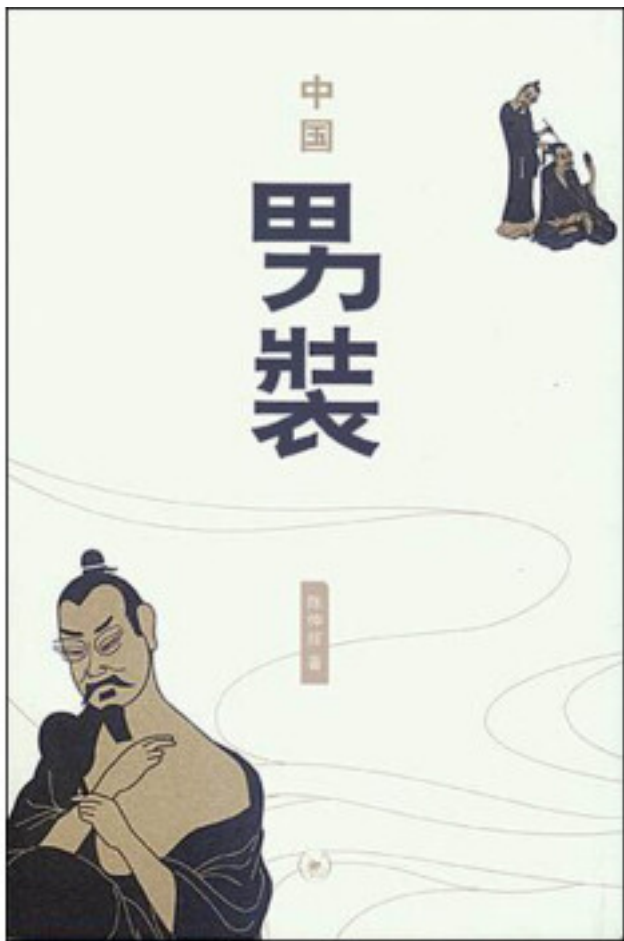


中国男装



[中国男装_ 下载链接1](#)

著者:陈仲辉 著

[中国男装_ 下载链接1](#)

标签

评论

中国历代男装都有“娘”的一面，而且还都“娘”的名正言顺...(时装男装版)推荐，此书图文并茂，印刷精美，有点另类，不仅讲述了历代男装服饰的特点，更有名人与时尚的典故，十分有趣，可读性强，值得推荐！

内容少且一般，不值得推荐。

服务态度好！配送效率高！谢谢！

在书店看着不错，因此在京东买了，便宜

挺好玩的书，不错。喜欢

资料阅读资料阅读资料阅读

快递真心越来越快递拉

非常满意，五星

书本还是很不错的，只是没来得及细读

图片很丰富，文字简约却详实，展现了中国重估至今的男士服装变迁历史文化等等。。
。

就服装设计的教科书，不过这个挺有big的

不错，喜欢

排版漂亮

很正！！！！！！！！！！！！！！！！

性价比很低的一本书，没想到三联竟会出这种书！！！！

书质量不错，作者史学功底平平，专业水平还可以，不推荐

长度在5-200个字之间
填写您对此商品的使用心得，例如该商品或某功能为您带来的帮助，或使用过程中遇到的问题等。最多可输入200字

很多人听到“时装”就会想到T台上的女模特。然而，在漫长的父系社会环境中，男装才是时装文化的主角。看中国男装，就像看中国历史，通过认识男装的发展能了解父系社会下的价值观和审美观。
《中国男装》分上下两篇，上篇为“男”，下篇为“装”。全书以史实为基础，设计为核心，系统地分析了男人和时装。上篇十一章，用时尚去解构我们熟悉的名字，才惊觉屈原、孔子、诸葛亮、竹林七贤、苏东坡、雍正、溥仪等人都与时尚息息相关。爱美之心，人皆有之，但是，不同的时代，却造就了不同的男人。汉以前，中国男人文武双全，汉以后，却变成文弱书生，后来更被贬为东亚病夫，今天的大款，富而不贵，个中原因，值得深思。

看教科書的中國歷史，男人都是講才能的。那些赫赫有名的大人物，個個文韜武略，彷彿內涵至上，一副臭皮囊根本無須關注。但中國男人原來比我們想像的更愛美。古今歷史數千年，上至帝王將相，下至平民布衣，男人們各自施展渾身解數，皆成一時尚，打造出爭鬥麗的男裝世界。
中國男裝自古與時並進，隨著時代更迭和民族融和而不斷改變，仔細觀察下，不但能看出一個人的身份，更能學習一個時代的歷史。
本書介紹中國男裝的演變，以史實基礎，設計為核心，系統地分析特立獨行、講究穿戴的歷史人物（上冊），和解構男裝的發展與部件（下）冊，從古代的中原直講到現代「

