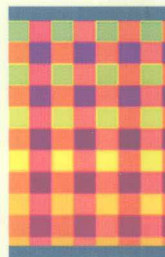




纺织高等教育“十一五”部委级规划教材
纺织服装经济与管理系列高等教材

纺织品服装 消费学



7 **F**ANGZHIPIN FUZHUANG
XIAOFEI XUE

戴晓群 ◎主 编
薛 元 ◎副主编



中国纺织出版社



纺织高等教育“**十一五**”部委级规划教材
纺织服装经济与管理系列高等教材

纺织品服装消费学

戴晓群 主 编

薛 元 副主编



中国纺织出版社

内 容 提 要

纺织品服装作为人们的日常消费品,要符合人的审美心理、生理舒适以及一些功能性需求。本书把消费者置于被服、外界装饰、社会和自然组成的大环境中,从纺织品服装的分类及功能、被服环境对人体的诸多生理影响、纺织品服装消费决策,到纺织品服装的检验和管理等有关纺织品服装消费的各个层面的知识,进行了系统阐述。

本书可作为纺织服装类高等院校相关专业的教材;也可供纺织服装商务领域的从业人员参阅。

图书在版编目(CIP)数据

纺织品服装消费学/戴晓群主编. —北京:中国纺织出版社, 2010. 10

纺织高等教育“十一五”部委级规划教材

ISBN 978 - 7 - 5064 - 6786 - 5

I. ①纺… II. ①戴… III. ①纺织品—消费—高等学校—教材②服装—消费—高等学校—教材 IV. ①TS941 ②F768. 1 ③F768. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 168960 号

策划编辑:崔俊芳 责任编辑:张冬霞 责任校对:梁 颖
责任设计:李 然 责任印制:何 艳

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing @ c-textilep.com

中国纺织出版社印刷厂印刷 三河市永成装订厂装订

各地新华书店经销

2010 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

开本:787 × 1092 1/16 印张:11.5

字数:234 千字 定价:34.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

全面推进素质教育,着力培养基础扎实、知识面宽、能力强、素质高的人才,已成为当今本科教育的主题。教材建设作为教学的重要组成部分,如何适应新形势下我国教学改革要求,与时俱进,编写出高质量的教材,在人才培养中发挥作用,成为院校和出版人共同努力的目标。2005年1月,教育部颁发了教高[2005]1号文件“教育部关于印发《关于进一步加强高等学校本科教学工作的若干意见》”(以下简称《意见》),明确指出我国本科教学工作要着眼于国家现代化建设和人的全面发展需要,着力提高大学生的学习能力、实践能力和创新能力。《意见》提出要推进课程改革,不断优化学科专业结构,加强新设置专业建设和管理,把拓宽专业口径与灵活设置专业方向有机结合。要继续推进课程体系、教学内容、教学方法和手段的改革,构建新的课程结构,加大选修课程开设比例,积极推进弹性学习制度建设。要切实改变课堂讲授所占学时过多的状况,为学生提供更多的自主学习的时间和空间。大力加强实践教学,切实提高大学生的实践能力。区别不同学科对实践教学的要求,合理制定实践教学方案,完善实践教学体系。《意见》强调要加强教材建设,大力锤炼精品教材,并把精品教材作为教材选用的主要目标。对发展迅速和应用性强的课程,要不断更新教材内容,积极开发新教材,并使高质量的新版教材成为教材选用的主体。

随着《意见》出台,教育部组织制订了普通高等教育“十一五”国家级教材规划,并于2006年8月10日正式下发了教材规划,确定了9716种“十一五”国家级教材规划选题,我社共有103种教材被纳入国家教材规划。在此基础上,中国纺织服装教育学会与我社共同组织各院校制订出“十一五”部委级教材规划。为在“十一五”期间切实做好国家级及部委级本科教材的出版工作,我社主动进行了教材创新型模式的深入策划,力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应,充分体现教材的适用性、科学性、系统性和新颖性,使教材内容具有以下三个特点:

(1) 围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设置特点,从提高学生分析问题、解决问题的能力入手,教材附有课程设置指导,并于章首介绍本章知识点、重点、难点,及专业技能,增加相关学科的最新研究理

