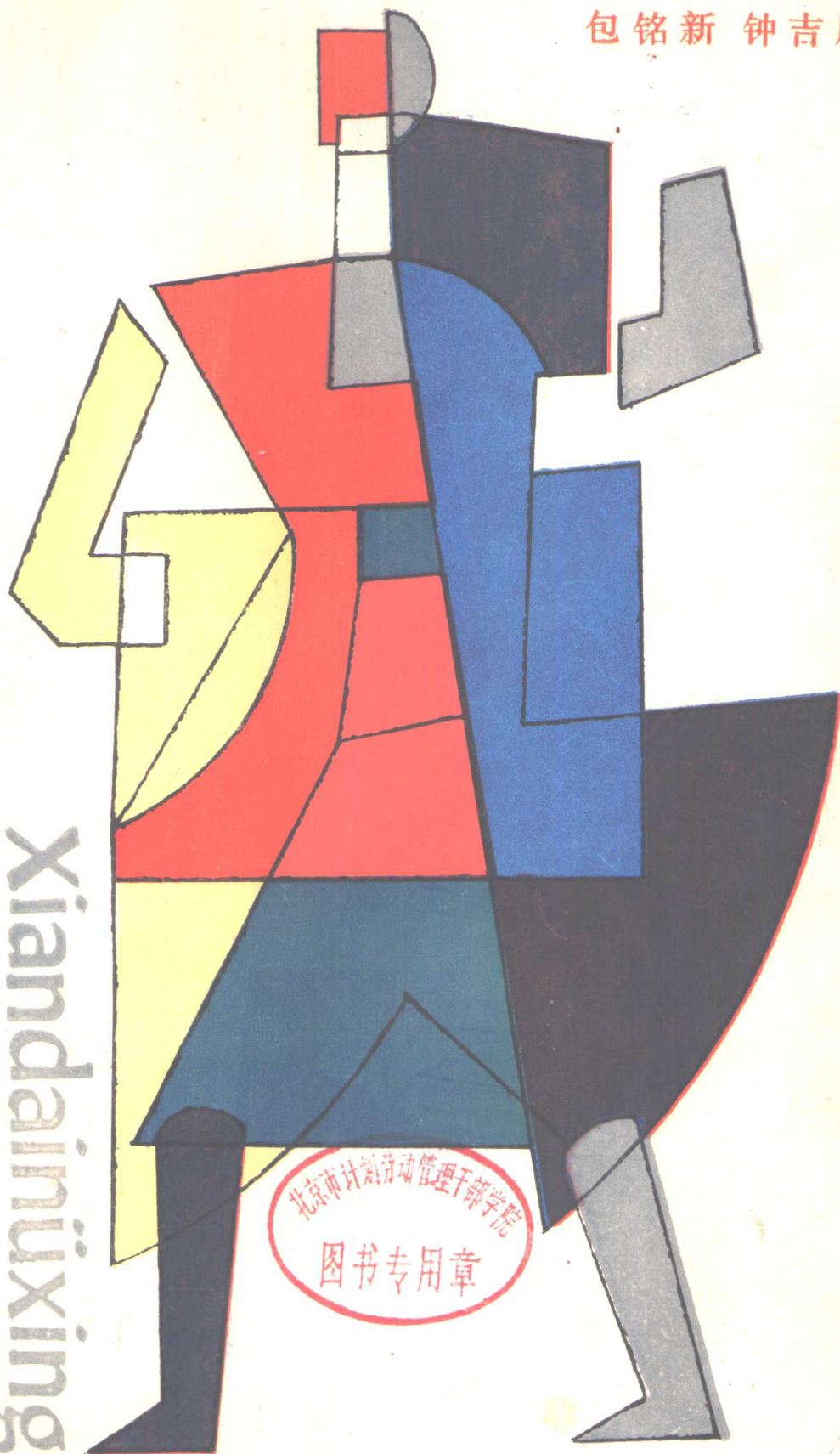


# 现代女性穿着艺术

包铭新 钟吉凤 / 编



Xiandai nǚxing  
chuanzhaoyishu



现代女性穿着艺术

# 现代女性穿着艺术

---

包铭新 钟吉凤 编

上海科学技术出版社

---

**现代女性穿着艺术**

包铭新 钟吉凤 编

上海科学技术出版社出版

(上海瑞金二路450号)

新华书店上海发行所发行 常熟兴隆印刷厂印刷

开本 787×1092 1/16 印张 11 字数 259,000

1988年9月第1版 1988年9月第1次印刷

印数 1 13,000

ISBN7-5323-0903-7/TS·65

定价: 2.80 元

## 内 要 提 要

这是一本关于现代女性服饰修养方面的指导性参考书。着重介绍穿着打扮在社交场合的作用,服饰的款式、色彩、图案、质地的挑选和搭配,服饰与自己容貌体型的关系,购买时要考虑的问题,系统地指导女性读者如何摆脱“外貌不佳”的负担,如何显示自己的气质和风度并增强自己在事业和社交场合中的吸引力,如何选择最适合自己的生活方式的穿着风格,如何既省钱省时又使自己的格调完美,进而实现美好的人生目标。

本书适合初中以上文化程度的女性读者以及关心自己女性亲友的男性读者阅读。

# 序 言

严格地说,穿着艺术并无一定规范,它既随时尚的变化而变化,又由个人嗜好的不同而不同。服饰美依附于人体,而人的肌肤、身材、五官和须眉鬓发,以及性情、气质、生活方式和价值观念千差万别,所以穿着艺术也千变万化不易捉摸。

基于上述理由,奉献于读者面前的这么一本书虽然堂而皇之地冠以《现代女性穿着艺术》这样一个大题目,却难免顾此失彼。编者想做到的,仅仅包含以下几点:

1. 告诉我们女性读者一些服饰设计师的“秘密”;
2. 帮助读者提高视觉审美能力,并将这种能力应用于服饰的鉴赏;
3. 作读者服饰选择配套的顾问;
4. 请读者体会一下色彩对服饰的神奇魔力。

关于最后这一点,本书想通过一条特别的途径来完成。本书的插图都是黑白线条图,哪一位读者如果能细心地按图注一一着色,那么她在阅读本书时不但动了脑而且还动了手。这样,他对穿着艺术一定会有更深的理解,并得到一本自己也参与完成的彩色图书。

音乐、绘画、雕塑、舞蹈……每门艺术都拥有不少业余爱好者。这些爱好者不论是自己亲身参与这门艺术的实践抑或仅仅以旁观的姿态收藏和欣赏,他们的水平很少能接近或超过那些专家(艺术家或鉴赏家)。穿着艺术却迥然不同。每一爱好穿着艺术的男性或女性不但能通过业余学习登堂入室,而且就将服饰美应用于自身而言,她(或他)或许是最高水平的唯一专家。圣·洛朗也罢,夏纳儿也罢,拉格菲尔德、蓓蒂·杰克逊或卡兰·卡尔凡等等都一样,他们成功的秘诀之一是在于了解自己作品的消费者。可是,对我们每一个人来说,只有她自己才能真正了解自己——体态容貌的细微变化,那深藏心底的愿望,那不为人知隐蔽部位的缺陷……所以,要想把穿着艺术的规律尽善尽美地用于自身主要靠自己。难怪美国著名服饰社会心理学家苏珊·B·凯瑟要说:“每个人都可以成为一名服饰心理学家。”我们认为,每个在着装穿戴上追求完美境地的女性,都可以,而且都应该成为她自己的服饰专家。

服饰美常常就在你周围。不论你在大街小巷闲行,或是在餐厅茶座就座,只要你抬眼注意观察并善于发掘,你就会发现数不胜数的衣着得体优美的对象。本书希望能帮助你提高发现服饰美的能力。

你所拥有的最昂贵的衣物,往往是最少穿用和最不舒服的。服饰美和价格并无正比关系。如果你能慎重考虑究竟什么服饰最适合你,并最能表现你的魅力,你就不会轻易受到商业宣传的迷惑而去购买自己并不需要的贵重商品。编者衷心希望在这方面对大家也有所裨益。

随着生活水平的提高,我国消费者对服饰的需求大大提高,一般收入的人也能添置许多衣物而不至于感到囊中羞涩。但是,服饰品并不象存款那样越多越好,如何着装得体、穿戴巧妙已经成为流行的话题。不但普通人要求提高自己的穿着艺术水平,就是服饰行业中的专业人员也深感有此需要。编者在为高等院校服装专业的学生讲课时,以及在和一些服装设计师、服装生产经贸管理人员接触中,都听到这样的呼声。国内外这类书籍为数不少,就我们见到的而言,国内的作品或失之肤浅,国外的作品则有风俗人种方面的种种差异。我们因此检取数种国外作品,根据自己的体会或增或删,编成此书。希望能于上述诸方面有益于广大读者。

包铭新 1988年元月

# 目 录

## 序言

|                  |    |                    |     |
|------------------|----|--------------------|-----|
| 1. 服饰是无声的语言      | 1  | 30. 最重要的水平风格线——裙下摆 | 68  |
| 2. 学会运用服饰的语言     | 1  | 31. 斜向风格线          | 70  |
| 3. 服饰美感的产生       | 1  | 32. 曲线             | 73  |
| 4. 服饰与人体         | 5  | 33. 脸、颈和肩部的形状      | 76  |
| 5. 时装与衣着         | 6  | 34. 对称             | 76  |
| 6. 着装的TPO原则      | 7  | 35. 大小比例           | 78  |
| 7. 著名女性谈自己的穿着艺术  | 9  | 36. 风格的协调          | 81  |
| 8. 衣橱的秘密         | 10 | 37. 面料的统一          | 83  |
| 9. 自我人体形象分析      | 11 | 38. 韵律和节奏          | 85  |
| 10. 匀称的体型        | 13 | 39. 服装焦点之一——色彩对比   | 87  |
| 11. 上瘦下胖体型       | 14 | 40. 服装焦点之二——装饰图案   | 89  |
| 12. 上肥下瘦体型       | 16 | 41. 外轮廓线与造型        | 91  |
| 13. 色彩           | 18 | 42. 传统泳装           | 93  |
| 14. 人的色彩         | 20 | 43. 新潮泳装           | 97  |
| 15. 化妆色彩         | 21 | 44. 修长的长裤          | 97  |
| 16. 化妆与年龄        | 22 | 45. 飘逸的长裤          | 99  |
| 17. 季节与化妆        | 23 | 46. 合身的套裙          | 102 |
| 18. 衣橱的色彩搭配      | 24 | 47. 轻柔的套裙          | 102 |
| 19. 如何选择和搭配服饰的色彩 | 25 | 48. V型服装造型         | 104 |
| 20. 色彩的特性        | 27 | 49. X型服装造型         | 108 |
| 21. 色彩的幻觉        | 29 | 50. 宽松造型——裙        | 110 |
| 22. 服饰与发型        | 43 | 51. 宽松造型——裤        | 112 |
| 23. 比例           | 52 | 52. 服装面料           | 112 |
| 24. 比例的幻觉        | 53 | 53. 纤维             | 115 |
| 25. 裤的比例         | 56 | 54. 面料的重量和手感       | 117 |
| 26. 横向比例         | 58 | 55. 图案             | 118 |
| 27. 线条           | 60 | 56. 图案与织物          | 122 |
| 28. 垂直风格线        | 62 | 57. 图案的组合          | 123 |
| 29. 水平风格线        | 64 | 58. 胸罩             | 125 |
|                  | 66 | 59. 其他内衣           | 128 |

|                |     |          |     |
|----------------|-----|----------|-----|
| 60. 量体裁衣       | 130 | 68. 包袋   | 144 |
| 61. 肥胖女性的衣着要领  | 131 | 69. 首饰   | 146 |
| 62. 上衣与衣袖      | 134 | 70. 腰带   | 148 |
| 63. 精做外套的成衣结构  | 137 | 71. 帽    | 149 |
| 64. 服装结构细部     | 138 | 72. 围巾   | 151 |
| 65. 轻柔型服装的成衣结构 | 139 | 附录: 穿着要领 | 154 |
| 66. 鞋          | 140 |          |     |
| 67. 袜          | 142 |          |     |

