

致理科技大學應用日語系

一〇八學年度畢業實務專題報告

日本古著新潮

——研究臺日古著與現代流行之結合

指導老師：工藤卓司

組員：10522111 俞沅庭

10522126 余奇峰

10522207 陸奕辰

10522208 鍾佩如

10522209 徐宏欣

10522210 楊欣蓉

10522256 沈玟靚

2020年1月

中文摘要

古著的概念最初是由美國傳入日本，接著開始流行。近十幾年來，臺灣古著店開始慢慢地興起。但經由本組研究，「古著」這一詞，在臺灣與日本的認知上有分歧。因此決定研究臺日兩地的古著風潮發展與歷史背景，另外，還有類似於古著的服飾—「復古風服飾」，我們會藉由簡單的介紹來加以說明復古風服飾與古著之間的關係。

本組利用圖書館相關資料、購買相關書籍與網路的相關文獻資料進行統整與分析報告，並藉由中文與日文兩種語言的問卷調查，來瞭解日本和臺灣兩地民眾對於古著的看法及瞭解程度。

最後為了讓大眾更加瞭解古著文化，本組製作簡單易懂的海報用於介紹、推廣。希望透過圖像表達的方式，能夠進一步認識古著究竟是什麼樣的衣物。

關鍵字：臺日比較、古著、復古、問卷、推廣

日本語要旨

古着は最初、アメリカから日本に入り、それから日本で流行し始めました。そしてこの十年で、台湾の古着屋もだんだん多くなってきました。しかし、私たちは調査を通して、「古着」という言葉の意味が、台湾と日本とでは違うことに気付きました。したがって私たちは、台湾と日本での古着ブームの発展と歴史的背景について研究することにしました。また、古着に似ていて、古着と全く異なる種類の服——レトロファッションについても簡潔に紹介しました。

私たちは図書館の文献資料、購入した関連書籍、インターネットのインフォメーションを利用して整理と分析を行いました。そして、中国語と日本語のアンケート調査結果によって、台湾人と日本人の古着に対する見方と認知度を調べました。

最後に、台湾の方々に古着の魅力をもっと知ってもらうために、私たちは簡単に分かりやすいポスターを準備しました。図像表現という方法によって、古着がどのような衣服なのかもっと知ってもらいたいと思っています。

キーワード：台日比較、古着、レトロ、アンケート、宣伝

目錄

第一章 緒論	6
第一節 研究動機與目的	6
一、研究動機	6
二、研究目的	7
第二節 研究流程與架構	8
一、研究流程	8
二、研究架構	8
第二章 探討古著文化	9
第一節 古著在日本的起源	9
第二節 臺日對古著之看法	10
一、日本「古着」的看法與特點	10
二、臺灣古著看法	14
第三節 古著特點	15
第四節 臺日古著集中地介紹	22
一、臺灣古著集中地介紹	22
二、日本古著店介紹	25
第五節 較具代表性之古著服飾與配件介紹	28
一、橫須賀刺繡外套	28
二、牛仔褲	30
三、細說古著配飾	32

第六節 古著風潮再興起—古著商業行銷策略	38
第七節 淺談復古風潮	40
一、「復古」的詞彙定義	40
二、何為復古風	40
三、復古風潮流行之例子——以「新古典主義」為例	41
四、復古服飾的出現與興起之原因	41
第三章 實地探訪	43
第一節 探訪臺灣古著店	43
一、WE ARE 1730	43
二、つばさ。エン	44
第二節 探訪日本古著店「BLUE EARTH」	47
第四章 問卷分析	49
第一節 問卷抽樣	49
一、目的	49
二、抽樣範圍	49
三、取樣方式	49
四、問卷發放	49
第二節 問卷結果	50
一、基本資料	50
二、古著認知	52
三、消費程度調查	55

四、古著推廣	58
第五章古著推廣	60
第一節、單寧牛仔褲推廣	61
第二節、橫須賀刺繡外套推廣	62
第三節、你認識古著嗎？	63
第六章 結論	64
參考文獻	65
一、書籍	65
二、論文	65
三、網路資料	65
組員分工表	68
論文修正要點	69

圖表目錄

圖 1-2-1	研究架構.....	8
圖 2-1-1	ヴィンテージ古着.....	11
圖 2-1-2	インポート古着.....	12
圖 2-2-3	ユーズド古着.....	13
圖 2-3-4	Levi's 牛仔外套.....	16
圖 2-3-5	Levi's 牛仔外套小紅標.....	16
圖 2-3-6	Levi's40 年代牛仔褲.....	16
圖 2-3-7	Levi's50 年代牛仔褲.....	17
圖 2-3-8	Levi's1954 年代牛仔褲.....	17
圖 2-3-9	Levi's1954 年代牛仔褲小紅標.....	17
圖 2-3-10	Burberry 服飾各年代領標.....	18
圖 2-3-11	Burberry 英、日系領標示意圖.....	18
圖 2-3-12	YKK 拉鍊字體比較.....	20
圖 2-3-13	YKK 單頭拉鍊鏈頭下端字體.....	20
圖 2-3-14	YKK5VSG 系列雙頭拉鍊.....	21
圖 2-3-15	LAMPO 拉鍊右上角 R 字.....	21
圖 2-4-1	臺北南西商圈.....	22
圖 2-4-2	對抗世界 Fight against the world.....	23
圖 2-4-3	70s Vintage.....	24
圖 2-4-4	70s Vintage 地圖.....	24
圖 2-4-5	下北澤 Flamingo.....	25
圖 2-4-6	澀谷 RAG TAG.....	26
圖 2-4-7	KINJI 原宿店.....	27
圖 2-5-1	橫須賀刺繡外套.....	29
圖 2-5-2	橫須賀刺繡外套.....	29
圖 2-5-3	CANTON 第一條牛仔褲.....	30
圖 2-5-4	工匠穿著的牛仔褲.....	31
圖 2-5-5	帆布包.....	32

圖 2-5-6	帆布鞋.....	33
圖 2-5-7	貝雷帽.....	33
圖 2-5-8	報童帽.....	34
圖 2-5-9	飛行帽.....	34
圖 2-5-10	漁夫帽.....	35
圖 2-5-11	圓框眼鏡.....	35
圖 2-5-12	長襪.....	36
圖 2-5-13	髮帶.....	36
圖 2-5-14	飾品.....	37
圖 2-6-1	衣物開銷與古著購買經驗的關聯.....	39
圖 2-6-2	學習服飾專業知識與古著購買率的關聯.....	39
圖 3-1-1	WE ARE 1730.....	43
圖 3-1-2	WE ARE 1730.....	43
圖 3-1-3	店外.....	44
圖 3-1-4	二手 T 恤與飾品.....	44
圖 3-2-1	BLUE EARTH.....	48
圖 3-2-2	BLUE EARTH.....	48
圖 4-2-1	問卷性別分布.....	50
圖 4-2-2	問卷年齡分布.....	51
圖 4-2-3	是否知道古著.....	52
圖 4-2-4	所認知的古著為何.....	53
圖 4-2-5	從哪裡得知相關訊息.....	54
圖 4-2-6	是否有購買過古著的經驗.....	55
圖 4-2-7	購買動機.....	56
圖 4-2-8	沒購買過古著的原因為何.....	57
圖 4-2-9	答完以上題目後，請問會對哪類服飾較感興趣呢.....	58
圖 4-2-10	請問您會對古著哪方面感興趣.....	59
圖 5-1-1	單寧牛仔褲推廣.....	61
圖 5-1-2	橫須賀外套推廣.....	62
圖 5-1-3	你認識古著嗎？.....	63

第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

一、研究動機

「食、衣、住、行」為生活所必需，而「衣」原為禦寒、遮蔽身體所演變出的產物，隨著時代的變遷與進步，人們的穿衣風格也因社會文化、身分階級、各人喜好等等因素而不同。「衣」已不再是僅僅具備這些基本的功能，衣服也是在各個時代中展現自我風格，傳達訊息的重要指標之一。而作為慢時尚的「古著」文化，在走在時尚尖端的日本卻佔有一席之地，甚至形成一股流行超過 50 年的時間。

近年來由日本紅到臺灣的「古著」文化陸續崛起，藉由網路媒體及廣告的大肆宣傳，古著店開始在臺灣各地林立。但隨著古著流行的傳入，日本與臺灣對於古著的看法卻變得不同。以日本來說，「古着」這個詞有ヴィンテージ（具年代性且稀少之服飾）、インポート（進口古著）與ユーズド（二手衣）的意思；相對之，臺灣則除了上述分類之外，復古服飾也是分類的一種，根據資料來看，臺灣大眾會把過去流行過的服飾風格或類似的穿搭會被分類為復古風¹。因此造成兩地之間對於古著的觀念與認知有些許差異，而為了解開此點的疑惑，我們決定深入探查與瞭解。因此，本組將透過探討臺日兩地的古著風潮發展與當時的歷史背景來瞭解造成看法差異的原因，並藉由問卷調查之資料加以說明兩地民眾對於古著的看法及了解程度。另外類似於古著的服飾——復古風服飾，本文也會淺述其定義，加以說明復古風服飾與古著之關係。

本組會針對以下幾點進行探討：

1. 臺灣的古著看法及發展
2. 日本的古著看法及發展
3. 淺談復古風
4. 古著文化為何再度興起
5. 問卷調查瞭解民眾對古著的瞭解程度
6. 製作海報推廣古著

¹Upgrade, 〈這樣穿好時髦！復古風的各種穿搭方式及搭配重點介紹〉, <https://beauty-upgrade.tw/16733/>, 2019.09.25。

二、研究目的

希望能夠釐清臺日對古著看法為何不同，瞭解古著文化在市場上帶來什麼效益並且瞭解古著文化的歷史，以及其發展的背景。

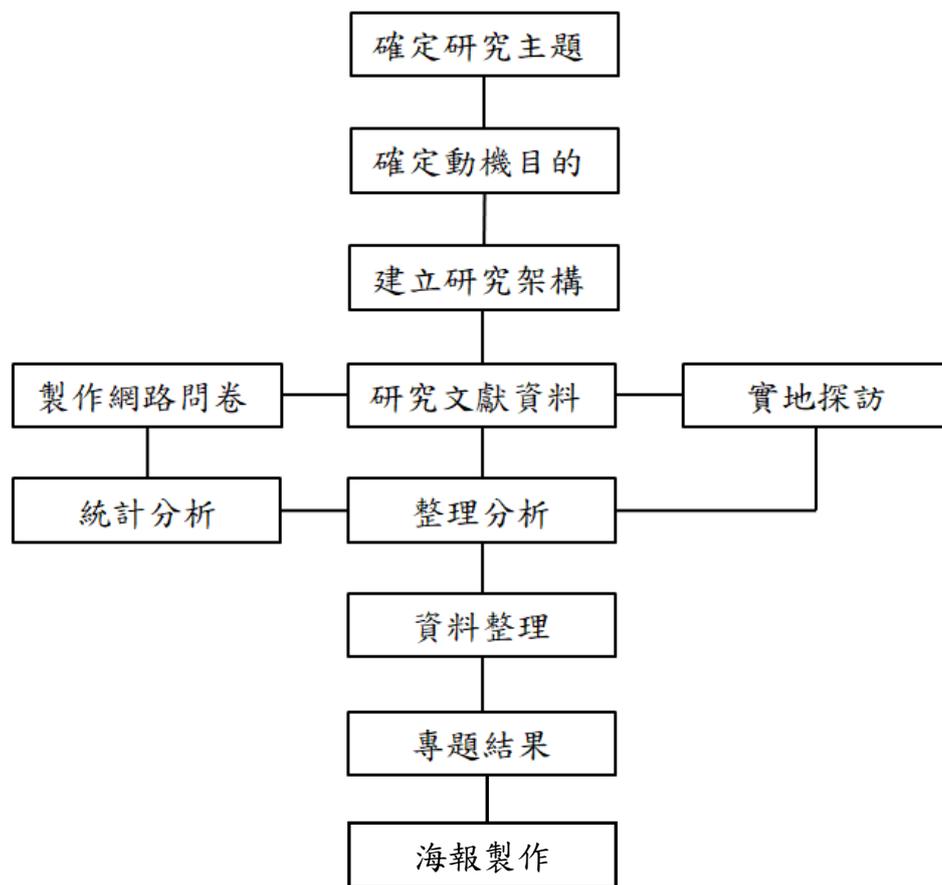
為了讓大眾更為瞭解古著與它的魅力與對社會的貢獻，本組將製作簡單易懂的海報來介紹，希望能透過海報在社群網站上宣傳的方式，讓更多的人，可以認識古著。

第二節 研究流程與架構

一、研究流程

本研究流程從開始至專題研究完成一共分為三個步驟，首先確定研究主題後設定研究目的。第二步驟蒐集與古著相關的文獻資料，利用圖書館與網路的相關文獻資料加以統整研究，同時開始製作網路問卷並尋找有名的古著店進行實地探訪。第三步驟，問卷回收後與研究的資料進行統整與分析製作報告，報告製作完成後我們決定製作簡單介紹古著的海報，讓大家也能對古著有多一份認識。

二、研究架構



註：資料來源：本組製作

圖 1-2-1 研究架構

第二章 探討古著文化

第一節 古著在日本的起源

根據資料說明²，日本是古著文化最盛行的地方，不過追溯源頭說起，日本是繼承歐美中古服飾並加以發揚，因而古著文化是從英、美地區開始發展。

古著文化是從英國開始萌芽，先由當年代的流行服飾與服裝設計師所設計的衣服保存下來穿搭，然後將舊服飾與新服飾結合混搭，導致有不同風貌呈現，引起許多民眾效仿，而當時許多藝術家礙於預算不足常於在舊貨店找尋古著³，類似於次要的選擇，進而追求自我風格逐漸形成一股流行。

在二次世界大戰後，由於日本為戰敗國之一，導致經濟逐漸地衰退、失業率不斷的爬升，進而使民眾的所得減少，為了節省在服裝上的開銷，便在戰後接收了許多美軍所遺留下來的服飾。同時，美軍在二戰後也開始了重建日本的工作，造就日本逐漸開始重視美式文化，日本時尚「美國化」的趨勢更加明顯⁴。美軍遺留的服飾在日本市場開始流通後，對於當時的日本民眾而言，這些服飾的設計是相當前衛的，因此讓日本民眾對這類的服飾產生了興趣，而後便慢慢開始接受美式文化。而在當時的年輕人在接觸新奇事物也樂於崇尚，透過電視、報章雜誌與商人所塑造出的「美式生活」，使當時對美式文化感興趣且嚮往的日本年輕人逐漸增加。由於年輕人為了實踐這股街頭風潮，使日本在 80 年代的古著文化迅速發展，導致在東京原宿、澀谷一帶類似古著店陸續開張⁵，進而古著文化迅速在年輕人之間創造影響力，並且建立屬於自己的一套古著風格，讓相關產業及市場逐漸重視，然後帶給鄰近的國家影響，如臺灣、香港、中國等。

