

香奈儿

◎ 于蕾 编著

◎ 中国旅游出版社

CHANEL

TS944-743

4

时尚顶级品牌推介手册

香奈儿
CHANEL

于蕾 编著

中国旅游出版社

选题策划: 北京时尚博闻文化发展有限公司

总策划人: 吴泓 刘江

责任编辑: 潘笑竹

执行编辑: 王绪梅

插画绘制: 启 启

图书在版编目(CIP)数据

香奈儿 / 于著 编著 —北京: 中国旅游出版社 2003.8

ISBN 7-5032-2196-8

I.香… II.于… III.服装—产品—简介—法国 IV.TS941.743

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 066655 号

书名: 香奈儿

编者: 于著

出版发行: 中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编: 100005)

制作: 北京大风堂设计策划有限公司

印刷: 北京国彩印刷有限公司

版次: 2003 年 8 月第 1 版

2003 年 8 月第 1 次印刷

开本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/32

印张: 3.5

印数: 00001—15070 册

字数: 35 千字

定价: 25.00 元

中国旅游出版社网址: www.CTTP.net.cn

时尚杂志社网址: www.trendsmag.com

中国旅游出版社发行部电话: 65201174 65201180 65201188





序：爱 CHANEL，爱生活，爱自己

你知道 CHANEL 吗？

如果这时候你想到的只是专卖店里的昂贵标签和模特们的高傲神情，或是安静地躺在你衣柜里的几件衣服、几双鞋子、皮包或饰品，那么这些不是我要说的全部。

你认识 CHANEL 吗？

黑色是她的灵魂。她的指尖永远夹着一支香烟，下巴永远高傲地抬起，她的眼睛里有不灭的激情，短发在耳后细腻卷曲，颈项间大串的珍珠闪烁着跳跃的灵感。

你了解 CHANEL 吗？

大家叫她“Coco”。她是一个贫穷的私生女，她曾经是一个小酒馆里卑微的歌手，那时候她经常唱的一首歌叫《谁见到Coco?》(<Qui Qua vu Coco>)，当时她的名字还叫做嘉比爱 (Gabrielle Chanel)。但是后来她创造了一个王国，她的言行和审美影响了整个 20 世纪的女人们。

很难想像，如果没有 Coco Chanel，

20 世纪的女人们也许会一直拖着带有裙撑和腰垫的僵硬裙裾气喘吁吁地赶路，同时还有巨大的帽子让她们抬不起头来；她们也许会一直沉浸在繁琐的花边和无用的空想里，让青春虚度；她们也许享受不到 CHANEL No.5 香水带来的神清气爽和柔软外套的贴身舒适；她们也许会经常哀怨地哭泣、无助地悲叹，永远是男人影子里软弱的附属品，即使看起来像一大束鲜花那么完美，但是沉重而孤单。

作为一个时装设计师，Coco Chanel 为女人们开创了一个尽情舒展肢体和展现优雅的广阔空间。用柔软的面料和男式服装的设计特点来丰富女装语言，针织品、斜纹软呢的应用，便帽、女装裤、游泳装、小黑裙都是她的得意之作；她教会女人们用怎样的形象面对世界，用怎样的态度面对生活；作为一个女人，她的情感生活同样丰富异常，一个又一个或富可敌国、或才华横溢的男子带领她完成了实现梦想的过程，卡柏、西敏公爵、斯特拉文斯基、

CHANEL



帕夫洛维奇大公……在她生命中像彩虹一样绚丽，却又像焰火一样消失。

即使爱情易碎，她还有一颗高傲而坚定的心，这促使她为了自己的事业不断努力，不完全依赖于任何人，在古稀之年依然精神抖擞地重返时装界，并且顽强地奋斗到生命的终结。你可以认为她是一个雄心勃勃的女人，因为她自己曾经说：“如果你没有翅膀，就不要阻止翅膀的生长。”她也许作为 20 世纪最伟大的设计师被人们铭记，同时不朽的还有她敏锐的思想和独立的个性。

