

〔美〕琳达A.巴赫 (著)
王菁 (译)

THOMSON

THE PROFESSIONAL MODEL'S HANDBOOK

完全模特手册

 做一名模特，你需要美丽、独特，有品位、有气质，还需要一本专业的模特指导手册帮你将美丽与独特发扬光大，让品位和气质助你成功。

 中国轻工业出版社

THOMSON

本书的面世堪称时尚模特行业的一次重大革命。它的内容覆盖面极其广泛，为对模特行业感兴趣，追赶时尚潮流，想了解时尚模特行业的人们揭开了神秘面纱。了解书中的有价值的内容信息，你可以正确评估自己是否具备作为一名职业模特条件；探索你的社会竞争优势和你是否能取得从事模特工作的机会。

《完全模特手册》不仅对有理想成为模特的人群有非常重要的影响，而且对从事职业模特教育工作者、模特经纪公司管理人员、职业模特摄影师、造型师、时尚专员和星探等来说，它同样是非常有参考价值的资料。

如果你没有打算从事模特职业生涯，只是想了解模特行业及关注时尚的一些信息的热心读者，本书同样适合您。通过对本书内容学习，从了解时尚的角度提高你对自身的正确认识，同时寻找适合自己的个性气质，

让自己更加自信面对美丽人生。

内容简介

关于作者

琳达是活跃在20世纪美国著名的时尚传媒人，她是集摄影师、化妆师、造型师、形象艺术设计师和具有市场推广技能一身的综合体。数以百计具有潜力的女性经过她独特的专业眼光挑选，而成为世界顶尖职业模特。她曾经作为独立的模特星探为美国和欧洲著名模特经纪公司专门发现有潜力和有前途的超级模特。

完全模特手册

The Professional Model's Handbook

[美]琳达 A. 巴赫 著

王菁 译

 中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

完全模特手册/(美)巴赫著;王菁译. —北京:中国轻工业出版社,2008.1

ISBN 978-7-5019-5696-8

I. 完... II. ①巴... ②王... III. 模特儿-手册 IV. TS942.5-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第130599号

Linda A. Balhorn

The Professional Model's Handbook

ISBN: 0-87350-376-7

Copyright © 1990 by Linda A. Balhorn,

Milady is an imprint of Delmar, a division of Thomson Learning

Original edition published by Thomson Learning. All Rights reserved. 本书原版由汤姆森学习出版集团出版。版权所有,盗印必究。

CHLIP Press is authorized by Thomson Learning to publish and distribute exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体字翻译版由汤姆森学习出版集团授权中国轻工业出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾)销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

978-981-4221-51-1

Thomson Learning (A division of Thomson Asia Pte Ltd),

5 Shenton Way, # 01-01 UIC Building Singapore 068808

责任编辑:胡玫娟 王晓晨

策划编辑:胡玫娟 责任终审:孟寿萱 封面设计:北京水长流文化发展有限公司

版式设计:东远 责任校对:李靖 责任监印:胡兵 张可

出版发行:中国轻工业出版社(北京东长安街6号,邮编:100740)

印刷:利森达印务有限公司

经销:各地新华书店

版次:2008年1月第1版第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:29.25

字数:350千字

书号:ISBN 978-7-5019-5696-8/TS·3303 定价:68.00元

著作权合同登记 图字:01-2006-4949

读者服务部邮购热线电话:010-65241695 85111729 传真:85111730

发行电话:010-85119845 65128898 传真:85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社读者服务部联系调换

60662S3X101ZYW

译者的话

当今社会通过卫星、电子信号以及现代化的交通运输工具，已经将地球联结为一个巨大的网络，环环相扣，息息相关已经成为不可争辩的现实。中国走向世界，世界放眼中国不再是一种期待，中国已经立足于世界，世界已经包容着中国。正是在这样一个全球化的时代，中国的模特教育也进入了一个新时期！在未来的世界中，信息就是力量，获得有效信息和传播信息都将成为衡量一个国家和民族在世界地位和影响的重要标志。中国的模特行业，如今的作用已经成为中国世界形象的一个重要象征。因此，为了适应这种全球化发展趋势，中国未来新一代时尚模特人才必然将越来越需要一种世界性的传播视野，国际性传播能力和全球性传播意识。

正是基于这样的认识，本书译者历数十年致力于时尚行业——特别是在对模特范畴研究过程中发现，中国市场存在模特教材的匮乏，经过译者精心挑选，译出与中国大专院校模特课程相适应的英文原版教材，从理论上培养模特的国际传播、国际交流的能力及素质。

