

前言

服装艺术设计是服装专业教学中的核心课程，其内容涵盖了服装的基础理论、服装设计的形式法则、各类服装的设计要素和规律，以及与设计相关的多方面的知识。

《服装艺术设计》教材的编写，是在总结我国二十多年的服装教育理念和教学经验的基础上，吸纳国际上有益的教学内容与方法，并结合国内外服装文化和服装产业的发展对于当代设计人才的实际需求，对服装艺术设计教学的相关知识进行理性的筹划和有序的整合，既注重专业基础理论的系统性和规范性，又重视专业教学的多样性和可操作性。同时，教材中贯穿和强化了学生国际视野、民族情怀、产业观念和专业精神四个方面的重要教学思想，以期培养学生高远的眼界和宽阔的胸襟。

高等教育中的艺术设计教育，其宗旨是培养学生的综合素质、专业基础和专业技能。因此，在教材内容上除了通常的服装设计理论和设计的形式法则之外，增加了艺术设计的发展概述，艺术设计与市场营销，服装艺术设计的演变及其规律等内容，突出了服装的设计定位、创意思维、设计理念和等方法，并强调了案例教学的启发和引导作用，从而拓展了当代服装艺术设计的新的教学内涵，强化其教学的时代性、人文性和应用性特色，期望通过本教材的指引，使学生尽快完成从理论到实践、从专业到产业的深化过程，明确专业学习的途径、方法和目标。并能够培养勤于思辨、勇于实践、善于交流、乐于合作的良好作风，树立服务并提升服装产业水平，推动产业国际化尽心尽力的自信心和责任感。

为有利于教材内容的学习和掌握，在各章节中穿插了相应的“名师简介”、“品牌简介”、“专业知识窗”、“综合知识窗”四种小栏目作为主题内容的链接。同时，在教材的每一章后面列举了超百本的推荐参阅书目和超百道的思考题，汇成“百本参阅书”和“百道思考题”，意在丰富和充实学习内容，拓展专业思考和专业视野。另外，还提供了服装艺术设计教学课程的参考性课时数安排。这些均构成了本教材的特色。

本教材的编写历时两年，在有限的撰写时间与空间中，难以达到尽善尽美，加之社会经济、科技和文化、艺术的突飞猛进，时尚潮流的演变，使得教材中所提及的专业信息和案例分析都会受到时代和时间的局限。同时，教材中难免会有偏颇和欠缺之处，恳请广大教师同行和学生给予指正。

本教材由刘元风教授和胡月教授主编，由胡月教授负责第一部分及第二部分的第一章至第四章，由刘元风教授负责第二部分的第五章、第六章和第三部分，参编者还包括：刘静轩、王艺璇、宋鸽、张春佳、李迎军、王明杰、丁兵杰、苑国祥。