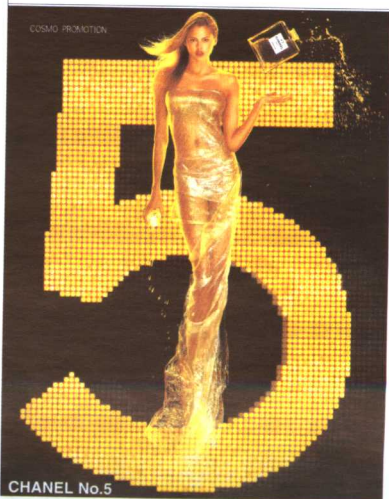
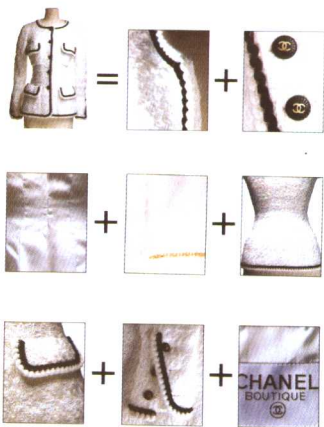
对于 Coco 本人，“精彩”是她生命的标签，“简洁”是她时装的精髓。

对于 CHANEL 品牌，你可以把它看作是一个永远保持活力和年轻个性的精灵，这同时也是它的品牌精神——“时装转瞬即逝，而风格永存”。

你热爱 CHANEL 吗？

它的力量不止体现在它的服饰和故事里，从诞生之日起，它就鼓励每一个女人解放自己的身心，以独立和自信寻找生活的乐趣，一直如此。

用心去爱吧，做一个无畏而快乐的人，爱 CHANEL，爱生活，爱你自己。



CHANEL

CHANEL 品牌故事

10	“戴那种帽子的脑袋会有用吗？”	
	要完美曲线，还是自由呼吸	12
14	CAMBON 大街上的光阴故事	
	穿长裤的女士	16
18	CHANEL 之鼻	
	这是一个太会做生意的女人	20
22	Coco 相要的……	
	100 万美金的好莱坞之旅	24
26	她的情人她的灵感	
	她的本性是自由的	28
30	珍珠！宝石！先不要管它真假	
	4000 名工人和 28000 件产品	32
34	“时装界的法西斯主义者”	
	回来，即使您已 71 岁	36
38	天才圣·罗兰和库雷热的超短裙	
	我们追明星，明星追 CHANEL	40
42	高级时装要完蛋了吗？	
	你一定会爱上她	44
46	Karl Lagerfeld 的时代来临了	
	CHANEL FACE	48

CONTENTS 目录

CHANEL 经典设计

56	“我只穿 CHANEL No.5 入梦”	54
	一件“小黑裙”	
62	菱格纹皮包、双色鞋、配饰	58
	拥有 CHANEL 的面孔	
66	时间流逝	64
	经典套装	

CHANEL 购物宝典

74	购物第1课：品牌标志识别——怎样在50米外认出 CHANEL	70
	购物第2课：拿到购物地图——世界各地的 CHANEL 精品店	
82	购物第3课：不要挑花了眼——最值得拥有的 CHANEL 礼物	78
	购物第4课：研究流行趋势——做一个 CHANEL 时尚行家	
94	购物总结篇：看 SHOW 看什么？	88
	* 广告欣赏	

CHANEL 精彩别册

106	“我了解女人”——Coco 名言妙语录	104
	CHANEL 的巴洛克城堡——Coco 故居	
110	CHANEL Fans 你应该知道……——大事年表	108
	这是哪个故事里的 Coco——相关传记和电影	
	* 参考书目	112

传奇并不完美，但是足够精彩。



CHANEL

品牌故事

Brand Story of CHANEL

1883年

8月19日原名嘉比爱·香奈儿(Gabrielle Chanel)的Coco出生于法国鲁瓦尔山的一个小村庄索姆尔。她是一对没有正式结婚的夫妇的第二个孩子。



1886年

一件燕尾小礼服出现在纽约州TUXEDO地方公园乡村俱乐部举办的秋季舞会上。该样式的男式小礼服(燕尾服)从此被称为TUXEDO。

1887年

可口可乐COCACOLA在美国正式投入生产。这是一种药剂师发明的饮料。

(1910年—1913年：Coco的帽子店开业了)

