

秦和鳴 主編

服裝 與心理

上海科學普及
出版社



(沪)新登字第 305 号

责任编辑 李诚之

服装与心理

秦和鸣 主编

上海科学普及出版社出版

(上海曹杨路 500 号 邮政编码 200063)

新华书店上海发行所发行

上海科学普及出版社电脑照排部排版

上海市印刷七厂一分厂印刷

开本 787×1092 1/32 印张 7 字数 163000

1992 年 10 月第 1 版 1992 年 10 月第 1 次印刷

印数 1—1000

ISBN 7-5427-0599-7/TS·42 定价:6.00 元

前 言

当您徜徉在琳琅满目的服装商店，为不知怎样选购一件优雅合体而又风格独具的时装而踌躇不前时；当您为怎样满足不同层次的服装消费者的需求而大伤脑筋时；当您准备报考服装专业而埋首书桌时；当您为准备一段精彩的讲稿而斟字酌句或为查阅不到服装资料而苦恼时，请您打开《服装与心理》，它会引领您走进一个美妙无穷，应有尽有的服装世界。

服装是给人穿的，从属于人。人体大同小异，虽有西施、潘安，但仍是不完美者居多。所以，人们必须借助服装来“扬长避短”。在现代生活中，服装更重要的目的是美化人体。

本书从回顾国内外服装演变的一般规律和历史入手，用现代心理学的观点，生动、形象而又具有说服力的分析服装的起源，服装的多功能以及服装的社会心理、个性心理、流行心理、错视心理等诸多心理因素，深刻地分析了服装的消费心理，并提出有关营销策略。

本书语言生动优美，表述准确具体，理论深入浅出，密切联系实际，不仅适用于大专院校服装专业的师生，也适用于从事服装设计和生产的专业人员，还适用于从事服装营销的售货员、采购员，个体服装专业户。对服装有兴趣的业余爱好者也会从本书获得实际运用的丰富知识和审美的满足。

本书由秦和鸣主编，参加编写的同志有缪良云、唐晓玲、陈莹、许星、廖军等。限于水平，本书不可避免地会出现一些疏漏错误之处，欢迎读者批评指正。

编写本书时，我们参考了国内外有关心理学和服装方面的专著及资料，并引用了报刊上的有关材料。本书在定稿时，陈野同志作了全面系统的审阅和修改，还得到胡嘉福同志的热情支持和关怀。在此一并致以谢忱。

编著者
1992年3月

目 录

第一章 服装心理的一般规律	1
一、主题.....	1
二、手段.....	5
三、本质.....	9
第二章 服装发展的历史心理因素	14
一、我国服装发展的历史心理因素	14
二、西方服装发展的历史心理因素	21
三、服装走向世界日渐融合的时代心理趋势	23
第三章 服装的社会心理	27
一、服装的社会性	27
二、政治因素对服装的心理影响	31
三、经济因素对服装的心理影响	39
四、文化、宗教因素对服装的心理影响	44
五、民族习俗对服装的心理影响	47
六、社会职业对服装的心理影响	51
第四章 服装的个性心理	59
一、客观现实因素对服装个性特征的影响	59
二、人的个性心理对服装特征的决定作用	81
三、服装个性心理对服装设计、消费所起的 重要作用	99
四、服装的个性心理与共性心理相辅相成及 对立与统一.....	107

第五章 服装的流行心理	112
一、服装流行的主客观心理因素.....	112
二、求新心理因素对服装流行的影响.....	116
三、科技进步对服装流行心理所产生的作用.....	122
四、著名设计师是推动服装流行的先驱.....	130
五、崇拜心理对服饰流行的影响.....	137
六、文化、艺术的横向渗透对服饰流行心理 的影响.....	143
七、色彩对服装流行心理的影响.....	147
八、传播媒介对服饰流行心理的影响.....	157
第六章 服装的错视心理	167
一、巧用错视心理设计服装.....	167
二、利用错视心理选购服装.....	174
第七章 服装的消费心理	196
一、消费者对服装需要的几个特点.....	196
二、社会因素对消费者选购服装的心理影响.....	198
三、价格因素对消费者选购服装的心理影响.....	200
四、流行因素对消费者选购服装的心理影响.....	202
五、消费者购买服装的心理动态.....	204
六、根据消费者心理采取的经销策略.....	207