在教材编写的过程中，得到了中国纺织出版社的热情支持，在此表示真诚的谢意。



2005年6月30日

目录

第一部分 服装设计基础理论

第一章 服装与人类社会

- 第一节 服装与社会化概念
- 第二节 人类着装的基本动机
- 第三节 社会因素对服装的影响

第二章 现代艺术设计与服装

- 第一节 现代艺术设计发展
- 第二节 现代艺术设计的社会作用
- 第三节 现代服装艺术设计

第三章 现代服装设计的发展轨迹

- 第一节 登峰造极的高级时装
- 第二节 后来居上的高级成衣
- 第三节 全面图新的大众成衣
- 第四节 中国服装行业的现状

第四章 服装设计师的素质培养

- 第一节 文化艺术素质
- 第二节 科学技术素质
- 第三节 社会道德素质

第二部分 服装设计创作要素

第一章 服装风格设计

- 第一节 确定艺术形式
- 第二节 结合流行趋势
- 第三节 经济技术配合

第二章 服装款式设计

- 第一节 服装外轮廓
- 第二节 服装内结构
- 第三节 服装细部设计
- 第四节 局部设计与整体意识

第三章 服装色彩设计

- 第一节 色彩的认识
- 第二节 色彩的把握
- 第三节 流行色与常规色

第四章 服装材料设计

- 第一节 材料的认识
- 第二节 材料的运用
- 第三节 材料的再创造

第五章 服装流行研究

- 第一节 服装流行的基本理论
- 第二节 服装的流行规律
- 第三节 服装流行预测

第六章 创造力与设计思维

- 第一节 设计教育的目的是创造力的培养
- 第二节 设计思维与知识积累
- 第三节 设计的社会性与创造力

第三部分 服装分类设计

第一章 服装理论定位

- 第一节 现代设计环境下的设计定位理论
- 第二节 服装设计定位的基本方法与程序

第二章 生理状态类别

- 第一节 男装设计
- 第二节 女装设计
- 第三节 童装设计

第三章 社会用途类别

- 第一节 职业装设计
- 第二节 礼服设计
- 第三节 演艺服装设计
- 第四节 特殊服装设计

第四章 加工技术类别

- 第一节 内衣设计
- 第二节 裘革设计
- 第三节 针织服装设计
- 第四节 羽绒服装设计

课时安排

建议课时：400 学时

第一部分 服装设计基础理论 (30 学时)

- 第一章 8 学时
- 第二章 12 学时
- 第三章 12 学时
- 第四章 8 学时

第二部分 服装设计基本要素 (120 学时)

- 第一章 10 学时
- 第二章 25 学时
- 第三章 30 学时
- 第四章 15 学时
- 第五章 20 学时
- 第六章 10 学时
- 第七章 10 学时

第三部分 服装分类设计 (250 学时)

- 第一章 10 学时
- 第二章 120 学时
- 第三章 60 学时
- 第四章 60 学时

注：各院校可根据自身的教学特色和教学计划进行课时数调整。设计与工程专业、设计与表演专业及其它专业，可选择服装艺术设计的部分内容，并作相应的课时安排。

第一篇

服装设计基础理论



第一章 服装与人类社会

从20世纪80年代中期至今,中国的服装艺术设计教育已有了近20年的经验积累。以迅猛发展的服装行业人才的需求为参照,我们发现以往的教学缺少了一些非常重要的理论内容,造成了人才培养上的偏差。问题主要出在由于教育方对现代设计的认识不足,因而只注重技巧能力的训练,而忽略了对学生思考能力、理论能力的培养,欠缺专业综合知识的教学内容。其中,理论教学的缺乏是我国大多数艺术设计本科、研究生教育的通病。

依国际水平论,我国的服装行业目前仍然是相对落后的,处在国际行业分工的末端,是典型的劳动密集型产业。处于端首的经济发达国家掌握着服装行业的主导方向,以技术、信息、标准来赚取高利润的回报,而我们是几十万的劳动力来换取低利润的回报。可以说,经济发达国家的服装行业已进入了以“头脑”赚钱的后工业时代,而我们仍处在以“双手”赚钱的工业时代。在这样的国际劳动分工之下,结合服装行业的实际需求,我国的服装教育应该培养大量的有头脑、有眼光、有抱负的综合型设计人才,而不是单纯的艺术型设计人才。在尽可能短的时间内,依靠这样的人才提升产业的水平,从而改变行业的现状,使我国从服装出口大国转变为服装出口强国。

正因为如此,理论教学是我们服装艺术设计教育中非常重要的内容。通过理论学习,开辟认识渠道,让学生更清楚地了解和关注

行业实际;通过理论学习,建立思维习惯,让学生学会和提高找出问题、分析问题、解决问题的方法和能力;通过理论学习,培养学生对专业的认同感和事业心,让学生明确学习和就业方向,达到学以致用目的。使我们的服装教育达到“授之以渔”,而非“授之以鱼”。

服装业是一个充满矛盾的行业,创新与传统、束缚与机遇并肩共存。探究服装在人类历史中的各种表现,追寻现代服装业发展的轨迹,或者了解欧洲人如何做设计、美国人如何做市场、日本人如何在对外学习中传承本民族文化,最重要的目的无非是为了启发创新意识,正所谓:学而不思则罔,思而不学则怠。汲取的经验和理论只有通过创造式的发挥,才能为我国的服装业开辟新局面、铸就新优势。



图1-1-1 江苏省海安县一家扎染厂的工人对出口服装进行手工绑扎技术操作,付出了大量的劳动力,但利润回报却很低。

第一节 服装的社会化概念

作为服装的穿着者，大多是从自己的实际情况出发来理解和选择服装。但是，作为一个服装专业的学习者，对服装的理解就不能仅限于个人，而是要将眼光投向社会，了解社会与服装之间的关系，了解社会大众的消费需求。