中國」概念的出現，以致對未來的展望。作者除了寫男裝外，也寫中國男人，當中處處流露幽默感。

現今年輕人多只關注西方潮流，對自身的傳統服飾反而感覺陌生。加上名牌主導的社會，每個人可以用錢買到華麗的衣裳，卻穿不出自己的氣質和特色。因此作者希望此書能幫助年青一代加深自身文化的認識和對中國男裝的關注，令未來的中國男裝得以有更好的發展，走上世界天橋

很多人听到“时装”就会想到T台上的女模特。然而，在漫长的父系社会环境中，男装才是时装文化的主角。看中国男装，就像看中国历史，通过认识男装的发展能了解父系社会下的价值观和审美观。

《中国男装》分上下两篇，上篇为“男”，下篇为“装”。全书以史实为基础，设计为核心，系统地分析了男人和时装。上篇十一章，用时尚去解构我们熟悉的名字，才惊觉屈原、孔子、诸葛亮、竹林七贤、苏东坡、雍正、溥仪等人都与时尚息息相关。爱美之心，人皆有之，但是，不同的时代，却造就了不同的男人。汉以前，中国男人文武双全，汉以后，却变成文弱书生，后来更被贬为东亚病夫，今天的大款，富而不贵，个中原因，值得深思。下篇十七章，述中国男装自成一派，独特的造型，非凡的工艺，斑斓的色彩，吉祥的图纹，同时又带出森严的等级观念……当代时尚以西服为主，年轻人大多只关注西方潮流，对自身的传统服饰反而感觉陌生。作者希望通过这本书，能帮助年轻一代，加深自身文化的认识，和对中国男装的关注。

"这本书我很喜欢。图解很容易看，可惜没标明一个花样是几针的。不适合初学者
《精选棒针花样198例》完全是针对那些爱好针织手工艺但又苦于没有花样的读者朋友们编写的。全书收录棒针花样198例，图例和编织方法相对应。有编织基础的朋友如果有此书的帮忙，一定能让自己的编织世界变得丰富多彩。

这本书我很喜欢。图解很容易看，可惜没标明一个花样是几针的。不适合初学者
《精选棒针花样198例》完全是针对那些爱好针织手工艺但又苦于没有花样的读者朋友们编写的。全书收录棒针花样198例，图例和编织方法相对应。有编织基础的朋友如果有此书的帮忙，一定能让自己的编织世界变得丰富多彩。

这本书我很喜欢。图解很容易看，可惜没标明一个花样是几针的。不适合初学者
《精选棒针花样198例》完全是针对那些爱好针织手工艺但又苦于没有花样的读者朋友们编写的。全书收录棒针花样198例，图例和编织方法相对应。有编织基础的朋友如果有此书的帮忙，一定能让自己的编织世界变得丰富多彩。

这本书我很喜欢。图解很容易看，可惜没标明一个花样是几针的。不适合初学者
《精选棒针花样198例》完全是针对那些爱好针织手工艺但又苦于没有花样的读者朋友们编写的。全书收录棒针花样198例，图例和编织方法相对应。有编织基础的朋友如果有此书的帮忙，一定能让自己的编织世界变得丰富多彩。

这本书我很喜欢。图解很容易看，可惜没标明一个花样是几针的。不适合初学者
《精选棒针花样198例》完全是针对那些爱好针织手工艺但又苦于没有花样的读者朋友们编写的。全书收录棒针花样198例，图例和编织方法相对应。有编织基础的朋友如果有此书的帮忙，一定能让自己的编织世界变得丰富多彩。

这本书我很喜欢。图解很容易看，可惜没标明一个花样是几针的。不适合初学者
《精选棒针花样198例》完全是针对那些爱好针织手工艺但又苦于没有花样的读者朋友们编写的。全书收录棒针花样198例，图例和编织方法相对应。有编织基础的朋友如果有此书的帮忙，一定能让自己的编织世界变得丰富多彩。

