

德州学院学术著作出版基金资助



FUSHI YU
LIUXING
BAWO
SHISHANG
CHAOLIU
FENGXIANG BIAO

服饰与流行

——把握时尚潮流风向标

穆慧玲 著



化学工业出版社

德州学院学术著作出版基金资助



FUSHI YU
LIUXING
BAWO
SHISHANG
CHAOLIU
FENGXIANGBIAO

服饰与流行

——把握时尚潮流风向标

穆慧玲 著



化学工业出版社

· 北 京 ·

服装是人的“第二皮肤”，也是社会的晴雨表，服饰的流行演变直接反映着社会的政治变革、经济变化和风尚变迁。本书对服装流行的产生与发展变化、服装流行的基本规律、服装流行的传播方式、服装流行的主要风格以及服装流行的预测等内容进行了详细的论述，并结合当代社会的发展特征，以人们对审美的意识和对服装流行的追逐心理论证了服装与消费的关系，提出了服装流行的相关理念，这对发展壮大我国服装业具有一定的理论参考意义。另外，为了便于读者阅读欣赏，本书借助大量精美的图片资料来辅助阐述，力求文字简明扼要，图文并茂。

本书适合作为大专院校服装专业教学用书，也可作为服装爱好者自学使用。

图书在版编目（CIP）数据

服饰与流行——把握时尚潮流风向标 / 穆慧玲著. —北京：
化学工业出版社，2014. 1
ISBN 978-7-122-18490-0

I. ①服… II. ①穆… III. ①服装-设计 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字（2013）第223482号

责任编辑：陈 蕾
责任校对：王素芹

装帧设计：尹琳琳

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011）
印 装：化学工业出版社印刷厂
787mm×1092mm 1/16 印张10 字数282千字 2014年1月北京第1版第1次印刷

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899
网 址：<http://www.cip.com.cn>
凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：45.00元

版权所有 违者必究



服装是人的“第二皮肤”，也是社会的晴雨表，服饰的流行演变直接反映着社会的政治变革、经济变化和风尚变迁。本书对服装流行的产生与发展变化、服装流行的基本规律、服装流行的传播方式、服装流行的主要风格以及服装流行的预测等内容进行了详细的论述，并结合当代社会的发展特征，以人们对审美的意识和对服装流行的追逐心理论证了服装与消费的关系，提出了服装流行的相关理念，这对发展壮大我国服装业具有一定的理论参考意义。另外，为了便于读者阅读欣赏，本书借助大量精美的图片资料来辅助阐述，力求文字简明扼要，图文并茂。

在流行风尚瞬息万变的现代社会，服装流行的话语权掌握在消费者手中，因此，服装设计师不能凭空标新立异，只有在充分研究服装流行的基础上，才能设计出迎合大众心理的服装，进而引导服装流行。本书通过对服装流行信息的收集、分析与应用，为服装设计师提供认知流行、掌握流行预测手段和应用流行资讯的理论参考，以期提升我国服装设计人员的综合竞争力。服饰流行的信息浩如烟海，很难在一本书中展现全貌，加之编者学识有限，书中疏漏、欠妥之处在所难免，尚祈读者指正。

作者 穆慧玲



目录

第一章 服饰流行的概念与影响因素

第一节 服饰流行的概念与产生 / 1

第二节 服饰流行的影响因素 / 2

- 一、自然因素 / 2
- 二、社会环境因素 / 2
- 三、心理因素 / 4

第二章 服饰流行的规律与传播

第一节 服饰流行的基本规律 / 5

第二节 服饰流行的传播 / 6

- 一、服饰流行的传播媒介 / 6
- 二、服饰流行的传播模式 / 7

第三章 服饰流行的风格

第一节 古典主义风格 / 8

第二节 浪漫主义风格 / 10

第三节 简约主义风格 / 13

第四节 超现实主义风格 / 14

第五节 波普艺术风格 / 16

第六节 欧普艺术风格 / 18

第七节 未来主义风格 / 19

第八节 中性风格 / 20

第九节 民族风格 / 22

第十节 迷你风格 / 23

第十一节 比基尼风潮 / 25

第十二节 谢克风格 / 26

第十三节 褴褛风格 / 27

第十四节 多层风貌 / 30

第十五节 朋克风潮 / 31

第十六节 复古风潮 / 32

第四章 服装流行趋势预测

第一节 服装流行趋势预测的构成要素 / 33

- 一、面料 / 33
- 二、辅料 / 35
- 三、色彩 / 37
- 四、款式 / 38
- 五、图案 / 39
- 六、搭配 / 41
- 七、结构 / 42
- 八、工艺 / 43