第一章 服装心理的一般规律

自古以来，人类社会沿着衣、食、住、行四条主线发展。衣、食、住、行，衣为首。表明了在社会文明的进程中，服装与人的关系极为密切，也最具有丰富、深厚的文化层次。

一、主 题

服装是给人穿的，穿衣除人的生理需要外，在现代生活中，服装更重要的目的是美化人体，而不是服装形式本身。这是因为，服装具有美感和快感，美感必需通过人体来显示，并诉诸于材质、款式、色彩、图案、饰件、环境等因素。快感一方面通过审美的直觉获得，由服装的形式美而引起情感的愉悦；另一方面，又通过人体来感受，体现在合体、舒适、方便、保暖等方面。可见，人体不但是服装的支柱，而且能发挥人体美的主体作用，既恰当的与服装相得益彰，又会彼此排斥，形成与主观愿望适得其反的效果。

世界上没有两个完全相同的人，即使是一母所生的双胞胎，也存在着面容及身材的差异。唯其如此，使得世界上的男人和女人，都以千姿百态呈现在他人的面前，并以自己不断变更的新鲜感，去观察他人的千姿百态。唯其如此，给服装的发展、创新带来了无穷的活力。

在自然界中，人体是最复杂、最优美的。正常的年青男人体，是力量的象征。标准的比例，坚实的块面结构，躯体

的魁梧，四肢的健美，凹凸起伏的肌肉显示出刚毅，周身洋溢着令人振奋的热情；青春少女洁白而坚贞的躯体，是造物主的伟大创作，体态轻盈活泼，线条柔和妩媚，体现女性特征的胸、臂等部位肌肉丰满、起伏明显，曲率变化复杂而巧妙。这些小巧的、柔软的、平滑的、没有棱角的圆形，因其完美而具有特别的魅力。正如法国著名雕塑家罗丹所说，“自然”中任何东西都比不上人体更有性格。人体，由于它的力，或者，由于它的美，可以唤起种种不同的意象：有时像一朵花，体态的婀娜仿佛花茎，乳房和面容的笑，发丝的飘洒，宛如花萼的吐放；有时又像柔软的长春藤或劲健的摇摆的小树。人们在人体的崇仰里看到了美丽的形象，而且在那些美的形象里又透露出令人神往的光采。画家乔尔乔涅的著名作品《维纳斯》，就成功地描绘了一个典型女性的美而温柔的身体。画面上，宁静的梦境和宁静的黄昏景色，被融合在音乐般的和谐中，而形与色的调和，也同形象的调和相互呼应，使女神的身体柔和地带有圆味流利线，以及使她的身体带有金黄色的明暗，好像是对远山流畅线条和晚霞色彩的迴声①。

几乎没有人不希望自己长得美。中国古代美女最理想者，如宋玉在《登徒子好色赋》中形容的那样：“眉如翠羽，肌如白雪，腰如束素，齿如含贝。”增之一分则太长，减之一分则太短，着粉则太白，施朱则太赤”。（《诗经·卫风》）具体描写卫夫人的美：“手如柔荑，肤如凝脂，颈如蝤蛴，齿如瓠犀，螓首蛾眉，巧笑倩兮，美目盼兮”。由于历史的原因，中国古代对人体美的认定范围主要在面、发、手、足等部位，宁可在玩赏“三寸金莲”的畸型心理泛滥，却对本质的人体美讳莫如深，谈虎色变，至今仍不乏其事其人。古代希腊、罗马崇尚人体美，强调完整、和谐、鲜明的美学原则，对形式

