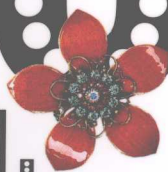


服饰

FU SHI



导购技巧

练红 主编

DAOGOU
JIQIAO



化学工业出版社

服饰POP

导购技巧



服饰 FUSHI

导购技巧

练红 主编

DAOGOU
JIQIAO



化学工业出版社

· 北京 ·

本书通过对面料、色彩、风格等服装基本知识的分类和阐述,对消费者的形象分析和比较,对服饰搭配要点的解析以及作为服装导购应知的管理知识等几方面内容的归纳和总结,帮助从事服装销售和导购的人员较为全面地了解和学习服装专业知识,提高专业素养及导购技巧,以此提高服装销售的针对性和成功率。

本书既适合作为服饰导购人员的培训教材,也适合作为服装相关专业学生的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

服饰导购技巧/练红主编. —北京:化学工业出版社, 2008.2

ISBN 978-7-122-02042-0

I. 服… II. 练… III. 服饰-销售-基本知识
IV. F724.783

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第013213号

责任编辑:辛 田
责任校对:周梦华

装帧设计:尹琳琳

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装:化学工业出版社印刷厂
720mm×1000mm 1/16 印张10 字数183千字 2008年5月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 36.00元

版权所有 违者必究

前言

作为服装营销的终端——服装导购及销售人員，不仅需要了解与服装相关的面料、色彩、风格等基本知识，还需要了解什么样的人适合什么样的服装、如何搭配服饰形成不同的服装风格等专业知识。

本书就是针对上述需要而编写的。全书通过对面料、色彩、风格等服装基本知识的分类和阐述，对消费者的形象分析和比较，对服饰搭配要点的解析，帮助从事服装销售和导购的人员较为全面地了解和学习服装及相关专业知识，使之具备较高服装专业知识和职业素养，以此提高服装销售的成功率。本书既适合作为服饰导购人员的培训教材，也适合作为服装相关专业学生的参考用书。

本书第一章由四川大学轻纺与食品工程学院的申鸿和成都纺织高等专科学校的练红共同编写，第二章由四川大学轻纺与食品工程学院申鸿编写，第三章由四川大学轻纺与食品工程学院吴晶编写，第四章由成都纺织高等专科学校王琳兰编写。全书由练红统稿、审核。

本书积累了作者在服装设计和销售实践过程中的实际体验，以及在服装教学中的一些经验，希望能与读者进行广泛的交流。如果本书中存在不妥之处，还望得到同行与读者的指正。

编者

2008年2月

目录

■ 第一章 服装基本知识	1
第一节 服装的分类	2
一、按商业习惯分类	2
1. 童装	2
2. 男装	3
3. 女装	3
4. 少女装	4
5. 少淑女装	5
6. 淑女装	6
7. 职业装	7
8. 家居服	7
9. 休闲装	8
10. 运动(休闲)装	9
11. 内衣	9
二、按服装风格分类	10
1. 淑女风格	11
2. 运动风格	11
3. 职业风格	12
4. 中性风格	13
5. 民族风格	14
6. 街头风格	14
7. 学院派风格	15
三、按服装用途分类	16
1. 日常生活	16
2. 工作环境	17
3. 社交礼仪	19
第二节 服装的号型	21
一、号型概念	21
1. 号型定义	21
2. 体型分类	22

3. 号型标志	22
4. 号型与成衣尺码的对应关系	22
二、人体尺寸测量	24
三、号型与体型的对应关系	26
第三节 服装色彩基础知识	26
一、色彩的基础知识	26
1. 色彩的三个属性	26
2. 色调感	27
二、色彩心理与情感	28
1. 色彩的情感效应	28
2. 色彩与人的个性特征	31
3. 色彩情感规律的应用	31
三、服饰色彩的搭配规律与原则	32
1. 对比色搭配	32
2. 近似色搭配	33
3. 主色调与点缀色	34
4. 代表性色彩的服饰搭配原则	35
5. 多件服装搭配的原则	37
第四节 服饰的风格搭配	38
1. 休闲风格服饰搭配	39
2. 中性风格服饰搭配	40
3. 运动风格服饰搭配	40
4. 民族风格服饰搭配	41
5. 街头风格服饰搭配	42
6. 淑女风格服饰搭配	43
■ 第二章 服装面料知识	45
第一节 常用服装面料的特性	46
一、常用服装面料的材料特性	46
二、面料织造的基本知识	47
1. 纤维种类	47
2. 织物结构	48
三、常用服装面料的风格特征	49
1. 天然纤维面料	49
2. 化纤面料	60

