



纺织服装高等教育“十一五”部委级规划教材
东华大学服装设计专业核心系列教材

主编 刘晓刚

MAD EIT O MEASURE

高级定制服装概论

许才国 鲁兴海 编著

东华大学出版社



纺织服装高等教育“十一五”部委级规划教材
东华大学服装设计专业核心系列教材

主编 刘晓刚

高级定制服装概论

许才国 鲁兴海 编著

上海市重点学科建设项目资助
项目编号 B601

东华大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

高级定制服装概论/许才国,鲁兴海编著. —上海:东华大学出版社,2009.11

(东华大学服装设计专业核心系列教材/刘晓刚主编)

ISBN 978-7-81111-647-2

I. 高… II. ①许… ②鲁… III. 服装—概论
IV. TS941

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 182196 号

责任编辑 徐建红

封面设计 李峻 周武

版式设计 高秀静

东华大学服装设计专业核心系列教材

高级定制服装概论

许才国 鲁兴海 编著

东华大学出版社出版

(上海市延安西路 1882 号 邮政编码:200051)

新华书店上海发行所发行 苏州望电印刷有限公司印刷

开本:787×1092 1/16 印张:18 字数:430千字

2009年12月第1版 2009年12月第1次印刷

印数:0 001—4 000

ISBN 978-7-81111-647-2/TS·163

定价:43.00元

序 一

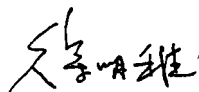
服装产业素来是我国重要的支柱产业。今天的中国不再是世界服装的初级加工厂,已从“中国制造”走向了“中国创造”。中国的服装设计师、中国的服装品牌、中国的服装教育纷纷登上世界舞台,崭露头角。在服装产业繁荣发展的今天,无论是本土的还是世界的服装设计教育格局都出现了很多变革性的因子。产业环境对我国的服装教育提出了全新的要求,既要符合全球化、国际化的趋势,又要坚持本土化的中国特色。

服装设计学科是东华大学的特色学科。作为中国最早设立服装设计学科的高等学府之一,学校以“崇德博学、砺志尚实”为校训,自觉承担起培养我国优秀服装设计专业人才、引导我国服装设计学科发展的重任。中国的服装设计教育从20多年前的借鉴与摸索期发展到如今的成熟与创新期,离不开我校几代服装设计学科专业教师的耕耘与奉献。

立足中国、面向世界,上海繁荣的都市产业与时尚产业成为我校服装设计学科成长的沃土。秉承“海纳百川、追求卓越”的精神,我校服装设计学科带头人刘晓刚教授领衔,服装学院专家教授共同参与,在全国率先推出了大型的服装设计专业系列教材。此套教材涵盖服装设计的方法、思维、技术、品牌、审美、营销、流行等各个方面,理论与实践并举,内容全面,时代性强。可以说,此套教材凝结并展示了我校服装设计教育精英的集体智慧、敢为人先的创新精神,以及严谨求实的学术风范。

一份耕耘,一份收获。衷心希望此套教材的出版能够对我国服装教育与服装产业的发展有所促进。

东华大学校长



序 二

我国高等服装教育从 20 世纪 80 年代初起始,屈指数来已有 20 余年历史,作一个形象的比喻,她已经进入一个朝气蓬勃、活力四射的青春时代。细分起来,服装学科有许多分支,在我国大多数设有服装专业的高等院校中,研究生层面有服装人体科学研究、服装工程数字化研究、服装舒适性与功能服装研究、服装产业经济研究、服装设计理论与应用、服装史论研究等研究方向,本科生层面有服装设计与工程、服装艺术设计、服装表演与设计等专业之分。为了表述的方便,我们姑且统称为服装专业。