²黃詩涵，〈歲月美學 古著文化〉，<https://reurl.cc/QpAOXM>，2019.08.15。

³時裝潮搭 style，〈認真看過來，告訴你什麼是真正的古著文化！〉，每日頭條，<https://kknews.cc/fashion/npg64kq.html>，2019.08.17。

⁴W·大衛·馬克思（2018），《洋風和魂——日本如何在戰後歷史與文化交流中保存了美國時尚風格》（台北：八旗文化），頁 15。

⁵黎玄才，〈我的世代變遷，說穿了就是離不開古著〉，Wazaiii，<https://www.wazaiii.com/articles?id=67>，2019.08.17。

第二節 臺日對古著之看法

一、日本「古着」的看法與特點

(一) 看法

古著是具有年代並且已不再生產的服飾，這些服飾在使用的布料、細緻的剪裁甚至用途都具有當時年代的縮影，這些服飾因為具有年代再加上消失的傳統工藝，使它們具有特殊的價值。在日本，第一時間聽到「古着」這個詞時大多數會先想到的是二手服裝。但事實上「古着」並不只是代表二手衣意思。以下為日本的古著可以被分類為三種並加以介紹各種特色。

(二) 分類

根據在日本有名的日本古着屋 RUSHOUT 店，古著分為以下幾類：ヴィンテージ古着（具年代性且稀少之服飾）、インポート古着（進口古著）、ユーズド古着（二手衣），依照日本古著的價錢由高至低為：ヴィンテージ古着>インポート古着>ユーズド古着。

1. ヴィンテージ古着（圖 2-1-1）

一種是具有年代的舊衣物，稱為「オールド」，在「オールド」之中具有價值的稱為「ヴィンテージ」或「ビンテージ」。它代表的涵義為經過多年的製造且在設計和材料都是具有價值的，而它的年代大約為 30—80 年代，因為講究有手感且質量好的衣服，所以在價錢方面也比較昂貴。對於古著，基本的條件要求須保存完好如初，並且能夠體現出當時年代的設計精華。另外，長時間沒賣掉的衣服叫做デッドストック（滯留商品）。這是指以前商品在未使用的情況下所保留的商品，因為沒有人氣，所以一般都賣不出去，但デッドストック和ヴィンテージ相比，デッドストック服飾屬於乾淨的狀態，在デッドストック店中偶爾會出現質料好並有足夠的年頭，因此具有相當高的價值，所以デッドストック也被稱為ヴィンテージ。推薦給喜歡其風格、作為收藏用途或是喜愛其背後歷史價值的人。



註：資料來源：SUNTRAP，<https://reurl.cc/NaXAb9>

圖 2-1-1 ヴィンテージ古着

2. インポート古着（圖 2-1-2）

インポート古着顧名思義為進口古著，通常從歐洲和美國等海外收購。因為是有名的品牌，所以在購買時不僅有安心感，與新產品相比能更便宜地買到。例如：Dr.Martens、Levi's、POLO、Ralph Lauren 等等，大部分是屬於知名品牌，隨著時間推移會逐漸改變它們的服飾，但インポート古着的特點為進口這些知名品牌在某個時期某個地點才有的服裝。風格非常有特色且價格也並不會過於昂貴，也因此受到許多收藏家的青睞。推薦給喜歡歐美服飾及古著時尚的消費者⁶。



註：資料來源：《Small Change》<https://comepass.jp/fashion/usedshop-kyoto-11>

圖 2-1-2 インポート古着

⁶ 〈古着とは〉，古着屋 RUSHOUT，<https://www.rushout.jp/hpgen/HPB/entries/227.html>，2019.08.20。

3. ユーズド古着（圖 2-1-3）

僅僅只有人穿過的衣服被稱為ユーズド也就是二手服飾，然而二手服飾的概念又不一樣，從一個人身上脫下來的衣服也稱為二手衣，這統稱為 second hand，大部分的商品都是現在還有在生產的並且在市面上也有的新貨。二手服飾分為兩類，一類是使用過的，也就是舊貨，大約占二手服飾的 70%，國外稱為 used，因為來源大多是捐贈的，所以在價格方面比較便宜。還有一類是買來後沒穿過的新貨，大約占二手服飾的 30%，例如買來後發現尺寸不合適沒穿過的等等原因。

常在網路、跳蚤市場或義賣會等地方能看到它們，但這類古著服飾狀況不一，若是前一位使用者洗滌或保存不善的話可能會有損壞的情形發生。因這類古著不一定有被好好保存，所以也有可能買到帶有些許瑕疵的服飾。推薦給不介意品質且希望能買到價格便宜服飾的人⁷。



註：資料來源：https://img.ruten.com.tw/s2/5/26/2e/21438259970606_248.jpg

圖 2-1-3 ユーズド古着

⁷ 〈古着(ユーズド)〉，FASHION PRESS，<https://www.fashion-press.net/brands/1347>，2019.08.23。

二、臺灣古著看法

（一）看法

由於有關臺灣古著相關文獻資料缺乏，故根據實際走訪古著店，訪問對日系古著與臺灣古著歷史發展有研究並清楚知道臺灣古著歷史的古著店負責人，但因店家負責人時間配合、是否願意百忙之中抽空接受訪問，與店家負責人是否同意將店名與店家資訊，於本文公開等研究限制，故選擇訪問位於台中市一中商圈內TSUBASA.Y並在古著圈內具知名度與風評較佳且有販售日系古著的古著店，訪問老闆後得出的想法概念為：「臺灣與日本對於古著的標準基本上大致都相同，就是有一定年份，已不再生產的，具獨特設計的服飾都可定義為古著」，但是因為日本古著發展從二次大戰至今，已有超過50年的發展歷史，因此有完整的分類系統；相較之下，臺灣古著發展是由1990年代，隨著裏原宿風潮傳進臺灣。而當時因資訊不發達導致服飾品質參差不齊，有些不肖業者會將國外非古著服飾，當成古著來販售，也影響了後來人們對古著的看法，因此分類制度並沒有像日本這麼完整與嚴格。只要是不再生產與超過一定年代的服飾都在古著的範圍內。

（二）分類

因此臺灣古著的分類是因個人喜好而訂定的。而在古著的範疇中也包含復古服飾，因為有些舊品可能已殘缺稀少不能使用穿著，於是有些店家會將舊品用古老的工法，模仿剪裁、質料，讓舊品變成新的樣式，又稱為再制新品，在臺灣的古著中也是其中一種分類，但是因為再制新品在日本算是復古服飾，而非真正的古著，因此了解日本分類的收藏家來說，覺得兩者是不一樣的商品，店家會根據客人的要求還是會註明清楚。

（三）小結

由於臺灣古著發展的時間較短，進到臺灣時的資訊也沒有像日本充實、完整，分類也較不明顯，也影響了臺灣人對古著的概念，所以臺日對古著的看法與概念，才會因此而出現分歧。

第三節 古著特點

一、判斷古著真偽的方法

市面上販售著許多古著衣物，雖然商家們都稱他們為古著，並用古著的名號來吸引顧客，但卻有不少假貨混雜其中。

有的只是外型相似但品質低劣的服飾，有的卻是做得與真貨幾乎別無二致的高級仿冒品，雖然兩者看似無從分辨他們的真偽，但仔細觀察某些細節就能一眼識破何為贗品。

辨別古著真假的方式有很多，經驗老道的買家或收藏者從觸摸衣服的質料、細看剪裁與縫紉手法或是衣服的裝飾配件（如：鈕扣種類與拉鍊款式）就能快速區分兩者之間的差異。

相對於初次接觸古著或接觸古著時間並不長的消費者，若要用觸摸布料的手感這種方法來辨別的話，因為沒有一定且具體的判定標準，對他們而言就太過抽象。

一般的消費者要利用這些方法來進行判斷也過於困難，因此標籤就在辨別古著真品與仿冒品時成了重要的指標，最簡易的方法為將吊牌與縫在衣物上的標籤的貨品編號進行比對，若兩者數字不同，就有極大的可能性為仿冒品。

由於每個品牌他們的標籤設計都各有特色，甚至於同一間廠商在不同年代所生產的衣物的標籤設計也會截然不同，因此除了用標籤判定真假之外還能用以推測這件衣服的生產年代。

（一）判斷古著真偽的重要指標之一——標籤

此處所指的標籤並非購買衣物時，掛在服飾上標示品名、價格、貨號等資訊的吊牌，而是原本縫在衣物某處的布質、皮質等材質的標籤。

這些標籤大小不一，數量可能只有一個，也可能有一個以上，有的只是繡著品牌 LOGO 的小標籤，有的則是上面會記載著關於這件衣服的重要訊息，舉凡品牌 LOGO、衣物材質、洗滌方式、製造地，甚至是製造年份等。

雖然小小一個標籤並不起眼，甚至有些人會在買回衣服後將它剪下丟棄，但它卻能在判斷一件衣服是真品或是假貨時發揮一定的作用，相當於一件衣服的身分證。

1. 以 Levi's 為例

於 1873 年，Levi Strauss 用斜紋帆布為美國西部的礦工們製作出史上第一條丹寧褲（牛仔褲），並同時成立了 LEVI STRAUSS & CO.。

為了讓金礦工人可以將工具及金塊放進口袋，因此在牛仔褲的後袋加裝了撞釘，藉以加強耐用程度，被稱為「Arcuate Design（鷹翅縫線）」的經典後口袋雙弧線設計也於同年加上，而位於右方後口袋上最具識別度的「RED TAB」則是於 1936 年誕生⁸。



註：資料來源：<https://reurl.cc/md31AM>

圖 2-3-4 Levi's 牛仔外套



註：資料來源：<https://reurl.cc/md31AM>

圖 2-3-5 Levi's 牛仔外套小紅標

於 70 年代所生產之牛仔外套，其衣服內側的標籤仍為紙牌設計的樣式，縫在口袋旁的 Levi's 小紅標（RED TAB）上的「E」字為大寫設計，與現今的小寫設計不同。



註：資料來源：<https://reurl.cc/md31AM>

圖 2-3-6 Levi's 40 年代牛仔褲

⁸ 〈OUR STORY 品牌故事〉，LEVI'S 官方網站，<https://www.levi.com.tw/ourstory.html>，2019.10.27。

於 40 年代所生產之牛仔褲，其背面腰間處的牌子為馬皮材質，洗滌後易生皺，因此此類標牌被稱為「Jerky Tag」。



註：資料來源：<https://reurl.cc/md31AM>

圖 2-3-7 Levi's50 年代牛仔褲

於 50 年代所生產之牛仔褲與 40 年代所生產的不同，其後腰處的牌子並非 40 年代的皮質設計，而是紙牌設計⁹。



註：資料來源：<https://reurl.cc/1QmRqV>

圖 2-3-8 Levi's1954 年代牛仔褲



註：資料來源：<https://reurl.cc/1QmRqV>

圖 2-3-9 Levi's1954 年代牛仔褲小紅標

於 1954 年生產之 501XX 款式的牛仔褲，後腰處的牌子也是紙質的設計，後面口袋旁的小紅旗上的字體都是單面印製，在這款褲子之後上面的字體才變為雙面印製。

⁹ 〈Berberjin 主理人：「LEVI'S 就是所有牛仔褲的原點以及頂點。」〉，HEAVEN RAVEN，<https://www.heavenraven.com/2019/02/03/berberjin-levis-jeans-denim/>，2019.10.07。

2. 以 Burberry 為例

Burberry 的創始人 Thomas Burberry 在 1856 年於英國漢普夏郡開設自己的服飾店鋪，因此 Burberry 的品牌 LOGO 上的數字 1856 就是由此而來的，而在 1998 年之後，Burberry 此一品牌名稱由原先的「Burberrys」改為「BURBERRY」，因此在 1999 年以前所生產的 Burberry 服飾的標籤上的 LOGO 皆為 Burberrys¹⁰，而在這之後所生產之衣物的標籤則一律標示為「BURBERRY」。



註：資料來源：<https://www.aroommodel.com/pages/20161009>

圖 2-3-10 Burberry 服飾各年代領標

英系 Burberry 一分为走高級時尚與精品路線的 Burberry Prorsum、以生活風格為定位的 Burberry London，以及主打青少年族群的 Burberry Brit。

日系 Burberry 於 1996 年時，Burberry 授權日本山陽商會製造，而山陽商會所生產之服飾只限於在日本國內販賣，黑底藍字之標籤為男款，藍底白字則為女款，目前 Burberry 已終止對山陽商會的製造授權。



註：資料來源：<https://www.aroommodel.com/pages/20161009>

圖 2-3-11 Burberry 英、日系領標示意圖

¹⁰ 〈Burberry 風衣—最能承受冷雨、風暴，在寒冷氣候下形成良好的服裝環境〉，A ROOM MODEL，<https://www.aroommodel.com/pages/20161009>，2019.10.07。

3. 小結

由於現在仿製過去年代所生產的衣物再將其放到市面上打著「絕版古著」來高價販售的情形並不少見，尤其是知名品牌服飾的盜版情況更是猖獗，但這些「假古著」都是大量生產，並且統一印製標籤，因此從標籤上能夠知道這件衣服的資訊，進而判斷這件衣服的年代與真偽。

(二) 判斷古著真偽的重要指標之二——鈕扣與拉鍊

小小一顆鈕扣雖然不起眼，但它背後所蘊含的功用卻十分的多，在早期拉鍊尚未被發明與普及的時代，鈕扣除了裝飾的功能外，它還具有讓衣物更容易穿脫的作用，且鈕扣的材質與設計也會因年代而有所差異。

製造鈕扣的材質從天然的木質、珍珠、貝殼、金屬、骨質，到人工製成的玻璃、塑膠等，十分多元，其中骨質鈕扣從歐洲中古便已存在，直至 1920 年代的服飾都還能看到它的存在，金屬鈕扣則常見於軍事風格的服裝。