这本书我很喜欢。图解很容易看，可惜没标明一个花样是几针的。不适合初学者
《精选棒针花样198例》完全是针对那些爱好针织手工艺但又苦于没有花样的读者朋友们编写的。全书收录棒针花样198例，图例和编织方法相对应。有编织基础的朋友如果有此书的帮忙，一定能让自己的编织世界变得丰富多彩。

这本书我很喜欢。图解很容易看，可惜没标明一个花样是几针的。不适合初学者
《精选棒针花样198例》完全是针对那些爱好针织手工艺但又苦于没有花样的读者朋友们编写的。全书收录棒针花样198例，图例和编织方法相对应。有编织基础的朋友如果有此书的帮忙，一定能让自己的编织世界变得丰富多彩。"

很喜欢邱振中，他的每一本书几本上都有，这本中国书法167个练习（书法技法的分析与训练）很不错，中国书法167个练习（书法技法的分析与训练）是一部以167个练习组成的书法技法教材。这167个练习包括了传统书法和现代书法创作的全部基本技法，其中包含一些从未被讨论过的内容。它由此而成为解说中国书法技法最全面的一部著作。中国书法167个练习（书法技法的分析与训练）在对历代作品进行深入、细致的形态分析的基础上，建立了一种循序渐进、解说详明、便于检核的书法训练体系，运用于国内外的书法教学，成效卓著。中国书法167个练习（书法技法的分析与训练）不仅是一部教材，还是一部读物。日文版译者前田秀雄博士称此书为—一部改变人们眼睛的书—。中国书法167个练习（书法技法的分析与训练）的学术价值在于，它同时是一部—以特殊方式编排—的—书法形态学—。中国书法167个练习（书法技法的分析与训练）有韩文版和台湾繁体字版行世，日文版正在编辑中。中国书法167个练习（书法技法的分析与训练）得到来自海内外的广泛赞誉，被称为书法领域—划时代—的著作。本书初版印行后，陆续过汉文繁体字版和韩文版，日文版亦在编辑中。每一新版都有一些改动。与初版相比，这一版增加了一个练习，部分练习添加了图例，调整了第一部分若干练习的顺序，附图略有更替。图版全部重新制作。本书原名中国书法技法的分析与训练，重印时改为书法技法的分析与训练。社建议改为现在的书名，把—书法技法的分析与训练—移做副标题。书名的更换使它似乎变成了另一本书。

编写这本书的时候，我思考过许多技法与教学上的理论问题，但我确实想把它做成一本能供许多人阅读和使用的书。希望所有的修改都能使它逐渐接近这一目标。用笔节奏指速度、力度以及控制笔毫变化的种种操作在时间的推移中有规律的变化。音乐中的节奏能精确地加以控制，亦便于观察，书法作品中的节奏给人以强烈印象，但不像音乐那么严谨，同一作品在不同观众心中也会引起不同的知觉。

影响作品节奏的因素主要是1.操作的复杂程度，例如采用环转藏锋的点画比垂直落笔藏锋的点画操作更复杂，书写时在点画端部滞留的时间要略长一些，于是便影响到整个点画书写的节奏，2.笔毫弹性的差别对书写速度有重要影响，特别是在端点与转折处，如用硬毫笔处理折笔时，几乎不需要放慢速度，而软毫笔此时则需要细心控制笔毫的聚散，并加大腕部动作的幅度，这不能不对节奏产生影响，3.书写习惯，任何熟练的书写者都有自己书写的动力形式，节奏是动力形式在形式（字迹）层面的反映，是构成作品风格的主要内容，4.书写时的情绪，一般说来，书写时的心理状况多少会影响到书写的速

中国男装和描述的一样，好评！上周周六，闲来无事，上午上了一个上午网，想起好久没买书了，似乎我买书有点上瘾，一段时间不逛书店就周身不爽，难道男人逛书店就象女人逛商场似的上瘾于是下楼吃了碗面，这段时间非常冷，还下这雨，到书店主要目的是买一大堆书，上次专程去买却被告知缺货，这次应该可以买到了吧。可是到一楼的查询处问，小姐却说昨天刚到的一批又卖完了！晕！为什么不多进点货，于是上京东挑选书。好了，废话不说。好了，我现在来说说这本书的观感吧，一个人重要的是找到自己的腔调，不论说话还是写字。腔调一旦确立，就好比打架有了块趁手的板砖，怎么使怎么顺手，怎么拍怎么有劲，顺带着身体姿态也挥洒自如，打架简直成了舞蹈，兼有了美感和韵味。要论到写字，腔调甚至先于主题，它是一个人特有的形式，或者工具不这么说，不这么写，就会别扭工欲善其事，必先利其器，腔调有时候就是器，有时候又是事，对一篇文章或者一本书来说，器就是事，事就是器。这本书，的确是用他特有的腔调表达了对腔调本身的赞美。|发货真是出乎意料的快，昨天下午订的货，第二天一早就