一、服装是人造物质形态

作为人类共有的创造物，服装经历了数千年的历史。

人类文明史实际上是人类对地球万物自然状态的改造过程，为了摆脱自然状态而达到文明状态，人类付出了巨大的努力。其中，服装的产生和发展非常有说服力地表明了人类不断追求文明状态的事实。以物质形态论，人与衣服的关系是建立在实用性基础上的。长期以来，服装的实用功能不断提高，其御寒防暑、庇护身体的作用早已成为一般的功能。现代服装的物质实用功能研究正朝着更高的目标发展，比如高科技服装功能的研究、日常生活方面的舒适方便、贸易经济方面的利润回报、环境保护方面的回收分解……作为社会物质体系中的重要组成部分，服装扮演着不可或缺的角色。因而，论及服装的物质性，我们需要结合现代人类社会而展开，并且应当从专业的角度去了解。

1. 服装的生活实用性

作为现代人类的主要社会行为，物质的生产和物质的消费应当是平衡的、协调的。“衣食住行”衣为先，说明人类的社会生活已

无法脱离服装。而且，随着社会物质生活水平的提高，服装的“非耐用性”日趋明显。进入新世纪，服装的生产和消费均达到了前所未有的数量。例如我国1980年国内纤维加工总量为347万吨，至2003年已升至2000多万吨；国内纤维消费总量从1981年的355万吨增加到2003年的1500万吨；服装类消费从1980年的413.7亿元增加到2003年的5237亿元。随着产量的增加，服装市场越来越细分化，衣服的种类也越来越多，从而极大地满足了人类衣生活的需求。

服装的生活实用性包括与人体生理机能、日常穿用功能以及社会价值观相符合等各个方面，因此它是一个相对的评价标准。而且，它随着不同的社会历史时期而产生变化。19世纪西欧各国还曾广泛流行女性的紧身胸衣和极端膨大的撑架裙，与今天的现代生活已



图1-1-2 以消费者为目标进行思考是服装设计师最基本的工作，只有在了解国情和国民生活水平的基础上，才可能有针对性地进行产品的开发。

格格不入，可是在当时的权贵与有闲阶层看来却是平常而入时的穿着打扮。如今，现代社会已经发展出相对应的生活实用着装原则，人们愈来愈关注自己在生理与心理方面的健康，强调“衣为人”的消费观。作为服装设计师，必须从现代的生活方式和消费需求出发，从而确定自己的设计对象。简而言之，就是要思考和解决“卖给谁”、“卖什么”和“怎么卖”的问题。



图 1-1-3 服装消费者对服装产品拥有绝对的选择权。

2. 服装的产品性

同建筑、器皿、家具等人造物质相同，服装的生产需要人类花费相当多的时间和精力。从种植、畜牧和化学合成得到各种原料，到纺纱、织布和印染加工成各种衣料，再加上裁剪、缝制和整理制作成各种衣服，这个过程是相当长和复杂的。目前，尽管生活中仍然存在着度身定制单件加工衣服的传统手工或半手工生产方式，但是解决穿衣之道还主要依赖于现代工业化批量生产的方式。

欧洲工业革命的车轮加速了机械制造设

备的发展与应用。1790年，英国首先发明了世界上第一台先打洞、后穿线、缝制皮鞋用的单线链式线迹手摇缝纫机；1841年，法国人发明了机针带钩子的链式线迹缝纫机；1851年，美国工人圣家（I.M. Singer）发明了锁式线迹缝纫机，并成立了胜家公司。早在19世纪60年代之前，服装的某些部件已经开始用缝纫机来制作；1862年，美国的布鲁克斯兄弟（Brucks Brothers）创造了裁剪纸样的成衣技术，从而为现代服装的批量化、规格化生产奠定了基础。



图 1-1-4 1957年意大利工业产品设计师马塞罗·尼兹里设计的“米瑞拉”缝纫机。

3. 服装的商品性

商品是人们为留意、获取、使用或消费而提供给市场并用于交换的一切物品，以满足某种心理欲望和实际生活需要。商品包括有形的物体、服务、组织和构思。服装本身属于有形的商品，因此它至少包括五个特征：质量水平、特点、式样、品牌名称以及包装。服装企业在设计研发的阶段，首先考虑的应是服装带给消费者的核心价值，即消费者真正需要购买的商品效用，譬如某种生活方式或某种个人形象，其次才是服装产品有形的层面。



