

着色

PANTONE®
on Fashion

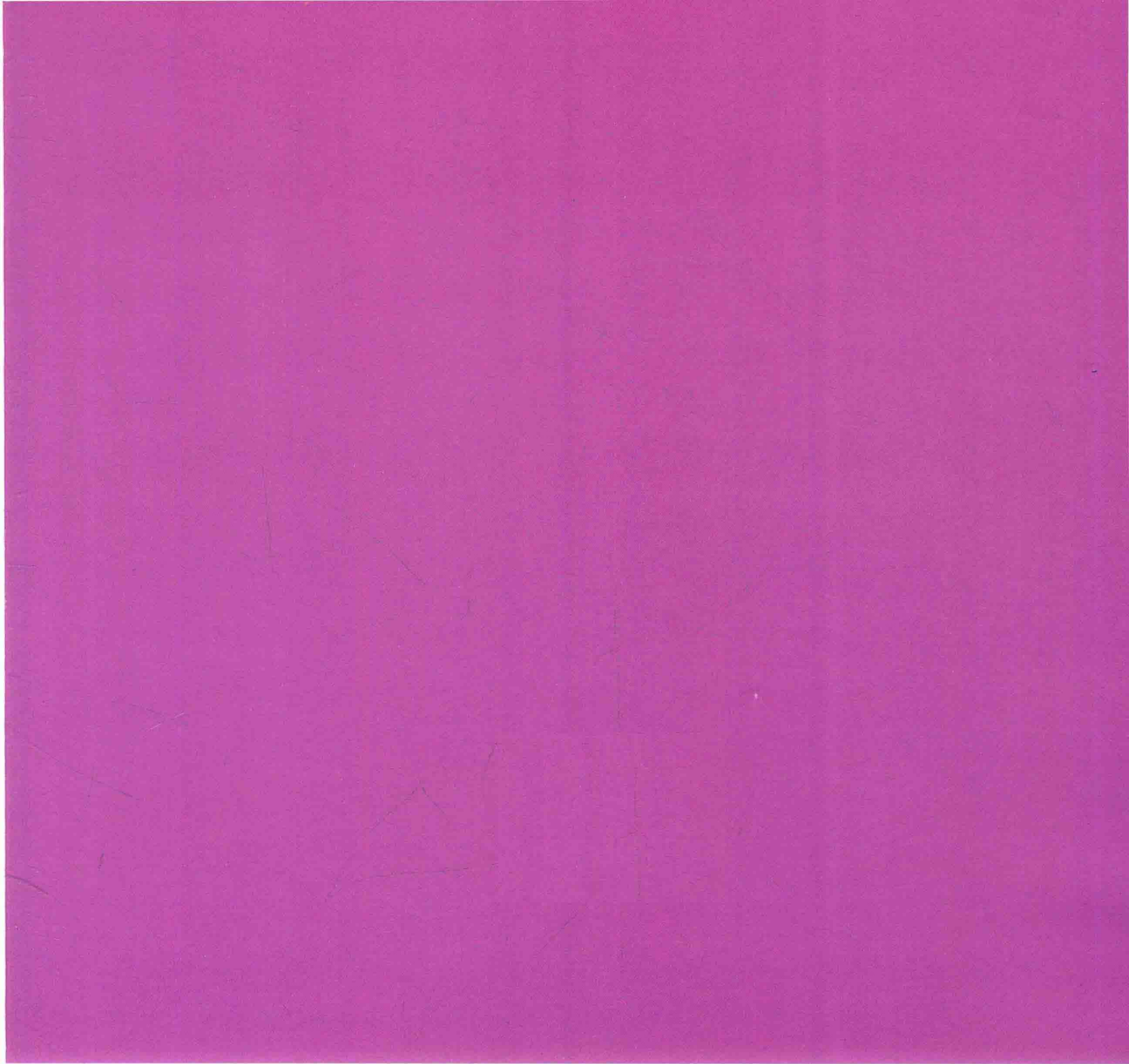
时尚设计与
大师的灵感

赵晶菁 译

「美」莉雅翠丝·艾斯曼
「美」M.C. 卡特勒 著

着色穿香
始为女人





着色：时尚设计与大师的灵感

图书在版编目 (CIP) 数据

着色: 时尚设计与大师的灵感 / (美) 艾斯曼, (美) 卡特勒著; 赵晶菁译.
—厦门: 鹭江出版社, 2016.7
ISBN 978-7-5459-1173-2

I. ①着… II. ①艾…②卡… ③赵… III. ①色彩学—研究 IV. ①J063

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 103701 号

著作权合同登记号

图字: 978-1-4521-1535-1号

Copyright © 2014 by Pantone, LLC.

All rights reserved.

First published in English by Chronicle Books LLC, San Francisco, California.

