



P R I C I N G
B E A U T Y

The
Making
of
a
Fashion
Model

美丽的 标价

模特行业的规则

[美] 阿什利·米尔斯 著

Ashley Mears

张皓 译

P R I C I N G
B E A U T Y

The
Making
of
a
Fashion
Model

图书在版编目 (CIP) 数据

美丽的标价：模特行业的规则 / (美) 阿什利·米尔斯著；
张皓译. —上海：华东师范大学出版社，2017

ISBN 978-7-5675-6640-8

I. ①美 ... II. ①阿 ... ②张 ... III. ①模特儿—职业—研究
IV. ① TS942.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 170000 号

Pricing Beauty: The Making of a Fashion Model

By Ashley Mears

Copyright © 2011 The Regents of the University of California

Simplified Chinese translation copyright © East China Normal University Press Ltd

This edition published by arrangement with University of California Press

Photographs courtesy of Beowulf Sheehan, except as noted.

上海市版权局著作权合同登记 图字：09-2015-454 号

美丽的标价：模特行业的规则

著 者 (美) 阿什利·米尔斯

译 者 张 皓

责任编辑 顾晓清

封面设计 周伟伟

出版发行 华东师范大学出版社

社 址 上海市中山北路 3663 号 邮编 200062

网 址 www.ecnupress.com.cn

邮购电话 021-62869887

网 店 <http://hdsdcbs.tmall.com/>

印 刷 者 苏州工业园区美柯乐制版印务有限责任公司

开 本 890 × 1240 32 开

印 张 14

字 数 285 千字

版 次 2018 年 6 月第 1 版

印 次 2018 年 6 月第 1 次

书 号 ISBN 978-7-5675-6640-8/C · 248

定 价 69.80 元

出 版 人 王 焰

(如发现本版图书有印订质量问题, 请寄回本社市场部调换或电话 021-62865537 联系)

致 谢

要感谢许多人，没有他们这个项目将一直被遗留在 T 台上。我要感谢我的调查对象们，谢谢他们付出的时间，感谢他们不介意繁忙的日程被打断来分享他们的故事，并且认真对他们的工作反思。非常感谢我之前的经纪人们。这些文字有的地方表达出了对时尚界的批判，但我希望它们仍旧表明了我对模特经纪人工作的尊敬。

在纽约大学期间，我很幸运找到了一个有创造性的导师团队——事实上，我认为他们是“前卫有型”的典范。多亏了我的智慧缪斯 Harvey Molotch 和拥有鼓舞人心想法的 Graig Calhoun。我一直敬畏于 Judith Stacey 作为一位社会学家的慷慨、教导以及引人注目的风格；我不能从一位指导老师那里要到比这还多的了。

其他许多的学者已经读过并帮助改进了我的作品，包括 Ann Moring, Dalton Conley, Caitlin Zaloom, David Garland, Howard Becker, Lynne Haney, Sudhir Venkatesh 和 Richard Sennett。Viviana Zelizer 热情地欢迎我进入到她的研究领域。在伦敦期间，Joanna Entwistle 给予了我慷慨的帮助。在佐治亚大学的本科期间，我很幸运地师从 William Finlay，当我恰有需要的时候他助了我一臂之力，并继续做我研究生阶段的导师。

在纽约，我有极其支持我的朋友阅读（并反复阅读）许多章节：感谢 Noah McClain, Amy LeClair, Jane Jones, Sarah Kaufman, Tey Meadow, Rebecca Glauber, Melissa Velez Owen Whooley, Harel Shapiro, Grace Yukich, Beowulf Sheehan, Melissa Aronczyk, Claudio Benzecry, Alexander Frenette 和 Frederic Godart。两个写作小组是尝试新想法的重要论坛：NYLON 研究网（形成于纽约大学和伦敦经济学院），由 Graig Calhoun 和 Richard Sennett 领导，以及在纽约大学的，由才华横溢的 Sarah Damaske 与 Allison McKim 二人组织的性别与不平等研习会。Magali Armillas-Tiseyra 和 Beth Kramer 致力于维持“研究生讲堂”这一宝贵的传统。同样感谢 Olya 的好心与好奇心，感谢 Dasha 令人愉快的陪伴。

完成本书这一挑战因有了波士顿大学同仁的支持而变得轻松，特别是 Sigrun Olafsdottir, Julian Go 和 Emily Barman 的帮助。我刚好得益于本科时期的助理研究员 Laura Wing 的工作。我的编辑 Naomi Scheider，感谢她在一开始就对这个项目的信任，以及直到最后都对我展示出的无限耐心。

