

服装高等教育“十五”部委级规划教材

服装流行学

张星 编著

 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书主要对服装流行的特征与规律以及流行传播的层次性、传播性、方式等问题,结合现代服装流行史以及市场变化、品牌策划等理论,进行系统的分析和论述。本书联系实际,解析到位,对提高服装设计、关注市场动态、经营品牌服装具有一定的指导性作用。

本书为“十五”部委级规划教材丛书中的一本,知识性、系统性、理论性较强,除供服装院校师生使用外,还可作为行业人员学习的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

服装流行学 张星编著 ①—北京:中国纺织出版社,2002.12
服装高等教育“十五”部委级规划教材

ISBN 7-5066-3800-0

I. ①服… II. ②张… III. ③服装—设计—高等学校—教材

IV. ④J592.04

中国版本图书馆CIP数据核字 2002-09 号

责任编辑:张林娜 责任校对:俞坚沁

责任设计:何建 责任印制:初全贵

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街2号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64167925 传真:010-64167925

网址:www.c-textile.com

北京华联印刷有限公司印刷

北京新华书店经销

2002年12月第1版第1次印刷

开本:787mm×1092mm 1/32 印张:15.5

字数:360千字 印数:1-5000 定价:28.00元

ISBN 7-5066-3800-0

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

序

为了加快中国教育的国际化进程、促进中国教育的全面发展,教育部在狠抓教育改革的同时,制定了“十五”国家级教材规划。受教育部的委托,全国纺织教育学会组织纺织工程、服装设计与工程两专业教学指导委员会编写了国家级高等教材**16种**,另外还组织编写了部委级高等教材。

两专业教学指导委员会根据教育部的专业教学改革方案,组织具有丰富教学经验和有一定权威的教师编写了国家级和部委级规划教材。

本套教材自成体系,在编写上有所突破、有所创新,体现了教材的先进性、前瞻性、通用性和实用性,可以说,既有编写特色,更有运用特色,对于新一轮教材建设将起到极大的推动作用。

全国纺织教育学会
教材编辑出版部

前言

在中国服装走向世界的过程中,研究服装流行传播理论,对于指导服装设计及市场营销有着十分重要的意义。

讲授服装流行理论和现代服装设计理念,是服装教学的重要环节。本书主要在流行起源、流行传播手段以及服装演变的特点等问题上,结合现代市场进行了系统分析与探讨;通过对国内外著名服装品牌市场运作的分析,研究了服装流行发展变化的规律与特征、流行传播手段以及流行对人们心理因素的影响,论证了服装流行与市场的关系,提出了现代服装设计的相关理念。本书在培养服装专业人才的过程中,对服装设计学习者把握服装流行规律及流行作用从理论上有一定的指导意义,同时对提高服装设计和品牌策划诸方面能力,起到良好的理念支撑作用。因此,本书作为高等院校服装教材,将对服装专业学生的知识面有一定的拓展性。

本书编写时,为了满足教材相关内容的需要,引用了一些图表和同行学者的观点,由于转录资料繁多,无法一一查证,在此特向原作者表示深切歉意和由衷感谢。

在当前服装教学改革中,此书谨作为抛砖引玉之用,期待其不断得到完善。

本书由张星、郭建南、周江、周芸、梁建芳、王玉娟等编写,最后由张星统稿。在编写过程中,研究生袁菲、范晓轩、严茜、袁菁红、叶永敏、张焕芳亦积极参与部分编写工作,同时西安工程大学也对本书的编写给予了大力支持,在此深表感谢。

张 星

2015年 10月于西安

目录

第一章 流行	员
第一节 流行的产生 轅 员	
一、流行的意义 轅 员	
二、服装流行的概念 轅 圆	
三、影响流行产生的因素 轅 猿	
四、服装流行的过程 轅 源	
第二节 服装流行的基本规律 轅 缘	
一、服装流行变化的基本规律 轅 远	
二、服装流行的时空性和周期性 轅 苑	
第三节 服装流行的规律性分析 轅 愿	
一、服装流行的周期性规律 轅 怨	
二、服装流行规律的形态因素 轅 员	
第二章 服装流行的现象与特征	员缘
第一节 服装流行的现象与形式 轅 员缘	
一、服装流行的现象 轅 员缘	
二、服装流行的形式 轅 圆	
第二节 影响流行现象的因素分析 轅 圆	
一、自然环境条件 轅 圆	
二、社会环境条件 轅 猿	
三、民族传统文化 轅 猿	
四、经济发展水平 轅 猿	
五、社会群体意识 轅 猿	
第三节 服装流行的特征分析 轅 猿	