ZHUOSE: SHISHANG SHEJI YU DASHI DE LINGGAN

着色: 时尚设计与大师的灵感

【美】莉雅翠丝·艾斯曼 【美】E.P. 卡特勒 著
赵晶菁 译

出版发行: 海峡出版发行集团

鹭江出版社

地址: 厦门市湖明路 22 号

邮政编码: 361004

策划编辑: 王丽婧 张 帅

责任编辑: 淡 霞 艾 丹

图片编辑: 朱利安·托玛塞罗

特约编辑: 倪小倪 周 玥

营销编辑: 栾壹婷 崔雨薇

封面设计: 左 左

印刷: 北京盛通印刷股份有限公司

地址: 北京经济技术开发区经海三路 18 号

邮政编码: 100176

开 本: 889mm × 1194mm 1/12

插 页: 4

印 张: 11

字 数: 120 千字

版 次: 2016 年 7 月第 1 版 2016 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5459-1173-2

定 价: 128.00 元

如有发现印装质量问题请寄承印厂调换

着色：时尚设计与大师的灵感

[美] 莉雅翠丝·艾斯曼

[美] E.P. 卡特勒 - 著

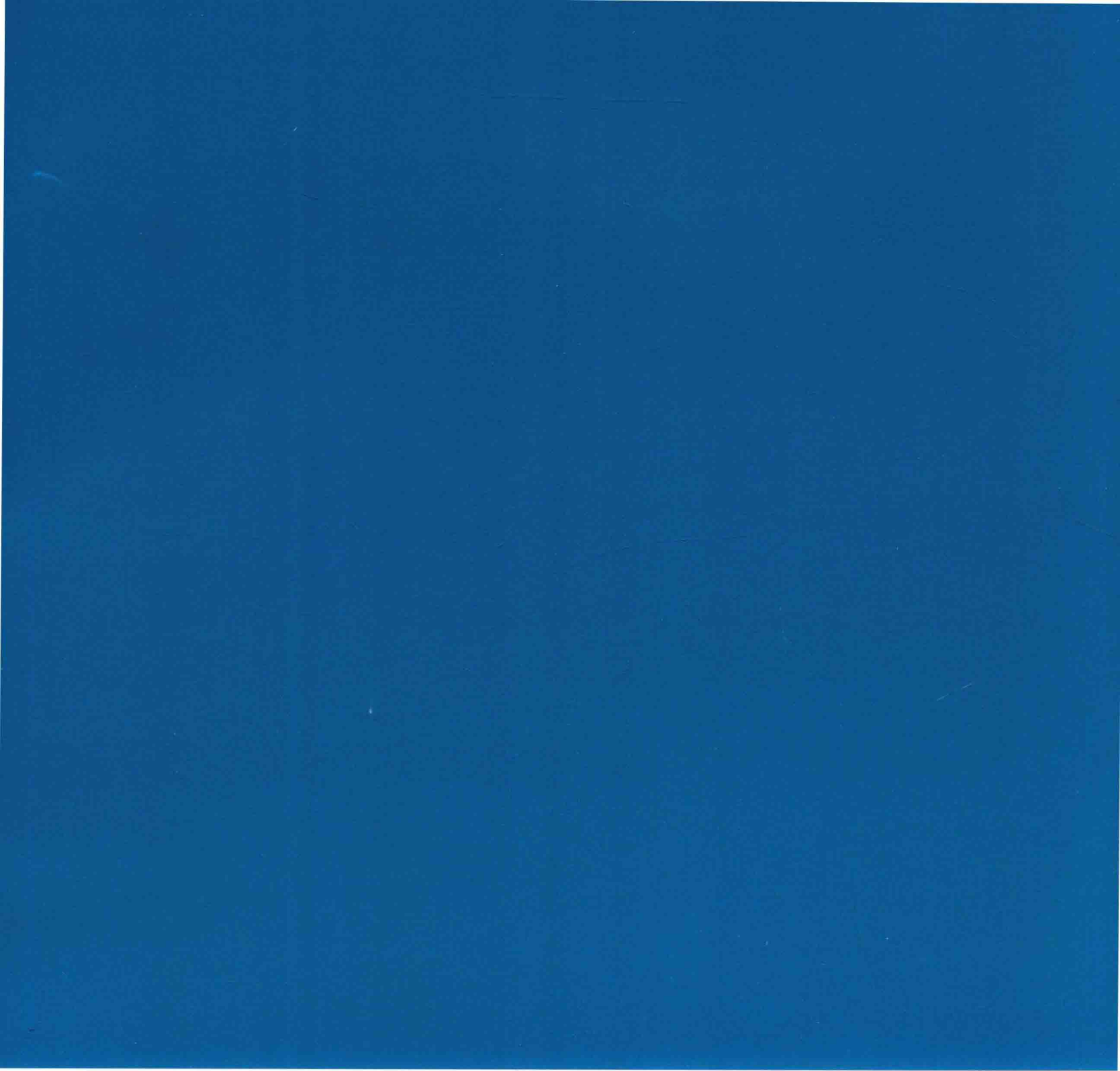
赵晶菁 - 译



海峡出版发行集团
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP

鹭江出版社
LUJIANG PUBLISHING HOUSE

2016年·厦门



引言

时尚的故事也是色彩的故事。色彩给服装以及穿着服装的人所带来的影响,要比其他因素大得多,通常在视觉上和情感上都是如此。同一个女人穿着红裙子或穿着蓝裙子向你走来时,她给你的感觉是截然不同的。然而,很少有人把时尚与色彩这对双生子的故事放在一起讲述。世人皆知色彩潮流在时尚中占有相当大的比重,但很少有人清楚色彩的重要性,这种重要性远不仅仅是“本季流行色”而已。无数的研究与运用表明,色彩的演变趋势也是反复的。色彩变幻莫测的本质预示了其存在的短暂。紫红的流行昙花一现,海军蓝却是永恒的经典。本书要带你追寻和讲述的,就是时尚界历史中的色彩故事。

尽管我们主要回顾的是 20 世纪与 21 世纪伊始的流行款式与色彩,但请铭记,那些久远的历史从未消散,它们至今仍然久久回荡。

胭脂红总是与“血、火、生育和生命力”联系在一起,同时散发出性感与危险的味道¹。一种槐蓝属植物因其能用于生产蓝色染料而受人尊敬。使用成千上万只软体动物才能制出一盎司的紫色染料,象征了财富和戏剧性的人生。我们的色彩观念根深蒂固,即使是在技术创新取代原始手工染色方式的过程中也是如此。如今我们身处的时代是独特的,它表现在自 19 世纪 50 年代中期合成染料出现以来,色彩也迎来了前所未有的民主化,真正的彩虹从梦想变为现实。

