

● 中国高等教育服装服饰教学创新丛书
● 袁仄 主编



PRACTICE
SHOW DR
FASHI
MOVE
WALK

Fashion Show
Practice
and
Directing

服装表演训练 与编导



国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

西 南 师 范 大 学 出 版 社

● 中国高等教育服装服饰教学创新丛书
● 袁仄 主编

Fashion

Fashion Show Practice and Directing

服装表演训练
与编导

• 郭佳岚 顾萍 白静 编著



国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

西 南 师 范 大 学 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

服装表演训练与编导 / 郭佳岚, 顾萍, 白静编著

—— 重庆: 西南师范大学出版社, 2011.9

(中国高等教育服装服饰教学创新丛书)

ISBN 978-7-5621-5445-7

I. ①服… II. ①郭… ②顾… ③白… III. ①服装表演—高等学校—教材②服装表演—导演艺术—高等学校—教材 IV. ①TS942

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第179733号

中国高等教育服装服饰教学创新丛书

主编: 袁仄

服装表演训练与编导

郭佳岚 顾萍 白静 编著

责任编辑: 王玉菊

整体设计: 王黎黎 王正端

出版发行: 西南师范大学出版社

经 销: 新华书店

排版制作:  周娟 刘玲

制 作: 重庆新生代彩印技术有限公司

印 刷: 重庆市蜀之星包装彩印有限责任公司

开 本: 889×1194 1/16

印 张: 6.5

字 数: 208千字

版 次: 2011年9月第1版

印 次: 2011年9月第1次印刷

书 号: 978-7-5621-5445-7

定 价: 39.00元

本书部分作品因无法联系作者, 客观上不能按照法律规定解决版权问题, 我社已将该部分作品的稿酬转存于重庆市版权保护中心, 请未收到稿酬的作者与其联系。

重庆市版权保护中心地址: 重庆江北区杨河一村78号10楼(400020)

电话(传真): (023)67708230

出版、发行高校艺术设计专业教材敬请垂询艺术教育分社。

本书如有印装质量问题, 请与我社读者服务部联系更换。

读者服务部电话: (023)68252507

市场营销部电话: (023)68868624 68253705

艺术教育分社电话: (023)68254353 68254107



序

大凡一门学科，教材是十分重要的，这是毋庸置疑的。

教材通常也是一门学科成熟的标志之一。对于中国服装教育这一相对年轻的学科而言，写好、编好服装教材不仅是教学发展之必需，同样也将我们几十年来的教学思考、教学经验、教学成果沉淀下来，固化下来。但这不是编撰教材的唯一目的。

其实，教材难写，教材难编，是不言而喻的。

古往今来有口皆碑的好论著、好小说比比皆是，但被人称道的好教材颇稀。原因很简单：难！

因为教材是人类文明的结晶；教材是体现教学内容和教学方法的知识载体；教材应该是客观、公正、科学并能循序渐进地传授知识、思想和技艺的工具书。也就是说，教材编撰必须根据学科的教学逻辑，依照教学的规律和学生的认知基础，从而对学科内容进行设计、规划，系统地奉献当前该领域的优秀成果。教材不应有谬误、不凿、偏颇的内容，其本质不是个人专著，而应该是积学科研究之大成的普及版本。此是难写之一。

难写之二，编撰教材的目的除了系统传授前人知识之外，十分重要的是要运用知识启迪学生，启发学生的思维，呼唤学生的想象，培养学生的创新能力。这往往是教材编写的难点与悖论，既要进行知识的传承，又要培养学生对过往知识的挑战和批判，这无疑是具有高难度的，但这是教学的必须，也是教材所必须。若教材在传授经验的同时，使学生能从中获取启迪，唤醒创意，其意义更大。事实也是如此，年轻人永远不可能满足固有的知识，当他们的圆珠笔在教材上涂涂画画的时候，未必不是其创新想象的懵懂萌芽。

其三，通常而言，教材的编撰与学科发展并非同步，所以教材不能不更新。中国的服装高等教育不足30年，亦是摸着石头过河，其教材建设同样是亦步亦趋地摸着石头走来。目前，服装类教材林林总总，数量不可谓不多，但必须承认，其中良莠不齐，喜忧参半。而今在全球经济一体化、知识信息爆炸、传播媒体多元、创新经济崛起的今天，作为世界时尚产业的教育不能不有新思维，新方法，新触角，新教材。这就是催生该套《中国高等教育服装服饰教学创新丛书》教材的缘故。

