

A HISTORY OF FASHION

世界时装史

王受之设计史论丛书

Shouzhi Wang
王受之 著

在现代时装业中，由于中心已
身，而是品牌的推动，因此品牌
心。现代时装利用品牌作为推
国的英国服装设计师查尔斯·沃
品牌来保护自己，设计，利用
牌意识自然
但是到现在
时装设计了
们发现：无须设计太多的时
装，甚至无须设计任何时装，仅仅靠推动品牌，就
可以把原来一文不值的汗衫推成价值相当高的时

时装设计本
运作的核
起于在法
所曾经利用
动市场，品

品牌成为了时装的保护神，
种创意却反过来破坏严肃的



中国青年出版社

(京)新登字 083 号

图书在版编目(CIP)数据

世界时装史 / 王受之著. —北京:

中国青年出版社, 2002

(王受之设计史论丛书)

ISBN 7-5006-4832-4

I. 世… II. 王… III. 服装-历史-世界

IV. TS941-091

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第060927号

书名: 世界时装史

著作权人: 王受之

责任编辑: 王寒柏

策划: (香港)天一艺术设计出版有限公司

设计制作: 广东天一文化有限公司

出版: 中国青年出版社

社址: 北京东四十二条 21 号

邮政编码: 100708

网址: <http://www.cyp.com.cn>

发行: 中国青年出版社北京图书发行部

电话: 010 64010813

传真: 010 84027892

印刷: 北京佳信达艺术印刷有限公司

经销: 新华书店

开本: 889 × 1194mm 1/16

印张: 14

字数: 530 千字

版次: 2002 年 9 月北京第 1 版

印次: 2002 年 9 月北京第 1 次印刷

印数: 1-5,000 册

ISBN 7-5006-4832-4/J · 492

定价: 60.00 元

本图书有任何印装质量问题, 请与出版处联系调换

联系电话: 010 64033570

A HISTORY OF DESIGN

世界时装史

王受之设计史论丛书

Shouzhi Wang
王受之 著

中国青年出版社



王

王受之设计史论丛书

作者介绍

王受之 1946年出生于广州，设计理论和设计史专家。毕业于

武汉大学研究生院，1980年代曾担任过广州美术学院设计系副主任和学院的工业设计研究室副主任，1987年作为美国富布赖特学者，在宾夕法尼亚州立大学西切斯特学院和威斯康辛大学麦迪逊学院从事设计理论研究和教学，1988年开始在美国设计教育最权威的学府——洛杉矶的“艺术中心设计学院”（Art Center College of Design, Pasadena）担任设计理论教学，1993年升任为全职终身教授，负责全院的现代设计理论和现代设计史教学。1997年担任美国全国艺术和设计院校委员会（National Association of Schools of Art & Design, NASAD）年度会议理论组召集人，1998年作为联合国开发总署专家在北京的中央美术学院主持设计理论和设计史讲学班。

王受之曾经多次担任重要设计比赛的评委工作，包括香港设计师协会“设计98”年展评委、1997年香港回归的国家艺术大展评委。

王受之是中国的中央美术学院、清华大学美术学院、上海大学美术学院等高等艺术设计院校的客座教授。

著作

王受之所著设计理论和设计史著作相当多，其著作成为中国大陆、台湾和香港的设计专业教科书或主要参考书，其中包括在大陆出版的《世界现代设计史》（广东新世纪出版社，1997）、《世界现代平面设计史》（广东新世纪出版社，1998）、《世界现代建筑史》（中国建筑工业出版社，1999）、《当代商业住宅区的规划和设计》（中国建筑工业出版社，2001），还包括台湾出版的《世界现代设计》（艺术家出版社，1998）、《世界现代平面设计》（艺术家出版社，1999）、《现代世界艺术的发展》（艺术家出版社，2001），他参与撰写的《战后美国史》（中国社会科学出版社）曾经获得1992年国家社会科学著作的金奖。他的《设计史论丛书》包括《世界现代设计史》、《世界平面设计史》、《世界当代艺术史》、《世界时装史》、《世界广告史》、《世界工业产品设计史》、《美国插图史》等，由中国青年出版社与香港天一艺术设计出版公司联合出版。

目录

前言 10

第一章 1900-1909年：现代时装的开端 16

保罗·布瓦列特(Paul Poiret)——第一个时装设计家	20
玛利亚诺·佛图尼(Mariano Fortuny)	26
捷克·杜塞(Jacques Doucet)	27
让·朗万(Jeanne Lanvin)	28
简·帕昆(Jeanne Paquin)	29
1900-1909年的服装式样	30
1900-1909年女性的偶像	31