玻璃鈕扣雖然只是由單一材質所製成，但因其色彩變化豐富，在 1930 至 1950 年代期間一般的玻璃鈕扣價格平易近人且容易取得，因此在當時所生產的服飾上亦能經常見到它們的蹤影。

早期生產的塑膠鈕扣與現今生產的塑膠鈕扣有著些許差異，在設計上尤其明顯，早期的塑膠鈕扣在設計方面經常使用幾何圖形與視覺感強烈的原色與金屬色（即 Art Deco 風格）來製作，或是將不同色澤的塑膠捲在一起做成一長條形狀，再切成一塊塊並打洞製成鈕扣¹¹。

拉鍊最初的雛型是於 1851 年由 Elias Howe 所發明¹²，但很難使用且容易生鏽，成本方面也十分高昂，因此當時的商家並不願意採用，之後 Whitcomb Judson 改進了扣環設計，並在 1893 年的芝加哥世博會試圖將此發明推廣到市場上，但效果有限，並不盡人意。

¹¹ Angela Hong, 〈老物分享：Vintage 鈕扣的故事〉, Kiss & Tell, <http://www.kisstellvintage.com/chineseblog/2015/6/5/ruc5r91ztop62khh2hdj54v0owp4s5>, 2019.10.27。

¹² Katia Moskvitch, 〈不起眼的發明：解開拉鏈的前世今生〉, BBC 中文網, <https://www.bbc.com/ukchina/trad/amp/vert-fut-39579254>, 2019.10.27。

Gideon Sundback 改良了 Judson 的設計，於 1913 年研發出通像現代拉鍊之路的無鉤扣件裝置，並在 1917 年取得了專利，而拉鍊（Zipper）此一名稱則是由 B F Goodrich Company 所提出。

最早拉鍊式運用在軍裝上，後來才漸漸普及於一般的服飾上，早期的拉鍊多為金屬製造，在 1960 年代之後，隨著尼龍的新材質發明出來後，也逐漸的使用這些材料來製作拉鍊，近年來更出現了隱藏式的拉鍊設計與磁吸式拉鍊，使的拉鍊的變化更為多樣。

一些知名品牌服飾為了保證產品的品質，因此會選用拉鍊製造大廠所生產的拉鍊來製造服飾。

市面上的偽古著為數不少，由於製造成本與利潤的考量，在製造過程中多半不會選用由知名拉鍊製造大廠所生產的「較高成本的拉鍊」，因此在辨別古著時可仔細觀察拉鍊的差異。

目前知名的拉鍊生產商有：YKK、LAMPO、RIRI、OPTI、EP、IPI、RACCAGNI、IDEAL、TAT、TALON 等等。

1. 以 YKK 為例：

YKK 全名為 Yoshida Kogyo Kabushikigaisha，為拉鍊與鈕扣行業最大的市場份額擁有者，由於 YKK 生產的拉鍊用量多，因此被仿冒的情況屢見不鮮。



註：資料來源：

<https://reurl.cc/alm7G3>

圖 2-3-12 YKK 拉鍊字體比較



註：資料來源：

<https://reurl.cc/alm7G3>

圖 2-3-13 YKK 單頭拉鍊鏈頭下端字體

辨別方法一：真品的 YKK 字樣為粗體字，而仿冒品則多為細體字，單頭拉鍊的鏈頭下端也印有 YKK 字樣。



註：資料來源：<https://kknews.cc/zh-tw/news/nlxp868.html>

圖 2-3-14 YKK5VSG 系列雙頭拉鍊

辨別方法二：雙頭拉鍊多為採用樹脂拉鍊，其特點為鏈頭採用 5VSG 系列下小上大進行配對¹³。

辨別方法三：拉鍊的布帶應與服裝布料顏色一致，若為拼接色塊設計，則至少需和其中一種布料顏色相近或相同，如若不同顏色的衣物都使用同一種顏色的拉鍊，則為仿冒品的機率很高。

2. 以 LAMPO 為例

此品牌的拉鍊常用於 PRADA、CHANEL 等精品品牌上。



註：資料來源：<http://tonents.com/396091/>

圖 2-3-15 LAMPO 拉鍊右上角 R 字

辨別方法：和一般大眾對於真品做工必須字樣清晰的認知不同，LAMPO 的拉鍊右上角® 中的 R 字必須模糊且字體較小。

¹³ 潮品教主，〈YKK 拉鍊怎麼鑑別 YKK 拉鍊真假對比圖〉，每日頭條，<https://kknews.cc/zh-tw/news/nlxp868.html>，2019.10.27。

第四節 臺日古著集中地介紹

一、臺灣古著集中地介紹

在臺灣的古著聚集地，以臺北以及最受歡迎的店家為例，大致可以分為三種類，以下做出分類並列出其中具代表性的店家進行介紹。

(一) 臺北南西商圈



註：圖片來源：Travis Vintage & Used Clothing

圖 2-4-1 臺北南西商圈

現在的中山區赤峰街現已有 20 多家古著店，有古著店的一級戰區之稱。

在這之中最受歡迎的 Travis 於 2005 年開始經營，專賣以男性為主的美式古著店。Travis 擁有著豐富的美式古著服裝與雜貨，1930-1990 年代的各式服裝與雜貨、1950 年代的夏威夷衫與騎士風衣、1960 年代的軍裝、1970 年代的嬉皮到 1980 年代的 Disco... 等。

(二) 西門町昆明街

最具有代表的店搖滾古著、星期一古著、對抗世界 Fight against the world。主要是販售男性服裝為主，種類多樣但以軍裝及夏威夷式襯衫站居多且版型偏大，在這裡可以找到各式各樣的軍裝、軍用品和舊丹寧古著。



註：資料來源：組員拍攝

圖 2-4-2 對抗世界 Fight against the world

(三) 臺北東區



註：資料來源：<https://reurl.cc/qDNe3y>

圖 2-4-3 70s Vintage

自 2005 年開始經營，最初的店面位於西門町小香港商城，2007 年後才將店面搬遷於臺北東區，地址為臺北市忠孝東路 4 段 181 巷 35 弄 1 號 B1。他們除了賣古著單品之外，也經營著經典品牌的代理，並在 2019 年秋冬推出自有品牌單品，甚至與 Round House Japan Line 跨品牌合作。在古著店推引出新的樣貌。



註：資料來源：<https://reurl.cc/yyR9n6>

圖 2-4-4 70s Vintage 地圖

二、日本古著店介紹

在日本的古著聚集地，以東京為例，我們選出較具代表性的店家進行介紹。

(一) 下北澤 Flamingo



註：資料來源：<https://reurl.cc/b6Epa0>

圖 2-4-5 下北澤 Flamingo

下北澤 Flamingo	
地址	東京都世田谷区北沢 2-25-12 リサビル 1F
營業時間	星期一～星期五 12：00-21：00 星期六～星期日 11：00-21：00
電話	+81 70-1483-5965
網址	http://tippirag.com/

Flamingo 為日本著名連鎖古著店，在下北澤、原宿、吉祥寺等地都有開設分店。有販售 1940 至 1990 年代的服飾，也有近代品牌。店內衣物種類不勝枚舉，舉凡工裝、花襯衫、格紋襯衫、Outdoor 乃至 YSL 等都有。價格為中、低價位，門口有時會擺放特價品。算是在日本較具規模以及人氣的平價古著連鎖店。

(二) 澀谷 RAG TAG



註：資料來源：<https://reurl.cc/EKRdeK>

圖 2-4-6 澀谷 RAG TAG

澀谷 RAG TAG	
地址	東京都渋谷区神南 1-17-7
營業時間	星期一～星期日 12:00-21:00
電話	+81 3-3476-6848
網址	https://www.ragtag.jp/shop/shibuya.html

RAG TAG 在日本已經營 30 年。店中販賣的物品以二手精品為主，價格為中至高價位。可以購買到之名設計師單品。除了少數全新品外，店內會將二手商品的狀況用「ABC」來表示，A 為使用次數較少整體很好，多少有點小瑕疵；B 為使用次數較多有正常使用痕跡；C 為使用次數很多有明顯使用痕跡。在店內可以用低廉的價格買到狀況良好的之名品牌商品。另外，RAG TAG 也提供外籍旅客免稅服務，也可以線上購買，還可以配送至海外，非常方便。

(三) KINJI 原宿店



註：資料來源：<https://www.moshimoshi-nippon.jp/zh-hant/41135>

圖 2-4-7 KINJI 原宿店

KINJI 原宿店	
地址	東京都渋谷区神宮前 4-31-10 YM スクエア原宿 B1F
營業時間	星期一～星期日 11：00-20：00
電話	+81 3-6406-0505
網址	http://www.kinji.jp

KINJI 為大型連鎖二手服飾店，除了東京外在大阪、京都也有分店。店中販賣平價的二手商品，可以在店內找到日幣一千以下的服飾。通常販賣 1990 後的流行服飾，服飾種類選擇性多，國內外品牌皆有。除了販售二手衣物之外也收購二手衣物，店內也有日式和服類的品項。

第五節 較具代表性之古著服飾與配件介紹

一、橫須賀刺繡外套

橫須賀刺繡外套有 60 多年的歷史。英文稱 Souvenir Jacket（紀念外套），或者譯 Sukajan（スカジャン），日文又寫作橫須賀ジャンパー。

在二次世界大戰時，美軍進駐日本，位於東京灣入口的橫須賀市成為重要的軍港。結束後即將退伍返鄉的軍人為了取得一些紀念，於是在自己的軍裝外套上（多半是飛行外套），刺上當地的地圖也結合一些帶有東方色彩的圖騰，如老鷹、櫻花或龍等等。Souvenir Jacket 成為他們作為紀念的物件。做工精緻的橫須賀在地人，於是就利用 MA-1 的版型，改以亮面的綢緞配上手工刺繡，創造出獨特的刺繡紀念品外套，受到美軍的流行。

橫須賀當地有許多素行不良的年輕美國軍人，他們會穿著牛仔褲或是橫須賀外套等等服飾，吹著口哨罵髒話。插畫家小林泰彥（1935-）稱這種造型為「洋基風格」，許多日本年輕人逐漸開始模仿這種風格¹⁴。之後橫須賀刺繡也一度成為不良族群的服裝代表，但隨著時代變遷，橫須賀刺繡又經由潮流穿搭翻轉其污名形象成為古著。

歷史面上過去由許多土產、小賣店為美軍製作紀念外套，因此許多 Vintage 是沒有所謂品牌標籤的，不過成立於 1940 年的東洋企業株式會社（東洋エンタープライズ），其前身「港商商會」（Kosho & Co.），在當時成為美軍基地福利社 PX（post exchange）販售 Souvenir Jacket 的主要供應商，在 50 年代的高峰期更囊括了高達 95% 的市場佔有率，直至 1965 年港商商會解散，東洋企業株式會社、CO、LTD 成立並延續過去的橫須賀外套基模成立 TAILOR TOYO 支線，除收藏超過百幅的刺繡模板，不僅延續了在日本歷史對於洋服的特有詮釋，也成為現在眾多刺繡外套品牌中的代表品牌之一。¹⁵

¹⁴W·大衛·馬克思（2018），《洋風和魂—日本如何在戰後歷史與文化交流中保存了美國時尚風格》（台北：八旗文化），頁 15。

¹⁵Whosdandan，〈探橫須賀外套的魅力視界〉，KEEDEN，<https://keedan.com/track/2017/01/03/old-is-new-old-is-new-about-sukajan-jacket/>，2019.09.11。

橫須賀外套在近年來又成為風潮，因為 2016 年各品牌（Gucci、Valentino、LV、Saint Laurent）的時裝秀，主題剛好都跟「東方刺繡」有關。時裝秀影響了無意購買高級時裝的消費者，他們轉而追求身為古著品的橫須賀外套，但其實做工精細的刺繡古著價格並不會低於高級時裝。



註：資料來源：<https://reurl.cc/Qp7L5M>

圖 2-5-1 橫須賀刺繡外套



註：資料來源：<https://reurl.cc/9zZG6d>

圖 2-5-2 橫須賀刺繡外套

二、牛仔褲

說到日本最著名的牛仔褲聖地，不外乎就是日本岡山縣了。而當中最有名的地點——兒島，因瀕臨瀨戶內海，當地土壤含鹽量高且雨量稀少，適合種植棉花，吸引了許多藍染與織布相關產業來到此地¹⁶。兒島有著各式各樣與牛仔褲相關的物品，第一家牛仔褲品牌 Big John 也是在此誕生的。

1963 年，大石貿易開始從美國的 Canton Mills, Inc 進口牛仔布，並開始製造和銷售牛仔褲，並於 1965 年開始在日本東西部進行批量生產，並將其命名為 CANTON。但是，美國牛仔布料製造商 Canton Mills 要求日本暢銷的牛仔褲品牌 CANTON 的使用權，因此 1968 年牛仔褲品牌 CANTON 從日本消失了。

從事 CANTON 製造的「マルオ (Maruo) 被服」在生產 CANTON 的同時，1965 年從美國 Corn Mills 進口了牛仔布，並開始開發自己的品牌 BIG JOHN。當 CANTON 退出市場後，BIG JOHN 席捲了市場。作為國家製造商，BIG JOHN 是第一家在日本進行計劃生產和銷售的公司¹⁷。



註：資料來源：<https://www.bmc-tokyo.com/journal/562/>

圖 2-5-3 CANTON 第一條牛仔褲

¹⁶W·大衛·馬克思 (2018)，《洋風和魂—日本如何在戰後歷史與文化交流中保存了美國時尚風格》(台北：八旗文化)，頁 15。

¹⁷BMC ジャーナル，〈国産ジーンズ第一号と日本のジーンズ製造の歴史〉，JOURNAL，<https://www.bmc-tokyo.com/journal/562/>，2019.11.09。

而在日本有一間很特殊的店，位於日本廣島的尾道縣「尾道デニムプロジェクト」，這間店一個很特別的活動，提供免費的牛仔褲給各式各樣的職人穿，必須一整年都穿著他們家的牛仔褲，定且定期的回到他們的店內進行特殊的洗滌，確保不會將平常穿著的痕跡破壞掉，最後將職人們穿著過的牛仔褲進行回收，並且在每件牛仔褲的上面標上原本穿著的職業與背後的故事，經由這樣的作法賦予每件牛仔褲額外的價值並且價格也跟著提升。