“戴那种帽子的脑袋会有用吗？”

您也许不知道，今天的CHANEL在当年竟是从一家帽子店开始的，也许形象上的“改头换面”的确需要“从头开始”。

帽子是上个世纪初期女人服饰中重要的一环，那时候不戴帽子的女人看上去似乎和大庭广众之下不穿衣服的情形差不多。同时，帽子的花样也成为妇女们竞芳斗艳的项目，羽毛、花卉、鸟标本、水果篮，各种古怪的玩意都可以堆到头上，以吸引别人的目光。帽子的体积发展得越来越

越大，以配合当时流行的庞大而华丽的裙子，这使得每一个女人看起来都像一座细节繁复的博物馆。如果你看过奥黛丽·赫本主演的《窈窕淑女》

(My Fair

Lady)，她在片中的经典造型（宽大的黑色饰边长裙，搭配同色系宽得不能再宽的帽子）一定让你感受深刻。

这个时期，CHANEL年轻美丽的创始人刚刚把自己的名字由嘉比爱(Gabrielle)改为可可(Coco)。自从母亲过世之后，她就被送进修道院，从18岁开始还在寄宿学校生活过几年的时间。离开学校之后的香奈儿女士在法国一个有很多兵营的小城市穆林的一间布料商店做推销员，她喜欢读爱情小说，并且梦想做一个歌手。在城中的一个小酒馆里，她经常唱两首歌《Qui Qua vu Coco》和《Ko-Ko-Ri-Ko》，因为里面都有“可可”这个字，她的名字也因此而改变。

当时的Coco也有了自己的情人，他是富有的法国面料商艾廷内·巴勒松。在情人的乡村别墅里，经常有来自法国贵族阶层的朋友，Coco对这个圈子倾心已久。作为乡村别墅的女主人，在这个时期的社交活动中，上层社会妇女的着装给她带来了深刻印象，那些服装利用了太多布料堆砌褶皱，凸显女人的胸部和臀部，穿上这种服装的女人像打了褶的大胸大臀的彩色



Coco设计的帽子



1891 年

钢铁大王 Andrew Carnegie 捐资 200 万美元建造的卡内基音乐大厅在纽约西 57 大街开幕。



1893 年

在巴黎，艺术家的模特为学艺术的学生公开脱衣。此行为被当地法庭罚款 100 法郎。



大帽子下的奥黛丽·赫本

候躲在店内的一个角落查看顾客对商品的反应，后来她兴奋地发现很多女客都对自己设计的新款帽子很有兴趣，并且也愿意接受她对她们服饰搭配的一些充满个性的意见。她知道自己做对了。

不久，一些女演员开始请 Coco 帮忙设计服装，而戏剧界的期刊《戏剧画刊》很快刊出了她带着自己设计的帽子拍的照片，Coco 被视为一位重要的帽子设计师。此时巴黎的大门开始向她徐徐打开，而她所梦想的通往高级时装的道路似乎也渐渐透出了明晰的光亮。

糖果，显得没有品位。同时她们夸张的帽子也很难看——“戴那种帽子的脑袋会有用吗？”她曾经这样对别人说。当时的 Coco 衣着有些男性化，发型整齐，穿着白色衬衣，有时还打领带，穿行在那些穿着雍容而繁琐的女人们中间，好像一股清风。

在情人的资助下，她决心开展自己的事业。首先，她在巴黎开了一家帽子店，推出款式简单而轻盈的女帽，店主人活泼而不失妩媚的短发，配合式样简单的帽子，成为自己商品的最好代言人。开始时，Coco 是有一点胆怯的，她甚至有时