《完全模特手册》的英文版自1990年出版以来，一直是欧美国家模特市场使用的主流教材，具有一定权威性和代表性。本书能够从中国读者阅读习惯、学习习惯的角度编译，内容考虑到了西方理论与中国背景的结合，深入浅出，具有很高的参考价值。本书的中文版面世应该说是中国模特文化教育的一次重大革命。

中国的时尚模特教育与当前传媒发展的规模和速度相比，应该说远远不能适应。模特教学的知识、方法、观念、体系等都面临着重大的更新。在这种情况下本书的出版发行填补了国内模特专业教材的空白，对中国模特教育发展起到重要的推动作用。

本书的读者对象是模特教育工作者、模特、模特经纪公司管理人员、模特摄影师、造型师、时尚专员和星探等。

通过翻译编辑高质量《完全模特手册》，诠释时尚模特新概念，从而去满足社会触及时尚及提升全新模特概念，为提高我国模特的整体素质水平努力！

实用指南

本书的面世堪称时尚模特行业的一次重大革命。它的内容覆盖面极其广泛，为对模特行业感兴趣，追赶时尚潮流的人们，以及想了解时尚模特行业的人们揭开了神秘面纱。了解书中的相关内容信息，你可以正确评估自己是否具备作为一名职业模特条件；探索你的社会竞争优势和你是否有取得从事职业模特工作的机会。

全书共分六部分十六章。第一部分涉及探索关于选择从事模特职业的第一步，即你必须知道什么是模特的真正商业含义，市场在哪里及为什么市场需要你的形象、技能和才能，同时最关键的概念是通过本书的指引，能正确分析自身条件，如：基本条件、自然体态、化妆、发型，及如何搭配服饰装扮自己，从而发掘自己独特的的气质形象。

第二部分分析模特的商业范畴。详细描述如何能得到模特经纪公司的青睐和如何开始自己的模特生涯。

在书中的第三部分，你将一步一步学到如何整合你的个人资源，从制作你的档案卡，向大众传媒推广你的技能和能力，到最终被人们接受并获得成功。

第四部分将生动地呈现模特的工作程序，分别在模特的四个专业领域叙述，分析如何展示你的技能和寻找个人发展空间。

第五部分阐述世界模特的工作机会，从纽约、欧洲，到日本和其他国家、城市。

最后一部分探索其他与模特有关的职业，如果自己不具备模特的条件，通过本书，你可以发现自己兴趣的所在，并能发掘自己的潜在能力，从而去寻找你适合的工作方向。

无论你是什么类型的模特，或者计划在哪里从事模特行业，本书所呈现的内容信息都非常具有实用性，你将会从中寻找到答案。模特的类型有很多种，从服装模特、商业模特等都始终贯穿本书。另外，此书内容也包括了适合少儿模特和成年模特的章节。本书作者虽然是以纽约为主分析模特职业，但是你在另外的城市同样可使用本书。

《完全模特手册》不仅是对于想成为模特的人群有非常重要的帮助，同时对从事模特教育工作者、模特经纪公司管理人员、模特摄影师、造型师、时尚专员和星

探等同样是非常有宝贵价值的参考资料。

如果你没有打算从事模特生涯，只是想了解模特行业及关注一些时尚的信息，本书同样适合您。通过对本书内容学习，会了解模特的商业秘密，从了解时尚的角度提高你对自身的正确认识，同时寻找适合自己的个性气质，让自己更加自信面对美丽人生。另外，无论你从事什么职业，你将明白如何推广个人魅力，提高职业竞争能力，塑造你的个人独特形象。

关于作者

琳达是活跃在 20 世纪美国著名的时尚传媒人，她是集摄影师、化妆师、造型师、形象艺术设计师和具有市场推广技能于一身的综合体。数以百计具有潜力的女性经过她独特的专业眼光挑选，而成为世界顶尖职业模特。她曾经作为独立的模特星探，为美国和欧洲著名模特经纪公司专门发现有潜力和有前途的超级模特。

琳达涉及许多相关时尚媒体行业，所以她的经历非常特殊。她曾工作于广告公司，尤其擅长电视节目的制作，同时，因为她的特殊写作技能而作为时尚编辑在《Mademoiselle》杂志的美容部门工作。