该套教材旨在对现有服装教学的传统教材或教学课目的扩展、补充和新思

维的探究，也可以说是深化教育改革，全面推进素质教育，培养创新人才的新一轮教材建设。

该套教材将过往服装教育内容延展到新的服装、服饰品类，时尚、史论领域……诸如针织类服装设计、首饰类饰物设计、箱包类配饰设计、时尚传播理论等等。新教材可以弥补当代服装服饰产业迅速发展中对新领域知识的需求，教材可以成为方兴未艾的服装教育新课程之新教材。

该丛书在编撰过程中，力求融会国内外相关研究成果，体现现代教育理念与方法，令教材具有应有的前瞻性、先进性、科学性和通识性。重要的是，该教材立足于开拓学生思维，培养学生创新能力。在内容上拓展知识信息，在案例教学里探索新教学方法或模式。虽然该套教材涉及的课目不同，但寻求服装教学创新思想与创新方法的目标是共同的。

中国服装教育的教材建设漫漫路长，任重道远……我们试图以创新的思维编撰这套教材，但并不奢望它的完美登场。我们相信探索始终是有益的，或许像学者E. H. 贡布里希说的那样：“最宝贵的是：人们只能从试错中寻求真理。”

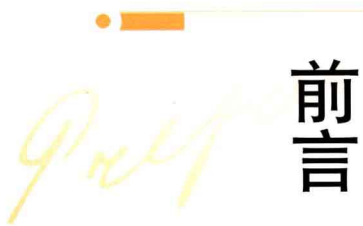
该套教材正是我们为中国的服装教材建设添砖加瓦、抛砖引玉……



2009年春于南国香山澳

● 中国高等教育服装服饰教学创新丛书 学术顾问委员会

- 北京服装学院 袁仄 教授
- 东华大学服装学院 陈建辉 教授
- 中国美术学院设计艺术学院 吴海燕 教授
- 深圳大学艺术设计学院 吴洪 教授
- 清华大学美术学院 肖文陵 副教授
- 苏州大学艺术学院 李超德 教授
- 四川美术学院设计艺术学院 余强 教授
- 江南大学纺织服装学院 沈雷 教授
- 西安工程大学艺术学院 徐青青 教授



前言

T台，在很多普通人眼中，是个永远高高在上的地方。走上模特道路，如同步入云端一样诱人。

虽然大多数模特进入模特表演行业的原因不一，但如果拥有了天生的魔鬼身材，又具备了受人瞩目的形象，很少有人能抵挡做模特的诱惑……

当你在工作中穿尽了著名品牌，和时尚最前沿的设计师、摄影师、造型师合作；当你的魅力照片充满摄影师的胶片，你美丽的宣传海报贴满了大街小巷，无论在生活中还是在舞台上都成为光彩夺目的焦点；当你在世界各地飞来飞去，享受着免费旅行的快乐……

诸多原因使年轻人向往模特生涯，但梦想和现实之间还是有很大差距的。

本书综合了我与顾萍做模特的亲身经验，曾经面临很多挫折，甚至危险，但都在老师、前辈和同行好友的支持与帮助下，经受住了考验，并实现了自己的梦想。近些年，我们一直在从事模特教学和服装设计的工作，从这些与模特息息相关的工作中不断总结。衷心希望能用这些实战经验告诉你们如何走出一条适合自己的奋斗之路，成就T台上或生活中的美丽战士。

序
前 言

第一章 服装表演概述

第一节 服装表演的源起 1

一、服装表演溯源 1

二、什么是服装表演 2

三、服装表演的特点 2

第二节 国外服装表演的发展历程 3

一、服装表演走上舞台 3

二、服装表演进入繁荣期 3

三、服装表演现代化时期 4

第三节 中国服装表演的发展历程 4

一、启蒙期(20世纪30年代) 4

二、发轫、发展期(20世纪70年代后) 5

三、行业规范化时期(20世纪90年代) 7

四、行业展望 8

第四节 服装表演的种类和形式 9

一、发布时尚信息 9

二、促销服装商品 9

三、比赛形式的表演 9

四、文化交流 9

第五节 中国特色的职业服装表演专业教育 10

一、服装表演专业的起因 10

二、国内服装表演专业的现状 10

第二章 模特职业的基本概况

第一节 模特的定位和细分 12

一、服装模特 12

二、摄影模特 13

三、影视模特 14

四、促销模特 15

第二节 模特的基本条件 16

一、时装模特的体形要求	16
二、时装模特的形象要求	16
三、和谐才是美	17
四、其他类型模特的要求	18
第三节 模特的综合素质	19
一、文化和艺术修养	19
二、服装设计知识	19
三、表现力	19
四、职业道德	19
第四节 进入职业模特领域的途径	20
一、中国高校服装表演专业教育	21
二、选择模特培训班	21
三、寻找模特经纪公司	21
四、参加模特大赛	22
五、被星探发掘	24

