

时装消费与女性发展研究

董海峰/著



科学出版社

时装消费与女性发展研究

董海峰/著

福州大学马克思主义学院
马克思主义与当代发展文库

资助出版

科学出版社

北京

内 容 简 介

本书基于第一手调查资料,以及丰富多样的调查方法,为研究提供了扎实的数据基础。既能够对女性时装消费进行多维度的描述统计分析,又能够比较全面地发现影响女性服装消费行动的因素,还能够找到影响较大的因素,从而为效应和对策的探讨奠定了科学理性的基石。

本书不仅研究女性时装消费的特点和影响因素,也探讨效应和对策,在同类研究中亦属首创。本书论证了女性外在美消费对女性全面发展的正面效应;对于女性婚恋拜金主义等负面效应的消解,除了强调女性自我发展的重要性,也强调男性参与和政府参与的重要性。

本书关注城市已育青年女性的服装消费,有助于端正和增进人们对女性服装消费的认识和理解,最终促进女性发展、性别和谐与社会和谐。因此,本书适合所有在消费社会中感到迷茫和渴望实现婚恋性别和谐的读者阅读。

图书在版编目(CIP)数据

时装消费与女性发展研究 / 董海峰著. —北京: 科学出版社, 2017.3

ISBN 978-7-03-051651-0

I. ①时… II. ①董… III. ①女性-时装-消费者行为论-研究 IV. ①F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 020330 号

责任编辑: 刘英红 / 责任校对: 郑金红

责任印制: 张 伟 / 封面设计: 华路天然工作室

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

北京京华虎彩印刷有限公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2017 年 3 月第 一 版 开本: 720 × 1000 1/16

2017 年 3 月第一次印刷 印张: 15 1/2

字数: 310 000

定价: 78.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

序 言

弟子董海峰的学术专著就要被科学出版社推出，在为她感到欣慰的同时，我也欣然接受请求，为她的第一本学术专著的正式出版作序。

岁月如梭，与海峰的初识是在 2002 年的 1 月，那时我应邀主持福州大学人文学院社会学硕士点第一届研究生的毕业论文答辩，作为该系的青年教师，海峰担任答辩秘书。海峰留给我的第一印象很不错，从电视台转到高校任教，需要价值观和生存方式的巨大转变，即使痛下决心，那潜移默化与岁月一起沉淀下来的主持人风格、气势与性情，也很难一下子为高校教师的文化意识和行为方式所取代。如果不提起过往的工作背景，真的看不出来她与其他教师有何差别，她的普通话很标准，也很悦耳，是一位认真负责、非常称职的答辩秘书。

我们师生关系的建立，完全得益于 2003 年厦门大学政治系、社会学系和人口研究所合并，成立公共事务学院，随后我在 2007 年开始指导女性社会学方向的博士生。2009 年海峰考入厦门大学，成为我的博士生，开始了福厦两地往还、教学读博并重，将近 5 年的不平凡经历。

随着读博过程的不断推进，我对海峰的了解也在逐渐加深。在我的记忆里，海峰虽然个性不喜张扬，甚至还有点内敛，但是有激情，不论是登上福州大学的讲台、出现在诗歌朗诵会的现场、在我们望海学村年夜饭时发表感言，还是主持母校厦门大学 95 周年华诞全球校友专场文艺晚会，我们都可以看到激情燃烧的海峰，并被她昂扬的气势、深厚的情感和激越的声音吸引。难能可贵的是，海峰还把这种激情贯穿于攻读博士学位的始终，这期间不论遭遇到多少困难，甚至挫折，海峰都是用这种激情来鼓舞和勉励自己，不忘初心，一直向前。我以为，一个好学者，首先应该是心怀激情的学者。在这一点，海峰博士是合格的。