大学毕业后，她开始模特生涯达七年之久，曾工作在纽约，及米兰、巴黎、苏黎世、慕尼黑、东京等其他一些国家。在欧洲的四年期间，她成为苏黎世著名模特经纪公司的亲密合作伙伴，并成为他们的专业时装摄影师、星探和市场推广者，尤其善于为公司发现及推广新面孔。

随后她回到纽约，她在芝加哥成立自己的时装摄影工作室，同时也和一些时尚出版社合作。其间她的另一本畅销书《美丽的商业秘密》风靡一时，从化妆技巧到发型风格等方面阐述引领时尚先锋的技巧，当时也被著名模特和影视名人所推崇，视为进入时尚殿堂的秘籍。

目 录

第一部分 职业模特

第一章 模特概述	13
第一节 模特的发展史	13
第二节 四种职业模特的工作模式	21
第三节 模特的工作类型	23
第四节 模特的分类和需求条件	27
第五节 正确评估你做模特的潜质	31
第六节 发现你的竞争优势	32

第二部分 职业模特形象的创造

第二章 充分利用自身优势	35
第一节 健康是创造美丽的基础	35
第二节 形体控制	37
第三节 化妆修饰	38
第四节 肢体语言	46
第五节 怎样使用自我提升图表	62
第三章 职业模特的专业化妆技巧指南	65
第一节 肤质分析	66
第二节 分析面部结构和特征	67
第三节 职业模特的化妆用品	70
第四节 遮瑕霜	72
第五节 粉底	73
第六节 粉底霜	73
第七节 面部轮廓的化妆	74
第八节 胭脂	75

第九节 眼部化妆	75
第十节 唇彩	77
第十一节 正确的化妆技巧	78
第十二节 用化妆品塑造不同外型	91
第十三节 面对不同媒体的化妆术	100
第十四节 循序渐进的专业化妆技巧	108
第十五节 黑人模特的化妆技巧	113
第十六节 男模的化妆技巧	115
第十七节 怎样与化妆师沟通	116
第四章 职业模特的头发护理和造型	118
第一节 秀发护理	118
第二节 分析并解决头发问题	119
第三节 找到适合你的发型	121
第四节 选用专业发型设计工具	124
第五节 学习专业发型技术	128
第六节 尝试不同的发型	135
第七节 在不同场合的造型分析	142
第八节 学习适合你的发型设计	143
第九节 怎样在工作中与发型师合作	144
第五章 职业模特着装法则	146
第一节 服装原则及法则	146
第二节 利用时尚的基本原则	148
第三节 衣服的尺寸	151
第四节 爱护衣服	157
第五节 规划你的衣橱	158
第六节 模特旅行的小贴士	171
第七节 小心使用客户的衣服	173
第八节 怎样做自己的造型师	174
第九节 与造型师一起工作	177
第六章 职业模特的个人修养	179
第一节 有魅力的声音和交谈技巧	180
第二节 拥有良好的公共关系	182
第三节 处理困难情况的应变能力	184
第四节 儿童模特及其父母、监护人的行为指导	185

第三部分 模特的商业职能

第七章 模特经纪公司职责	188
第一节 模特经纪公司	188
第二节 模特经纪公司的区别	189
第三节 模特经纪公司的功能	190
第四节 模特和经纪人的关系、经纪人对模特的责任	205
第五节 经纪人和客户的关系	209
第六节 模特对客户的关系	209
第七节 如何找到一个经纪人	211
第八节 如何申请进入模特经纪公司	213
第八章 职业模特的发展计划	228
第一节 初步的职业打算	228
第二节 制定职业发展计划	229
第三节 投入你的职业	231
第四节 获得职业技能	233
第五节 保存记录书面工作	239
第六节 管理你的财务	239
第七节 学习法律及其他相关问题	247
第八节 工作保险	251
第九章 职业模特的自我推销	252
第一节 模特如何推销自己	252
第二节 模特获得自我推销工具的过程	257
第三节 模特档案	289
第四节 模特档案的制作步骤	289
第五节 模特的影集	306
第六节 商业特写	322
第七节 简历	327
第八节 录音带	330
第九节 自我推荐	332