牛仔褲的魅力就在於它越穿越好看的特性，隨著每個人職業的不同，牛仔褲在經過長時間穿著與下水清洗過後，也會呈現出完全不同的色落，「尾道デニムプロジェクト（ONOMICHI DENIM PROJECT）」則是與職人共同創造出獨一無二的商品，並且重新訂價進行販賣¹⁸。



註：資料來源：<http://www.onomichidenim.com/archives/10587>

圖 2-5-4 工匠穿著的牛仔褲

¹⁸WADAMIKIHIRO，〈尾道デニム写真集〉，尾道デニムプロジェクト，<http://www.onomichidenim.com/>，2019.11.09。

三、細說古著配飾

說到古著，有許多人會使用相關配件讓古著的搭配更完整。有許多的配件本身也是承載著歷史意義，且適當的配件也能讓整體搭配更協調。下面是我們整理出進行古著穿搭時常見的配件，這些有趣的小配件也能產生畫龍點睛的效果。但如果不仔細選擇配件的話，反而會適得其反，令人感到眼花撩亂，全身搭配失去重點。

表：2-5-1 配件圖表

名稱	圖片	介紹
帆布包 キャンバスバッグ	 <p>註：資料來源： https://reurl.cc/b6Epao</p> <p>圖 2-5-5 帆布包</p>	<p>第二次大戰期間，因物資短缺，包包成了奢侈品。於是當時的人們使用粗糙的帆布料設計並製作成各式各樣的包包。</p>

<p>帆布鞋</p> <p>キャンバスシューズ</p>	 <p>Genesmales Futuro Land</p> <p>註：資料來源： https://reurl.cc/al5ne9</p> <p>圖 2-5-6 帆布鞋</p>	<p>帆布鞋以輕便、耐穿而受到人們的喜愛。帆布鞋約誕生於第一次世界大戰時期。因經濟蕭條，軍裝材料都是毛呢、板帶、毛料、馬鞍與馬靴。於是市場上只剩下了橡膠與帆布，人們便把這些材料製作成帆布鞋¹⁹。</p>
<p>貝雷帽</p> <p>ベレー帽</p>	 <p>註：資料來源： https://reurl.cc/72yDKD</p> <p>圖 2-5-7 貝雷帽</p>	<p>貝雷帽的歷史最早可追溯到十五世紀。當時法國西南部的牧羊人曾經喜歡戴一種用棕色羊毛紡織出的圓形無沿軟帽。這種帽子戴在頭上可以遮陽擋雨，摘下來可以擦汗，或放在地上當坐墊²⁰。</p>

¹⁹ 王小魚的世界，〈帆布鞋百年史〉，每日頭條，<https://kknews.cc/history/rppk83r.html>，2019.08.22。

²⁰ 〈ABOUT BERET〉，haveAnice，<http://www.haveanice.com/article/about-beret>，2019.08.22。

<p>報童帽</p> <p>ニュースボーイ</p> <p>キャップ</p>	 <p>註：資料來源： https://reurl.cc/pDm1aZ</p> <p>圖 2-5-8 報童帽</p>	<p>二十世紀時，隨著海運時代來臨，紐約也因此湧入了大量移民，而棄嬰便是這批移民潮衍生出的問題，這些流浪街頭的孩子們只能靠送報紙、擦皮鞋來求生存，他們配戴的這頂八角帽子便是最大的特色²¹。</p>
<p>飛行帽</p> <p>フライングキャップ</p>	 <p>註：資料來源： https://is.gd/KLINUQ</p> <p>圖 2-5-9 飛行帽</p>	<p>1908 年，萊特兄弟之中的威爾伯·萊特來到法國巴黎進行飛行展示。當時的他戴著一頂左右兩邊帽檐能夠向下拉的帽子，這樣的設計能夠防止帽子在飛行過程中被風吹走。由於威爾伯個人的名氣，他的帽子迅速成為巴黎街頭的時尚。幾乎一夜間，巴黎大街小巷的男孩子們每人都佩戴了一頂這樣的帽子²²。</p>

²¹Sofie，〈「報童帽」和「小偷帽」原來這樣分辨，不要再跟店員雞同鴨講了！〉，Dappei，
<https://dappei.com/articles/6756>，2019.08.22。

²²中國航空新聞網，〈時尚時尚最時尚你所不知道的飛行帽的前世今生〉，壹
<https://read01.com/Gm2jyd.html>，2019.08.22。

<p>漁夫帽</p> <p>フィッシャーマン ハット</p>	 <p>註：資料來源： https://reurl.cc/vn5dQk</p> <p>圖 2-5-10 漁夫帽</p>	<p>漁夫帽從 80 年代開始有流行趨勢，因為 Hip Hop 文化的流行再加上有許多明星和饒舌歌手的穿戴而走紅。漁夫帽具有修飾臉型的效果，也是成為流行的主要原因之一²³。</p>
<p>圓框眼鏡</p> <p>丸メガネ</p>	 <p>註：資料來源： https://reurl.cc/ZnQA4W</p> <p>圖 2-5-11 圓框眼鏡</p>	<p>圓框眼鏡在 13 世紀馬可波羅飄洋過海，看到元朝的官吏都戴著圓形的凸透鏡來閱讀公文，於是將它帶回義大利，因此使眼鏡傳入歐洲²⁴。</p>

²³STARMANKIND，〈男搭單品－漁夫帽的逆襲〉，時尚亂入，
<http://fashiongatecrashers.com/fahion/bucket-hat>，2019.08.20。

²⁴寶寶穿戴觀，〈圓框我有來頭，有內涵〉，每日頭條，<https://kknews.cc/fashion/6eoa69q.html>，
2019.08.22。

<p>長襪</p> <p>クルーソックス</p>	 <p>註：資料來源： https://reurl.cc/rlaDEr</p> <p>圖 2-5-12 長襪</p>	<p>長及小腿肚以上的襪子。以絲光棉、羊毛、尼龍或金屬紗等織物為原料，用針織機編織而成。襪統有羅紋，襪體有網狀、鉤織花樣等裝飾。通常與裙子或短褲搭配穿著。在一次世界大戰後，襪子告別了單純的黑白灰，菱形圖案開始打開市場，這種獨具英格蘭風格的元素很快在歐洲流傳開來。彩色菱形的長筒襪配燈籠褲，成為了典型的時代裝束²⁵。</p>
<p>髮帶</p> <p>ヘアバンド</p>	 <p>註：資料來源： https://reurl.cc/5go5Kv</p> <p>圖 2-5-13 髮帶</p>	<p>髮帶是髮冠與帽檐的混和版本，19 世紀時，歐洲的時尚女性，嘗試捨棄帽子而直接起用緞帶、蕾絲等柔軟面料束扎髮髻、再插上花飾、羽毛的流行，很可能就是髮帶最早的摩登樣式。在 2004 年的金球獎頒獎典禮上，Nicole Kidman 又率先將髮帶重新領入流行端頂²⁶。</p>

²⁵那朋，〈別再露腳踝了，潮流陣營已被長襪攻陷了好嗎？〉，知乎，<https://reurl.cc/e5LpaM>，2019.08.19。

²⁶車由軸，〈少女的髮帶，增添魅力指數〉，壹讀，<https://reurl.cc/Gk4aDp>，2019.08.22。

飾品

アクセサリー



註：資料來源：
<https://is.gd/SZxk7c>

圖 2-5-14 飾品

飾品的由來可以追溯到很久以前，當時的用途是具有宗教性、避邪等功能，被當成護身符一般。之後逐漸演變成裝飾於身體的配飾²⁷。

²⁷ 〈手環／手鍊推薦指南〉，樂天市場，<https://www.rakuten.com.tw/fashion/guide/bracelet01/>，2019.08.22。

第六節 古著風潮再興起—古著商業行銷策略

關於古著風潮可以再興起的原因，依據日本衣料管理協會²⁸2010年所做的調查：很多消費者對於古著有「展現自我風格」的印象，所以會有需要找到能符合自身風格衣物的消費者。對於消費者來說，購買古著的人，除了展示自己有站在時尚的最前端，還有一點就是，暗喻自己的經濟能力，甚至富裕層的消費者會有收藏古著的行為。

能讓古著再次吹起風潮，偶像藝人功不可沒，利用偶像行銷就是讓一項商品銷售量增加的方法，這種意圖明顯的行銷方式，都會增加營業額了，更何況是偶像無意間穿的「類似款衣服」。

就古著本身的吸引力來說，它比起普通的衣服，除了可以表達古著生產年代的特色之外，也會潛移默化地影響後來者的作品。

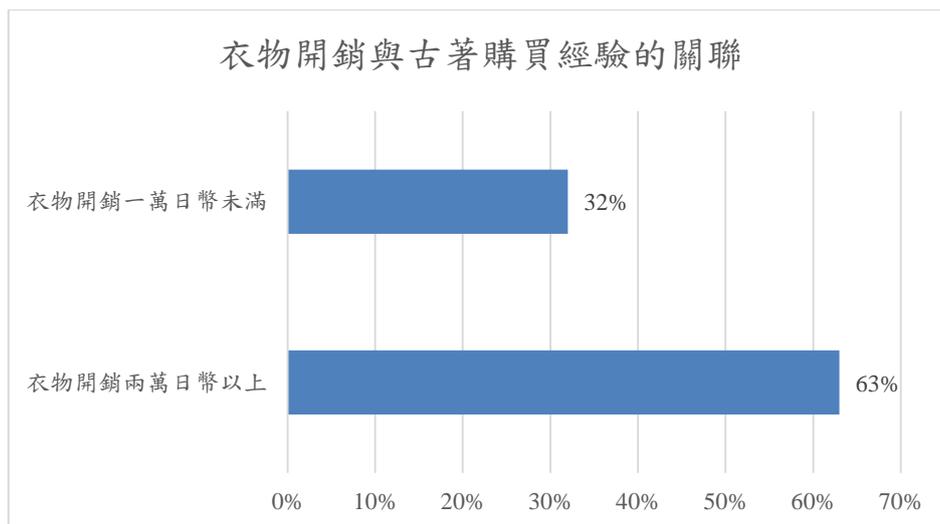
根據武庫川大學的文獻資料²⁹，我們可以得知：有古著購買經驗的消費者購入古著的其中之一個理由是「因為外觀好看、時髦」，對於這類型消費者來講，可以說購買古著是流行的一環。為了確認這個想法，調查了消費者在購買古著上「在服裝上花費了多少金額」與「學過服飾專業知識」的關係。

結果是：衣服月開銷一萬元日幣未滿的消費者，有古著購買經驗的有32%。而衣服月開銷兩萬元日幣以上的消費者，有古著購買經驗的有63%。這證明了衣物購入費高低與是否有購買古著的正相關關係。

至於「學過服飾專業知識」與古著購買率的關係則是：專攻服飾情報的消費者為74%，其他專業為44%。這個調查結果，也可以表達對於消費者來說，古著是一種流行物。

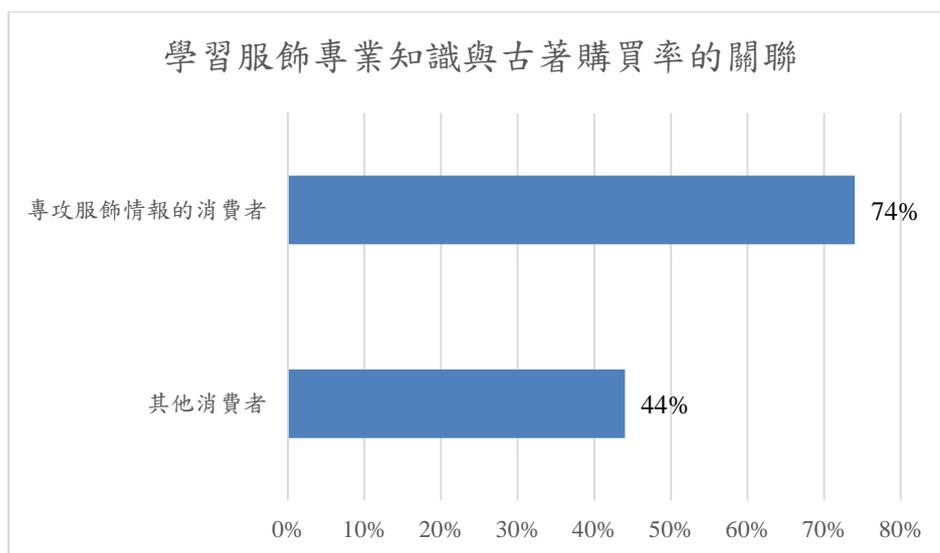
²⁸日本衣料管理協會（2010），〈ファッションとエコに関する調査報告書〉，
<https://iss.ndl.go.jp/books/R100000002-I028032906-00>，2019.08.25。

²⁹岸川洋紀、嶋口菜由加（2011），〈衣料品の再利用に関する消費者意識の調査〉，
<https://ci.nii.ac.jp/naid/130004631606>，2019.08.25。



註：資料來源：本組製作

圖 2-6-1 衣物開銷與古著購買經驗的關聯



註：資料來源：本組製作

圖 2-6-2 學習服飾專業知識與古著購買率的關聯

第七節 淺談復古風潮

一、「復古」的詞彙定義

復古，在英文中以「retro」來表示，為形容詞，其涵義為：looking at or copying the past³⁰，即是追溯過去、模仿過去，retro 一詞本身亦包含了「逝去的」、「往回看」的意思，用以代表懷舊的、重新流行的、模仿過去式樣的物品及風格等。此一形容詞常見於時尚產業中，藉英文延伸出「將過去的時尚、風格加以呈現」³¹之意，在中文裡經常使用「復古」、「仿古」、「復刻」藉以表示具有這類造型、風格的服裝、飾品、配件等。

現今具有這類風格之服飾多以「復古風服飾」來稱之，「仿古」一詞則多用於仿造古代外形、設計之器具，如：傢俱等，「復刻」則用於表達具有「將以前生產過的產品再次生產」概念之物品，此類物品除了在設計、材質、模板等細節上會加以還原外，部分地方則有所改動（如：配色），是對以前年代生產的那一款式的產品表達懷念或致敬，如：知名運動鞋品牌生產之復刻版球鞋。

二、何為復古風

復古風（Retro Style / Retro Fashion），並未被列入正式的歷史裝飾風格分類之內，而且對於其所定義範圍其實十分廣泛，且對於復古的解釋以及流行年份，特別是針對「古」的部分，每個人的意見並不一致，只要不是現在所流行的風格，都能稱為「古」。