一些章节的早期版本在其他地方已经出现过了。第二章和第四章的部分出现在由 Jens Beckert 和 Patrick Aspers 编辑的《商品的价值：经济学中的估价与定价》（伦敦：牛津大学出版社，2011）一书的《定价外形：时尚模特市场中圈子的价值》，并得到了牛津大学的转载许可。第三章的部分内容出现在《T 型台的纪律：时尚模特界的性别、权利和不确定性》，载于《民族志》9（4）：429—56 页，得到了 Sage 出版社的转载许可。第

四章所出现的数据同样也出现在《文化生产者如何做出创造力的决策？来自T型台的一课》（与Frederic Godart合著），刊于*Social Forces* 88（2）：671—92，获得北卡罗来纳大学出版社*Social Forces*转载许可。还有第五章的一部分出现在《0号尺码高端种族：时装模特界文化生产与文化的再生产》，刊于*Poetics* 38（1）：21—46，使用许可来自Elsevier出版集团。我非常感激获得这些资料的使用许可。

这本书的出版在国家自然科学基金会博士学位论文进步奖金、纽约大学艺术与科学研究生院学术奖金、剑桥大学性别研究中心Mainzer学术奖金以及波士顿大学社会学系Morris基金的资助下才得以成为可能。

特别感谢Beowulf Sheehan友好地提供了本书中除了有标注出处外的其他所有图片。

最后感谢我的家庭，感谢这些年来家人的爱与鼓励——谢谢我父亲和Kathy，谢谢他们为我煮的面，谢谢我的妈妈，谢谢她深夜里备下的茶，还要谢谢与我一起写作的Alexander Gilvarry。还要感谢我的姐妹Jennifer，感谢我们一生的友谊，这本书也是你的。

目 录 |

致谢

第一章 进入 001

遇见萨莎和莉兹 005 / 外形 008 / 模特的世界 011 / 为什么研究时装模特?
018 / 外形的民族志 024 / 魅力与社会学 033

第二章 T台经济学 035

第一位人体模特 040 / 市场体系结构 050 / 资金链 061 / 在经纪公司中
幸存 081 / 一份糟糕的工作 089 / 社会炼金术 095

第三章 成为一个外形 097

鞋跟 099 / 审美劳动 103 / 机遇 107 / 看起来好, 看起来对 122 / 做你
自己, 但是要更好的自己 146 / 如何变得特别 164

第四章 创造风尚的人 167

脱颖而出的少数 169 / 引领风尚者的困境 171 / 经纪人眼中的美丽 178 /

客户的权威 193 / 打造目录外形 200 / 制造前卫外形 212 / 给美丽定价 230 / 奉献的幻想 238

第五章 0 号码的高端种族 243

抗议 245 / 时尚形象的意义 247 / 外形分类 253 / 吸引所有人：商业外形 255 / 吸引其他生产者：媒体时尚外形 261 / 无形的手 298

第六章 T 台性别 303

看点 305 / 工作中的性别 309 / 经纪公司：供应满足需求 318 / 男人的价值较少 327 / 客户：性别炒作 338 / 男模们：金钱非万能 346 / 真男人与伪平等 359

第七章 退场 363

超自然能力 367 / 作为时尚的市场 370 / 时机 371 / 愿景 376 / 退场 379

附录：民族志中的不稳定劳动

注释

参考文献

1

第一章
进入

“你外形条件非常好。”

听到这句话的时候，我正坐在曼哈顿市中心的一家星巴克里。作为纽约大学社会学研究院新生，我本是来这里找一个安静的位子啃一本社会理论教科书的。然而我发现对面坐着个模特星探，他递给我名片并告诉我，我日后可以靠做时装模特赚大钱。

之前排队等咖啡的时候，我就注意到有位男士正与坐在他两旁的年轻漂亮的女士高声谈论时装模特界的工作。他四十多岁，头发棕褐色，有些秃顶，认真听他讲话的同伴则看起来二十多岁。我猜想他是位带着两位模特出来的模特经纪。我假装漫不经心地听他们谈话。大概半年前我把我所有的模特资料打包放到母亲的阁楼里，结束了5年的模特生涯，开始了新的学术生活。我从上大学开始做模特，起初接些家乡亚特兰大当地百货公司的小工作；之后，在学校的长假期间去米兰、纽约、东京和香港做模特。之前的一切恍如隔世，我刚刚庆祝了自己的23岁生日，也早过了模特的退休年龄，肩头沉重的书本提醒我一个新事业在前方。

在我经过他们桌子的时候，高谈阔论的模特经纪拦住了我：“嗨，你是哪个经纪公司的？”两位年轻女士也冲我微笑。我告诉他，我没有什么经纪公司，半年前我已经不做这行，现在是全日制的研究生。他像没有听到我的回答，“你没有经纪公司？”

怎么会没有？”他开始赞美我的外形，要我的电话号码，并说要将我推荐进纽约的模特经纪公司。他自我介绍说叫托德，是模特星探。他称身旁的两位美女为他近来发现的“女孩子们”。¹

