

悦读丛书



浙江省社科普及全额资助项目

浙江省社科规划一般课题

——17KPCB03YB——

走近 时尚消费

孙虹 张玉典 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

走近时尚消费

孙 虹 张玉典 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

走近时尚消费 / 孙虹著 ; 张玉典著. —杭州 : 浙江工商大学出版社, 2017. 1

ISBN 978-7-5178-2025-3

I. ①走… II. ①孙… ②张… III. ①消费生活—中国 IV. ①F126.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 007710 号

走近时尚消费

孙 虹 张玉典 著

责任编辑 刘 韵

封面设计 林朦朦

责任印制 包建辉

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排 版 杭州朝曦图文设计有限公司

印 刷 杭州五象印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 18.75

字 数 326 千

版 印 次 2017 年 1 月第 1 版 2017 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5178-2025-3

定 价 47.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88904970

前 言

在当今社会,时尚消费已成为人们向往或践行的生活方式,它是一个变化多彩和充满市场潜力的文化消费领域。时尚消费具体形式丰富多样,穿着时尚始终是时尚消费的主旋律。时尚消费是一门学问。《走近时尚消费》一书,以时装为时尚消费主题,以新的面貌呈现给读者,意在丰富读者时装知识、开阔人生阅读和阅读人生的视野,提高时尚鉴赏力和创造力,学会如何消费时尚,不一味追求“高大上”,寻求与自我匹配的时尚穿着,达成与自我身心相协调、与社会相协调的和谐着装之美,学会如何寻求时尚创业机会和学会如何开辟时尚品牌发展之路。

本书涵盖内容广泛,主要包括了时装与时尚、时装大众化、时装与社会、时装与人文、时装中国元素情结、时装与自我、时装传播、时装市场、时装新业态、时装设计师、时装品牌和时装教育等。创作思路和表达方式上,尽量贴近读者的认知结构,图文并茂、通俗易懂;贴近生活,以社会生活为话题,引发思考,呈现知识;从人们比较熟知的“天时”“地利”“人和”等认识入手在内容上进行逻辑上的重构,引人入胜,带入时装文化丛林,感受时尚的魅力。在创作方法方面,在不失科学性的前提下通俗为主、雅俗共赏;在顾及时装发展演变历史的同时,更加关注新消费、新设计、新品牌、新业态等方面的变化和发展趋势;在重视全球化背景下多元文化的影响同时,更要看到中国元素、中国设计、中国品牌的兴起,不崇洋媚外,唤起读者文化自信、消费自信。

《走近时尚消费》如此立意和创作,这是一次新尝试,一定存在不少问题,有待日后完善,以飨读者。

本书由浙江理工大学孙虹、张玉典著,全书由孙虹统筹、张玉典统稿。著作分工如下:第一章由周景怡、马莉撰写,第二章由丁秋苗撰写,第三章由张玉典撰写,第四章由张梦如撰写,第五章由姜益青、李祉诺、林慧丹撰写,第六章由王聪

玲撰写。阮雅婷和刘娟负责书稿的校对工作。对他们的辛勤劳动,表示由衷的感谢!

本文有些图片和资料来自网站,由于条件和精力所限,未能找到著作权人,敬请相关人士与我们(fzxy@zstu.edu.cn)或浙江工商大学出版社联系,以便奉寄样书和稿酬。