因此，簡單來說，復古風可以說是由於現代社會是一個不斷求新求變的時代，人們有時會回想起過往年代的社會風氣與流行風格，並將這些帶進現在社會之中，將其風格運用在物品、服飾、裝飾……等藝術創作、設計之上，這就是復古風的由來。

³⁰ 〈在英語-漢語(繁體)詞典中的翻譯〉，retro，

<https://dictionary.cambridge.org/zht/詞典/英語-漢語-繁體/retro>，2019.06.27。

³¹ 李依倩（2005），〈土懷舊與洋復古——土懷舊與洋復古流行風潮的年代建構與歷史想像〉，

http://www.srcs.nctu.edu.tw/speech_pages/CSA2005/papers/0108_A3_1_Li.pdf，2019.06.27。

三、 復古風潮流行之例子——以「新古典主義」為例

復古風潮早在歐洲 18 世紀中葉的羅馬便曾出現過，也就是廣為人知的「新古典主義」，它代表了一種復古潮流。一方面是人們對於當時風行泛濫的巴洛克 (Baroque) 和洛可可 (Rococo) 風格的反感，另一方面則是有些藝術家希望能重振希臘羅馬時期的藝術，並有意從風格和題材這兩方面來模仿古代的藝術風格³²。

-新古典主義的表現形式雖然模仿了希臘羅馬的古典規則，但在技術上又以文藝復興後的素描為基準，它所強調的復古精神「並非直接模仿古物，而是仿效他們在美感上的本質」³³。近年來，復古風格亦指二次世界大戰後到 70、80 年代的時尚風格，又因為對於「古」的認定不盡相同，因此非當季之風格亦能稱作復古風。

四、 復古服飾的出現與興起之原因

(一) 過去年代所存留之影劇作品

在更早以前的時代，並沒有相機等攝影設備，只能以文字、繪畫、歌謠等方式來記錄當時人們的生活情景與人文創作，但到了 1920 至 1980 年代，那時的攝影技術與設備已較過去的年代更為進步、普及，因而留下了許多優秀的電影、戲劇攝影作品，相較於 1920 年以前能更加完整的保存當代人文產物。

後來人們在觀賞這些作品後，出於嚮往當時的生活形態……等種種原因，進而出現了模仿以前人們穿著打扮的行為，用自己的身體重新塑造過往年代的流行景象，也就導致了古著時尚 (Vintage Fashion) 的興起³⁴，由此可知消費者對於「獨特」及「與眾不同」的追求。

³² 方永泉，國家教育研究院，〈新古典主義 Neo-classicism〉，

<http://terms.naer.edu.tw/detail/1312154/>，2019.06.27。

³³ 〈第 31 講《新古典主義藝術》〉，國立台灣大學網路教學課程，

http://vr.theatre.ntu.edu.tw/fineart/th9_1000/open-31-broadcast.htm，2019.06.27。

³⁴ Chuan-Yu Kang，〈交織復古與摩登—Vintage Fair 重溫流行〉，MOT TIME，

http://www.mottimes.com/cht/article_detail.php?type=2&serial=131，2019.06.27。

（二）追求與現今流行不同風格

相對於現代大量生產的速食流行服飾，大眾都穿著相似甚至是相同風格的服飾，對於希望能穿出獨特風格的消費者而言，這些「毫無特色」的服飾無法滿足這群人的要求，因此數量稀少、風格與當下流行風格截然不同的古著服飾，成了消費者的另一種選擇。

（三）出於經濟能力之考量

由於並非每個人都有能力購買這些價格高昂的古著服飾，為滿足消費者對於古著風格服飾之需求，市面上逐漸出現低價的仿古著（偽古著）。

（四）復古風服飾較盛行之原由

因為部分古著服飾的風格對於現下社會大眾而言接受度並不是很高，或是有些消費者希望追求服飾「有特色」的同時又「不會與現今的時尚產生脫節」，而在製造衣物的過程中，有些材質的衣料可能也已經停止生產而難以取得，或是出於製造成本的考量，所以現今的復古服飾不僅保留了部分古著服飾的設計，在材質上也作了一些改變，甚至加入了現代的流行元素，因此復古服飾在大眾之間較為盛行，價格也比真正的古著更為親民。

第三章 實地探訪

第一節 探訪臺灣古著店

因臺灣古著的相關文獻資料缺乏，但在路上卻可以看到很多古著商店林立，因此本組決定實際談訪店家，並聽取專業人士對古著的看法。

一、WE ARE 1730

(一) 選擇店家原因

在臺北市行天宮的捷運站附近，因位於十分方便的市區並且為許多古著愛好者所推薦的店家，因此我們選擇了這家進行實地探訪。

(二) 店家介紹

現在是夏季所以主要是販賣夏季服飾為主，種類多樣但 T 恤類型的佔居多，店內還有相關的書籍可以參考，裡面的服飾感覺都很新沒有人穿過的感覺且價格標示清楚屬於平價類型，店內氣氛輕鬆有淡淡的水果香味，還有可愛的狗陪著，如果是準備進入古著世界的新手這家十分推薦！

店名：WE ARE 1730

地址：臺北市民生東路二段 62 號 3 樓

營業時間：星期一～星期五 11：00-19：00

星期六～星期日 13：00-19：00



註：資料來源：本組拍攝

圖 3-1-1 WE ARE 1730



註：資料來源：本組拍攝

圖 3-1-2 WE ARE 1730

二、つばさ。エン

(一) 選擇店家原因

選擇這家古著店在業界具有知名度，網路風評與商品品質皆優良，且店內風格獨具特色，展示空間整潔乾淨。

(二) 店家介紹

位於台中益民商圈內的古著店，名叫つばさ.エン古著店參訪，老闆是台中一位熱愛美式搖滾的音樂人,曼森，因受日系雜誌的穿搭啟發，一反當時韓風主流，在2011年創立了Tsubasa.Y，重新帶起日系潮流。

早期是以當季日系服飾為主，2013年時，因體認到當季快時尚，服裝款式流行週期短，當季服飾淘汰率高，因此至2014年起正式轉型為古著店，以自由反骨的精神，不同時代的服飾堆中，尋找不同於現代的專屬品味，據老闆說，從2014年到現在，營業額穩定成長。因為剛轉型為古著店的時候，知道古著的人快速增加，但不會每個人都會來買，而至今人數雖逐漸成長趨緩，但是會來店挑選古著的人卻逐漸增加。

老闆每兩個月都會去國外親自挑選，每一次單品上架前都會先洗過一次。現場所有服飾價格:小飾品大概150起跳，服飾從490的襯衫到2000多的工裝都有。而店裡賣最好的是襯衫類，客人接受度高，因為雖同樣都是襯衫，但款式也獨一無二的。



註：資料來源：本組拍攝

圖 3-1-3 店外



註：資料來源：本組拍攝

圖 3-1-4 二手 T 恤與飾品

參訪員姓名	徐宏欣	地點	つばさ.エン
日期	108.08.24	地址	臺中市北區一中街 136-12 號 1 樓
問題內容			
<p>問題一：</p> <p>請問臺灣跟日本的定義上有不同之處嗎？經網路上資料判斷與研究，在日本定義較完整且嚴格，且還有標準的系統分類，但在臺灣似乎沒有完整且標準的分類請問您們的想法是甚麼呢？</p> <p>回答一：</p> <p>基本上本來沒有臺灣古著的這個東西存在，因為古著這個東西大概是在 1990 年的時候，隨著裏原宿風潮傳進臺灣的，所以，定義大致上跟國外相同，在全世界古著定義都大致一樣，就是具有一定年分，不在生產的服飾，都可以定義為古著但是因為進來臺灣的時候，資訊還不是很發達，所有有些業者會將非古著的服飾，當成古著來販售，導致品質參差不齊，所以臺灣基本上沒有太多的限制。分類的部分也沒有特定的標準，會視依照個人喜好而定，所以就連復古服飾也算是其中一種，但對特定客人來說，會認為兩者不同的，所以店家都會清楚註明。</p>			
<p>問題二：</p> <p>請問為甚麼在臺灣古著中也包含復古服飾呢？</p> <p>回答二：</p> <p>因為有些舊的古著會因已稀少殘缺不敷使用，就是最會用古老的工法，並模仿舊品，重作一次，這種就被稱為再製新品，也算是復古服飾，但是日本都會稱為 retro，而不是 vintage。</p>			

問題三：

您覺得古著時候開始流行的呢？

回答三：

大概是在 2010 年左右吧。因為古著在 1990 年代時就已經進來臺灣，在那個年代，因為資訊不發達，所以有很多不正確的訊息影響，臺灣人對古著的看法，所以那時不被世人接受，未形成風潮，而在最近幾年，資訊較為發達，因此才被較多人接受。

問題四：

從營業開始到現在，哪一年是營業額是賣最高的呢？

回答四：

我們沒有說哪一年最高，只能說到目前為止營業額都是穩定成長的，

問題五：

那你們店賣最好的是哪一種風格？

回答五：

實很難去定義，因為古著你也知道他只有一件，所以你說賣最好，我覺得可能是襯衫類，因為太多襯衫類，或者是說上衣類。

問題六：

哪一年古著銷售成長是最大的？

回答六：

目前都是穩定成長的，但是如果要看一年中的話，還是有分淡季跟旺季的。

第二節 探訪日本古著店「BLUE EARTH」

以下是本組為研究進行實地探訪之經驗彙整，以兩點來進行說明：

（一）店家選擇原因

因訪日研修團行程以及店家是否允許店內拍攝之因素，故選擇位於廣島住宿飯店附近之古著店－BLUE EARTH 來進行實地探訪。

（二）實際感受與店家介紹

此店位於廣島本通商店街，一樓店內環境較明亮，主要陳列商品為二手名牌(例如：LOUIS VUITTON)的皮包配件、其他品牌(例如：PORTER)的背包，也有販售二手鞋類及部分二手服飾。

二樓採用日光燈作為照明燈，環境較一樓來得昏暗，營造出陳舊的氛圍感，二樓主要販售商品為服飾類與皮包配件類，種類繁多，有新品及二手衣服，雖然男女服飾皆有，但以女性服飾居多，除了當季主打商品擺放在較醒目的位置外，也會依照商品的類別各自擺放成一區塊，另外二樓內側有一區的服飾會依據上面標示不同顏色的標籤牌而給予不同金額的折扣。

店內服飾的價格落差大，價低至幾百日幣，價高則至上千日幣不等，另外這間店有提供販售委託及收購的服務。

（三）小結

藉由實地探訪古著店能了解到日本古著風潮仍存，由於探訪時段為晚間時段，仍有一些民眾進入店內看看，從店內販售的商品可見日本民眾對於「古著」的認知不只是過往時代所生產的高價且數量稀少的服飾，也包含的二手服飾在內，因為有部分商品為二手品，因此在選購過程時務必注意是否有瑕疵，以免購買後發現瑕疵而產生消費糾紛。

(四) 店家外觀



註：資料來源：本組拍攝

圖 3-2-1 BLUE EARTH

(五) 店內陳設



註：資料來源：本組拍攝

圖 3-2-2 BLUE EARTH

地址：広島県広島市中区本通 9-27

營業時間：11：00～20：30

電話：082-545-5115

第四章 問卷分析

第一節 問卷抽樣

一、目的

此問卷的發放目的主要為調查臺日兩地對於「古著」這個詞的理解為何。並且與本組的推廣做結合，瞭解現今臺日兩地民眾是否知道古著與主要的資訊來源為何。

二、抽樣範圍

本問卷抽樣範圍設定為臺灣及日本兩地 15 歲至 50 歲之民眾。

三、取樣方式

本問卷是採用網路問卷發放之調查形式以取得樣本資料，填寫完畢後將獲得之資料以 Microsoft Excel 軟體轉換成所需數據，並使用 Microsoft Excel 軟體將分析結果以表格、長條圖及圓餅圖的方式呈現。

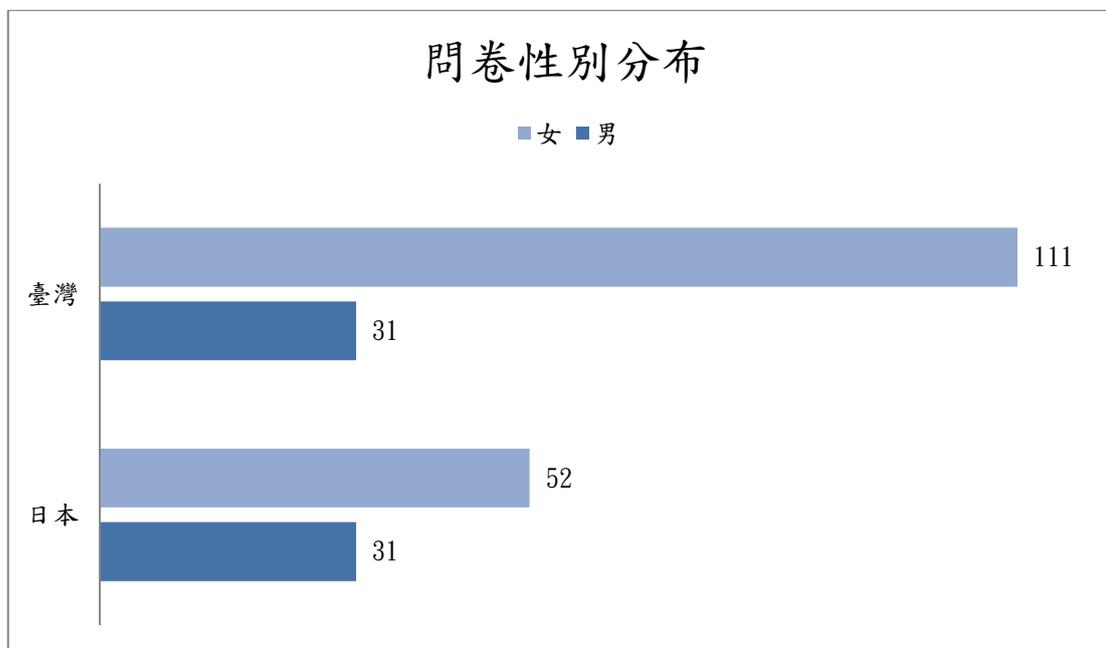
四、問卷發放

依地區範圍之不同，分為以臺灣民眾為調查對象之中文版問卷，以及以日本民眾為調查對象之日文版問卷，由於地區範圍、時間及金錢上的限制，因此本組決定採用網路問卷發放的形式來獲取樣本資料，中文版問卷之發放時間為 2019 年 8 月 26 日至 2019 年 9 月 19 日，總計發放時間為 25 天，共獲得 142 份已填寫之有效問卷；日文版問卷之發放時間為 2019 年 9 月 30 日至 2019 年 10 月 23 日，總計發放時間為 24 天，共獲得 83 份已填寫之有效問卷。

