

全国中等职业技术学校商品经营专业教材

商品知识

—— 服装鞋帽分册

(第二版)

SHANGPINJINGYING
GPINJINGYING

中国劳动社会保障出版社

全国中等职业技术学校商品经营专业教材

商品知识——服装鞋帽分册

(第二版)

劳动和社会保障部教材办公室组织编写

中国劳动社会保障出版社

版权所有

翻印必究

本书根据劳动和社会保障部培训就业司颁发的《商品知识——服装鞋帽教学大纲》编写，是中等职业技术学校商品经营专业的必修课教材。本书分为服装商品和鞋帽商品两部分内容，分别介绍了服装商品和鞋帽商品的有关知识。

本书也适合作为职业培训教材和职工自学用书。

本书由北京市商业技术学校刘宇、朱京燕编写，刘宇主编；黑龙江商业高级技术学校崔素红审稿。

图书在版编目（CIP）数据

商品知识. 服装鞋帽分册/刘宇编. —2版. —北京：中国劳动社会保障出版社，2001

ISBN 7-5045-3168-5

I. 商…

II. 刘…

III. ①商品—基本知识—技工学校—教材 ②服装—商品—基本知识—技工学校—教材 ③鞋—商品—基本知识—技工学校—教材 ④帽—商品—基本知识—技工学校—教材

IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 22145 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街1号 邮政编码:100029)

出版人：唐云岐

*

北京印刷二厂印刷 新华书店经销

890毫米×1240毫米 32开本 3.5印张 105千字

2001年6月第2版 2001年6月第1次印刷

印数：3000册

定价：8.00元

读者服务部电话：64929211

发行部电话：64911190

出版社网址：<http://www.class.com.cn>

说 明

为适应技工学校调整专业设置、培养第三产业专业技能人才的需要，我们于1994年组织编写了商品经营、中式烹调、饭店服务三个专业的教材。这批教材的出版，对促进技工学校三产专业教学质量的提高起到了积极的作用。但是，随着时间的推移，教材的部分内容业已陈旧。2000—2001年，我们根据劳动和社会保障部培训就业司制定的商品经营、烹饪、饭店服务专业教学计划与教学大纲，组织编写（修订）了相应的中等职业技术学校教材。

在组织编写新的商品经营专业教材的过程中，充分考虑了我国经济建设、社会发展以及科技进步对劳动者素质的要求，参照了相关的国家职业标准（中级）规定的工作内容、技能要求和知识水平，使整套教材具有较强的职业针对性；注重传授知识与培养技能相结合，根据提高学生全面素质和综合职业能力的实际需要，确定教材内容，增强了教材的适用性和实践性；力求做到教材概念准确、表达清楚、循序渐进、通俗易懂，具有科学性和可读性。我们相信新的商品经营专业教材的出版，会更好地适应中等职业技术学校的教学需要，为在21世纪培养出更多的高素质技能人才发挥应有的作用。

这次教材的编写、审稿工作得到北京、天津、黑龙江、江苏、福建、河南、湖南、广东等省、市劳动保障厅（局）及有关学校的大力支持，编审人员付出了辛勤的劳动，在此一并表示衷心的感谢。

劳动和社会保障部教材办公室

2001年3月

目 录

第一篇 服装商品知识	(1)
第一章 服装商品概述	(1)
§ 1—1 服装的概念与功能	(2)
§ 1—2 服装的分类	(2)
§ 1—3 服装的使用说明	(5)
复习思考题	(6)
第二章 服装的色彩	(7)
§ 2—1 色彩的一般常识	(7)
§ 2—2 服装色彩心理	(10)
§ 2—3 服装色彩的具体运用	(13)
§ 2—4 服装色彩与有关因素的关系	(18)
复习思考题	(21)
第三章 服装材料	(22)
§ 3—1 服装面料的基本内容	(22)
§ 3—2 各种针纺织面料的使用性能和特点	(25)
§ 3—3 服装面料的后整理	(28)
§ 3—4 服装辅料	(29)
复习思考题	(30)
第四章 服装的造型与款式	(31)
§ 4—1 服装的造型	(31)
§ 4—2 服装常见款式	(35)
复习思考题	(47)
第五章 服装的号型与规格	(48)
§ 5—1 统一服装号型及规格	(48)
§ 5—2 其他号型规格简介	(53)