第三章 服装模特的基础训练

第一节 站立姿态训练	26
一、正确与优美的站立姿态	26
二、模特标准手姿	28
三、站姿基础训练	29
第二节 职业化的行走方式	34
一、练习行走的方法	34
二、腿部行走提示	37
三、手臂的摆动方式	38
第三节 恰如其分的转身	40
一、转身的基本练习方式	40
二、转身练习提示	42
第四节 模特的表情训练	43
一、自然表情	43
二、有创意的表情	44

第四章 服装表演技巧训练

第一节 服装魅力展示的技巧	46
一、如何展示服装的魅力	46
二、如何融入到表演环境中	48
第二节 服装展示技巧	49
一、裙装的展示	49
二、外套的展示	51
三、袖子的展示	54

四、口袋的展示 54

第三节 服饰品展示技巧 55

一、披肩展示 55

二、眼镜展示 56

三、手提包展示 56

四、休闲背包展示 57

五、晚礼包展示57

六、帽子展示 58

七、首饰品展示 58

第五章 模特的镜前拍摄训练

第一节 拍摄前的准备 60

一、拍摄作品的分类 60

二、理解所要表现的产品 62

第二节 模特的镜前训练 63

一、如何更加上镜 63

二、完整的拍摄程序 69

三、镜头前的放松训练 72

第三节 模特与摄影师 73

第六章 服装表演的策划

第一节 服装表演的策划和主题 74

一、服装表演的策划 74

二、服装表演的主题 74

第二节 服装表演的场地 76

一、服装表演的舞台76

二、更衣间 79

三、道具 79

四、观众席的安排与形式 79

第三节 服装表演的灯光 80

一、舞台灯光的基本知识 80

二、服装表演的舞台灯光 81

三、服装表演中灯光的作用 81

第四节 服装表演的音乐 82

一、对于服装 82

二、对于观众 82

三、对于模特 82

四、表演音乐的基本特征 82

五、表演音乐的合成 83

第五节 服装表演的经费预算 84

第七章 服装表演的编导

第一节 服装表演编导概述 85

一、服装表演编导的概念85

二、服装表演编导的工作职责 85

三、服装表演编导的工作步骤 87

第二节 服装表演编导的专业素质和工作能力 89

一、服装表演编导的专业素质 89

二、服装表演编导的工作能力 90

第三节 表演服装的选择与表演程序的确定 91

一、表演服装的选择 91

二、表演程序的确定 92

第四节 服装表演的编排 93

一、挑选模特 93

二、表演服装的分配、试穿及管理 93

三、表演设计与排练 94

后记

主要参考文献

● 第一章

服装表演概述

第一节 服装表演的源起

一、服装表演溯源

法国是现代服装起源和发展史上的一个重要国家,最早的服装表演形式也出现在这个以浪漫著称的国度。据法国14世纪的宫廷记录,当时流行用木材和黏土制作出真人大小的玩偶,并穿着流行服饰,作为有趣的礼品在欧洲宫廷间互相馈赠。用玩偶来交流服装信息的方式在欧洲上流社会很快流行起来,直到公元18世纪达到巅峰。历史学家们普遍认为,这种没有生命的“时装玩偶”是真人服装模特的原型。(图1-1)

小链接:

据早在公元14世纪的法国宫廷记录,法王查理六世的妻子伊莎贝拉(Isabella)皇后有一天突发奇想,让人做了一个用木材和黏土制成的真人大小的玩偶,并且给它穿上当时最时尚的服装作为一份别出心裁的礼物送给了英国女皇。女皇陛下从来没有见过这么新奇的礼物,当然非常喜欢。五年之后,法国人又送来了一个“玩偶”,特别的是这次的玩偶身穿以英女皇身材缝制的法式宫廷服装,以表达对女皇的敬意。



图1-1 法国宫廷服装

历史上第一位真人服装模特是由大名鼎鼎的高级定制创始人——查尔斯·弗莱德里克·沃斯(Charles Frederick Worth)一手创造、培养起来的。1845年左右,年轻的沃斯在法国巴黎一家服饰店工作。为推销自己的设计,沃斯大胆邀请营业员玛丽·韦尔纳(Marie Vernet)小姐披上他设计的一款新颖的披巾,向顾客展示平面的披巾在人体上的立体效果,结果在场的顾客们反映非常好,披巾被一抢而空。从此,服饰店的生意也越做越好。美丽的玛丽·韦尔纳小姐因此成为了世界上第一位真人服装模特,后来成为了沃斯夫人。1858年沃斯在巴黎开了第一家真正意义上的高级女装店,开始大量雇佣真人服装模特,有规模地展示他的作品,这可以算做是真人服装表演的开端。(图1-2)