第二章 1910-1919年：身体的解放 34

第一次世界大战期间的时装	39
第一次世界大战后的时装	41
时装设计的里程碑——女性正式长裤	42
爱德华·莫林诺克斯(Edward Molyneux)	43
让·巴铎(Jean Patou)	44
麦德林·维奥涅特(Madeleine Vionnet)	45
1910-1919年的服装式样	47
1910-1919年的偶像	48

第三章 1920-1929年：“女男孩”的年代 50

时装大师可可·夏奈尔(Coco Chanel)	55
-------------------------	----

时装设计的里程碑——小黑衫	63
1920-1929年的时装式样	64
1920-1929年的偶像	65

第四章 1930-1939年：典雅风格的回复

68

“骇人听闻的艾尔萨”(shocking Elsa)	74
艾尔萨·西雅帕列利和可可·夏奈尔	78
尼娜·里奇(Nina Ricci)	79
阿利克斯·格理斯(Alix Gres)	79
梅吉·罗夫(Maggy Rouff)	80
马谢·罗查斯(Marcel Rochas)	80
明波切(Mainbocher)	81
奥古斯塔伯纳德(Augustabernard)	82
路易斯波朗吉(Louiseboulanger)	82
1930-1939年的时装式样	83
1930-1939年的偶像	84
时装设计的里程碑——白色晚装	85
电影与时装	85

第五章 1940-1949年：不灭的时装

88

克里斯托瓦尔·巴伦西亚加(Cristobal Balenciaga)	92
皮尔·巴尔曼(Pierre Balmain)	93
雅克·法斯(Jacques Fath)	94
1940-1949年的打扮与时装式样	95

1940-1949 年的偶像—— 97

第六章 1950-1959 年：“新面貌”风格 旧观念 100

50 年代时装发展—— 100

迪奥(Dior)——温柔的独裁者—— 106

休伯特·德·吉旺希(Hubert de Givenchy)—— 110

路易·费罗(Louis Feraud)—— 111

华伦天奴(Valentino)—— 112

鸡尾酒服装—— 113

内衣面面观—— 113

时装设计黄金时代的终结—— 114

1950-1959 年概貌—— 115

1950-1959 年的偶像—— 116

第七章 1960-1969 年：动荡时代的时装 118

伊夫·圣·洛朗(Yves Saint Laurent)—— 124

安德列·库雷热(Andre Courreges)—— 127

皮尔·卡丹(Pierre Cardin)—— 128

帕科·拉班(Paco Rabanne)—— 130

伊曼纽尔·温加罗(Emmanuel Ugaro)—— 131

卡尔·拉格菲尔德(Karl Lagerfeld)—— 132

马克·博昂(Marc Bohan)—— 133

盖·拉罗舍(Guy Laroche)—— 133

索尼娅·里基尔(Sonia Rykiel)—— 133

玛丽·匡特(Mary Quant)	134
1960-1969年概貌	135
超短裙	137
1960-1969年的偶像	138

第八章 1970-1979年：反时装运动

140

蒂埃里·穆勒(Thierry Mugler)	145
让·查尔斯·德·卡斯特巴捷克(Jean Charles de Castelbajac)	146
克劳德·蒙塔纳(Claude Montana)	146
让·保罗·戈尔捷(Jean Paul Gaultier)	147
高田贤三(Kenzo Takada)	148
森英惠(Hanae Mori)	149
三宅一生(Issey Miyake)	149
1970-1979年概貌	151
1970-1979年的偶像	153

第九章 英国时装

156

诺尔曼·哈特耐尔(Norman Hartnell)	157
哈蒂·阿密斯(Hardy Amies)	158
比巴(Biba)	159
薇薇恩·韦斯特伍德(Vivienne Westwood)	159
赞德拉·罗德斯(Zandra Rhodes)	160
加斯帕·康兰(Jasper Conran)	160
凯瑟林·哈姆涅特(Katherine Hamnet)	161

拉法特·奥兹别克(Rifat Ozbek)	162
约翰·加里阿诺(John Galliano)	162
亚历山大·麦奎因(Alexander McQueen)	163
斯提拉·麦卡特尼(Stella McCartney)	164
胡森·查拉扬(Hussein Chalayan)	164

