



东华大学服装设计专业核心系列教材
纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材

FASHION

INTRODUCTION

服装学概论

刘晓刚 主编

顾雯 杨蓉媚 编著

上海市重点学科建设项目资助

东华大学出版社



东华大学服装设计专业核心系列教材
纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材

服装学概论

刘晓刚 主编
顾 雯 杨蓉媚 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

服装学概论 / 刘晓刚主编; 顾雯, 杨蓉媚编著. —上海: 东华大学出版社, 2010. 12

ISBN 978-7-81111-790-5

I. ①服… II. ①刘…②顾…③杨… III. ①服装—概论 IV. ①TS941.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 207236 号

责任编辑 徐建红

封面设计 李勇智 黄鑫帅

版式设计 高秀静

东华大学服装设计专业核心系列教材

服装学概论

刘晓刚 主编

顾雯 杨蓉媚 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: 17.5 字数: 445 千字

2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

印数: 0001—4 000

ISBN 978-7-81111-790-5/TS·224

定价: 45.00 元

序 一

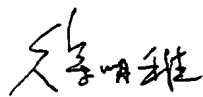
服装产业素来是我国重要的支柱产业。今天的中国不再是世界服装的初级加工厂,已从“中国制造”走向了“中国创造”。中国的服装设计师、中国的服装品牌、中国的服装教育纷纷登上世界舞台,崭露头角。在服装产业繁荣发展的今天,无论是本土的还是世界的服装设计教育格局都出现了很多变革性的因子。产业环境对我国的服装教育提出了全新的要求,既要符合全球化、国际化的趋势,又要坚持本土化的中国特色。

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并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**《服装法》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与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,服装教育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,这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有国际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。

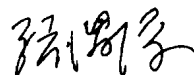
本系列教材集东华大学服装学院全体教师 20 余年专业教学之经验,涉及 30 余门服装设计专业核心课程,由我的学生、也是我国服装设计领域首位博士刘晓刚教授担纲主编,整个系列涵盖本科生和研究生的服装设计专业课程,以专业通识类、专业基础类、专业设计类、专业延伸类和专业提高类五大板块构成立体框架,注重每个板块之间的衔接关系,突出理论与实践、模块与案例、现实与前瞻的结合,改变常见的插图画家式的设计师培养模式,重点在于培养学生的创新思维、表现技能和企划操作之完成能力,其中部分教材为首次面世的课程而撰写,目的在于缩短应届毕业生与企业磨合的时间,使他们能够“快、准、实”地成为品牌企划和产品设计的生力军,也能够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

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

“学”指关于研究对象的有系统的知识,顾名思义,“服装学”是关于服装的系统知识,是关于服装学的概括性论述。在我国高等教育中,服装学涉及服装设计与工程和设计艺术学两个二级学科,其下设有服装设计与工程专业和服装艺术设计专业(部分院校还设有更为细分的专业方向)。按照高校教学的一般规律,这些专业在正式进入专业学习之前,通常都会有一门导论性课程,它是对某一学科的系统知识进行一个提纲挈领般的简短论述,使学生在较短的时间内对该学科有一个相对全面而深度有限的大致了解。作为此类课程的教材,某一学科的导论是针对该学科进行的一般性知识提炼,它可以起到认识学科性质、知晓学科范围、梳理发展历程、看清知识结构、掌握相关概念、懂得基本方法、熟悉主要过程、洞察发展方向等作用。通过对导论性课程的学习,有利于学生在全面了解学科知识的前提下,发现自己的兴趣所在,确定专业的研究方向,为进一步深入后续专业课程的学习,做好必要的知识内涵补充与专业研究深化的准备。

因此,本课程可称为“服装学导论”,或称“服装学概论”,既可以作为本专业必修的前导课程,是本专业各专业课程的对接平台;也可以作为外专业选修的兴趣课程,是外专业了解本专业的窗口。无论是服装设计与工程专业,还是服装艺术设计专业,它都是普遍适用的基础性理论课程。