与一些拥有百年历史的欧美老牌服装院校相比,目前我国的服装专业还只能算是一个新生专业,尽管我们在教学的许多方面是在摸索中成长,在前进道路上遇到不少问题,但是,我国服装教育也因此而有了自己的特色,虽然我们应该学习国际先进的教育理念,然而,教育本身必须注重创新的规律告诉我们:不必事事效仿伦敦纽约,更毋须言必称巴黎米兰,在全国服装教育同行们的辛勤努力下,从零起步的我国高等服装教育已经卓有成效地为服装产业输送了大量专业技术和经营管理人才,为我国服装产业的腾飞做出了不可磨灭的贡献。

当然,我们也应该看到,与突飞猛进的我国服装企业所取得的成绩相比,后者在发展速度和品质提升方面以自己辉煌出色的成果交出了似乎比服装教育更为显著的答卷。在服装进入品牌化时代的今天,服装企业的进一步发展需要更高水平的服装教育等相关领域的支持,为服装教育提出了新的深化课题,因此,我们不能以已经取得的成绩而自喜,更不能以此为由而裹足,必须进一步理顺教学体系,更新教学内容,深化教学内涵,为我国服装产业尽快出现国际有影响的品牌和建立自主知识产权的设计创新体系而培养高级设计人才。

教育也是品牌,特色是品牌的内涵,每个学校办学都应该有其自己的特色,东华大学(原中国纺织大学)是一所以纺织服装为特色的综合性大学,服装专业倚靠得天独厚的国际大都市——上海的服装产业背景,在学校致力于建设“国内一流、国际有影响、有特色的高水平大学”的办学思想指导下,以“海纳百川、追求卓越”之勇气,重视服装学科规律,关注服装产业变革,倾听服装企业建议,广泛开展国际交流,以“根植产业土壤,服务社会需求”为专业教学理念,

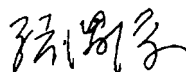
取得了颇有特色的学科建设成效和经验。为此,作为教育部“服装设计与工程”唯一的国家级重点学科所在院校——东华大学服装学院,深感自身在我国服装产业转型期所肩负的责任,从建设《服装设计专业核心系列教材》着手,进行一系列顺应时代需求的教学改革。

本系列教材集东华大学服装学院全体教师 20 余年专业教学之经验,涉及 30 余门服装设计专业核心课程,由我的学生、也是我国服装设计领域首位博士刘晓刚教授担纲主编,整个系列涵盖本科生和研究生的服装设计专业课程,以专业通识类、专业基础类、专业设计类、专业延伸类和专业提高类五大板块构成立体框架,注重每个板块之间的衔接关系,突出理论与实践、模块与案例、现实与前瞻的结合,改变常见的插图画家式的设计师培养结果,重点在于培养学生的创新思维、表现技能和企划操作之完成能力,其中部分教材为首次面世的课程而撰写,目的在于缩短应届毕业生与企业磨合的时间,使他们能够“快、准、实”地成为品牌企划和产品设计的生力军,也能够为毕业生自主创业提供必须掌握的知识结构。

我相信,凭借东华大学服装学院为本系列教材提供的鼓励和保障措施,以及全体编写教师的集体智慧和辛勤努力,也凭借刘晓刚教授多年来一贯严谨的教风、与服装企业合作的成功经验和已经出版 10 余本教材的业绩,这套系列教材应该非常出色的。

据此,我很高兴为本系列教材作序,并期待其发出耀眼的光芒。

东华大学服装学院 学术委员会主任
教授 博士生导师



前 言

“定制”一词对我们来说并不陌生,如今翻开任何一本都市消费类杂志,便能看到各种各样以“定制”为卖点的广告频繁出现。无论是家具电器、装修方案、手机铃声、生日蛋糕还是旅游聚餐,都完全可以按照自己的意愿量身定制一份属于自己独享的产品或服务。在我国古代亦有很多以“定制”为特征的生产制造方式,典型的例子如我国古代官窑的御制瓷器,专供朝廷使用,可谓皇家定制;再如找琴师按自己要求制作一把古琴,这样的制造方式亦可称之为定制。在现代生活中,“定制”不光是权势阶级和富有阶层的生活专享,亦已“飞入寻常百姓家”,受到大众消费者的青睐。选择定制,已不再是选择奢侈,而是选择一种强调个性的生活方式。

