



美国：八个故事

张北海 著

张北海 著

美国：八个故事

世纪出版集团 上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

美国：八个故事 / 张北海著；—上海：上海人民出版社，
2007

ISBN 978 - 7 - 208 - 07296 - 1

I. 美… II. 张… III. 散文 - 作品集 - 中国 - 当代
IV. I267

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 112573 号

出品人 施宏俊
策划编辑 邵艳美
责任编辑 邵艳美
装帧设计 陆智昌
封面图片 韩湘宁



世纪文景

美国：八个故事

张北海 著

出 版 世纪出版集团 上海人民出版社
(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)
出 品 世纪出版集团 北京世纪文景文化传播有限公司
(100027 北京朝阳区幸福一村甲 55 号 4 层)
发 行 世纪出版集团发行中心
印 刷 北京中科印刷有限公司
开 本 890 × 1240 毫米 1/32
印 张 7.25
插 页 2
字 数 152,000
版 次 2007 年 9 月第 1 版
印 次 2007 年 9 月第 1 次印刷
ISBN 978 - 7 - 208 - 07296 - 1 / I · 465
定 价 20.00 元

自序

十七世纪初（明天启年间），荷兰在曼哈顿建立交易站，经过稍后的英国殖民，再之后的美国独立，纽约至今快四百年了。

四百年历史，四百年变迁，四百年故事。

不难想像，有关纽约的论著，总有上万种。这是一代又一代写作者长久而持续努力的结果。丰富的纽约城市学，好比百川入海而形成的一片汪洋。我人在纽约，也在向此一汪洋注入我的一滴水。而以中文写作，或应称之为我的一滴“汉水”。

这里分三集收编的百余篇文章，选自我近三十几年来为港台报刊撰写的专栏和特约稿。现在之所以能够和国内读者见面，应该感谢世纪文景对这些旧作的重视。

世纪文景还出过我的另一本书。但那是设在一个早已消失的特定历史背景下的虚构小说。这三本非小说，则没有任何奢侈去幻想。里面的故事，是作者生活周围的现实。

跨越这虚构和现实的两个世界，是作者走过的两个时代，两个文化，和那八千里路云和月。

认识一个城市不容易。从陌生到不陌生，需要一段时间和努力，可能还需要一点机缘。我的前半生一直没有一个永久地址，单从我中年以前之四处居留，即可看出少许端倪——北京，天津，重庆，台北，洛杉矶，圣塔莫尼卡……

这不断迁居的结果是，我既没有时间，也没有意识（且不提有欠成熟），也没有机缘，去真正了解我曾居住过的一个个大城小镇。

直到一九七二年，我因工作定居纽约，才算是有点时间，或有点机缘，去比较认真地看这曼哈顿天空线下的世界，并开始写作。

但是这些叙述，除了如书名所显示的广泛主题之外，很难说有一个固定方向，几乎全在随着作者个人兴趣漫游。自我安慰的话，这或许可以算是乱中之序。现只希望，我的兴趣能够引起你们的兴趣。

二〇〇七，纽约

目录

伟大的牛仔裤，了不起的 Levi's	001
——世界上最帅、最畅销、最受欢迎的牛仔裤，及其 发明者与制造商的故事	
纽约地下铁的故事	043
摇滚乐	062
——送给八十年代的摇滚迷	
时装的故事	105
——什么是时装？怎么来的？为什么？	
东河大桥的故事	138
从理想到梦魇	162
——琼斯和他的人民教	
西装与便装	194
纽约，纽约	202
出版后记	

伟大的牛仔裤，了不起的 Levi's

——世界上最帅、最畅销、最受欢迎的牛仔裤，
及其发明者与制造商的故事

三十年前的一个秋天下午，台北市龙泉街九十二巷快到底的一幢日式小楼内的卧室里，有一个十来岁的小孩正慢慢地穿上五天前他朋友送他的生日礼物，一条四天之内洗了三次、试穿了两次、前面口袋上端两头打着铜钉、后面右方口袋边上露出一面小小红旗的靛蓝色长裤；现在第二次试穿时，深蓝色开始微微泛白，冷冰冰的粗布仍带点湿，还不够软，但他觉察出这条裤子已在按照他的腰、他的小肚子、他的屁股、他的裆、他的大腿的形状开始缩了，紧紧地裹着，紧紧地兜着，使这个天真无邪的初一学生经历着难以形容的兴奋和快感……