作者

2016年10月01日

目 录

第一章 走下神坛

- 第一节 时装与服装 / 002
- 第二节 香奈儿与大众化 / 020
- 第三节 牛仔裤的故事 / 029

第二章 时装的天时观

- 第一节 紧身胸衣体系的瓦解 / 040
- 第二节 被压抑的年代 / 051
- 第三节 时尚走向 / 062

第三章 时装的地利观

- 第一节 时尚中心 / 075
- 第二节 时尚性区差 / 099
- 第三节 中国元素 / 112

第四章 时装的人和观

- 第一节 衣着的禁忌 / 131
- 第二节 学会驾驭每个场合 / 151
- 第三节 自我管理 / 167

第五章 时装的商媒观

- 第一节 现代商业趋势 / 188
- 第二节 现代传播 / 206
- 第三节 品牌个案 / 220

第六章 走上神坛

第一节 品牌符号的魅力 / 237

第二节 设计师的奥秘 / 248

第三节 时装教育 / 271

第一章 走下神坛

提要：服装因时尚性而改变成为时装，时装和服装也随着多样性的转变渐渐模糊了界限。在西方早期时装几乎成为贵族们垄断的神坛，自从大设计师香奈儿的出现，改变了这个格局，让时装开始走向平民化、大众化。草根性牛仔服的兴起，打破了传统的自上而下的时尚传播模式，开启了大众化时尚理念走进我们普通生活的历程。

第一节 时装与服装

一、时装与服装的区别

时装,是庞大的时尚产业中最为主体的部分,它顶着“Fashion”的神秘光环不断循环往复,却总以新鲜的面貌出现,映照出时代的模样,携带着文明的DNA,以其极具诱惑力的本质和丰富的内涵不断吸引着那些为之穷追不舍的人们。

19世纪60年代,“现代时装之父”查尔斯·弗雷德里克·沃斯(Charles Frederick Worth)以自己的名字开设高级时装店,专为显贵女性们设计制作服装,将服装如同珍贵的艺术品一般去创制。沿着这位奠基者的足迹,一批批著名的设计师效而仿之,贵妇们将出自这些著名时装设计师之手的服装认定为“时装”,以区别于其他任何普通服装。

“服装”与“时装”之间的关系暧昧又神秘,将两者混淆在一起不加以区别地讨论是人们最为通常的习惯。开启时装神秘的大门,亦需从服装与时装之间的区别和联系之处长驱直入。

首先,让我们打个比方来理解:

服装就像是一个包装身体的“容器”,起初主人造它的时候,是想用它来装盛东西,比如装食物、液体等,以发挥它最朴素的实用功能。后来随着人们的开化、进步、发展,顾自生长的物质欲望像一片“膨胀的宇宙”,他们对容器的要求不再满足于可以用来装盛东西,而是有更多的要求,比如,要求它更加美观华丽。服装也是如此,人们一开始对服装的要求以遮风、避体、护身等功能性为主。但随着文明的演进,人类开始产生对服装的审美意识和精神诉求,如象征、欣赏、区别于他人、传达个性,甚至彰显自己的荣耀等等。人类用伟大的艺术手段再创造出的“服装”,渐渐成为一种艺术形式,被设计师们众星拱月地搬上神坛,为少部分显贵权势所享有。也因此,时装区别于过去仅以实用性、功能性为主的普通服装,直到时代的不断滚动和科技的持续发展,冲刷筛选出适应时代需要的设计师,驱使时装设计师们逐步“降解”时装,再结合商业的手段普及大众,使其走下神坛,时装才响亮地响应时代的号角,渗透你我如今的寻常生活。

服装起源

在《圣经》的“创世记”中,亚当和夏娃偷食禁果,明亮了双目,看到了性差异,有了私密意识和羞耻心理,于是用树叶遮挡身体,那便是人类着装的原始动机之一。然而,原始的着装动机在严谨的学术界有着很多种不同的解释,比如保护说、遮羞说、性差说、装饰说、图腾崇拜说、象征说等等,众说纷纭,各有理解。

大家可以通过一些小例子来理解这几个原始的着装动机:

【遮羞说】我们羞愧于裸露私密,每日着装出门,这既是精神保护,同时也涉及社会伦理道德的范畴。文明建立、社会进步发展,性别概念和羞耻心理的生长,服装起源的“遮羞说”理论由此产生。

【保护说】当人类剥下兽皮遮盖自己并非不朽的血肉之躯,保护肢体,免于恶劣多变的自然环境和气候的种种侵害的那一刻起,服装起源的“保护说”便由此而来。



图 1-1 亚当和夏娃偷吃禁果图

(图片来源:www.quanjing.com)