虽然服装学在我国高等教育领域的起步较晚,但是,在强劲发展的我国服装产业支持下,服装学已经发展成为一门体系相对成熟的学科。近年来,作为全面介绍服装学主要框架的理论课程,类似《服装学概论》教材已经出版了多个版本,它们均以服装为主线,围绕着服装的历史、审美、设计、生产和营销等多个方面,展开较为全面的知识性论述,其基本结构大致相同,在服装专业基础教育方面做出了应有的贡献。随着时代变革的加快和服装产业的进步,人们认识事物的角度和解决问题的工具也出现了相应变化,尤其是我国服装产业取得了世人瞩目的成就,今天的服装产业在运作特征、思维观念和经营方法等方面都与30年前不可同日而语,比如,服装的品牌理念、信息技术、网络销售等在服装运作中的重要性与日俱增等等。因此,无论是教学内容,还是教学理念,或是教学手段,服装专业教学都应该做出符合服装产业进步的改革,需要有

不断的更新和拓展,达到让学生了解专业构成和理解专业概况的目的。

出于上述背景情况和教学目的,本教材从服装简史、服装演化、服装审美、服装企业、服装商品、服装设计、服装材料、服装结构、服装工艺、服装生产、服装营销、服装市场、服装品牌、服装流行等十多个方面出发,扩大了以往服装学概论的领域,从这些方面的基本概念、基本原理、主要表现、主要类型或主要方法为重点介绍内容,以平实简练的文字,浅显易懂地将构成服装学框架的各个主要部分进行概括性论述,让初次接触本专业的学生对服装及其相关事物有一个初步系统的了解,为随之而来的专业学习奠定良好的专业知识基础。其中,第一、第二、第三、第四、第七、第八、第十三、第十四、第十五章由顾雯起稿,第五、第六、第九、第十、第十一、第十二章由杨蓉媚起稿。

作者

目 录

第一章 关于服装学	1
第一节 服装学学科概述	2
第二节 服装学研究领域	3
第三节 服装学周边学科	5
第四节 服装学专业范畴与课程	7
第五节 服装教育	8
第二章 服装简史	13
第一节 服装的起源	14
第二节 服装的历史	20
第三节 服装的未来	35
第三章 服装演化	37
第一节 服装演化的概念	38
第二节 服装演化的意义	39
第三节 服装演化的条件	41
第四节 服装演化的形式	45
第四章 服装审美	49
第一节 服装的功能美	50
第二节 服装的视觉美	52
第三节 服装的触觉美	56
第四节 服装的技术美	58
第五节 服装的象征美	60
第五章 服装企业	65
第一节 服装企业的概念	66
第二节 服装企业的分类	67
第三节 服装企业的特点	70
第四节 服装企业的发展	72

第六章 服装商品	77
第一节 服装商品的概念	78
第二节 服装商品的分类	79
第三节 服装商品的策划	83
第四节 服装商品的价格	93
第五节 服装商品的保养	95
第七章 服装设计	99
第一节 服装设计概述	100
第二节 服装设计的原理与原则	102
第三节 服装设计的程序	108
第四节 服装设计的思维	111
第五节 服装设计的内容	115
第六节 服装设计的表现	119
第八章 服装材料	127
第一节 服装材料概述	128
第二节 服装材料的分类	129
第三节 服装材料的性能	133
第四节 服装材料的使用与再设计	138
第九章 服装结构	141
第一节 关于服装结构	142
第二节 服装结构的分类	143
第三节 服装结构设计的要素	150
第四节 服装结构设计的方法	156
第十章 服装工艺	161
第一节 服装工艺的概念	162
第二节 服装工艺的分类	164
第三节 服装工艺的设计	177
第四节 服装工艺的流程	180
第十一章 服装生产	183
第一节 服装生产的概念	184