自从那个秋天的下午之后，可以这么说，到今天我还没有脱下我的 Levi's 牛仔裤。

那个时期的台湾是一个很安静、没有任何乌烟瘴气的台湾；台北也是一个很安静、没有任何乌烟瘴气的台北。就算住在龙泉街，晚上不到十点即已能随着蝉声或墙外稻田中时起时落的蛙声入睡。这种宁静的环境是不容易出现任何奇装异服的。要有的话，也只限于那批极少数念台北美国学校的子弟中的极少数。因为在五十年代初期，即使在牛仔裤的

发源地，美国本土，除了劳工，除了西部学校和几个大城市中少数鼓吹自由开放或进步教育的私立学校之外，家长和学校当局都一律禁止学生穿牛仔裤上学。可以想像当时的台北，无论是在日本统治影响仍然普遍存在的台湾人之中，还是带来了当时中国大陆传统风气的那些迁台的外省人之中，牛仔裤都不是生活着装的一部分，可以说，连见也没见过。台北没见过，北京、天津、上海也都没见过。

然而这个西方文化干扰很少的沉静局面也就大约在这段期间，以非常戏剧化的方式，被二十六个青年男女给打破了。这就是台北最早的、不属于黑社会的少年帮会，并且因为他们二十六个人给自己取的外号而使中国一个古老名词不但有了新的意义，而且成了一个新的名词：“十三太保”和“十三太妹”。不错，那个时候的确有一批台湾流氓，可能是仿效美国水兵，曾以身穿蓝色紧腰喇叭裤（脚踏一双日式高木屐）为标志，但他们穿的宽脚管的水兵裤，布比较薄，而且没有铜钉，不是现在风靡全球二十年的正宗美国牛仔裤。而这二十六个人穿的是美国土产。至于这些原始的太保太妹们何以选择了牛仔裤，即使简单地来看，原因也不止一个。这个少年帮的哥儿们、姐儿们，都是外省籍至少中产家庭的子女，多半有点海外关系，也就是说，因为台北当地买不到而能有机会托亲戚朋友直接从美国得到牛仔裤（不太可能从香港，因为当时的香港，在保守的英国殖民统治下，学生全穿制服，甚而西装领带，也没见过牛仔裤。但香港毕竟是香港，不到二十年就成为世界牛仔裤一大制造中心）。另一方面，牛仔裤越穿越帅，越旧越舒服、越漂亮，而太保太妹们都爱打扮。此外，五十年代初期的台湾很像今日的大陆，外国货很少，有的话也很贵。穿一条美国制的牛仔裤就好比今天一个上海青年戴一副外国太阳眼镜一样，以拥有一件一般人没有的东西而自以为了

不起。但更重要的是，别人也认为了不起。

我一直觉得，如果当时的“十三太保”和“十三太妹”穿的不是牛仔裤的话，他们当时不会如此引人注目，他们的名声也不会如此响亮，牛仔裤更不会如此戏剧化地出现在台北市街头。在穿惯了又宽又松的衣服的中国人之中，又紧又窄的牛仔裤确实非常惹眼。我甚至觉得，当时官方和民间舆论之所以如此激烈，群起而攻之，与其说是为了这个少年帮本身，不如说是为了他们穿的是牛仔裤。帮会在中国古已有之，在台湾地区也一直有黑社会或半黑社会形式的帮会组织存在，但都没有享受到舆论给予十三太保和十三太妹的待遇，原因恐怕是在封建保守的当时台湾社会看来，穿一条性感的牛仔裤可比帮会还可怕，简直比不穿裤子还要可怕。这种分析的一个旁证是，后来台湾社会上的真假道学家正是因为他们认为牛仔裤是在破坏我中华民族五千年的传统文化，才将五十年代中期以来所有穿牛仔裤的人都一律称之为“太保太妹”，继续加以围打。这当中的逻辑是，太保太妹该打，主要因为他们穿的是牛仔裤，后来任何男女学生，即使不属于任何青少年帮会，但因穿的是牛仔裤而也会被扣上了“太保太妹”的帽子，所以也该打。这番道理可以用公式来表示，即，甲因为乙而该打，丙则因为乙而等于甲，因此也该打。由此即可证明牛仔裤如何刺痛了封建保守的五十年代台湾社会。但是多谢这二十六位先驱者，台北青年逐渐走上了“牛仔裤化”，而且还为台湾今日之繁荣、今日之工业化，立了投石问路之大功。