论、研究热点或历史背景,章后附形式多样的思考题等,提高教材的可读性,增加学生学习兴趣和自学能力,提升学生科技素养和人文素养。

(2) 突出一个环节——实践环节。教材出版突出应用性学科的特点,注重理论与生产实践的结合,针对性地设置教材内容,增加实践、实验内容。

(3) 实现一个立体——多媒体教材资源包。充分利用现代教育技术手段,将授课知识点制作成教学课件,以直观的形式、丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展中的重要组成部分,为出版高质量的教材,出版社严格甄选作者,组织专家评审,并对出版全过程进行过程跟踪,及时了解教材编写进度、编写质量,力求做到作者权威,编辑专业,审读严格,精品出版。我们愿与院校一起,共同探讨、完善教材出版,不断推出精品教材,以适应我国高等教育的发展要求。

中国纺织出版社

教材出版中心

纺织服装经济与管理系列高等教材

编写委员会

(按姓氏笔画排序)

主 任 陈田初

副主任 王 璐 宁 俊 孙明贵 常亚平

委 员 于永玲 王亚超 王建坤 王 瑞 刘 嵩 刘国联
向新柱 汤兵勇 吴中元 吴湘济 吴雄英 张一风
李长龙 李雄诒 杨卫丰 狄剑锋 陈国强 武志云
郑建国 祝成炎 胡丹婷 倪武帆 奚柏君 徐山青
徐 进 郭 伟 郭建生 郭 嫣 钱竞芳 高长春
谢春萍 潘福奎 薛 元 戴晓群

随着经济的发展、物质生活水平的提高,人们对纺织品、服装的消费要求不再局限于保暖、遮体等基本功能,而是从外观、功能到心理和生理舒适性等提出了全方位的要求。这对该类产品的设计、使用和管理是新的挑战,在纺织服装商务领域的设计、技术、管理、营销、贸易等各方面的从业人员的知识结构也将面临全面的更新。

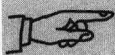
纺织品、服装的设计生产和消费选择都应以人为本,应该从纺织科学、服装科学以及人体科学、社会心理学、人体生理学等领域寻求理论基础。作者从学科交叉的角度出发,根据教学需要,总结了其多年的教学实践经验,同时还参考了相关学科的基础理论知识、大量国内外书籍及研究论文资料,最终完成了本书的编写。本书内容主要是立足于消费的角度,围绕消费者的需求,系统介绍纺织服装消费涉及的主要实务知识。本书旨在使学生掌握纺织品服装消费的基本知识,并满足纺织与服装行业的发展对人才知识结构和能力的新需求。

本书由戴晓群担任主编,薛元担任副主编。第一章由苏州大学戴晓群编写;第二章由嘉兴学院薛元编写;第三章由东华大学钱彬编写;第四章由南通大学葛彦编写;第五章第一、三、七节由戴晓群、卢业虎编写,第二节由戴晓群、孔令好编写,第四节由戴晓群、王佳编写,第五、六节由戴晓群、李亚宁编写;第六章、第九章由河北科技大学冯爱芬编写;第七章由西安工程大学梁建芳编写;第八章由苏州大学左葆齐编写。戴晓群和薛元负责编写大纲和修改定稿。

由于编写者的知识结构和理解能力的局限性,书中难免有不足之处,敬请读者批评指正。

编者

2010年6月



课程设置指导

本课程设置意义 随着经济的发展、物质生活水平的提高,人们对纺织品服装从外观、功能到心理和生理舒适性等提出了全方位的要求。这对该类产品的设计、使用和管理是新的挑战,在纺织服装商务领域的设计、技术、管理、营销、贸易等各方面的从业人员的知识结构也将面临全面的更新。本课程的开设,可以使学生掌握纺织品服装消费的基本知识,满足纺织与服装行业的发展对人才知识结构和能力的新需求。

本课程教学建议 作为纺织服装管理与贸易方向专业的必修课,建议将本课程设置为50学时,教学内容包括本书全部内容,并安排一定的实验、调研等实践环节。纺织与服装工程与设计类专业,本课程可设为必修课或选修课,建议设置40学时,教学内容着重在第四~九章,并适当结合一定的实验、调研等实践环节。本课程也可作为非纺织服装专业学生的公选课,建议设置40学时,教学内容包括本书全部内容。

本课程教学目的 使学生理解纺织服装消费的基本知识,掌握这些知识及相关理论在该类产品的设计、使用和管理方面的应用,培养学生科学地消费、管理纺织品服装的基本能力。

第一章 绪论	1
一、纺织品服装的功能	1
二、服装环境与人的生理	2
三、服装与人的心理	2
四、本书的内容特点	3
思考题	4
参考文献	4
第二章 纺织品分类与应用	5
第一节 纺织品及其分类	5
一、纺织品的定义	5
二、纺织品的分类	5
第二节 纺织品加工过程及其中间产品	6
一、纺织品加工过程	6
二、纺织品加工过程的原料及中间产品	7
第三节 纺织品的应用	15
一、服用纺织品	15
二、家用纺织品	15
三、产业用纺织品	16
思考题	17
参考文献	17
第三章 服装分类及功能	18
第一节 服装分类	18
一、根据服装的穿着对象进行分类	18
二、根据服装的生产(制造)方式进行分类	19
三、根据服装穿着的气候不同进行分类	20
四、根据服装覆盖部位不同进行分类	20
五、根据服装面料的不同进行分类	21
六、根据服装面料的织造方式进行分类	21