人类早期的衣食住行采取自给自足的方法。随着群居的社会生活更加发展,出现协作与分工,在服装制作上出现了专门从事缝制加工的裁缝或衣匠。这些裁缝或衣匠早期的主要工作方式是按照他人的意愿制作他人的衣物,可以称之为原始的定制服装形制。

在西方顶级绅士西服的量身手工缝制领域,英国伦敦的萨维尔街(Savile Row)取得了世界公认的地位,成为人们心目中的“世界最顶级西服手工缝制圣地”,是代表贵族和绅士品味的服务与技术标准。自从1785年以来,这条街吸引了众多崇尚定制西服的有品位人士,其中包括世界级高端客户群、英国和欧洲其他国家的皇家贵族和世界顶尖的经济和文化知名人士。早期比较著名的定制西服名店有:埃德和拉芬斯克洛夫(Ede & Ravenscroft,1689年建店,伦敦最古老的裁缝店)、吉凡克斯(Gieves & Hawkes,1785年建店)、戴维森(Davies & Son,1803年建店)、亨利·普尔(Henry Poole,1806年建店)等十大名店,多数名店拥有来自皇家王室的高端客户。

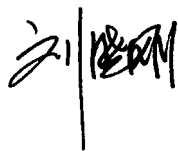
19世纪之前欧洲定制服装的主要模式都是裁缝按照雇主的要求和理念行事为其缝制服装。直到1858年,一位年轻的英国裁缝查尔斯·弗莱德里克·沃斯(Charles Frederick Worth,1826~1895年)于巴黎和平街7号开设了第一家专为顾客度身定制的时装店。将自己的设计介绍给巴黎上流社会人士,让他们按照个人的喜好任意挑选,选定之后再制作一个与客人体型尺寸相同的人体模型,然后根据模型仔细裁剪,并以手工缝制出客人所选的礼服。另外还将自己的名字缝制在服装上,以标明作品出自其手。沃斯将“设计”带进了时装领域,营造了顾客选择设计师的理念,人们称沃斯的时装店为“高级时装屋”,法语Haute Couture的意译。自高级时装诞生后,经过几代设计师不懈的努力和共同的追求,已将其推上了“第八艺术”的殿堂。并出现了一批有着巨大影响力的顶级品牌。

我国定制服装这一概念可以说很早就有出现,古代龙凤朝服可以称之为典型的定制服装。对我国现代定制服装,特别是西服定制,产生重要影响的当属红帮裁缝(亦称奉帮裁缝)。红帮裁缝洋为中用、古为今用、兼容并蓄、独创一格,从拎包裁缝到开设作坊,又到发展连锁经营,从发表专著到开设学院,从为洋人修补海员制服、西服到为其定制西服。新中国成立后红帮裁缝、红都裁缝为多位国家领导人定制了服装。红帮裁缝为我国的服装定制业特别是西服定制业的裁剪制造加工技术打下了良好的基础。

随着改革开放的发展,国民经济增长,人们生活水平有了较高的发展,生活方式呈现多元化的特征,个性消费大为推崇,越来越多的人追求差别化的消费,厌倦了成衣的标准化、统一化,定制服装逐渐被更多的人所接受。20世纪90年代逐渐出现了一批从事高级定制服装的品牌,如杭州恒龙洋服等,一些国内著名服装企业也增设了定制业务,如雅戈尔、罗蒙、海澜等,多位著名服装设计师投身于高级定制服装的设计中,如著名设计师张肇达、郭培等,均推出了自己的高级定制品牌。对于高级定制服装的研究也有了相应的发展,东华大学即将开设高级定制服装课程,并撰写了高级定制服装的专业教材;浙江理工大学服装学院与杭州恒龙洋服成立了“浙江理工大学·恒龙国际高级时装定制研究中心”;杭州恒龙洋服也成立了恒龙高级裁缝学院,培养高级定制服装的后备人才,国内高级定制已氛围渐起,高级定制业亦必将成就一番事业。