的探讨建立在理性基础上，认为人体的匀称，四肢的平衡等等都由“数”统辖，在数学和音乐中寻找比例、节奏与形式美的关系。从这种理论衍生出来的“黄金分割”说，运用到人体上，成为检测人体各部位比例美的准则。公认的典范是“维纳斯”塑像，体态风流，无懈可击，令人叹为观止。据有关资料介绍，文艺复兴时期的艺术巨匠达·芬奇，根据解剖实验和统计数据，提出了人体美的标准为：人的头长是身高的 $\frac{1}{8}$ ，肩宽为身高的 $\frac{1}{4}$ ，手伸双臂等于身長，两腋宽度与臀宽相同，乳部与肩胛骨下端在同一平面上，大腿的正面宽度等于脸宽，跪姿时高度减少 $\frac{1}{4}$ ，卧倒时为体身 $\frac{1}{9}$ 。到了近代，研究人体的学者越来越多，见仁见智，各有千秋。例如：1. 巴龙通学说。他认为，成年男子的高度约为7.5个头身（“头身”是从头顶到下巴的高度），眼裂水平线约位于头部的 $\frac{1}{2}$ 处，头至臀4头身，躯干中点在耻骨下端，身長的中点在下肢的最上部，肩宽一般小于2头身，髌宽1.5头身，膝以下为2头身，肩至肘、掌根至指尖均为1头身。女子下肢比男子短，肩窄臀宽，身体的中点在耻骨联合上。2. 斯尔拉特齐学说。他认为女性身体美的标准是：骨骼纤细，身体圆润，胸部发育良好，头发密而长，骨盆宽，体毛少，头盖圆，颜面小，眉毛高而细，颈圆润，手足各关节细小，锁骨正直，腰柔软，第二脚趾长。3. 彻蒂斯学说。他是用具体的分数来评价人体的标准的：健康9分，颜面9分，骨骼9分，肌肉6分，体重10分，眼睛、皮肤、毛发8分，知识教养8分，品德7分，性格9分，风度10分。到了20世纪60年代，东方的日本也掀起了研究人体美的热潮，出现了许多新观点。例如，日本竞技和文化联盟理事长池金在其专著中认为：身高1.60米的女子，颈围应是31~33厘米，胸围84~86厘米，

腰围 60~62 厘米，臀围 86~88 厘米，大腿围 60~62 厘米，小腿围 31~33 厘米。另一著名学者高岭从外观上分析，得出的标准为：肌肉发育平均，眼裂正常，关节细，上唇丰隆，颜面表情平和，牙齿整齐，鼻细而直，下巴圆，脊柱正直，胸廓膨隆，腹部扁平。松田义之则认为，女子身体美的标准是：躯体协调，健康有力，动作果断，声音美，皮肤洁净，毛发多，黑而有光泽，手臂直，下肢较长，嘴、眼美，有智慧，性格好②。此外，Wyle 从人体的对称特点出发，研究对称的复杂性与美的形象的关系。还有的学者提出了斐波那契（Fibonacci）级数，即将叶序（树叶生长的程序）与人体比例相比较，实际上，这个级数的极限也是“黄金律”。

以上各家对人体美的见解，将散布在许多人身上的每一个长处，集中在一个人身上，几乎是十全十美的。这样的人是如此理想化，在世间极难寻觅到。更何况，古今中外对美的认识差异极大。即使在同一个国家，例如中国，唐人倾慕肥硕，宋人追求纤秀，窈窕的西施与丰满的杨贵妃同属中国古代四大美人。可见绝对的美的标准是不存在的，也不可能存在。人们对美的概念在历史发展过程中无疑地在变化着。但是，对于服装来讲，人体美是重要的：1. 人们虽然难于全面符合人体美标准，都可有选择地用来对照与比较。然后，运用包括服装、装饰在内的各种手段，在审美直觉上缩短自身与完美人体之间的距离。2. 它揭示了主要属于人体生理范畴的肌体比例、形态、曲线等与服装美感心理的关系；一个理想的人体，能最充分地反映服装美。如果说，服装美感是人们心理活动的产物，那么，人体美是服装美感的源泉，也是服装美感心理的基础。3. 合体而美丽的服装，需要一套完美的造型艺术来完成。这种造型艺术，并不满足于裁剪及缝纫

两个阶段的立体造型。它首先有赖于对人体美的认识和理解。例如女性颈部到肩部的线条，应强调柔和的曲线，表现胸部的分量感，需要注意各种年龄女性的胸部特征及不同形状，在设计图上作暗示性表现；腰部和臀部的曲线，是服装上最能表现出来的曲线美，其变化流畅，可产生不同的美感。这种曲线，在服装设计图上要求着很高的准确性。在此基础上，服装师才能像一个雕刻家，通过缝制和熨烫，将人体曲线自然地表现出来，从而使服装的立体造型艺术更完美。

