

中国纺织大学出版社

时装表演艺术

MOHS

包铭新等
• 编著 •



时装表演小史

tion & Fashion Show

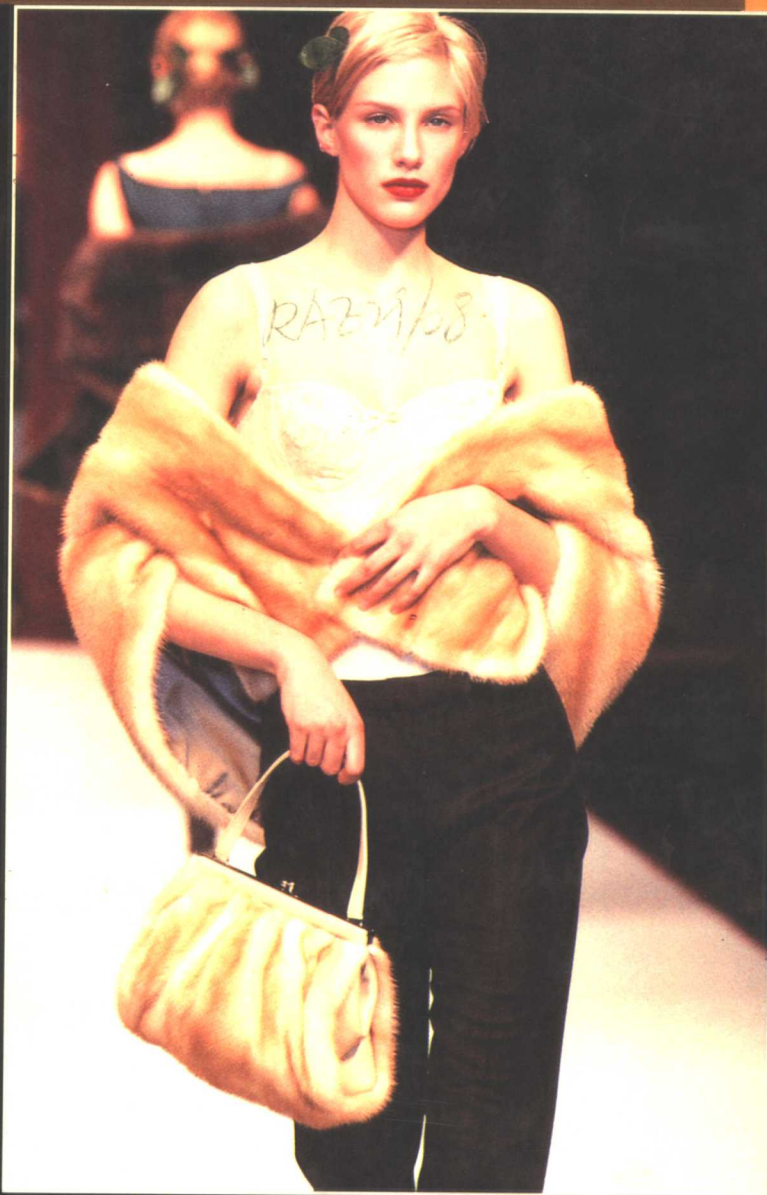
表演的编导与组织

y, Light & Music

• 如何挑选和训练时装模特

Models

• 如何欣赏时装表演



总策划 陈旭炜
策 划 吴川灵 徐安妮
责任编辑 徐建红
封面设计 彭 波
版面设计 陆志雁

时装表演艺术

包铭新 王小群 刘 亭 于菁华 编著

中国纺织大学出版社出版

(上海市延安西路 1882 号 邮政编码 200051)

新华书店上海发行所发行 上海中华印刷厂印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 8 字数: 179 千字

1997 年 11 月第 1 版 1997 年 11 月第 1 次印刷

印数: 0 001—8 000

ISBN 7-81038-119-9/J·11

定价: 38.00 元

序

“潮流不断在变，而风格永存。”这是一代宗师夏奈尔的名言。不管潮流如何变更，保持自己独特的衣着风格才是真正的品位。而品位的提高在于日复一日不断的积累。基于这点考虑，我们出版了这套服饰艺术丛书，希望能为广大读者提供一些服饰方面的理论知识或是经验指导。

