

潮

好莱坞著名广告创意导演眼中的30位顶级名流

[韩] 乔尔·金贝克 (Joel Kimbeck) 著 黄进财 译



重庆大学出版社
<http://www.cqup.com.cn>

Amanda Seyfried
Keira Knightley
Julia Roberts
Gwyneth Paltrow
Angelina Jolie
Scarlett Johansson
Jennifer Aniston
Sarah Jessica Parker
Gisele Bundchen
Kate Moss
Sienna Miller
Alexa Chung
Miranda Kerr
Irina Lazareanu
Brad Pitt
Sofia Coppola
Chloe Sevigny
Josh Hartnett
Michelle Obama
Nicole Kidman
Jodie Foster
Uma Thurman
Courtney Love
Cate Blanchett
Renee Zellweger
Audrey Hepburn
Vivien Leigh
Grace Kelly
Barbra Streisand
Cher

FASHION



潮

好莱坞

30位顶级名流

〔韩〕乔尔·金贝克 (Joel Kimbeck) 著 黄进财 译

FASHION MUSE

패션 뮤즈

重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

潮:好莱坞著名广告创意导演眼中的30位顶级名流/
(韩)金贝克(Kimbeck, J.)著;黄进财译.—重庆:
重庆大学出版社, 2015.4

ISBN 978-7-5624-8725-8

I. ①潮… II. ①金… ②黄… III. ①服饰美学
IV. ①TS941.11

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第293087号

潮

好莱坞著名广告创意导演眼中的30位顶级名流

[韩] 乔尔·金贝克(Joel Kimbeck) 著

黄进财 译

策划编辑:余筱瑶

责任编辑:杨敬 张家钧 版式设计:周伟伟

责任校对:谢芳 责任印制:赵晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市坪坝区大学城西路21号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185 (中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

北京中科印刷有限公司印刷

*

开本:880×1230 1/32 印张:10.125 字数:192千

2015年8月第1版 2015年8月第1次印刷

ISBN 978-7-5624-8725-8 定价:52.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

推荐词

虽然不太熟悉他写的文章，但是想到和他一起拍过的广告，就能想象他写的东西多么有看头了。肯定是说明和描写得比谁都到位吧。

法比恩·贝伦 (Fabien Baron)

世界顶级形象设计师、知名时尚广告策划公司“Baron & Baron”

董事长/创意导演/时尚杂志*Interview*总编辑

把自己写的文章出版成册是多么酷的事啊！成为了儿时憧憬的时尚广告业界的创意导演就已经足够幸运了，还因为偶然的機會成了专栏作家，他充足的精力和让人吃惊的才能真值得让人鼓掌。

马提亚·麦克格拉斯 (Matthias Vriens-McGrath)

创意导演/摄影师/前《荷兰设计周》总编辑/BL33N 设计师

比起电影，拍摄广告对我来说尚算陌生的领域。再加上时尚广告的拍摄虽然有趣，但是因为不熟悉，很是不便。但是托他的福，我的不便很快得到了缓解。所以现在只要是和他合作，我都会接下来。这便是他最大的才能，也是他与众不同的能力。

乔什·哈奈特 (Josh Hartnett)

电影演员 (影片《珍珠港》男主角) / 电影制作人

刚开始只因为把他当朋友，还挺担心性格温和的他无法保证能顺利拍摄艰难的时尚广告。但是在我到拍摄现场看了他工作不到一个小时后，那样的担心就完全消失了。隐藏在温和里的坚韧和完美主义让他在拍摄现场光彩照人。温柔的领导风格比强硬霸道的领导风格更有效，这一点正是乔尔·金贝克教会我的。

科洛·塞维尼 (Chloe Sevigny)

电影演员/电影制作人/时尚设计师

他是一位随时都充满感性魅力的创意导演。就算是不熟悉的品牌广告，只要是和他合作，我也会放心接下来。

吉赛尔·邦辰 (Gisele Bundchen)