第二节	服装生产的流程	186
第三节	服装生产的设备	189
第四节	服装生产的计划	194
第五节	服装生产的管理	197
第十二章	服装市场	201
第一节	服装市场概述	202
第二节	服装市场细分	203
第三节	服装市场调研	205
第四节	服装市场的选择	209
第五节	服装市场竞争与开拓	210
第十三章	服装营销	213
第一节	服装营销的策划	214
第二节	服装营销的程序	216
第三节	服装营销的战略	219
第四节	服装营销的结构	228
第十四章	服装品牌	231
第一节	服装品牌概述	232
第二节	服装品牌的分类	233
第三节	服装品牌文化与定位	241
第十五章	服装流行	247
第一节	服装流行概述	248
第二节	服装流行的产生	251
第三节	服装流行信息	253
第四节	服装流行的预测	255
第五节	服装流行与市场	258
	参考文献	262
	参考网站	266

关于服装学 | 第一章



第一节 服装学学科概述

一、学科性质

服装自诞生以来,已经有了上万年的历史,从史前时代披挂式的兽皮到后来的缝衣制袍再到现在各种风格、各种品类的时装,服装的历史可以说是源远流长,精深博大。但了解、深入服装学科并不仅仅局限于对服装历史的研究,近现代服装以及服装产业迅速发展起来后,服装学不仅仅涉及到选择和设计的问题,它还与孕育服装产生的社会、经济、政治、科技状况相关,与人们的消费喜好、风俗民情相联系,并且要受服装流通领域的各种因素的影响。因此,服装学是一门以服装这一客观事物为主线而展开的系统知识。从学科的角度来看,服装学是一门以服装及其关联现象为研究对象,结合工程学、材料学、营销学、社会学、经济学、信息学等多学科领域知识进行交叉研究的综合性学科。

广义上看,服装学的研究内容主要有三个方面,即服装构成、服装穿着和服装流通。首先是服装构成。它是从自然科学的角度对服装的物理属性进行的研究,它包括了与服装相关的面料构成、色彩搭配、款式设计、细节装饰、工艺手段和生产方式等多个方面,并需要对服装的历史进行深入研究。其次是服装穿着。穿着虽然是属于个人的穿着和消费行为,但服装的选择和穿着搭配,既涉及卫生、生理、气候等自然环境方面的科学,又和社会、心理、民俗等社会环境方面的科学相关。如何穿着服装,如何穿好服装,需要多方面的相关知识的综合。最后是服装的流通。服装要成为一种商品,必须社会上流通,这样就会涉及到计划、供应、交易、保管等多方面的知识。现代营销理念、方式以及流通渠道不断地扩展,使得针对服装流通的研究会更加广泛。

为了对人类的衣生活状态进行更加系统地研究,人们将这些分散于各边缘学科中的研究方向以及研究方法综合起来,加以补充、整理和深化,总结出统一的原理性认识,发现和构筑其在规律和结构关系,形成一个相对独立的体系,从而最终建立起一门新的学科——服装学。

二、学科变迁

服装学作为一门单独的学科进行大范围传播和研究是近几十年才出现的。服装在很长一段时期内都处于自给自足的状态中,人们自己种植棉花、亚麻,养桑蚕、牛羊以获取制作服装的原材料,亲自纺纱织布、裁剪缝衣,然后供自己穿着。后来随着社会进一步分工以及供需需求的存在,服装作为一种商品,成为了市场流通的一部分。这时的服装才不得不与其他领域有了广泛的接触,并进一步迫使人们提高生产效率、发明更先进的制作工具、创造更丰富的风格、款式和装饰手法,以满足人们日益提高的需求。对于我国来说,到了20世纪80年代,才越来越重视服装产业各个环节的需求,并出现相关的培训和教育机构。这其中,服装工业化生产的突飞猛进是促进服装学学科成立的催化剂。

现在,原本裁剪与缝制服装的很多传统手工操作项目已经被专用服装工业机械所替代,而这些现代化工业机械的操作和应用以及对生产流程的设计和管理,都不是只有传统缝纫技艺的人员可以胜任的,这就迫使社会和产业成立相关的教育机构并进行一系列专业知识培训。这也是欧美、日本等国家尤其重视服装技术教育和职业教育培训的原因,在高等服装院校进行高端