第二節 問卷結果

一、基本資料

(一) 問卷性別分布

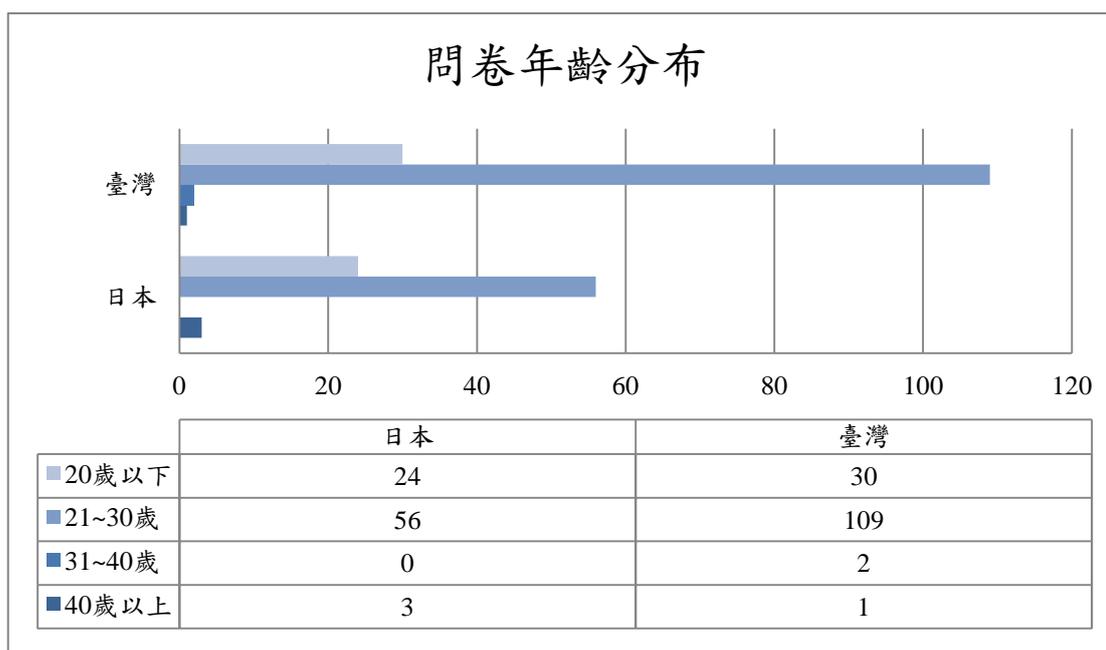


註：資料來源：本研究問卷整理

圖 4-2-1 問卷性別分布

首先，由圖 4-2-1 可得知，臺灣中文版部分基本資料以性別分析之問卷，填寫人為男性有 31 人，填寫人為女性有 111 人，總計 142 份問卷；日本日文版部分則是填寫人為男性有 31 人，填寫人為女性有 52 人，總計 83 份問卷，由此結果可以得知，中文版之問卷及日文版之問卷的填寫者皆是以女性居多，臺灣女性占比 78.2%；日本女性占比 62.7%。由於本問卷為透過網路發放，但因為填寫者多為本組組員之親朋好友與其認識的人，因此所獲得的女性受訪者回答樣本數比例較高。

(二) 問卷年齡分布



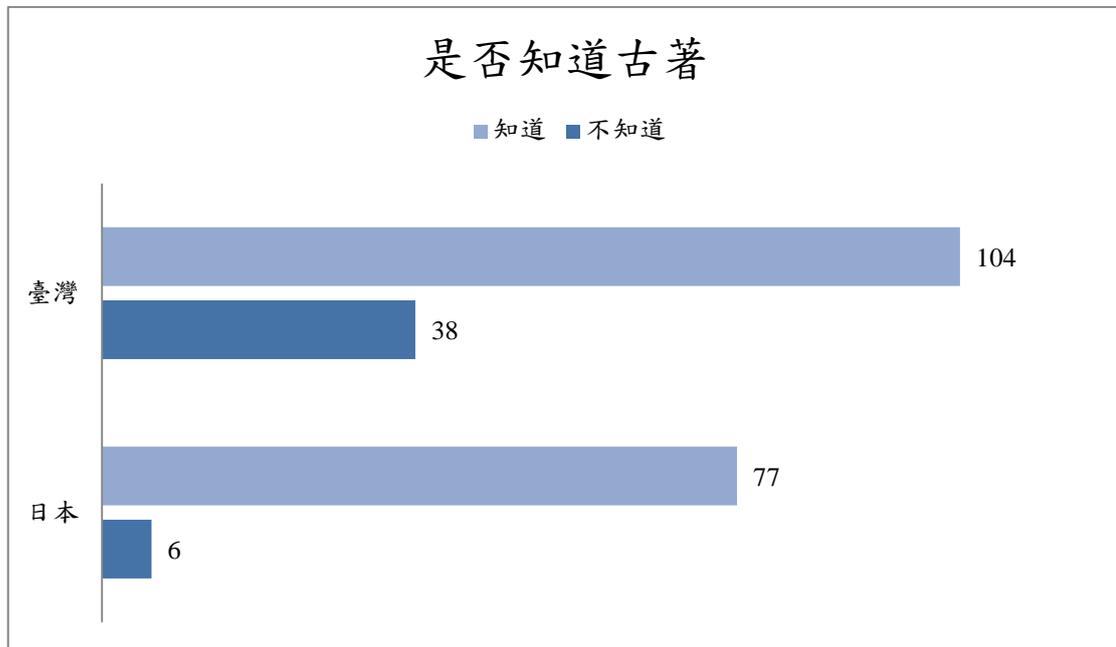
註：資料來源：本研究問卷整理

圖 4-2-2 問卷年齡分布

再以年齡層進行細分，由圖 4-2-2 可得知臺灣中文版部分填寫人為 20 歲以下者占 21.1%，填寫人為 21~30 歲者占 76.8%，填寫人為 31~40 歲者占 1.4%，填寫人為 40 歲以上者有占 0.7%；日本日文版部分填寫人為 20 歲以下者占 28.9%，填寫人為 21~30 歲者占 67.5%，填寫人為 31~40 歲者占 0.0%，填寫人為 40 歲以上者占 3.6%，由此可知，中文版之問卷及日本版之問卷的填寫人年齡層皆以 21~30 歲者為主，其中，中文版問卷填寫人年齡為 21~30 歲者之人數遠高於其他年齡層，而日文版問卷填寫人年齡為 21~30 歲者與其他年齡層回答人數相比，則高出一倍之多。由於本問卷為透過網路發放，但因為填寫者多為本組組員之親朋好友與其認識的人，因此所獲得的同年齡層受訪者回答樣本數比例較高。

二、古著認知

(一) 是否知道古著？



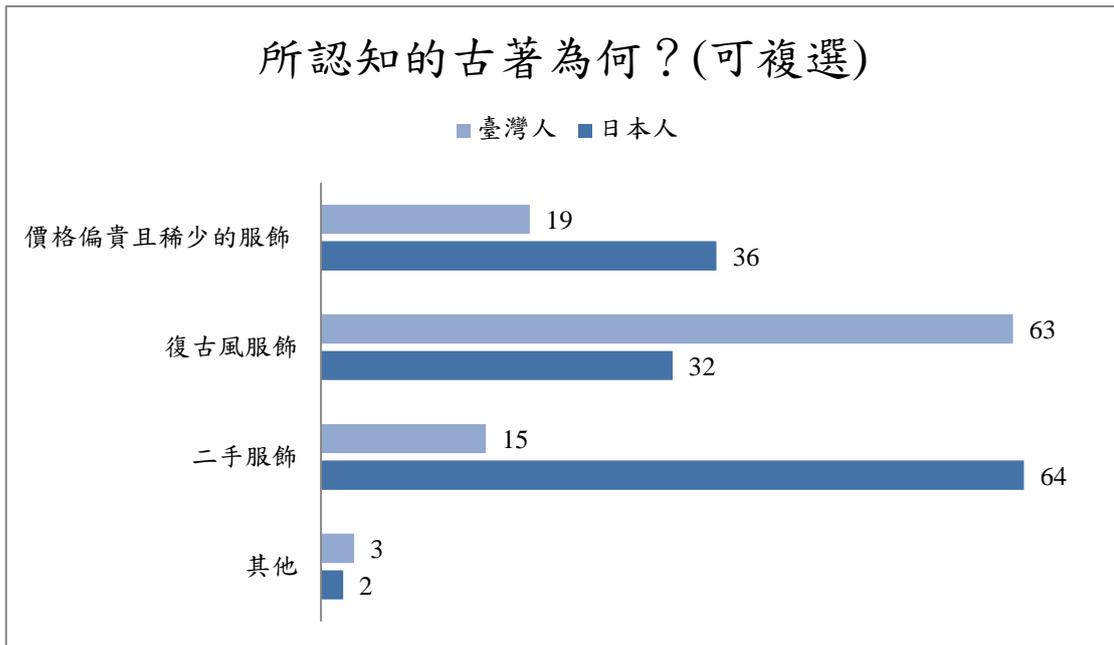
註：資料來源：本研究問卷整理

圖 4-2-3 是否知道古著

在臺灣回答問卷的人數共 142 人中，知道古著的比例為 73.2%，不知道的比例為 26.8%；日本填答問卷的人數共 83 人，知道古著的比例為 92.8%，不知道古著的比例為 7.2%。

由此可以看出，知道古著的人是佔多數的，但以地區來區分的話，日本人知道的比例是比較高的。從此結果可以得知，由於「古著」是從歐美傳入日本，再由日本傳入臺灣，因此日本的古著文化發展時間較長，所以在日本曾聽聞過古著的人也比臺灣聽過古著的人數來的多。

(二) 您所認知的古著為何？



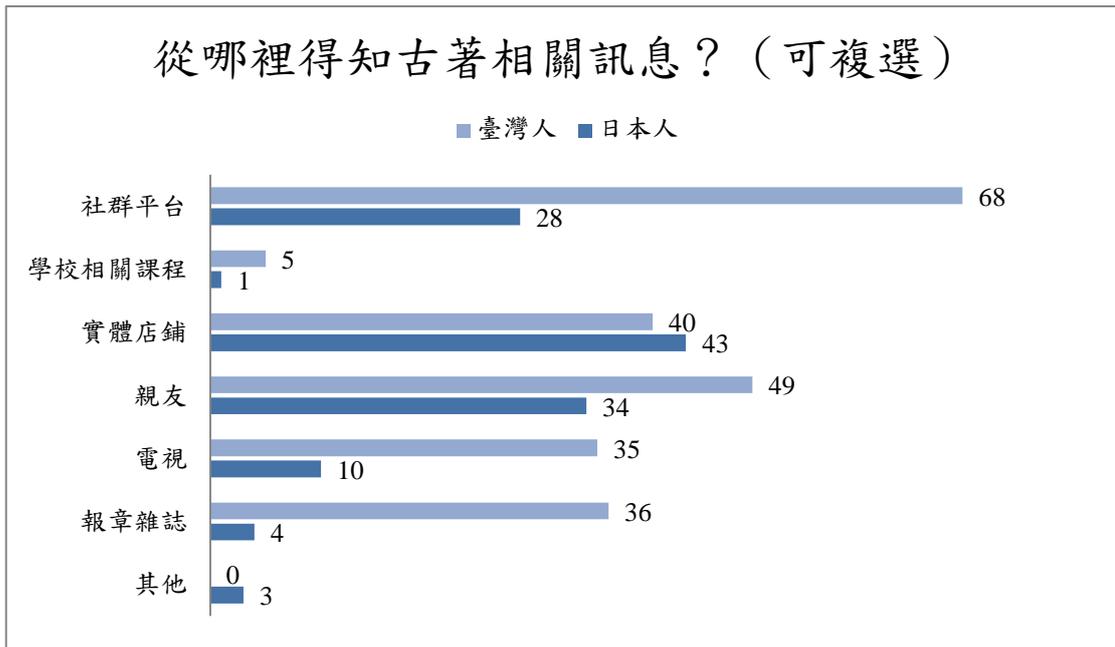
註：資料來源：本研究問卷整理

圖 4-2-4 所認知的古著為何

承接第一題，臺灣知道古著的人所認知的古著前三名分別為：復古風服飾 63.5%，價格偏貴且稀少的服飾 18.3%，二手服飾 14.4%；而日本知道古著的人所認知的古著前三名分別為：二手服飾 83.1%，價格偏貴且稀少的服飾 46.8%，41.6%復古風服飾。

由此可知臺灣人與日本人所認知的古著是截然不同的。在臺灣，大多數人會認為「古著」是復古風服飾，而在日本大多數的人認為「古著」是是二手服飾。

(三) 從哪裡得知相關訊息？(可複選)