深入研究时尚与色彩的关系史,不难发现其本质和人类史交织在一起。人们穿什么,往往受到当地和全球的政治文化事件的影响。20 世纪以来的人类战争——第一次世界大战、第二次世界大战、越南战争、海湾战争、伊拉克战争和阿富汗战争,这些战争无不影响着时尚中的色彩。无论是爵士乐时代、好莱坞寻梦潮、时髦的 50 年代,还是年轻一代、嬉皮运动、奢华的 80 年代、垃圾摇滚的 90 年代,到如今新世纪的书页掀开,色彩依然从视觉上反映着每一个时代的时尚风。

颜色的含义会随着时间而改变。例如白色在西方传统中象征童贞,到 20 世纪中期变成了纯洁,成为现代主义的首选色。而昔日只与葬礼相伴的黑色,也成为时尚中的经典与性感的代表。后来被加布里埃·可可·香奈儿、休伯特·纪梵希、阿瑟

丁·阿拉亚和山本耀司等人纷纷奉为时尚所不可或缺的要素。20 世纪具有非凡意义的色彩,历经曲折迎来 21 世纪的黎明,其含义也早已异于往昔。

随着时尚的快速发展和逐步普及,它不再是人们无法负担的物品了,在现代社会它的风行速度也越来越快。时尚是最早的全球化产业之一(古代贸易航线证明了这一点),而全球化也在改变着时尚。随着生产逐步向劳动法还不完备、没有最低工资限度的发展中国家转移,时尚的伦理准则和步伐也产生了根本性的变化。

尽管时尚与色彩在 20 世纪经历了快速转变,但是我们仍需牢记科林·麦克道尔在《今日男装》中所指出的大前提:时尚的变化发展非常缓慢。麦克道尔断言:“可以说 20 世纪的时装只有两个永久性变化——长裙向短裙的转变和女裤的正式出现。”² 应该注意,麦克道尔的观点和查尔斯·雷·埃姆斯在《十的威力》中提到的观点类似,他们都将时尚放在一个广阔的历史背景中进行分析,而时尚的发展,确实要比人们想象中的慢。

在调查服装使用哪些颜色以及使用的原因时,我们会从研究它的历史背景入手,并探索在服装背后选择这些色彩的设计师们。许多设计师的名字相信各位都不陌生——拉尔夫·劳伦、唐娜·凯伦、卡尔文·克莱因,还有那些尘封在时间里而被遗忘的名字——奥古斯塔·伯纳德、西德尼·弗拉格、鸟丸军雪……他们让服装不再停留在设计档案里。我们必须重新审视这些设计师,以及他们的成就所带来的意义与价值。历史总是不断地自我编辑,强调着一些的同时也忽略了其他。基于这一点,本书可能不会涵盖一些大牌设计师,而是会介绍一些不太知名的人物。色彩是我们的向导,让色彩为我们带路,这也意味着本书绝非详尽。今后的作品中可能会出现(排名不分先后):如尼古拉·盖斯奇埃尔、侯赛因·卡拉扬、薇洛妮克·布兰奎诺、奥利维尔·泰斯金斯、阿诺德·斯嘉锡、艾尔丹姆·莫拉里奥格鲁、海德·艾克曼、达米尔·多玛、卡洛姐妹时装屋、塞德里克·查理尔、菲利林、凯伦·沃克等等。