收到了，赞一个，书质量很好，正版。独立包装，每一本有购物清单，让人放心。帮人家买的书，周五买的书，周六就收到了，快递很好也很快，包装很完整，跟同学一起买的两本，我们都很喜欢，谢谢！了解京东2013年3月30日晚间，京东商城正式将原域名360更换为，并同步推出名为的吉祥物形象，其首页也进行了一定程度改版。此外，用户在输入域名后，网页也自动跳转至。对于更换域名，京东方面表示，相对于原域名360，新切换的域名更符合中国用户语言习惯，简洁明了，使全球消费者都可以方便快捷地访问京东。同时，作为京东二字的拼音首字母拼写，也更易于和京东品牌产生联想，有利于京东品牌形象的传播和提升。京东在进步，京东越做越大。|||好了，现在给大家介绍两本本好书谢谢你离开我是张小娴在想念后时隔两年推出的新散文集。从拿到文稿到把它送到读者面前，几个月的时间，欣喜与不舍交杂。这是张小娴最美的散文。美在每个充满灵性的文字，美在细细道来的倾诉话语。美在作者书写时真实饱满的情绪，更美在打动人心的厚重情感。从装帧到设计前所未有的突破，每个精致跳动的文字，不再只是黑白配，而是有了鲜艳的色彩，首次全彩印刷，法国著名唯美派插画大师，亲绘插图。|两年的等待加最美的文字，就是你面前这本最值得期待的新作。洗脑术怎样有逻辑地说服他人全球最高端隐秘的心理学课程，彻底改变你思维逻辑的头脑风暴。白宫智囊团、美国、全球十大上市公司总裁都在秘密学习！当今世界最高明的思想控制与精神绑架，政治、宗教、信仰给我们的终极启示。全球最高端隐秘的

很多人听到“时装”就会想到T台上的女模特。然而，在漫长的父系社会环境中，男装才是时装文化的主角。看中国男装，就像看中国历史，通过认识男装的发展能了解父系社会下的价值观和审美观。

《中国男装》分上下两篇，上篇为“男”，下篇为“装”。全书以史实为基础，设计为核心，系统地分析了男人和时装。上篇十一章，用时尚去解构我们熟悉的名字，才惊觉屈原、孔子、诸葛亮、竹林七贤、苏东坡、雍正、溥仪等人都与时尚息息相关。爱美之心，人皆有之，但是，不同的时代，却造就了不同的男人。汉以前，中国男人文武双全，汉以后，却变成文弱书生，后来更被贬为东亚病夫，今天的大款，富而不贵，个中原因，值得深思。下篇十七章，述中国男装自成一派，独特的造型，非凡的工艺，斑斓的色彩，吉祥的图纹，同时又带出森严的等级观念……当代时尚以西服为主，年轻人大多只关注西方潮流，对自身的传统服饰反而感觉陌生。作者希望通过这本书，能帮助年轻一代，加深自身文化的认识，和对中国男装的关注。

中国十大休闲男装品牌有哪些?对于职场上的人来说，穿西装是再普遍不过的了，尤其是近年来风行的休闲服西装，很适于日常生活或假日时光。但在面料上，品牌和非品牌的休闲男装有很大差别，并且款式也会有所差异。下面就让我们看看我国十大男装品牌有哪些吧! 十大休闲男装品牌有：