梦想远大年轻貌美的 Coco

■ Coco 真正造成风靡的帽子款式是在她开始设计女装之后，配合一款针织女大衣推出的包裹头部的针织钟形女帽。由于它第一次使女性的头部变得秀丽而小巧，并且衬托出了修长的颈部，而成为所有开始剪短发的时髦人士的一时之选。

SAG43/01

CHANEL

1894年

在一部名为《蛇舞》的电影中，舞女 Carmencita 展露了她的内衣。该片被禁止放映。



1897年

救生圈肥皂被英国肥皂商引进。这种强力肥皂被宣传成是祛除身体异味的保健品。



1898年

一家德国药剂行把海洛因作为止咳剂。

(1913年—1971年：CHANEL时装的设计精髓)

要完美曲线，还是自由呼吸？

时装史上所谓“美好时代”中的女人们都是依靠紧身胸衣和大裙撑才拥有完美曲线的，但是这些累赘的确让人痛苦。我们都知道，把妇女从紧身胸衣中解放出来的是保罗·普瓦雷（1879—1944年）和玛利亚诺·佛图尼（1871—1949年），并不是 Chanel，他们宽松而舒适的设计

通过现代舞蹈大师邓肯的演绎而发扬光大。

对于 Chanel 来说，她希望通过自己的时装让女人们真正从头脑里把紧身胸衣抛弃掉，改变传统的束缚，以达到身心的自由。1913年，Coco 在法国 Deauville 开的时装店出售带有自己标签的针织衣服，她也是第一个将针织品——这种柔软

的男用内衣面料应用于女装的设计师。两年后，Coco 的第二家专卖店开业，她设计的束腰运动衫、法兰绒夹克、直身裙都成为当时非常受欢迎的款式，而亚麻的夏天装也成为海滩上度假人士的首选。到 1918 年，Coco 扩充了自己在巴黎的店铺规模，从原来仅集中于复装和设计沙滩装拓展到更广泛的设计范畴。但是，即使设计大衣、外套，CHANEL 都力求突出其宽松舒适的特点，以表达身体的随意性。她喜欢米色面料，因此她价格昂贵的时装也被称为“饼干装”，销量很好。1916 年的美国《Vogue》杂志宣称，CHANEL 简洁而价格不菲的针织裙装是“时尚的代名词”，从此扩大了 CHANEL 品牌的影响。而这个时期她设计的正式晚装则采用黑色的丝缎和薄纱，式样简单，却高贵典雅，一时成为社交界最热门的作品。

其实，这一点也不奇怪。从一开始的女装设计中，Coco 就把自己作为一个女人对服装的理解融入设计的核心，即高水平的质量和舒适感，通过裁剪和调节比例使身材的优点得到强调，从而具有吸引



穿紧身胸衣的完美背影。

1899年

这是当年美国妇女的服装价格：裙子4美元，衬衣35美分，紧身衣40美分，真丝衬裙5美元，小珠串钱包59美分。



1900年

在巴黎举行的国际博览会专设了一个“典雅厅”展出华贵的女装和男装，其中两个专门设计“高级时装”(haute couture)设计师捷克·杜塞(Jacques

Doucet)和查尔斯·沃斯(Charles F. Worth)的作品最引人注目。在从此后的100年中，巴黎成为了世界的时装中心。



新概念，而对于“时髦”她这样解释：“时髦并不仅仅停留在衣服上，它是在空气中的，它是思想方式，也是我们的生活方式，是我们周围正在发生的事。”Coco的确是一个具有当代眼光的设计大师，她不仅卖出自己的服装，还通过设计理念唤醒女性对于自己身体、对于生活品位的舒适感觉，提高她们的格调，从而改变平庸的生活。在这个意义上讲，她是 Calvin Klein、Ralph Lauren 这些当代设计大师的先驱和榜样。

力，而不是通过暴露身体达到性感。这些要素贯穿了她设计的整个过程，她自己这样打扮，也为顾客这样设计。在对女性身体的解放过程中，她了解到现代生活的一个重要原则——弹性就是力量。人不能成为复杂衣饰的奴隶，而应寻求自身的舒适、品位和魅力。