图1-2 沃斯的头像和作品



图1-3 模特展示服装

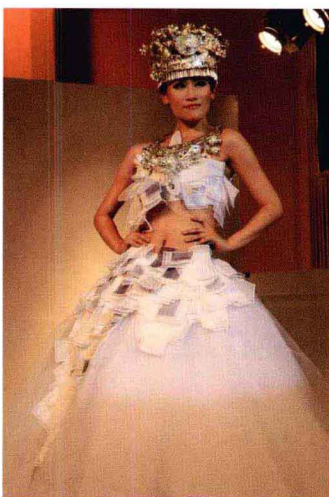


图1-4 服装模特局部

二、什么是服装表演

从服装表演的起源来看,服装表演是把新设计的服装产品公布于众的一种展示方式,让服装模特按照设计师的创意图穿戴好所设计的服装样品,在特定的场所向观众展示。

服装表演的形式从19世纪末开始逐渐被越来越多的商家采用是有一定的历史原因的。西方服装发展到19世纪,出现了几个关键性变化。首先,最关键的是缝纫机的普及。机器代替了手工,大量生产也成为可能。其次,社会风气日渐转变,女性角色由居家转向走出家庭、走向社会。受到当时“女权主义运动”和“服饰改革团体”的影响,西方女性服饰由以前繁琐、装饰性强的款式趋向“自由合理、解放束缚”的款式,逐步简洁,也为大量生产打好了款式的基础。而大量生产的“成衣”又进一步推动了服装表演的快速发展和普及。此时的服装商家们面临着巨大的市场诱惑,因此市场竞争也日趋激烈。如何赢得更多顾客的青睐?商家们不约而同地都选择了服装表演这个形式。

自20世纪初“成衣”观念产生后,身穿现代服装的人们穿衣模式基本成型,并且延续至今。服装表演的形式和内容也伴随现代服装的发展逐渐丰富成熟起来。作为服装展示的重要组成部分,服装模特的走台表演把服装、音乐、舞台、表演融为一体,成为服装的艺术展示形式。但是,服装表演的目的始终是为了通过展示服装,争取更多消费者的认可,从而促进新产品的畅销,是服装流通过程中的一种独特的促销方式。

随着经济和服装产业不断全球化,服装表演被推而广之、风靡全球。

三、服装表演的特点

服装表演与其他类型的表演有本质的区别。任何表演中的演员都有服装的陪衬,比如舞蹈、体操、杂技等等,演员们的服装都非常美丽,颇具特色。这些经过精心设计与制作的服装也有很高的欣赏价值,但无论服装再华美,在表演中突出的都是舞台上的演员和表演,服装只是陪衬效果的一部分,起辅助作用。

服装表演中无论采用什么样的表演形式,其重点是突出服装本身,把观众的注意力在模特的衬托下吸引到服装上去。每场服装表演前,模特都要根据设计师的意图充分了解所要展示服装的表现点,用不同的气质类型和表现手法恰当地突出服装的款式、颜色、面料之美,为观众营造出合适的着衣情景,引导观众产生“如果我穿上这件衣服也一定很好看”的联想。(图1-3)

除了凸显艺术性或表演性的服装表演,服装表演应当是动态的展示过程。服装为人服务,而人的社会交往又是各种各样的运动状态,所以服装首先要满足人体的运动功能。特别是在今天人们越来越追求舒适、健康的生活理念的引导下,各种日常的行为动作都不应受服装的约束。因此,服装展示中体现的动态美感才是服装表演的重点。模特在伸展台上不停走动和变换姿态,不仅让观众从多个角度充分欣赏服装的样式,而且在服装的穿着性上也是一种展示。

模特应认识到,无论服装多么昂贵、多么独特,它总离不开人体,人体本身曲线的起伏变化、坐卧行走在服装上的弯曲、皱褶、明暗等方面也都是新的创造,模特与服装二者配合起来的艺术形象才能产生最佳的服装感觉。(图1-4)