- 1.劲霸(中国)有限公司创办于1980年，全国设立了3000多家形象统一管理规范的品牌专卖店，是中国商务休闲服饰的开创性品牌，是唯一一家专注于茄克研发设计的男装企业，一直引领国内服装服饰潮流，是唯一入选巴黎卢浮宫的中国男装品牌。
- 2.“柒”即指“帅”。柒牌男装取其创造出男士新典范的宗旨，由福建柒牌集团有限公司发行。柒牌男装，让男士对自己狠一点。幸福时刻，我只选择中华立领。
- 3.七匹狼男装经过十三年的发展，目前已拥有上海、香港、东京三地优秀服装设计师，世界先进的电脑自动化生产设备，国际标准化、封闭式的工业园，产品款式新颖、面料精美、工艺精湛，素有“茄克专家”的美誉。
- 4.才子服饰股份有限公司创建于1983年。才子股份主营业务为服装设计、制造、销售。产品涉及衬衫、西服、茄克、T恤、毛衫、西裤、休闲裤及男装配饰品等系列，年生产能力近千万件(套)，在册员工3016人，拥有各类技术人员252人。
- 5.九牧王(中国)有限公司拥有自主品牌“JOE ONE九牧王”，主要生产、销售商务休闲男装，包括：男西裤、休闲裤、茄克、西服等。公司坐落在福建省泉州市经济技术开发区(清蒙)九牧王工业园内。
- 6.利郎，一个源自意大利的知名男装品牌，秉承了世界时装之苑的大家风范。一九九〇年，香港利郎选择了闽南金三角的泉州，作为利郎在中国事业的开始。
- 7.太子龙是一个以服装为主导的大型多元化民营企业集团，为全国服装行业百强企业之

一。生产基地位于西施故里诸暨，现品牌营运涉足太子龙服饰、出口外贸、金融投资等领域。

8.与狼共舞服装有限公司成立于1999年，其品牌的灵感源于荣获1990年奥斯卡金像奖的同名影片《与狼共舞》。

9.虎都(中国)服饰有限公司系香港虎都集团于1988年在中国泉州独资兴办的一家国内知名大型服装企业，注册资金一亿港元，虎都工业园占地面积100多亩，建筑面积近15万平方米，融合古典美与现代美的秦汉建筑风格，现代先进的内饰，大气天成，是目前国内最大的西裤生产基地以及五大男装生产基地之一。

10卡宾服饰是一家集研究、设计、生产、销售于一体的时尚男装企业。坚持“舒适与原创”的设计理念，以中国原创设计结合国际流行元素，以中高档休闲服饰定位。卡宾从面料到系列辅料都经过精心的挑选与搭配，每件产品都以限量方式出售，别具一格的产品设计和优质的售后服务，赢得市场口碑。

此外，除了以上十大休闲男装品牌，另外还有Justyle，SPORTICA，马克华菲，太平鸟风尚男装，TonyJeans，GXG，Jack&Jones也是不错的选择。

阿基米德曾经说过：“给我一个支点，我可以撑起整个地球。”

而我想说，我愿作为一个小小的支点，为我深爱的他们撑起整片天空。

他们是我的支点，虽然他们和我生活在不同的时期，他们为生活奔波的时候我还未曾睁眼打量这个世界；而当我正值青春的时候，他们却已经随着年华的河流飘远。

他是我的支点，虽然他目光呆滞，表情木然。他就这样静静地笔直地坐在椅子上。寒冷的气温让他裹上了厚厚的棉衣，冷风让他缩紧了脖子。可他的神色丝毫没有改变，就好像一个虔诚的信徒，静默地等待着遥远而神秘的梦。于是他慢慢变成了一棵树，扎根在渺渺的时间里，扎根在茫茫的人潮中。“老头子，别等了。这么冷的天，咱回家吧”

“你回去吧，我要等悦儿，悦儿说了要来的，我要拿麻花给她吃。”他手里捏着藏在衣兜里温热的麻花，抬头看了看时间，皱了眉头念叨着：“悦儿怎么还不来呢。”然后，又继续静默地等待。

后来，陪在旁边的外婆也消失在人海，只留他一人，一个人静立。即使他的悦儿已经不再爱麻花朴实的香甜，即使他的悦儿因为玩耍忘记了承诺的时间，即使他的悦儿说自己长大了不喜欢别人唤小孩一般叫自己丢人的小名。他是我的支点，虽然他苍老病态，神态低迷。他就这样屈起病变的腿斜躺在床上。病痛把他折磨得不成样。动脉硬化，发现过晚。他只能看着着自己的腿一天天腐化成玄色的朽木。蚀心的疼痛让他难以入睡，每个每个夜晚都像是难渡的荒漠。在黑暗的刺痛中全身冷汗地醒来已经是每天必经的叹息。

冷意入侵的后半夜，他一遍遍地按摩着“枯木”的腿，病魔终于留他以喘息的时间，让他在浅浅的睡眠中暂时松了紧咬的牙关。突然，他惊醒了过来，瞟了一眼时间，立马神情紧张地大喊大叫起来“老婆子，6半点了，快打电话叫悦儿起床，不然她得迟到了，快点！”