一、形成特征的分析	轶 獭
二、发展特征的分析	轶 獭
三、类型特征的分析	轶 獭
四、结构特征的分析	轶 獭
五、运动特征的分析	轶 獭
六、条件特征的分析	轶 獭
七、表现特征的分析	轶 獭
八、状态特征的分析	轶 獭
第四节 服装流行的心理因素	轶 獭
一、生理现象对服装流行心理的影响	轶 獭
二、流行现象中的着装心理因素	轶 獭
第三章 服装的流行性与传统性	缘
第一节 服装与时装	缘
一、服装	缘
二、时装	缘
三、高级时装	缘
四、高级成衣	缘
第二节 流行与时尚	远
一、流行	远
二、时尚	远
三、流行与时尚的关系	远
第三节 流行对传统服装与民族服饰的影响	远
一、流行对传统服装的影响	远
二、流行对民族服饰的影响	远
第四节 流行与现代服装	远
一、追随流行	远
二、流行信息	远
三、流行对现代服装的影响	远
第四章 服装流行的层次性与传播性	殒
第一节 服装流行的层次性	殒
一、流行风格的层次性	殒
二、地域流行的层次性	殒

三、个人风格的层次性	轶 苑
第二节 服装流行的传播	轶 苑
一、大众传播媒体	轶 苑
二、广告宣传	轶 苑
三、时装表演	轶 苑
四、名人效应	轶 苑
五、影视艺术	轶 苑
第三节 服装流行趋势的发布形式	轶 苑
一、服装流行趋势的发布	轶 苑
二、服装流行趋势的发布条件	轶 苑
第四节 流行色发布的形式	轶 苑
一、流行色	轶 苑
二、流行色的形成	轶 苑
三、流行色的发布方式	轶 苑
第五章 服装流行与市场	轶 苑
第一节 流行与市场的关系	轶 苑
一、流行对市场的作用	轶 苑
二、多元化的流行带来的市场反映	轶 苑
三、市场消费者对流行的反映	轶 苑
四、市场对流行的影响	轶 苑
第二节 流行趋势与服装品牌	轶 苑
一、流行与品牌	轶 苑
二、品牌服装的流行表现	轶 苑
三、品牌服装的流行运作	轶 苑
第三节 品牌策划与市场流行分析	轶 苑
一、品牌策划	轶 苑
二、品牌策划与市场流行	轶 苑
第四节 流行服装与消费心理	轶 苑
一、消费者购买服装的心理过程	轶 苑
二、消费者购买服装的动机	轶 苑
三、流行服装影响消费者心理的因素	轶 苑
四、几种流行服饰的消费心理分析	轶 苑

第六章 流行传播与现代服装设计	152
第一节 流行的启示与服装设计形式 轶	152
一、现代设计与服装艺术 轶	152
二、灵感来源与流行启示 轶	152
第二节 流行语言与表现形式 轶	152
一、流行语言 轶	152
二、流行语言的表现形式 轶	152
第三节 形成服装流行风格化的因素 轶	152
一、整体风格与个人风格 轶	152
二、流行的环境风貌 轶	152
第四节 流行的传播与创意 轶	152
一、国际化流行 轶	152
二、时装的创意与传播 轶	152
三、时装设计的创意性与市场性 轶	152
第七章 现代服装设计理念与市场流行	152
第一节 当代服装设计现状分析 轶	152
一、国内服装设计现状分析 轶	152
二、国外服装设计现状分析 轶	152
第二节 现代服装设计活动 轶	152
一、设计动机——目的 轶	152
二、设计依据——条件 轶	152
三、设计手段——特点 轶	152
四、设计结果——效应 轶	152
第三节 服装设计理念与市场流行 轶	152
一、现代服装设计理念 轶	152
二、现代服装市场流行 轶	152
第八章 中外服装流行趋势分析	152
第一节 流行的国际化与局部性 轶	152
一、流行的国际化 轶	152
二、流行的局部性 轶	152
第二节 法国女装流行的个性与特征 轶	152
一、服饰文化背景 轶	152