第二节 国外服装表演的发展历程

一、服装表演走上舞台

19世纪末,真人模特时装表演逐步增多,成为服装界一种约定俗成的促销方式。1914年,在美国的服装工业中心芝加哥市,举办了一场轰动一时的服装表演。这次表演还被拍成电影,在美国各地巡回上映,影响广泛,效果极其轰动。这是当时世界上最大规模的服装表演。这次的服装表演不仅提高了模特业的知名度,也大大加快了模特业的发展步伐,从而带来了模特业的繁荣。这场声势浩大的模特行业的“普及教育”让更多的人关注、了解到模特行业的潜力,为模特业的顺利发展打下了广泛的基础。

从19世纪40年代到20世纪20年代,服装表演发展为真人模特表演,其启蒙时期有近80年之久。在近80年的时间里,服装表演由一种偶然的促销行为发展成为一门相对独立、完善的职业。相关产业人员的辛勤付出使它有了确定的社会需求、程式化的展演方式和相对稳定的模特队伍。服装表演从此走上舞台。

小链接:

1914年,芝加哥市的服装表演不但专门设计了长约30米、宽约20米的一条细长通道延伸到观众席中的表演台(服装T台的初次使用),而且由大约100名模特为近5000名观众展示了250套服装,规模宏大、场面壮观。

二、服装表演进入繁荣期

模特业的繁荣始于20世纪初的欧洲。1926年,被称为“法国时装界巨匠”的设计师让·帕图(Jean Patou)从美国带回了6名漂亮的姑娘,并同法国模特同台演出。这些美国女孩没有家园意识和传统重负,不但天生丽质,而且动作洒脱、奔放、充满活力,代表了新时代青年文化的风格。这对当时较保守的欧洲造成了不小的冲击。人们开始重新审视模特的价值,意识到她们是时代审美潮流的先行者,其影响力远远超出了服装行业本身对服装流行的引导。而后来这些模特成为了职业的典范,跨地区的模特交流也进一步加快了模特业的国际化趋势。

1969年,今天世界上最大的模特代理公司ELITE公司成立,推动了模特界超级明星的诞生。20世纪60年代,西方正处于“反文化”(Counter culture)年代。其特征是将“年轻化”(Youth culture)、“大众文化”(Pop culture)、“性自由”(Sexual freedom)、“女权运动”(The movement of women's right)四者融合。受这些文化势力的影响,大众在服装造型审美方面发生了很大的改变。世界上第一个超级明星模特是英国的年轻模特崔姬(Twiggy),其稚气、瘦削、骨感的仪态是这个时代的最佳代表形象。超级明星模特的诞生对整个服装表演业和模特业的发展起到了极为重要的推动作用。(图1-5)

从20世纪20年代起,时装模特开始受到大众的瞩目,模特职业地位已经确立。模特做封面女郎,美丽的脸孔、富有美感的身形都有很好的视觉效果。以模特为背景的商品广告容易引起读者的注意……有研究机构表明,在一堆杂乱无章的图片中,人类的视觉倾向于优先搜索出美丽的人类面孔。这种视觉倾向导致了在竞争激烈的读图时代,美女图片是吸引目光的最佳选择。美女形象能够带给人美好的感官刺激,也能带来愉悦的心理体验,商家为了将



图1-5 模特崔姬照片

消费者这种美好的心理体验和他们的商品联系起来,大量选用模特作为促销商品的手段。富有表现力的模特总能吸引观众的目光,只要在商品定位、目标人群、感染力等方面选对相适应的模特,模特形象的成功塑造就会具有不容忽视的促销价值、创牌价值与审美价值。

服装商品的促销则会更加突显模特展示的重要性。服装消费行为并不仅仅是一种心理性行为,同时也是一种社会性行为。服装模特为了扮演不同的角色,需要频繁地根据角色的需要来更换服装。穿着特定服装的模特所展示的不仅是一套服装商品,而且是一种消费者心理假定的自身完美形象,这对于消费者来说,能够产生强烈的趋同欲望,虽然不能成为模特本人,但却可以穿戴相同的服装,甚至配饰、化妆,以求与自己内心定位的形象相符合。

因此,有人甚至说模特是商家推广产品中不可缺少的视觉货币(图1-6)。传媒界看中了模特在各种商品宣传、创牌上的影响,越来越多地采用模特作为产品推销的手段。各种传媒的大力宣传又为模特的发展插上了翅膀,推动了超级模特的诞生。超级模特的出现更加强化了模特作为一种大众审美取向,甚至生活态度的代表形象和标志,在时尚生活消费中,模特扮演着越来越重要的角色。