复习思考题	(54)
第六章 服装的质量鉴别	(55)
§ 6—1 一般服装的质量鉴别	(55)
§ 6—2 特殊服装的质量鉴别	(59)
§ 6—3 识别假冒伪劣服装产品	(60)
复习思考题	(61)
第七章 服装的洗涤与收藏	(63)
§ 7—1 服装的洗涤与熨烫	(63)
§ 7—2 服装的保管与收藏	(68)
复习思考题	(70)
第二篇 鞋帽商品知识	(71)
第八章 鞋的概述	(71)
§ 8—1 脚与脚型特点	(71)
§ 8—2 鞋号与规格	(73)
§ 8—3 鞋的分类	(76)
复习思考题	(77)
第九章 鞋的材料及其制作工艺	(78)
§ 9—1 鞋的材料	(78)
§ 9—2 鞋的制作工艺	(83)
复习思考题	(86)
第十章 鞋的造型与款式	(87)
§ 10—1 鞋的造型	(87)
§ 10—2 鞋的常见款式	(88)
复习思考题	(90)
第十一章 鞋商品的挑选及使用保养	(91)
§ 11—1 鞋的挑选	(91)
§ 11—2 真仿皮革的鉴别	(94)
§ 11—3 鞋的穿用与收藏	(95)
§ 11—4 鞋商品的退、换、修	(97)
复习思考题	(98)

第十二章 帽子	(99)
§ 12—1 帽子的型号	(99)
§ 12—2 帽子的分类	(100)
§ 12—3 帽子的常见款式	(101)
§ 12—4 帽子的保养	(102)
复习思考题	(103)

第一篇 服装商品知识

第一章 服装商品概述

从原始时代起,人类就懂得利用鸟类的羽毛、野兽的毛皮以及树叶、树皮、藤蔓等缠绕在自己的身上遮蔽和御寒,于是产生了衣服的雏形。随着人类的文明和社会的进步,人类对衣服有了更高的要求,以至服装成为人们生活的四大基本需要(衣食住行)之首。

在男耕女织的农业社会里,人们穿衣只是自制自穿。随着社会生产力水平、社会工业化和商品化程度的不断提高,社会分工不断细化,服装在商品流通中的地位也越来越高。

我国服装的商品化经历了相当长的进程。解放初期,除城市有部分成衣销售外,绝大部分人,特别是农民,都穿自家缝制的衣服,甚至做衣的棉布也是自纺自织。到了二十世纪六七十年代,人们才逐渐习惯买布料做衣服。改革开放以来,社会生产力进一步发展,城乡人民生活水平一年一变样,人们的穿着更加讲究。目前我国服装商品化程度已达到90%以上,服装在我国对外贸易中也占有了极重要的地位。大、中型百货商场,几乎没有不经营服装商品的,服装已成为城乡商场中不可缺少的大类商品。因此,作为一名商品经营专业的学生,了解和掌握服装商品知识是十分必要的。

§ 1—1 服装的概念与功能

服装是衣服、鞋、帽及袜子等的总称。通常指人们身上的穿戴，即能够包裹人体或是缠绕身体某个部位的各种物品，一般泛指衣服或衣裳。

广义的讲，服装既包括对人体躯干、四肢的覆盖，也包括对头、脚、手等的覆盖和包裹。也就是说，服装应该包括衣服、鞋、袜、帽子、围巾和手套等。然而，在我们的日常生活中，常习惯于狭义的用法：服装专指衣服，而不包括鞋、帽等。如人们平时所说的服装商店、服装部组、服装专柜和服装摊等都是专指销售衣服的。本书所讲的服装鞋帽商品知识，将衣服与鞋帽等并列。