时尚名模/女性内衣设计师/化妆品品牌代言人

像乔尔·金贝克这样的创意导演不多。最近和他的合作都很愉快。他温和的性格让人喜欢，他做的事更有趣，即使是稍微不愿意做的事也能逐渐让人饶有兴趣地做下去。

前田加奈子 (Kana Maeda) 时尚广告策划人PER TOW NEW

YORK董事长/日本版WWD纽约记者

乔尔·金贝克是第一个告诉我资生堂以后需要怎样的新形象和媒体规划的人。他丰富的国际专业经验为资生堂难以摆脱守旧形象的海外市场提出了很好的开展市场营销的方案。

大关裕子 (Hiroko Ozeki)

资生堂国际关系发言人

他是一位深知如何在广告拍摄现场引导陌生演员配合的创意导演。所以我对他负责拍摄的广告演员如是说：“不用担心，现场有乔尔在……”

米兰达·可儿 (Miranda Kerr)

时尚名模/化妆品品牌代言人

和他的合作总是充满了灵感。特别是关于排版，他的建议总是能让我眼前一亮。

藤原浩 (Hiroshi Sunairi)

纽约大学艺术学院教授/纪录片导演

乔尔·金贝克刚开始提出让旗下演员拍摄韩国时尚品牌的广告时，公司的人们都因为不了解韩国的时尚品牌而担心会不会不妥当。但是通过他真诚的说明，看到他越来越成功和充实的作品，现在无论什么品牌，只想和他合作，大家都相信他。即使是从未踏足过的未知的国家的广告，只要是他负责，大家都相信他，为他推荐公司的演员。

里克·卢卡斯 (Rick Lucas)

好莱坞最大的演艺经纪公司CAA导演

他是一位很了解艺术摄影和广告摄影之间的区别，并且会协调这两者的导演。他的专栏肯定也是兼顾事实和创作平衡的优秀文字。

杰克·皮尔森 (Jack Pierson)

艺术家/摄影师

他虽然年纪不大，但却有着让上了年纪的人都惊讶的洞察力。好眼光加上具有洞察东西方文化的知识和信息，这就是他与众不同的洞察力的来源。

安妮·莱博维茨 (Annie Leibovitz)

艺术家/摄影师

序 时尚缪斯啊，永存不灭

Prologue Fashion Muse, You Can See Forever

你听过缪斯（Muse）这个词吗？

原来是指希腊神话里的学问和艺术之神，现在也用于表示音乐或艺术、文学等任何艺术领域里给予自己特殊的灵感或对自己有很大影响的、自己憧憬和敬慕的对象。

就算你不熟悉缪斯这个词，但标志（Icon）肯定是听过的。或许有人把这两个词联系起来用，但是它们本来的意义并不相同。缪斯用于称呼自己怀有极端个人感情的对象，而标志更接近于指大众共同认可的事实。总的来说，缪斯是根据个人的感情或判断来表达自己的敬意的对象，所以有可能每个人的缪斯女神都不一样。但标志是生活在同一个时代的人或某个领域的人们一致公认的概念，可以说标志一词的适用范围更大。

流行乐女王麦当娜总是被称为代表这个时代的“时尚标志”。生活在这个时代的人们都一致公认她对时尚界的影响力巨大，所以对这一点提出异议的人并不多。但在麦当娜被称为时尚标志之前，她就是法国设计师让·保罗·高提耶（Jean Paul Gaultier）、领导意大利时尚品牌杜嘉班纳（Dolce & Gabbana）的设计师Duo、多米尼克·多尔奇（Domenico Dolce）和斯蒂芬诺·嘉班纳（Stefano Gabbana）的灵感缪斯女神。

本书介绍了有关各艺术界，特别是时尚界的设计师、创意导演、摄

影师等创作者的灵感源泉的缪斯女神，以及代表一个时代的时尚标志性人物们的故事。

从很久以前，就有利用影响大众款式的时尚缪斯，或是标志性的明星们来与时尚事业结合的情况，也就是所谓的“名人代言（Celebrity Endorsement）”战略占据着时尚市场的重要位置。现在，所有的时尚品牌都争相让好莱坞女星等名人穿戴自己品牌的衣服、鞋子、包、饰品。而且，这种战略对明星们来说也是一大宣传手段，只要和品牌合作得好，明星们自己也愿意长期维持这种关系。

