

100 YEARS
OF
FASHION
时尚百年

【英】凯莉·布莱克曼 著

张翎 译



中国纺织出版社

时尚百年

[英] 凯莉·布莱克曼 著
张翎 译

 中国纺织出版社

内 容 提 要

《时尚百年》讲述了从1901年至今100余年的时尚经典单品,并以此为出发点对设计师以及其所处时期的服装风格特点进行评论。本书内容丰富,资料珍贵,对时尚从业者有极大的专业指导意义。

原文书名: 100 YEARS OF FASHION

原作者名: Cally Blackman

Text © 2012 Cally Blackman

Translation © 2014 China Textile & Apparel Press

This book was produced and published in 2012 by Laurence King Publishing Ltd., London. This Translation is published by arrangement with Laurence King Publishing Ltd. for sale/distribution in The Mainland (part) of the People's Republic of China (excluding the territories of Hong Kong SAR, Macau SAR and Taiwan Province) only and not for export therefrom.

本书中文简体版经Laurence King Publishing Ltd.授权,由中国纺织出版社独家出版发行。本书内容未经出版者书面许可,不得以任何方式或任何手段复制、转载或刊登。

著作权合同登记号: 图字: 01-2013-0807

图书在版编目(CIP)数据



时尚百年 / (英)布莱克曼著, 张翎译. —北京: 中国纺织出版社, 2014.6

书名原文: 100 years of fashion

ISBN 978-7-5180-0412-6

I. ①时… II. ①布… ②张… III. ①服装—历史—世界—近现代 IV. ①TS941-091

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第020065号

策划编辑: 张 程 责任编辑: 张 程 责任校对: 余静雯
责任设计: 何 建 责任印制: 储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010-87155894 传真: 010-87155801

http: //www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

官方微博 http: //weibo.com/2119887771

北京佳信达欣艺术印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2014年6月第1版第1次印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 24.75

字数: 183千字 定价: 198.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

目录

前言	6
1901~1959	8
上流社会着装	16
波希米亚风格	42
职业装	68
亚马逊女战士装	88
女装设计师	110
明星	132
爱国者风潮	148
“新风貌”时装	174
1960~	214
青年运动浪潮	222
牛仔装与运动服	260
非主流时装	282
设计师类型一：简约主义者	304
设计师类型二：色彩学大师	318
设计师类型三：观念性突破者	334
设计师类型四：复古主义者	350
时装和名流	370
图片来源	392
鸣谢	394

时尚百年

时尚百年

[英]凯莉·布莱克曼 著
张翎 译

 中国纺织出版社

内 容 提 要

《时尚百年》讲述了从1901年至今100余年的时尚经典单品,并以此为出发点对设计师以及其所处时期的服装风格特点进行评论。本书内容丰富,资料珍贵,对时尚从业者有极大的专业指导意义。

原文书名: 100 YEARS OF FASHION

原作者名: Cally Blackman

Text © 2012 Cally Blackman

Translation © 2014 China Textile & Apparel Press

This book was produced and published in 2012 by Laurence King Publishing Ltd., London. This Translation is published by arrangement with Laurence King Publishing Ltd. for sale/distribution in The Mainland (part) of the People's Republic of China (excluding the territories of Hong Kong SAR, Macau SAR and Taiwan Province) only and not for export therefrom.

本书中文简体版经Laurence King Publishing Ltd.授权,由中国纺织出版社独家出版发行。本书内容未经出版者书面许可,不得以任何方式或任何手段复制、转载或刊登。

著作权合同登记号: 图字: 01-2013-0807

图书在版编目(CIP)数据

时尚百年 / (英)布莱克曼著; 张翎译. —北京: 中国纺织出版社, 2014.6

书名原文: 100 years of fashion

ISBN 978-7-5180-0412-6

I. ①时… II. ①布… ②张… III. ①服装—历史—世界—近现代 IV. ①TS941-091

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第020065号

策划编辑: 张 程 责任编辑: 张 程 责任校对: 余静雯
责任设计: 何 建 责任印制: 储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010-87155894 传真: 010-87155801

http: //www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

官方微博 http: //weibo.com/2119887771

北京佳信达欣艺术印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2014年6月第1版第1次印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 24.75