## 1 服饰是无声的语言

即使你一言未发,你的穿着打扮已经告诉他人很多东西。你的形象表明你是充满信心还是优柔寡断,锋芒毕露还是深藏不露,奋发图强抑或自暴自弃。外貌能反映人的个性、气质、情绪和感觉。

服装和装饰给予他人的第一印象是非常深刻和难忘的——现代社会的生活节奏是如此迅速,甚至不会留给你一个改善或修正的机会。

服饰在社交中的重要作用不自今日始。在原始社会中,服饰的审美功能就与实用功能同时并存。部落首领使用最鲜艳的鸟羽作头饰,项链上的犷猛牙珠子也最多。随着社会的发展、阶级的分化、社会分工的日益精细,服饰的象征和标识功能越来越复杂。中国历代帝王用冕服来象征其威严,明清的文官用不同的鸟类纹样(仙鹤、锦鸡、云雁等)来区分品级,武官用不同的兽类纹样(狮子、虎、豹、熊等)来区分品级。古罗马的皇帝和将帅凯旋归来时披上绣金的大斗篷。多少世纪以来,服饰一直被用作区分贵贱的标识、权力或财富的象征。

所以,服饰可以表明你是什么人,也可以反映你的追求、理想和情操。B·富兰克林说过:“饮食也许可以随心所欲,穿衣却得考虑他人的印象。”在人生道路上一马当先的人,往往是能巧妙掌握服饰语言的人。他们懂得如何穿戴得恰如其分,以取得周围人们的好感和信赖。他们深知第一印象具有很长的持续作用,而良好的第一印象可以使你易于达到目的和取得成功。在挑选和决定某一场合的穿着时,一定要考虑到这身穿着将会传递怎样的信息。

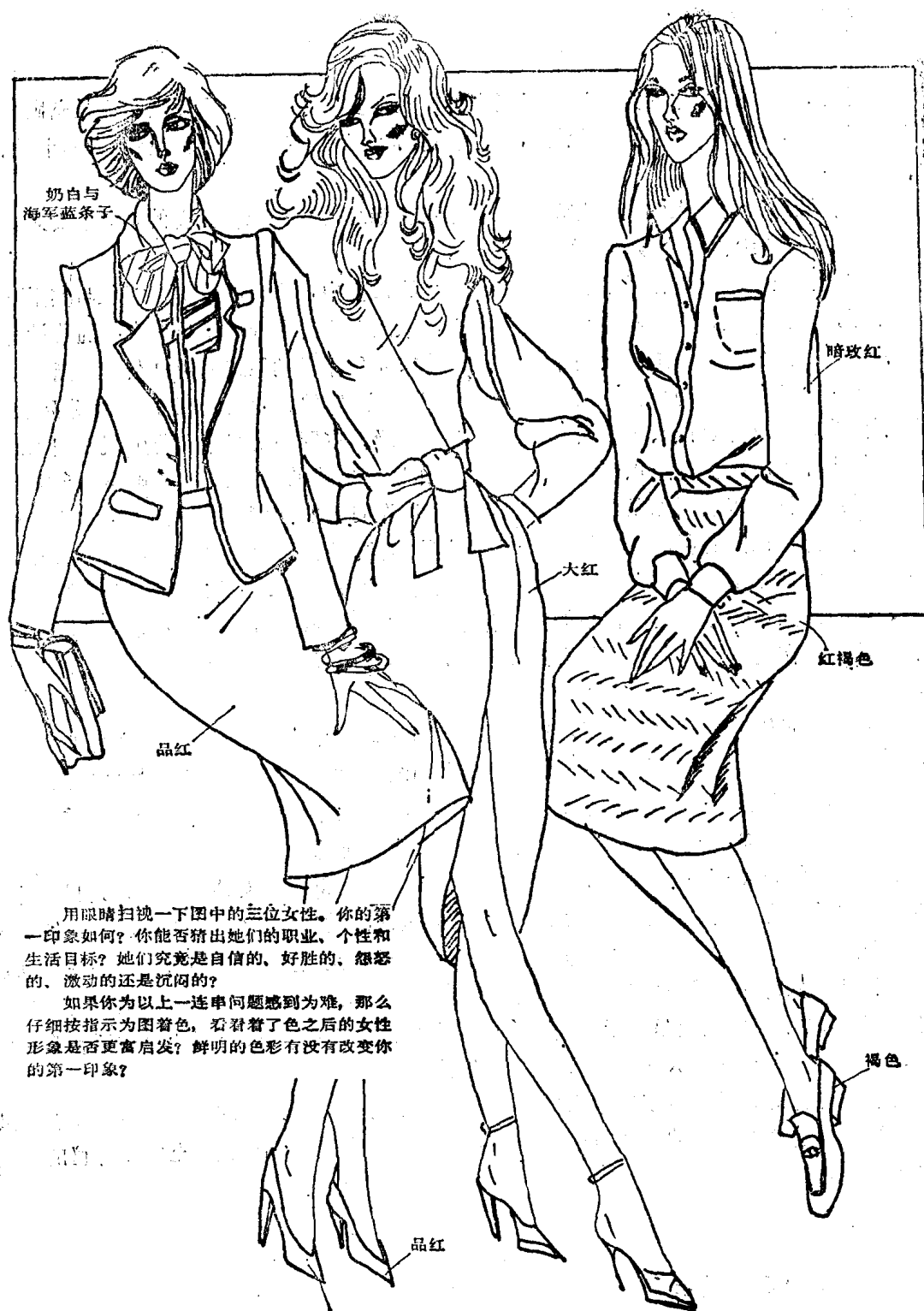
令人满意的仪表并不就是美丽,这两者不可混淆。一个人并不一定非得美丽非凡才能显得自信有力或努力进取。仪表外貌是一个整体,由人体特征、情绪状态和服饰共同构成。但是,当你注意观看一个人,百分之八十到九十的注意力集中于其服饰。服饰是最重要的信号,或者吸引他人作进一步的交往,或者警告他人使之退避躲让。