二、时尚的舞台交换	轶 员源
三、多元、趣味的新世纪情怀	轶 员苑
第三节 意大利男装流行的个性与特征	轶 员员
一、意大利时装业的发展历程	轶 员员
二、意大利男装流行的个性与特征	轶 员猿
第四节 亚洲服饰流行的个性分析	轶 员缘
一、亚洲民族服饰的概况	轶 员缘
二、亚洲服饰流行的背景和特点	轶 员愿
三、亚洲民族服饰的世界性	轶 员怨
第五节 中国服装流行性与传统性	轶 员园
一、中国服装流行性与传统性的三次碰撞	轶 员园
二、流行性对中国传统服装的影响	轶 员圆
三、中国服装的魅力	轶 员猿
第九章 中外服装品牌的流行性分析	员缘
第一节 外国品牌的发展历史及现状分析	轶 员缘
一、外国服装品牌的发展历史	轶 员缘
二、外国服装品牌的现状分析	轶 员苑
第二节 中国服装品牌的发展历史及现状分析	轶 员愿
一、中国服装品牌的发展历史	轶 员愿
二、中国服装品牌的现状分析	轶 员怨
三、中国服装品牌的现状展望	轶 员园
第三节 中西服装品牌共性化与流行性的分析	轶 员源
一、中国与西方服装文化的差异	轶 员源
二、中西服装品牌发展的共性化	轶 员缘
三、中西服装品牌共性化与流行性的表现	轶 员远
四、东西方服装的流行性分析	轶 员愿
第十章 流行化对中国服装业的影响	员员
第一节 中国服装业的现状	轶 员员
一、中国服装业的比较优势分析	轶 员员
二、中国服装业的竞争优势分析	轶 员猿
第二节 流行国际化对中国服装业的促进	轶 员苑
一、流行国际化为服装业的整体提升提供了条件	轶 员苑

二、流行国际化对中国服装业的影响	258
第三节 服装流行国际化的发展	260
一、流行的专制和半专制阶段	260
二、流行的民主化阶段	261
三、个性与流行的关系	262
第四节 中国服装如何走向国际市场	263
一、服装企业国际化经营的外部环境分析	263
二、中国服装业进入国际市场的途径	265
参考文献	265

第一章 流行

第一节 流行的产生

有人说流行似雾里看花、水中望月，亦幻亦真；也有人说流行如行云流水，变化不定、难以捉摸。流行就是这样，犹如魔术师神奇的手，搅得服饰世界五色繁杂、七彩斑斓。德国哲学家、古典美学家康德曾说过：“在自己的举止行为中，同比自己重要的人进行比较，这种模仿方法是人类的天性，仅仅是为了不被别人轻视，而没有任何利益上的考虑，这种模仿的规律就叫做流行。”我们也可以简单地理解为，流行就是一段时间内群体的喜爱偏好！具体来说，就是在一定的历史时期，一定数量范围的人，受某种意识的驱使，以模仿为媒介而普遍采取某种生活行动、生活方式或观念意识时所形成的社会现象。

中国的古书《礼记·檀弓上》中，就有“夏后氏尚黑”的描述。殷商流行白色，周朝流行红色。春秋时，齐国风行紫色，齐桓公穿上紫袍后，紫色的纺织品价格猛涨了五倍。古人尚且如此，更何况现代人。现代人对于流行的追求，已经达到了痴迷狂热的程度，一阵流行风渐刮来，使得尘世中的人们不约而同地走入流行的行列。人们从思想、观念、认识到生活方式的改变；从言谈举止到争先恐后的行动；从吃、穿、住、用、行到学习、工作、娱乐、休闲……时尚的潮流驾驭着人类前行的历史旅程。

一、流行的意义

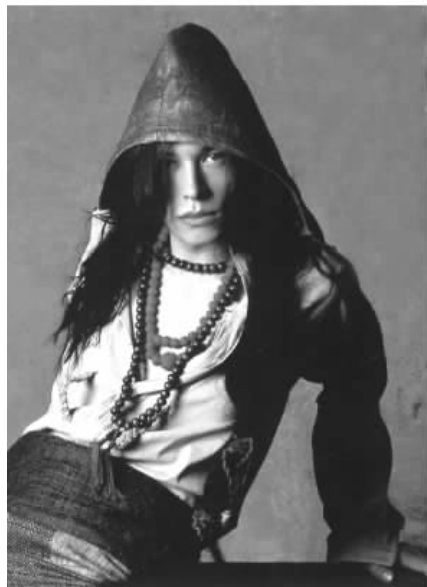
人们一般所说的流行多是指服饰的流行，从古到今时尚流行成为人类社会文化的重要组成部分，并直接影响着人们的生活。