本书共分为十章,前部分内容主要是对西方高级定制服装的研究分析,后部分内容尝试着从经济学及心理学的角度来分析我国高级定制服装存在的成因和条件,引出了我国高级定制服装的理想模式,提出了高级定制服装的设计研发方法及推广发布形式和流程,最后从品牌经营操作及提升的角度来谈及高级定制服装的一些经营运作方面的问题。

由于涉及内容较多,加上编者水平有限,书中难免存有浅陋之处,敬请各位专家、读者批评指正为感。



2009年11月于东华园

目 录

第一章 高级定制服装概述	1
第一节 定制服装	2
第二节 高级定制服装	5
第三节 定制服装与成衣的关系	11
第四节 高级定制服装与普通定制服装关系	15
第五节 高级定制服装的审美	16
第六节 其他相关高级定制业	34
第二章 高级定制服装简史	43
第一节 高级时装诞生	44
第二节 高级时装与时代变迁	46
第三节 西方高级定制服装	50
第四节 中国高级定制服装	58
第五节 高级定制服装现状	68
第六节 高级定制服装未来	73
第三章 高级定制服装的行业基础	81
第一节 高级定制服装存在的必然性	82
第二节 高级定制服装存在的合理性	88
第三节 高级定制服装与宏观经济的相互关系	90
第四章 高级定制服装的客户基础	93
第一节 高级定制服装消费心理	94
第二节 高级定制服装象征意识	97
第三节 高级定制服装价值实现	100
第五章 高级定制服装的理想模型	103
第一节 高级定制服装成本模型	104

第二节	高级定制服装经营模型	111
第三节	高级定制服装服务模型	128
第四节	高级定制服装业务模型	131
第六章	高级定制服装的设计研发	137
第一节	高级定制服装设计思维	138
第二节	高级定制服装设计视点	142
第三节	高级定制服装设计语言	146
第四节	高级定制服装流行预测	155
第五节	高级定制服装产品研发	158
第六节	以顾客为中心的产品研发模式	161
第七章	高级定制服装的推广与发布	169
第一节	高级定制服装的品牌推广	170
第二节	高级定制服装的品牌发布	175
第八章	高级定制服装经营操作流程	189
第一节	经营准备	190
第二节	经营场地	196
第三节	经营程序	208
第四节	经营管理	216
第九章	高级定制服装技术操作流程	235
第一节	生产流程	236
第二节	量体技术	242
第三节	样板技术	244
第四节	裁剪技术	246
第五节	缝制技术	247
第六节	熨烫技术	252
第七节	手针技术	254
第八节	检验技术	259

第十章 高级定制服装的品牌提升	263
第一节 理念提升	264
第二节 形象提升	265
第三节 技术提升	268
第四节 服务提升	269
第五节 营销提升	271
附录 1 与高级定制服装关联度相对较高的主要服装行业会展信息(国内)	274
附录 2 与高级定制服装关联度相对较高的主要服装行业会展信息(国外)	275
参考文献	276

高级定制服装概述 | 第一章

人类社会的发展是由落后向文明,由低级形态向高级形态演变的,衣食住行贯穿于其中,是人类生存发展的最基本要素。就服装工业的发展而言,经历了原始的手工制作,到社会分工的裁缝制作,到专业化的定制加工,再到工业化的批量生产,其发展过程中虽然受到经济、社会、战争、人文、自然等因素的影响,在各个历史时期出现了不同形式和形制的服装,但其大的发展方向还是由低端向着高端方向发展的。在漫长的发展过程中,除了制造水平与服装形制得到了较多的发展与改变外,在服装卫生学、服装心理学、服装文化学等方面也都有了较高的发展。

高级定制服装作为服装设计制作的高级形态,虽然说在一定的时期曾受到了成衣和高级成衣的冲击,但是随着人们生活水平的提高和对自我个性的追求,尝试私人定制的人将会越来越多,而高级定制这一奢华的生活方式将再次复苏并成为一种趋势。