二、手 段

俗话说：“佛要金装，人要衣装”。意思是：人依靠衣服的美丽显示美。此话未必是真理。

首先，人体与服装之间的关系并非绝对依赖的。单独出现的人体，美感意象依然存在；而离开了人体的服装，只是一堆连缀起来的布。话说至此，也许有人不同意：当挑选服装或衣料时，不是一样可以感觉到美不美吗？请注意，此时此刻产生的美感，恰恰正是将服装或衣料与自己的体态加以比拟的结果。换言之，已在服装或衣料中加进了一个“无形的我”。可见，未必是“人要衣装”，反倒是“衣要人装”。

其次，服装的个性，是藉特定的人反映出来的。同一件服装，穿在此人身上很合适，穿在那人身上就不一定美。例如，具有中国民族特色的旗袍，能充分表现女性的曲线美。然而“西施宜笑复宜颦，丑女效之徒累身”，如果那一位体态过于丰腴的女士来一次东施效颦，穿脱的艰难且不论，其视觉形象的可怕是不言而喻的，可见，不仅是“衣要人装”，而且是“衣靠人装”。

问题的关键还不仅如此。

众所周知，服装是人体的掩盖物，久而久之，在习惯上，形成了上述的人靠服装增辉的概念。但是，仔细揣摩一下人们的美感心理，可以发现，人穿衣服以后，在人体上形成了“盖”的与“露”的两大部分。“露体”固然为“彰体”，“盖体”的目的也是为“彰体”，有意识地借服装的掩盖求得人体美，是所谓“欲盖而弥彰”。

这是因为，人体与人体是大同小异的重复，缺乏对比度，缺乏新颖感。如果在人体上添加些丰富、复杂的新信息，无疑会加强审美直觉的吸引力。举例来说，胸罩的作用，并非简单地为了“遮盖乳房，恰恰相反，它意在引发人们的注意力，注意该处高高耸起的特征，注意该处的曲线美。仅仅为了盖，设计师们是没有必要煞费苦心去设计各种式样的胸罩，一块布就可解决问题。

这是因为，人体固然美，但并非人人时时都能达到理想标准的。有些体态，或者有些体态的某些部分，甚至给人以失望感，极待调整他人的视线。那些借“V”领衣掩饰短颈，从而表示颈体比例的正常，借垫肩补平斜肩，从而再现躯体的坚挺等等做法，无非都是为了“盖瑕而彰瑜”。

盖多少是个大问题。冬天气候冷，衣服穿得多，人体的大部分被掩盖，令人觉得臃肿又笨拙。就是这种不得已的情况下，工于心计的姑娘们，仍不忘在裘皮大衣下露出健美的小腿；夏天是人们比美的季节，除极少数国家外，严厉的道德法规作出了宽宏大量的让步，满足人们表现人体美的愿望。黑格尔是赞成露多盖少的。他在《美子》一书中写道：“……服装如果能把身体各部分以及姿态遮盖得尽量少，则即是最好的艺术处理”。很显然，黑格尔十分强调服装要让位于人体

的自然美。提倡身心直接融合于大自然，本色地反映人所特有的风姿及气质。这个观点，与他年青时期就醉心于自然美、动态美、曲线美的欣赏趣味是一致的。这也许是古今中外人士普遍注目的问题。且不说古希腊以及许多土著民族几乎都是衣不蔽体的，现代文明社会也将展露人体美作为体现服饰功能的重要内容、区别只在心理内涵的简单及丰富有所不同而已。

盖那里、露那里也是重要的。中国唐代盛行露胸女装，在前期，愈是贵妇人愈爱穿露胸衣。所谓“慢来罗裙半露胸”（周济《逢邻女》诗）；“粉胸半掩凝晴雪”（方干《赠美人》诗）。二八姝丽以外露瑞雪般乳胸为美。在土著民族，在南印度，少女高高耸起的乳房敢于面对任何生人或长辈；下身部分，不但敢外露，有时，为了突出它们，竟还特意作些装饰，以便引起别人的注意，这恐怕是与原始时代的杂婚遗风有关系。至于欧洲，从路易时代的掩腰、盖腿、露胸的束胸衣，发展到现在，已扩展到露胸装、露腰装、露背装，以及露臂、露腿等形式。现代各国著名设计师，无一不将盖与露列入重要的研究课题之一，力求设计出最具轰动效应的作品。