第十章 1980-1989年：为成功而穿

168

克里斯汀·拉克鲁瓦(Christian Lacroix)	174
阿扎丁·阿莱亚(Azzedine Alaïa)	175
罗密欧·吉利(Romeo Gigli)	176
川玖保玲(Rei Kawakubo)	176
山本耀司(Yohji Yamamoto)	177
安特卫普六人(The Antwerp Six)	178
1980-1989年概貌	179
1980-1989年的偶像	180

第十一章 意大利时装

182

罗伯多·卡普奇(Roberto Capucci)	184
索列尔·方塔那(Sorelle Fontana)	185
艾米罗·普奇(Emilio Pucci)	185
古奇(Gucci)	186
乔治·阿玛尼(Giorgio Armani)	186
米索尼(Missoni)	188
詹弗兰科·费雷(Gianfranco Ferré)	188
詹尼·范思哲(Gianni Versace)	189
默其诺(Moschino)	190

多尔切和加巴纳(Dolce & Gabbana)	190
普拉达(Prada)	191
意大利的超级名模现象	192

第十二章 1990-2000年：时装的未来

196

1990-2000年的时装设计师	202
1990-2000年的时装式样	207
1990-2000年的偶像	209

第十三章 美国时装设计

212

克莱尔·麦卡德尔(Claire McCardell)	213
查尔斯·詹姆斯(Charles James)	214
奥列格·卡西尼(Oleg Cassini)	215
鲁迪·简莱什(Rudi Gernreich)	215
罗依·哈尔斯顿(Roy Halston)	216
比尔·布拉斯(Bill Blass)	216
卡尔万·克莱因(Calvin Klein)	217
拉尔夫·劳伦(Ralph Lauren)	218
诺尔玛·卡玛利(Norma Kamali)	218
唐娜·卡兰(Donna Karan)	219
安娜·隋(Anna Sui)	220
别西·约翰逊(Betsey Johnson)	220

前言

自古以来，人们就会利用各种材料制作蔽身的服装，从动物的皮毛到纺织品，已经有数千年的历史了。社会形成之后，权贵的服装自然与平民百姓不同，所谓上层社会的服装，自从古罗马以来就极其讲究，特别是变化多端的女性服装。综观欧洲的历史，两千多年来，都有无数的漂亮的服装涌现，而且每个时代都有这个时代的男女服装的特别式样，历代的服装，自然构成了服装发展的历史资料。

但是我们在这里所讨论的“时装”(fashion)却与传统意义上的服装定义不同，它仅仅是20世纪才出现的现象。在20世纪之前，服装类型林林总总，不同阶级、不同社会地位、不同家庭的人都穿着不同，宫廷内的人的衣着与中产阶级的衣着非常不同，法国人的衣着与英国人的非常不同，更不要说欧洲人的衣着和亚洲人的衣着的区别之大了。衣服上也没有设计和制造商的品牌，人们仅仅是靠固定的关系去找服装设计师，而设计师同时也就是裁缝，是服装的制造者。法国人称这些为上等人设计的衣服为“高级服装”(haute couture)，直到1900年以前，所谓的时装设计，其实都是“高级服装”的设计，既没有名家品牌，也没有年年变化的时髦式样。

19世纪末期，社会经济成熟，已经逐渐形成一个能够具有相当消费能力的新消费阶层，资本主义的发展，造成了富裕的工业资产阶级。他们有别于人数不多的旧贵族阶级，一方面具有越来越多的收入，同时在生活方式上也与旧贵族慢条斯理的贵族生活大相径庭。资产阶级妇女希望更多地参与社会活动，更多地参与原来由男性垄断的社会圈，对于服装有更多变化、个性化的要求。而对于长期以来束缚她们身体的紧身胸衣越来越不满，希望能够从束缚之中解脱出来，成为真正自由的个体，让服装为身体服务，为人服务，而不是人、身体为服装形式所束缚。这种背景，是现代时装出现的重要因素。

要进入时装时代，首先要有品牌意识和流行风格意识。在这两方面，英国人查尔斯·沃斯起到重要的奠基作用。他首先在他为法国皇室和贵族阶级的淑女设计的服装上签名，确立了服装品牌的意识，是一个重大的突破。多少年来，设计服装的匠人仅仅是裁缝(fournisseur)而已，通过他的创造，裁缝终于被社会承认为“服装设计师”(couturier)，是一个重大的进步，从这个角度来看，沃斯推动了现代意义的时装的形成。