服装人才培养和科学研究的同时,至今仍设有众多的服装职业学校、技工学校、中等专业学校、成人补习学校等以培养一般服装专业技术人才为目标的学校或培训机构,为服装行业输送了大批人才。发展到后来,在服装本领域发生的技术进步已经不再能满足社会日益增长的多元化消费需求,服装外领域最新成果也带动了服装产业的发展,比如,传感领域的科技成果孕育了保健服装的诞生、ERP技术的加盟彻底改变了服装产业链管理的状况。因此,除了传统意义上的工艺和加工手段的研究外,此时的服装教学和研究已经涵盖了设计、审美、营销、传媒、心理等一系列体系化的理论与实践内容,甚至跨越服装产业领域,真正建立了服装学科体系。

第二节 服装学研究领域

一、服装学的本体研究领域

(一) 服装与人类学

人类学是从生物和文化的角度对人类的发生、发展进行全面研究的一门综合性学科。主要包括体质人类学、文化人类学和语言人类学三类。对人类学的研究能够帮助服装研究者更加了解人体的结构、人们的习俗和喜好,以提供更符合人们需求的服装。

(二) 服装与设计学

设计学是专门研究设计的性质、理论、方法、发展及其关系的工程技术类学科。其研究可分为设计历史、设计理论和设计批评三支。设计学是与艺术和科学保持着密切关系的领域,对设计的对象、方法、技术等方面有着系统的归类和探讨。设计学为服装设计提供了理论依据,设计学下的其他分支也为服装学提供了灵感和启发。

(三) 服装与工程学

根据国际人类工效学协会会章中的定义,“工程学是研究人在工作环境中生理、心理等诸方面的因素,研究系统中各组成部分的交互作用(效率、健康、安全、舒适等),研究在工作和家庭中、在休假的环境里,如何实现人一机—环境最优化的学科”。工程学在服装中的作用在于平衡人与服装、人与环境、人与人之间的关系,令服装的各个指标与人体要求相适应,并使得形式美和功能美在服装产品中达到和谐统一。

(四) 服装与材料学

顾名思义,材料学即研究材料的一门学科。在所有材料的分支学科中,它内涵最少但外延最广。内涵最少是指其研究对象直接而明确,外延最广是指其在其他领域的应用最为广泛。服装与材料学的关系十分密切,材料学为服装设计提供了产品制作的原料,了解材料的性能和特征能够更好地服务于设计。从一定程度上来说,现代服装设计的变革更多的是材质上的创新和变革。

(五) 服装与市场学

根据美国市场学协会对市场学下的定义:市场学是研究市场营销、销售活动及其规律的一类学科,其研究的对象涵盖了消费者需要与购买动机的分析。它是为了满足各人需要和组织目的的交流而计划实施有关思想、产品、服务概念、价格、促销和传播的过程。服装产品产生后必



须依靠市场的流通和大众的消费才能够成为商品,服装产品销售结果的好坏离不开市场学。理解和掌握市场学理论,能够预测消费者的需求和购买动机,为服装销售制定合理的产品策略和价格策略。

(六) 服装与卫生学

卫生学是以保持和增进健康为目的,探讨外界环境对人体的作用、要求以及利用方法的一类学科。从研究服装与卫生学的关系出发,派生了服装卫生学,它是从生理学、卫生学的角度,研究服用材料、服装与环境、服装与人体生理现象之间科学关系的一门学问。

二、服装学的相关研究领域

(一) 服装与环境学

环境学是研究人类赖以生存的环境各要素及其相互关系的一门科学。它包括有环境化学、环境物理学、环境生物学、环境医学、环境经济学、环境管理学与环境工程学等大的分支学科。当前环保生态服装的趋势越来越明显,对于环境学的研究能够使服装的设计与消费更加符合绿色、生态的需求。