也许，设计师或女士们在思索盖那里、露那里时的出发点是多种多样的，在为何要不断变换盖、露部位上也有不尽相同的解释。然而，从服装美感心理的角度看，共同的因素是存在的：1. 总体上说，由生理、心理两方面的交织而凝聚成的原动力，推动着服装的变革。时而从胸部转移到臂部，时而又从腿部转移到背部，在“性感区”的游移变换中，加强吸引异性的新鲜感。这种或称为“性感区域转移说”的社会效应，最明显地表现在青春少女、少妇的服装上。2. 具体地说，对于具有标准人体美的人，盖与露都是炫耀自身美的手

段。前者是间接的，可供附加的信息多，变化多；后者是直接的，具体而微地表现了自然界中最富形式美感的实体。对于另一部分不具有理想人体的人，每提起忌讳之处，不免花容失色，盼望人工装饰与自然显露相结合，从中得到心理上的慰藉。由于视觉除了感知运动以外，还会自动地指令某一物体担任“主角”，而其它则依附于它。例如，当让服装或服饰的某一种因素有意识地成为“主角”时，人体的某些不尽如人意之处，便可能悄然隐退，或降低到被人忽略的地位。

可见，“欲盖弥彰”是服装揭示人体美的有效手段。可惜，世上的标准人体太少，在人群中，只有极少数人才能借助服装起到“锦上添花”的作用。对于大多数人来说，每一次服装的变换，只不过是自身心理和生理素质的适应性调整，或者说，是一次又一次针对“自我”所作的意在“扬长避短”的心理实验。有心人只要观察一下服装市场的情况，明智的购衣者都会首先考虑自己的现状：瘦高个舍弃竖条服；矮胖子回避大花衣；腿粗的忌讳超短裙；颈短的不选圆领衫。如果通过服装弥补了体态，盖体为彰体的意义就愈见明朗。

介于“盖”与“露”之间的是“透”。有人以为，着“透装”者，乃欲“露”而羞于“露”。其实，唐代贵妇轻纱透体，今日姑娘身穿网眼衫，似非出于忸怩。究其心理，还是为了“美”——一种朦胧的美。宛如云里行月，似露非露；雾中观花，若隐若现。在这种美里，寄托了着装者细腻、狡黠的心理；由“透装”反映出的形式美，刺激观赏者的好奇心，并将一般的感官认识于复杂的悬念、联想等心理活动贯穿起来，在由此及彼的探索和追求中，主、客双方都得到特殊的快感。

三、本 质

谈到服装的功能，归纳起来，大致有二：1. 实用性——自然的功能。主要起保护作用，例如，御寒、防暑、挡风吹、蔽阳光及动植物对肌体的侵害等等。2. 装饰性——社会功能。主要起美的作用，例如，求得美感的自我满足，向异性传递美感的信息，对环境、对社会文明的适应等等。一般认为，实用化是首先的，装饰性是第二位的；也有人认为，两者之间的次序是相反的。如著名美学史家格罗塞（Ernst Grosse）。但是，实用性虽然是基本的，却是相对保守、相对稳定的，而装饰性是在实用性的基础上不断丰富、不断发展的。这是因为，服装的实用功能，主要是一种生理需要，生理需要往往表现为量的满足；服装的装饰功能，主要是一种心理需要，心理需要往往表现为对质——美的观念——的追求。随着社会文明的进步，服装的装饰功能会愈来愈强化，在生理需要与心理满足冲突时，甚至不惜牺牲前者为代价。许多青年，一为了美，不畏严寒，不顾溽暑，即是实例。

爱美之心人皆有之，爱美的天性上溯人类愚昧时代，下至无限的未来，青春之念恒古长存。

人的美的观念也许是先天的，是人体生理功能的一部分。社会生活建立在两性的基础之上。婆罗门教的圣书《往世书》说：“至高无上的精神在创世的行动中成为双重的：右边是男性，左边是女性”。两性都很崇拜异性的肉体，因为肉体体现了两性的本质。在抽象的意义上讲，裸体比着衣更贞洁。以至于古代雅典妇女盛行“裸腿衣”——身体一侧完全敞开的裙。审美直觉也往往以生理快感为前提，从优美的人体曲