毫无疑问，Coco Chanel 自此开创了“时髦”的



■ 紧身胸衣。法文称为“Corset”，以木头、动物角、轻金属或鲸鱼骨制成，有系带束腰，同时把乳房向上推起，以制造出丰乳细腰的效果。自从维多利亚时期开始盛行以来，它违背生理特点的构造对女性身体造成极大伤害，而现代服装的开端就是从废除它开始的。

■ Coco 最重要的设计成就开始于她推出的第一套裙装——长及脚踝的裙子，被称为“四分之三”的短外衣，外衣用纺织品的腰带，而不是传统的皮带。衬衣的边缘简单而精炼，给人一种充满活力的新感觉，这也是第一套真正为女性自己设计的服装，并成为当时 CHANEL 的品牌象征。

1901年

柏林的医生Eugene Hollander为一位波兰贵族实施了世界上首例整容术。她为此提供了自己的图样。



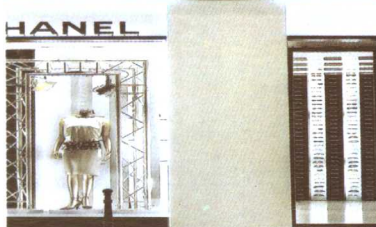
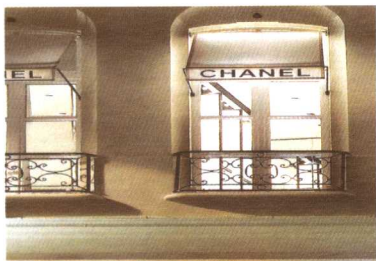
1903年

法国设计师普瓦雷(Paul Poiret)开设了自己的时装沙龙。他首次把妇女从紧身胸衣中解放出来,以弹性的乳罩和轻盈的吊带取代,并且用肉色的袜子取代了以往与S型服装搭配的黑色过膝长袜。



(1912年—现在: CHANEL精品店的风雨历程)

CAMBON 大街上的光阴故事



Cambon 街 21 号, CHANEL 精品店

如果有时间到巴黎做一次观光客,你的行程表里一定要有 CAMBON 街。天气好的时候,你可以在露天咖啡座喝一杯咖啡,然后慢慢走到圣多诺雷旧城街去,那是和香榭丽舍大道平行的一条街,东起卢浮宫,西到凯旋门。这里是右岸巴黎的风光之最,遍布著名古迹;在经过爱丽舍宫、玛德琳广场、梵登广场之后就是 CAMBON 街。也许你对 19 世纪末就坐落在附近的 HERMES 名店心存敬畏,也躲

开了 LV 店里的抢购长队,但脚步尚未游移,你就会眼前一亮——即使手里没有巴黎地图,你也可以轻松地找到它——CHANEL 的百年老店。

自从遇到阿瑟·卡柏(Arthur “Boy” Capel), Coco 的生命开始散发出光彩来了。这个年轻英俊的英国富商帮助 Coco 在巴黎热闹的 CAMBON 大街上开设了一家 CHANEL MODES (香奈儿时时尚屋); 1919 年,她又把店面从 CAMBON 街 21 号搬到 31 号,那一年 Coco 已经成为时装界的新宠。

镜梯、扶手椅、米白色羊毛地毯这些都已成为如今 CHANEL 精品店的注册商标;而在当时 CAMBON 街的沙龙里,每一天 Coco 都是这样开始的——“从早上一踏进店里,她就傲气十足地抬着头,扬起下巴,一切都在她的掌控之下。她穿着简单的黑裙和毛衣,爬上三段又陡又窄的阶梯,走进工作室,卷起袖子,坐在地板的坐垫上,点起一根烟,开始工作。”

