

高等院校服装设计专业精品教程

服装表演艺术

THE ART OF FASHION PERFORMANCES 尹敏 编著



湖北长江出版集团

湖北美术学院出版社

高等院校服装设计专业精品教程

服装表演艺术

THE ART OF FASHION PERFORMANCES 尹敏 编著



FASHION
DESIGN
TEACHING
MATERIALS
FOR ART
COLLEGES

湖北长江出版集团
湖北美术出版社

高等院校服装设计专业精品教程

主 编：李当岐

执行主编：张秋山 周丽娅 丁国强

编 委：罗 旻 李莉婷 邱佩娜 毛春义 柯锡安

王 羿 李健丽 赵欲晓 刘美华 周永红

肖瑞欣 鲍殊易 杨 阳 贾 云 常亚平

吕 彪 周少华

参与院校：清华大学美术学院

北京服装学院

鲁迅美术学院

广州美术学院

湖北美术学院

中南民族大学美术学院

武汉科技学院

华中科技大学

选题策划 / 王开元

责任编辑 / 余 杉 蔡慧荣

项目负责 / 余 杉 戴建国

封面设计 / 刘嘉鹏

责任印制 / 李国新

图书在版编目 (CIP) 数据

服装表演艺术 / 尹敏 编著.

—武汉: 湖北美术出版社, 2008.1

高等院校服装设计专业精品教程

ISBN 978-7-5394-2148-3

I. 服…

II. 尹…

III. 服装—模特儿—表演艺术—高等学校—教材

IV. TS942.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 200981 号

服装表演艺术

© 尹敏 编著

出版发行: 湖北美术出版社

地 址: 武汉市洪山区雄楚大街 268 号

电 话: (027) 87679522(发行) 87679553(编辑)

传 真: (027) 87679523

邮政编码: 430070

H T T P: www.hbapress.com.cn

E-mail: fxg@hbapress.com.cn

制 作: 武汉浩艺设计制作工作室

印 刷: 湖北恒泰印务有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 8 印张

印 数: 3000 册

版 次: 2008 年 1 月第 1 版

2008 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5394-2148-3

定 价: 38.00 元

序

自 1980 年我国的服装设计教育进入高等院校以来,全国各艺术院校、轻工院校、纺织院校都先后建立了服装设计系或服装设计专业。随着我国经济的飞速发展,面对强劲的社会需求,到目前为止,我国各类高校几乎都开设有艺术设计类的专业,而在这些艺术设计类专业中,大都开设有服装设计专业。另外,高等和中等职业技术教育、民办高校以及各种类型各种层次的培训班,也都在为我国的服装产业培养着各类人才。

——服装设计教育已经成为高等教育和职业技术教育当中一个重要的领域。但这个领域的师资队伍和教材建设还远远不能满足现实需要。为此,在湖北美术出版社领导的大力支持下,我们组织了一批活跃在教学第一线的中青年教师,共同编写了这套教材。他们来自不同的院校,有着不同的校园文化背景,各自身处不同的教学体系,分别承担着不同的教学任务,因此使这套教材具有集众家之长的综合性特色。

——这是一种有益的尝试,旨在整合各种教学资源,加强院校间的相互交流,促进我国服装设计教育事业的发展。

全套教材共 16 本,内容丰富,信息量大,知识面广,技能性强,教材明确规定了每门课的课时量、进度和作业量,可操作性强。不仅适合全日制高校的本科生或高等职业技术类院校的学生使用,而且,对于自学高考的同学也是一套很好的辅导教材。

感谢各位编著者的辛勤劳动!

感谢湖北美术出版社的大力支持!

李当岐

清华大学美术学院院长 教授



001	第一章	服装表演的发展概况
001	第一节	服装表演的启蒙时期
003	第二节	时装表演的发展
004	第三节	模特风格的演变
006	第四节	表演风格的演变
006	第五节	当代的模特业
010	第六节	服装表演在中国
013	第二章	服装表演的种类和形式
013	第一节	高级时装发布会
013	第二节	流行趋势发布会
013	第三节	促销类时装表演
014	第四节	竞赛类时装表演
016	第五节	学术性服装表演
016	第六节	娱乐性时装表演
017	第三章	服装模特
017	第一节	模特的分类
021	第二节	模特的形体条件
024	第三节	模特的综合素质
036	第四节	模特的道德规范
038	第四章	服装表演技巧
038	第一节	原地站立的姿态
039	第二节	原地造型
041	第三节	基本台步
042	第四节	停步转身
047	第五节	手的造型
049	第六节	时装表演中脱衣的运用
051	第七节	服饰配件的展示技巧
056	第五章	摄影中的模特
056	第一节	拍摄前的准备
056	第二节	选择模特
058	第三节	选择优美的姿态
069	第六章	各种不同类型服装的表演
069	第一节	职业风格
070	第二节	田园风格
071	第三节	都市风格
071	第四节	前卫风格
072	第五节	传统的怀旧风格
072	第六节	休闲风格
073	第七节	运动风格
074	第八节	高贵、典雅的礼服
076	第九节	中华民族传统的旗袍