不过别担心,一些已经和色彩本身同样重要的设计师是肯定会涉及的。研究时尚与色彩的著作必然无法避免这些:伊尔莎·斯奇培尔莉和她的鲜粉红色、华伦天奴及其标志性的红色、

山本耀司和川久保玲对黑色的活用（他们对黑色的偏爱分别为他们本人赢得了“僧侣”和“修女”的外号）。

许多神话都与时尚和色彩有关，不幸的是，我们那些时尚大咖并没有就色彩达成秘密合谋。这些没有秘密的阴谋集团包括潘通公司高管安娜·温图尔，挑选帽子色彩、斜倚着观看温顺的民众然后涌现出关于时尚灵感的贝尔纳·阿尔诺。没有一条设计师的电话专线能让马克·雅可布迅速拨通安娜·苏、迈克·科尔斯、拉夫·西蒙和阿尔伯·艾尔巴茨的电话，决定本季的调性。

事实上，时尚界最大的两场灾难均来自对消费者购物的误导而非对风格潮流的引领。1950年，《时尚芭莎》主编卡梅尔·史诺被一位重要的广告商施以压力，对方要求其推广日落黄色的包、手套、外套及一切纺织品，以促进他们的新型列车“日落特急列车”的宣传。³史诺承认这种大量宣传将制造潮流推到了“荒谬的高度”。⁴时尚消费者选择忽视并拒绝这种无耻的推销宣传手段。这种失败的尝试不仅让史诺失去了主编的地位，还令她失去了手下最好的员工之一——弗朗西斯·麦克费登因此事而离开了《时尚芭莎》杂志。⁵五年后，亚当斯和杰希创作《想着粉红》一歌作为电影《甜姐儿》中“恶人的圣歌”，这个事件自此彻底沦为时尚界的笑话，而今已淡出人们的视线⁶。

另一场时尚界的大惨败发生在20世纪70年代，业内从《女性时装日报》到零售商波道夫·古德曼⁸均坚称半长裙（及膝长度）才是时尚之巅峰，而当时超短裙的热潮还远未结束。短裙的风行及其用料之少，令那些想通过增长裙摆增加用料以恢复销售量的面料生产商们付出了巨大代价。这种敢于挑战和否定潮流的积极观点反而动摇了其倡导者的可信度，最终造成了数百万美元的损失。

这些例子表明，时尚不能被束缚。确切地说，时尚是设计师与消费者的传声筒，以把关人（如时尚记者和编辑）为中介，而非独裁。设计师通过宣传他们的收藏品来表达对未来的愿景，把关人挑选他们所喜，消费者则选择接受或拒绝。事后看来，这种创造时尚运动的行为显然是一种资本主义交换。

如同其他着眼于全局的调查一样，本书恐怕也有巩固历

史神话的问题。毕竟，历史学家是讲故事的人，而重要历史时期更易于讲述，也便于理解。不过应注意，现实往往复杂得多：老妇人们在1920年1月1日不曾扔掉她们的紧身内衣，20世纪70年代也并非每个人都穿着喇叭裤。历史就如时尚一样，对新颖和非凡的事物情有独钟。你会经常在本书中发现历史的足迹——一个又一个创新，一次又一次飞跃。当然，我们也会尽可能细致地参考现实。

在讨论时尚色彩史主题的过程中，难免会遇到各种挑战。首先，对色彩本身的探讨就绝非易事。不同于其他话题，史书中很少提及色彩，不要轻易使用本书索引来查找讲述红色的章节，尽管这种做法很常见。同时，涉及颜色的英语词汇非常有限。潘通这样的公司所存在的重要性就在于，不是每个人对颜色的感觉都完全相同。比如说到浅蓝色或深绿色时，对于不同的人来说，它们未必指的是同一种颜色。此外，还有更精准的色彩词汇，如天蓝色（一种迷离、偏灰的蓝色）或樱桃红（一种紫红色），它们往往并不存在于大多数人的词汇中。

色彩讨论的另一个缺陷在于它很少阐述显而易见的事物。1963年起，艺术家丹·弗莱文在他的装置艺术中使用了荧光灯，以便让观众同时从感官和心理上来感受长久以来时装设计师们所使用的色彩。然而直到最近，科学家们才开始研究人们对特定颜色的心理和情绪反应。2009年的一项研究证实，红色能引起人类“蜥蜴脑”的“逃跑”反应，同时产生一种危险的刺激反应。⁹该研究指出，蓝色能让人平静，但该研究只是强调了人类长期以来对世界的直观理解。人类对色彩的共同体验极其丰富，但相应的词汇却显得匮乏，起码在语言中捕获这样的词汇是复杂的。另外，根据你所处的位置，不同色彩联系着不同的文化，而且色彩的主题往往令人眼花缭乱。这些情况更加说明了共通的色彩词汇系统是有必要存在的，这套系统应该是精确的、有编号的，比如潘通色卡。