这一切在顺利地持续了 20 年之后,却被第二次世界大战摧毁了。由于错误地

1904年

网球和自行车开始在欧洲的年轻女性中流行。吉布森女郎 (The Gibson Girl) 被称为爱德华时代的“完美女性典范”。



1905年

法国科学家Alfred Binet发明了智商测试法。



1906年

伦敦一家美容厅里首创了“永久性波浪烫发”，整个过程要花费8~12小时。

判断了形势，过于乐观的 Coco 不得不面对突如其来的战争。1939年秋天，疲惫的 Coco 宣布关闭时装店，因为这时候没有人在意时装了。

如果说第一次世界大战成就了 CHANEL，那么第二次世界大战所带给 Coco 的恰恰相反，战事让人看不到希望，CAMBON 街很明显地萧条了，CHANEL 店曾经在战争时期开业，只是向各国大兵们售卖著名的 CHANEL No.5 香水。之后由于 Coco 一直处于半退休状态，20 世纪 40 年代末去光顾 CAMBON 街的客人只能买到 Chanel 的香水、饰品和一些毛衣、裙子，却找不到 CHANEL 女装的影子了。



在 1954 年 2 月 5 日，这里终于又重新热闹起来，因为 71 岁的 Coco 重返时装界，并推出了新装，在 CAMBON 街的店里举行的展示会中，来自世界各地的买家和媒体占满了沙龙里的舞会坐椅，找不到座位的人只好站在后面看。这时，身穿轻便的针织外套和裙子的 CHANEL 在朋友的簇拥下，高高地站在螺旋梯上的老位置，“她黑色的眼珠像亮片一样闪亮，瘦削的脸颊黄金般发光，红色的嘴唇仍然喷云吐雾”，从此 CAMBON 街又因为 CHANEL 而变得人气鼎盛了。

■ 1919 年，在巴黎出现了 3 家具有国际影响的时装店，它们分别是 Cambon 街上 Coco Chanel 时装店，Royale 路上的爱德华·莫林诺克斯 (Edward Molyneux) 时装店和让·巴泽 (Jean Patou) 的时装店。相比较来说，Coco 擅长高级女装，Edward 的英国血统和品位吸引了不少欧洲的旧贵族和一些世族家庭顾客，在战后尤其受到推崇，而由 Jean Patou 设计的舒适型运动服装，品牌具有他独有的字母组合“Monogram”，特别受大众欢迎。在“一战”之后，这 3 家时装店成为了法国时装设计的发展核心。

CHANEL

1907年

巴黎设计师玛利亚诺·佛图尼推出“迪佛斯晚装”(Delphos evening dress),灵感来自古希腊的束腰外衣。穿上它的女人可以自由舒展肢体,从而使它成为舞蹈大师邓肯的首选。

1909年

Selfridges时装店在伦敦的牛津街开业。



1911年

歌曲《每个人都在做》(Everybody's doing it),使火鸡舞风行一时。

(1920年—现在: Coco所带领的时装进步)

穿长裤的女士

“时世造英雄”。20世纪20年代,对于Coco来说至关重要。时装史上称这个时



Coco在伊顿庄园

期为“女男孩时代”,Coco Chanel是这个时期的偶像和代表人物之一,从剪短发开始,她的装扮成为所有女性竞相模仿的风格,“女男孩”一词据说是因她而发明,而她也确实在这个时期做出了很多领潮流之先的创举——1920年,她把长裤应用于女装。1921年,推出Chanel NO.5香水。1926年,设计出著名的“小黑裙”。接着是海滩装、斜纹软呢的应用……到1929年,CHANEL被美国《Vogue》杂志称赞“具有‘整体造型’的理念。”同时,由于有伟大的爱情滋润,这个时期的Coco也是最迷人的,她和英国首富西敏公爵交往顺利,成为公爵庞大的伊顿庄园的女主人,权贵富贾是她每天的座上宾,此时她俨然成为了一颗光华耀眼的社交明星,成为每个人想结交的对象,Coco的黄金时代到来了。

服装改变生活。西方女性一直以来都以曳地长裙展现完美体态,但束缚也由此产生。到20世纪初,曾经盛行于欧洲的长及脚背的裹腿裙让每一个爱时髦的女人都感到举步维艰。因此,在1901年英国就出现了女装长裤的先兆,这和当时广