品牌和名人之间的合作伙伴关系并不只是美国或欧洲时尚界才有的事。韩国也有类似，甚至更夸张的情况。又名“明星市场营销”的名人和时尚界的密切关系在韩国也是由来已久了。

就像在韩国自诩为业界龙头的时尚杂志每个月的竞争一样，知名电影演员和电视剧演员都会进行海报拍摄。现在，韩流主角——偶像明星们超越演员，上升到杂志希望邀请者的首位。另外，最近不少韩国时尚品牌还向海外明星伸出了橄榄枝。

韩国的明星市场营销热度说不定已经超越了好莱坞。最近已经几乎找不到哪一期时尚杂志封面上没有明星。封面上刊登有名演艺明星的月份和刊登时尚模特的月份的杂志销量肯定是有差异的，在广告宣传上是

否使用明星，这一点对销售有很大影响。时尚编辑和市场营销人员一边抱怨着这一点，但也不可否认大众明星对时尚界有巨大的影响。

明星在电视、大银幕、网络、社交媒体上，通过出镜的影像画面，接受着独一无二的关注，自然会对大众个人的时尚观念产生莫大的影响，这是毋庸置疑的。对于大众来说，这些明星则既算是缪斯又算是标志。

本书就是要介绍对全世界大众的时尚生活产生了巨大影响的名人们。他们大部分是代表好莱坞的知名演员，或是纵横纽约时装周的模特，若是平时关注时尚新闻的读者，也许会推知这都是些耳熟能详的故事。但是，我通过直接和他们面对面交流而得知了这些故事，我又从中挑选了一些大众不太熟悉的事，我主要是想转达他们自己内心对时尚的看法。我并不是照抄好莱坞电影或者为了品牌宣传而制定好的剧本，而是在充满生动感的时尚现场与她或者他初次面对时尚时经常发生的有趣的事，举例来说，用作时尚杂志封面的话题人物在照相机背后是怎样理解时尚，又是怎样将其消化为自己的东西的，对于这些相关内容的事实性的描写和采访，就是我将原封不动地呈现出来的东西。

从“好莱坞黄金时代”时期到现在，从时尚人物奥黛丽·赫本到米歇尔·奥巴马，纵观当代时尚缪斯女神或时尚标志性人物的步伐，我相

信我们可以从中以新的视角，读出过去的时代和价值观的变迁。另外，对于给了很多人灵感的红毯女演员的故事，包揽了各种时尚品牌广告宣传 and 时尚杂志封面、海报模特的封面女郎们，还有最近和韩国时尚品牌的合作日益增加的好莱坞明星和超级模特们不为人知的故事，通过这些故事，了解明星们如何理解时尚、热爱时尚、与时尚共存，这些都是很有趣的事。

明星和时尚，以及深藏的故事。没有比这更有趣的故事了。

译者序

The Translator's Preface

“时尚”这个词很流行，频繁出现在报刊媒体上。追求时尚似已蔚然成风，可时尚是什么呢？

时尚就是在特定时段内率先由少数人尝试、预认为后来将为社会大众所崇尚和仿效的生活样式。简单地说，顾名思义，时尚就是“时间”与“崇尚”的相加。在这个极简化的意义上，时尚就是短时间里一些人所崇尚的生活。这种时尚涉及生活的各个方面，如衣着打扮、饮食、行为、居住、消费，甚至情感表达与思考方式等。

很多人会把时尚与流行相提并论，其实并不如此。简单地说，时尚可以流行，但范围是十分有限的，如果广为流行，那还有时尚的感觉吗？追求时尚是一门“艺术”。模仿、从众只是“初级阶段”，而它的至高境界应该是从一拨一拨的时尚潮流中抽丝剥茧，萃取出它的本质和真义，来丰富自己的审美与品位，来打造专属自己的美丽“模板”。追求时尚不在于被动的追随，而在于理智而熟练地驾驭时尚。

本书作者通过其多年时尚业的从业经验，采访在工作和实际生活中接触到的明星和时尚人士，为我们展现出与一般人想象中的不同的时尚业和时尚人士的工作、生活和他们的真实想法。通过这些，我们能更全面、立体地了解和理解时尚对于明星和对于一般人的意义。