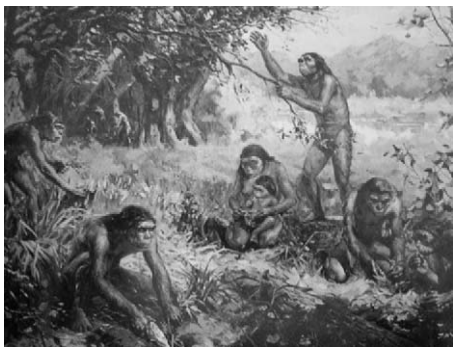


图 1-2 史前人类

(图片来源:tieba.baidu.com)

【性差说】男女两性的差异组成带来的不仅是生命的奥秘,也驱动了着装的某种动机——“性差说”,即“吸引异性说”,原始人类通过着装来彰显和强调性的特征,向周围传达身体成熟的信息,以此来吸引异性的注意,直到如今它仍然可以从现代的文明社会性感奔放的女装设计中得到印证。

【装饰说】在极简的着装风格下,在配饰上花上点小心机,用装饰细节来彰显智慧,既可臭美,还可以让自己与众不同。达尔文在《进化论》中说,世界上有不喜欢穿衣服的民族,但肯定没有不喜欢装饰的民族!——通过装饰来达到美化、提升族群档次、寄托信仰、部落识别等等也是一种原始的着装动机。



图 1-3 Guess 2016 春夏广告强调女性特征的魅力(图片来源:www.chinasspp.com)

【象征说】学生穿着校服向外界传达各种身份信息,此乃属着装动机之“象征说”的现代例子。自古以来,各种不同等级和地位的人们都会通过各种配件、饰品来作为某种身份的象征,达到标榜、显摆、臭美、表明区别等等各种目的。

【图腾崇拜说】某著名球星对自己身着几号球衣作为“战衣”总有精神上的信赖,并且相信那一个阿拉伯数字可以为自己的成功带来幸运,这大概就是“图腾崇拜说”的一种心理诉求。在远古时期,人们出于对自然的无知和敬畏,把崇拜的对象绘成图腾以示虔诚。



图 1-4 非洲民族图腾“刺青”与印第安人面部图腾(图片来源:bbs.163.com)

人类平凡的肉体是灵魂在尘世的躯壳,因为各种因素的参与和驱使,这血肉之躯亦是需要有所包裹和寄托,服装犹如一部活的史书,承载起更多的时代精神和历史文明。从史前人类的兽皮衣服到现代 T 台上人们趋之若鹜的奢华的皮

草,从功能性到审美性的跨越,从活体动物的皮毛到做工精湛的皮草大衣的华丽转变,再到如今环保意识和人道主义的驱使,可以体现服装发展是真实地走过了一个漫长而渐进的奋斗过程。它并不是时装设计师们天马行空、自由挥洒的艺术产物,而是设计师们在不同的时代文化背景下,对流行趋势的把握,对社会群体的审美意识、心理追求、消费特征等行为的综合分析。服装作为社会生活的一部分,它是人类文明与发展的象征,是当之无愧的时代标杆。原始普通实用的服装,如何踏上“西天取经”登峰造极的光辉路途,以及时装的诞生,在人类服装发展的历史长河中如何雕刻出发光发热的痕迹,是我们踏进时装之门要觉知的一阵神秘的刺激。

时装诞生

“服装”如何演变成为“时装”?故事就从19世纪末至1914年这一段“仰望时装”的历史阶段开始说起。巴黎是所有为时尚痴狂的人们朝圣心路的终点,也是时装的真正发源地。在19世纪40年代,就有一位了不起的英国男孩——Charles Frederick Worth怀揣着梦想只身一人闯荡法国巴黎,“时装”的故事便由此开始酝酿。



图 1-5 “现代时装之父”沃斯(图片来源:www.myshxz.com)

在这之前,迫于父亲的潦倒,12岁的他便要学会凭借自己的能力谋生——在伦敦一家布料商店当学徒,他学到了大量的纺织品的知识,这段工作经历“锻造”了他对织物的手感与性能的非凡的敏感性。年轻的韧劲总是让人有一股怀揣着梦想继续闯一闯的冲动,20岁的沃斯抓住每一个学习的机会,只身来到巴黎,不懂法语,举目无亲,但是7年的工作经验还是使他得到了巴黎著名的盖奇