海峰还有着根植于善良与责任的爱。出于对教学和学生的双重喜爱，

她常常将大量的课余时间用于辅导学生，把不好讲的思政课程变成学生喜欢的课，还在第三届福建省高校思政课教师教学竞赛中拿下第一名的好成绩。源于对母校的感恩和热爱，她克服各种困难，硬是挤出时间参与承办厦门大学 95 周年华诞全球校友专场文艺晚会，她多次熬夜、几经修改撰写晚会主持稿。后来，由于晚会导演方案重组，之前撰写的主持稿被全面推翻，但海峰不顾个人得失，全力跟进，用极大的集体荣誉感和对母校的情感，圆满完成整个晚会的主持工作。更令人欣慰的是，海峰也把她的爱投入学术研究中。从当年开办一家女性服装店滋生出来的对女性服装消费的偏好，演变为专著的选题，并在热爱的引领下，用两年的时间在反复查阅文献和多次试调查的基础上，完成含有 198 个问题的问卷设计，接着又用 5 个月的时间，分别对各 120 人的男女研究对象进行问卷调查，为研究的推进和深化提供了非常丰厚的第一手资料来源。

在我的记忆里，海峰是脚踏实地、认真用心的。即使是她擅长的诗歌朗诵、各种活动的现场主持，她也不分场面大小、重要庆典还是一般聚会，都会认真以待，在幕后做大量而充分的准备，确保每一次都万无一失、尽善尽美。认真，不能出差错，也许是电视人的职业习惯，但要延伸到研究领域，那就是学术人所必备的一种文化自觉和规范意识。从博士课程学习到各种学术活动的参与，可以说，海峰始终保持着认真与扎实的态度，把自己的研究理想与学术情操紧紧地结合在一起。也许每一次的学术现身还存有遗憾，每一篇学术成果还有提升的空间，但海峰都在这些成果呈现之前及呈现的过程中，为了达到最好的状态与效果而竭尽全力。

当我们翻开她的第一本专著时，就会发现，当这些良好的学者精神素质与一个既定的研究目标相遇时，它们的产出一定是充满质感的。以我之见，这部书是值得一读的。

首先，这部书把我们带进一个每天都置身其中，甚至我们自己也一起装点的女性服装世界，那是走过闹市的一抹惊艳，那是从商场女装部传来的一片赞叹，那是长长 T 台那端款款流淌过来的色彩缤纷。作者并不仅局限于简单的展示，还呈现不少可以领略与理解这个世界的切入点和视角，如与岁月一起流动的历史视野、女性和男性的性别比较视野。更为重要的是，她在赞美当代中国女性对外在有形形象尽情追求的同时，又呼吁向外在无形形象，特别是向内在素养与气质转化和提升的辩证视野。美丽的选题与多元的透视，让这部书本身就充满外在与内涵和谐统一的美感和期待。

其次，内容丰富、数据翔实。海峰用有近 200 个问题的问卷对 240 位

被询问对象的调查,尤其是接近一半的关于被调查对象对美、时尚和服装的认识与追求,以及服装消费支出水平与结构的问题询答,为本书提供了非常丰富的第一手资料,这不但可以更加系统完整地对中国女性的服装消费主观态度、审美水平与经济支出进行量化的描述,发现一些集体特点与规律性表现,而且借助对其中 16 位被调查对象的深入访谈,以及近一年半开办一家女性服装店的参与式观察,更加深入地分析与了解中国女性的服装消费模式,特别是对这种服装消费模式的形成与个体差别,以及女性服装消费与男性之间的性别差异。例如,当代女性服装消费的目的,虽然也会“悦人而容”或“悦男性而容”,但已经很少一味地迎合男性的审美标准,而是充满自我意识的“以悦己为前提的悦人”,还有“以悦女性为前提的悦男性”。对品牌服装符号意义的认识,也大部分从在意“面子”转化为追求“品位”,更多地强调“只要喜欢和合适就行”,显示出更明显的以自我为重的个性化倾向。在对时尚的追求、服装消费的绝对和相对规模、服装消费的费用来源等方面,也显示出更多的理性和自主性,超支付能力的超前消费、依靠丈夫出钱的服装消费的占比都已经不高。所有这些都反映出,现代中国女性正逐步成为服装消费的主人,服装消费正成为展示女性个性美感与消费实力的一个重要指标。