当然，先是台北（比阿瑟的“热门音乐”还早好几年）、后来遍及全岛的青少年们染上了牛仔裤的恶习不能完全归功于这二十六位朋友。牛仔裤在台湾流行起来主要是受五十年代初期开始连日放映的美国电影，尤其是好莱坞的西部牛仔片的影响。从中文的通称“牛仔裤”一词

看来，即可证明西部牛仔片的影响。风靡西部片的青年学生们一个个地在那里干过瘾，把自行车当马骑，弹子房为西部酒吧，记分小姐为吧女，罗斯福路为西部大草原，自我陶醉地穷过瘾。但有一点可以过真瘾，那就是设法搞到一条美国牛仔、西部英雄穿的牛仔裤。有人需求就有人供应。西门町中华路一带的地摊和沿铁道两边的违章建筑，几乎一眨眼之间都摆出了，亮出了，挂出了不知怎么走私进口的真货和家庭工业制的仿造品。这还不算，另外还出现了专门给没有铜钉的牛仔裤打铜钉的附属企业。等到我一九六二年离台来美的时候，也差不多正是台湾经济起飞的前夕，就连当初曾（因我确知）投书《中央日报》高呼世风日下、痛骂我们这些不良少年穿着牛仔裤招摇过市的一位高中国文教师的小女儿，也都穿上了一条满是铜钉的牛仔裤。

六十年代初期，牛仔裤在美国虽然相当普遍，但仍待真正起飞，还没有卷入学生运动，还没有被世界第一流时装设计家抄袭并以自己的名字为牌名推出价高而时髦的高级牛仔裤。

从第一条 Levi's 大约于一八五〇年代初期问世到我进入洛杉矶加州大学的时候，牛仔裤已经存在了一百多年，经历了几个不同的阶段。二次大战前七八十年，牛仔裤在美国一直是工人、农人，当然还有西部真正的牛仔，也就是说，劳动人民的工作服，但流行范围也只限于西部和西南部一带。东部的工人们始终不习惯穿这种一洗就缩水，就退色，而且硬邦邦的要穿好一阵才软下来的工作裤。其他人，如艺术家们，虽然早在二十年代和三十年代即开始穿牛仔裤，但人数太少，只能算是例外的个别情况。二次大战期间，牛仔布属于战略物资，美国政府对买卖、价格都严加控制，只有支持前线的战略工厂的男女工人才能优先配给。战后，欧洲方面因美军驻守的关系，虽然远在四十年代末期，牛仔

裤成为当地的德国、法国和英国青年追捧的对象（与西部片也不无关系），但流行程度因来源问题而非常有限。可是在五十年代的美国，牛仔裤却登上了社会舞台，而且成为正在发展的一个社会现象的主角。这似乎有点不可思议，因为牛仔裤对美国青年来说，不会使他们有像欧洲或台湾青年对“外国货”的那种羡慕之感，而且因来源不成问题，也不会使牛仔裤具有物以稀为贵的特点。这是和“可口可乐”一样地道的美国味儿的土产服装，而且自开发西部以来即已有之，一百多年来一直都是打工仔们穿的耐脏、耐穿、耐洗、耐磨、但不登大雅之堂的工人裤。那么何以在这段期间变成了几乎所有美国青年都想要穿上的一件制服？

五十年代的美国社会，尤其是艾森豪威尔当总统的那段期间，与三十年代或六十年代相比，是一个非常保守的社会，一个“企业社会”，一个不具人格的社会，一个个人好像都是循规蹈矩、没有个性的“灰衣人”（记得这部电影吗？片名影射那些身穿不冒犯任何人的灰色法兰绒西装的白领阶级守法良民）。电子计算器伸入到社会每个角落，氢弹问世，冷战继续，机器日益自动化等等，特别给年轻一辈的人一种无能为力之感。直到好莱坞无意之中为这些小孩提供了两个模范，暴露出这个平静局面之下隐藏并压抑着的一股无处发泄的暗流。一个是现已成为传奇人物、于一九五四和五五年先后主演《天伦梦觉》（*East of Eden*，港译《荡母痴儿》）、《养子不教谁之过》（*Rebel Without a Cause*，港译《阿飞正传》）的狄恩（James Dean）；另一个马龙·白兰度（Marlon Brando），好莱坞战后最伟大的演员。他于一九五五年主演了 *The Wild Ones*（这部讲摩托车帮的片子在那时太保太妹横行街头的台湾禁演，因而在台湾没有中译名）。狄恩和马龙·白兰度在这几部片子中主演的令人同