时装起源于巴黎，时装最主要的特征是不停地改变，没有改变就无所谓“时装”了。时装这个名词，在英语中是“fashion”，它又是“时髦”、“流行”的意思，英语中说“现在正流行”是“in fashion”，而“现在已经不流行了”是“out of fashion”，可见时装和流行、时髦的密切关系。时装的核心就是不断的变化。变化的本质，也就是时装和成衣、服装之间的区别。

表面看来，时装是服装设计师个人喜好、个人才能和智慧的结果，是时装设计师的个人创造，事实上，时装仅仅是这些设计师在捕捉到时代所需要的形式和内容的最后结果而已。好像艺术一样：如果艺术家的创造正好是时代的需要，那就出现了艺术潮流。在成功背后，有无数没有捕捉到时代需要而失败的艺术家和时装设计师。关键并不是某个设计师多么具有天才和想象力，而是他(她)的创作与时代需要的变化恰恰吻合。

虽然时装的起源是1905年前后，但是，现代意义上的时装真正地成为设计师可以驾御的创造和取得商业上的成功、时装真正成为国际性的大产业，是1960年之后的事情。在批量生产(mass production)、大规模消费(mass consumption)的背景下，时装界认识到：无须每件衣服都与众不同，独一无二，品牌的作用是推动流行，一旦成为流行，变成时髦，就可以批量生产，利润比苦苦经营、绞尽脑汁创造不知道要高多少万倍。由于这个观念的改变，时装设计师和市场人员、广告策

划人员密切配合,也和新闻媒体配合,制造流行,制造时髦,时装因此进入了以国际市场营销为中心,以树立和推广品牌为核心的活动,这种方式,不仅仅在服装上,也包括了各种衣着的饰件,比如眼镜、太阳镜、内衣、乳罩,以至烟灰缸、花瓶等等,原来的时装设计师现在设计的范围也就自然扩大到难以想象的范围了。

“时装”既然成为“流行”的同义词,因此也就国际化,所谓流行,是国际性的流行,时装是国际流行的款式,色彩是国际流行的色彩,现在世界各地的人们所讲的时髦语汇是一致的。从纽约到东京,大家都视同样的品牌和服饰为时髦,世界上出现了好几个制造时髦的中心:巴黎、伦敦、纽约、米兰、汉堡等等。其实,现代的时装、流行式样、流行色彩未必需要经过时装设计师之手,未必需要某个具有时装传统文化的国家发起,仅仅一、两个经营精明的市场营销部门、市场公司就能够把一个品牌炒热,成为流行品牌,人为制造流行风格。这种流行波及所有服装和饰品,无论是T恤(文化衫)还是运动便鞋,都可以变成时髦的对象,英语称为“cult”,即所谓可以膜拜的商业对象,虽然并没有时装设计师的参与,但是经过这样推动起来的时髦风气,在程度上绝对不亚于早年沃斯,或者布瓦列特、夏奈尔这些人设计的时装。

在现代时装业中,由于中心已经不是服装设计本身,而是品牌的推动,因此品牌成为整个运作的核心。现代时装利用品牌作为推动的力量起源于在英国的服装设计师查尔斯·沃斯。沃斯曾经利用品牌来保护自己的设计,利用名牌来拉动市场,品牌意识自然重要无比,品牌成为了时装的保护神,但是到现在,他的这种创意却反过来破坏严肃的时装设计了。因为人们发现:无须设计太多的时装,甚至无须设计任何时装,仅仅靠推动品牌,就可以把原来一文不值的汗衫推成价值相当高的时髦对象。因此,当代时髦品牌的过度发展,反成为时装发展的压抑和障碍,到了现在,这个制

造名牌品牌的行业变得如此昂贵和程式化,而绝大部分的资金是放到市场运作、媒体炒作上,服装设计本身倒有些显得可有可无,时装设计师本身反而变得成为多余了,导致时装成为炒作的同义词。目前就有不少重要的时装设计师不愿意把自己的名字作为自己设计的服装的品牌,因为害怕品牌化会一方面给自己带来炒作的名声,而同时过度的市场名牌炒作又会影响自己设计的原创力。时装设计走了方才100年的路,却不禁到了这个地步,倒是始料未及的。