最后,约占全书四分之一篇幅的理论分析应该是最值得深读的。海峰把韦伯的社会行动分析模型与社会性别理论结合起来,在女性发展的视野下,建构了中国女性服装消费行动的分析理论。她认为,中国女性的服装消费行为主要取决于行动者自身、行动目的、工具手段、情景条件,以及规范规则等影响因素,在这些因果关系中,中国女性本身的价值观念、心理因素、兴趣爱好和社会交往,悦己还是悦人、悦女性还是悦男性的行动目的,女性文化程度、职业发展和经济实力的工具手段,以及包括婚姻法、劳动法和妇女权益保障法在内的规范规则,综合体现出女性发展在女性服装消费行动中所发挥的决定作用。实证检验结果表明,与女性发展有关的影响因素,特别是女性的经济收入水平、自我意识、对时尚的态度等变量的作用更为显著和重要。与此同时也发现,这些女性发展变量的影响方向并不是都与理论预设相一致,为读者参与思考与今后的继续研究留下了可以作为的空间。我以为,在本书的理论分析部分,最有价值的发现,就是对中国女性服装消费理性化的分析,即这是一种受到女性自身发展不充分而不得不呈现出来的理性。所以,我们可以预测,随着中国男女平等基本国策的全面落实和女性群体平等发展的全面实现,建立在足够的经济实力和较高的文化品位基础上,以悦己为主要目的,真正意义上的理性化服装

消费，才会成为中国女性生活方式的一个重要组成部分，成为既显示平等发展成果又推动更好性别发展的一个测量与动力兼具的关键因素。

当然，在有所收获、有所贡献的同时，我认为，海峰也留有一些需要以后去努力弥补的遗憾，以下两个方面应该是最值得顺势而为和探究的：一是对性别比较用力不足，女性研究首先应该关注的是与男性的性别差异，而后才是女性群体内部的差别，只有通过系统而深入的性别比较，才能发现最为显著的性别差异，才会有重点地去解释这种性别差异。二是对理论建构还应深思，重要概念的科学界定、内涵识别、量化测度，尤其是理论创新的思路与体现这些思路的指标，如何融入前人的理论建构之中，从而把创新所产生的更为科学、更有效力的理论解释呈现出来，是需要着力解决的重要问题。当然，需要完善的创新研究绝对要比低水平的重复研究更有意义，更值得投入。从这个意义上来说，海峰留下的一些学术遗憾其实也是阅读这部书的一个价值，吸引读者也加入女性服装消费这个美丽的研究领域。

一个学位，一本专著，虽然占用了海峰整整5年的时间，但所产生的后发效用可以终身享用。对于过去的学术经历，这是一个总结和纪念，而对于未来的书香理想，这则是一个起点和激励。相信海峰将永远会用注满激情、热爱与心血的方式，让自己昂首阔步行进在推进性别和谐的道路，而且，越走越充满一个优秀知识女性的性别自信，越走越发现自己就是一道亮丽的风景线！

海峰，谢谢你！你将用心撰写的专著呈现给广大读者，我将最美好的祝福送给你和你的未来！

叶文振

（中国妇女研究会副会长 厦门大学博士生导师）

2016年11月13日于榕城闽都大庄园

前 言

改革开放以来,在时装消费的过程中,女性不断探索着自我、追寻着自我、表达着自我、实现着自我,她们享受着快乐美好,也承受着痛苦煎熬,有的因此沉沦,有的就此重生。

作为一位热爱生活、热爱美好的现代女性,笔者深深地懂得时装消费对女性的深刻意义。但作为女性生命中重要的另一半,许多男性显然没有能够完全看懂这一切,甚至严重误读了这一切,对于他们而言,时装消费更多的是女人的肤浅,是男人的负担,于是男性与女性之间的种种隔阂罅隙隐隐地由此而生,又借此蔓延扩展,最终在性别之间裂开一道难以跨越的鸿沟。笔者在自己和他人的生活中体验观察到了这一切,深感不安,因此,总是期望研究女性社会学的自己能够做些什么,将性别之间因女性时装消费而生的鸿沟弥合,这就是本书研究的初衷。

希望本书对女性时装消费特点和类型的描述归纳,能够使人们在女性发展的视野下对女性的时装消费有更客观、更准确、更理性的认识。

希望本书对女性时装消费影响因素的挖掘,能够让男性和女性自身都能懂得,对时装消费的追求,是消费社会中自我意识逐渐增强、追求自我全面发展的女性难以抗拒的必然。

希望本书对女性时装消费正面效应的探究,能够使男性和女性自身对女性的全面平衡发展拥有更高的期待和更强的信心。

希望本书对女性时装消费负面效应的探究,能够使人们,特别是女性,认识到这些问题对女性进一步解放和发展的无形阻碍。

希望本书对女性时装消费负面效应对策的探寻,能够使男性和女性看到长期被忽略的男性问题与责任,看到爱、情感与精神在这个物质世界的巨大能量;也使女性看到自我发展对消费自主性和独立性的终极意义。

