# 职业女性的工作服饰与色彩

来源：网络 作者：青苔石径 更新时间：2024-06-16

*每一个历史时代，人们的穿着打扮，不仅体现防暑、御寒的实用性这个共性，而且也是特定时代文化、民族文化的缩影，是特定文化的一部分，在一定程度上反映出社会的政治、经济状况及民族心态。服饰是特殊的语言。人们往往通过服饰的设计，包括款式、面料、色彩搭...*

每一个历史时代，人们的穿着打扮，不仅体现防暑、御寒的实用性这个共性，而且也是特定时代文化、民族文化的缩影，是特定文化的一部分，在一定程度上反映出社会的政治、经济状况及民族心态。服饰是特殊的语言。

人们往往通过服饰的设计，包括款式、面料、色彩搭配，表达自己的追求、意向和性格，通过服饰语言的丰富多彩的变化选择，和他人对话，和环境对话。服饰是心灵的镜子。

每个人的穿着打扮，都展示了自己的独特的审美力，表现着各自独特的内心世界和个性特征。正如一位研究服装史的美国学者所说：“一个人在穿衣服和装扮自己时，就是在填一张调查表，写上了自己的性别、年龄、民族、宗教信仰、职业、社会地位、经济条件、婚姻状况，为人是否忠诚可靠，他在家庭中的地位，以及心理状况等等。

’一人类服装的美是由色彩、款式、质地三元素构成的。这三个美学基本元素各具独特的表现力。

有人曾做过一个实验，一个人从远处走来，首先进入观察者眼帘的是服装的色彩，然后才是人的轮廊、面目，接着才是衣服的款式、花纹和其它饰物。可见，人们对服装的第一印象是色彩。

服饰的色彩在服饰作为一种信息传递媒体的过程中，其影响力和感染力远远超过它的款式造型及质料等因素。当你尚未对某人的衣饰造型和质料有明确印象时，色彩已经在不知不觉地作为第一可视特征，使你产生某种感觉和由感觉引起的联觉，进而可能直接影响到你对这个人所穿服饰的兴趣程度、即对服饰作为一种信息的注意力。

一件色彩和谐、与环境融为一体的服饰，再配以合体的款式造型，就足以使人产生良好的心理效应，而这又正是对于当代企业员工尤其是企业管理人员最基本的素质和审美要求。要使服饰具有色彩美，就要根据对颜色系列的认识和掌握，了解配色的基本方法。

颜色一般分为无色系列和有色系列，前者如灰、白和各种深浅不一的颜色，后者如光谱分析中得到的红、橙。黄、绿、蓝、紫、黑七色。

服装配色就是从以上两个系列的色调中，根据人们的体型、肤色、性别、年龄给以柔和的配置。其主要方法有对比法和调和法。

前者如黑白相配，增加透明度；红白相配，白蓝红相配。为强色调感等等。

这种配色，色彩比较活泼，适合性格开朗的年轻人。后者就是色彩淡化，有的是无色加深色相配，有的是淡色加深色相配，使服装显得沉着、淡雅、柔和。

应用企业特有的色彩进行服饰设计和美化，要从审美的角度注意以下几个方面：第一，企业服装整体设计要突出员工仪表的风采。通过特有的色彩显示员工精神风貌和价值取向，体现主体的风格和追求。

第二，企业服装色彩选择要适合职业的特点。即根据重工业、轻工业、服务业、电子工业等等企业的不同行业特点来选择相应的代表色。

第三，企业服装可通过颜色搭配体现企业个性风格。现代科技发展表明，通过电脑分辨，可以辨别出1600万种色彩，这种多样化的色彩差异虽然是微小的差异，却为成千上万企业选择企业）服饰色彩并使之与众不同创造条件。

第四，要善于择料。应该指出，美的服饰与择料有很大关系，在择料上要注意质感美，并运用质感对比的组合方法，采用粗与细、厚与薄、无光与闪光、光滑与毛绒、挺刮与柔软的巧妙组合，增加择料的韵味，并通过色彩的设计，努力呈现有立体感、生命力的企业服饰。

兰州的百士特公司，是一家以冷饮为主，并从事方便面、面包等食品生产和经营的新型企业，该公司以新颖的产品、优良的质量、独特的推销方式，尤其是CI战略中的企业识别色彩设计，给兰州冷饮市场刮起了百士特红色旋风。兰州繁华闹市区，到处都有百士特的售货亭——红房子。

百士特公司选择红黄结合的太阳红作为企业色。最为别致的是百士特售货员的服饰色彩设计，印有百士特英文字母的红色头饰、红色的领口、红色的胸章、百士特小姐的红色头绳，都给人以强烈的统一化色彩视觉冲击，百士特送货车的司机和所有工作人员都穿着这种带有红色粗条设计的百士特服装，这种服饰和红色售货亭里的红色货架边框、红色清洁桶、红色充气广告模型、产品的红色为主的包装设计组合在一起，相映成辉，对消费者产生了强烈的吸引力，从而使百士特产品风靡兰州市场，形成了绝对的饮料市场占有率，“大家的百士特”已成为兰州市家喻户晓的广告口号。

来源：网妖

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找