时装起源于法国巴黎,1904年前后,法国设计师保罗·布瓦列特(Paul Poiret)通过废除使用了接近200年的紧身胸衣,参照东方和古典欧洲风格的服装,而设计出新的女装,并且定期推出自己的时装系列,而成为世界第一个现代意义的时装设计家。这个时期的一些法国设计师,比如玛利亚诺·佛图尼(Mariano Fortuny)、捷克·杜塞(Jacques Doucet)、让·朗万(Jeanne Lanvin)、简·帕昆(Jeanne Paquin)都对时装的形成起到了重要的促进和推动作用。1910-1919年期间,由于社会的巨大变革,女性对于把自己的身体从束缚型的服装解放出来的强烈要求,以及第一次世界大战前后妇女参加社会生活的潮流促成了时装的发展,其中,女性的裤子第一次成为正式的服装部分,导致了服装设计的重大改革。出现了新一代的时装设计师,比如爱德华·莫林诺克斯(Edward Molyneux)、让·巴铎(Jean Patou)和麦德林·维奥涅特(Madeleine Vionnet)等等,服装设计经历了一个从早期到成熟期的过渡阶段。

1920-1939年被称为“华丽年代”(La Garconne),时装达到第一个高潮,出现了世界第一个时装设计大师—夏奈尔(Chanel),她利用品牌为工具,通过讲究的设计,使时装成为社会的潮流。这个时期的流行的女性的小小的黑色上衣,成为一个时髦的象征,流行的对象。服装华贵、夸张、艳丽,不但在欧洲、美国成为时尚,甚至在亚洲,特别在中国的上海等地也风靡一时。

直到1930-1939年期间,女性服装的设计才重新出现典雅风格的回复,出现了另外一些讲究典雅风格的时装设计师,比如号称“骇人听闻的艾尔萨”(shocking Elsa),大名鼎鼎的西雅帕和可可(Schiap, Coco),还有尼娜·里奇(Nina Ricci)、阿利克斯·格里斯(Alix Gres)、梅吉·罗夫(Maggy Rouff)、马谢·罗查斯(Marcel Rochas)、明波切(Mainbocher)、奥古斯塔伯纳德(Augustabernard)、路易斯波澜吉(Louiseboulanger)等等。在这个期间,女性服装的改革核心从黑色上衣转变为宽大的白色上衣,与上一个10年形成对比。电影在这个时候发展得很迅速,电影对时装造成了相当大的促进和推动。

1940-1949年期间经历了残酷的第二次世界大战和战后艰苦的恢复阶段,时装业虽然受到很大的影响,但是也依然发展,战后初年,法国时装业在一些设计师,比如克里斯托瓦尔·巴伦西亚加(Cristobal Balenciaga)、皮尔·巴尔曼(Pierre Balmain)、雅克·法斯(Jacques Fath)等人的领导下,依然维持发展,更加强调典雅面貌,从而使时装设计逐步走向恢复。到1950-1959年这10年,终于产生了令人耳目一新的崭新风格——“新面貌”(New Look),长A字裙,紧身上衣,典雅无比,但是其观念依然是传统的淑女型方向,温柔的风格,凸现女性的特点,时装大师迪奥(Dior)以优柔典雅的风格,而被称为“温柔的独裁者”,这个时期时装设计,是第二次世界大战残酷的、男性主导的强烈反弹的结果。除了“新面貌”先声夺人的绚丽之外,这个时期也是以女性内衣设计为中心的新时代,内衣的改革意义是重大的,女性内衣第一次成为时装设计的重点,内衣从此开始了非常不同的面貌。在这个时装设计的黄金时代中,涌现出不少新大师,比如休伯特·德·吉旺希(Hubert de Givenchy)、路易·费罗(Louis Feraud)和华伦天奴(Valentino)等等。时装设计在这个时期的里程碑焦点还包括鸡尾酒会服装(cocktail