七、根据服装的生活用途进行分类	21
八、按 HS 编码进行分类	23
第二节 服装的功能	24
一、服装的身体防护功能	24
二、服装的适应性功能	25
三、服装的社会及心理功能	25
思考题	25
参考文献	26
第四章 体型与服装号型规格	27
第一节 人体体型与测量	27
一、人体与体型	27
二、人体测量	28
第二节 服装号型及规格	32
一、服装号型	32
二、服装规格	33
第三节 我国服装号型与规格	34
一、号型的定义	35
二、体型分类	35
三、号型标志	35
四、服装号型系列	35
五、常用服装规格	36
第四节 国外服装号型与规格	38
一、日本服装号型与规格	38
二、美国服装号型与规格	39
三、英国服装号型与规格	40
四、德国服装号型与规格	40
五、意大利服装号型与规格	41
思考题	41

参考文献	41
第五章 被服环境科学	43
第一节 人体热生理	43
一、人体温度	43
二、机体的产热与散热	45
三、体温调节	47
第二节 被服热湿环境	48
一、着装微气候	48
二、着装系统的热湿传递	49
三、微气候的影响因素	54
四、寒、暑气候环境中的着装	55
五、服装与地域气候环境	56
第三节 服装构成与面料力学性能	57
一、服装构成	57
二、服装面料的成形性指标	60
三、各类服装面料的力学性能要求	63
第四节 服装的动作适应性与着装压迫	65
一、服装的动作适应性	65
二、着装压迫及其对人体的影响	66
三、着装压力的影响因素及评价	68
四、服装的压力设计	70
第五节 被服与皮肤卫生	72
一、皮肤的构造及生理	72
二、皮肤污垢	73
三、被服与皮肤炎症	75
第六节 寝具与睡眠环境	76
一、睡眠的生理及评价	76
二、睡眠环境	78

第七节 被服新材料	81
一、高感性材料	81
二、保温材料	83
三、吸湿、吸水材料	84
四、防水透湿材料	85
五、高弹性材料	85
六、防静电材料	86
七、抗菌防臭、消臭材料	86
思考题	86
参考文献	87
第六章 纺织品服装消费决策	88
第一节 纺织品服装消费者行为的概念及模式	88
一、纺织品服装消费者行为的概念	88
二、纺织品服装消费者行为模式	88
第二节 纺织品服装消费者购买决策过程	90
一、认识需要	90
二、搜集信息	90
三、评价比较	91
四、购买行为	92
五、购后行为	92
第三节 纺织品服装消费特征及其影响因素	94
一、服装消费特征	94
二、家用纺织品消费特征	98
三、影响纺织品服装消费的因素	100
第四节 纺织品服装的绿色消费与感性消费	106
一、绿色消费	106
二、感性消费	110
思考题	113

参考文献	113
第七章 纺织品品质和检验	115
第一节 纺织品品质表示	115
一、棉本色布的品质表示	115
二、精梳毛织品的品质表示	116
三、桑蚕丝织物的品质表示	116
第二节 纺织品检验	116
一、纺织品内在品质检验	116
二、纺织品外观品质检验	120
三、生态纺织品检验	123
思考题	125
参考文献	125
第八章 服装品质和检验	126
第一节 服装品质表示	126
一、标签	126
二、吊牌	131
第二节 成衣检验方法及要求	133
一、成衣检验的项目	133
二、成衣检验的程序	134
三、成衣缺陷与等级判定	134
第三节 成衣检验的主要内容	136
一、成衣外观质量检验	136
二、成衣理化性能检验	138
第四节 服装检验举例	139
一、西服、大衣的总体质量要求	140
二、西服、大衣的检验操作程序	140
三、西装、大衣的外观质量检验	140
四、西服、大衣规格的检验	145