字数: 183千字 定价: 198.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

目录

前言	6
1901~1959	8
上流社会着装	16
波希米亚风格	42
职业装	68
亚马逊女战士装	88
女装设计师	110
明星	132
爱国者风潮	148
“新风貌”时装	174
1960~	214
青年运动浪潮	222
牛仔装与运动服	260
非主流时装	282
设计师类型一：简约主义者	304
设计师类型二：色彩学大师	318
设计师类型三：观念性突破者	334
设计师类型四：复古主义者	350
时装和名流	370
图片来源	392
鸣谢	394



1963年，超模简·斯林普顿（Jean Shrimpton）身穿由马克·伯翰（Marc Bohan）设计的“迪奥”（Dior）女装

前言

本书展现了在过去的一个世纪里，时装在人类的社会生活中是如何穿行于理想与现实之间的。这一时期，随着生产力的极大提高，时装的概念开始渗透到人们生活的每一天，从20世纪初期少数精英阶层决定流行风向标到今天快速服装工业打造大众穿衣标准，从高街（Highstreet）时尚大流行到网络购物的风起云涌，服装的消费方式无疑已经发生了天翻地覆的变化。目前，T台时装秀可以在互联网上实现实时直播；设计师发表的新作品在隔夜之间就能被各种大大小小的时装店所模仿吸收；街头流行的前卫装束经由数字媒体的传播得以迅速扩散；服装的价格低廉到足以让人们大量地进行购买并且在不喜欢的时候毫不吝惜地将其淘汰。可以说，服装消费模式的改变与20世纪人类社会形态的巨大变化是密不可分的：君主制和殖民地的终结；革命推动政治意识形态的改良；两次世界大战，全球经济与环境的灾难；各种艺术活动、设计创新以及电子时代的来临，这些都造就了我们今天的生活方式以及当下我们对待服装的态度。

20世纪初期，百年以来一直有着巴黎和伦敦著名高级时装屋、女装设计师以及男装裁缝师的权威地位发生了动摇，前卫派对于老派资产阶级的价值观不屑一顾。到了20世纪40年代，一场服装革命蓄势待发（这是继更多的音乐形式诞生之后的又一场社会文化变革）——时装终以亚文化的形式登场，这种以年轻人穿着风格作为核心的创作一直贯穿于后半个世纪。此时在美国，服装加工业已经领先进入了流水线 and 标准化生产时代，这促进了成衣业的迅速发展，新兴的美国服装产业也因此从旧的欧洲式的行业规则剥离出去。高级时装业在第二次世界大战后的复兴也仅仅维持了十年左右，到了20世纪60年代，涌现出了很多青年时装设计师，并由此诞生了一批年轻的时装企业家。“成衣”（Prêt-à-porter）概念的出现拓宽了时装的受众面，而商家特许经营权的兴起也让这个行业显得更为变幻莫测；设计师的作品已经变得不再那么高不可攀，然而，在以奢侈和独特闻名的高级时装与大众时装之间却依然存在一条看不见的鸿沟。一百年以前，服装所传递出来的信息还是很容易被辨识的：公爵夫人身上的行头明显不同于那些中产阶层家庭主妇的穿着，但是后来社会名流的崛起模糊了与贵族阶层服装的界限。如果以今天人的眼光来看，那些服装符号着实令人费解——因为我们的穿着已经不再被视为阶层、身份或职业的象征，而是反映出一个人的富有程度、抱负心和知名度。时装，就是一个社会的缩影，或许更加不稳定，但必然更加“专制”。