dress)和婚纱。由于时装业在这个时期已经初具规模,因此服装设计的程序和产业的结构都开始程式化了。

1960-1969年是一个极为动荡的时代,在主张“反文化”、反潮流、反权威的意识形态主张下,这个时期的时装走向非主流化、追求惊世骇俗的表现,同时更加突出设计师个人的风格和主张,这个时期出现的一系列设计大师,包括伊夫·圣·洛朗(Yves Saint Laurent)、安德列·库雷热(Andre Courreges)、皮尔·卡丹(Pierre Cardin)、帕科·拉巴涅(Paco Rabanne)、伊曼纽尔·乌加诺(Emmanuel Ugare)、卡尔·拉格菲尔德(Karl Lagerfeld)、马克·波汉(Marc Bohan)、盖·拉罗什(Guy Laroche)、索尼娅·莱基尔(Sonia Rykiel)、玛丽·匡特(Mary Quant)等等,他们的设计开创了时装设计的一个异化的时代,把时装引导到一个更加具有艺术表现味道,更加与社会思潮结合的阶段。他们在当时的确具有震撼力,冲击主流,改变潮流,大破大立,影响极大,但是也不敌商业主义的潮流,他们逐步也都成为商业的偶像,冲击力逐步减弱。这个时期的突出时装设计的里程碑是狭窄的“迷你裙”和裤脚宽大的“喇叭裤”,并成为时尚,影响世界各地青年人的服饰流行。

20世纪60年代是现代意义的时装真正形成的年代,无论从产业的成熟,时装业运作的结构,媒体炒作的方式来看,时装作为一个国际产业的真正形成都是在这个时期。

1970-1979年被称为“反时装运动”时期,但是从反主流的力度来看,已经不敌60年代。在服装设计上还保留了一些传统的因素,特别是服装的滚边,表现了持续的内涵。这个时期的设计家出现了国际化的情况,日本时装设计家高田贤三(Kenzo)、森英惠(Hanae Mori)、三宅一生(Issey Miyake)等第一次被视为国际大师,使日本成为第一个打入国际时装界的亚洲国家。其他设计名家还有蒂埃里·穆勒(Thierry Mugler)、

让·查尔斯·德·卡斯特巴捷克(Jean Charles de Castelbajac)、克劳德·蒙塔纳(Claude Montana)、让·保罗·戈尔捷(Jean Paul Gaultier)等等。

英国时装在战后逐步形成气候,与法国不同的是英国的设计师更多具有强烈个人运作特点,也更加具有1960-1970年间反潮流的气息。具有代表性的英国时装设计师有如诺尔曼·哈特耐尔(Norman Hartnell)、哈蒂·阿密斯(Hardy Amies)、比巴(Biba)、薇薇恩·韦斯特伍德(Vivienne Westwood)、赞德拉·罗德斯(Zandra Rhodes)、加斯帕·康兰(Jasper Conran)、凯瑟林·哈姆涅特(Katherine Hammet)、拉法特·奥兹别克(Rifat Ozbek)、约翰·加里阿诺(John Galliano)、亚历山大·麦奎因(Alexander McQueen)、斯提拉·麦卡特尼(Stella McCartney)、胡森·查拉扬(Hussein Chalayan)等等,都是一时在国际时装界具有很大影响的人物,在时装史上具有推动作用。英国时装在国际时装中独树一帜,引人注目。

1980-1989年是西方经济成熟的时代,也是东亚国家开始进入经济繁荣的时代,职业阶级(或者称为“白领阶级”,日益成为时装的顾客群,极大地促进了时装业的发展,人们不仅仅是为美观而穿衣服,也更加为成功而穿,时装设计自然出现了不同的走向。这个时期的设计家更加具有职业意识,比如克里斯汀·拉克鲁瓦(Christian Lacroix)、阿泽丁·阿拉亚(Azzedine Alaia)、罗密欧·吉利(Romeo Gigli)、川玖保玲(Rei Kawakubo)、山本耀司(Yohji Yamamoto)和比利时的“安特卫普六人”(The Antwerp Six)等等,都代表了这种新的潮流。

意大利时装在这个时期进入全盛发展阶段,名家层出不穷,比如罗伯多·卡普奇(Roberto Capucci)、索列尔·芳塔纳(Sorelle Fontana)、艾米罗·普奇(Emilio Pucci)、古奇(Gucci)、乔治·阿玛尼(Giorgio Armani)、米索尼(Missoni)、詹弗兰科·费雷

(Giafranco Ferré)、詹尼·范思哲(Gianni Versace)、默其诺(Moschino)、多尔切和加巴纳(Dolce & Gabbana)、普拉达(Prada)等等,都是时髦的崇尚对象。意大利还造成了另外一个重要的时装现象,就是超级名模现象,自此之后,成为时装界不可缺少的附庸。

1990-1999年期间,时装发展呈现国际化和多元化的情况,国际经济的波动,世界金融危机的突起,对于时装业带来了很大的冲击,而美国经济在这10年之中经历了史无前例的繁荣,进入了“新经济”时期,时装出现了走向小型化、超小形式的情况,是否说明人们开始追逐体现新时代简练、信息化风格的情况呢?这个时期的时装设计家层出不穷,其中美国的时装更加引起世人的注意。