(二) 服装与物流学

物流学是研究物质资料(广义的物资)在生产、流通、消费各环节的流转规律,寻求获得最大空间和时间效益的科学。物流学的作用在经济活动,特别是增强企业市场竞争力上非常重要,研究物流系统存在和运行的普遍规律,能够帮助服装品牌快速、高效地解决货物配送问题。由于品牌化经营的服装企业已经进入了跨地区,甚至跨国界经营模式,通畅强大的物流配套在服装产业中扮演着越来越重要的角色。

(三) 服装与传播学

传播学是以人类社会信息传播活动为主要研究对象,涵盖了传播者、传播内容、传播媒介、受众、传播效果等各个方面的内容、工具与功效关系研究的一门交叉学科。作为一门应用学科,它引导服装从业者从信息系统的角度剖析、指导服装品牌的传播实践活动,并依靠社会信息系统和企业信息系统的交互作用提升服装品牌的形象,实现品牌利润的最大化。

(四) 服装与表演学

表演学是从事和进行戏剧、影视等表演创作的学科。服装的展示和推广与表演学最为密切,不少服装院校都设有服装表演这一专业。

(五) 服装与社会学

社会学是一门针对社会运行和社会发展机制,理解社会的运转以对其过程及影响作出因果解释的科学。服装的产生及流行与其所处的社会环境密切相关,研究社会学,能够深入洞察社会及其变化的奥秘,为服装设计、生产和销售做出相关的指导。

(六) 服装与心理学

心理学是研究人的心理发生和发展规律的科学,其任务是通过研究人的认识、情感、意志等要素来预测、了解、指导、控制和调节人的心理与行为活动的规律。普通心理学派生出服装心理学,它的主要目的是根据心理学的一般原理,结合服装与个人、服装与社会的共生现象,帮助服装从业者更深入地了解消费者的购买心理和行为,为服装品牌的经营方向提供更加准确的把握,为市场定位提供切实可行的依据。

（七）服装与历史学

广义的历史学包括自然发展史和人类社会发展史,而狭义的历史学则指专门以人类社会历史的发展及其规律为研究对象的普通历史学。研究人类史和服装史能够帮助人们认识社会的发展规律,了解各个阶段服装的形制和特色,掌握服装的演变规律。

（八）服装与经营学

经营学是一门研究如何通过满足人的需要而完成经营目标的学科。服装上的经营学不仅包括了服装生产的经营,也包括了服装流通和服装销售上的经营,善用经营学的相关理论,能够为服装企业创造巨大的社会价值和财富,也能促进服装市场的繁荣、推进服装产业的长足发展。

（九）服装与艺术学

艺术学是研究艺术的发生发展、本质特征、演进规律以及社会功能的学科。广义的艺术学包括艺术理论、艺术发展史、艺术批评,其对象涵盖了美术、摄影、音乐、戏曲、舞蹈等十几个门类。针对艺术学进行研究,并将其理论和方法有效地运用到服装设计上,能够提升服装产品的文化内涵和艺术品位。

第三节 服装学周边学科

一、纺织科学

纺织科学是一门技术科学,其研究的对象是纤维集合体和加工中所使用的机械及化学方法,其主要的分支包括有纺织材料学、纤维材料机械工艺学、纤维材料化学工艺学等。从产业链角度来看,纺织产业是服装的上游产业,为服装提供主要的制衣材料。可以说,一个强大的服装产业背后一定有一个强大的纺织产业支持。

二、材料科学

材料科学是研究材料的组织结构、性质、生产流程和使用效能,以及它们之间相互关系的科学。它是根据工程的需要,在物理学和化学这两门基础学科上形成的一种学科交叉的科学。在科学技术飞速发展的今天,人们对于材料的品种、质量、规格和数量的要求越来越高,各国在材料科学研究上投入的人力、物力和财力也日益增长,以加速新材料的研究开发。