第二节 色彩趋势预测 / 45

- 一、流行色的概念 / 45
- 二、色彩预测的重要性 / 45
- 三、色彩预测的依据 / 45
- 四、色彩预测的方式 / 46
- 五、流行色组织 / 47
- 六、国际流行色预测过程 / 48
- 七、流行色的发布形式 / 49

第三节 纱线、面料趋势预测 / 55

- 一、纱线、面料预测的方式 / 55
- 二、纱线、面料的发布形式 / 55

第四节 款式趋势预测 / 60

- 一、款式预测的方式 / 60
- 二、款式的发布形式 / 61

第五章 服饰流行的发展演变过程

第一节 中国服饰流行的发展过程 / 67

- 一、原始社会的服饰 / 67
- 二、夏、商、周服饰 / 68
- 三、春秋战国时期的服饰 / 70
- 四、秦汉服饰 / 71
- 五、魏晋南北朝时期的服饰 / 73
- 六、唐代服饰 / 74
- 七、宋代服饰 / 76
- 八、元代服饰 / 78
- 九、明代服饰 / 80
- 十、清代服饰 / 81
- 十一、民国服饰 / 82

第二节 西方服饰流行的发展过程 / 86

- 一、史前服饰 / 86
- 二、古代服饰 / 86
- 三、中世纪服饰 / 88
- 四、文艺复兴时期的服饰 / 92
- 五、巴洛克时期的服饰 / 94
- 六、洛可可时期的服饰 / 95
- 七、近代服饰 / 96
- 八、现代服饰 / 102

第六章 服饰流行与服装设计师

第一节 服装设计师与服饰流行的关系 / 106

- 一、个体设计师主宰流行的阶段——19 世纪中期至 20 世纪 50 年代 / 106
- 二、设计师群体主宰流行阶段——20 世纪 60 年代至 80 年代 / 106
- 三、大众与设计师共同创造流行阶段——20 世纪 80 年代至今 / 107

第二节 影响服饰流行的著名设计师 / 107

- 一、高级时装之父——查尔斯·弗莱德·沃斯 / 107
- 二、20 世纪第一位被称为“革命家”的服装设计师——波尔·波阿莱 / 108
- 三、巴黎高级时装业的兴盛及其领军人物——夏奈尔 / 109
- 四、夏帕瑞丽 / 112
- 五、巴伦夏加 / 113
- 六、迪奥与他的新样式 / 113
- 七、库雷热 (ANDRE COURREGES) / 113
- 八、皮尔·卡丹 / 114
- 九、伊夫·圣·洛朗 / 114
- 十、三宅一生 / 115
- 十一、薇薇恩·韦斯特伍德 / 115
- 十二、卡尔·拉格菲尔德 / 116
- 十三、阿玛尼 / 117
- 十四、让·保罗·戈尔捷 / 118
- 十五、卡尔文·克莱恩 / 118

第七章 服装流行与品牌

第一节 服装流行与品牌的关系 / 119

第二节 影响流行的著名服装品牌 / 120

- 一、法国的著名服装品牌 / 120
- 二、意大利的著名服装品牌 / 137
- 三、英国的著名服装品牌 / 145
- 四、美国的著名服装品牌 / 148
- 五、其他国家的著名服装品牌 / 149

参考文献

第一章



服饰流行的概念 与影响因素 1

20世纪50年代,在欧美国家,随着工业化的普及,服饰流行的重要地位愈加突现。商家发现,充分利用流行,能带来更多的利润,于是陆续出现了国际性的衣料博览会和流行研究机构(如国际时装与纺织品流行色委员会,简称国际流行色协会,它至今仍是全球最具权威的流行色发布机构),与此同时,著名服装设计师的作品也被当作流行资料来研究。总的来说,在短短一百年的时间内,服饰流行已逐渐发展为一门学科、一个行业。