美国时装设计长期以来都不敌欧洲时装,美国是时装的巨大市场,但是本身的设计水平依然不如欧洲。但是,自从1980年以来,美国时装异军突起,设计水平日益提高,加上美国的国力鼎盛,市场巨大,美国大众文化席卷世界各国,造成美国时装发展的巨大依托,使美国时装业日益成为主流。产生了许多重要的具有世界地位的时装设计大师,比如克莱尔·麦卡德尔(Claire McCardell)、查尔斯·詹姆斯(Charles James)、奥列格·卡西尼(Oleg Cassini)、鲁迪·简莱什(Rudi Gernreich)、罗依·哈尔斯顿(Roy Halston)、比尔·布拉斯(Bill Blass)、卡尔万·克莱因(Calvin Klein)、拉尔夫·劳伦(Ralph Lauren)、诺尔曼·卡玛利(Norma Kamali)、唐娜·卡兰(Donna Karan)、安娜·隋(Anna Sui)、别西·约翰逊(Betsey Johnson)等等。美国时装走出了自己与欧洲不同的道路,对于世界潮流和流行风尚造成越来越大的影响。

站在21世纪的开端,回顾100年时装发展的历程,我们是具有良多的感触和体会的。在时装消费方面,远东是最庞大的市场,无论日本、韩国、东南亚各国,还是中国大陆、台湾、香港,随着经济的持续繁荣,时装

流行程度惊人。但是在设计上依然受西方主流的牵制，自己的品牌设计依然差强人意，对于历史的了解，一方面能够提供发展的借鉴，另外一方面也可以认识到今日所谓的时装业的运作模式，以减少探索的耗费。

我个人对于时装的认识非常有限，对于时装的真正兴趣是这个行业的品牌推动手法，因为在现代时装中，市场运作的作用远远大于设计本身，时装是通过市场炒作达到时兴的最极端例子，设计在很多情况下是内容之一，在一些情况下甚至是无须的细节。因此，时装业是一个市场运作和设计的组合，成功和失败主要是两者的协调关系，而不仅仅是设计的天才和创造的独特。

我在多年前曾接触过时装理论，那是在80年代，当时我在中国的广州美术学院设计系担任副主任和学院的工业设计研究室的副主任，为了弥补中国大陆当时设计理论著作方面的空缺，我集中力量撰写了《世界工业设计史》，第一次系统介绍了世界现代设计发展的脉络，同时也针对当时的具体情况和需求，编辑了针对广告专业的著作《二十世纪广告艺术》，这两本书都在80年代中期正式出版，前者是在上海人民美术出版社出版，后者则在广州的岭南美术出版社出版，对于当时国内的设计教育起到细微作用。由于当时广州美术学院设计系组建服装专业，而除了剪裁、预想图描绘、设计基础课程、面料研究之外，史论的方面是极为缺乏的，大家对于世界时装的发展并无了解，为了搜集史论资料，我曾与国内当时主要的具有服装设计专业的院校接触，发现它们在世界时装发展的史论上也依然是比较缺乏，认识片面、不系统，对于把握整体发展的脉络显然是不足的，在国内基本没有这方面著作的前提下，我不得不自己编辑，因此在当时的百忙之中，我还是抽时间来编写了一本时装简史，在撰写的过程中，受香港理工大学的太古设计学院院长迈克尔·法尔(Michael)和设计理论专业教授马修·透纳(Matthew Turner)的

邀请，到理工讲学，与学院时装设计专业的教师交流，也少量接触了一些来访问的英国和欧洲的时装教育家，特别是伦敦的皇家艺术学院(Royal College of Art, London)时装专业的几个教授，受益匪浅。结果就是《二十世纪世界时装设计》一书，在1986年由广州的岭南美术出版社出版，也可以算是当时最早的时装史著作了。虽然从目前的条件来看，那本书已经显得相当简陋，但是从历史的脉络和对于时装的认识来看，依然不太出轨，具有结构上的正确性。