第四部分 职业模特所涉及的领域

第十章 平面媒体模特	344
第一节 平面媒体模特的工作类型	344
第二节 平面模特的技巧	347
第三节 摆造型的基本要素	348
第四节 怎样能更上镜	361
第五节 专业模特的摄影造型	371
第六节 表演时发挥想象力	374
第十一章 电视网络传媒模特	384
第一节 电视网络传媒模特的类型	384
第二节 电视网络媒体的角色	385
第三节 电视网络媒体的任务	387
第四节 如何开创媒体事业	388
第五节 影视媒体模特的表演技巧	392
第六节 工作流程	395
第七节 影视媒体工作的其他建议	399
第十二章 职业模特实用推广技巧	402
第一节 概况	402
第二节 职业模特展示产品的分析	405
第三节 推销模特的技巧	406
第四节 推销涉及的人员	410
第五节 推销模特的修养	410
第六节 现场工作流程	412
第十三章 展示服装的模特	414
第一节 服装设计及制作的工作流程	414
第二节 四种类型的现场展示模特	415
第三节 服装展示模特的基本技巧	420
第四节 模特的高级表演技巧	424
第五节 服装表演的特别事项	433
第六节 舞美设计编排	436
第七节 分析如何展示一套服装	438

第五部分 职业模特的世界市场

第十四章 美国的职业模特·····	445
第一节 纽约之旅的计划和准备·····	446
第二节 纽约城市介绍·····	446
第三节 纽约打拼的结果·····	448
第十五章 其他职业模特的工作时机·····	449
第一节 异国模特的工作机会·····	449
第二节 海外模特的资质要求·····	450
第三节 怎样制定海外合约·····	451
第四节 海外旅行的准备·····	452
第五节 旅行小贴士·····	453

第六部分 与模特相关的职业

第十六章 善于发现与模特相关的领域·····	456
第一节 与模特相关的职业·····	457
第二节 模特行业和相关领域的行业运作规则·····	463
第三节 成功的心态·····	467

044		种植业与林业	第四十卷
044		新加坡与马来西亚	第一卷
044		新加坡与马来西亚	第二卷
044		新加坡与马来西亚	第三卷
044		新加坡与马来西亚	第四卷
044		新加坡与马来西亚	第五卷
044		新加坡与马来西亚	第六卷
044		新加坡与马来西亚	第七卷
044		新加坡与马来西亚	第八卷
044		新加坡与马来西亚	第九卷
044		新加坡与马来西亚	第十卷
044		新加坡与马来西亚	第十一卷
044		新加坡与马来西亚	第十二卷
044		新加坡与马来西亚	第十三卷
044		新加坡与马来西亚	第十四卷
044		新加坡与马来西亚	第十五卷
044		新加坡与马来西亚	第十六卷
044		新加坡与马来西亚	第十七卷
044		新加坡与马来西亚	第十八卷
044		新加坡与马来西亚	第十九卷
044		新加坡与马来西亚	第二十卷
044		新加坡与马来西亚	第二十一卷
044		新加坡与马来西亚	第二十二卷
044		新加坡与马来西亚	第二十三卷
044		新加坡与马来西亚	第二十四卷
044		新加坡与马来西亚	第二十五卷
044		新加坡与马来西亚	第二十六卷
044		新加坡与马来西亚	第二十七卷
044		新加坡与马来西亚	第二十八卷
044		新加坡与马来西亚	第二十九卷
044		新加坡与马来西亚	第三十卷
044		新加坡与马来西亚	第三十一卷
044		新加坡与马来西亚	第三十二卷
044		新加坡与马来西亚	第三十三卷
044		新加坡与马来西亚	第三十四卷
044		新加坡与马来西亚	第三十五卷
044		新加坡与马来西亚	第三十六卷
044		新加坡与马来西亚	第三十七卷
044		新加坡与马来西亚	第三十八卷
044		新加坡与马来西亚	第三十九卷
044		新加坡与马来西亚	第四十卷

第一部分 职业模特

第一章 模特概述

第一节 模特的发展史

Marie Vernet Worth 被公认为现代舞台表演的第一人，她身着丈夫为她量身设计的时装进行表演，那曼妙的身段为服饰增色不少。而她的丈夫——Charles Worth 是 19 世纪中叶最为杰出的法国女装设计师之一。据历史记载，是他首创了衬裙。并且将时装穿在假人的身上进行展示，他开创了时装发布的新气象——他雇用了年轻貌美的女店员在沙龙里向顾客们展示服装，在打扮入时的贵妇们云集的社交场所中发布最新的款式。事实上，当时的现场走台也就和我们今天所见到的非专业的走秀大同小异。

在 19 世纪中叶之前，服装展示是在等比缩小的娃娃身上进行的。如同人们给它们的称谓一样，“时装娃娃”是 16 世纪由一名来自凡尔赛的女设计师 Rose Bertin 首先采用的。为了保证她能得到订单，她将娃娃送到欧洲各地的客户们手中为自己的时装造势。