第一节 服饰流行的概念与产生

流行是指某一事物在某一时期、某一地区为广大群众所接受、所喜爱,并带有倾向性的一种社会现象。

服饰流行是在一种特定的环境与背景条件下产生的、多数人钟爱某类服饰的一种社会现象,它是物质文明发展的必然,是时代的象征。服饰流行是一种客观存在的社会文化现象,它的出现是人类求新、爱美心理的一种外在表现形式。服饰流行研究是一门实用性很强的应用科学,它研究的是流行的特点、条件、过程,以及流行的周期性规律等,是探讨人类衣饰文化中的精神内容,包括与其相适应的主观因素和客观条件的相互关系问题^[1]。

服饰流行是从服装信息传达与交流中产生的。现代世界,物质文明高度发达,科技成果日新月异,交通工具日渐发达,世界在无形中变得“越来越小”,人们的距离越来越近了。借助日益发展的交通与通讯工具,如飞机、高铁、网络、通讯卫星、电影、电视等,全球人类的联系日益密切。所以,只要某领域领先的国家有了某种新的发现,其他国家和地区紧跟着也会加以效仿和研究,服饰正是在国与国或地区与地区之间思想文化相互交流的条件下形成的一个国际共同的形式,这也就是国际服饰流行的产生。

我们的社会正处在工业化高度发展的时期,在服装方面,人们在经济实惠、节省时间的大原则下,愿意穿着机械化生产的成衣,于是,在服装的高度工业化批量生产中,在人们的好奇与效仿以及从众心理和信息传达等综合因素下,就形成了服饰的流行。

现代服饰已从按过去的阶级地位分类,转而进入了满足大众化消费需求的大批量生产时代,服饰流行的话语权掌握在消费者手中。因此,服装设计师不能凭空标新立异,只有在充分研究服装流行趋势的基础上,才能设计出迎合大众心理的服装,同时引导服饰流行。

[1] 李正. 服装学概论. 北京: 中国纺织出版社, 2007: 60.

第二节 服饰流行的影响因素

服饰流行是一种复杂的社会现象,体现了整个时代的精神风貌。包含社会、政治、经济、文化、地域等多方面的因素,它是与社会的变革,经济的兴衰,人们的文化水平、消费心理状况以及自然环境和气候的影响紧密相连的。这是由服装自身的自然科学性和社会科学性所决定的。社会的政治、经济、文化、科技水平,当代艺术思潮以及人们的生活方式等都会在不同程度上对服饰流行产生影响。而个人的需求、兴趣、价值观、年龄、社会地位等则会影响个人对流行服饰的采用。服饰流行的影响因素可以概括为三个方面:自然因素、社会环境因素和心理因素。^[1]

一、自然因素

自然因素主要包括地域和气候两个方面。地域的不同和自然环境的不同,使得各地的服装风格形成并保持了各自的特色。在服装流行的过程中,地域的差别或多或少会影响流行。偏远地区人们的穿着和大城市里服装的流行总会有一定的差距,而这种差距随着距离的靠近递减。这种现象被称之为“流行时空差”。不同地区、不同国家人们的生存环境不同,风俗习惯也不同,导致人们的接受能力产生差别,观念和审美也会有一些差异。而一个地区固有的气候,形成了这个地区适应这种气候的服装。当气候发生变化时,服装也将随之发生变化。^[2]

二、社会环境因素

1. 经济因素

当社会经济不景气,人们都将精神放在民生问题方面,首先要求解决食、住的问题,对服装款式是否流行,便不会太关心,亦不会时常购买衣服,于是造成服装业的萎缩,而服装款式的转变必然相应地减慢,甚至停滞不前。相反,社会经济繁荣富裕,人们便会不断要求新的服装款式,以满足其追求时髦的心理欲望,服装设计师不断创新竞争,使新的服饰流行不断涌现。