林店工作的机会。而时代总是不会辜负花了心思的天才——19 世纪开始掀起运动女装浪潮,伴随女子解放运动推进着女装的改革。19 世纪 60 年代开始,越来越多年轻的女性走出家门参加体育运动,开始尝试骑自行车、打网球、高尔夫、射箭等等无比新鲜刺激的体育活动,显然,传统女装曳地拖沓的种种累赘已经不再适用于这个时代。

当这阵流行的飓风刮过欧洲王室和贵族们充满抵制的心头,对女性解放运动不屑一顾的她们并非是无动于衷的,只是她们对女装改革有着更高更完美的要求,她们需要更加空前的美丽款式,并且急需能够设计出符合她们要求的专门设计师来实现这种渴望,尤其是法国拿破仑三世的欧仁妮皇后在她们之中最具代表性。



图 1-6 1865 年身穿沃斯设计礼服的贵妇(图片来源:www. duitang. com)

历史把率先为欧仁妮皇后设计制作时装的先机交给了沃斯,才华横溢的他开始为娇贵如“金丝雀”般的贵妇们设计制作豪服。1848 年法国爆发二月革命,在一个动荡不安的国度里,沃斯却凭借他的艺术才华和绝佳的社交能力活跃于达官显贵之间,成为上流社会女性喜爱的“明星设计师”,甚至连国外的豪门名流都以身着沃斯设计的服装为荣。

1858 年沃斯与合伙人在巴黎和平大街开设以自己名字命名的高级时装店,他不仅跨越传统裁缝手工艺的局限,突破了宫廷沙龙模式——独立设计、制作、销售。沃斯懂得把自己装扮得像明星一样来推销自己,同时每年定时发布自己的新作品——“推陈出新”,把服装当作艺术品般去打造和宣传,这样巧妙的销售手段使设计师们一直受益至今。

20 世纪初期后涌现的设计师们纷纷效仿沃斯的做法,他们以自己的名字命名开设高级时装店,时装屋品牌由此相继诞生,沃斯带领着设计师们一起拉开了设计师主导时装潮流的帷幕,产生过深刻影响的高级时装屋有:Callot Soeurs(卡洛琳姐妹)时装屋、Jacques Doucet(雅克·杜塞)时装屋、Paquin(帕奎)时装屋等等。只有出自这些明星设计师之手的服装才被上流社会的“金丝雀们”认定为“时装”,以区别于其他普通的服装,“高级手工时装”被以一种艺术品般的高端姿态诞生在神坛之上。

沃斯成为法国高级时装的奠基人,启发着设计师们将时装设计跨入新时代,巩固了巴黎“高级时装发源地”的国际地位。19 世纪后期到第一次世界大战之前,我们的服装从传统的封闭形式逐渐走向了现代开放的模样,经历了一个“紧身胸衣箍裙束身——S 型 Bustle 翘臀——简约”的过程,时装的整体造型开始变得明朗起来,繁复累赘的装饰减少,款式和功能渐渐靠近现代的大众服装。服装历史上,以著名时装设计师们开设时装屋品牌为重要时代特征的“高级手工时装时期”,设计师是流行的风向标,设计师们主导着流行趋势的发展,也为下一个时期的高级时装走向成衣化奠定了基础。这个时期的时装主要服务于上流社会,平民百姓还是穿着传统的普通服装,大众化服装仍处于萌芽阶段。

二、时装发展轨迹

时装成长的故事,几乎可以说是一部讲述女性从极端审美的紧身胸衣和箍裙束身之中解放出来的历史。在 20 世纪初的时候,有一位伟大的法国艺术家 Paul Poiret(保罗·波烈),将女性从具有 300 多年历史的紧身胸衣的捆绑之中解放了出来,使女性的腰部得到了解放,打破了主流的女装 S 造型,成功改革传统主流女装造型。Paul Poiret 也擅于将东方民族文化融于西方服饰之中,将东方魅力搬至了西方的时装舞台之上。