素有中国时装设计师、服装工程师摇篮之称的中国纺织大学，人才辈出，群星璀璨。这套书的作者正是中国纺织大学服装学院的知名专家教授们，他们在服装领域的某一支，如时装评论、时装设计、服饰配套、服装制作等方面均有很深的造诣。这次由他们联袂合作，使本套书的质量达到了很高的水平。

本套丛书共有六册，即《时装鉴赏艺术》、《服饰配套艺术》、《时装摄影艺术》、《服装制作艺术》、《时装设计艺术》和《时装表演艺术》。《时装鉴赏艺术》，讲述如何提高人们的服装鉴赏水平，着力培养人们的服装审美能力。《服饰配套艺术》，介绍各种服饰的搭配方法，如单件服装的配套、时装色彩的搭配、不同体型的穿着等。《时装摄影艺术》，阐述了时装摄影的技巧和流派，探讨了摄影与时装、心理学诸方面的关系。《服装制作艺术》，重点对艺术服装的制作工艺进行了详细的讲解，同时介绍了立体裁剪技巧及立体构成艺术。《时装设计艺术》，介绍了时装设计形式与方法、时装造型手段与灵感、时装的流行与命名等内容。《时装表演艺术》，讲述如何培训时装模特，时装表演的要点，以及观众如何欣赏时装表演等。

本套丛书所述的内容，涵盖了服装界的大部分领域，较为全面地反映了服饰艺术的各个方面。各书又独立成篇，是各位服饰行家的最新力作，反映了服饰行业的最新成果。

出版高水准、高品位的服饰类图书是我社不懈追求的目标。但愿这套服饰艺术丛书能使您在潮来潮去的服饰时尚中，找寻到属于自己的风格。

编者

目 录

第一章 时装表演的起源与发展

- 一 “时装玩偶”和玩偶时装表演 1
- 二 早期的真人时装表演
(19世纪中叶~20世纪初) 2
- 三 时装表演的繁荣期 3
- 四 我国时装表演的发展 4
 - (一) 30年代早期的时装表演 4
 - (二) 新中国时装表演的萌芽期
..... 11
 - (三) 时装表演从存在到合法化
..... 12
 - (四) 时装表演从合法化到
国际化 15

第二章 时装表演的种类和形式

- 一 时装表演的种类 17
 - (一) 促销类时装表演 18
 - (二) 发布信息类时装表演 18
 - (三) 竞赛类时装表演 18
 - (四) 娱乐类时装表演 18
- 二 时装表演的形式 20
 - (一) 程式化表演 20
 - (二) 戏剧化表演 20
 - (三) 探索式表演 20
 - (四) 主题型表演 20
 - (五) 简易型表演 20
 - (六) 街头式表演 21

第三章 时装模特儿与时装表演

- 一 时装模特儿的作用 22
- 二 时装模特儿的种类 22
 - (一) 走台模特儿 28
 - (二) 摄影模特儿 28
 - (三) 试衣模特儿 28
- 三 时装模特儿的基本条件 28
 - (一) 体形 28
 - (二) 气质 30
 - (三) 展示能力 30
- 四 不同种类模特儿的专业要求 30

- (一) 走台模特儿 30
- (二) 试衣模特儿 31
- (三) 摄影模特儿 31
- 五 时装模特儿的管理方式 34
 - (一) 团队制 34
 - (二) 代理制 34
 - (三) 个体 35

第四章 时装表演的场地

- 一 选择地点 36
 - (一) 室内 36
 - (二) 室外 38
- 二 台型的确定 38
- 三 灯光 41
- 四 背景 41
- 五 音响 44
- 六 后台 44

第五章 时装表演的化妆与发型

- 一 时尚对时装表演形象造型的影响
..... 46
- 二 化妆须和时装表演主题相协调 51
 - (一) 化妆与服装配合的三要素
..... 51
 - (二) 模特儿表演不同类型服装
的化妆 51
 - (三) 美容流行信息 54
- 三 演出前化妆效果的检查 56
- 四 演出前的补妆 56
- 五 美容与护肤 57
 - (一) 重点在卸妆 57
 - (二) 注意起床后的保养 57
 - (三) 平时少化妆 57
 - (四) 合理摄取营养 57
 - (五) 注意全身护肤 57