线，斑斓的服装色彩，得体的服饰配合中产生的形式美，引起生理的愉悦。过去，人们回避将美欲与性欲联系在一起，事实上，这两者的关系是十分密切的。两者的发展规律也是一致的：童年时代，似无若有，朦朦胧胧，随着青春期的来临，性征渐现，欲念萌生。此时，体态日见动人，感情细腻、复杂，时常伴随着骚动、幻想与不安；对容貌、举止、服装也最讲究。很明显，美欲与性欲一起从低谷期进入到高峰期。

美欲与性欲，在通常的情况下是健康地并生的，在特殊的情况下是反常的。中世纪的拜占廷，禁欲主义无情地摧残着人性，体内无从发泄的欲望，被迫转移到体外，转向到对物质的享受。性欲被压抑，美欲被扭曲，生理、心理失去了平衡。

人的美的观念也来自社会实践——经验、兴趣、能力的提高。人与人之间，存在着美感认识的差距，长大了，见识多了，耳濡目染，潜移默化，这种差距经历着缩小——扩大——再缩小——再扩大的演变过程，周而复始，推动着全社会美感认识的上升。有人说，一个姑娘怕人看见自己的裸体，是因为“本能的羞怯”。实际上，是生活告诫的结果，至于文化、教育、宣传媒介的倡导以及时装展览、时装表演，对提高美观认识的作用，就更加昭著了。

不同的人，不同的服装，具有不同的个性，突出个人美是今天时代的普遍倾向，作为一种意念，表现美也有普遍性。我们随时可以看到因身穿漂亮服装而神采飞扬的人物，而却很难发现本心愿在大庭广众面前出乖露丑的男女。因为美好的形象是人人盼望的。由于服装美感的表现形式是外在的，为表现服装美提供了根本的条件。人们从日常经验中体会到，追求新、追求奇、追求精……，只要能表现出自身的美，有多

少人就有多少种方法。服装的第一个观众是自己，而且各人都有自己的标准。此标准，或高雅，或粗俗，然而，对镜自赏，努力求得美的自我满足则是共同的。即使心如古井的修士和修女，也会在服饰的整洁和素雅里找快慰，这就是服装的自娱性。通过服装，在内心世界塑造自我。包括自我表现，自我欣赏，自我陶醉。服装的自娱性是广泛的，表现方式一般是被动的、封闭的、无意识的。可以说，服装的自娱性，是服装美感的最基本的内容。

服装美感的另一个意义是价值。广而言之，包括气质、风度、地位、财产、性格、爱好、观念、品貌等内容。人们时时处处在对比他人中寻找自己的地位，希望通过他人的赞美，来肯定自我的存在。最难忘的，是他人艳羡自己的目光；最痛苦的，是作了他人的配角。“蛾儿雪柳黄金缕，精扮细节为知音”，被异性所欣赏，尤其令人情迷意乱。请看一些处在青春年华的少男少女们，在异性面前，有的神态故作矜持，有的举止效法大方。可是，无一不在敏感地捕捉每一句褒与贬，无不期待着一对神秘的眼睛来发现自己的神秘，即使在自我陶醉中，也会隐隐地觉得自己在被别人欣赏。那怕是轻轻的一瞥，醉人的快意亦会像水面涟漪一样在心中层层荡漾。他们对异性的注视，既渴望又紧张，惴惴不安的同时，充满了兴奋和热情。有时，缕缕甜蜜之感竟会转化成信念，鼓舞着自我价值的腾升。人们常说，爱情是自私的，实际上，被异性注目也具有排他性：人皆羡我不羡彼。一旦变成了人皆羡彼不羡我，一股不可名状的失望、烦恼、孤独、嫉妒之感会油然而生。这种不甘寂寞、羞落人后的心理，在服装上掀起了一阵又一阵追求“时髦”的趋势。表现形式静悄悄，内容则是多元的、立体的。一人率先，他人紧跟，一地兴起，彼