第一节 定制服装

一、定义

中华人民共和国国家标准(GB/T 15557—1995)中,对有关服装术语做了详尽的解释。在关于服装产品分类上主要有两点,一种是按照设计的体系分类,也就是我们所熟悉的服装分类方法;另一种是按照服装生产组织的体系分类。定制服装这一概念包括于第二种分类方法中的。由中国标准出版社出版的中国服装工业常用标准汇编一书中关于定制服装(Custom Made)的定义是:定制服装是根据个人量体尺寸,单件裁剪、制作完成的服装^①。

《现代英汉服装辞典》中关于定制服装有以下两种定义:①Tailor Made:定做的衣服;裁缝做的,像高级裁缝缝制的(女服);线条简单朴素且贴身的,特制的。②Tailor Costume:定做服装^②。而Haute Couture则是来自法语,意为高级定制。

根据以上及其他相关定义,定制服装的定义可以总结为:是指根据顾客体型数据等相关个人信息,依据顾客的设计、裁剪、工艺要求而制作的属于顾客独享的服装。

二、分类

定制服装是一个较为笼统的概念,按照不同的分类方法,定制服装包括多种多样不同的具体服装品类。

(一) 按定制的内容分

按照定制服装的内容,可以分为定制款式设计、定制面料设计、定制尺寸设计等。其中,定制款式设计是指定制服装企业按照顾客的定制要求,综合顾客体型、气质等相关信息为顾客设计、制作其独享的服装款式;定制面料设计是指定制服装企业通过定制、定织、定染、再造、改造等方式,为顾客提供定制面料的服装设计;定制尺寸设计是指定制服装企业为顾客量体裁衣,设计出完全贴合顾客体型并完美体现其体态美的服装,或完全按照顾客个性化尺寸要求定制服装。

(二) 按定制的规模分

按照定制服装的客户规模,可分为单体定制和团体定制。其中,单体定制是指为单个数量的顾客所提供的零散定制业务;团体定制是指为较大数量的顾客所提供的集中定制业务。这里的团体定制区别于按号型系列的成衣生产制作,在制作模式上不会因为顾客群体成员较多,而采用批量化、工业流水生产,而是仍然采用单量单裁的制作方式,可以理解为是由多个单体定制个体所组成的团体。

(三) 按定制的档次分

按服装的档次可分为:普通定制服装和高级定制服装。其中,普通定制与高级定制的区别或命名方式区别,是基于定制服装所采用材料品质的相对层次标准、服装制作工艺的品质要求程度、定制企业所提供的服务质量与水准的相对高低程度等,作为区分标准的。通常,采用价格

① 中国标准出版社第一编辑室. 服装工业常用标准汇编. 北京:中国标准出版社,1997:213.

② 王传铭. 现代英汉服装辞典. 北京:中国纺织出版社,1996:487.

高昂且稀缺珍贵的高档材料、以高品质的制作工艺完成的定制服装,被称作高级定制服装;而普通定制则是在各种指标上都会相对平庸一些。

而从顾客的消费情感体验角度来说,在区别普通定制与高级定制中,最为关键的因素或指标即是定制企业或品牌在定制业务中所提供的服务品质。高级定制品牌则会从顾客一开始步入店堂到设计、制作、试穿、修正,以及到最后成品交付,再到后期的产品维护与再续业务,都会一丝不苟地围绕着定制业务为顾客提供全方位、高品质的服务,顾客则在此过程中尽享高级定制所带来的身心愉悦。

(四) 按定制服装的穿着用途分

按定制服装的用途或穿着场合可分为:礼服定制,职业装定制和家居服定制等。其中,礼服定制是指为顾客提供出席正式场合的社交礼仪服装定制业务。社交礼服根据服用者出席的场合不同,可以分为日间礼服与晚礼服等,具体分类与相关内容请详见本章第二节;职业装定制是指为顾客提供企事业单位工装、职业防护、职业制服等有关于职业需求方面的服装定制业务;家居服定制是指为顾客提供居家休闲服装的定制业务。