服装作为人类生活的必需品，有实用和装扮两大作用。实用作用体现在：遮掩身体，平衡体温，防御寒冷，便于各种活动。装扮作用体现在：男装，可以显示豪迈庄重，衬托英俊潇洒；女装，可以装点雍容端庄，焕发俊俏秀丽；民族装，还可以看到风度美，曲线美。衣饰精美可以流光溢彩，使人容光焕发，楚楚动人，有助于人际交往和增加男女之间的相互吸引。此外，服装还可以反映出国家政治稳定，经济繁荣，科技发达，以及人民的精神面貌、文化修养和物质生活条件等。总之，服装的作用十分广泛，归纳起来主要有遮体功能、御寒功能、装扮功能、吸异功能和显示功能等。

§ 1—2 服装的分类

服装商品经营者面对琳琅满目、品种繁多的服装，首先要将其科学分类，对所经营的商品要有较全面的了解。只有了解了这些知识以后，才能正确地分析市场，掌握经营规律，进行有针对性的营销活动。

服装的分类方法很多，常见的有：按服装的用途分，按服装穿着的人体部位分，按服装穿用的季节分，按服装所用的面料分和按服装经营专业分等。

一、按服装的用途分类

服装按用途可以分为：生活用服装、工作用服装、运动用服装、舞台用服装和各种民族服装等。

由于各种服装用途不同，因而对所用材料、颜色、款式等都有不同的要求，所以在服装行业内，有按用途来分专业的。每一专业从生产到销售可以说都已自成体系。如：有专门生产和销售舞台服装的厂家和门市部；有专门生产运动服装的企业和专卖店；工作服和职业制服更是按照各自的特殊要求，单独生产和销售；民族服装则主要在少数民族聚集区生产和销售。在各种分类中，生活用服装是经营品种最多，销量最大，人们穿用最普遍的一类，也是服装销售的主要对象。

二、按服装穿着的人体部位分类

服装按穿着的部位可分为：上装（包括大衣、上衣、衬衫和内衣）和下装（包括裤子和裙子）。

这种划分属于行业内最基本的划分。上装一般是指穿在上身的服装，也包括长大衣、旗袍和连衣裙等通身服装；下装专指穿在腰部以下的服装。这种分类在经营中经常采用，如：商场里的裤子组，衬衫组和内衣组等，就是专门经营各类裤子、衬衫与内衣的，这样分类可以使某类服装在品种、花色、款式及号型上更加丰富、齐全。

三、按服装穿用的季节分类

服装按穿用的季节可以分为：春秋装、夏装和冬装。或分为单衣、夹衣、棉衣和皮衣。

服装是季节性商品，春、夏、秋、冬各季服装，无论从原料、款式、色彩与品种等各方面都有很大差别，人们在穿着和选购时反映出极强的季节性。这对于货源的组织、进货和储存都有直接影响，一旦考虑不周，就会出现长至半年的积压，造成严重的经济损失。

四、按服装所用面料分类

服装按面料可以分为：呢绒服装、丝绸服装、纯棉服装、麻制服装、化纤服装、裘革服装和针织服装。

服装依所用原料形成了不同档次。人们对服装档次的追求，客观上反映出生活水平变化。如：建国初期，人民生活水平较低，社会上提倡简朴，当时穿棉布服装的人较多，大绒外衣是最好的“奢侈”品。到

20 世纪 70 年代，随着化纤工业的发展，的确良、的卡、人造棉衣裤盛行起来，满足了人们求廉、求耐用的心理需求。20 世纪 80 年代以后，随着国家的改革开放，人民生活水平逐步提高，纯毛料服装一度流行。20 世纪末，受“回归自然”时尚的影响，穿真丝和纯棉服装的人越来越多，化纤面料也重新走俏，然而其质量有了很大的提高，更注重面料的后处理、后加工，追求轻、薄、垂、柔、弹力及免烫等特殊效果。人们追求服装面料的趋势，为服装制作和经营企业提供了生产、进货的依据。