材料是服装构成的重要组成部分,服装的造型、色彩都无法脱离材料而单独存在,正因为如此,服装的设计、生产和使用也都离不开服装材料知识的支撑。掌握服装材料学的基础知识,并将其运用于产品的设计、生产、管理、营销甚至保养,是从事服装专业人员的必要素质。

三、管理科学

根据《辞海》对管理科学的定义,它是运用数学模式,对管理问题作系统的、定量的分析,并做出最佳规划和安排,以达到有效地利用人力、物力和财力的一种管理理论与方法。广义的管理科学是综合性的科学体系,它不仅研究经济的管理问题,还研究政治、科技、文化、教育、卫生



等领域的各种管理问题和管理关系,是拥有企业管理学、行政管理学、军队管理学、科技管理学、艺术生产管理学、教育管理、医院管理学等众多管理分支学科的综合体系。

管理科学对服装产业的帮助和推动是显著的,服装行业中的许多流程都需要用到管理学的理论和方法,这也催生了诸如服装生产管理体系、营销管理体系、售后管理体系、服务管理、客户管理等等众多管理理论的出现。现代化的管理能够有效地组织生产力要素,充分合理地利用从服装设计到销售的各种资源,从而大大提高服装品牌的效益,管理科学也是进一步推动服装产业的强大动力。

四、信息科学

信息科学是一门新的多边缘交叉性学科,它是在信息论、控制论、计算机科学、仿生学、人工智能和系统论的基础上发展起来的。这是一门以信息为主要研究对象,以信息的运动规律和应用方法为主要研究内容,以计算机等技术为主要研究工具,以扩展人类的信息功能为主要研究目标的新兴的、边缘的、横断的综合性科学。信息科学的范畴上至哲学领域的认识论,横跨自然科学和社会科学两大领域,下至包括数学、计算机、通信、生物、材料在内的众多的技术科学。

信息科学的相关理论和技术对服装的设计、生产与推广有着重要的作用。服装工作者需要了解政治、经济、生活形态的现状和发展趋势,收集消费动向、流行动向、技术动向、材料动向等方面的信息,关注消费心理的需求,掌握销售市场的变化。信息科学的相关要素在服装产业中无所不在,一方面,服装信息的收集、整理、分析、预测和应用是服装产业有序运转的重要因素,能够帮助服装工作者减少活动的盲目性。另一方面服装的设计、管理与推广需要信息技术作为支撑,各种新型的应用软件和行销平台为服装产业的发展提供了更为广阔的空间。

五、教育科学

教育科学是描述教育事实的一门科学。德国“元教育理论”研究者布雷岑卡(Wolfgang Brezinka)把教育理论划分为教育科学、教育哲学和教育行为学。在此基础上,我国学者陈桂生进一步把教育理论划分为教育技术理论、教育科学理论、教育价值理论和教育规范理论四类。教育科学为教育者的工作意图提供系统的说明,并帮助他们掌握传授知识的方法。

服装行业是一个高度竞争性的行业,在由传统行业向信息化时尚产业转型的过程中,需要有高素质的专业人才完成从设计到技术再到管理的创新。因此教育科学的理论在与服装产业结合时,应与其建立协调一致的互动关系,加强理论联系实际的教育环节,以市场需求为其发展导向,课程设置应服从于市场的需求,紧跟时代步伐。

六、经济科学

经济科学是研究经济状况和社会发展的客观规律性,对经济生活现象进行统计整理和理论系统化,提出有关物质资料的生产、分配、交换和消费的实际建议的科学体系。经济科学包含有一般经济学科和具体经济学科,一般经济学科是指政治经济学、国民经济的历史和计划、社会生产的管理理论等,具体经济学科包括有工业经济、农业经济、运输经济、通讯经济、非生产领域经济等等。

服装产业的发展与国家以及城市经济的发展应当是同步的。将经济科学的原理运用于服装产业的决策与运作中,从宏观上来看,有利于整个产业的持续发展以及产业组织的合理化和产业结构