3. 皮革、皮革类面料	62
4. 混纺、交织面料	63
第二节 服装吊牌的知识	65
1. 水洗标识	66
2. 干洗标识	67
3. 晾干标识	67
4. 熨烫标识	67
5. 漂白剂漂白标识	67
第三节 面料的鉴别与洗涤保养	67
一、面料鉴别的方法	67
1. 燃烧法	68
2. 感观法	68
二、类似纤维辨别分析	70
1. 棉纤维与麻纤维面料	70
2. 毛纤维与真丝	70
3. 锦纶与涤纶	70
4. 腈纶与丙纶	70
三、服装的洗涤和保养	70
1. 水洗	71
2. 干洗	73
3. 常用服装面料的洗涤及保养	73
4. 不同品种服装的洗涤与保养	75
第四节 服装辅料	77
一、辅料的种类与特点	77
1. 功能辅料	78
2. 造型辅料	82
3. 装饰辅料	86
二、辅料、里料与服装的关系	87
1. 辅料和服装的关系	87
2. 里料与服装的关系	87
■ 第三章 顾客分析	89
第一节 顾客形象分析	90
一、服装与人的体量感协调	90
1. 人的体量感	90

2. 服装的体量感	91
3. 体量感的协调	93
二、人体肤色与服装色彩的搭配	94
三、符合不同气质型人的服饰搭配	99
1. 阳光型	99
2. 古典型	100
3. 戏剧型	100
4. 亲和型	101
第二节 塑造穿着效果的视觉平衡	102
一、人体体型分析	102
1. 体型比例	103
2. 体重	103
3. 体态	103
二、针对特殊体型顾客的设计	103
1. 身体高大型	103
2. 身体高瘦型	105
3. 身体矮胖型	106
4. 身体矮瘦型	108
5. 筒形身材	109
6. 塑造穿着效果的服饰搭配	110
三、利用图案纹样修饰和改善体型	114
1. 纹样的形式与位置不同对体型的影响	114
2. 色彩变化因素	115
3. 制作工艺的影响	115
四、面料材质对外形的影响	117
1. 服装材料的作用	117
2. 不同类型的面料的造型特点	117
3. 不同材质的搭配对外形的影响	119
五、服饰搭配的常见误区	122
1. 女装	122
2. 男装	123
■ 第四章 导购管理	125
第一节 导购员的角色定位和素质要求	126
一、导购员的角色定位及重要职责	126

1. 导购员的角色定位	126
2. 导购员的重要职责	126
二、导购员的素质要求	128
1. 积极的心态	128
2. 非凡的亲合力	128
3. 意识要求	128
4. 良好的人际沟通	129
三、礼仪规范	129
1. 导购员应给顾客树立的整体形象	129
2. 导购员的情绪	130
3. 仪容仪表要求	130
4. 着装要求	131
5. 正确的举止礼仪	132
6. 恰当的服务姿态	133
7. 标准的技术动作	134
8. 言谈礼仪	134
9. 电话礼仪	137
四、导购流程	137
1. 日常工作流程	137
2. 服务工作流程	139
第二节 顾客心理分析	142
一、消费心理分析	142
1. 消费需求的特点	142
2. 顾客消费的心理	146
二、处理顾客投诉的技巧	147
1. 平息顾客投诉的重要性	147
2. 顾客投诉产生的原因	147
3. 顾客投诉处理的原则	148
4. 顾客投诉的处理	148
■ 参考文献	150

第一章

服装基本知识



本章导读

今天，穿衣打扮已经超越了人的生理需要，而成为塑造社会形象的需求，各种服饰搭配的方法与特点成为了人们津津乐道的日常话题。了解不同类别的服装特点，理解成衣的号型含义，熟悉服饰色彩的表征意义，把握服饰搭配风格的特征等，是我们认识服饰与搭配服饰的基础。



第一节 服装的分类

人类历史发展到今天,服装的种类很多。由于服装的造型、品种、用途、制作方法、原材料的不同,各类服装表现出不同的风格与特色。由于不同的分类方法,导致我们平时对服装的称谓也不同,因此,我们需要了解常见的服装分类方法和内容。