在新的流行开始之时，它与现存的流行相比处于弱势，但随着发展它将替代现存的流行，成为新的流行热潮。这种替代是不断变化发展的。其实流行就像河流一样，它的源头只是涓



流行不需要理由





从宗教中获取设计灵感进行创作，形成一种崭新的视觉效果



用亮片、薄纱、皮革设计的时装，彰显女性柔媚、原始、野性的流行风格

涓溪流，当它汇聚无数溪流，流到中游后便形成了势不可挡的广阔江河，但顺流直下，它又将被分流，最终流入大海，被大海所吞没。

当今服装流行的本质意义在于，它将服装的表演性、艺术性向商业的实用性转化，逐步形成一种引起人们注意的新潮事物，当人们认可并模仿时，流行便进入了盛行期。这种具体的服装流行被广泛接受后，会造就日益庞大的消费群体，为服装业创造出无限的商机。同时，服装流行也是社会经济兴衰、人们文化水准、审美、心理、意识、观念等方面的综合体现。

二、服装流行的概念

流行是一种客观的社会现象，它反映了人们日常生活中某一时期内共同的、一致的兴趣和爱好。它所涉及的内容相当广泛，不仅有人类实际生活领域的流行（包括服装、建筑、音乐等），而且在人类的思想观念、宗教信仰等意识形态领域也存在流行。但在众多的流行现象中，与人密切相关的服装总是占有最显著的地位，它不仅是物质生活的流动、变迁和发展，而且反映了人们世界观和价值观的转变，成为人类社会文化的一个重要组成部分。

服装流行指的是服装的文化倾向，通过具体服装款式的普及、风行一时而形成潮流。这种流行倾向一旦确定，就会在一定的范围内被较多的人所接受。服装流行的式样具体表现在它的款式、材料、色彩、图案纹样、装饰、工艺以及穿着方式等方面，并且由此形成各种不同的着装风格。一般服装流行的要素主要有以下几方面：服装款式的流行倾向主要是指服装的外形轮廓和主要部位的外观设计特征等；服装面料的流行倾向是指面料所采用的原料成分、织造方法、织造结构和外观效果；服装色彩的流行倾向是指在报纸、杂志上公布的权威预测，并在一定的时间和空间范围内，受人们欢迎的色彩；服装纹样流行倾向是指服装图案的风格、形式、表现技法，如人物、动物、花卉、风景、抽象图案、几何图形等；服装的工艺装饰流行倾向，是指在不同时期采用的一些新的缉缝明线的方法，还有服装开衩以及印花等都会随着流行而变化。

三、影响流行产生的因素

流行的产生有脉络可寻，并不是凭空想象出来的，任何一款与社会脱节的服装都难以生存。所以流行会受到人为因素、社会经济状况、自然因素、文化背景、国际重大事件等因素的影响。如果设计服装时脱离这些因素，只是一味地以主观设计为主，那么所设计出的服装则不会成为一种流行。

1. 人为因素

影响因素主要来源于人们喜新厌旧和攀比、从众心理。喜新厌旧是人们在生活中的一种心态。抛弃旧的、追求新的。这种愿望在服装中表现得尤为突出。当一种新的服装出现时，一些勇于尝试的人，在喜新厌旧的心理驱动下首先走入潮流的前端，成为新流行的创造者，这种心理因素促使服装流行不断地推陈出新。随后，这种服装被人们认为是时尚，不穿着它的人自感落伍，于是在攀比心理的指使下，穿着它的人会越来越多。这样，在一定的时间和一定的地域内，有相当比例的人群加入流行的行列，这时，一部分墨守成规、对服饰缺乏主见和自信心的人，常常采取随大流的从众方式。这种盲目的从众心理使流行向更大范围扩展，成为推动流行发展的主力军。

