有相当经济规模的企业群体和企业集团，到2010年，使其中的重点产品能够与我国社会经济发展状况相适应，并成为具有国际竞争优势的世界级名牌产品。

推行名牌战略是一项复杂的系统工程，需要从产品设计开始，在生产管理、市场管理和售后服务的全过程中作出艰苦的努力，需要把服务理念贯注于名牌战略的全过程，使品牌得到顾客的认可、理解、信任和支持，这是实施名牌战略的一个非常重要的方面。

第二节 品质和品质管理的基本概念

一、品质的概念

品质一般包含两种含义，一是狭义的品质，即产品的质量；二是广义的品质，除了产品的质量之外，还包括工作质量、过程质量、工序质量、服务质量等。

对“品质”（quality）这个词亦有多种解释。美国质量管理专家朱兰（J.M.Juran）说：“品质就是产品的适用性”。日本小松制作所则认为：“品质不仅是产品的质量，而且包括产量、交货期、成本和一切工作的质量”。国际标准 ISO 8402—1994 中规定品质的定义为“反映实体满足规定和潜在需要能力特性的总和”，定义中的实体指“可单独描述和研究的事物”，如活动、过程、产品、组织或人以及它们的任何组合。由此可见，“品质”是一个广义的概念。

1. 产品质量 产品质量总的来说，就是产品的使用价值，它反映了对人们需要的满足程度。ISO 8402—1994 则定义为“产品质量是指产品满足规定需要或隐含需要的特性总和”，即可根据产品所具备的自然属性能否满足人们的需要及其满足的程度来衡量产品质量的好坏和高低。产品质量的好坏，反映的是该产品符合既定标准（规定）的程度。

产品的质量可以用质量特性来反映，而用户要求的质量特性是多种多样的，产品质量特性也依产品特点而异，归纳起来有以下几个方面。

(1) 性能。是指产品满足一定用途所具备的功能等技术性质，即产品的使用价值。

(2)使用寿命。指产品在规定的使用条件下,完成规定功能的工作总时间,即产品正常发挥功能的持续时间。如服装穿用的天数、服装设备工作的年限等。用户对产品寿命要求依产品而定。

(3)可靠性。指产品在规定的条件下、在规定的期限内,能够无故障地工作的能力。它反映着产品性能的持久性、耐用性、稳定性等,是在使用过程中逐渐表现出来的时间质量特性。

(4)安全性。是指将伤害或损坏的风险限制在可接受的范围内,即产品在制造、运行和使用过程中保证人身安全与环境免遭危害的程度。

(5)经济性。产品经济性是指产品寿命周期内总费用的大小,一般由价格与使用费用构成。如果两种产品价格相同、性能相同,产品使用费用则是决定用户购买倾向的决定性因素。

对于供方或生产厂家来说,为了保证质量往往把产品质量分成不同层次,定出不同要求,即目标质量、设计质量、标准质量、制造质量以及售后服务质量等。从宏观上说,在顾客的购买力不断提高、需求不断变化和品位日益成熟的条件下,产品质量很难完全满足顾客要求,这就需要企业不断适应市场的新情况,对产品质量进行不断改进,不断提高。

2. 服装品质的内涵 服装的品质不仅是指服装做工的好坏,而是指整个系统,是产品自设计至消费体现其品质的全过程,它包括以下四大内涵。

(1)艺术内涵。服装的设计要符合功能性,体现时尚,并具有文化品位。

(2)技术内涵。包括材料、配件的性能要符合品质标准,对人体在自然状态和运动状态下服装尺度变化的把握程度、制作水平以及服装的选型等。

(3)时效内涵。指对服装流行的号召力、流行的寿命、应时(季)的保证等。

(4)服务内涵。为携带、馈赠、穿着、洗涤、保管等提供的便利条件。

总之,用户要求的产品质量是用户在决定是否购买产品时必须考虑的因素,供方或生产厂家则侧重于研究产品质量应处于怎样的水准才能被用户接受。研究产品质量的最终目的是既满足用户要求,又可以盈利。

3. 过程质量 从品质形成全过程来考虑,产品的过程质量可分为开发设计过程质量、制造过程质量、使用过程质量和服务过程质量。

(1)开发过程质量。是指从市场调研开始,经过产品构思到完成产品设计为止的质量。开发设计过程质量是产品固有质量形成的决定性因素。

(2)制造过程质量。是指通过制造所形成的产品实体符合设计质量要求的程度。由于制造过程质量取决于制造过程中一系列工序的质量,所以又可称之为工序质量。在生产过程中,人、原材料、设备、制造方法、环境、检测等六大因素同时对产品质量起控制作用,过程质量的好坏决定着产品质量的好坏。所以品质管理的重点是在制造过程中及时预防和控制出现的不合格产品。

(3)使用过程质量。是指产品在使用过程中固有质量的发挥程度。它取决于使用环境与使用条件的合理性,使用者的规范操作及日常的维护保养状况。

(4)服务过程质量。是指产品进入使用过程后,生产企业对用户服务要求的满足程度。提高服务过程质量是保证产品固有质量充分发挥的重要环节,也是生产企业维护与提高信誉以