令笔者深感欣慰的是,在问卷调查过程中,虽然许多受访女性对问卷

题量太大、需要长时间填答多有抱怨，但她们同时表示，这份问卷很有意思，她们对很多问题平时或有很深的感受或有模糊的认识，但从未认真地思考过，这份问卷让她们开始重新审视自己的消费与生活、情感、事业的关系，很有意义。毫不夸张地说，女性朋友们对本书的兴趣与肯定是笔者克服重重困难最终完成研究的巨大精神支持。

在现代消费社会，男性与女性之间的性别和谐遭遇着种种现实考验，引发了无尽的困惑迷茫。但笔者相信，面对困惑，无论男性、女性，无论个体、组织，只要我们深刻地思考、深入地研究，以及真诚用心地沟通，反思并修正各自的思想言行，明确自身的责任担当，鸿沟终将弥合，阴霾终将散去，性别发展、性别和谐终将实现。

目 录

序言

前言

第一章	绪论	/1
	第一节 研究缘起	/1
	第二节 研究框架	/8
第二章	女性时装消费的描述分析	/53
	第一节 女性时装消费的具体表现	/53
	第二节 女性时装消费的主要类型	/65
	第三节 女性时装消费的性别关系	/69
	第四节 女性时装消费的基本评价	/73
第三章	女性时装消费的解释分析	/75
	第一节 女性时装消费的一元回归分析	/75
	第二节 女性时装消费的多元回归分析	/127
	第三节 影响女性时装消费的其他因素	/139
第四章	女性时装消费的效应分析	/142
	第一节 女性时装消费的正面效应	/143
	第二节 女性时装消费的负面效应	/153

第五章 女性消费行动的对策分析	/162
第一节 女性自身的努力	/163
第二节 男性的努力	/177
第三节 政府的努力	/187
参考文献	/197
附录 女性时装消费调查问题（女士问卷）及变量赋值情况	/205
后记	/235

第一章 绪论

第一节 研究缘起

笔者所攻读的博士学位是女性社会学。女性社会学自诞生以来就赋予了自身推进女性发展、促进性别平等、构建性别和谐的重大使命，笔者之所以决心攻读该学科的博士学位，亦是因为怀着同样的强烈愿望和责任感。那么，为什么选择“女性时装消费”而不选择更为宏大的课题作为博士毕业后第一部专著的研究方向呢？毕竟，女性的时装消费似乎只是女性浅薄、虚荣、无理性的表现，与女性发展、性别平等、性别和谐事业好像无甚关联。

笔者不得不承认，锁定这一选题，很大程度上缘起于笔者本身对时装消费的热爱。多年来，笔者在时装消费方面耗费了较多的时间、精力和金钱，甚至曾有过创办、经营服装销售店的经历。作为一个从事学术研究的知识女性，笔者内心深感惊惶，期望能够一举两得，将多年来自己在时装消费方面的实践、体会、观察和思考转化为学术研究所需的资料。

还有很重要的原因，即在经营服装店的过程中，笔者发现，陪同恋人、妻子选购服装的绝大多数男性都会表现出不耐烦甚至厌烦的情绪，当女性在兴致勃勃地试穿服装时，他们或阴沉着脸沉默不语，或总是摇头说不好看，或干脆远远地走开。男性显然“不给面子”的表现自然令他们的恋人或妻子深感不快，于是女性开始抱怨经济状况的拮据和生活的种种不如

意。这使我意识到，女性的时装消费已经不仅只是与“美”有关的简单问题，它还是一个与女性自身发展、家庭性别和谐甚至与社会和谐有关的复杂问题，颇值得探究。

而除了时装消费，女性个人消费还有诸多项目，如美容、美体、美甲、美发、鞋帽、坤包、珠宝、首饰、旅游、休闲、娱乐、健身、整容等。

面对女性被琳琅满目的商品与服务纷扰得“意乱情迷”的情形，男性大多不屑一顾或深感不满。而在消费世界中徘徊徜徉的女性则陷入了深深的惶惑之中，追逐与逃避，肯定与自责，交相缠绕回旋在女性的心田。

女性的消费大多是不理性的吗？

女性为什么总在不停地消费？

女性的消费对女性发展而言利弊何如？

男性是女性消费无辜的“受害者”吗？

女性为满足消费欲望而持有的婚恋拜金主义如何被解构？

.....