2. 文化因素

任何一种流行现象都是在一定的社会文化背景下产生和发展的,因此,它必然受到该社会的文化观念的影响与制约。从大方面来看,东方文化强调统一、和谐、对称,重视主观观念,偏重内在情感的表达,常常带有一种潜在的神秘主义色彩。因此,精神上倾向于端庄、平稳、持重与宁静。服装形式上多采用左右对称、相互关联。例如,中国、日本、印度等国家的传统服装都是平面、二维、宽松而不重视人体曲线,被西方人称为“自由穿着的构成”,但都讲究工艺技巧的精良与细腻。西方文化强调非对称,表现出极强的外向性,充满扩张感,重视客体的本性美感。服装外形上有明显的造型意识,着力于体现人体曲线,强调三维

[1] 吴晓菁. 服装流行趋势调查与预测. 北京:中国纺织出版社, 2009: 23.

[2] 张星. 服装流行学. 北京:中国纺织出版社, 2006: 4.

效果。国际化服装是当今的主流服装,各种文化之间的界限在逐渐淡化,各国服装流行趋于一致,但同样的流行元素在不同的国家仍然持有特有文化的痕迹,其表达方式也带有许多细节上的差异。以西服套装为例,中式西服套装带有明显的清新、雅致的感觉,而欧式则更加强调立体感与成熟感。因此,地域文化同样对服装的流行有着重要的影响。它通过对人们的生活方式与流行观念的影响,使国际性的服装流行呈现出多元化的状态。^[1]

3. 政治因素

国家或社会的政治状况和政治制度在一定程度上对服饰流行也有影响。在等级制度森严的封建社会中,流行一般只发生在上层。统治者为了维护和巩固其统治地位,对不同阶层的服装都有严格的规定,个人自由选择服装的余地很小,并且除了统治阶层之外,多数人的生活贫困,没有经济实力追求流行。流行成为大众化的现象,只有在人的个性获得解放,人们享有充分自由选择权利的社会中才有可能。从历史上看,社会动荡和政治变革常会引起服装的变化,如18世纪法国大革命时期,革命者曾流行穿长裤,与保守派的半截裤大相径庭。

4. 科技因素

科技的发展对服饰流行也具有深远的影响。一方面,它为新的服饰流行提供创意设计元素,另一方面,它能促进流行信息的交流,加速服饰流行的周期。从人类历史演变看,纺织布技术给人类的衣着带来巨大的变化和飞跃;近代资本主义工业革命带来了科技的迅速发展,促使服装从手工缝制走向机器化大生产,产生了批量化生产形式,大大缩短了服装流行的周期。从20世纪30年代合成纤维的使用,到40年代尼龙丝袜的风靡;从60年代太空风貌的出现,到90年代富有金属质感的高科技面料,新科技、新发明使服饰流行超越了时空界限,深刻地影响着现代人的衣生活。

5. 艺术思潮

每个时代都有反映其时代精神的艺术风格和艺术思潮,每个时代的艺术思潮都在一定程度上影响着该时代的服装风格。无论是哥特式、巴洛克、洛可可、古典主义,还是现代派艺术,其风格和精神内涵无一不反映在人们的服饰上。尤其是近现代,服装设计师开始有意识地追随和模仿艺术流派及其风格,以丰富的艺术风格和形式拓展了服饰的表达能力。^[2]

6. 生活方式

生活方式是指在人们的物质消费、精神文化、家庭及日常生活领域中的活动方式。在同样的物质条件下,人们可以选择不同的生活方式,生活方式直接影响人们对服装流行的态度。生活随意的人群通常喜欢休闲、随意、宽松的样式,而生活严谨的人群通常选择合体的正装,运动爱好者强调服装的功能性与舒适性,而经常开会赴宴、出入豪华场合的人群则需要多套礼服与高级时装等。生活方式的改变往往会引起服装流行的变化。20世纪初,人们的生活方式发生了极大的改变,女性走出家庭,进入社会工作,职业女装应运而生;20世纪60年代,随着世界经济的发展与年轻消费群体的产生,年轻人向传统提出挑战,服装设计开始与街头文化接轨,大众化成衣成为主流。到了21世纪,体现每个个体独特个性的非主流服饰成为新的流行风向。

[1] 吴晓菁. 服装流行趋势调查与预测. 北京: 中国纺织出版社, 2009: 27.