(五) 按定制服装的生产方式分

按服装制造的生产方式分类:包括大规模定制服装和传统单量单裁定制。大规模定制服装是指以接近大规模生产的效益和速度,满足顾客个性化需求的定制服装生产制作模式。要求产品既要拥有大规模生产的价格优势,又要能满足多样化的定制需求,并且不牺牲企业的效益和利润。其生产模式的重要特征是通过有效的生产组织方式,采用批量化的生产方式来完成个性化的定制需求服务。传统单量单裁定制即是指采用单量单裁单做的方式完成定制服装的作坊式生产制作。

其他分类方法还有按顾客年龄分类、按顾客性别分类等。

三、特征

无论是以什么样的分类方式来区分的定制服装,其总体特征都是以顾客需求为驱动和导向的。

我们知道,在传统的大批量成衣生产方式中,除了订单加工的成衣产品外,大多都是一种预测设计和生产、销售的模式,企业或品牌公司根据往年的经验和最新流行信息分析、总结,得到对未来市场的预测,再进行一系列的商业活动,因而,大批量生产是一种推动型的生产模式;而定制服装的设计、制造,是以客户提出的个性化需求为起点,因而定制服装可以说是一种需求拉动型的生产模式。在定制服装的从设计到裁剪、生产的整个环节中,顾客可以参与其中,根据自己的意图、喜好来要求自己的定制服装,而制作方则会尽力提供百分百的服务来满足客户需求。

(一) 审美特征

服饰审美的第一要点即是整体美,是指服装本体和配饰、着装者及着装环境等的相互协调,特别是指与着装者的体型、气质、妆容、品位等个体要素融为一体所表现出来的整体形象美。

成衣服装的设计、生产及销售大多都是以对目标市场的预测为前提的,所以为了使得产品能够被大多数目标顾客所接受,同时可以网罗更多的潜在客户,需要充分分析顾客审美心理,设计出能够最大程度满足顾客审美需求的服装产品,而这种最大程度的满足必定是众多顾客审美



需求的一个交集,因此对于个别顾客来说选择这样的产品必定选择了共性。加上成衣服装的生产方式是以工业化大生产为主要生产方式的,同一款式服装按照号型系列被大批量复制,只要市场有所需求,同一款式就会源源不断流向销售市场,将同样的产品卖给不同的顾客,创造更多价值的同时,也造成了“千人一面”的状况。除了部分懂得穿衣搭配的消费者,可以在购买成衣产品后通过再搭配、再设计来穿着出适合于自己的个性化形象来,对于缺乏服装审美和服饰搭配知识的普通消费者来说,只能选择这样的雷同产品来不厌其烦地“撞衫”。

而定制服装是以顾客的审美需求和体型尺寸量身定制的,设计师要先和消费者沟通审美观点、个人喜好、顾客服用定制服装所要出席的场合、消费者想要通过服装表达的目的等等,然后设计出款式,可以极大地满足品位出众的顾客个性化的审美需求,同时也可以为缺乏服饰搭配知识的定制者提供“私家的”形象设计知识顾问。对于每个定制顾客来说,所定制的服装是最适合于自己审美需求的,不再受成衣设计师的审美和设计理念所左右,从满足消费者个体审美的角度来说定制服装更具人性化。根据自身审美需求和尺寸制作的服装,更加体现定制服装是“自己的”,即便是有跟风者也难以做到人衣合一。

(二) 物质特征

服装是具有双重性的消费商品,它不仅是一种蕴含历史品味的文化产品,同时又是人类生活的基本物质产品,是一种物质文化现象。离开物质谈服装就失去了载体,文化就无以附着,离开文化谈服装就失去了内容,物质就没有了审美指向。

定制服装既有顶级设计师针对个人的精心设计,又有最专业的缝纫师手工制作,配以昂贵的面料、华丽的饰品,具有最高的品质。其物质特征表现在三个方面:材料,实践与成品。区别于绘画服装,实体服装必须有物料,主料与辅料都不可缺少,其物质性是显而易见的,服装需要一个设计加工过程,想法通过具体工艺活动把物料变成成品,这种实践活动也是物质的,具有客观性的。相对于成衣,定制服装更加注重其物质性的表达,消费者对于自身独享的设计及工艺有着更高的品质要求。