情的角色都与青年问题、“问题”青年、青年帮会有关。而这两个反抗家庭与社会的青年在电影里的打扮：上身一件T恤或皮夹克，下面一条Levi's牌的牛仔裤。

他们二人一夜之间成为美国青年崇拜的偶像。在灰衣人统治的企业社会中闷了这么多年的美国青年才发现，“啊！原来别人也有我这种感受！”于是受到崇拜的偶像，他们的打扮就成为青年们模仿的打扮了。狄恩于一九五五年第三部片子《巨人》(*Giant*)正待上演时飞车身亡，使他立刻成为当代传奇，更是火上加油。牛仔裤这时具有了制造商所无法想像、更不敢想像的象征意义，就是，借着穿牛仔裤来自觉或不自觉地表达一种个人态度，有意识或无意识地反抗无论家长式还是社会式的权威，向纪律挑战。

到了一九五七年，按照牛仔裤的创造者，也是今天全美、全世界最大的牛仔裤制造者，利瓦伊·斯特劳斯公司(Levi Strauss & Co., 港译利惠公司)最保守的估计，那一年全美国各种牌子的牛仔裤的销售总数共达一亿五千万条。再按照美国那一年的人口总数来计算的话，除去吃奶的还包着尿布之外，几乎人人都可分到一条牛仔裤。

而这只不过是个开始。牛仔裤成为六十年代嬉皮士、反战运动分子、左派分子（也许是看中了牛仔裤的无产阶级出身）不可缺少的行头。到了七十年代，就连保守刻板如会计师者也都可以穿牛仔裤上班了。牛仔裤被搞得渐渐失去了它五十年代和六十年代的象征意义，变成了……唉！对一个从五十年代开始只穿那种“保证缩水、发皱、退色”(guaranteed to shrink, wrinkle and fade)的Levi's牛仔裤，经历了太保时代、狄恩时代、嬉皮时代、反战时代、左派时代的我来说，简直欲哭无泪……牛仔裤变成了“时装”。谁能够料到，一种起初用来有意冒犯时

装的款样最后本身变成了流行的时装。

如果说美国在一九五七年，除了没断奶的婴儿不算之外，牛仔裤的销售总数可使人人分到一条的话，那二十年后的一九七七年，人人都可分到三条。在这一年，美国人一共买了五亿条以上的牛仔裤。不管时装趋势专家，市场分析师，社会学家，甚而哲学家如何解释，全美，半个世界的“牛仔裤化”是人类服装史的一个没有先例的事件。

《纽约客》杂志的金融财政专栏作家约翰·布鲁克斯（John Brooks）一年多前写了一篇关于利瓦伊·斯特劳斯公司的文章。他说牛仔裤在五十年代末期和六十年代初期开始风行，刚好吻合了当时美国青年们对美国式生活逐渐形成的一个新观点。牛仔裤人人即知的坚牢耐磨是对一个以汽车工业为代表的人为商品废弃（每年换式样）社会的挑战。牛仔裤多年来与体力劳动的关联也正是对办公室的工作日益增加、工厂和农场上的体力劳动日益减少的社会趋势的一种评论。而且，牛仔裤的劳动阶级含义更批评了美国社会上那些一心一意向上流动的中产阶级的做作与虚荣。此外，牛仔裤自然，牛仔裤货真价实，不含任何人造纤维，男女都可以穿。是对虚伪、男女各有各的本分的观念的挑战。非但如此，牛仔裤有其与裤俱来的优点，越洗越穿越帅越合身越舒服，是牛仔裤将就各人独特的体形，而不是以人来将就一件衣服，如西装领带。天下没有任何裁缝能剪出比一条穿了一年的牛仔裤所自然形成的那样合身的衣服。而且，就像“普艺”画家安迪·沃霍尔（Andy Warhol）所说的，“牛仔裤太方便了。”

最近去世的加拿大哲学家马歇尔·麦克鲁汉（Marshall McLuhan）一九七三年对“牛仔裤现象”的看法是，身穿一种基本上是工人服装的意思是在强烈拒绝中产阶级的价值观念，抗议现代科技社会带来的个性