第六章 时装表演的道具与饰品

- 一 道具与饰品的作用 58
 - (一) 烘托气氛 58
 - (二) 设置情景 58

(三) 表现细节	58
二 道具与饰品的种类	58
(一) 包	59
(二) 伞	61
(三) 扇子	61
(四) 围巾	62
(五) 眼镜	64
(六) 饰品	65

第七章 时装表演的训练

一 基础训练	77
(一) 形体训练	77
(二) 台步基础训练	87
(三) 转身技巧	87
(四) 造型练习	87
二 运用服装和饰物的训练	92
(一) 运用服装的训练	92
(二) 运用饰物的训练	92
三 时装表演的排练与演出	103
(一) 初排	103
(二) 彩排	108
(三) 演出	108

第八章 时装表演的策划和组织

一 确定主题	110
二 制定预算	110
三 编导与模特儿	111
(一) 确定编导	111
(二) 选择服装	111

(三) 挑选模特儿	112
(四) 投入排练	112
(五) 前台制作	113

四 工作人员安排	114
(一) 舞台监督	114
(二) 催场员	114
(三) 检查员	114
(四) 化妆师与发型师	115
(五) 风格师	115
(六) 穿衣工	115
(七) 熨衣工与修补工	115
(八) 保安人员	117
(九) 解说员	117
(十) 服务人员	117
(十一) 新闻发布人员	117

五 相关活动安排	117
(一) 安排席位	117
(二) 票务操作	118
(三) 新闻发布	118
(四) 酒会	118

第九章 时装表演的审美

一 服装的形式美因素	120
(一) 色彩	120
(二) 款式	121
(三) 材质	121
(四) 细节	121
二 时装模特儿的表演欣赏	121

第一章

时装表演的起源与发展

一 “时装玩偶”(Fashion Doll)和 玩偶时装表演

当代的时装模特儿与源于古希腊时期用于绘画的人体模特儿没有什么关系。它直接的起源是14世纪末流行于法国宫廷的一种风俗。1391年,法国国王查理六世的妻子伊莎贝拉发明了一种“玩偶”,它是用木材和粘土制成,和真人同样大小。王后为它穿上当时宫廷内的新款时装,打扮得既时髦又漂亮,把它作为礼物送给英王查理一世的妻子安妮王后。在当时,这种玩偶被称为“时装玩偶”,它与今天我们用来陈列服装的人体模型已经很相似了,在功用上也是同样为了展示新款时装,可以认为,这种“时装玩偶”是有生命的时装模特儿的原型。

在以后的日子里,一个宫廷向另一个宫廷赠送这种玩偶,渐渐成了礼仪和风俗,并被人们当作一种

表示善意的礼物,称为“玩偶模特儿”(Model Dolls)。这可以算是用“Model”这个词来形容展示服装的人的开始。用玩偶模特儿来交流时装信息在欧洲很快流行起来。

1896年,英国伦敦举办了首次玩偶时装表演,获得极大成功。同年3月,创刊于1892年12月的著名的VOGUE杂志,在纽约举办了为期三天的玩偶时装表演。这是一场义演,在时装表演史上被称为“Model Doll Show”。这种玩偶时装表演可以被认为是现代时装表演的起源。

二 早期的真人时装表演 (19世纪中叶~20世纪初)

查理·沃思(Charles Frederick Worth)这个开创了法国高级女装业的英国人,也是第一个真人时装模特儿和真人时装表演的创造者。

1845年左右,沃思在法国巴黎一家专售羊绒披



时装模特儿与绘画模特儿并没有什么关系,但很多绘画模特儿事实上做了与时装模特儿相同的工作——展示服装

巾、大衣和装饰品的商店 Gagelin & Opigez 工作。他设计出一款新颖的披巾,如何让顾客们认识和喜爱上它呢?正巧店里有一位年轻迷人的女营业员玛丽·韦尔纳(Marie Vernet)小姐,沃思先生突发奇想,他让韦尔纳小姐披上披巾,向顾客展示平面的披巾在人体上的立体效果。结果生意一下子好了起来,披巾被抢购一空,而玛丽·韦尔纳小姐也成为了世界上第一个真人时装模特儿。