註：

資料來源：本研究問卷整理

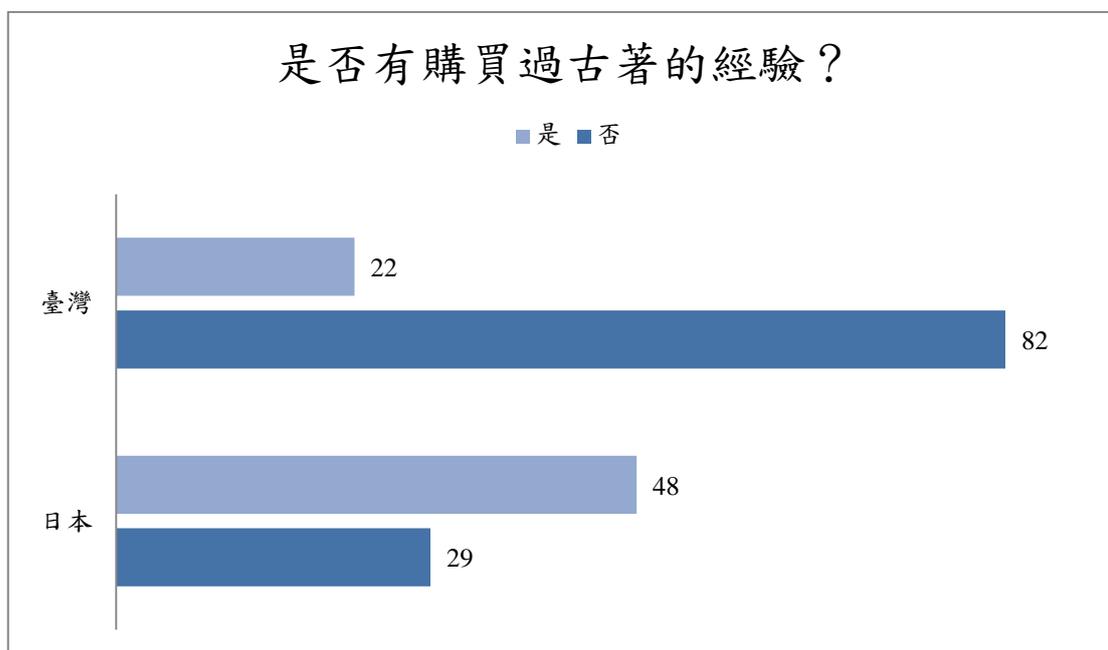
圖 4-2-5 從哪裡得知相關訊息

承接第二題，兩邊在日常生活中會從哪邊得知知道相關的訊息。臺灣資訊來源的前三名為：社群平臺（Facebook、Instagarm...）65.4%，親友 47.1%，實體店鋪 38.5%。日本資訊來源的前三名為：實體店鋪 55.8%，親友 44.2%，社群平臺（Facebook、Instagarm...）33.8%。

本題主要是想了解大家經常在哪邊得知關於古著的相關訊息，而從本題可以看出兩邊的主要資訊來源是不一樣的。在臺灣主要的資訊來源主要來自社群平臺，而在日本可能因為店鋪比較多的關係，大部分的人是從實體店鋪得知古著。

三、消費程度調查

(四) 是否有購買過古著的經驗？



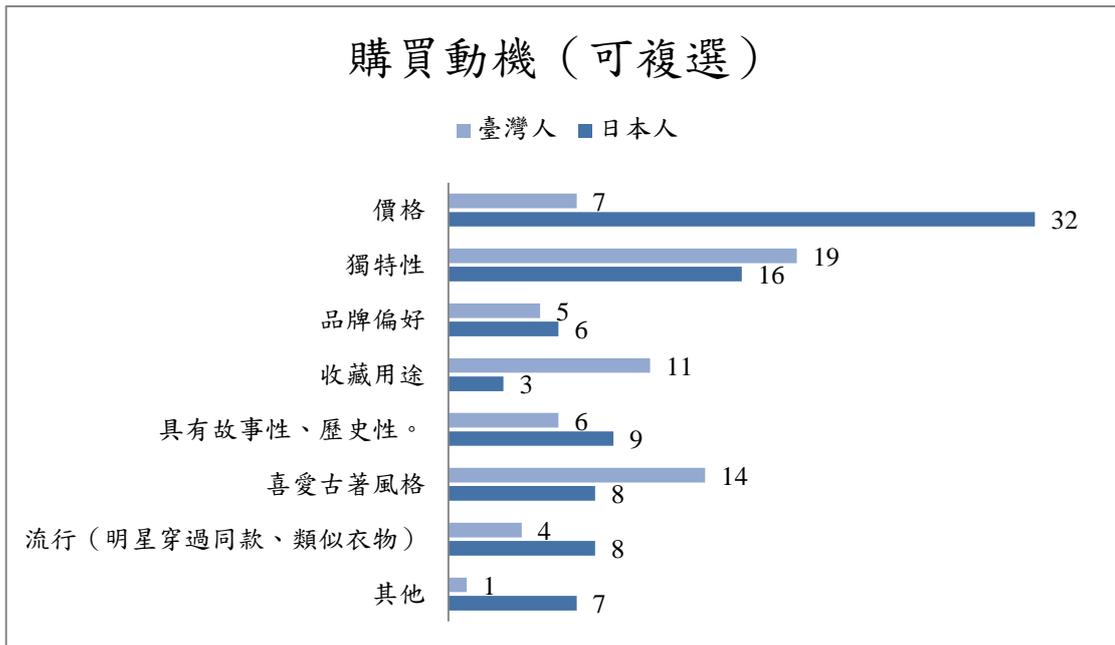
資料來源：本研究問卷整理

圖 4-2-6 是否有購買過古著的經驗

承接第三題，知道古著的人是否有購買過古著的相關經驗。臺灣人知道古著並且有購買的比例為 21.2%，日本人知道古著並且有購買的比例為 62.3%。

在臺灣購買古著的人數的比例與日本相比是比較少的，可以以下列「第七題」做為參考，而在日本也許是古著風潮比較盛行的原因，所以購買古著的比例是相對比較高的。

(五) 購買動機 (可複選)



註：

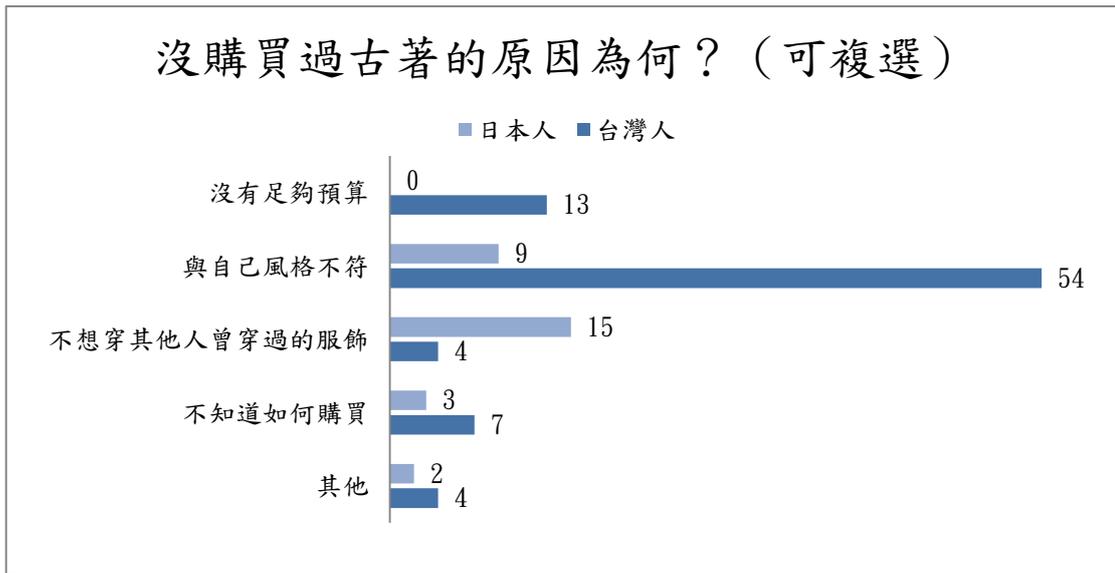
資料來源：本研究問卷整理

圖 4-2-7 購買動機

承接第四題，曾經購買過古著的人的購買動機為何。臺灣人購買動機的前三名分別為：獨特性 86.4%，喜愛古著風格 63.6%，收藏用途 50%；日本人購買動機的前三名分別為：價格 66.7%，獨特性 33.3%，具有故事性、歷史性 18.8%。

從這題可以看出對於臺灣人來說，大多數人購買古著的重要原因是能穿出與眾不同的服飾展現出個人特色。而日本人對於古著的看法可以參考「第二題」，大多數人認為古著是屬於二手服飾，二手服飾的價格與一般服飾相比之下較為低廉，因此我們認為這個在價格的選擇方面佔有一定的比例，但不僅僅是二手服飾，在日本也有許多平價的古著店。

(六) 沒購買過古著的原因為何？(可複選)



資料來源：本研究問卷整理

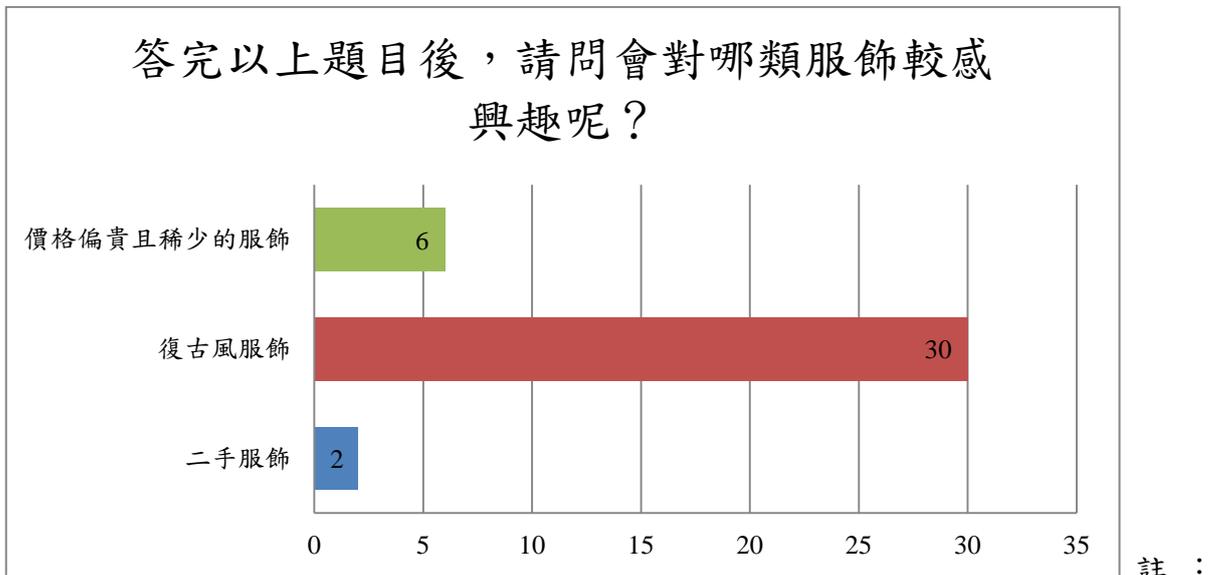
圖 4-2-8 沒購買過古著的原因為何

承接第四題，知道古著卻不曾購買過的原因為何。臺灣人不曾購買過古著的前三名分別為：與自己風格不符 65.9%，沒有足夠預算 15.9%，不知道如何購買 8.5%；日本人不曾購買過古著的前三名分別為：不想穿其他人曾穿過的服飾 51.7%，與自己風格不符 31%，不知道如何購買 10.3%。

在臺灣可能與自身搭配習慣或風格不一所以選擇與自己風格不符的人佔大多數，並且臺灣地區的古著與一般服飾相比價格稍微高了一些，因此沒有預算也成為了無法購買的原因之一。而日本人填寫不想穿與其他人曾穿過的服飾當中大多數人認為古著為二手服飾。

四、古著推廣

(一) 答完以上題目後，請問會對哪類服飾較感興趣呢？



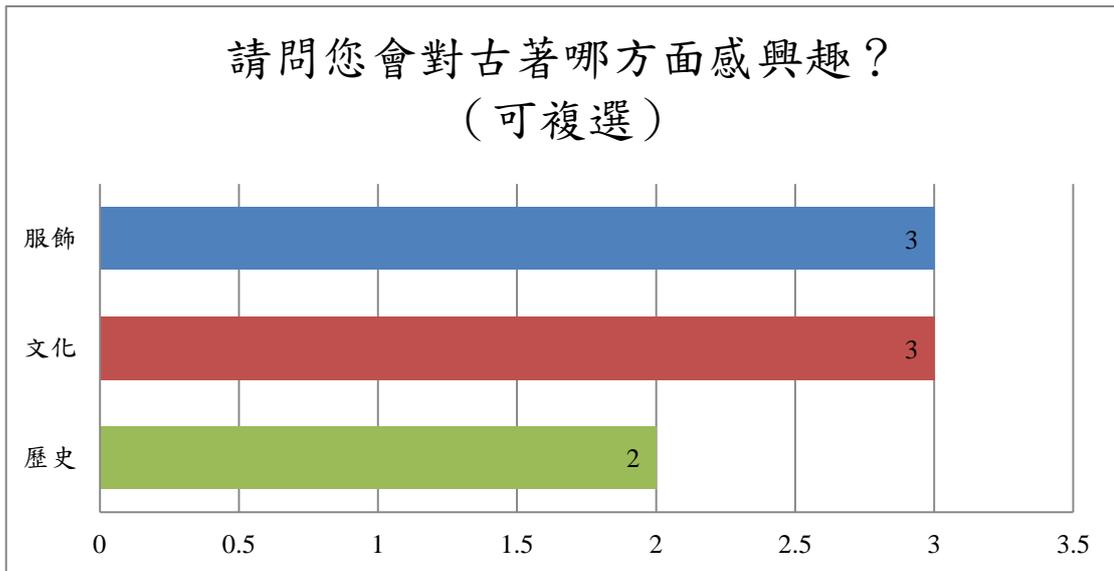
資料來源：本研究問卷整理

圖 4-2-9 答完以上題目後，請問會對哪類服飾較感興趣呢

透過前面的介紹後，選擇對服飾較感興趣的人以三種服飾區別：復古風服飾 78.9%，價格偏貴且稀少的服飾 15.8%，二手服飾 5.3%。

由此圖中可看出臺灣人對復古風服飾較感興趣，約佔 78.9%。

(二) 請問您會對古著哪方面感興趣？(可複選)



註：資料來源：本研究問卷整理

圖 4-2-10 請問您會對古著哪方面感興趣

在古著的三個面向中，大家都有各自的想法，不管是服飾、文化還是歷史，比例上是差不多的，服飾跟文化是大家一開始比較想知道的，而歷史則是想要更深入的知道古著的來源，經歷了什麼過程等等。

第五章古著推廣

我們原先預定使用影片進行推廣，但礙於技術層面問題以及基於成本考量，最後決定改為使用海報進行宣傳。使用海報進行宣傳也能讓看的人能清楚明白地看到我們想宣傳的東西，與影片相比更能簡單快速的看完；但缺點就是推廣的範圍有限，不能像影片一樣上傳至網路快速地傳遞出去，必須上街實地去推廣，但也因為這個原因，我們能實際與被推廣的民眾實際的互動，聽取他們給我們的回饋。跟與影片相比，雖然範圍有限，但我們覺得這樣是更好的。