图 1-1-5 服装工业生产场景之一：吊挂缝纫车间。



图 1-1-6 服装工业生产场景之二：整理车间。

这也是非品牌服装与品牌服装、品牌服装与名牌服装本质上的差别——一个优秀品牌名下的服装代表的不仅仅是服装，它还可以反映出“你是谁”和“你的生活态度”，尤其是在强调个性化生活的今天，消费者选择品牌其实就是选择一种生活主张并以此展现自我的个性。国际服装名牌阿玛尼（ARMANI）、马克·贾库柏（MARC JACOBS）、多尔切&加巴纳（DOLCE & GABBANA）、莫斯基诺（MOSCHINO）等之所以在众多同类品牌中



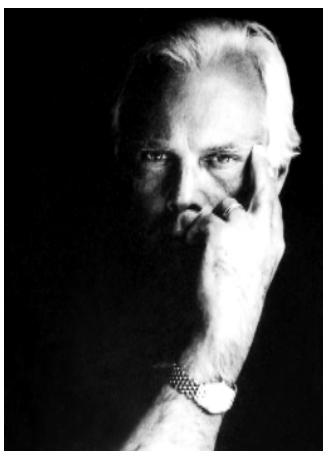
图 1-1-7 广州女装品牌“例外”是国内生存时间最长的设计师品牌，已受到国际服装商业界的关注。



图 1-1-8 中国服装行业经过 20 年的发展，已经产生了一批较有影响力的品牌，北京女装品牌“白领”是其中出色的一员。图为“白领”在北京燕莎商城的销售店。

名师简介

乔治·阿玛尼(Giorgio Armani 1934~)



意大利时装设计大师阿玛尼的设计原则是：“我总是让人们对衣服的感觉与自由联系在一起，穿戴起来应该是非常自然的。”

20世纪60年代，阿玛尼从领带、男装起步，逐步扩展到女装。他的设计风格含蓄典雅，飘逸舒适，深受世界范围内知识水平高的服装消费群体的青睐，阿玛尼品牌代表着服饰装扮上的高品位、高质量。

阿玛尼现为全球一个时装和高级消费品生产集团，在全球的零售额超过4亿欧元，拥有4700名员工和十几个工厂，以及在36个国家开设超过250家独立专卖店。进入21世纪后，时装业界风起云涌，变化万千，许多名牌纷纷被收购和兼并，而阿玛尼集团现在仍是业界中少有的独立私人公司，阿玛尼品牌在全球市场上所占的重要地位和发展潜力印证了该集团经营策略的成功。



图 1-1-9 与华丽的歌剧和堂皇的建筑相比，同样产生于意大利的阿玛尼时装则显得淡泊、恬静。



图 1-1-10 极具魅力的阿玛尼男装。

脱颖而出,关键在于其满足消费者精神需求方面做得非常出色。一个在消费者心目中认同度很高的品牌,就能以更高的价格卖出更多的产品。通过这种服装商品实现利润,从而使市场上的服装品牌也随之呈现出阶梯型的差别。

服装实现的前提是人的穿用,也就是说人和衣服的结合才构成服装,所以服装的物质性必须通过穿用者才能得到证明。在现代商品经济的社会环境中,服装企业必须以消费为导向,设计生产满足各种不同消费需求的服装。如此,服装的最终价值是消费者的认可,而这种价值是通过市场销售而达成的。

“衣食住行”衣为先,说明人类社会生

活已无法脱离服装这一人造物质形态。人们依靠服装来装扮自己甚至改变自身,将自己用服装包裹成适合的样式,而出没于文明社会。

二、服装是精神文化载体

你到世界各地旅行时,或是从电影、电视、杂志等传媒中可以发现,不同国家、不同地区的人民的衣着装扮,与当地的风光景物总是融为一体,从而构成你对此地的整体印象。所以,发展至今,服装早已不只是简单的人体包裹,不仅限于蔽身护体、御寒防暑这些基本功能了。

从服装产生之日起,除了其实用性外,就是人类思想意识的外化表达形式之一。美国

名师简介

多尔切和加巴纳(Domenico Dolce 1958 ~ ,Stefano Gabbana 1962 ~)



多梅尼科·多尔切和斯特凡诺·加巴纳这对黄金搭档是意大利时装业中势头最猛的“双套双轮马车”。其品牌“DOLCE & GABBANA”是20世纪80年代末至90年代意大利最有影响的的品牌之一,年营业额超过10亿法郎。