后来,韦尔纳小姐成了沃思夫人。1858年沃思离开了 Gagelin,与一个瑞典人 Bobergh 合伙在巴黎开了第一家真正的高级女装店。沃思在他自己的商店里,开始用真人时装模特儿展示他设计的作品,这可以算是真人时装表演的开始。

19世纪末,巴黎陆续开起了其它的高级女装商店,真人时装模特儿进行的时装表演逐渐多了起来,成为寻常事。

1910年前后,欧洲以外的美国中西部的一些时装制造中心也开始举办商业性时装表演。

1914年11月4日,VOGUE的编辑 Edna Woolman 召集了一些社会名流,赞助举办了名为“纽约时装周”的表演,时装周在优雅的 Ritz-Carlton 酒店宴会厅开幕,演出收入被用作战时福利,送交给了慈善委员会。这次时装周标志着时装表演已经成为一种大众娱乐活动的新形式。

1914年8月18日,由芝加哥服装生产商协会主办,在芝加哥举办了被称为是当时“世界上最大型的款式表演”。参加这次交易会的约有5000人,由100名女模特儿展示250套服装。这次表演有三个特别之处:一是表演被拍成了电影,使得全美的服装商们都可在当地的剧院里观看这场表演;二是表演台非常巨大,达到70英尺×100英尺,并且有一直延伸到观众处的伸展台,这可以说是跑道(runway)即T型台的初次运用,它使得观众能更清楚地看到服装;三是表演时装模特儿展示速度很慢,每个模特儿可以有1分20秒时间走到前台。

1917年2月5日到10日,芝加哥服装生产商协

会主办了名为“时尚发源地”的时装表演。这次演出首创了以放映电影胶片作为舞台背景,这一技术直到60年代才得到广泛应用。



欧洲宫廷的时装玩偶是时装表演与时装模特儿之源



三 时装表演的繁荣期

时装表演在 20 世纪的上半叶开始繁荣起来。

这期间出现了专事时装表演制作的职业制作人和模特儿代理公司。比如纽约的 Eleanor Lambert, 她于三四十年代在时装表演领域里进行了一些开创性的革新, 她首创了一年一度的“COTY 全美时装评论家奖”和一年两度的专为报刊编辑们举行的“新闻发布周”, 同时, 她还和杰出的时装编导 hes-tor Gaba 合作, 制作了许多脍炙人口的著名时装表演。1946 年, 纽约诞生了世界上第一家模特儿经纪公司——福特(Ford)模特儿代理公司。“评论形式”和“代理制”的出现, 对整个时装表演业和模特儿业的发展起到了极为重要的推动作用。

这一时期模特儿的阵容也发生了变化。20 年代, 德梅耶率先使用社交红星和著名女演员为时装模特儿, 这不仅确立了时装模特儿的社会地位, 也帮助提高了专业时装模特儿的演出水准。1937 年, 美国的一位名叫 Elizabeth Hawes 的小姐首次 in 女装表演的同时引进了男装表演。20 世纪 50 年代, 开始涌现出 Shirley Worthington、Battina 等明星模特儿, 时装模特儿从此开始变成一项令人瞩目的职业。此外, 广播电视等新型媒体的报道, 都使时装表演成为人们生活中一项很重要的内容。

进入 20 世纪下半叶, 由于人们生活方式的变化和各种文化思潮的出现, 使时装表演出现了具有鲜明的时代特征。

60 年代, 萨特存在主义哲学的兴起和西方信仰危机的出现, 如嬉皮士、青年运动、披头士以及现代派戏剧等西方文化现象对这一阶段的时装表演

产生了重大影响。时装表演用戏剧性和场景性诠释某种特定的文化表征,模特儿开始用舞蹈和运动代替了传统的行走;音乐作为一重要表现因素贯穿全场;整个演出过程,取消了以往流行的评论和解说,使演出与观众形成一种“间离效果”的体验感。1969年,今天世界上最大的模特儿代理公司——ELITE公司成立,ELITE公司的成立,推动了模特儿界超级明星的诞生,也改变了以往金发美女在时装表演中一统天下的局面,成立后不久,就很快发展成为巴黎最大的模特儿代理公司。60年代还出现了世界上第一个超级明星模特儿——崔姬(Twiggy),她那男孩子般的外貌,迷你式裙装,短发和三道眼线,强调大眼睛的化妆,不但在女孩子中风靡一时,而且成为一种“崔姬风貌(Twiggy Look)”。