对于这些问题，人们总是能够很快地给出这样的答案——女性不停地消费，就是因为虚荣，女性消费是不理性的，女性消费使女性更加浅薄、无知，很多女性会为了满足自己的物质欲望而出卖自己的尊严、自由、身体、爱情和婚姻，女性膨胀的欲望使男性被压榨、被羞辱，男性是女性消费的“受害者”。

很少有人意识到，其实这些看法仅仅是从生活的个案中得出的带有以偏概全色彩的感性认识，在没有经过科学论证之前，它对女性自身、性别平等与和谐而言是不负责任、轻率的断言，而且，在某种程度上，它对推动现代女性的进一步解放和发展也是一种无形的障碍。因为男性会认为，女性从父权制下解放出来又为肤浅的美和消费欲望所束缚；女性越解放就会越拜金、越功利化，并因此出现新的性别不平等——女性对男性从精神到物质的压迫。所以，女性不必再解放和发展了。而事实却是女性解放和发展的事业还远未完成。

这些在生活中的观察和思考常常冲击着笔者，使笔者越来越强烈地意识到，对于女性社会学的研究者而言，有必要也有责任通过科学研究，在女性发展的视野下，客观地描述和评价女性的消费行动，全方位地解析促成女性消费行动的诸多因素，理性地认识女性消费行动的效应，积极地探寻消解女性消费行动负面效应的对策，以促进性别之间的相互理解和尊重，推动性别平等与性别和谐，并在此基础上促进女性的进一步解放和更完善的发展。

女性消费是一个很大的研究领域,只有确定一个集中的范畴,研究才能更加深入细致,而女性的时装消费是女性消费中比重最大的一部分——华坤女性消费生活调查中心^①的问卷调查数据表明,从2006年起,在服装方面的消费开支已经连续8年成为女性个人最大比重的消费开支。加之,笔者长期以来在时装消费方面有着较为丰富和深入的实践、观察、体会和思考,所以,笔者选择“女性时装消费”作为研究选题。

虽然选择这一课题源于笔者内心的强烈呼唤,但由于女性时装消费的范畴较为具体,给人的第一印象可能会是选题太单薄、太浅显,难以写成一部有深度的学术专著。因此,在初定这一选题时,笔者内心忐忑不已。但随着对前人相关文献资料的收集、梳理、阅读和思考,笔者逐渐领悟到服装研究和女性时装消费研究对于社会科学研究的重要性,并在此基础上认识到了本课题研究的现实意义和理论意义,因此笔者越发坚定了选择这一课题的决心。

首先,从古至今,无论东方西方,也无论何民族、何种族,人类的服装都承载着丰富的社会符号意义,反映着特定的社会结构和社会关系,是人文社会科学研究的重要范畴。

人类从蒙昧、野蛮走向文明之后,服装不但成为绝大多数种族、民族的人们在社会交往中几乎须臾无法离开的第二层皮肤,而且是塑造人的个体外在形象最大面积、最显眼、最重要的部分,由此服装逐渐具有了表达人类情感、价值取向和表征人们社会地位、阶层所属的强大符号功能。因此,服装绝不仅仅是人类的遮羞布,各式各样的服装承载着丰富的人文信息,反映着复杂的社会结构和社会关系,是人文社会科学认识人、认识社会很独特、也很重要的视角。

人类进入阶级社会后,等级和地位的最明显标志之一就是服装,无论东方还是西方皆是如此。在古代欧洲,一些政府通过法令对各阶层的服饰进行强制规定,涉及服装的色彩、款式、材质、长度和佩戴的饰物。例如,在古罗马,农民的服饰只能有一种颜色,官员可有二种,军官可有三种,而王室成员则可以穿七种颜色的服装。在法兰西,查理四世的法令规定:只有公主和公爵夫人才能穿丝绸服装;地位较高的女子才能戴高级毛皮手套;按照穿衣者地位的高低严格限制服饰的数量和质量。在英格兰,爱德华三世统治时期的法令规定:只有王室成员和收入超过1000英镑的贵族可