见一直没人应声，他便气哼哼地爬起身，也不顾穿上外衣，踉跄着撑着拐杖扶着矮柜吃力挪动着，慌忙之间还撞到了病腿，终于奔到了电话机前。他倒吸着冷气，用微微颤抖着的冻得通红的手摁着早已烂熟于心的号码。“喂，悦儿阿”他一如往日般地和蔼低沉

“快起床，要迟到了，星期一了记得穿校服，一定要吃早饭.....”即使他的悦儿已经改了几次作息时间，换了几个闹钟；即使他的悦儿已经听腻了他每天早上都重复的相同的话；即使他的悦儿因为他看错时间而早了一个小时的电话乱发着脾气。

他们都已经年老，岁月遗弃了他们。他们不再高大强壮，不再有固执的坏脾气，不再有说不完的老故事。他们甚至快遗忘了一直引以为傲的整洁和坚韧。可总有点什么是他们不会忘怀的，譬如一个叫悦儿的小女孩他们永远不会忘记自己曾经把这个胖胖的小女孩举得高高的，乐呵呵地说着小女孩听不懂的成语，“悦儿是外公的无价之宝呀！”“悦儿是爷爷的掌上明珠喔！”。如今他们的悦儿已经成了他们的支点，成了他们在病痛和苍老中，在痴呆和遗忘中的精神支点。

也许幼小的悦儿只能在他们铭心的记忆里嬉笑玩耍，只能在过去的岁月中和他们一起跳一起跑；在冬天的清晨和外公一起奋力地推着粗糙沉重的售货车柜；在夏天的夜晚和爷

爷一起轻柔摇着带有虫鸣的清凉的蒲扇。已经长大了的我，只愿默默地，用尽所有温柔地，陪着他们度过安静而舒适的夕暮年华。在平静的日子里对突然忘记了往事或碰疼了病腿的他们报以最最令人安心的微笑。

一个星期天，阳光很好，我和爸爸载着爷爷去兜风。爷爷一扫往日的沉闷，又和从前一样话多了起来，很精神也很快活。薄暮，我们上楼回家，爸爸把穿的厚厚的爷爷背起，青筋暴起，大汗淋漓。爷爷愉悦地伏在爸爸宽厚的背上，仿佛丝毫不在意自己是否添了点小小的麻烦。

我看到大片暖暖的橘红下爸爸就像是一个支点，以他全部的爱，支撑起家庭的幸福的重担。

那一刻我是多么羡慕他，羡慕他沉沉的满满的担子，羡慕他那可以让人心安的肩膀。随着我的成长，家人们也在满满变老。总有一天，我也会像爸爸一样，化为一个支点，为我深爱的他们撑起整片天空。

很多人听到“时装”就会想到T台上的女模特。然而，在漫长的父系社会环境中，男装才是时装文化的主角。看中国男装，就像看中国历史，通过认识男装的发展能了解父系社会下的价值观和审美观。

《中国男装》分上下两篇，上篇为“男”，下篇为“装”。全书以史实为基础，设计为核心，系统地分析了男人和时装。上篇十一章，用时尚去解构我们熟悉的名字，才惊觉屈原、孔子、诸葛亮、竹林七贤、苏东坡、雍正、溥仪等人都与时尚息息相关。爱美之心，人皆有之，但是，不同的时代，却造就了不同的男人。汉以前，中国男人文武双全，汉以后，却变成文弱书生，后来更被贬为东亚病夫，今天的大款，富而不贵，个中原因，值得深思。下篇十七章，述中国男装自成一派，独特的造型，非凡的工艺，斑斓的色彩，吉祥的图纹，同时又带出森严的等级观念……当代时尚以西服为主，年轻人大多只关注西方潮流，对自身的传统服饰反而感觉陌生。作者希望通过这本书，能帮助年轻一代，加深自身文化的认识，和对中国男装的关注。

陈仲辉，广告设计出身，以一等荣誉学士毕业于香港理工大学时装设计系，后随即赴英国皇家美术学院攻读男装设计硕士。反回香港后开个人时装店，并同时于理工大学时装系担任客席讲师。2002年开设时装教室ALTERNATIF，2006年加入北京李宁体育用品公司任品牌创作总监，2008年加入中国宁波雅戈尔男装公司任创作总监，2011年重新开办时装教室ALTERNATIF。本书荣获2012年香港印艺学院颁发的最佳出版大将之出版创意奖。