1914 年，第一场由真人表演的时装秀在芝加哥举行，芝加哥是当时成衣制造业的中心。那场秀一共雇用了 100 名模特，并向在场的 5000 名观众展示了 250 套高级成衣，被誉为“世界时尚界的一场盛宴”。狂放不羁的作品引领了当时的时装潮流，这些一流的成衣是在明尼阿波利斯、底特律、芝加哥及周边城市制作完成的。这场时装秀被拍成电影并在全美各地的影院公映。

在当时，时装模特并不被人看好，甚至被认为不是女性所应当从事的职业，大多数模特其实都是由商店推销员、歌舞女郎和兼职演员来充当的。但当巴黎设计师 Jean Patou 发起了在法国招聘才貌双全的年轻女性来他的沙龙进行专业时装表演时，这一传统观念开始发生改变。在美国《时尚》杂志的共同合作下，招聘工作由此展开，而首次应招的六名女模特也为今后的招聘定下了标准。这首开了时装模特这种职业的先河。

直到 20 世纪 20 年代才出现了摄影模特。当时，尽管已经有了《时尚》杂志并且报纸也采用摄影技术来记录事件，但是，时尚仍然仅存在于绚烂多彩的插图中。

Edna Woolman Chase, 巴黎《时尚》杂志的编辑, 第一个将走台模特的照片运用到杂志中去。随着时尚摄影的蓬勃发展, 对模特的需求开始增长, 由此, 第一家模特经纪人公司应运而生, 从事模特管理与中介工作。第一家模特经纪人公司于1928年在美国成立, 创办者 John Robert Powers 是纽约的一名导演, 他招揽女演员和具有明星潜质的朋友作为其旗下的模特。天生丽质的“Powers Girl”成为了当今摄影模特的原型。

在纽约, 时装模特产业日益壮大并走向成熟。Harry Conover, 曾是一名 Powers 公司的所属模特, 他于1938年开办了自己的模特经纪人公司; 紧接着, 百万富翁 Huntington Hartford 也于1940年创办了一家。他首创了付款凭单制, 这使得原本无序的报酬支付变得有序而且更商业化。1946年, 福特模特经纪人公司成立了。它是由纽约摄影的造型师、原康诺沃公司雇员 Eileen Ford 及其丈夫 Jerry Ford 一手建立起来的。当时该公司所制定的一些业内规范仍旧沿用至今, 包括模特的培养与训练流程。随着模特在广告界的身价与日俱增, 模特经纪人公司也如雨后春笋般在美国的各大城市遍地开花。

而在欧洲, 模特经纪人公司却未能大行其道, 这主要是因为战后的法律禁止开办劳务中介机构, 这便使得大量的职业摄影模特从美国源源不断地进入欧洲市场。当时的欧洲, 如果一名摄影师需要模特, 他会从街头觅得一些漂亮姑娘, 并要求她们在指定的时间到他的工作室来。运气好的话, 她们中的某一位真的会如约而至, 拍摄工作也会获得成功。然而, 这并不能称其为商业运作, 并且, 随着法国时尚业的发展, 对职业摄影模特的需求迫在眉睫。1957年, Dorian Leigh, 当时美国最有名的模特之一, 在巴黎开办了欧洲第一家模特经纪人公司。之后许多经纪公司也随之陆续成立了。

John Cassablancas 于1974年在巴黎创办了精英模特经纪人公司, 首先在世界范围内建立了人才中介网。

到了20世纪70年代, 模特容貌的多样化为世人所接受。在此之前, 经典的美人脸盛行不衰。直到1975年, Wilhelmina 模特经纪人公司采用了两位有雀斑的女郎作为《时尚》封面女郎 (Patti Hansen 和 Shaun Casey), 雀斑才摘掉了美人瑕疵的帽子, 成为了一种资本。1977年, 大号体型 (10 码以上) 的模特也横空出世了, 她是由 Mary Duffy 推荐的, 后者于1981年在纽约创办了大号美形模特经纪人公司。Frances Grill 所创立的 Click 模特管理公司也突破了摄影模特民族单一、审美固定的局限。到了20世纪80年代, 随着人口平均年龄的上浮, 四十岁左右的中年模特也崭露头角。

20世纪80年代末, 模特业界发生了重大的细分化变革。小型的模特经纪人公司着力于卓尔不群的特质模特开发, 而大型公司则将旗下的模特按年龄、身形、样貌分门别类。今天, 模特业已经成为了一个多元的、日进斗金的全球化行业。