时装通常会被讥讽为是肤浅的事物，这大概源自于它“朝生暮死”的内在属性。至于“服装加工业”，却赢得了人们正面的评价，作为价值数万亿的一项全球产业，目前分布在世界各地的成千上万的从业者正在为了满足消费者对新奇和个性表达的欲望而夜以继日地劳作着。我们所有人都绕不开服装的话题，正如英国剧作家奥斯卡·王尔德（Oscar Wilde）在其小说《道林·格雷的画像》（*The Picture of Dorian Gray*）里所提出的观点——“只有浅薄的人才会以貌取人。”

1901～
1959



1907年，维尔福特小姐（Mlle Wilford）身穿由杜塞时装屋（Doucet）制作的礼服

图为巴黎最古老的服装定制店之一——杜塞时装屋为客人提供的四月份穿着的日礼服，搭配有长披肩和带有羽饰的帽子。这家店的服装以其典型的“新艺术主义风格”（Art Nouveau）的细节处理和突出体现女性柔美曲线的设计而著名，但最终因不适于现代主义所倡导的简洁流畅之风而在1932年关店。

20世纪初的时装业被牢牢地掌控在巴黎高级时装屋的手中，其中最著名的要算是由英国人查尔斯·弗雷德里克·沃斯（Charles Frederick Worth）（1825—1895）成立于19世纪中期的时装屋，其服务对象一直是社会上流阶层：皇室、贵族、富人、名媛和名流——而这些人也正是构成当时社会风尚的中坚力量。

至于那些无法承受沃斯时装屋里高昂费用的人则投向了像杜塞（Doucet）、道维莱特（Doeuillet）、拉费里埃（Laferrière）、珍妮·帕昆（Jeanne Paquin）和卡洛姐妹（Callot Soeurs）这样中档价位的时装定制店。在俄罗斯圣彼得堡和英国伦敦，有专门受到指派为上流社会提供宫廷服装和正式礼服的裁缝师；同时，英国的服装公司例如“红坊”（Redfern）和“克雷德”（Creed）都在巴黎开设有分部，它们不仅以精湛的男装缝纫技术闻名遐迩，也是女装定制业中的翘楚。

让我们将镜头摇向当时的美国社会。以阿斯特夫人（Mrs Astor）为首的“四百会员”（即被她列在纽约沙龙会客厅里座上宾的客户）总是频繁地穿越大西洋来到欧洲购买时装，这些时尚狂热分子还包括：库珀·休伊特家族（Cooper Hewitts）、摩根家族（Morgans）、波特·帕尔默家族（Potter Palmers）和范德比尔特家族（Vanderbilts），他们当中那些被称为“美元公主”的女士不仅成为欧洲高级时装屋背后强有力的财政支持，也维护了她们各自夫家的贵族颜面——尽管实际上，她们以金钱交换来的欧洲贵族头衔和阶层已经是徒有虚表了。

在为年轻新娘准备的全部嫁妆中，用于妆扮上的花费是相当惊人的，有时甚至要以成打的数量计算这些服饰。为了足以应对繁忙的社交生活，女士们在不同的时间段里针对不同的礼仪场所要穿着不同的服装。在一天的活动中——晨起、骑马、午后休闲、出访、家庭聚会、午餐、晚餐、舞会、节日庆典、观看歌剧和戏剧、拜会宫廷……所有的场合都需要配备以相应的装束，最少的也得要准备3~4套用以更换。丧服类的服装则一般都是黑色的。那些奢华的装饰：刺绣、珠片、稀有蕾丝、薄纱、皮草配饰都衬托出服装富丽堂皇的外观，无一不尽显其极浪费之能事。“S”形的紧身内衣将胸部向前高高地托起，同时将臀部向后衬托得又翘又圆；内层夹有金属丝线的领子高而挺立；胸前装饰有蕾丝和薄纱；经久不衰的宽边花式帽多以花朵和羽毛点缀，有时甚至是一整只小鸟。总之，这一切都是为了塑造一种沉甸甸的、雕塑般的优美外表。