2. 社会经济状况

服装流行的现状可以反映出一个国家的经济状况，在服装流行蔓延、传播的过程当中，社会的经济实力起着直接的支撑作用。台湾作家罗兰女士曾在一文中写到：“时装设计家皮尔·卡丹访问台湾，我们的大众传播热烈报道，欣喜于这位大亨看中了‘台北是穿着的天堂’。这世界级的时装生意人的惠然光临，给我们证明了一项进步，至少可以证明我们已经有钱到够资格穿用他所创造出的品牌。”当社会经济发展不景气时，人们的精力就会放在民生方面，大家只有解决吃住后，才会对穿着有所要求，否则只要穿暖就足够了。至于款式、颜色都不会被人关注，更不用说考虑流行与否了。这时的服装业就会出现萎缩，服装的造型变化就会减缓，甚至停滞不前。相反，社会经济繁荣昌盛，人们的生活水平不断提高，与此同时，人们对着装需要更多、更新的变化，首当其冲的



颇具时尚指数的街头流行服装



无论何时何地，挡不住人们追逐流行的热情



具有浓厚地域色彩的
童装设计颇有特色



分割线的采用，使
得小外套具有了活
泼等特点

便是自身的修饰。人们对服装提出新的要求，服装会不断的出新、出异，于是便涌现出与时代相适应的新的潮流，呈现出服装流行的繁荣景象。

3. 自然因素

主要包括地域和天气两个方面。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地会影响流行。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。

4. 社会文化背景

生活中服装的流行是随着时代的变迁而变化的，不同时代的流行，都是与不同社会文化背景下人们的生活习惯、宗教信仰、审美观念等相契合。例如生产童装的设计师就要学会看动画片，要知道这个时期最流行的动画片是什么，孩子们最喜欢的卡通人物又是谁，只有把童装和生活有机地结合，才能设计出孩子们喜欢的流行童装。

5. 社会重大事件

社会重大事件的发生往往被流行的创造者作为流行的灵感。很多国际上的重大事件都有较强的影响力，能够引起人们的关注。如果服装中能够巧妙地运用事件中的元素，就很容易引起共鸣，产生流行的效应。

四、服装流行的过程

服装流行的过程可以分为三个阶段。

1. 服装流行的初级阶段

服装流行的初级阶段往往只有少数人接受。这类人热衷于探索前所未有的新的不同点,喜欢标新立异,展示自己的个性,认为穿着只有在“与众不同”的情况下才能真正体现它的价值,才能够宣扬和突出自我。在现代人的心目中,个性化走在流行的前端远比流行来得重要。就像现在很多爱想象的年轻人,他们不喜欢普通人衣着的世俗限制,于是把目光投向传统约束较少的亚文化群落,并在潜移默化中影响进而造就着新一轮的流行。

2. 服装流行的发展高涨阶段

当一种新的流行渐渐地被更多的人接受时,另一类人则极力要求大众化,尽量保持与他人的统一性,这种趋同心理使他们也迅速地加入到流行的行列中来,以获得时代的安全感。由此可见,流行对于现代人来说太重要了。流行的服装对个人来说是否适合或许并不重要,重要的是服装本身的流行。一位从日本回来的朋友说日本的女孩现在都流行穿短裙,其实日本女孩大多腿型并不太美,如果穿宽裤腿的长裤或是穿长裙都可以掩盖这种缺陷,但为什么要穿短裙呢?其实是因为日本时尚流行“露出你又细又长的大腿”。人们迷醉流行,在现代社会,谁也不愿做一个流行的落伍者。