DOLCE & GABBANA的服装具有热情、浪漫、风趣的内涵,同时它又非常性感,其洋溢着意大利南部情调的设计,极受当时时尚杂志和影视明星的推崇。

1993年,正当走红的多尔切与加巴纳推出了年轻系列D & G, D & G服装大胆突破传统,有更多的自由组合和搭配选择,更为年轻人所钟爱。

他们的灵感来自各种文化艺术,如电影设计、巴洛克文物等,但更多的是来自街头的时尚。他们的哲学是:时尚是变幻的,因为我们的生活方式在变幻。



图 1-1-11 线条简洁、结构利落,隐约流露出的性感风情,构成了DOLCE & GABBANA 品牌独一无二的魅力。

学者卢里(Alison Lurie)在其《解读服装》(The Language of Clothes)一书中透彻地指出:“几千年来,人类初次的沟通都是通过服装传达的信息。我在各种场合(包括街上、议会或舞台)还未与你交谈之前,通过你的穿着,我就可以得知你的性别、年龄和社会阶层。甚至可以读出一些更重要的信息,例如你的职业、出身、个性、思想见解、品味、兴趣,还有最近的心情。也许我无法将观察到的结果转换成文字,但是在不知不觉中已经牢记在心;而你也用同样的方法在评断我。因此,从我们见面和交谈的那一刻起,已经用一种比语言更古老和更世界性的语言在彼此沟通,那就是‘服装’的词汇、词性和语法。”

谁也不能够否认服装带给人类的那种生生不息的社会文化力量,纵观漫长的人类历史、横观丰富的各国文化,在其历史特征和文化特色中都缺少不了服装。正是通过服装这种表达形式,地球上的各民族共同创造了丰

富多彩的服饰文化。除了简单的“穿”功能以外,服装的功能被无限地拓展了。它可以表达穿者心情、说明来者身份;它可以表达政治理想、阐明性别……

譬如,清末民初的中国,制度的变革、社会的动荡和思想的革新使此时的服装承载了大量的信息:西服、马褂、中山装、长袍……无一不是无声地向外界传递着穿着者们或激进、或保守、或温和、或折中的建国理想和政治态度。



图 1-1-12 藏族女子的节日盛装,其粗犷大气的装饰风格与高原的广阔交相辉映。



图 1-1-13 肯尼亚少女的节日盛装,充满了浓郁的热带原始风情。



图 1-1-14 20 世纪初中国正处于西洋服刚进入中国，与华服混杂的着装时期。

再譬如，1960 年，纽约的非洲裔美国人抱着寻根的目的将目光投向非洲，寻找其文化表达的一种替代方式，由此产生了各种黑人服装风格的流行。这种衣着行为表达了集体的身份认同，还代表了黑人日益觉悟后的政治文化声明。

在飞速发展的现代社会环境中，人类寄托于服装越来越多的希望。现代服装的作用之广大远非几句话能言尽，文明越是高度发展，服装在精神文化方面的地位就越发重要了。

1. 服装的社会性

没有社会的存在，就没有了推动服装发展的动力。服装的实现前提是人的穿用，而自人类社会产生以来，人便是社会化了的人，诞生和成长于特定的社会与文化环境中，形成了适应于该社会文化的人格，掌握了该社

会所公认的行为方式。在成为社会人的行为过程中，服装的两面性是非常鲜明的。一方面，服装是“为我”的，是依靠每一个独立的个体实现的；而另一方面，服装又是“为他”的，是个人按照一定的社会规范穿着起来的。只要走出家门进入社会，每一个人的着装就不可逃避地要顾及他人的意见，团体的认可，正如我们的其他行为需要得到社会或团体的认可一样，衣行为的认可也是那么的重要。服装是个人与社会之间关系表现的重要环节，它既要实现个性和自我表现，又要合乎社会规范，为社会大多数人认可。许多心理学者认为，一切合乎社会道德的行为都是因“他人”的态度而发生的，这在心理学上叫做社会赞许动机。