从那本著作出版到现在，15年过去了，中国大陆对于时装的了解可以说相当成熟了，但是综观大陆、台湾和香港，全面阐述时装业的著作依然极为缺乏，这种情况与其庞大的服装业和庞大的时装市场是格格不入的。人们对于时装的认识也依然是不完整的，我在2000年曾经访问过北京的北京服装学院，与几位教授交谈过，史论的缺乏依然是教学中的大问题，因此才动心重新撰写一本新的、比较完整的时装史。2001年我与中国青年出版社社长胡守文、香港天一出版有限公司负责人郭鹏辉讨论出版几套设计史论丛书，他们都极为支持这个构想，在第一套丛书——《设计史论经典·王受之设计史论丛书》中，《世界时装史》是公认的非常重要的一本，这本书的一些章节已经开始在海外的杂志上发表了，把研究的成果系统起来，就是一本比较完整的史论著作。

其实，一本完整的时装理论著作，除了历史的阐述之外，还应该包括时装设计所依赖的新面料介绍，包括时装插图的风格和流派，和极其重要的时装摄影三方面，只是因为我对于面料、对于制作工艺才疏学浅，无法提供这方面的阐述，只有等其他专家来做这个工作了。

《世界时装史》是我的一系列著作中的应用性比较大的一本。我从90年代开始，就有计划地撰写设计丛书，目的是弥补中文中这方面的不足。其中《世界现代设计史》、《世界现代平面设计史》和《世界现代建筑史》

均在中国大陆和台湾出版，其中台湾版的版面和彩色版图相当好，《世界现代建筑史》在北京出版之后，一年之内三次再版，说明社会对于设计理论的需求之大。为了适应对于设计理论的需求，中国青年出版社和香港天一出版有限公司即将出版大规模的设计丛书，其中第一套包括了《世界现代设计史》、《世界平面设计史》、《世界时装史》、《美国插图史》和《世界当代艺术史》五本，都会在近期一一推出。而《世界时装史》是我最新的研究成果，也是丛书中的最新完成的一本。

撰写期间，我与国际著名的时装学校研究部门都有学术联系，其中包括德国慕尼黑的时装学院(Meisterschule für Mode, München)、比利时的安特卫普时装学院(Adademie voor Schone Kunsten, Antwerp)、柏林的服装学院(Lette-Verein, Berlin)、巴黎的艾斯莫德学院(Esmod, Paris)和慕尼黑的艾斯莫德学院(Esmode, München)、德国布莱梅艺术学院(Hochschule für Kunst in Bremen)、伦敦的中央圣马丁艺术和设计学院(Central Saint Martin's School of Art and Design, London)、伦敦的金匠大学(Goldsmiths University of London)、伦敦的皇家美术学院(Royal College of Art, London)、意大利米兰的多穆斯学院(Domus Academy, Milan)、巴黎的综合时装学院(Ecole de Chambre Syndicale de la Couture, Paris)、纽约和巴黎的帕森斯设计学院(Parson's School of Design, New York and Paris)、纽约的时装技术学院(Fashion Institute of Technology, FIT, New York)、日本东京的多摩美术大学(Tama University of Fine Arts, Tokyo)和日本东京的Bunka Fukuso Gakuin 时装学校等。在此对他们的支持表示由衷感谢。

冯达美协助我撰写了本书的第九章、第十一章和第十三章的部分章节，天一文化有限公司平面设计部

的设计人员为此书和丛书的其他部分做了全面的设计，还有中国青年出版社、香港天一出版有限公司的工作人员为出版做了大量的筹备、校阅、审查和推广方面的工作，在此一并表示感谢。

时装设计已经100年了，我们从这个过程中可以学习到什么呢？有些人说经历了100年的发展，时装目前又回到开始的状态，是一个周而复始的过程。好像20世纪刚刚开始一样，紧身胸衣又开始流行，服装设计中女性的臀部又成为为了达到吸引异性的强调重点。这些事实上只是人们习惯的反复而已，服装设计毕竟不再是当年，社会变化、流行式样来来去去，时髦的动机已经不同了，比如现在穿紧身胸衣的妇女是志愿的选择，而不是19世纪妇女不得不穿束缚自己身体的紧身胸衣。今日对反对品牌炒作隐姓埋名而创作的时装设计师也是自己的选择，出于自愿，而不再是社会压力的结果。事物的否定之否定发展，其实是一个不断的、螺旋状的向上的过程，而不是历史的简单重复。进入21世纪，其实时装设计的所有因素都有外表或者内涵的改变，真正不变的，是人们希望穿得漂亮、穿出个人的性格、穿出魅力的动机，正是这个驱动力，保证了时装设计的不断发展和进步。

王受之

2001年11月15日于美国洛杉矶