3. 服装流行的衰亡阶段

当一种流行被大众参与普及后,就失去了该流行的新鲜感和刺激性,使人们渐渐对此流行失去了兴趣,而与此同时,新的流行又在寻机勃发,迫使原有的流行退出时尚舞台。

第二节 服装流行的基本规律

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—



与众不同的中性装扮



古典主义的回归:流行这个万花筒,挡不住人们的复古思潮



20世纪70年代曾经流行的“迷你裙”又回到了现代人的生活中



对民族的、传统的事物加以创新，再设计，便使之有了流行的条件

个周期。任何事情的发展都有它自身变化的规律，服装的流行也不例外。

服装的流行具有明显的时间性，随着时间的推移而变化，这种变化是有规律的，表现为循环式周期性变化、渐进式变化和衰败式变化规律。

一、服装流行变化的基本规律

1. 服装流行的循环式周期性变化规律

服装流行的循环式周期性变化规律是指一种流行的服装款式被逐渐淘汰后，经过一段时间又会重复出现大体相似的款式，所谓“长久必短，宽久必窄”，说的就是这个规律。但这种流行的方式是在原有的特征下不断地深化和加强，使流行的变化渐进地发展。这种循环再现无论是在服装造型焦点上、色彩运用技巧上，还是服装材料使用上，与以前相比都有明显的质的飞跃，它必然带有鲜明的时代特征，运用更多现时的人文、科技的结果，必然易被社会所接纳。

2. 服装流行的渐进式变化规律

服装流行的渐进式变化规律是指有序渐进的意思。流行开始常常是有预兆的，它主要是经新闻媒介传播，由世界时尚中心发布的最新时装信息，对一些从事服装的专业人员形成引导作用，从而导致新颖服装的产生。最初穿着流行服装的毕竟是少数人，这些人大多是具有超前意识或是演艺界的人士。随着人们模仿心理和从众心理的加强，再加上厂家的批量生产和商家的大肆宣传，穿着的人越来越多，这时流行已经进入发展、盛行阶段。当流行达到了顶峰时，时装的新鲜感、时髦感便逐渐消失，这就预示着本次流行即将告终，下一轮流行即将开始。总之，服装的流行随着时间的推移，都经历着发生、发展、高潮、衰亡阶段，它既不会突然发展起来，也不会突然消失。

3. 服装流行的衰败式变化规律

服装流行的衰败式变化规律是指上一个流行的盛行期和下一个流行蓄势待发的结合点。服装产业为了增加某种产品的获利，在流行的一定阶段会采取一些措施以延长产品衰败

的时间，同时又在忙碌着为满足人们再次萌生的猎奇求新心理而创造新一轮流行的视点。

二、服装流行的时空性和周期性

1. 服装流行的时空性

服装的流行联系着一定的时空观念。时间与空间都有它们的相对性。在同一空间里要考察时间的长短；与此同时，在同一时间里也要辨别空间的异同。因此，服装必然有它强烈的时效性。因为“新”在流行的过程中是最具有诱惑力的字眼，流行只有在“新”的视觉冲击中才能保持旺盛的生命力。所以今天的流行、明天的落伍便成了司空见惯；服装更新得越快，它的时效就越短。从法国服装中心几十年来展示的服装中可以看到风格的突变：曾经是色彩灰暗、宽松的服装流行全球，继而便是金光闪闪、珠光宝气、缀满装饰物的服装充实市场；喇叭裤虽然以挺拔优美的气质独领风骚许多年，但仍无力抵挡流行的浪潮，终被宽松的“萝卜裤”占先，紧接着又出现了直筒裤、高腰裤以及实用而优雅的宽口裤、九分裤、七分裤等。服装款式的变化、花样翻新令人目不暇接。近年来，就连人们认为变化比较稳定的男装，也因受到流行潮流的冲击而在不断地变化。因此，只有把握流行时间的长短和空间的范围，才能保证服装流行的效应。

2. 服装流行的周期性

服装流行在经历了其萌芽、成熟、衰退的过程，退出流行舞台后，又反复出现在流行中，即为流行的周期性。流行的周期，循环间隔时间的长短在于它的变化内涵，凡是质变的，间隔时间长；凡是量变的，间隔时间相对会短一些。所谓质变，是指一种设计格调的循环变化。一种服装款式新颖，可能流行一两年也就过时了，但它仍旧还是一种格调、风格，只不过不再是一种流行款式而已；但若若干年后，它又会以新的面貌出现。美国加利福尼亚大学教授克罗在观察了各种服装式样的兴起和衰落后，得出的结论是：服装循环间隔周期大约为一个世纪，在这之中又会有数不清的变幻……人类对于服装特征的独立研究表明，某种服饰风格或模式趋向于有规律的周期性重现。时尚周期的另一尺度与“循环周期”的原



休闲时，女士们的流行装束，倡导身体的解放与自然的回归



白的优雅、黑的神秘，以此为基调的设计呈现出一种浪漫情怀与高贵风韵，使人们在不觉中有了怀旧情愫