模特越来越频繁地出现在电视、杂志、报纸等大众传媒中,这些都给模特成名创造了机会,也促使模特职业产生广泛化趋势。



图1-6 模特代言商品

三、服装表演现代化时期

20世纪下半叶,新的思潮和生活方式不断出现在人们的生活中。个性化的时尚风潮席卷了服装领域,这也使得服装表演的形式和风格趋向多样化,进入了新的发展阶段。

服装表演形式趋向成熟,完整的策划和运作从最初的简单展示发展到引进舞台、灯光、音响等各种艺术手段。近几年,由电脑控制的幻灯、激光和影视效果也进入到服装表演艺术当中。服装展演在整体制作上日臻完美,逐渐成为一个多媒体的表演领域。这一切的发展与变化也同时促进了服装表演中模特素质的迅速提高,模特队伍进一步扩大。服装行业的蓬勃发展,全球市场的激烈竞争,都促使服装商家拿出最佳的营销方案。服装表演是服装营销的重要环节,因此,模特的素质和职业化程度需要不断提高,以适应服装纺织行业的全球化发展和高度专业化发展的行业需求。

世界时装之都巴黎每年举办春秋两次高级时装发布会,吸引世界各地的高级顾客、时装记者以及与高级时装店有业务关系的厂商前来观看,捕捉最新的流行资讯,随即展开服装配饰等相关行业的商业运作和推广,由此可见服装表演的地位——它受到专业人士的重视,成为人们追求时尚的风向标。专业模特的最佳表现方式会是这个关系庞大的时尚商业体系中重要动力之一。

第三节 中国服装表演的发展历程

一、启蒙期(20世纪30年代)

时装表演作为一种社会经济文化发展的产物,在我国最早出现于纺织工业发达、西方文化登陆中国的口岸城市——上海。1930年10月9日,上海的美亚绸厂为庆祝建厂十周年,由美国留学归来的总经理蔡声白组织,在上海著名的大华饭店,以展示本厂绚丽多彩的丝绸面料为目的,举行了中国历史上第一场真正意义上的服装表演。这场表演会上共展示了外销丝绸时装105套,充分反映出当时国际上流行的色彩及款式,同时又体现出上海丝绸的设计力量和做工水平,给来沪的世界各国客商留下了深刻印象。当时影响力最大的《申报》为此进行了连续三天的宣传报道,政商要人及社会名流

皆踊跃前往观摩,出席观众共达2000余人,引起了不小的震动。

此后,美亚绸厂专门组建了一支模特表演队。当时中国并没有专业的模特,这些所谓的模特就是上海的一些交际花、电影明星和思想开放的名媛小姐们。表演队时常结合产品展销举办服装表演,有时候还让模特着装后由人力抬着进行巡回表演。同时还将这些服装表演的过程拍成电影,随产品远赴东南亚宣传,成效显著。

1934年,鸿翔服装公司聘请电影明星蝴蝶等人作为模特,举办了一场小型服装表演(图1-7)。这是中国明确以商业促销为目的的最早期的服装表演。可见,中国很早已经有请明星做服装表演的先例了。



图1-7 蝴蝶展示服装照片

我国启蒙时期的服装表演与服装产业的发展联系密切,主要是服装企业为了促销服装产品而进行的表演,这与国外服装表演的发展是一致的。但中国这个时期的服装表演很不成熟,只限于不规范的业余性表演阶段。

二、发轫、发展期(20世纪70年代后)

新中国改革开放之后,法国著名高级时装设计师皮尔·卡丹(Pierre Cardin)于1979年3月携8名法国模特和4名日本模特在北京民族文化宫举行了一场与中国久违了的时装发布会。这场象征着中法友谊的服装表演,在今天看来也许



图1-8 皮尔·卡丹服装表演

并不能代表什么,在当时却冲击着中国服装人封闭的观念,可以说是现代中国服装表演的一个新起点。(图1-8)

小链接:

鉴于当时我国的国情,此次演出受到各方面条件的制约。观众人数非常有限,只限于内部人员观看,如相关领导、行业内的专家等,并严格对号入座,演出票不许转让。台上模特迈着猫步,身上时装颜色很炫,有黑、灰、绿、蓝等。台下观众屏住呼吸,当模特将外衣掀开时,观众们被惊得变成往后躲闪的人浪。中国人第一次感受到国际时装的魅力。皮尔·卡丹这个品牌在之后很长的一段时间里成为了身份的象征,可以说它是中国人认识的第一个国际大品牌。

尽管我国服装表演起步较晚,但发展却十分迅速。1980年夏季,上海艺术剧院挤满了人,17名美貌的中国服装模特在服装洽谈会上为世界各地的客商作了表演,令在场的中国观众耳目一新。同年创刊的《时装》杂志还特地将此事撰文报道。