要使自己的外表称心如意,第一步是进行自我评估。每一位女性都应该找到自己身体上宜于强调的优点。同时,她们也应该发现自己的短处,并加以消除、纠正或遮掩。她们还必须学会运用服饰语言进行表达。那些无视于自己服饰所表达的信息的人们,往往会通过穿着把自己最秘密的情感泄漏出去。她们不管自己那反映情绪的服饰仪表所造成的印象是好还是坏,这种不假思索地呈现于人们面前的形象通常象征着失败、不幸及对生活和自己的不满。这样的形象总使旁人望而却步唯恐避之不及。

着意装饰打扮自己,以取得他人的好印象并非不光彩或不正当的举动。这是吸引和鼓励他人怀着兴趣来观察你的一种方法。在精心妆点的情影里,一个热情、充实和神秘的灵魂在发出邀请。

## 2 学会运用服饰的语言

一位刚毕业的研究生接到一个学术讨论会的邀请。时间正值盛夏,这位研究生是个大



用眼睛扫视一下图中的三位女性。你的第一印象如何？你能否猜出她们的职业、个性和生活目标？她们究竟是自信的、好胜的、怨怒的、激动的还是沉闷的？

如果你为以上一连串问题感到为难，那么仔细按指示为图着色，看看着了色之后的女性形象是否更富启发？鲜明的色彩有没有改变你的第一印象？

图 1

胆的年轻女性,而且非常怕热。当她穿着T恤和短裙来报到时,发现举行会议的宾馆相当豪华,装有空调,与会者也大多衣冠楚楚。在整个会议期间,她总感到人们有意无意投来的目光,觉得不很自在,情绪也因之始终较为低落。会议讨论的题目,本来是其所熟悉和擅长的,但她没有发表多少意见。参加会议的人们也许并不讨厌你轻松随便的穿着,但他们却感到你与大会的气氛有点不协调。这本来是她的一个机会——如果她能慎重考虑一下,穿戴得端庄大方些——可借此向人们宣布,我虽然年轻,似乎未脱女学生的稚气,但并不缺乏学识和见解,在学术上我们是平等的。

另一位女留学生受邀上她导师家中用晚餐。她很重视这次赴宴,因为她希望获得导师的器重。导师邀请她时,措辞相当地随便。她选择的是一套色调雅洁、做工精致的西服,希望这能表明自己是一个认真、讲效率和求上进的人。可是当她到达目的地,打开的大门内走出的是穿戴得既时髦又随便的主妇,浑身上下的色彩浓艳强烈。走进房间,客人们的目光似乎在说:“你确实是个一丝不苟的女性,但有些不合时宜”。这位学生对这种家宴的气氛和性质不了解,她的装束不但暴露了这一点,而且也说明她对自己希望跻身于其间的社交圈还不熟悉。她本应该打扮得更活泼更自在,以表明自己和在座的主客有着同样的生活方式。

在某一特定的场合,一个人如果象上述两位女学生那样穿戴不当,他(或她)的举止就会趋于过份冲动或太拘谨,以掩饰心中不舒服的感觉。他的行为受到影响,很难做到自然大方。所以,人们应该对于自己即将参加的场合作一调查和分析。上述那位女留学生可以侧面或正面了解一下那个家宴的性质和来客是些什么人等等。