70年代朋克风带动一批野性十足甚至带些邪恶表情的模特儿出现在各大杂志的封面上。她们有着雪白的脸、漂白染色的头发和夸张的黑眼睛。同时,室外生活和运动的风行使那些皮肤晒得黝黑、金发和健康的女郎也出尽风头。广告业的发展,使这一阶段的模特儿收入大大提高。1940年,广告商一次付给模特儿的报酬可以不足25美元,到70年代末,纽约名模在一天的商业广告活动中能得到5000美元。特别是1977年,ELITE公司打破了一直以来的模特儿费用设定的公价,导入了按个人素质自由交涉价格的规例,更促进模特儿这一行业向高收入的发展,这就为超级模特儿的诞生奠定了基础。

80年代诞生了一批炙手可热的超级名模,她们的名声、地位和收入直逼好莱坞大牌影星。Cindy Crawford、Claudia Schiffer、Linda Evangelista、Isabella

Rossellini、Naomi Campbell 这些名字人们不仅耳熟能详,她们的生活、情感、兴趣等也在人们关注之中。超级名模的地位上升到了前所未有的地步。与此同时,她们的报酬也上升到了一天1000美元(60年代红遍全球的瘦骨仙崔姬一天不过600美元),此外,还有大量的收入更高的广告、电影、电视合约在等候着她们。

经济的复苏,人们喜欢刻意装扮。时装表演的风格奢华,在整体制作上日臻完美,更强调音乐、灯光和舞美的合成统一,逐渐成为一个多媒体的夸张表演领域。

进入90年代,返朴归真的审美时尚卷土重来。新冒升的时装模特儿新星如Kate Moss、Lucie De la Falaise、Kristy Hume等并没有Cindy、Linda般的完美体态和漂亮五官,却出乎意料地被大众接受了。Kate Moss纤弱的身段让人觉得是60年代Twiggy式的翻版,平平无奇的五官,却给人震撼的力量。可以预测,未来十年里,她们将代替Linda和Cindy的超级名模地位。在表演上,模特儿开始追

求平日散步般轻松地行走,尽可能地追求似平日散步般轻松的姿态。

四 我国时装表演的发展

(一)30年代早期的时装表演

时装表演作为一社会经济文化发展的产物,在中国最早出现于纺织工业发达的上海。

1930年10月9日,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,举行中国历史上第一场真正的时装表演。《申报》为此进行了连续三天的宣传报道,政商要人及社会



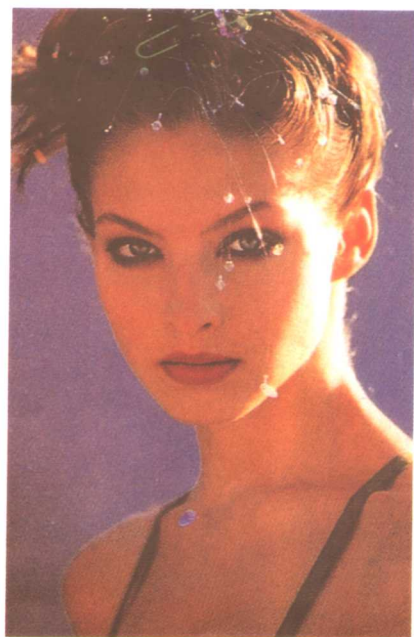
60年代的超级名模崔姬(Twiggy)