[2] 赵平, 吕逸华. 服装心理学概论. 北京: 中国纺织出版社, 1995: 140.

7. 社会事件

在现代媒体的传播和引导中，社会上的一些事件常常可以成为流行的诱发因素，并成为服装设计师的灵感来源。重大事件或突发事件一般都有较强的吸引力，能够引起人们的关注。如果服装设计师能够敏锐而准确地把握和利用这些事件，其设计作品就容易引起大众的共鸣从而产生服饰流行的效应。例如，1997年的香港回归，2008年的北京奥运会等重要事件，都曾经引起中国风服饰的流行。

三、心理因素

流行在服饰领域的影响是不容忽视的，每个人都会受到流行的影响并产生一些微妙的心理反应，同时，正是由于这些心理反应使服装流行不断地向前发展。影响服饰流行的心理因素很多，其中主要体现在以下7个方面。

(1) 求廉心理：由于贫困和落后，使得生活拮据的消费者购买服装的目的仅仅局限于满足蔽体、防寒、保暖这些最基本的功能需要，在这一前提下，消费者会购买廉价实用的衣服。

(2) 求实心理：注重服装穿着舒适、安全防护、穿用方便等功能的消费者，不过分强调服装的款式、面料和花色的综合效果以及是否流行，是否价格低廉等，只要能满足他们对特定功能的需求即可。

(3) 求同心理：注重与环境协调，趋同心理强烈的消费者，对服装的需求讲究稳重大方、求同存异，只求衣冠的大众化。

(4) 求新心理：关注并积极参与社会现实的消费者，乐于追求服装的流行，也敢于领导潮流，所以服装消费以新颖、时尚为首选。

(5) 求名心理：认为穿着名牌服装可显示个人的社会角色、经济实力、身份地位、欣赏品位的消费者，为拥有名品可一掷千金，但其心理需求得到了极大的满足。

(6) 求奇心理：富有挑战、反现实心态的消费者常以怪诞、新奇、独创、刺激等特有的着装风格，求得标新立异、与众不同。

(7) 求美心理：追求服装的审美艺术价值，注重服装的造型、穿着后的艺术效果以及由此所表现出的美妙意境。^[1]

[1] 宁俊，李晓慧．服装营销实务与案例分析．北京：中国纺织出版社，2000：21。



第一节 服饰流行的基本规律

任何事情的发展都有它自身变化的规律,服饰流行也不例外。一种事物开始兴起时,会受到人们的热切关注、追随,继而又会司空见惯,热情递减,产生厌烦,最后被完全遗忘。法国著名时装设计大师克里斯汀·迪奥说:“流行是按一种愿望展开的,当你对它厌倦时就会去改变它。厌倦会使你很快抛弃先前曾十分喜爱的东西。”这种由于心理状态而发生、发展、淡忘的过程就是流行的基本规律,也可称之为一个周期。^[1]

服饰流行具有明显的时间性。服饰流行是随着时间的流动而变化的,过了时的服装就不是时髦的服装,但过了时的服装并不是不美,只是因为看多了,看久了,失去了新鲜感,才不再流行下去。一种流行过去,又一种新的流行会兴起,年复一年,周而复始。

服饰流行还具有明显的空间性。同一款式风格的服装不会在同一时刻流行于世界的各个角落。通常,服装的流行总是从生产力较发达、文化水平较高、社会较开放的地区向生产力较低、文化水平较差、社会风气较保守的地区流动;从穿着讲究的年轻人、影视明星、社会名流向一般大众传播。同时,由于气候条件、经济收入、文化素养、生活方式等差异,即使上述条件相同,不同地区、不同阶层的人所能接受的服装也会有所不同。于是,在这部分地区或这部分人群中流行的式样,到另一部分地区或另一部分人群中流行时可能会有所改变。这种在某一时期,不同地区、不同人群中流行的不同服装使服饰流行呈现出空间性特征。