我們使用海報向臺灣民眾介紹及推廣古著的特色及文化，希望臺灣民眾能透過我們的宣傳更認識古著服飾以及文化，或是讓有聽過古著、但不知道還有包含很多意思的人也能因為我們的介紹，能夠對古著更加地了解。

第一節、單寧牛仔褲推廣

整個海報使用牛仔褲的樣式進行製作，讓觀看的人能夠一眼看出這張海報的主題，並且組簡單介紹牛仔褲的歷史故事以及日本製造牛仔褲的地區。希望大家不光是會穿牛仔褲，也要認識一下牛仔褲。



註：資料來源：本組製作

圖 5-1-1 單寧牛仔褲推廣

第二節、橫須賀刺繡外套推廣

本組在海報上簡單介紹了橫須賀外套的英文及日文念法，以及橫須賀外套的特色，讓曾經穿著過類似服飾的人能了解它的發展背景為何。

古著推廣
横須賀ジヤンパー

横須賀刺繡外套

組員
指導 翁深庭
老師 余奇峰
陸奕辰
工程師 鍾佩如
徐潔欣
中司 楊啟善
沈琰潔

— 英語為Souvenir Jacket (紀念外套)
— 1960年代左右，在橫須賀美軍基地周遭的青少年十分喜愛Souvenir Jacket
— Souvenir Jacket是以人造絲緞面製成的美國大學棒球外套夾克
— 背面通常繡著帶有東方色彩的老鷹、老虎、龍或櫻花等等要素的圖樣
— 當地的青少年便稱之為「スカジヤンパー」。現在也稱為「横須賀ジヤンパー」

註：資料來源：本組製作

圖 5-1-2 橫須賀外套推廣

第三節、你認識古著嗎？

這張海報主要的目的為讓觀看者能夠在了解「古著」這個詞的同時能夠知道它背後的意思有哪些，並且與本組設計的台日對古著的看法問卷結合，製作出能與觀看者互動的海報

你認識古著嗎？

價格偏貴且稀少的服飾

基本的條件為必須保存完好，並且能夠體現當年的設計精華。以國外知名運動品牌為例，他們會隨著時間逐漸改變他們的服飾，在這邊可以找到他們在某個時期某個地點才生產的服飾。

二手服飾

一般來說，只要曾經穿著過就能被稱為二手服飾。價格較為親民，常在網路、跳蚤市場或義賣會等地方能看到它們。這類服飾狀況不一，若是前一位使用者洗滌或保存不善的話可能會有損壞的情形發生。

復古風服飾

以現代的技術與材料，將衣物設計帶入過去流行的風格元素。而復古跟古著不同之處在於，古著款式只會有一件，而復古因為是由現代工廠製造的所以會有多件圖樣款式的服飾。

台日看法大不同！

台灣古著前三名 **日本古著前三名**

1. 復古風服飾	1. 二手服飾
2. 價格偏貴且稀少的服飾	2. 復古風服飾
3. 二手服飾	3. 價格偏貴且稀少的服飾

指導老師 工程師
組員 翁以庭 余奇峰 蔡雲琪 鍾佩如 徐宏欣 楊欣蓉 沈玟穎

註：資料來源：本組製作

圖 5-1-3 你認識古著嗎？

第六章 結論

有一群人愛好古著的人認為，喜愛一個風格的服飾便需要去了解那些服飾背後的故事與歷史意義。他們認為每一件古著背後所蘊含的文化背景、設計理念等等是非常有歷史價值的。有部份的人認為「雖然沒有辦法經歷過那個年代，卻能透過古著更深入了解當時的氛圍。」大多數的人認為古著的價格之所以會如此地昂貴，是因為物以稀為貴而導致的，但是在真正懂古著的人眼裡，因為那些古著擁有這樣的價值，轉換成實際的數字後才會顯示出這麼高昂的價格。有許多曾經當紅、流行的品牌到現今或許消失了，但卻透過古著保存了下來，且古著有很大的價值是來自其歷史意義與背景。他們秉持著「二手衣並非古著」的想法，認為許多人喜愛古著卻不去了解其背後的意義不過只是跟風的行為。

但另一群喜愛古著風格的人們卻認為，喜愛一個風格，可以只是喜歡他的配色、或只是單純喜愛那種樣式，或是穿起來的感覺。他們認為，陳列於商店中高價販售的那些有歷史價值的衣物是古著，但從自家祖父母衣櫥中翻找出來的二手衣物也能稱做為古著。他們認為穿搭沒有絕對的定義，穿搭價值觀以及名詞定義都只是人文產物。每個人的認知及想法也並不一樣，不需要拘泥於「高價值的古著」或是「二手衣」等等嚴格規範，自己穿得開心，不需強求別人，那便是好的。

透過這次研究，我們發現社群媒體的影響力相當龐大，從問卷中也可以得知臺灣大多數人是經由社群媒體得知古著的相關訊息。因社群媒體的力量及復古文化的翻紅，近年來，古著的型態也慢慢從 Vintage 轉變成二手衣或是復古風服飾的概念，而近年的古著文化潮流則是由復古風服飾結合現代流行服飾，體現跨時代的新流行。

參考文獻

一、書籍

1. W·大衛·馬克思（2018），《洋風和魂——日本如何在戰後歷史與文化交流中保存了美國時尚風格》（台北：八旗文化）。
2. マガジンハウス（2016），《WHAT'S NEXT? TOKYO CULTURE STORY（マガジンハウスムック）》。

二、論文

1. 日本衣料管理協會（2010），〈ファッションとエコに関する調査報告書〉，<https://iss.ndl.go.jp/books/R100000002-I028032906-00>，2019.08.25。
2. 岸川洋紀、嶋口菜由加（2011），〈衣料品の再利用に関する消費者意識の調査〉，<https://ci.nii.ac.jp/naid/130004631606>，2019.08.25。

三、網路資料

1. upgrade 〈這樣穿好時髦！復古風的各種穿搭方式及搭配重點介紹〉，<https://beauty-upgrade.tw/16733/>，2019.09.25。
2. 黃詩涵，〈歲月美學 古著文化〉，<https://castnet.nctu.edu.tw/castnet/article/8068?issueID=557>，2019.08.15。
3. 時裝潮搭 style，〈認真看過來，告訴你什麼是真正的古著文化！〉，每日頭條，<https://kknews.cc/fashion/npg64kq.html>，2019.08.17。
4. 黎玄才，〈我的世代變遷，說穿了就是離不開古著〉，Wazaiii，<https://www.wazaiii.com/articles?id=67>，2019.08.17。
5. 〈古着とは〉，古着屋 RUSHOUT，<https://www.rushout.jp/hpgen/HPB/entries/227.html>，2019.08.20。
6. 〈古着(ユーズド)〉，FASHION PRESS，<https://www.fashion-press.net/brands/1347>，2019.08.23。
7. 〈OUR STORY 品牌故事〉，LEVI'S 官方網站，<https://www.levi.com.tw/ourstory.html>，2019.10.27。

8. 〈Berberjin 主理人：「LEVI'S 就是所有牛仔褲的原點以及頂點。」〉，HEAVEN RAVEN，<https://www.heavenraven.com/2019/02/03/berberjin-levis-jeans-denim/>，2019.10.07。
9. 〈Burberry 風衣—最能承受冷雨、風暴，在寒冷氣候下形成良好的服裝環境〉，A ROOM MODEL，<https://www.a roommodel.com/pages/20161009>，2019.10.07。
10. Angela Hong，〈老物分享：Vintage 鈕扣的故事〉，Kiss & Tell，<http://www.kisstellvintage.com/chineseblog/2015/6/5/ruc5r91ztop62khh2hdj54v0owp4s5>，2019.10.27。
11. Katia Moskvitch，〈不起眼的發明：解開拉鏈的前世今生〉，BBC 中文網，<https://www.bbc.com/ukchina/trad/amp/vert-fut-39579254>，2019.10.27。
12. 潮品教主，〈YKK 拉鏈怎麼鑑別 YKK 拉鏈真假對比圖〉，每日頭條，<https://kknews.cc/zh-tw/news/nlxp868.html>，2019.10.27。
13. Whosdandan，〈探橫須賀外套的魅力視界〉，KEEDEN，<https://keedan.com/track/2017/01/03/old-is-new-old-is-new-about-sukajan-jacket/>，2019.09.11。
14. BMC ジャーナル，〈国産ジーンズ第一号と日本のジーンズ製造の歴史〉，JOURNAL，<https://www.bmc-tokyo.com/journal/562/>，2019.11.09。
15. WADAMIKIHIRO，〈尾道デニム写真集〉，尾道デニムプロジェクト，<http://www.onomichidenim.com/>，2019.11.09。
16. 王小魚的世界，〈帆布鞋百年史〉，每日頭條，<https://kknews.cc/history/rppk83r.html>，2019.08.22。
17. 〈ABOUT BERET〉，haveAnice，<http://www.haveanice.com/article/about-beret>，2019.08.22。
18. Sofie，〈「報童帽」和「小偷帽」原來這樣分辨，不要再跟店員雞同鴨講了！〉，Dappei，<https://dappei.com/articles/6756>，2019.08.22。
19. 中國航空新聞網，〈時尚時尚最時尚你所不知道的飛行帽的前世今生〉，壹讀，<https://read01.com/Gm2jyd.html>，2019.08.22。
20. STARMANKIND，〈男搭單品—漁夫帽的逆襲〉，時尚亂入，<http://fashiongatecrashers.com/fahion/bucket-hat>，2019.08.20。

21. 寶寶穿戴觀，〈圓框我有來頭，有內涵〉，每日頭條，
<https://kknews.cc/fashion/6eoa69q.html>，2019.08.22。
22. 那朋，〈別再露腳踝了，潮流陣營已被長襪攻陷了好嗎？〉，知乎，
<https://reurl.cc/e5LpaM>，2019.08.19。
23. 車由軸，〈少女的髮帶，增添魅力指數〉，壹讀，<https://reurl.cc/Gk4aDp>，
2019.08.22。
24. 〈手環／手鍊推薦指南〉，樂天市場，
<https://www.rakuten.com.tw/fashion/guide/bracelet01/>，2019.08.22。
25. 〈在英語-漢語(繁體)詞典中的翻譯〉，retro，<https://dictionary.cambridge.org/zht/詞典/英語-漢語-繁體/retro>，2019.06.27。
26. 李依倩(2005)，〈土懷舊與洋復古—土懷舊與洋復古流行風潮的年代建構與歷史想像〉，
http://www.srcs.nctu.edu.tw/speech_pages/CSA2005/papers/0108_A3_1_Li.pdf，
2019.06.27。
27. 方永泉，國家教育研究院，〈新古典主義 Neo-classicism〉，
<http://terms.naer.edu.tw/detail/1312154/>，2019.06.27。
28. 〈第 31 講《新古典主義藝術》〉，國立臺灣大學網路教學課程，
http://vr.theatre.ntu.edu.tw/fineart/th9_1000/open-31-broadcast.htm，2019.06.27。
29. Chuan-Yu Kang，〈交織復古與摩登—Vintage Fair 重溫流行〉，MOT TIME，
http://www.mottimes.com/cht/article_detail.php?type=2&serial=131，2019.06.27。

組員分工表

製作項目	俞沅庭	余奇峰	陸奕辰	鍾佩如	徐宏欣	楊欣蓉	沈玟靚
書面報告內容							
中文摘要							●
日文摘要	●						
研究動機與目的		●	●	●			
研究流程與架構		●	●	●			
古著在日本的起源		●					
臺日對古著的看法				●	●		●
古著特點						●	
臺日古著集中地介紹			●				●
較具代表性之古著服飾與配件介紹	●	●	●	●	●	●	●
古著風潮再興起——古著商業行銷策略	●						
淺談復古風潮						●	
探訪臺灣古著店		●		●	●		●
探訪日本古著店「BLUE EARTH」						●	
問卷分析			●			●	●
問卷結果			●	●		●	●
古著推廣			●	●			
結論			●				
其他							
海報製作			●	●			
PPT 製作				●			
店家實地探訪		●		●	●	●	●
排版			●	●			

專題報告修正要點

評審老師建議

- 1.選這個題目的用意？目的是？
- 2.着、著的區分？
- 3.定義含糊
- 4.商店的介紹全無，突然就冒出來，挑選這些商店的標準和理由是什麼？
- 5.資料引用：網路引用資料，需加日期
- 6.註腳標示資料不符合實際。例：P.24，註 16 找不到
- 7.章節名稱過長 P.29：四、3
- 8.背景：歷史、社會、環境、流行文化的關聯介紹非常不足。例：P.30
- 9.介紹古著配飾的用意是？？P.38～
- 10.欠缺敘述的邏輯、前因後果，例：P.8、P.11、P.44
- 11.內容重複出現、一模一樣 P.27 和 P.46，P.28 和 47、P.29 和 P.48
- 12.商店介紹的意義是？？P.45～P.53
- 13.問卷的分析？目的？
- 14.沒有書籍的參考文獻

修正要點

- 1.近十幾年來，因為臺灣古著店慢慢興起，但經研究發現日本跟臺灣對於古著的認知卻不相同，另外臺灣對於古著的穿搭有其他的見解，例如：復古風服飾、微古著等，因此選擇這個題目。目的是能夠釐清臺日不同的看法，並且能讓大眾更為了解古著的魅力。
- 2.日文為「古着」；中文為「古著」，已將論文內中文敘述誤植之日文「着」字修正。
- 3.已將定義修正過。
- 4.已加入選擇店家的標準與理由。
- 5.已將缺漏之網路引用資料閱覽日期補上。
- 6.已將誤植、因頁面大小之限制導致列印後未顯示之註腳標示資料修正及補上。

修正要點

- 7.已修改過長之章節名稱，並將原有之段落內容再分成一段，並新增與內容相符之標題。
- 8.古著集中地的介紹已增加背景等介紹
- 9.因有許多人會使用相關配件讓古著的搭配更完整，並且有很多配件本身也是承載著歷史意義，所以我們決定將此放入專題中。
- 10.已加強敘述的邏輯、前因後果。
- 11.已將初稿內因校正、排版疏失而致使重複出現之章節內容刪去。
- 12.因每個古著店家的風格都不一樣，為了給剛踏入古著不知道該從哪家商店下手，所以我們加入了古著商店介紹。
- 13.設計與發放此份問卷之目的為了解台日兩地民眾是否聽聞過古著、對於古著一詞之理解與資訊來源為何，並結合本組織古著推廣內容。
- 14.已將書籍加入參考文獻中