(三) 消费特性

定制服装设计生产的策动力,即是因顾客的消费需求而形成的。就定制服装产品的消费特性来说,由于目标顾客消费层次的不同,所以在定制服装的消费特性上自然会呈现出多元化和复杂化的特征,不同层次的顾客消费特性不尽相同。而就定制服装的消费者来说,可以分为普通定制和高级定制两大类消费者,两类消费者选择定制服装作为服装消费方式的动因也不尽相同。

普通定制服装的消费者选择定制消费,不同消费者有着不同的消费目的,有的需要定制服装来满足自身体型的特殊尺寸需求,即定制尺寸;有的需要定制服装来满足自己对心仪的款式或对符合自己审美习惯的造型需求,即定制款式;有的定制则钟情于某类风格的服装材料或某款具体的面料图案花色,即定制面料。另外,普通消费者中不乏慧心巧手的DIY者,通过自家的定制来表达和满足自己的心情。

高级定制服装的消费者选择定制服装,除了普通定制服装应有的能够满足其在尺寸、款式、面料等方面的需求之外,更多的消费需求则是希望此类定制服装能够满足其在精神方面的需求。由于社交的需求,定制服装的高品质感则是其标明社会阶层和角色、展示身份和财富的重要手段之一,表达出与其相匹配的生活方式。

总的来说,不管是普通定制消费者还是高级定制消费者,选择定制服装都是有着拒绝雷同的共同消费特征,也都是对于一种生活方式的理解和选择。

(四) 流通特征

定制服装的消费特征决定了其流通的特征。我们知道成衣市场流通特征,服装产品和消费者之间会存在着一个由制造商、批发商、零售商、消费者构成的长长的“链”,并由此形成一个庞大的供销网络,在这个供应链关系中,受上游制造商、中间商、下游零售商,以及物流、营销渠道、营销策略等因素的影响,产品的最终市场价格波动大,这对于消费者来说无疑是不利的。区别于成衣市场的销售、流通来说,无论是普通定制还是高级定制服装,其服装产品的设计、生产、销售大多都是一对一、点对点的服务。在流通渠道上更趋于扁平化,基本上只是在设计制造商和顾客之间发生流通关系。而产品的价格也多会是在定制服务之初基本谈定的,产品的最终价格极少会出现因流通渠道与供求关系的变化而引起的波动现象。同时,由于流通渠道的扁平,服装成品的质量也会有所保障,降低成品因为在物流过程中造成损坏和遗失的可能,是保障定制服务能够最终圆满完成的有利因素之一。

第二节 高级定制服装

从广义上看,任何在成衣出现之前的、或者是成衣以外的、依照着个人特点而制作的服装都是定制服装。正如前文所述,其分类以及表现形式多种多样,说法不一。作为服装行业中的一个分支,业内往往用两种等级概念来区别它们的差异,一种是普通定制服装,一种是高级定制服装。事实上,这只是一种定性意义上的差异,它们之间很难从定量意义上做出明确的划分,尤其是处于它们中的中段部分,更是无法区别其到底是普通定制还是高级定制,只能被笼统地称为“准高级定制”。

本课程的重点是界定在定性意义上的高级定制服装。

一、定义

(一) 高级定制服装

高级定制服装,是一种为少数具有高品质生活方式群体所服务的单量单裁手工定制服装,由该品牌的顶级设计师为顾客亲力打造的,该类服装的特征是:具有高级的设计、高级的材料、高级的做工、高昂的价格、高级的享用者,通常还应具有高级的服用场所。

在西方高级定制行业,对男女客户的高级定制服装定义或称谓是有所区别的。女士穿着的高级定制服装叫做 *Haute Couture*,也就是高级女装,多特指法国高级时装,而在英国,女士的高级定制被叫做 *the Haute*;男士穿着的那类叫做 *Bespoke*,也就是高级定制,也被叫做定制,英国 *Savile Row* 出品的 *Bespoke* 是最好的典范。