不同面料的服装在性能、特点、穿用和保管上有很多不同要求，按所用原料的不同将服装分类，也有利于服装商品的储存与保管。

五、按服装经营专业分类

为便于商业经营上的分工和管理，每个商业企业对所经营的服装品种都要进行分类。为了方便顾客购买，传统上服装经营专业将服装划分为：男装、女装、童装和中老年服装。

随着人民生活水平的提高，人们的着装品位也在不断提高，选购服装时考虑的因素更加多样化。继性别、年龄因素之后，又加入了职业、文化层次、性格及爱好等多种因素。不同的人群对服装有着不同的需求，即使是同一类人群对不同场合下穿着的服装，也有不同的要求。于是就产生了具有不同特点和不同风格的服装种类。如：职业装、休闲装、运动装、牛仔装及中式服装等等。另外，服装企业的竞争也越来越激烈，“只有名牌才能占领市场”已成为企业的共识。有见识的企业家，都在有意识地将企业由传统加工型向品牌型转化，强调服装的品牌意识，实施品牌战略，以品牌占领市场。许多企业为了集中精力生产名牌产品，给自己明确定位：专门生产男西服、专门生产休闲服、专门生产运动服、专门生产男式衬衫或专门生产职业女装等等。甚至对穿着对象的年龄段都做了定位，如：著名品牌 LUXMAN（莱克斯曼），其设定的年龄段为 22~40 岁的办公室职业女性。这些都对商业经营产生着直接或间接的影响，于是在商场经营中，在男装、女装和童装的大类下，又进一步细化，出现了店中店、品牌专柜、职业装柜、休闲装柜、运动装系列、牛仔系列、衬衫专柜、针织内衣和睡衣等细类。

总之，随着消费者着装品位的不断提高，生产企业的不断专业化，

服装市场经营中的专业分类，也在不断的细化。

§ 1—3 服装的使用说明

按照国家标准化管理的有关规定，服装产品应附有使用说明和耐久性标志。

使用说明是向使用者说明如何正确使用产品的文字资料，通常以书、册形式出现；耐久性标志附着在产品本身，能较长时间的承受磨损和洗晒，并保持字迹清晰。

一、使用说明的内容

服装的使用说明应包括以下几方面的内容：

1. 服装制作企业的名称和地址

应清楚地向消费者介绍服装制造企业依法登记注册的名称和地址；如系进口服装则应用中文字标清该产品的原产地（国家或地区）和代理商，或者进口商在中国依法登记注册的名称和地址。

2. 服装产品名称

产品名称应当反映产品的真实属性，并符合以下要求：凡国家标准、行业标准对产品名称有规定的，应采用国家、行业标准规定的名称；如国家、行业标准对产品名称没有规定，则应当使用不会引起消费者误解和混淆的常用名称或者俗名。

3. 服装号型和规格

应按国家标准的规定标明服装号型和规格。

4. 制作服装原料的成分和含量

应标明服装所采用的原料的成分及其含量。纺织纤维含量的标准应符合国家规定；皮革服装应标明皮革的种类，种类名称应符合标准规定，并反映产品的真实属性。

5. 洗涤方法

应以规定的图形符号表示洗涤方法，包括水洗、氯漂、熨烫、水洗后干燥或干洗等方法。当图形符号表述不清楚时，可用简单的文字予以说明；可分别添加字母 A、P、F 以说明干洗剂的类型。

6. 使用和储藏条件

凡因使用不当，容易造成损坏的服装，应标明使用注意事项。凡有储藏要求的产品应简要标明储藏方法。

7. 产品所执行标准的编号

服装产品应标明产品所执行的国家标准、行业标准或企业标准的编号。

8. 产品的质量等级

凡产品标准中明确规定质量（品质）等级的产品，都应按有关产品标准的规定标明产品的质量等级。

9. 产品质量检验合格证

国内生产的合格产品，每单件产品（销售单元）应附有产品出厂质量检验合格证明。

二、使用说明的安放位置

使用说明应附在产品上或附在包装上的明显部位或相关位置，并应以单件产品或销售单元为单位。服装产品的号型标志一般缝在后衣领居中位置。其中大衣、西装等也可缝在门襟里袋上沿或下沿；裤子、裙子可缝在腰头里子下沿；衣衬类产品的原料成分和含量，洗涤方法等标志可缝在左摆缝中下部。裙、裤类产品标志缝在腰头里子下沿或左边裙缝、裤缝上部。