《近代中国男装实录》是编者对东华大学纺织服饰博物馆中相关藏品研究的三部曲(《近代中国女装实录》、《近代中国童装实录》和《近代中国男装实录》)的第三部。

在书的体例和内容安排上，这次作了一些调整和改动。首先是增加了综述性文字的比重。除了对研究样本的具体数据的测量分析，加强了对近代中国男装以及各服装品种概貌和特征的分析。不但对晚清男性之袍、褂、坎肩和裤等各服装类别分别作了较为详细的论述，还特别对于有时代特色的服装局部诸如袖、领和门襟作了重点的分析。其次，对于相关近代图像如人物画和摄影作品使用增加，数量超过上两《近代中国男装实录》比较多。《近代中国男装实录》用作研究样本的传世实物，仍以东华大学的藏品为主。为了在品种上有一个合理的分布，《近代中国男装实录》编者商借了北京李氏绣坊的一些藏品。此外，还借用了上海大德堂等私人藏家的精彩照片。

不错，《中国男人调查》中确实有一部分内容是“西方女人和中国男人的性关系调查”，而且这个调查不光在中国是第一次，在全世界范围内也是第一次。很多人也许单单就把这本书当成“性必读教材”来看的，如果这么理解也不算是件坏事，总算还是看了，起码没枉费张结海跨国界调查了那么多访谈对象的苦心。但是，在我看来《中国男人调查》根本就不是“性”调查。首先，张结海之所以研究“性”，是因为长期以来在西方社会流传着一些关于中国男人的说法：“中国男人在床上不行”、“中国男人对女人不感兴趣”、“中国男人尤其不能满足西方女人”等等。这些说法流传之广、对中国男人形象杀伤力之大，却从来没有人对此进行过针对性的研究。

其次，也是最重要的是，从西方女人视角来研究中国男人不过是张结海一个巧妙的研究思路，说得通俗点，洋妞只不过是个噱头而已，归根结底它就是一本专门写给全体中国

人看的书。长期以来，我们都处在一种深深的自我催眠中。我们的经济真的就傲视全球了吗？我们的社会真的就进步了吗？我们的心理真的就自信了吗？还是，其实变化的只不过是表面，而存在于中国人心里深处的东西，亘古以来都根基难以撼动？只是，我们宁愿掩耳盗铃，也不愿意直面现实，因为直面会很难堪。很多中国人是拒绝被点拨的，一但点了他们就要恼了，就要嚷嚷。就好比一个女人，她遇到了一个认为可以托付终生的男人，于是把很多不实际的美好幻想都堆砌到他身上，结果这个男人压根不是她想象的那样。她气极败坏，她认为他欺骗了她的感情。可是，照我看来，问题其实更可能出在“她瞎了眼”，她用猪油给自己蒙了心。上世纪30年代上海滩有个名人，黄楚九，他原是一位默默无闻的老中医，用几味中药制了糖浆起名“艾罗补脑汁”，结果无人问津。后来他专门找了三个洋人打广告，并说糖浆是某个TOM博士发明，提神补脑，小孩吃了考百分，老男人吃了亦可大展雄风，女人吃了美容减肥。于是“艾罗补脑汁”迅速风行大江南北。张结海本想就直接地把中国男人的“小”揪出来示众的，可是也许没人真正关心。于是他狡猾地借用了西方女人的特殊角度，把它上升到了国际问题的高度，国人于是便坐不住了，扔砖的，起哄的，叫好的，纯粹看热闹的……无论如何，起码有人开始关心这个问题了。

很少有从历史的角度写男装的就像看中国历史，通过认识男装的发展，能了解父系社会下的价值观和审美观。中国男装分上下两篇，上篇为男，下篇为装‘全书以史实为基础’设计为核心，系统地分析男人和时装。上篇十一章，分别是时尚之父、时装教主、另类缪斯、潮流推手、时装精、万人迷、服妖、怪癖、男体、朝圣和寻找完美男人‘用时尚去解构我们熟悉的名字，才惊觉屈原、孔子、竹林七贤、苏东坡、诸葛亮、雍正、溥仪等人都与时尚息息相关。爱美之心，人皆有之，皇帝与平民都一样，但是不同的年代，却造就不同的男人。汉以前，中国男人文武双全，汉以后，却变成文弱书生，后来更被贬称为东亚病夫。中国男人的气质，好像一代不如一代，今天的大款，富而不贵，个中原因，值得深思。下篇十七章，分别是变革、审美、阶级、形制、裁剪、工艺、衣料、纹样、色彩、日常服、功能服、首服、足衣、配饰、过去、现在和未来。中国历来以衣冠文明而享誉世界，在世界男装系统中，中国男装自成一派，独特的造型，精美的丝织品，非凡的工艺，斑斓的色彩’加上图必有意，意必吉祥，反映人民对美好的向往。同时又带出森严的等级观念，宁穿破，莫穿错，违反等级是绝对不容许的，因此从衣着的面料、款式、色彩和纹样‘就能分辨一个人的身份。以汉族为主的中国，历代服饰其实并不是单一的汉制，更多时候是采用一国两制，汉制和胡制，两种服制时而并用，时而排斥。当代时尚以西服为主，年轻人大都只是关注西方潮流，对自身的传统服饰反而感觉陌生，因而兴趣大减，其实早在唐朝，首都长安已是国际大都会，各国型人都来朝圣，时尚之风比当今巴黎或纽约更甚。因此在中国传统服饰日渐淡化的今天，希望此书能帮助年轻一代，加深自身文化的认识，和对中国男装的关注，在未来中国男装得以有更好的发展。