^① 该调查样本取自北京、上海、广州、宁波、成都、长沙、哈尔滨、兰州、青岛、大连等大中城市,每年调查的女性样本数量通常达到1000人以上。

以穿貂皮衣服和有珍珠装饰的服装。亨利八世颁布的法令规定：伯爵夫人必须穿拖裙、束腰带，而男爵夫人和地位较低的女子，则不能这样打扮自己（布罗代尔，1992）。

我国从周代到清代对不同社会阶层的服饰都有明确的限制，主要表现在色彩和材质两个方面。从服饰的材质方面看，战国至秦汉，平民百姓只能穿“褐衣”，褐是用粗麻布做成的短衣。西汉时的商人，被禁止使用锦、绣、绩、縠、縠、纱、縠。在唐代，流外官、庶人、部曲、客女、奴婢只许穿绸、绢、托、布^①。在宋代，庶人只许穿布袍。在元代，庶人只许穿暗花料、丝、绸、续罗、毛。在明代，庶人男女不能穿锦、绮、丝、绦、罗，更禁止穿金绣闪色衣服，商贾之家只许穿绢、布衣，还禁止商贩、典吏、仆役、娼优穿用貂裘。在清代，五品官以下不得用蟒缎、妆缎，八品官以下不得用大花缎纱。

从衣服颜色方面看，皂、白两色为低贱等级的颜色。西汉时，苍头、白衣褐巾为奴隶的颜色，庶民禁止穿红色和紫色衣服，只能穿青、绿两色的服装。

古代各国的统治者不惜动用法令严格规制不同阶层的衣着饰品，因为这是区分不同阶层、不同群体最直观、最直接的方式。而到了近代，服装亦成为女权运动的重要推进手段之一。正如法国小说家、文学评论家法朗士所说，“假如我死后百年，还能在书林中挑选，你猜我将选什么？我既不选小说，也不选类似小说的史籍，朋友，我将毫不迟疑地只取一本时装杂志，看看我身后一世纪的妇女服饰，它能显示给我们的未来的人类文明，比一切哲学家、小说家、预言家和学者们能告诉我的都多”（李当岐，1995）。

1850年，美国的女权运动支持者 Amelia Jenks Bloomer 采用一种灯笼裤的款式作为妇女解放运动者的制服加以推广。而之所以选中该款服装，是因为这是一款非常裤装，它并不像裙装那样符合男性对女性的审美标准，但它使女性的行动更加自如便捷。19世纪90年代，在风靡一时的“自行车热”中，姑娘们纷纷穿上这种灯笼裤，无声但强烈地表达着女性解放和发展的诉求（陈培青和鲍刚强，2008）。

20世纪初，女装设计师可可·香奈儿的服装设计作品之所以深受女性的喜爱，是因为她的设计理念具有女权主义的革命性意义。她设计的时装抛弃了因强调曲线而约束甚至残害女性数百年的束身衣，改用不强调曲线的直线条剪裁，为女性塑造出优雅而又自然、纤细而又实用的时装，因此，

① 本书中文古代文献均转引自：姚建平. 消费认同. 北京：社会科学文献出版社，2006.

世人的评价是“她的作品不仅改变了人们看待女性外表的方式，也改变了女性看待自己的方式”（崔亚岚，2012）。

20 世纪 70 年代，在西方女权主义运动的又一轮高潮中，女性再一次以服装这种外在的方式表达独立思想，她们将超短裙、吊带装等体现女性特征、讨好男性审美的服装束之高阁，换上了长裤、西装等干练、中性化的服装（Riv，2006）。

而在 21 世纪的今天，随着现代文明社会民主、自由、人权理念的践行，虽然各个职业对人们的着装有一定的特色要求，如上班时需穿着统一定制的职业装，衣着需整洁大方庄重等，但绝大多数国家和地区对人们生活中的着装并没有任何规定。除了一些极其特殊的职业，如军人、警察等，国家层面对各阶级、各阶层人们的服装服饰没有法规上的明确限制，人们选择穿什么及怎样穿，绝大多数时候取决于一定客观条件下人们对自己主观上的认识和定位。