流失。他的评论是“牛仔裤表示对既成体制的愤怒”。但后来，旧金山州立大学的阿瑟·伯格（Arthur Berger）教授的结论却是，“牛仔布（包括裙、衫、裤）在世界各地的兴起与所谓的‘美国梦’不无关系。只要有足够的意志力，再加上一点运气，任何人都可出头。牛仔布只是美国的另一个移民，一个在美国获得成功的移民。”换句话说，刚好与麦克鲁汉所说的相反，牛仔布（裤）代表美国传统的主流，根本不是什么反抗、挑战、愤怒……好，原来我们这批硬要把身穿牛仔裤作为一种个人声明的浪漫派全部上了美国资本家的当了。

上当有点过分，至少就我来说，三十年前第一次穿上牛仔裤后感到舒适方便使我深深地爱上了它。现在就是有人天天向我做反宣传，说穿牛仔裤会得腰癌、裆癌或腿癌，我也不会抛弃我这位贴身朋友。我想世界上千千万万穿牛仔裤的人基本上也是为了穿起来舒服才穿的，确实扯不上什么抗议或挑战。牛仔裤制造商非常脚踏实地，不去为“牛仔裤化”找个理论根据。他们只知道，没有多久以前，每个人都要穿牛仔裤，现在还不断有增无减地继续买牛仔裤。他们的看法很实际，没有任何玄奥的理论，只是，我们的牛仔裤确实比其他种类的裤子好，那为什么受欢迎？

确实如此，也真的是这么简单。牛仔裤是美国对世界的一大贡献，其意义不亚于电子计算器、复印机、小儿麻痹预防针、摇滚乐。这是利瓦伊·斯特劳士一八五三年在旧金山为那些一直抱怨裤子不耐牢的淘金矿工们用帐篷帆布设计出第一条“牛仔裤”时做梦也没想到的。

旧金山仅仅在他抵达之前五年还只不过是墨西哥驻军的一个前哨站，保护他们的殖民地和前来感化印第安人的西班牙神父。但就好像日本成立“满洲国”时在东北没有找到石油一样，建立在掠夺的黄金白银

之上的西班牙殖民帝国，以及其继承者墨西哥，在加利福尼亚也一直未能满足其当初之所以来目的。但最大的历史嘲讽是，就在一八四八年二月，墨西哥战败，签订了割让加利福尼亚给美国的条约的前几天，一个名叫马歇尔的工头在旧金山以北一百多英里的一个所在发现了黄金，掀起了淘金浪潮，改变了美国历史，也把旧金山，从一个只有墨西哥兵和西班牙神父的前哨站，不出几年工夫，改变成为一个暴发户，一个罪恶之城，一个冒险家的乐园。到利瓦伊·斯特劳斯于一八五三年从纽约先乘轮船去巴拿马，改乘马车越过地峡，再乘轮船，前后共用了三个多月时间才抵达旧金山的时候，这个淘金圣地的供应站已经发展到了有将近八万人、二十三个码头、十三家铁工厂、四个锯木场、五家剧院、九家弹子台工厂、一百十七家绸布庄、二十八家酿酒厂和三百九十九间酒吧。非常热闹，也非常危险。一八五三年才过了一半，记录在案的枪杀事件已达一千两百宗，没有记录的据说还有两千四。

利瓦伊·斯特劳斯这时二十四岁。他六年前从德国移民到纽约，先替他做绸布生意的两个哥哥乔纳斯和刘易斯二人作推销。虽然这时他英文还很差，但为了生活，他背上了一百磅的布匹、衣服、针线，前往南部肯塔基州向那些种田的、砍木头的兜售一块钱、两块钱的“纽约货”。生意不好做，于是听到加州发现了黄金以及各种致富发财的传说之后，便决定出发，设法在这个边疆地带混出点名堂来。更何况他的姐姐范尼（Fanny）和姐夫戴维·斯特恩（David Stern）已于一八五一年定居旧金山，做起了生意，零售纽约兄弟批发来的绸布。

他随身带来的货之中有好几匹用来做帐篷、马车篷用的帆布。但一到加州没有多久，他就听到无数的矿工们怪他为什么不多带裤子来卖，并抱怨他们现在穿的裤子，无论去挖金子、砍木头、赶马车，一下子就