小链接:

《时装》杂志报道:“8月1日至20日在上海举行的1980年中国出口服装洽谈会成绩十分喜人,成交额是上一届洽谈会(1966年)的三十多倍,洽谈会期间举办的我国首次时装表演令人耳目一新。时装表演本来就是销售服装的必要手段,不仅西方搞,东方也一直在搞,可是在我国还是第一次,因为是第一次,也就格外引人注目。”

相关资料:

我国服装表演快速发展大事件

1981年,由上海服装公司率先成立了新中国第一支时装表演队,新中国第一批专业模特诞生了。她们是史凤梅、徐萍、张毅敏、黄琦、柴瑾、万红、蒋雅萍等12人。这支表演队在上海友谊电影院举行了首场彩排演出,从组织、训练、提供服装到表演全是由中国人自己完成,由此模特业在中国这片沉睡已久的大地上渐渐发芽。(图1-9)

1982年冬,中国迎来了中苏贸易往来中断20年之后的第一个苏联贸易代表团,他们带了3000万美元来选购服装。可是代表团跑遍了北京、天津等地,竟没有做成一单生意,没有花出去1分钱,原本以为只能悻悻而归。上海方面了解到这个情况后迅速作出反应,打破以往做生意的常规,特意为他们安排了一场时装表演,即上海时装表演队首次为外销服装作经营性服装展示。结果客商非常满意,上海服装公司也顺利拿到了大批订单。

1983年4月,轻工部在北京展览馆举办“文革”后的第一次大型服装鞋帽展销会。有着市场促销意识的上海服装公



图1-9 新中国第一支时装表演队

司再次悄悄带来了公司的业余服装表演队,每天上下午都穿着公司的展品向观众展示,引起了众多观众的兴趣,甚至许多观众为了观看表演不惜等上几个小时。展销会不到三天,公司带来的产品就销售一空。这个消息引起了媒体的注意,各媒体开始竞相报道。由于当时的社会环境还不够开放,尽管做宣传是一件好事情,但是时装表演队的领导向媒体反复强调几点:一是不允许称为模特,二是要强调表演的业余性质,三是要突出健康向上的中国特色。中央电视台突破了媒体宣传的禁区,在“为您服务”节目里播放了上海服装表演队在北京举行的服装鞋帽展销会的演出录像。

1983年5月13日,上海服装表演队应中南海的邀请,到怀仁堂进行表演,观看演出的有党和国家领导人等。演出获得成功,并得到中央领导的肯定。从这时候开始,中国服装表演正式得到了国家和领导的支持,中国模特由此获得了公开走向社会的许可证,模特行业发展速度迅速加快。

1984年8月,上海时装表演队第一次在香港表演,展示了上海制造的130多件时装,系统地显示了内地时装生产、设计水平。这次表演不但使在场的近千名中外嘉宾耳目一新,也使一些不熟悉内地情况的服装设计家和经销服装的厂商感到惊异和喜悦。

1984年7月,中国时装杂志社率领中国时装模特队应法国著名时装设计大师皮尔·卡丹先生邀请,访问了巴黎,原汁原味的中国服装在国际时装中心巴黎产生了巨大反响。同年9月6日,由中国丝绸公司主办的“新丝绸之路——1985年度时装发布会”在日本东京、筑波、名古屋、大阪4座城市作时装表演,主要以展示丝绸新装为特色,受到了日本观众的热烈响应,在促进中日丝绸贸易方面作出了贡献。

1986年10月20日,“中国服装流行发布会”的新闻发布会首次在北京人民大会堂举行。10月22日,在北京国际俱乐部表演。同年由中国丝绸公司、中国丝绸流行色协会主办的“1986年春夏流行色丝绸时装表演”在上海隆重举行。

1987年9月19日,中国服装工业代表团包括由上海20名模特组成的中国时装表演队在“第二届巴黎国际时装周”上首次正式亮相。18个国家近千名模特争奇斗艳。中国的表演服装是由上海服装研究所陈珊华设计的十套红黑礼服系列和中国服装研究设计中心设计的十套红白便装系列,色彩对比强烈的礼服令全场瞩目,法国人被充满浓郁中国文化的服装震撼了。表演结束后,主办方特意安排中国队单独压轴谢幕。

1987年,以张舰为法人的北京服装开发公司和北京服装协会获北京市经委、计委批准,成立了我国第一支在工商行政管理部门领取《企业法人营业执照》的服装表演队。

1988年8月,“今日国际模特大赛”在意大利南部城市那不勒斯举行,北京广告公司服装模特队的19岁姑娘彭莉当选为“时装模特皇后”,她是新中国历史上第一位获得国际大赛冠军的模特。