服饰流行还呈现螺旋式周期性变化的规律。每一种服装的流行都要经过兴起、普及、盛行、衰退、消亡这样五个阶段。旧的流行过去,新的流行又会诞生。在无数流行的交替过程中,由于人体对服装的限制,服装款式的创新只能在一定范围内进行,于是裙子从长到短,又会从短到长;上衣从宽松到紧身,又会从紧身到宽松。色彩也是这样,红色调流行过后也许会流行蓝色调,蓝色调流行过后也许会流行黄色调,在不断的交替中也可能会出现重复。材料亦是如此,华丽、精致的面料看多了,会觉得朴实、粗犷的面料更亲切;朴实、粗犷的面料看多了,又会喜欢华丽、精致的面料。款式、色彩、材料的循环反复,使服装的流行永远呈现在螺旋式周期性变化之中。服饰流行虽然具有螺旋式周期性变化的特征,但流行周期的长短、具体模式的表现却不是固定的。社会政治、经济、科技、艺术流派,甚至偶发事件

[1] 张星,服装流行学。北京:中国纺织出版社,2006:5。

等许多因素都可能导致流行周期的更改和具体模式的变化。国际上许多著名的服装设计师，总是在新的流行到来之前就开始研究它的发展规律和可能表现的外在形式，正确地指导并组织其公司的新产品设计和生产，在特定地区旧的流行衰亡之前及时转点销售，并开始迎接新的流行。^[1]

第二节 服饰流行的传播

一、服饰流行的传播媒介

（一）时装展示

时装展示是服饰流行传播的主要媒介之一，分为动态展示和静态展示两种。动态展示是着装模特儿在规定的展示台上，通过形态动作来表现服装整体效果的一种展示形式。动态展示起源于欧洲，创始人是高级时装的创始人沃斯。1858年，沃斯首次采用了动态展示这一形式，使时装的艺术效果更加直观地展示在消费者面前。静态展示是利用人形架展示服装效果的一种展示形式。人形架的造型可以是抽象的，也可以是具象的，在各类服装展览、服装交易会 and 订货会上，采用静态展示的形式较多。

（二）影视艺术

电影电视作为贴近生活的艺术形式之一，影视明星们在荧幕内外的服装穿着，反映着当时最流行的风潮，也影响着之后的服装流行。一方面，服装塑造着影视演员的角色形象，另一方面，影视演员的知名度也促进着当时的服装流行。人们会追逐和模仿自己喜爱的影视演员的穿着打扮，从而促进了服装流行。

（三）大众媒体传播

大众媒体传播是指专业的组织机构，通过各种宣传渠道和宣传工具促进服饰流行，使服装深入到大众生活中，为人们所接受。现在这方面的机构主要有：服装研究所、服装设计师协会、服装协会等。宣传渠道和宣传工具有：网络、电视、服装杂志及专业服装报刊。^[2]

（四）社会名流

社会各界名流也是服饰流行传播的主要媒介之一。社会名流具有显赫的社会地位和声望，拥有众多的崇拜者和追随者，使他们在一些公共场合的穿着装扮起到了一种广告效用，很容易被人们所接受和喜爱。同时，正因为他们是社会名流，所以频繁地在各类媒体上亮相。在这种特定的活动中，他们一般都会选择时尚的、得体的服装来打扮自己，借以增强自信心和维护自己良好的社会形象，同时也为自己的追随者树立起时尚潮流的风向标。

[1] 袁燕，丁杏子. 服装设计（第4版）. 北京：中国纺织出版社，2009，131。

[2] 万旭. 服装款式设计. 北京：电子科技大学出版社，2009：192。

二、服饰流行的传播模式

服饰流行的传播模式通常分为以下4种。

1. 自上而下式

自上而下式是指新的服装样式或穿着方式首先产生于社会上层，低于这一阶层的人通过模仿上层人群的衣着服饰而形成的流行现象。上层阶级的经济实力、优越地位和闲暇生活通过他们的衣着服饰显示出来，他们的衣着因而具有了尊贵的象征意味，从而为民间效仿。当这种衣着被模仿、复制乃至普及，上层社会往往开始寻找新的事物以拉开等级差距。这种自上而下的传播模式在欧洲古代宫廷和近代工业社会早期是流行最主要的传播模式。而在现代大众消费社会中，社会上层人群在衣着方面保持低调，而影视明星等娱乐名人则更能在衣着上起到示范作用。