一、按商业习惯分类

根据服装市场的商业营销习惯进行分类,服装一般分为童装、少女装、少淑装、淑女装、职业装、男装、女装、家居服、休闲装、运动(休闲)装、内衣等多个品种。

1. 童装

童装是儿童服装的总称。儿童群体为0~14岁的人群,年龄跨度比较大。童装除了衣服外,还包括帽子、鞋子、袜子等。

当今的儿童服装款式多样、种类繁多、色彩鲜艳、富有童趣,与儿童在成长过程中生理、心理以及体型不同时期的特征密切相关。大部分童装款式造型简洁大方、较为宽松,具有良好的功能性、舒适性,便于活动;少部分童装因为参加比较隆重的生日或宴会等场合,也有刺绣、细褶、花边、裙撑等礼服样式,较繁杂,有仿成年装的趋向。

童装面料注重舒适、保暖、吸湿、弹性、卫生、保护等作用,另外,大多耐磨易洗涤。如今的童装受时尚流行的影响,经过改造和改良的天然纤维与化学纤维面料大量使用在童装上。

消费特点

童装的消费群体显得比较特殊,他们没有经济能力,审美观还没有形成或是不成熟,大都由儿童的父母或长辈选购,尤其是婴幼儿服装市场。另外,中国儿童的穿着由父母说了算的传统观念还存在,家长重视更多的是童装的实用性、安全性,同时也希望能够满足孩子一定的心理需要,这就要求童装的功能性和美观

舒适性必须兼而有之。

2. 男装

男装指的是成年男子穿的服装。见图1-1。

男性在社会、家庭中所扮演的角色,决定了男性所必须要树立的形象。这在服装上有非常明显的体现。一直以来,男性着装严谨,服装根据不同的场合有明显的实用性,反映穿着者的素养、气质、地位和审美观等。因此,男装的特点首先需要满足男性角色的需要。

现代男装的特点

►款式造型简洁大方,做工精细,追求造型上的细节变化,例如丰富的图案、流畅的线条,装饰手法多样,有趋于中性化的趋势;

►棉、麻、皮草、针织面料、混纺交织面料得到广泛使用,体现出了男性追求舒适、休闲、时尚的时代特点;

►色彩丰富多彩,色彩已不再是女装的专利,男士也需要多姿多彩的面料色彩来调剂心情,表达对生活的感悟,例如,花色各异的服装,丰富多彩的领带等。

男装的消费特点

正因为男性的角色需要,形成了男性的特殊着装心理。大部分男性选择服装,目的性强,实用、合适为首选。女士逛街几小时可以一无所获,男士则几分钟就可以买到满意的服装,这是生活中常见的情况。追求合体和服装的质量档次以及品牌内涵,以显示身份,是男性选购衣服的重要原则。

3. 女装

女装特指成年女子穿的服装。见图1-2。女装在服装类商品中销售最为活跃。原因不在于成年女性人数众多,主要是因为女装的款式设计变化丰富,女性天生爱美的天性,使得她们成了一个庞大的消费群体,从而激发了服装市场的女装生产与销售。

当今女装的特点

►女装设计款式造型丰富,风格独特;女装款式设计注重细节以及整体搭配的风格变化,女装款式受流行影响大;

►女装色彩、图案不拘一格,各式色彩都可以大胆尝试,纯色或者混色、中性色或者鲜艳明亮的色彩,卡通或者民族图案,均可拿来装扮自己;

►棉、麻、丝、毛、皮等天然纤维面料,涤纶、氨纶等化纤面料,混纺交织等新型面料被大量使用在各式女装上。



图1-1 男装



图1-2 女装

女装的消费特点

► 成年女性经济能力稳定，或有一定的经济来源，在服装消费上的支出相对比较固定，女装市场被看好，发展空间很大；

► 女装消费从产品消费向品牌消费过渡，着装理念更加趋于成熟和理性，追求品质成为女装消费趋势之一；

► 职业女装趋向时尚化，具有时装的时尚性、休闲性，又适合工作场所的穿着需要，高级职业装成为当今大多数职业女性的新宠；

► 中老年女装市场仍然短缺，从市场情况来看，年轻、时尚化引领国内服装市场潮流，特别是35岁以下的年轻女性服装，市场货源较为充裕；但适合45岁以上中老年女性的服装货源较少，款式、规格、型号少，选购空间较小。

4. 少女装

少女装通常指年龄在12～18岁之间的少女穿着的服装。见图1-3。由于生活水平的提高，少女身体发育更充分，在少女时期，已经出现比较明显的凹凸有致的女性曲线；心理上，她们带有儿童的天真，又有个性表达的愿望。因此，少女穿成年女性衣服与童装都不太合适，需要有适合少女特点的少女装来满足市场的需要。