简略回顾人类的服装发展史，特别是女权主义运动中服装元素的运用，我们可以清晰地看到，服装不仅仅是运用各种材质制成给人们遮羞蔽体的“物”，更是人类社会结构和社会关系的深刻反映，因此，对服装问题的研究是认识人类社会生活非常重要的方面，绝非肤浅、单薄之选。

其次，在人类进入消费时代之后，消费亦是丰富意义符号的载体，女性的时装消费是女性生活的重要方面，也是消费时代的重要方面，反映着不同时代的性别关系和性别结构，社会科学对这一范畴的关注研究应当能有所收获。

随着工业化社会的到来，由于社会分工的广泛化和商品的多样性、丰富性及符号性，人类逐步进入消费社会，即大量、频繁、广泛地进行消费，特别是符号消费成为现代社会人们生活的常态，这是人类社会具有重大决定性意义的转变，它深刻地影响了人类的思维方式、行动方式和生活方式。人们消费什么、为什么消费、怎样消费都反映着复杂的社会关系和社会结构，因此，对消费行动的研究决不仅是营销学推进商业销售的需要，也是人文社会科学学者认识人、认识社会的需要。而女性的时装消费应当引起学术研究的关注——在现代社会，时装消费已成为众多女性生活的重要内容，我国华坤女性生活调查中心 2006~2013 年的调查数据显示，服装服饰方面的开支连续 8 年都是女性最大一笔个人消费支出。而不同阶层、不同群体的女性为什么消费服装、消费什么服装、怎样消费服装、依靠什么方式和途径消费服装？看起来肤浅、无理性的女性时装消费与女性的理性发展是否具有某种逻辑联系？女性时装消费会带来什么问题，在消费社

会中又该如何解决这些问题？这些疑问的背后蕴含着深刻的时代背景，也蕴藏着性别关系和性别权力结构的密码，值得女性主义研究者深入探究。

基于对“服装”和“女性时装消费”在社会生活和社会科学研究中重要性的认识，笔者以为本书研究具有以下几个方面的现实意义和理论意义。

本书的现实意义表现在以下两个方面。

第一，有助于促进男性与女性之间的相互理解和尊重，在消费社会的时代背景下推进性别平等与性别和谐。

人类有两种基本性别，即男性和女性，性别和谐是人类社会和谐十分重要的组成部分。但在现代社会，部分女性消费欲望膨胀严重伤害了性别和谐，并在一定程度上影响了社会和谐，而构建和谐社会迫切需要在消费社会背景下推进性别和谐。

时装消费是女性消费比重最大的部分，人们常说“女人的衣柜里永远缺一件今天穿的衣服”，这句话暗含着女性的自我解嘲，也包含着男性对女性贪婪、虚荣的负面评价。本书在女性发展的视野下，客观地描述和评价女性的时装消费，并以此为基础比较全面地探究影响女性不断进行时装消费的因素，使男性了解到女性时装消费背后有着十分复杂的影响因素，包括女性自身的因素和外在的因素、社会性的因素和自然性的因素、心理性的因素和生理性的因素等，如自我意识的增强，爱美的天性，审美旨趣随年龄、经历、职业而发生变化，自我认知的探索需要过程，发泄不良情绪、表达理想自我的需要，追求职业发展和社会交往发展及个性发展的需要，以及体重、体形发生变化，这些女性的自身因素都会影响女性的时装消费。同时，外在的情境条件，如自然环境四季变换的规律，逐利的资本总是在制造新时尚、新卖点的特性，服装设计、生产行业的蓬勃发展，服装销售商的营销手段，都会不断刺激女性的时装消费。

在了解了女性时装消费背后这些错综复杂的影响因素之后，男性没有理由继续武断地以“贪婪、虚荣、无聊、不理性”来评价女性的时装消费，取而代之的有可能是理解与尊重。

本书还探讨了女性时装消费等消费欲望扩张所导致的女性婚恋拜金主义现象，表面上看，女性的婚恋拜金主义纯粹是女性对男性的压迫，它使那些努力工作但经济状况欠佳的男性深感压抑，甚至无法享受正常的恋爱、婚姻生活，严重破坏性别和谐乃至社会和谐，但是，除了自利、虚荣、浮躁等女性自身的因素之外，女性婚恋拜金主义的背后，也有男性和社会环境的因素。例如，各收入阶层男性的情感忠诚程度和情感细腻程度普遍