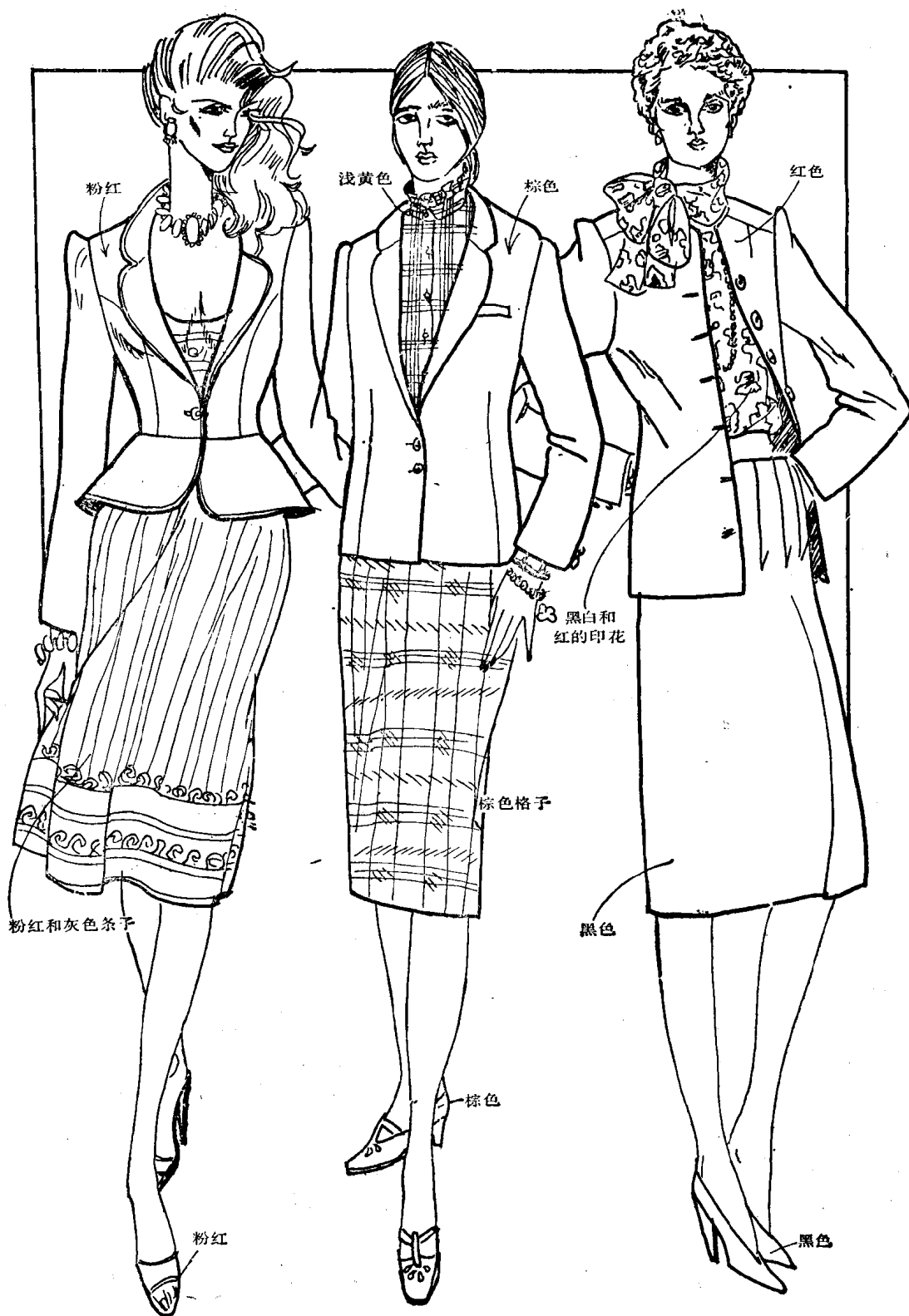
不要让你的服饰语言互相矛盾。例如,穿着打扮得与自己的身份或职业不相称会使人们感到迷惑和不安。服饰是你个人的广告,向社会表明自己的个性和生活目标。一个个人广告的成功基于你對自己仪表给他人影响的了解。懂得旁观者一瞥中的含意,然后就能树立适合于种种特定场合的个人形象。

公众希望一个人的形象能结合其个性与场合环境。以下再举三个成功和失败的例子,请读者体会一下服饰形象语言的运用技巧。

一、一个女秘书喜欢穿着开口很低的上衣和紧裹臀部的裙子上班。她的工作需要她在男性的领导和同事之间来回跑动。她的到来伴随着一阵香风。她的鲜艳衣着既吸引人的目光又使人感到有点窘迫。尽管她工作努力,办事效率也不低,但人们对她的印象仍然不佳。她的衣着打扮似乎告诉人们:“我是一个多么漂亮时髦的女性,工作对我来说是第二位的。”这种形象与她的工作职责不相符——形象产生的效果抵消了她工作的成绩。

二、这是一个在外贸公司工作的中年女职员。她穿着很朴素——款色陈旧,色彩黯淡。尽管她工作很努力,能力也不错,可是好几次富有诱惑力的机会她都失去了——被一些衣着更时髦、打扮得更精神的同事争取到了。这个妇女失败的原因之一是着装的欠考虑。她的衣着似乎在说:“我是个安份守己的人,我对目前的状况很满意”。而且,公司的领导人也许会从她的衣饰推断她交际的能力不强,认为她的整个形象在谈判或推销等与客商打交道的场合中显得不那么具有竞争力和吸引力。

三、一位老同志被任命为一所高等院校的服装系的主要领导人。上任时,她脱下多年穿惯了的宽大两用衫,换上精致的西服套裙,其样式色调都经过仔细推敲。她这一身服装就向师生们宣布:“我支持你们把自己的形象打扮得更美——能打扮自己的人才能为他人设计生产美丽的服装,我能欣赏你们的作品,我自己对服饰的爱好也可以证明这一点”。结果,她受



三位女性都穿着套裙西装, 但不同的款式、色彩和风格可以决定穿着者的外观是放荡不羁, 或是勤恳但过于拘谨, 或是自信而不失时髦的。你喜欢其中的哪一位?

图 2

到了大家的欢迎。

一个人必须感觉到自己服饰所造成的效果。人总是在不断地发展和变化,她的服饰也应随之而发展变化。不同的时间、地点和场合应该着用不同的服饰。在一些重要的场合或高级的场所,一些微妙的服饰细节往往举足轻重,一位职业妇女如果具有不逊于任何男同事的事业心,一个相思的少女如果想使她那不知情的心上人多看她一眼,一位初上讲台的青年女教师要使她那些调皮捣蛋的男学生承认她的权威……她们都得学会用自己的衣着仪表来说话。

### 3 服饰美感的产生

美感或审美经验,是指人们欣赏着美的事物所产生的一种愉悦的心里体验。这种愉悦是人所独有的,它是如此强有力,可以使你忘却忧虑,感到陶醉,并永不满足。美感的产生,则要涉及感知、想象、情感和理解等诸多心理因素。

美感产生于事物的心理活动之间的交流。世界上的美有着不同的种类和层次,而服饰美基本上是一种应用的美和感性的美。人们想依靠服饰之美来妆点自己的青春和生命,但并不想把青春和生命全都耗费在穿着打扮上。不过,服饰美也能升华,甚至可以达到“至乐无穷”的境地。洁白婚礼服之对于幸福的新娘,故国衣冠对于遭受亡国之恨的人民……这样的例子不胜枚举。