本书写给追逐时尚、喜爱设计和渴望色彩的人们，也写给历史学家、社会学家、学生，以及那些永不停止学习的人，还写给此刻坚持辛勤工作的长者与年轻人。书中收录了一些通常只能在寂静的图书馆和充满羊皮纸和雪松味道的档案馆里才能找到的逸闻和花絮，我们希望这能为读者带来欢乐。我们尽可

能使用了原始材料，包括一些绝版书里才有的罕见信息。《纽约时报》和《纽约客》都是宝贵的资源，它们易于查阅并且刊载有早期的时尚新闻。当然我们也清楚如今信息传播的本质仍在迅速变化着，因而我们也利用了博客资源。

就像科学有它自己的语言一样，时尚也是如此。时尚社区之外的人，多少有种外邦人的感觉。时尚遍布世界，其中心却仍在那些尽人皆知的时尚之都：巴黎、米兰、伦敦、纽约。

在坚持做《时尚色彩报告》的十五年里，潘通已经与许多重要的设计师建立了联系。大部分的对话都发生在纽约时装周，并且由于纯粹的地理原因（潘通是一家美国公司），美国设计师也许会更受青睐一些。但时尚若不能成为国际性的追求，它便一文不值。我们竭尽全力提供了一个全面的设计师联盟。

虽然这份研究完成的较为仓促，但我们依然强烈希望读者能将本书作为一本时尚色彩地图。请一定记住，每一个设计师

的名字都代表一个充满戏剧性、艰难、激情的生命，以及只属于他或她的历史（更不用说他们在职业生涯里可能制出的数以千计的设计草图与服装）。但通常情况下，某一设计师所设计的某一服装只是整体里的一部分。书中偶尔还会出现一些模特的名字，不论是超级模特还是前途光明的新人。这是一次关于辨别色彩对行业，甚至是对人格贡献的尝试；这是关于时尚的故事里那些重要合作者们的故事。在今后的作品中，他们做出的贡献值得我们去进行更为彻底的探索。

通过追寻昔日色彩的潮起潮落，预期未来成为可能。相关性能被不断总结，因为历史在重演。就如神话中食自己尾巴的衔尾蛇一样。当您购买并阅读了本书之后，我们由衷地希望：时尚和时尚的设计师们，还有对时尚最为重要的色彩，能够为您呈现崭新的意义，让您在一天中选择穿着服装时，双眼能比周围的人们多停留片刻，而历史也在每时每刻中改变着。

Cyber Yellow 淡黄色



对页
玻璃窗风格夹克配短裙，手套，帽子，手包
安娜·苏
1991 年秋冬

上
平面广告
贝纳通
2012 年秋冬

左下
A 字形晚礼服
桑德拉·罗德斯
1969 年

右下
全明星运动鞋
匡威
2005 年



这种黄色新鲜明快，给人活跃、乐观之感，完美地补充了前模特、《时尚》杂志的创意总监格蕾丝·柯丁顿口中的“断层、爆裂和 60 年代的青年大骚动”。¹⁰ 淡黄色不仅是 1963 年哈维·鲍尔黄色笑脸图标的修饰色，也是大量服装选用的颜色。1969 年，英国的怪人设计师桑德拉·罗德斯丝印的“花型扣”印到充满活力的黄色布料上，装饰了她设计的第一件外套。罗德斯通过大卫·贝利结识了两位极棒的、疯狂的乌克兰裔美国模特，¹¹ 并听从他们的建议前往纽约。《时尚》的出版商戴安娜·弗里兰对罗德斯的古怪作品狂热崇拜，并将其推荐给亨利·班德尔。班德尔买下了整个系列作为藏品收放在他的高端百货商店里，一时间第五大道上的社会名媛都开始追求时髦。

充满活力的黄色给人自由快乐之感，与生俱来的叛逆，令其成为贝纳通的首选色。贝纳通公司由卢西亚诺·贝纳通和朱莉安娜·贝纳通姐妹共同创立，公司不仅致力于宣传推销色彩，还专注于消除社会对色彩的认知障碍。奥里维埃洛·托斯卡尼的广告中，主角不再是贝纳通的基本针织品，一些显著的全球性不幸问题取而代之成为关注的焦点。

安娜·苏重释她的第一场时装秀是 20 世纪 60 年代卡尔纳比街“朋克与垃圾摇滚”交锋的转折。1991 年秋季，她对淡黄色的彻底追求带来了视觉上的挑战，对于渴望摇滚风格的 X 一代来说再好不过了。