复习思考题

1. 服装具有哪些功能？
2. 服装有哪几种分类方法？它们在服装商品经营中有什么作用？
3. 请观察目前商场经营的服装商品是如何分类、分组的？与传统经营分类方法有何不同？
4. 服装使用说明要求有哪些内容？
5. 什么是耐久性标志？应安放在服装的什么位置？

第二章

服装的色彩

人们选择服装时，首先看到的是它的颜色。色彩是人们审美情趣在服装上最直接的体现，也是人们决定一件服装取舍的重要因素之一。一件衣服无论做工如何精良，式样怎样考究，款式多么新潮，如果色彩不合自己的要求，或颜色搭配不当，给人以不和谐的感觉，往往就会被人们放弃。所以服装商品经营者，应该多掌握一些服装色彩方面的知识，以色彩较好的服装向顾客推荐。

§ 2—1 色彩的一般常识

色彩学作为一门专门学科，它的内容十分丰富。在这里我们只就专业需求作一些简单介绍。色彩是一种物理现象，它是靠光的作用表现出来的，没有光就没有色。漆黑的夜晚，一切都失去了光泽，颜色也就没有了。通过三棱镜分解，我们知道太阳光是由波长不同的红、橙、黄、绿、青、蓝、紫七种色光组合而成，通称为标准色。当光线照到物体上，一部分色光被吸收，另一部分色光被反射或透射，从而产生人们所见的物体颜色。如果该物体能反射阳光中所有的色光，那么这个物体看上去就是白色的；反之，如果该物体能吸收阳光中所有的色光，那么这个物体就呈黑色。不透明物体的颜

色是由它所反射的色光决定的，反射什么色光，就显什么颜色。透明物体的颜色是由它所透过的色光决定的，红色的玻璃所以呈红色，是因为它只透过红光，而吸收了其他色光的缘故。人们习惯将白天日光下物体呈现的颜色称为“固有色”。实践证明，白天日光下的红花绿叶，决不会在红光下就变成红花红叶，红花可以显得更红，而绿叶并不具备反射红光的特性，相反它吸收红光，因此，绿叶在红光下就呈现黑色了。总之，物体呈现的颜色由两个方面的因素决定，一是决定于外界光的作用，二是决定于物体本身对色光的反射。

一、原色、间色和复色

原色：红、黄、蓝三种颜色，按不同比例混合后可以调出各种颜色，而其他任何颜色混合都不能调出这三种颜色，因此，人们统称它们为三原色，亦称三基色。

间色：橙、绿、紫各自是由两种原色配合而成的，红与黄合成橙，黄与蓝合成绿，蓝与红合成紫，如图2—1所示。因此，人们又把它们称为三间色。

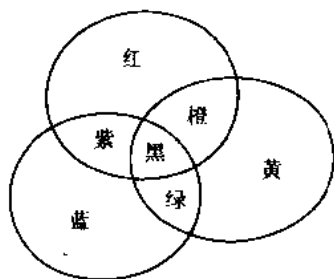


图2—1 三间色

复色：复色较为复杂，它是由原色与间色、间色与间色或多种间色配合而成的颜色。习惯上人们常以自然中的实物为之命名，如：金黄、橘黄、桃红、驼色、天蓝和草绿等。也有用深浅或化学成分命名的，如：深绿和酞青蓝等。