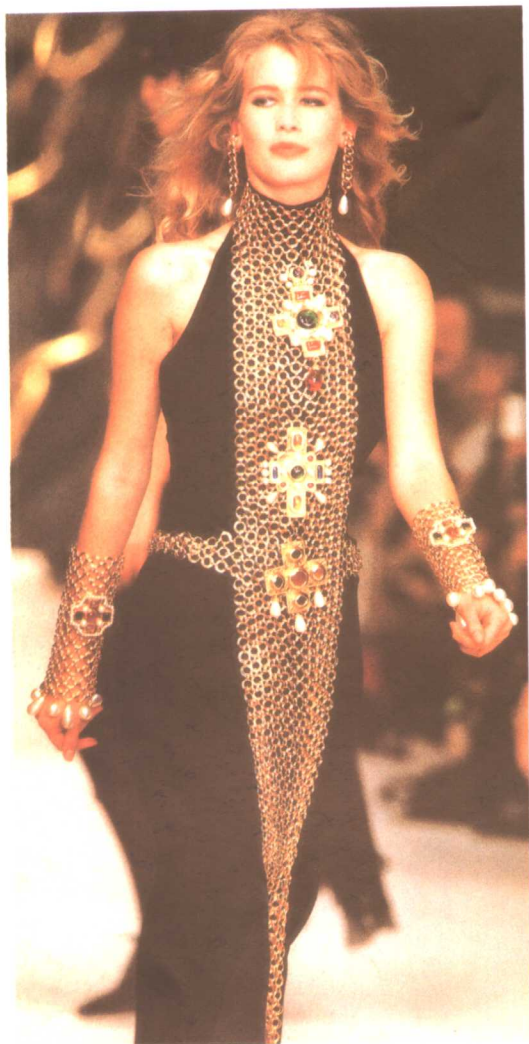
名模卡伦·米尔德(Karen Mulder)



来自马德里的超级名模阿伐瑞(Nieves Alvarez)



超级名模克里斯蒂娜(Kristina)



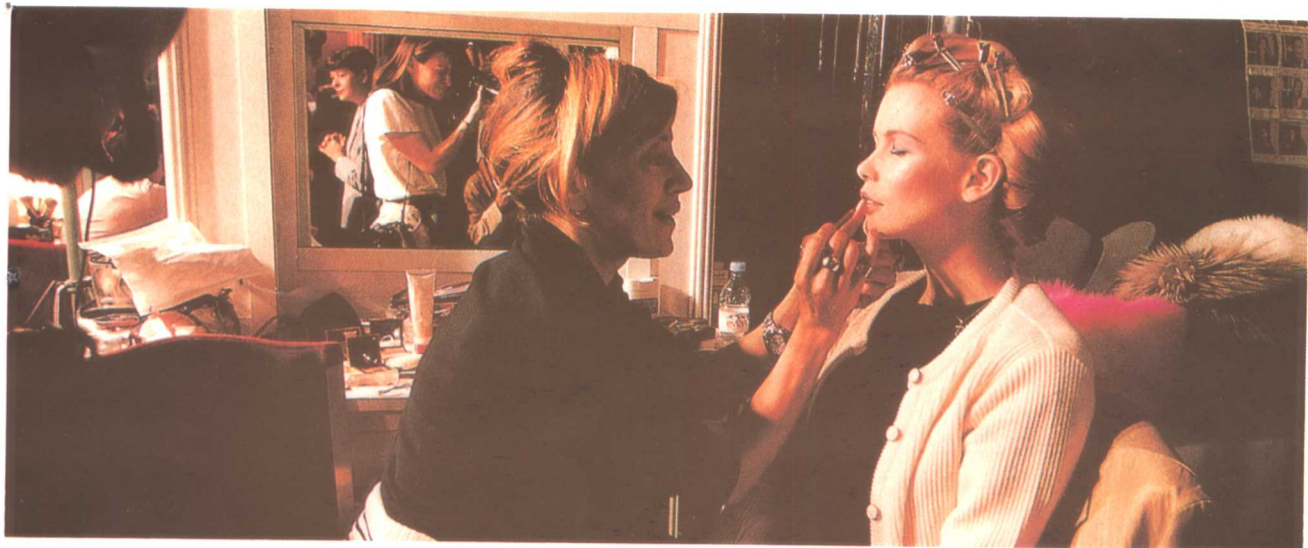
趙家、楊家、趙家、產無在表張豐榮等四家



世界超级名模琳顿(Christy Turlington)



超级模特儿伊纳斯·萨斯特(Ines Sastre)