服饰美的感知包括简单的感觉和较复杂的知觉。感觉中以视觉最为重要。“衣裙窸窣、佩玉丁冬”之类的听觉效果所起的作用极其有限。服饰的线条、体积、色彩、图案和质感,都要首先施之于视觉。由于服饰美离不开穿着,所以也有赖于穿着时的机体觉(也被简称为触觉),包括衣料的手感和服装的舒适感。舒适感属于生理快感。可视为服饰美感的一种初级形式,或者看作是有助于产生服饰美感的重要因素。服饰的形式美和舒适感是紧密相关的两个概念。虽然前者求诸美术设计,后者得之于科技设计,但在现代服饰设计中,这两者的差距并不如有些人想象得那么大,而且必须相互配合,不能截然分开。

感觉是对服饰个别特征的反映,知觉却是对服饰整体的把握。知觉是在感觉的基础上形成的。没有对某件服装款式、色彩和质地等属性的感觉,就不能形成对整件服装的知觉。但知觉判断并不等于审美知觉。九龙十二章袞服曾经具有的威严或狰狞之感,一件轻薄连衫裙带来的清新飘逸,与色彩鲜艳的海滩服一起跳跃扭动的青春躯体所透露的旺盛生命力,这些才是审美的知觉。乍看之下,审美知觉完成于弹指之间,但是,正如电子计算机能在一瞬中动用它的全部信息储存,这里也已牵涉到观察者的全部生活经验和主观趋向,包括他的价值观、好恶、美好或痛苦的回忆,从而不可避免地有着想象、情感和理解地参与。

一件从北美原始民族服饰中汲取灵感的时装可以使你联想起远古的图腾崇拜;1984年中国发布的流行色组(由青铜绿、头蓝、茜红、铁轨灰等组成)使人想起商周的钟鼎艺术;一件绣花肚兜使你爱子幼时的天真形象重现脑海——这就是审美中的知觉想象。

服饰本身并不具备什么情感,但是观察者或穿着者根据自己的经验而产生的联想却可以赋予服饰以种种不同性质的“情感”,西方美学家鲍桑葵和桑塔耶那称之为事物的第三性质(大小厚薄等客观性质为第一性质,红绿冷暖等感知性质为第二性质)。逢年过节的新衣

服所表现的欢乐喜庆,披麻戴孝或黑色丧服所流露的悲痛哀悼都属于这类知觉情感,要是与其它审美经验的要素(感知、想象、理解)按一定比例配合达到一种自由和谐的状态,即能产生美感或审美情感。

审美过程中的理解因素可分为几个不同方面。就服饰审美而言,主要是指对服饰的设计技巧、程式、造型规律、流派风格和象征意义的理解。理解的另一方面是指区分虚实,即把真实生活与艺术虚构加以区分。这在服饰审美活动中很容易被忽视。人们总是倾向于把所见的美丽服饰与自我形象相结合。在观看时装表演时,人们常常忘却,表演的时装是设计师用以夸张地表现他们对流行趋势的理解和把握及其设计意向的。

当一门艺术可以满足实际需要的时候,它就有了伦理道德方面的职能。服饰艺术既然是一门实用艺术,服饰美感的产生就离不开价值观的左右。持孔孟之道的人和清教徒,都无从欣赏现代女性时装之美,一件比基尼可以使他们暴跳如雷,那泳衣的色彩、图案或质料对他们形同虚设,他们见到的只有伤风败俗。崇尚节俭的人首先考虑服饰的价格;讲实际的人往往高度重视服装的功能性和舒适性;重社会价值的人力求把自己穿着打扮成“好公民”,希望自己的服装能得到上司或邻居的赞许——对于这些人来说,纯粹形式的服饰美是次要的。

服饰美的被感知,还要依赖于人们对服饰的审美态度,即对服饰兴趣的大小,对服饰美的注意程度以及对服饰行为所抱有的审美期望。各种不同的价值观,对服饰审美态度的影响最大。兴趣的大小,依人们对此花费的时间、精力和金钱而定。不同年龄和性格的人,其对服饰注意和感知的方式也不一样。例如儿童往往把一件服装分成许多局部来感知,而成人的整体感较强。局部分开被感知与整体被感知不一样。服装设计师常对某一细节进行刻画或强调(如领式、袖型、腰带、肩线和纽扣),让这一细节首先吸引你的注意,然后逐步转移,这样就可使你按设计师的意图去感知其作品的美。

对服饰美感产生过程的了解和认识,将有助于你的服饰审美趣味和能力的提高。

#### 4 服饰与人体

服饰美有异于其它艺术——服饰美依附于人体。人们常说一件服饰如何美。这种赞赏可以包含三层意思:首先是这件服饰本身的美;其次是这件服饰能显示穿着者人体的美;进而人们还要求服饰能增添人体的美。

漂亮的款式、流畅的线条、和谐的色彩、精致的做工、新奇的构思以及衣料的质地和图案等等,这些无疑是服饰美的要素。但服饰不仅是画在纸上或挂在衣架上供人欣赏的,服饰必须是能穿能戴的东西。服饰是人的背景、是人的补充,是人生舞台的道具。

丝巾可衬托出脸的妩媚;牛仔裤能显示腿的矫健;风衣有助于表现举止的潇洒;精制西服能增添气派;连衫裙可展现女性的飘逸……但是请记住,如果你有一头美发,就不要用闪闪发光的首饰;因受阳光抚弄而黝黑健康的颈脖,不需再围上重重巾饰;在琴键上跳动奔弛的纤长手指,不应套上过于沉重的戒指;既然你的胸脯宽阔强壮,请解开上装和大衣纽扣对它的束缚,让它象大海一样起伏……还有,涂脂抹粉也无妨,但不要掩盖了你的脉脉深情;耳环和佩玉的叮咚,一定要与你举手投足的节奏相符。总之,服饰要与人的四肢、五官、肤色、体魄、气质以及个性相协调。