就像看中国历史，通过认识男装的发展，能了解父系社会下的价值观和审美观。中国男装分上下两篇，上篇为男，下篇为装‘全书以史实为基础’设计为核心，系统地分析男人和时装。上篇十一章，分别是时尚之父、时装教主、另类缪斯、潮流推手、时装精、万人迷、服妖、怪癖、男体、朝圣和寻找完美男人‘用时尚去解构我们熟悉的名字，才惊觉屈原、孔子、竹林七贤、苏东坡、诸葛亮、雍正、溥仪等人都与时尚息息相关。爱美之心，人皆有之，皇帝与平民都一样，但是不同的年代，却造就不同的男人。汉以前，中国男人文武双全，汉以后，却变成文弱书生，后来更被贬称为东亚病夫。中国男人的气质，好像一代不如一代，今天的大款，富而不贵，个中原因，值得深思。下篇十七章，分别是变革、审美、阶级、形制、裁剪、工艺、衣料、纹样、色彩、日常服、功能服、首服、足衣、配饰、过去、现在和未来。中国历来以衣冠文明而享誉世界，在世界男装系统中，中国男装自成一派，独特的造型，精美的丝织品，非凡的工艺，斑斓的色彩’加上图必有意，意必吉祥，反映人民对美好的向往。同时又带出森严的等级观念，宁穿破，莫穿错，违反等级是绝对不容许的，因此从衣着的面料、款式、色彩和纹样‘就能分辨一个人的身份。以汉族为主的中国，历代服饰其实并不是单一的汉制，更多时

候是采用一国两制，汉制和胡制，两种服制时而并用，时而排斥。当代时尚以西服为主，年轻人大都只是关注西方潮流，对自身的传统服饰反而感觉陌生，因而兴趣大减，其实早在唐朝，首都长安已是国际大都会，各国型人都来朝圣，时尚之风比当今巴黎或纽约更甚。因此在中国传统服饰日渐淡化的今天，希望此书能帮助年轻一代，加深自身文化的认识，和对中国男装的关注，在未来中国男装得以有更好的发展。

就像看中国历史，通过认识男装的发展，能了解父系社会下的价值观和审美观。中国男装分上下两篇，上篇为男，下篇为装‘全书以史实为基础’设计为核心，系统地分析男人和时装。上篇十一章，分别是时尚之父、时装教主、另类缪斯、潮流推手、时装精、万人迷、服妖、怪癖、男体、朝圣和寻找完美男人‘用时尚去解构我们熟悉的名字，才惊觉屈原、孔子、竹林七贤、苏东坡、诸葛亮、雍正、溥仪等人都与时尚息息相关。爱美之心，人皆有之，皇帝与平民都一样，但是不同的年代，却造就不同的男人。汉以前，中国男人文武双全，汉以后，却变成文弱书生，后来更被贬称为东亚病夫。中国男人的气质，好像一代不如一代，今天的大款，富而不贵，个中原因，值得深思。下篇十七章，分别是变革、审美、阶级、形制、裁剪、工艺、衣料、纹样、色彩、日常服、功能服、首服、足衣、配饰、过去、现在和未来。中国历来以衣冠文明而享誉世界，在世界男装系统中，中国男装自成一派，独特的造型，精美的丝织品，非凡的工艺，斑斓的色彩’加上图必有意，意必吉祥，反映人民对美好的向往。

[中国男装_下载链接1](#)

书评

[中国男装_下载链接1](#)