少女装的风格特点

► 体现少女清纯、活泼的年龄特点，款式简洁大方，与个性协调；

► 身体曲线不过分强调，分割线柔和，各种褶皱、蝴蝶结、花边等装饰，显得可爱；

► 色彩清纯、亮丽、明快、甜美，具有浓郁的青春活泼特点；

► 用料多为纯棉、麻或弹性布料，易于打理。

消费特点

少女大都是学生，经济上尚未独立，属依赖型消费群体，因此多数少女装的

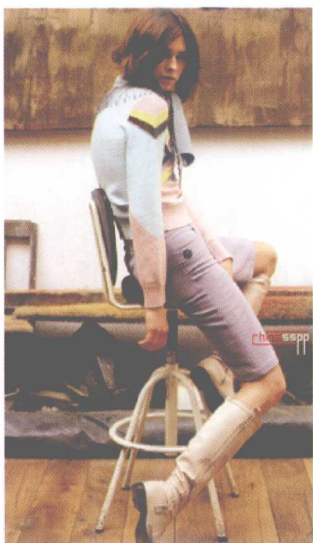


图1-3 少女装

价格适中，适合学生的消费水平。

5. 少淑女装

少淑女装是介于少女装与淑女装之间的服装。见图1-4。有少女装的童真、可爱，也有淑女装的文静、优雅，带有一点成熟女性的味道。在一定程度上满足20岁左右，追求时尚，可爱、斯文，有点女人梦想的年轻女性。



图1-4 少淑女装

少淑装的风格特点

- 款式简洁，色彩明快而柔和，不张扬，适度地强调女性身体曲线；
- 面料多为天然材质的棉、麻、毛等，面料外观品质细腻、精致；
- 蕾丝、花边、蝴蝶结、褶皱等女性化装饰细节大量运用。

消费特点

消费群体多为经济上刚刚独立的年轻女性，虽然可以自主地追求时尚流行，但收入不丰，属于自主型与依赖型并存的消费群体。

6. 淑女装

淑女装并不就是淑女的穿衣打扮，一般意义上的淑女装指服装风格非常女性化的，适合20～35岁年轻女性的着装类别。见图1-5。



图1-5 淑女装

淑女装的风格特点

➤ 体现女性淑女风范和气质，款式造型多为X、O、A型，H型比较少，简约大方；

- 色彩明艳、素净、柔和，常用浅蓝色、粉色、米白色、米黄色等；
- 材质多为天然的棉、麻、丝、毛以及混纺面料，舒适而大方；
- 注重细节表达，层叠飘逸、花朵点缀、镂空图案、刺绣花纹、蕾丝、花边、荷叶边、褶皱等大量使用。

淑女装一方面能展现年轻女性的落落大方与温婉动人，另一方面也能满足女性参与社会活动的需要，从而深受年轻女性的青睐。

消费特点

追求质量与品质，追求名牌消费。



7. 职业装

职业装是区别于生活、休闲类的服装,是从事各种劳动的工作服装,必须满足劳动过程中的工作要求。职业装与人们的职业性质密切相关。职业装种类繁多,针对性很强,有特定的穿着场合,针对特定的人群,还承担着一定的社会标识作用。在日常生活中,职业装有相同含义的其他名称,如:产业服装、工作服、作业服、制服、办公室着装、工装、劳动服、劳防服、劳保服、防护服等;另外,也有直接以用途冠名的称谓,如酒店服、安保服、迎宾服、校服、护士服、手术服、演出服、特种服装等。见图1-6。



图1-6 职业装

风格特点

- 具有时装化的趋势和风格,与纯粹的时装相比又相对更注重其职业风格和要求;
- 同样款式、面料的职业制服则表现了一种群体风格,从量的聚集上更具统一性;
- 职业女装是职业时装中最具活力、最受时尚影响的一个服装品种。

消费特点

大部分职业装的消费对象针对具体的人群,通常是以团体的形式进行订做或者是直接团购服装。

8. 家居服

家居服是围绕家庭主题而穿用的服装,有比较强的时间性与场合性,市场上常见的家居服有晨间装、厨艺服、园艺服、睡衣等。见图1-7。

晨间装是吃早餐、看报纸,直至换上上班装前的过渡性服装,它的特点是透气性好,比较保暖,一般采用纯棉面料,此类家居服装主要消费群体为对生活水平要求较高的上班族人群,一般家庭的晨间装沿袭的就是比较正式点的睡衣;厨艺服是在厨房穿用的,特点是在棉制套装上涂了防水涂料,如果沾上油盐酱醋,