1989年12月2日,“中国首届最佳时装模特表演艺术大赛”在广州落下帷幕。大赛由中国纺织工业部、中国服装研究设计中心等单位主办。这是国内第一次具有权威性的大规模时装模特比赛,大赛冠军将代表中国参加当年的“世界超级模特大赛”。参赛模特经全国各地初选后推荐参加,身高要求在1.72m以上,年龄限制在24岁以下,三围和比例等都有统一标准。大赛设冠、亚、季军,十佳模特,最佳现场印象奖,最佳新闻印象奖,最佳上镜奖等奖项。首次评选出了以叶继红为代表的中国十大名模。

1991年10月29日,“世界超级时装模特大赛中国区选拔赛暨第二届中国最佳时装模特表演艺术大赛”在北京举行,共评出陈娟红、瞿颖等十大名模。为了确立模特表演在新中国的地位,中国服装研究设计中心特别邀请国务院副总理田纪云、全国人大常委会副委员长陈慕华、全国政协副主席马文瑞及纺织工业部副部长杜钰洲、王曾敬等亲临现场观看了决赛。

从1981年到1991年这十年的时间是我国服装表演业的快速成长时期。从皮尔·卡丹带来的服装表演的概念开始,我国服装企业开始借鉴国外表演模式,相应的服装表演行业快速发展起来。其中,服装行业的迅速发展、模特大赛的举行,以及国家和行业领导的重视等原因凝聚起来,共同推动了中国服装表演业的发展。伴随国家改革开放的大好形势,中国服装表演艺术很快成长起来,在服装行业中承担起越来越出彩的角色。

但从服装表演的历史阶段来看,我国在这个时期的服装表演业还不够规范化,除了以社会交往和商业销售为目的的表演外,服装表演在很多活动中都会出现,被广大人民群众所接受,并备受喜爱。比如,国内一些大型庆典活动及文艺晚会中经常穿插服装表演节目,各类大型娱乐场所也时常组织服装表演助兴。还有一些事业单位职工工会或群众团体也会自行组织服装表演活动,此类以推广宣传服饰文化的表

演形式在国内广为流行。大众的参与成为中国服装表演区别于国外服装表演的一个重要特征。其中,主要原因是由于中国的服装表演起步晚,表现出来的文化性大于市场性,基本上只依靠服装行业的发展,尚不能形成专业化的机构融入市场的运作和竞争当中。(图1-10)

三、行业规范化时期(20世纪90年代)

由于前十年模特行业不断地发展壮大,行业人数和规模都呈现大幅度增长,造成了模特素质良莠不齐、对外演出接洽活动没有规范渠道、演出质量得不到保障等一系列问题。这些存在的问题如果得不到及时有效的解决,长期发展下去势必会影响到整个模特行业的健康发展。为了完成中国模特行业的规范化,促进时装模特行业的市场化、国际化的发展,1992年12月8日中国服装研究设计中心组建了中国第一家时装模特代理机构——新丝路模特经纪公司,其管理机制的形成和完善,标志着我国时装模特业逐渐走向规范化道路(图1-11)。

这一时期众多的超模在各类大赛中诞生,如大众熟悉的马艳丽、谢东娜、陆艳、路易等。然而,虽然当时赛事繁多,但由于职业眼光的分歧常常造成评委间对模特人选青睐的不同。比如在1995年代表中国参加世界超级精英模特大赛并获得“世界超级模特”称号的谢东娜,正是由于在同年举办的“第四届新丝路中国模特大赛”中被来自美国ELITE模特经纪公司的大赛裁判长Paolitti慧眼识中,随后才以其平易近人且兼具东方神韵的气质在世界大赛中脱颖而出(图1-12)。有趣的是,谢东娜却在同年举办的“上海国际时装周”的全国大赛中未能进入前三甲。其实这并不是模特本身在比赛中出现了很大的偏差,而是由于东西方审美的不同、职业眼光的差异以及对于模特标准要求不一致等原因所造成的。事实上,每一届模特大赛的评判标准都在随着商业化、社会发展等诸多因素的变化而变化着。作为模特本身在表演中不应拘泥于赛事获奖的目的,而应当根据各种因素的变化结合自身条件的优势,将最佳的表演状态呈现出来。



图1-10 90年代业余时装表演队



图1-11 带有新丝路模特经纪公司logo的照片



图1-12 第四届新丝路中国模特大赛冠军——谢东娜