上流社会的人们可以说是季节分明的动物。初夏时节，一系列繁忙的社交活动就开始了：从上流社会少女成人礼到进入宫廷觐见皇族成员——这些盛大恢宏的场面都需要穿上最为正式的礼服裙，并且佩戴全套闪闪发光的珠宝首饰，这种风气无论是在英国爱斯科、法国尚蒂利城堡还是英格兰考斯所举办的各种体育竞赛场景里都盛极一时，因为在这样的赛季里同时还充斥了数不尽的招待会、午餐会和舞会。到了赛季末，夏季生活的重心就转移到了像比亚里茨、多维尔这样的时髦度假胜地。在秋季回到城中之前，上流社会的人们热衷于乘坐豪华游艇出海游玩、在苏格兰庄园里狩猎、沉溺于长岛别墅里的夜夜笙歌。用天鹅绒、缎子或丝绸制成的晚礼服裸露出肩头，小山羊皮制的长手套包裹着胳膊——这些袒胸露背的衣服可以充分展现出熠熠生辉的珠宝配饰。日间服装包括了定制的套装或是经过精心装饰的长袍，当然也少不了像阔边花式帽和太阳伞这样的配饰。款式更为简洁的夏季连身裙或是罩衫多用棉布、上等细

麻布或是亚麻布制成，并装饰有苏格兰刺绣或蕾丝花边。这些庞大衣橱里的全套定制服装一般都来自于巴黎高级时装屋，尽管它们中的一些已经在纽约和伦敦开设有分号，但是服装的专利权还是归属于制造商和裁缝师。服饰品和内衣购于专门的商店，有的则来自价格更为昂贵的百货公司。

有一些女性更喜欢特立独行的着装风格，她们选择“艺术地”穿衣，从而游离于普通大众所信奉的时尚标准之外。这种“波希米亚”风潮很快被前卫的人群所吸纳，这一类的服装可在伦敦的“自由商店”（Liberty）和“欧米加工坊”（Omega Workshops）、威尼斯的“福坦尼商店”（Fortuny）或是“维也纳工坊”（Wiener Werkstätte）中购得，其中维也纳工坊是一间由艺术家和设计师联手致力于服装改革的工作室，其规模虽小，影响力却不可小觑。女性艺术家，例如索尼娅·德劳内（Sonia Delaunay）在将时装与艺术融合方面进行了探索，而俄国构成主义者柳波夫·波波娃（Liubov Popova）和瓦尔瓦拉·斯捷潘诺娃（Varvara Stepanova）则将全新的意识形态放置于服装的设计当中。在20世纪的头一个二十年里，这些女性的创作都是当时强烈的艺术实验精神的侧面反映。彼时，各种新的“主义”正横贯欧洲大地：巴黎有“野兽派”和“立体派”；澳大利亚有“分离主义”；德国“表现主义”；意大利有“未来派”；俄国“构成主义”；以及紧随而来的“超现实主义”和“现代主义”。许多画家、诗人、音乐家、作家和建筑师都将自己的居住地冠以“波希米亚”的神秘称号（不管这个地点在现实生活中是坐落于英国的布鲁姆伯利、法国的蒙马特，还是德国的施瓦宾），他们的衣着虽然都带有资产阶级所特有的局限性，但最为重要的一个突破是——他们将有关艺术和设计等诸多方面的思考都融入对日常着装的选择中，服装由此获得了“合成艺术作品”（Gesamkunstwerk）的称号，即一件完整的艺术品。1909年，由迪亚吉列夫（Diaghilev）所创建的俄罗斯芭蕾舞团（Ballets Russes）在巴黎的演出引起了巨大的轰动，其具有革命性的前卫音乐、舞台设计和化妆，当然也包括服装，为当时的人们展开了一种面向未来的、强烈的现代视听感受。