(二) *Haute Couture*(高级时装)

Haute Couture:高级时装,是法语的音译,也称高级定制女装。其中法文 *Haute* 意为高雅、高



级, Couture 意为制衣、缝纫或者针线活 裁缝或手工缝纫, 这两者结合的意思就是充满艺术美感的高级手工制作服饰, 当时是用来形容“拥有贵族顾客的服装屋”, 即我们所说的“高级定制”。它诞生于 19 世纪中叶, 特指 1858 年英国人查尔斯·弗莱德里克·沃斯(Charles Frederic Worth, 1826—1895)在巴黎创立的以上层社会的贵夫人为顾客的高级女装店及其设计制作的高级手工女装^①, 是法国优秀的传统服饰文化, 源于欧洲古代及近代宫廷贵妇的礼服。

《现代英汉服装辞典》中关于 Haute Couture 的定义为:[法]最新款式;高档女子时装;高级时装店。高级时装、高级时装店、高级时装设计师并不是自封的,而是受法律保护,由所在行业协会认定的,这个行业协会就是高级时装店协会(详见本节第四点内容),只有符合条件,得到正式批准的时装店或公司,才有权使用“高级时装”这一称号。

沃斯首次把设计的概念运用在传统的女性时装裁剪行业,人们称沃斯的时装店为“Haute Couture”——高级时装屋。自此,高级时装的概念开始形成,并被奉为时装中的“艺术品”,设计师沃斯理所当然地被服装界誉为“高级时装之父”^②。之后经过多位设计师的努力将沃斯开创的高级时装精髓发扬光大,此后的高级时装店在制作女装同时也制作男装、帽饰等其他服饰品类。

二、分类

高级时装一般多为正式社交场合穿用的礼服,根据服用时间来划分为日间礼服和晚间礼服两大类,两者之间绝对不能相互替代,具有原则性的区别,不仅在款式上大相径庭,在选料、用色和服饰搭配上也截然不同,并有着着装的礼仪禁忌。

(一) 日间礼服

日间礼服也称为午后正装,是白天的午后一时至三时左右参加社交活动穿着的礼服。如赴宴、正式访问、听音乐会、参加婚礼、会见贵宾等社交活动。

由于是白天穿用,室内外光线均十分充足,因此传统的日间礼服选用不透明、无强烈反光的羊毛、丝绸、化纤以及混纺等材料制作;款式设计多用传统美学观念,讲究分寸感、庄重感、正式感,展示女性端庄、大方、高雅的气质和风度。根据服用场合的不同,可选用与之相适应的搭配方式和装饰点缀。传统的日间礼服多用素色,以黑色最为正规,特别是出席

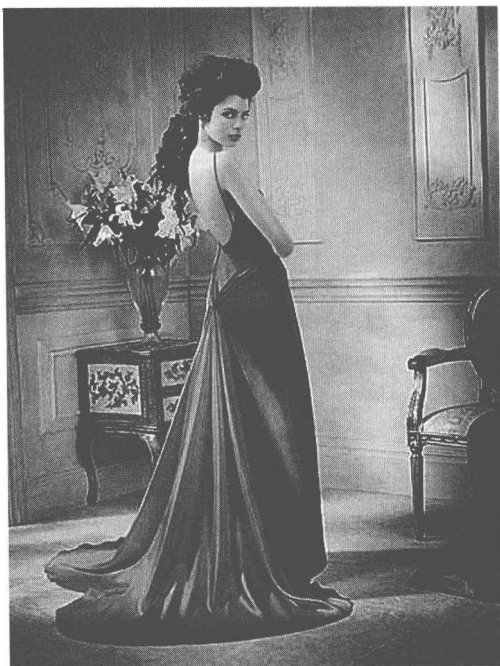


图 1-1 高级定制日间礼服

① 李当歧. 服装学概论. 北京:高等教育出版社,1998:3.

② 史林编. 高级时装概论. 北京:中国纺织出版社,2002:1.