尽管 20 世纪中期，匡威运动鞋几乎没有改变，但穿运动鞋的人群却一直在转变着。起初是篮球运动员，如 1918 年的查克查尔斯·泰勒，随后是雷蒙斯和科特·科本这样的音乐家。从只念到高中的亨特·S. 汤普森到维克潮人这样的另类，依旧选择追求便宜、耐穿的鞋子，耶耶合唱团歌手凯伦·欧也认为这样的鞋子才是好鞋子。¹² 明快而鲜亮的蒲公英匡威在选择色彩时，比起夜色系似乎更倾向于明亮色系。

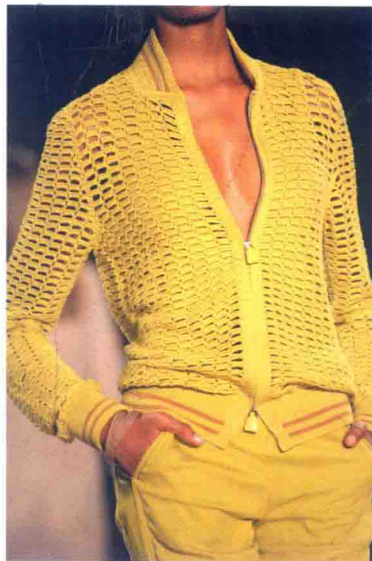
Super Lemon 洋柠黄

这种酸柠檬一般的颜色不同于其他黄色，其中透出的石灰使它更富有内涵。1947 年，英国设计师维克托·斯戴贝尔选用洋柠黄来装饰丝绸罗缎制的家常裙装，这彻底背离了第二次世界大战时期配给服装的风格。这件衣服的主打是背部较大的蝴蝶结部分，由于蝴蝶结特别大，裙子底部必须通过马毛装饰来进行支撑。这条裙子后由康华里夫人送给维多利亚与艾伯特博物馆，从而背叛了斯戴贝尔的客户群——英国贵族。但这位经常被人们忽视的设计师也设计出了迎合凯瑟琳·赫本和薇薇恩·李这样的好莱坞名人的服装。

半个世纪后，竹叶色再次成为主流。电视真人秀明星与名流竞相出现在聚光灯下，一切（精心剪辑后）皆可成为娱乐。2004 年，《天桥骄子》（美国真人秀）启动，这使设计师们得以为各自的时尚品牌争取展示的机会。先后在薇薇恩·韦斯特伍德和亚历山大·麦奎恩处学习过的小个子设计师克里斯蒂安·西里亚诺，凭着他的古怪性格和身着他设计的大长袍的好莱坞一线明星，赢得了美国观众的心。

在 2012 年艾克瑞斯春夏时装周上，艾克瑞斯的设计师阿尔伯特·克林姆勒携模特罗伯塔·纳西索出席，纳西索身穿一件锡兰黄色的上衣（介于钩针羊毛衫和棒球夹克之间的感觉），搭配缝合处为皮革礼服式斜纹的长裤，成为展览上唯一的黄色焦点，从而吸引了人们的目光。纺织品的混搭是克林姆勒作品的特点，克林姆勒本人非常看重服装给人的触觉体验。总体来说，克林姆勒在注重细节的问题上力求达到完美，在追求高品质的布料问题上，他一点也不含糊。一切都忠实于他的祖母——爱丽丝·克林姆勒-肖赫的气质。爱丽丝·克林姆勒-肖赫（Alice Kriemler-Schoch），简写为艾克瑞斯（Akris），即艾克瑞斯品牌名的由来。

在过去的 150 年里，女性总是比男性更能吸引人们的眼光。经历了所谓的“男性的平淡着装”时期（18 世纪末期男性不再穿着色彩鲜艳的衣服）之后，男装开始趋向忧郁风，色彩也变得单一。直到 1943—1953 年年间，乐运动（*le sport*）和乐周末（*le weekend*）重新点亮了男装色彩。尽管如此，亮丽的男装仍然是例外，而不是常规。然而克里斯托弗·贝利倒乐于打破常规和挑战男性服装可接受的传统元素。出自贝利之手的金属硫黄色长裤，在 2013 年的巴宝莉·珀松春夏时装周上，成为城市喧闹与海滩嬉戏的搭配服装。