在巴黎，保罗·波烈（Paul Poiret）于1903年开设了自己的时装沙龙，他也是第一位为女装注入活力的裁缝师。波烈简化了女装的轮廓，不再把设计的重点放在复杂的结构堆砌上，而是改用了强烈的色彩搭配以及精致细巧的表面装饰。他早期所创建的“执政内阁式风格”（Directoire Line）风靡了十年左右，这种女装带有明显的东方风格：宽大松垂，围裹在身上很像中国和日本女性穿着的长袍和服，上面常点缀有波斯纹样；薄如蝉翼的束腰，宽松外衣下摆处用金属线进行装饰；服装的边缝处多饰以裘羽或金色的缘饰；下装的样式通常采用苏丹后宫佳丽们穿着的灯笼裤。生于英国的露西尔（Lucile，也称达夫·戈登夫人“Lady Duff Gordon”，1863—1935）也是一位成功的设计师，她所设计的那些娇美纤细的衣裙常被人称为“情感之袍”，因为她会给每套完成的作品赋予戏剧性的名称，例如“不满意之唇的叹息”等，尽管她的作品没有波烈的作品般大胆进取，但也充满了高贵的雕塑之感，同样印有深受艺术思潮影响的痕迹。

从19世纪70年代中期开始，女性就已经为争取接受高等教育的权力和政治投票权而奔走努力了，但直到第一次世界大战以后英国妇女才真正获得了普选权。自行车和公共交通工具的出现让大众可以实现自主出行；大量涌现的就业机会让更多的女性开始参与社会工作。尽管如此，对于许多妇女来说，家务或者工场苦役却依然是她们唯一的选择。女性的生存状态在这一时期正发生着急剧的改变，尤其是第一次世界大战的爆发加速了这一变化的进程：她们中的一些人奔赴前线成为战地医生、护士和司机；另一些人成为军需工厂的生产工



●1929年，阿尔玛·史密斯（Alma Smith）在做人工日光浴

多晒太阳有益于身体健康——这是医生和科学家的忠告。图中歌剧院的女高音演员阿尔玛·史密斯正站在太阳灯下接受每天必行的紫外线照射。

人；那些留在后方家园的女性们则取代了原先男人们的位置，劳作在工厂、运输和农耕的岗位上。许多的工作性质都昭示了女性的服装急需从传统的男装里汲取元素，例如实用的马裤、长裤或连体裤。

1914~1918年间发生的战争几乎没有影响到高级时装业的发展势头，巴黎的设计师们依旧在不断地举办新作品发表会。然而，大西洋彼岸的危险战火毕竟阻碍了部分国外买家的出席，于是，嗅到商机的美国百货公司利用新闻报道和面向北美的出口业务开始大力培养本国的时装设计人才。但遗憾的是，法国时装的诱惑力一时间实在无人能抵，因此，巴黎轻而易举地就夺回了世界时装之都的崇高地位。一些被改动了的缝纫传统也恢复到了战前的模样——裤装在很多年里仍然不被女性追捧，只有极少数作风大胆的女性才穿着裤装，而裤装得到普及则是第二次世界大战之后的事了。真正发生变化的是社会本身——作为战争的结果，旧的社会等级制度逐渐开始消亡，革命运动、政治动乱和经济上的拮据使得原先那种富裕家庭雇用大量奴仆的日子一去不复返。

战前的新女性热衷于带有明显“装饰艺术”（Art Deco）风格的亚马逊女战士装扮，一些自主独立的摩登女郎还将自己的头发剪成齐耳短发，她们喝鸡尾酒（或许也喝烈酒），在公开场合抽烟，在装潢时新的酒吧里跳舞至深夜，观看夜总会歌舞表演或放荡不羁地玩跳水……当然，绝大多数的女性实际上并不是这样度日的，摩登女郎的存在似乎更多的是迎合一种人们对以往流行图景的臆想，否则媒体在报道时也不会总是把一些诽谤性的行为举止添附在这些“聪明而年轻的事物”上，而很多人也就相信确有其事了。20世纪20年代所兴起的“女男孩”风格（Androgynous Garçonne）崇尚的是一种胸部扁平、没有腰部曲线并露出大腿的造型，衣裙呈短短的圆筒状，头部包裹着钟形的女帽。此时，紧身衣并未完全遭到摒弃，但是造型不似从前那样突兀了，其目的只是帮助女性的身体呈现出如男孩般消瘦与扁平的特征；松紧带、拉链（于1924年获得专利）等新型材料的出现为服装的简化奠定了基础，而像人造丝这样的合成纤维的发明让袜子和贴身内衣变得不再那么高不可攀，并且也产生了更多迷人的样式。在20世纪20年代末之前，女装的下摆总是忽长忽短，手帕裙或斜下摆的出现标志着大众审美标准从轻佻女郎到魅力女性的转变，将身体较多地裸露出来的女性化轮廓成为30年代的主导潮流。