五、西服、大衣缝制质量的检验	146
六、西服、大衣理化性能检验	147
七、西服、大衣的包装检验	148
八、缺陷	148
九、成衣检验结果的判断	151
思考题	152
参考文献	152
第九章 纺织品服装管理	153
第一节 纺织品服装的洗涤与保管	153
一、纺织品服装的洗涤	153
二、纺织品服装的保管	159
第二节 纺织品服装的废弃与回收再利用	160
一、纺织品服装废弃的形式	160
二、纺织品服装废弃物对环境的影响	161
三、废弃纺织品服装的回收再利用	161
四、废弃纺织品服装综合利用展望	163
思考题	164
参考文献	164
附录	165
附录 1 各国常用纤维名称对照	165
附录 2 各国男外衣号型规格	166
附录 3 各国女外衣号型规格	167
附录 4 国际标准洗涤标识	167

第一章 绪论

● 本章知识点 ●

- 1. 纺织品服装的功能。
- 2. 着装目的与舒适性。
- 3. 消费者对被服产品的要求或评价。

一、纺织品服装的功能

尽管如今的纺织工业产品已经被应用到交通运输、土木建筑、机械制造、电子通讯、农林水产、环境保护、医疗保健等多个领域,但本书所指的纺织品仍然仅限于作为人们日常消费品的生活用纺织产品,包括各类服装、床上用品、浴室毛巾等与人体直接接触的纺织品;厨房用餐巾、抹布;装饰用的窗帘、桌布等。显然,作为服装材料的纺织品是其中的主要部分,以下就以它为主,介绍纺织品服装和其服务主体——人之间的复杂关系。

人类穿用衣物的目的,可归纳为针对外界自然环境的安全、生理性防护和满足各种社会生活环境中人的诸多心理需求两个方面。由此,被服的机能也可分成生理和心理两类:生理方面的机能指人作为自然界的生物个体,需要服装提供的面对所处自然气候及其他外部环境的安全防护功能,以及各种物理活动的动作适应功能,是源于人的内在基本需求;心理方面的机能是人作为社会个体,为适应社会生活和人文环境而需要的适当的遮体和装扮自身的功能,可以理解成外界对人的较高层次的理性和文化方面的要求。图 1-1 总结了被服的目的。

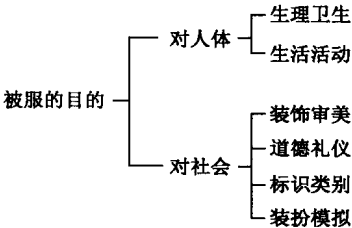


图 1-1 被服的目的

随着人类文明的进步、工业的发展,人们物质和文化生活水平的不断提高,人们对着装的要求越来越高。如今人们对服装的要求已不仅仅是提供上述的生理和心理方面的基本功能,而是要能使穿着者感觉舒适甚至愉悦,即具备服装舒适性。服装舒适性也可分为生理和心理舒适两方面:生理舒适性是指提供给人体舒适的热湿和接触环境,少数功能性服装甚至能协助改进人体的形体特征或促进某些生理机能;心理舒适性是指由服装的色彩图案、款式材质等综合效果给人带来的心理上的满足与愉悦。如图 1-2 所示,人体着装舒适性受人、服装和环境三方面因素的影响。人的因素包括活动水平、生理和心理状态;服装的因素有色彩设计、款式设计、面料性能;环境包括空气温湿度、风速、辐射等物理环境,以及活动场合、

对象等人文环境,人体着装舒适是指这三方面达到和谐。

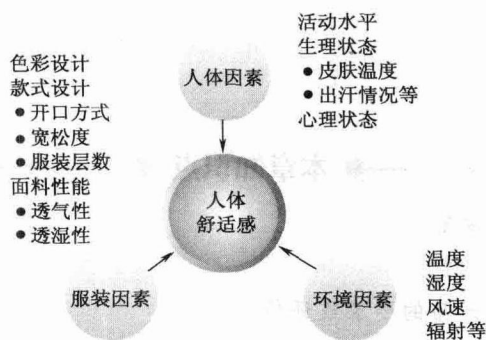


图 1-2 着装舒适性

二、服装环境与人的生理

人作为自然界的恒温动物,必须维持一定的体温,也即适当的热量平衡,才能生存,而仅靠人自身的体温调节机能能调节的温度变化范围只有 2°C 左右。另外,人体可透过皮肤一直向外散发适量的水分,从而维持一定的水分平衡。外界环境的湿度过大或过小,会对经由皮肤的水分散发起阻碍或促进作用,从而影响体内水分平衡。自然界气候因地域不同和季节变化引起的温度差异会有几十甚至近百摄氏度,湿度差异也非常大,人能生存的气候环境似乎应该只是温带的、地域很窄、温湿度变化也很小的环境。然而放眼全球,从赤道附近酷暑干涸的沙漠到冰冻严寒的南、北极,都有人类的踪迹,甚至地球外的太空也有了人类的涉足。可见,人类除了利用起居条件改善环境外,更要靠着装来弥补自身体温调节机能的局限,营造舒适的体表小气候环境,从而大大扩展外在的生存空间。