对页左

毛衣长裤套装

艾伯特·克林姆勒, 艾克瑞斯

2012 年春夏

对页右

丝绸条纹裙

维克托·斯戴贝尔

1947 年

左

层叠雪纺裙

克里斯蒂安·西里亚诺

2009 年春夏

右

风衣配印花长衣衬衫金属丝裤

克里斯托弗·贝利, 巴宝莉

2013 年春夏

9

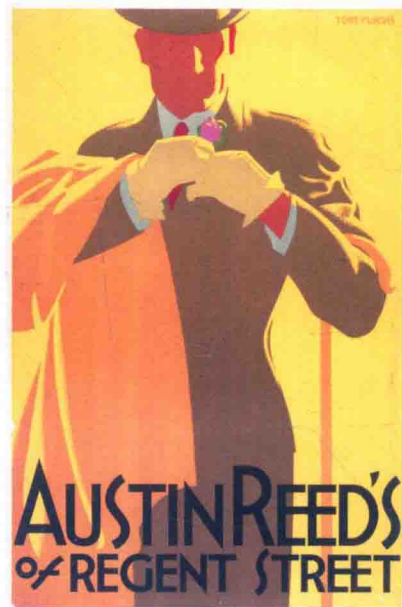


Golden Cream 炼乳金

炼乳金好比被晒黑的亮黄色。尽管最初男装并非选用这种颜色，但是 1935 年，高端供应商奥斯汀·里德在为著名海报艺术家汤姆·普维斯所设计的广告上选用了炼乳金色。镀金色奠定了为英国绅士们，以及温斯顿·丘吉尔定制西服的伦敦商场的地位。女性则在 1940 年年间才开始穿上带有这种色彩的衣服，皮埃尔·穆固给《时尚芭莎》的插图便是最好的例子。该图上一名体态轻盈的女子，身着爱德华·莫林诺克斯设计的一件日落金色长袍。出生伦敦的莫林诺克斯精心设计的这件面料层层打褶的服装，征服了巴黎人的心。虽然他在历史上并没有其他设计师那样有名，但女装设计师巴尔曼和迪奥从未忘记过他的柔和优雅¹³。¹⁴

冲破德军的铁丝网和潜水艇，盟军取得了胜利，人们重回欧洲大陆的海滩。爱琳·加利特赞公主，一名以意大利为祖国的俄国流亡者，在她自己设计的宽松女式套装中大量使用萨摩亚日光色，她的朋友杰奎琳·肯尼迪和伊丽莎白·泰勒以及她本人都穿过这种衣服。毕竟，加利特赞本人的社会地位也对她们成为时髦人物起到了作用。

像之前的莫林诺克斯一样，奥斯卡·德·拉·伦塔也能轻松驾驭日光色。在开创自己品牌的 40 年后，德·拉·伦塔将睿智成熟与温和愉快转化到服装上的能力并没有减弱。在 2007 年春夏时装周上，这位设计师选用炼乳金这种炫目的颜色，装饰了设计大胆的黑白刺绣花，将娜塔莎·波莉的浓密头发弄成玛丽·安托瓦内特凌乱蓬松的发式后，德·拉·伦塔在缓和连衣裙装饰的同时，又为让它能被更多地年轻人所接受而努力着。就像社交媒体专家“奥斯卡公关女孩”埃里卡·比尔曼那样。同样，2011 年斯特拉·麦卡特尼设计的一件日落金色雨衣无疑能照亮阴霾的天，这看起来既充满生机又渗透着一丝扭曲。麦卡特尼善用简洁强韧的原色线条，在他设计的白色长裤上体现得非常明显。七五分长的裙子并非任何场合都可穿着（马丁·马吉拉会同意这一点），但配上一副飞行员护目镜，确实显出了阿迪达斯的运动风格。



对页左

金色长袍配长裤
伊莱娜·德米特里
1967 年秋冬

对页右上

丝绸绣花裙
奥斯卡·德·拉·伦塔
2007 年春夏

对页右下

奥斯汀·里德海报
汤姆·普尔维斯绘制
1935 年前后

下

晚礼服配围巾, 皮埃尔·穆固给《时
尚芭莎》绘制的插图
爱德华·莫林诺克斯
1940 年

11

Yellow is starred by Molyneux
throughout his collection. A lovely clear
yellow that needs the fresh
bright makeup of Elizabeth
Arden called Primula.



Bright Marigold 明黄色



对页
棉制短裙配棉短袖衫
艾达·约翰逊
2012年春夏

左上
限量版凯利松肩包
爱马仕
2012年前后

右上
毛衣三件套，衬衣款外套配百褶裙
米索尼
1973—1974年

下
条纹长裙配印花上衣
卡罗琳娜·海莱拉
2013年春夏

13



橙色是新的红色。——卡罗琳娜·海莱拉¹⁵

这种色彩立刻震撼了一代人！

爱马仕的强大在于它能变换自如。起初的 1837 年，爱马仕意在销售马车配用的豪华缰绳，随着汽车开始支配道路，便开始转变为生产高端皮革配件。第二次世界大战前夕，爱马仕先后用米色、芥末黄色的盒子，直至由于纸资源短缺限制了竞争，最后以纸板登场——他们选用了鲜艳的橙色，如今这种色彩是富裕的代名词。爱马仕的盒、包以及其他包装被认为在零售包装色彩中最具特色。¹⁶ 第二次世界大战结束后，由于格蕾丝·凯利用这种手提包遮掩自己的身孕以躲避狗仔队，爱马仕的“Sac a depeches”公文包又有了新的名字——凯莉包。制作一只这样的手提包需要花费一个工匠两周的时间，其成本往往需要六位数的价钱，总给人一种包装克莱门氏小柑橘的感觉。