2. 自下而上式

自下而上式是指新的服装样式或穿着方式首先产生于街头或次文化群体，他们得到小部分人的欣赏，被赋予一定的名称以标记这种风貌，然后被大众媒体所关注和传播，最后逐渐为社会上层所接受的流行现象。这种流行传播模式在20世纪60年代以后形成，显示了现代消费社会中，大众作为消费主体对衣生活方式的影响。自下而上的流行样式大多因其具有独特的实用功能或审美功能而为人们认可、接受。最经典的例子是牛仔裤的流行——这种劳苦的美国淘金工人穿的服装最终普及到社会各个阶层的人群中，不仅成为现代生活中最常用的基本服装，而且其本身也在不断地翻新变化并形成独特的牛仔文化，成为引领时尚的重要元素。

3. 平行传播式

平行传播式是指新的服装样式或穿着方式在同一群体内部的横向扩散过程或不同类群体之间的多向、交叉传播过程，这是当代服装流行最重要的传播模式。尽管社会等级是一个客观存在的社会现象，但是在现代社会的生产和生活方式主导下，平等观念深入人心，公开炫耀等级差别的做法成为愚蠢之举。服装作为地位象征的功能退化，对于绝大多数人来说，它更是一种寻找乐趣、追随同类、展示自我的工具。此外，现代信息社会的大众媒体空前发达，它们使各种服装流行信息以前所未有的速度、广度和深度迅速普及到社会各阶层与群体，一方面为大众的衣生活展现了众多选择的可能性，另一方面又以大规模、高频度的宣传对大众造成极大的从众压力，使之屈服于流行。

4. 中心辐射式

中心辐射式是指服饰流行现象从其发源地向其他地域传播的方式。事实上，服装的流行传播从地域上来看并不均衡。服装的流行是现代都市生活方式的产物，因此，服饰流行的发源地往往是人口密集的政治、文化、经济中心城市。从全球范围来看，时尚流行的发源地主要是巴黎、纽约、伦敦、米兰和东京。来自这些城市的时尚流行资讯最具权威性，代表最新的流行动向，并通过各种流行资讯媒体传播到世界各地，形成流行从其中心向其他地域辐射的现象。^[1]

[1] 谢冬梅. 服装设计基础. 上海: 上海人民美术出版社, 2007: 71-72.

① 服饰流行的概念与影响因素

② 服饰流行的规律与传播

③ 服饰流行的风格

④ 服装流行趋势预测

⑤ 服饰流行的发展演变过程

⑥ 服饰流行与服装设计

⑦ 服装流行与品牌

第三章

服饰流行的风格

3

第一节 古典主义风格

服装设计中的古典主义风格是指运用古典艺术的某些特征进行设计的风格。古希腊和古罗马服饰是古典主义风格服装的源头,这两种服装都严格遵守比例、匀称、平衡、和谐等形式法则,讲究整体效果,忽略细节刻画,摒弃繁杂的装饰,并以悬垂性设计为其主要特征(见图3-1^[1],图3-2^[2])。19世纪初欧洲的帝政风格服饰可视作是古典主义风格的典型。帝政风格的女服结构简单,用料轻薄柔软,重视服装在穿着时形成丰富多变的悬褶,这点与古希腊服装十分相似。帝政风格的女裙采用高腰、袒领、短袖和裙摆及地的形式。服装色彩偏于素雅且少装饰,这使附属品变得重要。帝政女服所衬内衣较少,从而使整个服装造型自然,这与在前的罗可可女服或在后的浪漫主义女服使用紧身胸衣和裙撑所显示的矫饰外形迥然不同。帝政女服所表现的是一种英国式的田园风(见图3-3,图3-4^[3])。



图3-1 古希腊服装



图3-2 古罗马服装

[1] 李当岐. 西洋服装史(第二版). 北京: 高等教育出版社, 2005: 90.