穿戴装饰,事实上就是自我形象的设计和塑造。人们最关心的不是作为局部的一件衣服或饰物的精美,而是作为整体的外观形象。这外观形象是服饰与人的有机组合。

每个人都有自己的理想形象。当你在镜前顾影自怜,或在躺椅上沉思冥想,——一个理想的自我悄然出现。这个自我形象虽然随着你年龄、阅历和兴趣的变化而变化,但始终在脑海中伴随着你。有人崇拜英雄豪杰,有人以风流小生自居,有人以大家闺秀为规范,有人如小家碧玉天真自然;有人从衣衫裙帽到一颦一笑都模仿影剧演员;有人却追求企业家的气度派头。他们的衣饰都要帮助完成这种理想形象的塑造。

另一方面,在不同历史时期的不同国家、民族和文化圈中,又存在着人们共同的理想形象。例如,唐代妇女喜丰腴浓艳;宋人素雅重意蕴;元蒙豪奢华美;明人俗丽而富于生活情趣。又如,十五世纪时欧洲在战争与瘟疫(黑热病)的摧残下,人口剧减,因而妇女以多产为荣,怀孕妇女的形象成为追求的理想,连新娘也流行穿一种叫奥布朗的宽大长袍,宛如即将分娩的孕妇。十六至十九世纪的欧洲以成熟的女性为至美,强调胸部和臀部的丰满。二十世纪二十年代,欧美妇女追求一种“男孩子”风格的形象——容貌天真纯洁,手足纤细而胸部平坦,因而女服造型转为H形,装饰细节集中于腰腹部。五十年代欧美妇女曾一度风行使用胸垫,追求一种性感的曲线;六十年代一变以苗条为美,几乎到了越瘦越好的地步;八十年代又转而追求一种纤长、矫健的体型。

因此,作为一名服装设计师,一定要熟悉不同的人体,了解各种人的兴趣、需要和理想,理解不同社会的价值观,把握住时代的脉搏和节奏感。同时,作为服饰消费者的每一个人,都是自我形象的设计师,通过对服饰的选择和搭配,表现出他(她)对服饰的审美素养。

## 5 时装与衣着

什么叫时装?时装就是某一时期内某一群体的穿着样式。但是,这个简单的定义并不能消除一般人的迷惑,如果她们想把那些时装行业发布的商业性时装流行趋势预报运用于自己的实际生活的话。时装的主要特征是变化不定,变化不定的东西总使普通人感到难以捉摸。设计、生产和销售时装的时装业是一个巨大而复杂的系统。对于不同年龄、职业、体型、经济收入和生活方式的消费者,时装业发出不同的信息,以满足她们不同的需求。一个人如想要参考所有的时装信息,她将面临浩繁而艰巨的工作。但是,只要她能分析自己的体型,判断自己的生活、社交和工作环境的需求,以及确定自己希望表达的信息或塑造的形象,她的迷惑就能消除一大半,她要进行的选择也就变得易于进行。她只需专注于了解适宜于自己的时装信息,忽略那些与自己不相干的东西。

了解一下国际时装的产生与传播很有益。最新的流行样式一般产生于欧洲,如法国的巴黎、意大利的米兰和英国的伦敦。最新样式价格昂贵,带有一定的试探性。这些新样式往往与当时的流行样式迥然不同,乍看惊世骇俗,令人难以接受;同时又能激起好奇的兴奋。这种新奇感具有很大的新闻性,新时装样式以广告和评论等形式出现于报刊、杂志和电视台。消费者们也许嗤之以鼻:“谁会穿这种衣服!”当然,世界上无论什么地方都不乏不顾实际情况拼命追求时髦的人,美国著名的《妇女时装日报(WWD)》诙谐地把她们称之为“时髦的牺牲品”。时装发布会上的新奇样式很少直接用于实际生活,其中仅有最成功的样式才会被采

高级时装设计师的构思往往为各种不同层次的商品系列所运用，某一特征则可能影响到多种不同的品种。例如，图中最前的那件高级时装中的泡袖同时影响了普通服装中的高领外套和女衬衫。