遇到托德是件纠结的事情。我在纽约大学的研究内容是美容与美体中的性别政治，这源于我少年时期在纽约做模特的经历——我的经纪人告诉我要尽可能瘦。“厌食症是当季流行”这句笑谈在他的经纪公司盛行。作为一名社会学学生，我很想从时尚圈内部去研究模特的世界，去发现这个行业到底是怎么形成这种变态审美的。“参与其中”是社会学研究的传统方法，只不过现年23岁的我已经高高兴兴地脱离这个不得不让我改小年龄以显得更加年轻的行业了，而这位积极的星探则铺路让我又回到了时尚产业的门口。

在接下来的几天里，托德频繁给我打电话，并解释他的工作是为纽约的大经纪公司在整个北美寻找有潜力的模特。作为回报，每成功找到一位模特，他都会得到一笔佣金。他对我的潜力毫不吝惜地赞美，“你有一个很好的外形，一定会有人喜欢，我认为你外表很酷，是纽约范儿，我这个人很有眼光的……你需要出来透透气，而不是一直读书。你可以一边学习一边做模特，我这边最顶尖的女孩子们一天可以赚10000美元。”²

最后，他承诺：“我可以让这一切都在未来几小时内发生。”

这一切都听起来很好，但从社会学角度来看，托德的世界引出了很多我从未考虑过的问题。什么是他所说的“外形”(look)？像托德这样的人又怎样从中看到价值？

遇见萨莎和莉兹

“时装模特”这个词如有魔法般变出这样的一幅画面——富有、炫目的女人们穿着奢侈的服装走着“猫步”，在国际知名的摄影师面前摆着姿势，名气、荣誉、财富——所有这些都是鲜活的。

对于身在其中的大多数男女来说，时装模特行业可并不是如此。萨莎和莉兹是我认识的两位姑娘，她们在两大时尚之都——伦敦和纽约书写她们的故事。

当萨莎 15 岁的时候，她在家乡海参崴的一个公开选角（casting）上遇到了一位日本模特经纪。直到今日，她依旧记得那天那位模特经纪为她拍摄的宝丽来照片：“我看起来像是被吓到了！”她被邀请在学校暑假期间离开她所在的俄罗斯南部港口城市，前往日本做模特。对于像她这样瘦到要在牛仔裤里穿三条打底裤的姑娘来说，这真是意料之外的际遇。在东京她成长迅速，学习怎么给自己做饭，管理自己的钱，并学会用英语交流——在刚开始她只能用极少的单词会话。“我记得我站在汽车外面问我的司机，‘你去我家吗？’（Are you go me home），他回答，‘什么？’”当她回到家的时候，她同时带回了 5000 美元现金，“一笔巨款”，说到这里，她自嘲地笑了笑。让她的朋友和家人惊讶的是，她最后把这笔钱全花在了装修房子上。

在萨莎赚她人生的第一笔 1000 美元的同时，世界的另一

端，一位我称她为莉兹的姑娘，正在新泽西州普莱森特维尔的一家意大利餐馆里端着通心粉给她的老顾客。顾客像往常一样对她说：“你应该当模特！”这位腼腆害羞的少女服务员，在家乡市郊找到了第一份工作，觉得中学的社交与体育更有趣。这想法一直持续到她 19 岁搬到曼哈顿去上巴鲁学院的时候，她的中产家庭供她在那儿学习营养学。有一天，星探在第十四街拦住她：“你有没有想过做模特？”这一次她说：“好啊！”

我第一次见莉兹是在纽约的一个杂志试镜上。那时她已经 22 岁了，在学习与试镜中艰难寻求平衡，但两者都做得不好。她的成绩开始下滑，并不断地向经纪公司借债，用来打造她的图片简历。她少女时代所攒下的积蓄被迅速花光。她开始越来越频繁地谈论到要前往洛杉矶，她曾经被告知，在那里模特们可以通过参加报酬更加丰厚的电视节目来“套现”。

莉兹考虑离开纽约的时候，萨莎正要搬来。22 岁的她在世界各地工作——巴黎、东京还有维也纳，每次要在经纪公司为模特们准备的“模特公寓”里住三到四个月。高中毕业后，她申请上俄罗斯排名第一的大学，但仅仅上了一个学期就受到来自世界各地的诱惑而退学了。她也赚过钱，一年大概 50000 美元，足够自己的开销并寄回大部分给海参崴的家人。然而，当我在伦敦的一个化妆品拍摄试镜通告上见到她的时候，用她自己的话说，她“可怜得像只老鼠”——以 120 英镑一周从一位摄影师位于东伦敦区的公寓里分租到一间房间，银行账户总是见底。她正着手准备前往纽约，希望在那里转运，也希望她的形象可以被时尚界关注。