本书作者为我们介绍了30位世界著名的时尚人士，其中包括演员、

歌手、模特等。他们为我们诠释了时尚，然而他们本人对时尚的态度又是如何，我们一般人不得而知。通过作者和他们面对面的谈话，以及他作为时尚业圈内人士对这些时尚人士的看法，我们可以对这个圈子和圈子里的人，以及时尚本身有一些更具体的概念。

总之，时尚是个包罗万象的概念，它的触角深入生活的方方面面，人们一直对它争论不休。不过一般来说，时尚带给人的是一种愉悦的心情和优雅、纯粹、品位与不凡感受，赋予人们别样的气质和神韵，能体现不凡的生活品位，精致并能展露个性。同时我们也意识到，人类对时尚的追求，促进了人类生活更加美好，无论是精神的或是物质的。

每个人心中，都有自己的时尚。

最后，借此机会感谢为本书辛勤工作的余筱瑶编辑，感谢四川外国语大学朝鲜语专业林香兰、元善喜、文瑜、赵永升教授，特别感谢朝鲜语专业研究生邓晔为本书的翻译工作作出的贡献。

译 者

2014年1月

패션뮤즈 Fashion Muse 时尚女王

Text & Photograph copyright © 2012, Joel Kimbeck

All Rights Reserved.

This Simplified Chinese edition was published by Chongqing University Press in 2015 by arrangement with Miraebook Publishing Co.through Imprima Korea Agency & Qiantaiyang Cultural Development (Beijing) Co., Ltd.

本书简体中文版由Miraebook出版有限公司通过韩国Imprima代理及千太阳文化发展（北京）有限公司授权重庆大学出版社于2015年独家出版发行。未经出版者预先书面许可，不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

版贸核渝字（2013）第213号

目 录

Contents

推荐词

序 时尚缪斯啊，永存不灭

译者序

Part 1 面孔即是品牌 001

阿曼达·塞福里德 Amanda Seyfried

美得不似真人的演员 002

凯拉·奈特利 Keira Knightley

用时尚展现时代之美 010

朱莉娅·罗伯茨 Julia Roberts

美食、祈祷和恋爱的“漂亮女人” 022

格温妮斯·帕特洛 Gwyneth Paltrow

真正爱时尚的明星 032

安吉丽娜·朱莉 Angelina Jolie

她想当总统 044

斯嘉丽·约翰逊 Scarlett Johansson

古典和前卫共存的脸 054

詹妮弗·安妮斯顿 Jennifer Aniston

真正的美国甜心 · 066

莎拉·杰西卡·帕克 Sarah Jessica Parker

与其说是“欲望都市”，不如说是“时尚都市” 076

Part 2 不只是模特，是超级模特 087

吉赛尔·邦辰 Gisele Bundchen

这个时代最后的超级模特 088

凯特·摩丝 Kate Moss

造型师们隐藏的灵感源泉 100

西耶娜·米勒 Sienna Miller

她的昵称叫“风格” 110

艾里珊·钟 Alexa Chung

绯闻女孩的降临或It Girl再现 120

米兰达·可儿 Miranda Kerr

“万人迷”这个词正好适合她 130

艾瑞娜·拉萨雷努 Irina Lazareanu

时尚模特们都承认的顶级摩登女郎 140

Part 3 虽然有点异于常人，但是完美帅气 149

布拉德·皮特 Brad Pitt

他的人生本来就是男性杂志海报 150

索菲亚·科波拉 Sofia Coppola

从出生开始就有名的时尚明星 158

科洛·塞维尼 Chloe Sevigny

才能和造型一样不俗的演员 168

乔什·哈奈特 Josh Hartnett

他在韩国人气特别高的理由 178

米歇尔·奥巴马 Michelle Obama

以时尚为新的沟通方法 188

Part 4 红地毯之热 197

妮可·基德曼 Nicole Kidman

被迪奥所爱的碧眼女神 198

朱迪·福斯特 Jodie Foster

从奥斯卡最差着装到阿玛尼的缪斯女神 210

乌玛·瑟曼 Uma Thurman

蛇蝎美人气质 220

科特妮·洛芙 Courtney Love

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com