[2] 李当岐. 西洋服装史(第二版). 北京: 高等教育出版社, 2005: 116.

[3] 李当岐. 西洋服装史(第二版). 北京: 高等教育出版社, 2005: 242.



图3-3 帝政时代的古典女装一



图3-4 帝政时代的古典女装二

现代流行服饰中的古典主义有狭义和广义的两种表现。狭义地说，古典主义服饰是继承了或在较大程度上受到上述古希腊、古罗马服饰和帝政风格影响的作品，其风格是稳定的，带有浓郁的古典雕塑风味和强烈的唯美主义倾向。广义地说，任何构思简洁单纯、效果典雅端庄、稳定合理的设计都可被称为古典主义的，或者更确切地被称为古典的（见图3-5^[1]，图3-6^[2]，图3-7^[3]）。古典主义风格的服饰常常受到个性稳重、作风保守人士的青睐，在一些正式隆重的场合穿着古典主义风格的服饰不失为一种保险的方法（见图3-8^[4]，图3-9^[5]）。^[6]



图3-5 现代古典主义风格服装一



图3-6 现代古典主义风格服装二



图3-7 现代古典主义风格服装三

[1] 吕芳. 霓裳经典T台上的传奇. 北京: 中国社会科学出版社, 2011: 87.

[2] 吕芳. 霓裳经典T台上的传奇. 北京: 中国社会科学出版社, 2011: 128.

[3] 陆红阳, 喻湘龙. 现代设计元素·服装设计. 南宁: 广西美术出版社, 2006: 83.

[4] 刘蕾, 侯家华. 服装美学. 北京: 化学工业出版社, 2009: 108.

[5] 吕芳. 霓裳经典T台上的传奇. 北京: 中国社会科学出版社, 2011: 107.

[6] 包铭新, 李霞等. 西方服饰这棵树. 上海: 上海书店出版社, 2004: 70.



图3-8 现代古典主义风格服装四



图3-9 现代古典主义风格服装五

第二节 浪漫主义风格

浪漫主义 (Romanticism): 它首先是一种文学创作手法和思潮, 在18世纪中后期至19世纪中期盛行于欧洲。它不按照现实生活本来的面貌, 而是要求按照作者希望的样子去反映生活, 常用热情奔放的语言、瑰丽奇特的想象、大胆而夸张的手法描写特异的人物、事件和环境。其次, 浪漫主义又是一种艺术风格, 是一种特性和状态, 它追求个性、主观、非理性、想象和感情的宣泄, 是对古典主义追求的严谨、客观、平静、朴素的一种反抗, 强调热烈奔放、自然抒情式的表达方式。浪漫主义是许多现代派艺术的思想理论基础和灵感源泉。

浪漫主义时期的服饰特点: 流行于19世纪20~50年代的欧洲。这一时期女装的特点是, 上下两部分的分量相近, 肩肘部宽大, 强调细腰和丰臀, 大量采用泡泡袖、灯笼袖和羊腿袖, 袖子体积较大, 有时还在内部放支撑架, 从而使上肢部分的服装轮廓很宽大。帝政时期废除的紧身胸衣和裙撑再度流行, 裙摆呈圆形, 有时露出脚踝。裙撑的使用达到登峰造极的地步, 导致女性行动不便, 以至于有很多人在走路时经常摔倒、裙裾被壁炉点燃或被卷入车轮。领口常为一字形或是较高的花边领。这一时期的服装面料色彩明亮鲜艳, 花卉和格子图案很受欢迎, 有光泽的华丽绸缎被广泛使用。华丽的帽子和服装装饰着大量的花边、缎带和蝴蝶结, 整体风格女性化, 强调身体走动时的美感, 给人以轻盈飘逸的印象 (见图3-10^[1], 图3-11^[2])。

[1] 李当岐. 17-20世纪欧洲时装版画. 哈尔滨: 黑龙江美术出版社, 2000: 67.

[2] 李当岐. 17-20世纪欧洲时装版画. 哈尔滨: 黑龙江美术出版社, 2000: 65.