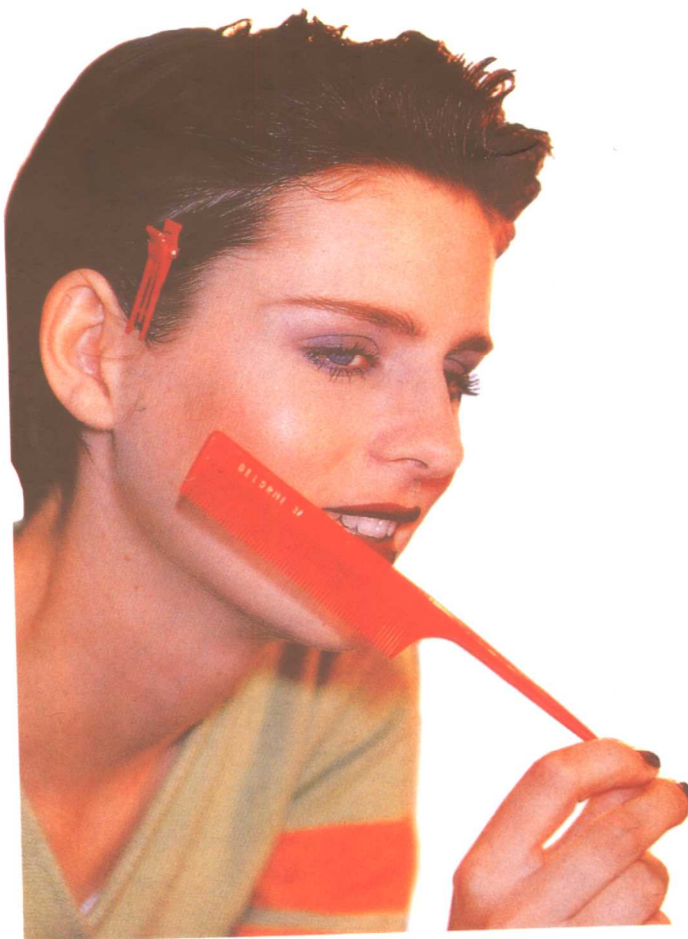


克劳迪娅在上台前



克劳迪娅与圣洛朗一起谢幕

身高 1.83 米 体重 56 公斤
三围 86/61/89 厘米



夏奈尔的形象模特儿斯特拉(Stella Tennant)



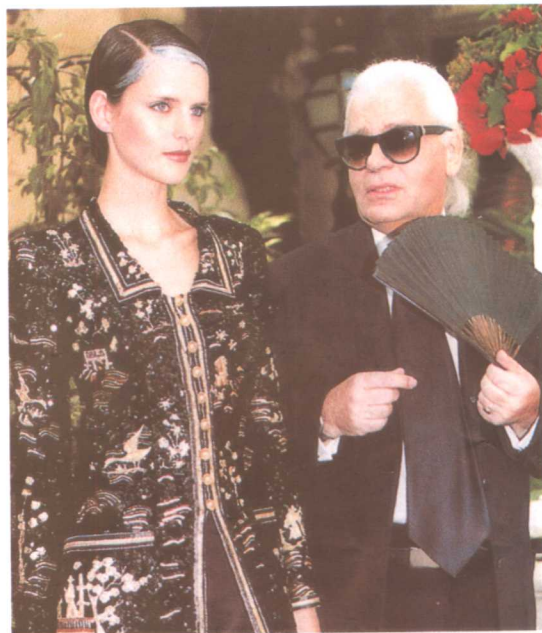
男性名模马库斯(Marcus)



男性名模坎麦龙(Cameron)



成立于 1928 年的英国时装模特儿代理机构
Lucie Clayton's 也负责培训工作



斯特拉是拉格菲尔德最欣赏的时装模特儿

名流皆踊跃前往观摩,出席观众共达2000余人,引起了不小的轰动。

此后,美亚绸厂广招仕女,并吸收交际花、影星、政要夫人等名人,组成了模特儿表演队,1932年发展到22人。她们常常结合产品展销举办时装表演,有时利用中国传统庙会中的抬阁形式,由模特儿着装上抬阁,以人力抬着巡回表演。与此同时,美亚绸厂还把进行的时装表演拍成电影,去东南亚宣传,为销售广开宣传之门。

1932年,得到外来人员的资助,在当时上海著名的游乐场所,如丽娃栗坦村、南京戏剧院等出现了洋装表演。模特儿均来自欧美,展示服装包括礼服、日常服和运动服,表演全属欧美当时时装表演形式,编排和舞美皆极具水平。