破了。利瓦伊·斯特劳斯于是就把没卖出去的帆布（这总够厚了吧！）找了个裁缝设计出一条腰身低、直裤腿、缩水之后紧紧包住臀部的帆布裤。（另一个传说是他本人设计的，自己缝的。公司早期的历史记录，因一九〇六年旧金山大地震和大火全都毁掉了。不管怎样，发明第一条牛仔褲的功劳就记在他头上了。）这种裤子的销路还不错，一直不断有人买。所以他在码头旁边开的店铺中，除了零售绸布针线和纽约运来的其他衣服之外，还缝制差不多一条一块美金的“利瓦伊式”的裤子。

在这个可以说是黄金遍地、但其他什么货都缺的旧金山，钱是蛮好赚的。东部一分钱一包的针，这里可以卖到两毛五，五块钱一条的毛毯，这里开价四十。可是横跨美国大陆的铁路还没建成，订货和运货可不容易。纽约两个哥哥批发的货只有靠轮船，绕过南美，花上几乎四个月的时间才能运到他们手中。而旧金山已经有了这么多商店，竞争太厉害，只要看见有货轮进港，市面上各种货物的价格可以立刻下降百分之二十五，因为没有人晓得船上会载来些什么货。只有最殷实的进口商和卖酒的敢不杀价，前者资本雄厚，后者因旧金山的威士忌永远不够需求而有恃无恐。利瓦伊·斯特劳斯还没有这个本钱。所以一有船到，由他姐夫把店里的货的价格一一标低的时候，他就前往码头船边去投标。光靠他纽约的哥哥们批发是不够的，能标到点什么就卖点什么，帽子也好，裤子也好，手帕也好，能赚一块是一块。而生意也就靠他这样慢慢做起来了。但最使他惊奇的是，一直不断有人买的倒是他店里做的帆布裤，而且矿工们和做其他轻重活儿的人一进门就指名要买他们所说的“利瓦伊式的裤子”（Levi's Pants）。

虽然还没到发财的地步，但几年之内，生意好得已经从小绸布店改名为“利瓦伊·斯特劳斯公司”了，而且改零售为批发纽约货，本

来他们很可以取名为“斯特劳斯兄弟公司”，可是这个名称给另一家同姓但无亲属关系的几个兄弟先登记了。而利瓦伊他们虽然一共有五个合伙人，纽约的两个哥哥、他本人和他的两个姐夫斯特恩和威廉·沙林（William Sahlein），但大家公认利瓦伊最有生意头脑，加州的买卖是他经营出来的，所以尽管他最年轻，公司还是用他的名字。批发生意越做越大，已经用不着他们自己去跑了，手下雇的十个推销员尽可卖出纽约方面订来的任何物品。可是“利瓦伊式的裤子”仍只在本店出售。不过这时，裤子的料子从帆布改为靛蓝色的牛仔布。

现在大家惯用的“牛仔布”一词是指英文的 denim，可是如果你去查英汉字典，你就发现英文 denim 这个字没有相应的中文字，只有一种解释。《新英汉词典》说它是“斜纹粗棉布”。梁实秋的词典说它是一种“厚而粗之斜纹棉布”，虽然多年来无论港台报纸，还是我们日常谈话时都早已使用“牛仔布”或“牛仔裤”了。英文 denim 这个字源自法文的“Sergede Nimes”，意思是指法国尼姆这个地方以棉线织纺的那种斜纹布，英语化了之后变成 denim，单数指布料，复数指用这种布做的裤子。这个英文字早在十七世纪即已列入牛津英语字典。现在英文对“牛仔裤”的另一种称呼，jeans（或 blue jeans），也是从外国字演变来的，历史比前面那个字还要悠久。其来源为“Genoese”，指意大利热那亚地区生产的斜纹布。据说哥伦布的船上的帆就是热那亚纺织的这种斜纹（帆）布做的。不管怎样，讲英语的人几世纪以来错误的发音，将它念成今天的 jeans。惟一与前者不同的是这个英文字只限于指“牛仔裤”，不像前者在单数时可用来指“牛仔布”。利瓦伊·斯特劳斯选用的也正是这种原来生产在法国尼姆和意大利热那亚、后来美国也纺织的斜纹布，只不过他首先选用以靛青颜料将线染成深蓝色的那种斜纹布。中文