随着旅游业和交通工具的日益发达，女性们热衷于公路驾车和赛马活动，女飞行员尤其成为摩登机械时代的先锋代表。从一开始，这些亚马逊女战士就穿着类似男性一样的保护性服装：皮夹克、连体衣裤、头盔和护目镜；而另一些女性则根据网球、溜冰、高尔夫等不同的运动项目准备日间的穿着。随着体育运动的盛行，让·巴杜（Jean Patou，1880—1936）和艾尔萨·夏帕瑞丽（Elsa Schiaparelli）等一些高级时装屋甚至专门开辟了运动装的设计及制作业务。针织材料的出现极大地满足了人体活动时的拉伸需求，尤其是一改过去浴袍式泳装的宽大松弛，紧贴躯体的流线型泳装让身体最大限度地暴露在外，如此一来，经过日晒的棕褐色皮肤以及经由健身和节食练就的苗条身材成为这一时期新的热捧——运动员式的健美体型成为摩登的象征。

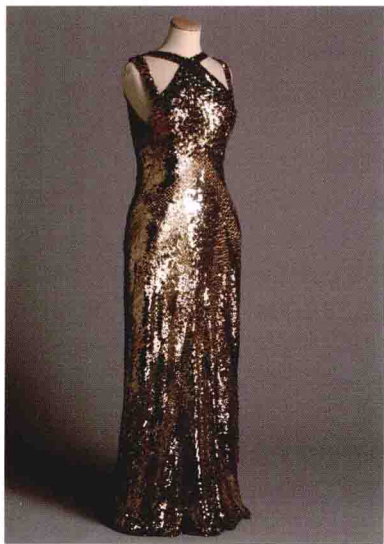
战争期间的巴黎时装业主要由四位女性设计师主宰着，她们是简奴·朗万（Jeanne Lanvin）、玛德琳·维奥奈特（Madeleine Vionnet）、可可·夏奈尔（Coco Chanel）和艾尔萨·夏帕瑞丽。

简奴·朗万（1867—1946）的设计中以可爱、浪漫的“风格之袍”最为著名，这是一种灵感来自于18、19世纪裙撑，用塔夫绸制成的晚装礼袍。朗万把从传统及异域服装和纺织品中小心汲取的研究成果转化成为属于她自己的特有的美学理念和独特风格。朗万品牌持续至今的成功很好地诠释了设计师的确深谙



▲1931年，克拉拉·鲍（Clara Bow）在影片《无限》（*No Limit*）中的造型

1927年，克拉拉·鲍出演了《物质女孩》（*It Girl*），因为这部电影，她在生活中也获得了同样的称谓。这件银光闪闪的长裙或许是特拉维斯·班通（1925~1938年期间任派拉蒙电影公司的首席设计师）所设计的，克拉拉浑身散发出来的魅力和性感吸引观众无数。



▲约1935年，晚礼服

好莱坞吸引女性观众的法宝之一就是那些充满魅力的华服。电影厂会制作一些新闻短片来展现时装和介绍时装界的代表人物，普通大众从中得以窥见富裕阶层、社会名流和时尚人群的日常生活。图中这件金色的金属亮片晚礼服带有浓厚的好莱坞气息。

女性对服装渴求的心思。

玛德琳·维奥奈特（1876—1975）的名字总是和“斜裁”技术联系在一起，也就是她发明了按照布匹45°的丝绺方向而非直丝绺方向进行剪裁的方法。尽管她并非是第一个运用这种方法的人，但却通过面料的悬挂、打结和捻绕等手法将她服装裁剪的潜力发挥到了极致，而这种技法的灵感得益于她从古希腊花瓶上面所看到的传统希腊服饰的样式。维奥奈特的创新结构裁剪方法摒弃了过多的缝线和系扣，这使得服装在外观上显得简洁而不复杂。