二、色彩三要素

要比较准确地认识和区别色彩，必须了解色彩的三要素，即色彩的三个基本属性。

1. 色相

色相是色彩所呈现出来的最大特征。通俗地说，它是指颜色的相貌，是表明某种颜色色别的特定名称，就像人的长相和名字一样。如：红、黄、蓝、绿、橙等。

虽然生活中各种各样的色彩不可胜数，但人们在长期的生活实践中，发现和认识了不同色彩之间色相变化的规律，并将其归纳，为后人认

识、运用色彩提供了方便。

前面已经提到的不能由其他颜色调制出来的三原色及由它们相互配合而成的三间色,根据其色相变化规律,人们归纳出色相环如图 2—2 所示。

从色相环中可以明显地看到位置越相近的色,其所含相同颜色的成分就越相近,色相也越相似。位置间隔越远的色,其所含相同颜色的成分越少,甚至根本不含相同的颜色,它们之间色相也就越不相同。根据这种情况,人们将色相相近,大体在色相环中 30° 左右的色称为同类色;将色相相距适中,大体在色相环中相距 $60^{\circ} \sim 90^{\circ}$,由一种原色和含有这种原色成分的间色的色称为类似色;将色相相差较远,在色相环中相距 120° 以外,其中有些颜色已没有共同色素的色,称为对比色或补色,如:红与绿,红橙与蓝,紫红与黄绿等。



图 2—2 色相环

2. 明度

明度是指色彩的明暗程度,又称深浅度。明度包括两种含义。

第一是指同一色相的明度,即将一种颜色加黑,降低明度,另一部分加白提高明度,形成不同明暗层次,如在绿色里将一部分加黑混合,另一部分加白混合,可以调成墨绿、深绿、纯绿、浅绿和淡粉绿等不同明度的绿色。

第二是指各种色相本身就具有的明暗程度。如:红、橙、黄、绿、青、蓝、紫等色明度各有差异。假如白色的明度为 100,黑色的明度为 0,其他色相的明度如图 2—3 所示。

3. 纯度

纯度又称彩度或饱和度,是指色彩中含有某种单一标准色(光谱色)的纯净程度,即红、橙、黄、绿、青、蓝、紫色的纯净程度。色彩越纯净其纯度就越高,反之,纯度就越低。如:纯绿色是标准色,其纯度就高于含绿成分少一些的草绿色。

黑、白和灰色在色彩中属于无色,它们不带任何彩色倾向,其纯度均为零。

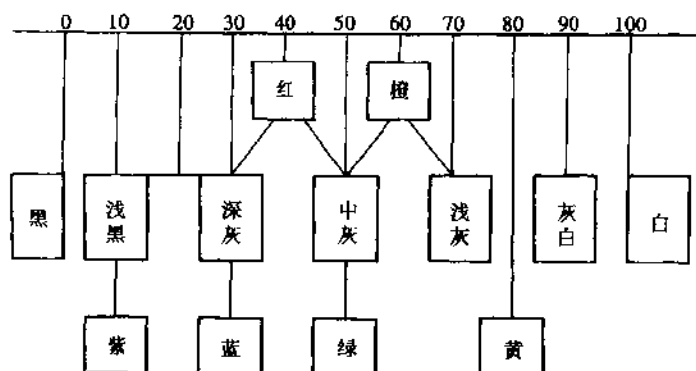


图 2—3 各色相的明度图

三、色调

色调也是色彩知识中的一个基本常识，在美术创作中可表达某种感情、意境和情趣，常在服装整体色彩设计中用到。色调指色彩外观的整体特征与基本倾向，可根据色彩三要素来分析出各种色调。

从色相角度分，有红色调、黄色调和绿色调等。由此，又有冷色调和暖色调等（下面还要谈到）。

从色彩明度分，有明色调、灰色调和暗色调等，将明度与色相结合起来，又有柔和色调和明快色调等。

从色彩的纯度分，有清色调和浊色调。将纯度与明度结合起来，又可分为明清色调和暗清色调等。

§ 2—2 服装色彩心理

服装的色彩五彩缤纷，不同的颜色，用于不同的人或不同的款式，通过人们的色彩心理反映出不同的效果。

服装的不同颜色作用于观察者的大脑而产生的种种心理感觉称为服装色彩心理。有人说，不同的色彩使人们产生不一样的感觉，这种感觉就是色彩的“性格”，这种“性格”是人们的经验、联想、视觉差或眼的错觉等条件反射产生的感觉定势。不同的观察者对色彩会产生不同的心理反应。色彩“性格”是以国内大多数人的感觉定位，是一种共同的