1948 年伦敦奥运会上，奥塔维奥·泰米索尼作为意大利选手参加跨栏跑项目，而最终他为当时身为观众的罗莎塔·杰米尼跑完了比赛。他们经人介绍，在一场比赛后的晚宴上初遇，由于对针织品颇有兴趣，奥塔维奥开始为他的团队设计羊毛运动服，这与罗莎塔基于自身教养而掌握的披肩和绣花面料的知识形成互补。1953 年，他们步入婚姻殿堂并开始一起工作。20 年后，米索尼在美国举办了首次全面展销会，从布鲁明戴尔百货公司手中接过了交接棒。米索尼的多色纺织品——鲜艳的橙色到日落般的红色¹⁷，风靡一时，并且在展销会上经久不衰。

出生于显赫的委内瑞拉家族的玛丽亚·卡罗琳娜·约瑟芬娜·帕卡宁思·尼诺总是穿着考究。1968 年，在与她的灵魂伴侣亦是儿时玩伴的名流雷纳尔多·海莱拉结婚后，卡罗琳娜·海莱拉以自己的设计与巴黎时装糅合相配，这种无与伦比的风格使她迅速成名，时尚评论家埃莉诺·兰伯特对她赞誉有加。此后，卡罗琳娜·海莱拉于 1981 年向观众推出了她的第一个作品，当时的观众中有南·肯普纳和派特·巴克利。¹⁸ 在那之后，海莱拉以她的简洁式优雅而闻名。¹⁹ 尽管 2013 年春夏时装周上使用的橙色透明硬纱代表热带，海莱拉依旧坚持自己的风格，不遵循所谓的“异国情调，本土面料”这样的定势。²⁰

瑞典籍巴塞罗那时尚与纺织品设计师艾达·约翰逊，在 2012 年橙色主打的春夏时装周上，表达了“反映根基”、“点亮瑞典思想，共享自然与巴塞罗那的创造力”的愿景。²¹ 她最初的灵感来源于寒冬里破土而出的金盏菊花。



Vibrant Orange 正橘色

文艺复兴时期，充满生气的橘（橙色和水果橘子、橙子）进入西方，精英们开始竞相获取这些新奇事物。到 20 世纪，橙色依然是宽裕的艺术家和时装设计师们青睐的色彩，其中就有俄国芭蕾舞团的里昂·巴克斯特和保罗·波烈。1921 年，身穿橙色礼服搭配橙色头巾的贵妇形象登上了《时尚》的封面，为该封面作画的是海伦·德莱登。艳丽梦幻的插图是装饰艺术时期的特征，与 20 世纪早期沉闷单调的色彩风格形成鲜明对比。封面上的年轻女子看起来自由自在、风趣悠闲，紧跟时代潮流。

20 世纪 60 年代，能让橙色再次掀起风潮并展现出喧闹的一面，除了雅克·蒂福，还能有谁？结束了在迪奥的学习，蒂福搬到了纽约，也就是在那里，他开始了自己风格的设计，在美国特色中混入法国风情的细节。也正是在那时，他因注重剪裁、形状和色彩创造出引人注目的服装，而非花哨的装饰与设计技巧而成名。²²1969 年，雅克·蒂福的“橘子皮”成为九月的《时尚芭莎》封面。

法国设计师让·保罗·高缇耶，就像一个四处挑衅的无赖，他用那件设计大胆的橙色锥形襟式样的女性束身裙，向主流市场介绍他的奇怪审美。高缇耶非常大胆，尽管未接受过时尚设计培训，他还是把自己的设计草图拿给皮尔·卡丹去看，也由此开始了他的事业。卡丹雇佣了他，并对他进行培养。直到 1976 年，高缇耶终于凭借自己的实力正式进入时尚界。1983 年，高缇耶制出了第一件束身裙，他在自己注明的“巴尔巴斯”展览上将这件裙装呈现给世界。高缇耶对束身衣的观点和艺术家理查德·林德纳类似，后者认为束身衣象征着“混合侵略性与克制的女性情感”。²³着迷于地下同性恋文化、野心勃勃的金发美人麦当娜，在 1990 年的巡演期间，选择高缇耶的服装作为演出服，并让这位设计师以明星的身份待在自己身边。

出生卡萨布兰卡的阿尔伯·艾尔巴茨在以色列长大。在杰弗里比尼接受了七年培训以后，他先后就职于姬龙雪、圣罗兰和祈丽诗雅，后来成为朗雯的创意总监。艾尔巴茨在他的首场设计展示会上说道：“我想用我的衣服打扮我认识的以及我想认识的女人——让她们更加美丽。”²⁴2012—2013 年的秋冬时装周，既是他的品牌十周年纪念日，也是他设计风格的新开始，这场展览令人震惊。他设计的大皱褶连衣裙就像金色的罂粟，富于乐趣与新鲜感，这是一个近乎不可能的壮举，证明了不断创新的天才设计师阿尔伯·艾尔巴茨的实力。