这两位姑娘，都是有着棕色头发和眼睛的白种人，都是身高1米75，瘦得没有美感，都是22岁，虽然看上去更显年轻一些。在未来的几年里，她们都将再参与上百次试镜。虽然她们不认识对方，但可能已经在纽约的试镜中无数次擦身而过。她们从全世界成百上千追逐同一个梦想的女孩子们中脱颖而出。她们都知道，她们的竞争者也知道，拥有恰好的“外形”并成为下一个超级模特的机会渺茫。

在一个像时装模特界这样的文化产业中，成功或者失败都是有巨大倾斜的。就像艺术和音乐市场一样，时尚界也只有极少数的人主宰最高等级，得到金钱与看得到的荣誉。而大多数人仅仅是在时尚光环褪掉之前赚取微薄的收入以维持生活。如此极端，恰如经济学家所说的“赢家通吃”的市场³。然而，在全世界范围内数以千计的竞争者当中，像萨莎和莉兹这样的年轻姑娘怎样才能脱颖而出，成为一件成功的商品？是什么使得一位模特的“外形”比其他相似的竞争者更有价值？这个价值的衡量标准来自哪里？

在像模特界这样的市场中取得成功，表面上来说是依靠撞大运或者单纯的天赋。但是，运气从来不光顾无准备的人，也不可能单纯靠天赋。作为时装模特，每一位成功者在“赢者通吃”的市场下，其背后都是复杂的、有组织的生产过程。所以，想要获得成功，研究模特自身远没有去研究这个不稳定的市场社会情境有用。很少有固有的标准可以将一个模特在体形上与其他相似体态的青少年区别开。当处理像“漂亮”“时尚”这样的审美问题的时候，我们很难确立一个客观标准去衡量。更

确切地说，无形的社会世界一直运作在时尚背后，努力将文化价值加诸“外表”之上。时尚的背后有这样的一群人——模特、经纪人、客户，当然还有隐藏在明亮的T台下的，电光纸的杂志页中的，时尚魅力（glamour）里的潜规则。

这恰恰说明魅力是怎样起作用的：通过伪装。魅力，起源于中世纪凯尔特人的炼金术。魅力是一种巫术，神奇的魔力，将人们的视线变得模糊，使得物体看起来发生变化，当然，通常好过它们自然的状态⁴。当魅力投射到模特外形上的时候，她所有的工作——经纪人、客户、助理的工作以及她所有的社交圈，都被耍弄至看不见了。社会对时尚与美丽的理念有着巨大的决定力，毕竟，文化生产的关系决定着文化消费的可能性。最终，私密的时尚界教给我们比美妆与穿戴更多的东西，为我们就现代工作的性质、市场、决策制定、种族和性别不平等的新形式都上了一课。我们通常看不到这些，但全书所讲的就是进入到似乎是一个自然状态的模特“外形”的生产中。

外 形

“外形”（look）与“美丽”（beauty）不是一回事。不论萨莎还是莉兹都不是被夸为绝世美人的姑娘。萨莎有一双大大的棕色眼睛，小脸盘棕头发，就像日本漫画书里的人物。莉兹瘦得皮包骨头，并且牙齿不好，浓粗眉毛杏仁眼。她们两个都不能称为漂亮，但用时尚界的语言，都可以被称为“有型”

(edgy)⁵。

20 世纪初期世界上第一位起用真人模特的设计师指出，好模特的标志就是拥有“瞬息的特质”（ephemeral quality）。法国设计师让·巴度（Jean Patou）在 20 世纪 30 年代表示，他最喜欢的模特洛拉就不需要有多漂亮。让·巴度认为模特因为“非常的时髦”（chic）而能够卖出衣服——这似乎是个精神上的特质⁶。

这一不可言喻的特质就被称为模特的“外形”。这是一种特殊的人力资本——在社会学家华康德（Löïc Wacquant）关于拳击手的研究中被称为“身体资本”⁷。模特们将自己的身体资本出售给摄影师、导演、造型师和设计师。而模特经纪公司则通过经纪人作为中介从中协调这种买卖。

“外形”这个词似乎是在描述一个固定的身体属性，比如说长得怎么样。确实，模特的选择标准符合西方的基本审美：年轻、白皮肤、健康的牙齿、对称的五官。根据这个框架，他们有着严格的身高、体重要求。女模至少要有 1 米 75 高，三围接近 34，24，34。而男模要有 1 米 83 至 1 米 9 高，腰围在 32，胸围在 39 到 40 之间。一位造型师告诉我，这个骨架标准对于模特来说是个古老但好用的公式。

但是这个公式本身也并不构成“外形”。凌驾于基础的体型之上，细小而又微妙的不同使得客户选择这个模特而不是另一个。模特、经纪人和客户将这种差别归因于“外形”。⁸

对于时尚圈内的人来说，谈论外形异常地困难。当被要求定义一种外形的时候，经纪人和客户常常会争论最恰当的词语。