男子时装表演也开始出现,所展示的服装为当时国际流行的西式礼服、西服马裤和苏格兰式带绑腿的西服马裤,男模特儿一个个仪表堂堂,气度非凡。

新中国成立后,一直到70年代末,未曾见到有关时装表演的报道。在当时也没有专业的时装模特儿,但有真人进行的时装展示,有相当于时装模特儿的“时装表演员”。总之,从建国后到改革开放前,这段日子是中国时装表演的低谷期。

(二)新中国时装表演的萌芽期

1979年,皮尔·卡丹带了8名法国模特儿和4名日本模特儿到北京和上海举行时装发布会,这是新中国国土上发生的第一次时装表演。皮尔·卡丹不仅带给中国人民时装的概念,也带给中国人民时装表演的观念。在当时的中国举行时装表演完全是需要勇气的。即使这样,演出也很困难,只限于“内部观摩”,并严格对号入座,票子还不许转让。但无论如何,这是零的突破,是时装表演业在中国的开始。

较其它地区开放的上海,得风气之先,于1980年由上海时装公司率先成立了新中国第一支时装表演队,这是新中国时装表演史上又一个零的突破。由此诞生了新中国第一批专业时装模特儿,她们是史凤梅、徐萍、张毅敏、黄琦、柴瑾、万红、蒋雅萍等12人。1981年2月9日晚,新中国第一支时装表演队在上海友谊电影院举行了首场演出的彩排,这是新

中国时装表演史上,第一场全部由中国人组织、训练、提供服装,并全部由中国自己的模特儿登台的时装表演。

1981年11月,由皮尔·卡丹的特别助理宋怀桂女士筹备的皮尔·卡丹时装发布会在北京饭店西楼大厅举行。除了卡丹带来的2名外国模特儿外,表演的其余十几名男女模特儿都是中国模特儿。这是中国历史上第一次公开的国际性时装表演。



(三) 时装表演从存在到合法化

整个 80 年代,由于改革开放的深入和人们对时装表演的不断认识,中国的时装表演获得了飞速的发展。

1983 年 4 月,上海服装表演队到北京参加原轻工业部主办的五省市服装鞋帽展销会,中央电视台首先突破了媒介宣传的禁区,在“为您服务”节目里播放了她们演出的录像,接着新华社、《人民日报》、《中国日报》、中央人民广播电台等二十几家新闻单位都纷纷予以宣传报道。法新社、美联社、加拿大广播公司、挪威国家广播电台等国际新闻机构也都闻讯而来,采发了专题报道。

特别是 1983 年 5 月 13 日晚 7 时 30 分,党和国家领导人杨尚昆、万里、邓颖超、薄一波、张劲夫、郝建秀等兴致勃勃地在中南海紫光阁观看了上海服装表演队的演出,并对时装表演这一新生事物给予了热情的鼓励和肯定。

中央的认可和关心推动了时装表演事业的发展。一些模特儿表演培训班相继出现,其中最早的当推由北京东城区文化馆吕国琼主办的“服装广告艺术表演班”。

在 80 年代后期,当上海市服装公司时装表演队

频频出访香港、莫斯科、巴黎等地时,北京的时装表演队也悄悄地崛起。在美国时装专家王榕生的培训下,涌现了叶继红、彭莉等一批名模。这期间的时装表演出现了四个显著变化。

一是时装表演队由行政管理渠道纳入了法人经营负责机制。1987 年以张舰为法人的北京服装开发公司和北京服装协会报请市经委、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》的时装表演队,法人是张舰。

二是模特儿水平明显提高。由于外国时装专家的授课培训和时装模特儿的公开招聘,形成了职业模特儿产生的宝塔型筛选制,再加上各种形式的国内外模特儿交流演出,中国模特儿的身材条件和表演水平获得了总体上升。

三是模特儿表演竞赛机制的建立,为名模的出现提供了条件。1989 年中国开始出现各种名目的时装模特儿大赛,这一年举行了中国第一届时装模特儿表演艺术大赛,首次评出了以叶继红为首的我国的“十大名模”。

四是各地的时装表演队如雨后春笋般涌现。继上海、北京之后,深圳、杭州、天津、广州、哈尔滨、成都、南京、常州、郑州等城市也陆续成立了专业时装表演队,中国的时装表演业异常繁荣。



姚佩芳等中国最早的名模 1986 年在
北京长城演出