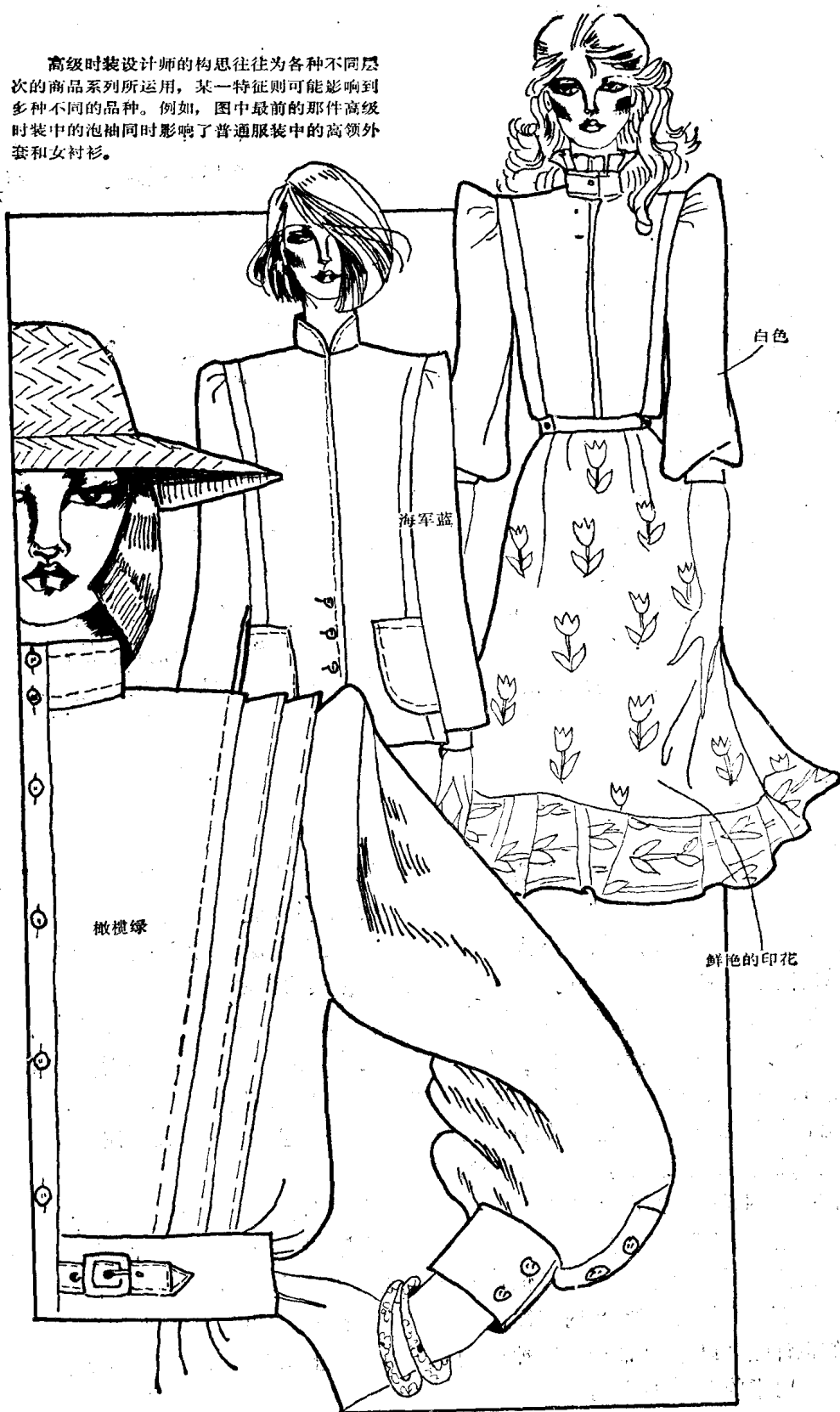


图 3

纳,并需加以修正使之更加实用。欧洲以外地区的时装设计师,常常将欧洲发布的流行款式加以变化,以符合当地的风俗爱好,并具有商业上的竞争力。这种时装使用昂贵的面料,追求独特风格和细节刻划。这就是国外所谓的高级时装。

高级时装制作量极小,价格之高令一般人望而却步。其中最成功的样式,又被修改变化运用于中等水平的时装市场。在高级样式的选择和决定之前,还要进行小批量试投市场和消费者反馈调查统计。最受欢迎的样式被大量复制,不受欢迎的就被淘汰。这类时装的消费对象,既希望自己不落伍于时代,又不希望自己显得太摩登,同时也无力或不愿意支付高级时装的昂贵价格。最成功的新样式可能会一年复一年地流行下去,从而就变成“古典服装”,因为这种服装对很多不同体型和场合来说都是很相配的。

然后就轮到了大众市场。最畅销的高级和中级时装被仿制成人人都能买得起的商品,用的是普通面料,过于夸张和奇异的特征被删改,使得广大的普通消费者都能接受和乐意选购。

最终是廉价市场。慢慢变得过时的服装在这里以极低的价格被推销出去。这些服装的色彩和样式已经失去了消费者的青睐,使用的衣料质量低劣。

国外时装就是这样产生、流行和过时,经历由高到低的市场变迁和传播过程。国内的时装变化周期与此不完全相同,但随着这几年的飞速发展,慢慢也会汇入国际时装潮流中去。

不要忘记时装业也要符合经济规律,服装厂和时装店都必须获得利润。时装业必须创造出卖得出去的样式,必须鼓励和刺激消费者不断地更换和购买服装,新样式的迅速更替有利于这个目的的实现。不同的消费者需要不同的时装。在五彩缤纷的时装橱窗面前,一位聪明的现代女性决不会看花了眼——因为她的目光只逗留在能提供有助于实现她生活目的和适合于她生活方式的服装品种上。

## 6 着装的TPO原则

着装的TPO原则,是指选配和穿着服装时要考虑时间、地点和场合这三个因素,不要一味追求时髦流行,东施效颦;也不能不修边幅,以不变应万变。TPO就是时间、地点和场合的英文单词的词头。

着装的时间原则,首先是指要区分每天早上、日间和晚上的服装。清早起来,可以穿着运动衣去长跑打拳;准备早点和用早餐时也可穿睡衣;在院子里掇弄花草可围上围裙……总之,清晨的服装应该随便一些。白天上班或上街购物,服装应该整洁得体,既不要过于随便,也不宜太过豪华。晚上赴宴或上戏院等固然应穿得隆重考究一点,就是合家团聚用晚餐,也不要拖拖鞋披旧衣,丈夫既然端端正正,妻子更应该注意修饰容貌,不妨略施粉黛……西方人是非常重视晚上这段黄金时间的穿着的。

随着我国人民生活水平的飞速提高,生活内容也会日益丰富。一个人如能把整天穿着的服装都考虑周到,你就会增强生活的信心和乐趣,改善你在周围人们心目中的形象。任何时候都要穿着得体(当然并不是都要盛装),因为就在你自以为遇不到熟人而衣衫零乱腌臢邋遢之时,许多师友亲朋偏偏会不期而至。其次,穿着要适应四季的变换,不要因流行而夏天穿着拖沓累赘或冬天衣装单薄,这可算常识。此外,服装要有时代感,以复古名义出现的服装都要经过变化,以使能和时代节奏合拍。时刻注视时装潮流变化,不使自己在别人心目