故事发展到 1914 年(第一次世界大战)至 20 世纪末“时装走向多元化”的历史阶段,生活在和平时代里的人们往往被动接受着时装设计师们的着装指引,从拒绝到适应,从适应到喜爱,像是一个被时装设计师们慢慢说服的过程。然而战争的爆发给了人们滚烫的精神考验,比起设计师们用力地导向,战争更加驱使着人们对服装改革的主动接受。

战火不仅焚烧过大地,也炽烈地烫过每一个人的心灵,20 世纪的两次世界大战、各种断断续续的局部战争、无法避免的经济危机、国际大家庭内各种矛盾的激化、地球的生态危机等等所有残酷问题,都抛向这个时期的人们,被逼无奈

必痛定思痛,人们开始共同关注生态、共同面对全球性生存和发展问题,而这些严峻的问题也影响了 1914 年至 20 世纪末人们的着装,时装也从此驶入了多元的成长轨道。



图 1-7 Paul Poiret 设计东方风格裙装

(图片来源:eladies.sina.com.cn)



图 1-8 Paul Poiret 设计的袍式宽松服装

(图片来源:www.91goodman.com)



图 1-9 20 世纪 20 年代的时髦女性(图片来源:blog.sina.com.cn)

20 世纪 20 年代——功能化与轻便化

战争和妇女参政运动带来女装的革命性变化,妇女们被迫走上各工业部门,开始穿起工作服参与危险工作,女装走向功能化和轻便化;新型化职业女性涌

现,为争取与男性平等的权利,女性追求遮盖三围曲线的 boyish look^①(男孩风貌);此外,当时的戏剧、电影明星渐渐成为新的时尚引领者,20 世纪 20 年代是好莱坞电影的黄金时代,来自美国电影的感染力影响着时装的发展;这一时期的代表性的设计师有 Gabrielle Chanel、Jeanne Lanvin、Jean Patou(吉恩·帕特)、Jocques Heim(杰克·海姆)、Sonia Delaunay(桑尼亚·德劳耐)等。



图 1-10 20 世纪 20 年代年轻的中产阶级新女性(图片来源:fashion.lady8844.com)



图 1-11 20 世纪 30 年代的摩登女装(图片来源:www.zcool.com.cn)

20 世纪 30 年代——简洁化与垂坠化

1929 年美国华尔街金融崩溃,女装受到经济危机的影响表现出压抑感和怀旧感;1933 年经济短暂复苏,女装开始详尽细分,讲究分场合着装,如分城里、郊

^① Boyish:男孩风貌,非常年轻甚至尚未充分发育的少女形象受到推崇,由于男孩子往往比同龄女孩子显得更纯洁天真,故被冠以“男孩子风貌”,又称“管状外观”(tubular style)。

外、鸡尾酒会、非正式晚宴或各种体育活动等场合;1937年巴黎出现新型的紧身胸衣,塑造收腰新造型。服装曲线轮廓重新取代“一战”后的直线轮廓;30年代后还流行起系带胸罩、尼龙丝袜、花边、绫罗绸缎、丝绸套装等,典雅的纤婉女性美回归,设计师 Elsa Schiaparelli(艾尔莎·斯基亚帕雷利)、Nina Ricci(尼娜·里奇)、Marcel Rochas(马塞尔·罗奇斯)等都是30年代的代表性时装设计师。



图 1-12 20 世纪 30 年代掀起一股骑行风,改变人们的着装(图片来源:flicker.com)

20 世纪 40 年代——个性化与批量化

1939 年起,世界陷入“二战”深渊。物资短缺影响服装业,服装限量供应,款式短小。女裙的褶裥量受限,并规定袖子、领子和腰带的宽窄。刺绣皮草等装饰受禁、裙长及膝且裁剪狭窄。战争阻绝了国家间的交流,巴黎不再是时装的中心。军服款式开始流行,套装设计注重实用功能性,款式与军服相似,宽垫肩和紧系的腰带给人留下深刻的印象。战争带来了死亡,致使人们关注对下一代的培育,boyish look 和 babydoll look (洋娃娃式)服装兴起,短发、绒线衫、花格呢、灯笼袖、白色短袜、楔形跟凉鞋等开始流行。