可以说，服装是人与人之间、人与社会之间的“缓冲带”，在面临否定和尴尬时，可以起到一定的保护和缓解作用；服装是社会角色的辨识标记，人的“第二层皮肤”。1974 年



图 1-1-15 从酒店职业服装上能够辨识出不同的职位、工种。

综合知识窗

社会赞许动机

人类有一些行为动机在于取悦别人,如果做了一件事情得到别人的赞赏,就会感到满足,这类动机叫做社会赞许动机。这一动机引起的行为首先较多地见之于儿童,如婴儿在做出某些逗人喜爱的动作后,母亲便点头微笑抚摸婴儿,久而久之婴儿便懂得了行为与赞许之间的关系,并随着年龄的增长而得到巩固和发展。人是社会性的动物,无法离开社会孤立地存在,因此无论是儿童还是成人,都会下意识地寻求社会赞许。

美国总统尼克松访华,下飞机时所穿的柴斯特外套(CHESTERFIELD)在西方服装的习俗中是外套类的最高级别,尼克松夫人则穿了在色彩上象征着中国的大红颜色的裙套装,从而反映出美国对中美关系及这次来访的重视程度。有这么一种说法:现代人类的交往,除了脸与手的裸露以外,我们认识的全是他(她)的服装;服装是社交场合上的“名片”,能够说明许多用文字和语言都说明不了的一个人的方方面面;服装是人生舞台上的“潜台词”,娓娓道来那风华流变、斗转星移……

2. 服装的文化性

关于文化的定义,《现代汉语词典》上这样解释:“文化是人类在社会历史发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和”。

正是由于服装是物质性与精神性的集合体,从而具有了非常独特的文化性,譬如服装的历史文化记载、服装的地域文化特征、服装的心理文化表征等。20世纪杰出法国时装设计大师迪奥(Dior)在巴黎大学讲演中强调:服装与历史同在,服装与文化同在。

人类历史上曾发生过许多值得研究的服饰文化现象。当我们深入其中后就不难发现,这些服饰文化现象的产生,动因往往来自于社会。从20世纪中叶开始,西方青年的穿着以反传统为主题,不断地推陈出新,以摧枯拉

朽之势猛烈地冲击着以往的社会着装观念。西方青年文化思潮历经半个多世纪,其反叛的对立面正是不尽合理的现实社会。又如在中国的改革开放初期,男士们均以穿着西装为时髦,上班穿、在家穿、结婚穿、走亲戚穿、逛公园穿、出国旅游也穿,完全不分场合。这是一种非常特殊的社会文化现象,究其原因,



图 1-1-16 20 世纪 60 年代席卷欧美的嬉皮士(Hippies)浪潮中年轻人的装束。他们往往留着长发、长须,喜欢褪色的牛仔裤以及手镯、念珠、耳环等一些古怪的饰物,而对所谓传统的、经典的整齐穿戴则不屑一顾。

无非是盲目追赶时髦的社会集体潜意识使然，也是长期的社会禁锢带来的“矫枉过正”。到了世纪之交，当人们的服装款式接近国际化之后，在厌倦、反叛、怀旧、追求个性化的思潮影响下，唐装又突然成了时尚首选。从二十多年前的“灰蚂蚁、蓝蚂蚁装”到西装的介入，再到唐装的兴起，服装的变化反映出—个民族文化心理需求的变化。

服装不仅与每个人的生活密切联系，而且对每个国家的文化发展起着重要的作用，甚至成为民族文化的特征、文明发展程度的一种体现。

3. 服装的审美性

审美性是服装所具有的又一重要特性。英国学者朱利安·罗宾逊(Julian Robinson)在《美学地图》中指出：“人类色相美乃是创造力与审美本性的表达，是我们对人类特性