可可·夏奈尔（1883—1971）是推动现代女装发展的重要的设计大师，她擅长运用平针织物设计外形轮廓优美自然的女装，而取自于运动装和男装中上装与下装独立分开的形制让她的设计作品十分便于穿着。而夏奈尔本人也成为一道经典的风景线：她在假日里总是穿着长裤，将人造珠宝和真的珠宝混合佩戴在一起，并且崇尚经过日晒的小麦肤色。她是首位用自己的名字给香水产品命名的设计师——那就是1921年发布的“夏奈尔五号”（CHANEL NO.5）香水，她于1926年推出的“小黑裙”（Little Black Dress）标志着黑色不再是丧服的专利而成为一种优雅的保障。她那标志性的粗花呢套装和两截头皮鞋如今依然成为设计师卡尔·拉格菲尔德（Karl Lagerfeld）在每季时装秀上的灵感来源，这种带有强烈辨识度的创新思想使得可可·夏奈尔成为20世纪最具影响力的女装设计师。

艾尔萨·夏帕瑞丽（1890—1973）以小规模的针织装设计起家，她于1928年在巴黎创立了自己的时装屋。夏帕瑞丽设计的既富趣味性又非常实用的时装和运动服在当时吸引了一大批忠实的顾客，这其中不乏好莱坞的明星们。她设计的时装以硬朗的整体造型和精良的裁剪缝纫而闻名，并且擅长使用刺绣和扭绞在一起的珠子进行图案装饰，这些图案既充满了幻想主义的色彩又散发出智慧的光芒——例如棒棒糖造型的纽扣和造型滑稽的搭扣。夏帕瑞丽一直以来充满实验精神的创作得益于她和当时与萨尔瓦多·达利（Salvador Dalí）、让·考克托（Jean Cocteau）这样超现实主义艺术家们的密切往来，她开辟了一条将时装与艺术相互融合的创新之路。迄今为止，尽管时装与艺术二者之间在本质上存在着错位（也就是说，服装首先要满足其功能性的本质），但是人们依旧在这条路上探索不止。

20世纪30年代早期，时尚界刮起了“修长”之风——衣裙的躯干部分被故意拉长，肩部被加宽，发型则流行一种干净利落的、略带波纹的短发。套装和花型裙的腰线回落到自然的位置，下摆呈喇叭状展开。在晚装方面，紧缎纹露背长裙极富戏剧效果，外面常罩着华贵的狐狸毛披肩或波蕾若短上衣。这种精致的装扮集中体现在好莱坞明星的每次出镜中——无论是银屏形象，还是电影杂志照片，抑或是一般的媒体见面会，明星的装束总会引来成千上万狂热影迷的追随模仿。这真是电影的“黄金年代”，是两次世界大战期间唯一繁荣昌盛的娱乐行业，每周都会有大量的观众涌入电影院观看影片。明星们也被贴上了各种各样的类型标签：轻佻摩登的克拉拉·鲍（Clara Bow），妖娆放荡的蒂达·巴拉（Theda Bara），性感尤物玛琳·黛德丽（Marlene Dietrich），像美艳间谍玛塔·哈莉（Mata Hari）一样充满异域情调的葛丽泰·嘉宝（Greta Garbo）……几个大的电影公司都会聘用专属驻场服装设计师，例如派拉蒙公司有特拉维斯·班通（Travis Banton）和伊迪丝·海德（Edith Head），米高梅公司有吉尔伯特·艾德里安（Gilbert Adrian），而海德和艾德里安还共同创建了属于他们自己的服装品牌。

电影在两次大战期间充当了一个主要的时尚风向标角色。百货公司不断开设分店的局面显示出电影对流行的引领作用，好莱坞荧幕对于女性在着装选择