人体体表有皮肤层,对皮下组织有防护作用,皮肤柔软且有很大的延伸性,能适应人体的动作、姿势变化和各種运动需要。服装被认为是人体的第二层皮肤,很好地扩充和增强了人体的安全防护功能。为了帮助人体维持必需的热湿平衡,服装可具有防寒、防暑、防风、防雨等功能;针对某些特殊环境,服装还可以提供防电磁辐射、耐高温、抗冲击、防化学伤害等防护功能。为避免对人体的动作、姿势变化和运动造成约束甚至束缚,服装应该具备一定的柔软性、弹性,而且应易于运动,尤其是动作幅度比较大的表演装、运动装。

三、服装与人的心理

人们选择和穿着时装的动机除了防寒保暖外,还有以下几种:求新求变,希望获得注目或认可,团体、社会的归属感,减轻自卑感的自我心理防卫,个性化和自我价值的实现。由此可见,人们每天都在进行的着装行为其实有意无意间均受到各种社会心理因素的影响,这些因素可归纳为图 1-3 所示的四大方面。

(1) 个人因素:个体的感觉、感情、心理需求、价值观、自我形象与意识、生活方式等都

其着装选择有决定性影响。

(2)面对他人的因素:人们的日常活动大多是在面对他人的状态中进行,着装行为尤其如此,人们会为了给他人留下较好的印象、在他人面前显得更有魅力等而选择服装。

(3)集体因素:像学校、职场、各种俱乐部等集团性场所,一般都有其特定的集团规范或行为基准,受其制约,相应会要求穿着统一的制服。

(4)社会、文化因素:作为社会中的一分子,每个人都有其社会地位、责任和作用,行为举止也会被社会规范所制约,人们的着装行为尤其会受到文化、习俗、习惯以及时代流行潮流的影响。

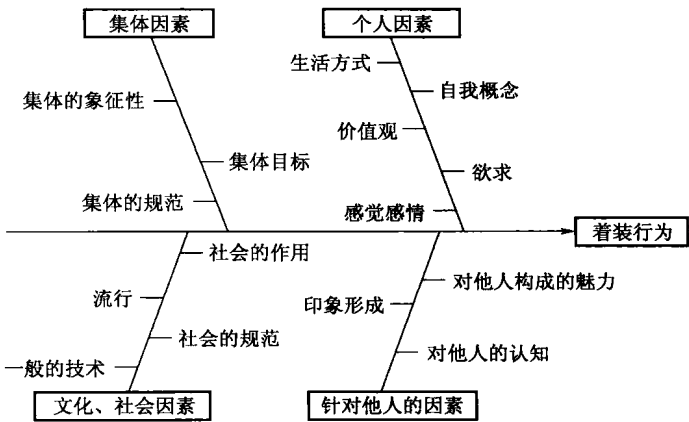


图 1-3 着装因素

四、本书的内容特点

不同于自然环境和建筑、交通工具内环境等人工环境,服装为人体构建了最小也是关系最紧密的可携带式环境。该环境对内,对人体和皮肤起到防寒暑等作用,是适应外界物理环境的生存工具;对外,则是自身个性、审美的体现,同时也是道德规范的反映、社会认知的体现,是人适应社会生活的手段之一。基于服装环境的功能要求,普通消费者对被服产品的要求或评价主要有费用、安全性、舒适性、适应性、装扮性等,见下页表。本书即围绕这些方面,把人置于被服、外界装饰、社会 and 自然组成的大环境中,系统讲述从纺织品服装的分类及功能、体形与服装号型规格的关系、被装环境对人体诸多的生理影响、纺织品服装消费决策,到纺织品服装的检验和管理等有关纺织品服装消费的各个层面的知识。本书旨在使学生理解纺织品服装消费的基本知识,掌握这些知识及相关理论在该类产品的设计、使用和管理方面的应用,培养科学地消费、管理纺织品服装的基本能力。给作为普通的纺织品服装消费者以科学的消费指导,同时给已在或拟在拥有巨大的消费市场的纺织品服装商务领域从业的人员以专业基础知识储备和实用指导,也给服装设计师提供科学的设计基础。