图 1-1-17 这是一张 20 世纪 80 年代婚礼照片。通过照片上新郎新娘的婚礼服装，可以看出改革开放后，现代西方服饰对国民文化生活的影晌。

的赞美，是内在精神的流露。这似乎是某种神力注入我们灵魂里的一股必要的生物性，它超乎一切思考分析之上，我们除了俯首认可别无他策。它具有既真实又虚幻的特质，是我们的心态、幻想、传统、困扰、生活方式的象征，能帮助我们建立个人自我意识与集体意识。它是生命本质的必要成分，是人类生存之奥秘的反映，烙印在我们最内在的意识中，传递着超越理性的重要生理信息。”在文明社会中，人与衣服共同构成的外部色相的美丑是非常重要的，具有不可估量的实际意义和价值，由此便可以解释发生在历史上的许多用常理不能解释的服饰装扮行为。譬如，在西方，从 16 世纪后半叶开始，女性的细腰被认为是表现性感特征的重要因素，最理想的腰围尺寸是 33 厘米（约 13 英寸），于是在此后的三百余年里，为了符合流行的审美，为了穿得下那种华丽的蜂腰阔摆造型的礼服裙，获得男士们的赞美青睐，女性从少女时代起就开始束腰，用各种质地款式的紧身胸衣将腰身勒得很细。紧身胸衣在满足人们美欲的同时，也给女性的肉体带来了极大的危害。解剖研究证明，长期穿用紧身胸衣的女性，其骨骼和内脏均因受挤压而变形，从而使人体的三大机能——呼吸、消化和血液循环系统同时受阻，引发多种疾病，从而缩短女性的寿命；同样的现象在中国的战国时期就已经发生过，“楚王好细腰，宫中多饿死”；中国历史上女性的“三寸金莲”，也同样是以损害女性身体为代价，以获得社会认可的“美”的评价，从而形成变态的衣饰行为。由畸形审美而导致的过激行为会在今后的科学审美指导下得以纠正，但是，不可否认的是审美始终是推动服装发展的一种强大动力。而且在物质生产力相

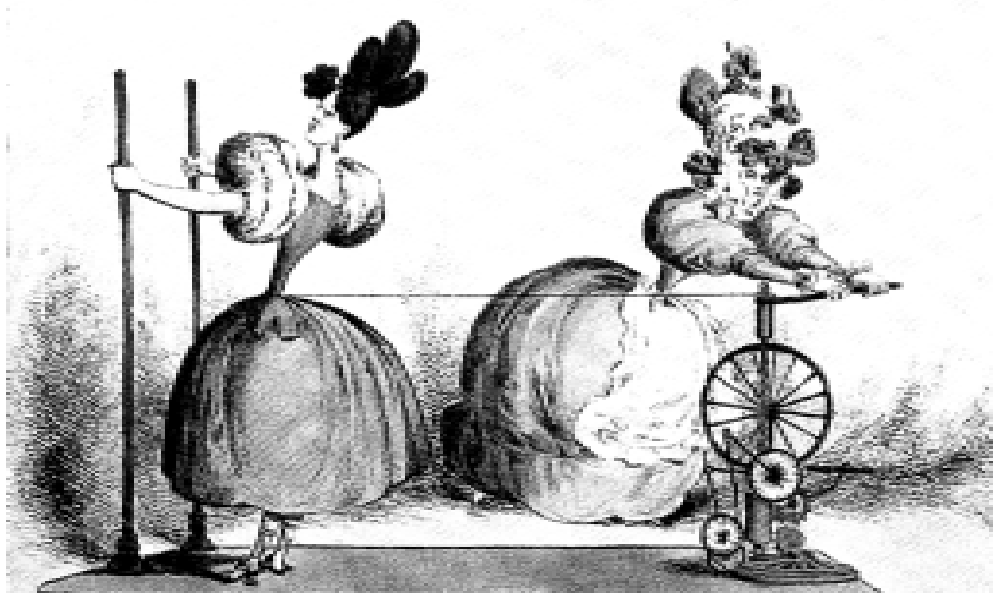


图 1-1-18 在过去的 500 年里, 为了使自己符合当时的审美要求, 西方女性们长期忍受束腰的痛苦。

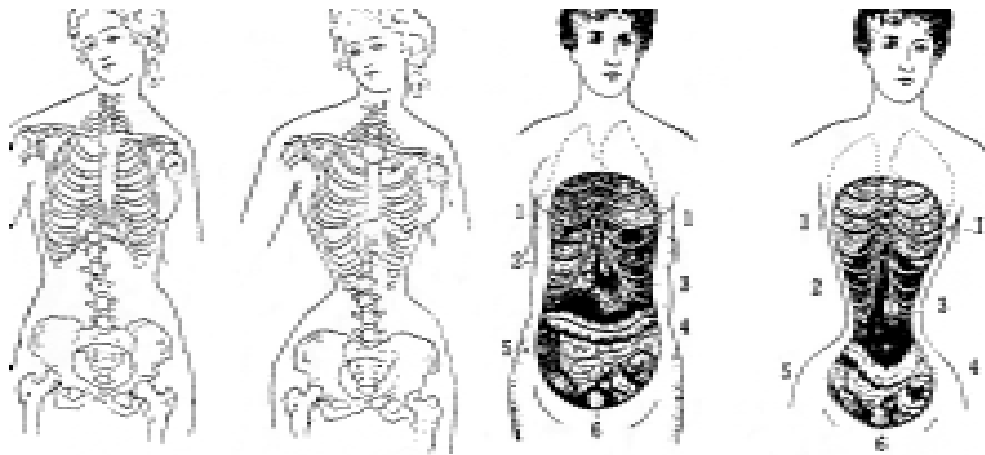


图 1-1-19 紧身胸衣致使女体的骨骼、内脏受到严重的挤压。

当发达的当代社会, 服装满足基本生理需求的作用已逐渐势微, 更令人关注的是不断改变的审美时尚。

不同的时代、不同的民族, 服装的审美标准又是千差万别的, 中国历史上的秦朝以黑为尊, 明清以黄为贵; 西方的新娘身披白纱表示纯洁; 中国的新娘穿大红的嫁衣表示喜庆。

甚至在同一社会中, 不同的文化群体对美有着不同的领会。都市白领们偏爱的收敛含蓄的驼色暖灰, 在乡村的农民中肯定不受欢迎; 而农村少女喜欢的艳丽明亮的水红色衬衫就不可能进入城市女孩的衣橱。因而我们应该从社会学科入手, 了解由于自然环境、生产力水平的不同造成的文化差异, 学会欣赏和甄

专业知识窗

三寸金莲

社会学家认为，始于宋代的缠足陋习是封建男权社会强加在女性身上的一种畸形审美。

女孩缠足一般从四五岁开始，用布条将脚裹紧，使脚长不大。缠足时先将脚拇指以外的四指屈于足底，用白棉布裹紧，等脚型固定后，穿上“尖头鞋”，白天让两女仆扶着行走，以活动血液；夜里将裹脚布用线密缝，防止松脱。到了六七岁时，再把趾骨弯曲，用裹脚布捆牢密缝，以后日复一日地加紧束缚，使脚变形，要缠到“小瘦尖弯香软正”才算大功告成。经过多年残酷的缠裹，一双脚几乎从皮肤到肌肉、关节、骨骼都发生巨大的变化。从外形看，皮肤白细柔软，脚心深陷；从底面看，基本上是一个三角形的架构，无法正常地以脚掌用力走路，只能“待字闺中”。

缠足的痛苦很难想象，但脚越小越美，却是当时整个社会的共识。

小脚被称为“金莲”，专为小脚所做的鞋称为“莲鞋”。莲鞋的南北风格迥异，北方的鞋粗犷大方，以山西大同为代表；南方以浙江绍兴为代表，工艺好，造型新颖。每个地方的鞋子式样与绣花纹饰都有变化，但表现出来的民间情趣却是相似的。凡是经济繁荣、文化发达的地方，其绣鞋也必定精巧繁复，材质考究。单从略显陈旧的绣鞋本身，也能折射出不少逝去的文化内涵。

20世纪初，孙中山先生发布缠足禁令，中国妇女得以免除延续千年的痛苦和束缚，作为畸形审美产物的三寸金莲和莲鞋逐渐退出了历史舞台。



图 1-1-20 清代妇女长期缠足后造成的畸形。

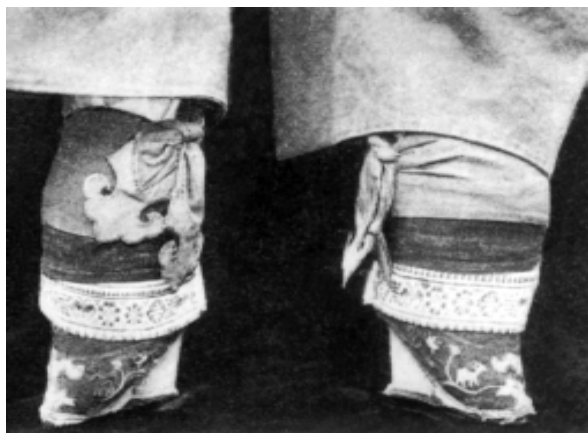


图 1-1-21 三寸金莲。

别各种产生在不同地域、不同时代的服饰美。

综上所述，可以得出这样的结论，服装具有实用与审美、物质与精神、个体与社会等双重性。研究服装必须将半径拉大，画一个大大的学习圆圈，因为服装是横跨自然学科、人文学科和社会学科边缘学科。

第二节 服装的基本动机

人为什么要穿衣服，是出于什么样的动机？人类服装的初始是什么，现代人类的择衣标准又是什么？如果不将这些问题弄清楚，