077 第七章 服装表演的场地

077 第一节 场地

079 第二节 台型

081 第三节 背景

081 第四节 灯光、音响

085 第五节 后台

087 第八章 服装表演的化妆与发型

087 第一节 化妆

091 第二节 发型

094 第三节 化妆与发型的协调统一

097 第九章 服装表演的组织与策划

097 第一节 总策划

097 第二节 观众

097 第三节 主题

098 第四节 编导

099 第五节 服装的选择

100 第六节 确定演出的顺序

101 第七节 挑选模特

101 第八节 演出时间

102 第九节 演出风格的确定

103 第十节 制定预算

104 第十一节 台前制作

106 第十二节 工作人员安排

108 第十三节 相关活动安排

109 第十四节 投入排练

110 第十五节 正式演出

110 第十六节 图示

111 第十章 模特市场

111 第一节 服装表演市场

111 第二节 时装模特的代理制

113 第三节 个体

113 第四节 中国高校的时装表演专业

114 第十一章 模特的保养

114 第一节 正常皮肤的分类和护理

115 第二节 判断皮肤的类型

116 第三节 粉刺、面疱皮肤的护理

116 第四节 黑眼圈、眼袋的成因与治疗

117 第五节 头发的性质

118 第六节 头发的保养

118 第七节 体重的控制

第一章

服装表演的发展概况

第一节 服装表演的启蒙时期

一、宫廷时代

在西方古代社会,上层社会是时装的领导中心,王后贵妇所穿的服装被老百姓所崇拜,是她们引导着服装的潮流,起到了模特的作用。这个时期被称为宫廷时代。

在1391年,巴伐利亚的伊莎贝拉皇后(法国查理六世的妻子)产生一种想法,即制造出一种栩栩如生的人像(由木材和粘土制成),并穿上新颖的宫廷式服装,作为礼物赠送给波希米亚的爱娜皇后(英国皇帝理查得三世的妻子)。虽然它看起来很像今天的时装模型,但当时被称为“时装玩偶”(Fashion Doll)。

从伊莎贝拉的古怪想像开始,时装玩偶在法国宫廷兴起并特别盛行,很快在欧洲流行起来。从一个宫廷传至另一个宫廷,进行国际交流。当时常用最先进的交通工具(马车、船)将新潮的时装玩偶运送到世界各地,辐射面最远到俄国城市圣彼得堡。即使在战争时期,运送玩偶的活动也没有停止过。曾有记载,英法战争时,英国港口对外界的一切都实行封锁,但对巴黎出产的时装玩偶却给予放行。由此可见,时装玩偶的魅力和它对社会所起的作用。

到了16世纪,法国的一位设计师罗斯·贝尔坦(Rose Bertin)来自凡尔赛,她最先在商业性的设计中使用了人造的人体模(型)特,为了在欧洲广泛地宣传自己的作品,她将服装和人造模特一起送给顾客,起到很好的效果。早在17、18世纪,人们就认为服装被穿上才是最好的展示,即便是穿在一个无生命的人模身上。

1892年在美国创办了《时装》周刊。在1896年《时装》周刊首次举办了时装表演,即玩偶型时装表演,展示所用的时装是由纽约的成衣师提供的,这次表演获得了成功,对提高美国的时装业水平起到相当作用。

二、市民的挑战

真人模特的诞生。世界上第一位真人模特大约是1845年左右出现在法国,她的名字叫玛莉·维纳脱(Marie Vernet)。

近代巴黎女装之父:查理·弗雷特里克·华斯(Charles Frederick Worth, 1825年—1894年),英国人,出生在英国的林肯郡,父亲是个不出名的律师,幼年他在当地的棉布商店当学徒,1845年,迁居巴黎。他使贫民的服装走上时装的舞台(法国高级时装的创始人),同时他也是第一个使用真人时装模特的人,是现代服装表演的奠基者,他所在的时期被称为华斯时代。

当时,在巴黎有一家盖奇林-奥普乔公司,是专售开司米披巾的,公司里有一名玛莉·维纳脱的店员,长得特别漂亮,体型完美,楚楚动人。公司的一名男职员华斯发现了这位漂亮的店员后,便产生了灵感。为了推销披巾,经过反复构思,有一天

在店里女顾客很多的时候,他便把开司米披巾给玛莉披上,并向顾客展示那些披肩穿起来后的模样,这样便激发了众多女士的购买欲,披巾很快被抢购一空。由此,世界上第一位真人模特出现了。

1851年,华斯与玛莉结为伉俪,其妻漂亮的脸蛋及身材,使华斯有了很多灵感。在该公司工作期间,他自学女装设计。同年他为妻子设计了许多服装,妻子的穿着引起了一些贵妇人的注意。玛莉把丈夫设计的女装式样图稿贴在纪念册上,亲自送给新上任的奥地利驻法国大使的夫人梅特尔尼公主。大使夫人殊为惊奇,在第二天就拜访了华斯,并穿上他所设计的女装。后来大使夫人穿着这些新颖的女装到宫廷中去,受到法国王后尤金妮的赞扬。之后,王后召见了华斯,请他担任宫廷女装的设计师和裁缝师。

1858年,华斯得到一位瑞典朋友奥托·鲍伯格的资助,在巴黎和平路7号创办了世界上第一家高级女装商店,由于他设计的时装新颖优雅,名噪一时。欧洲王室成员、英国女王维多利亚、女装经营商等都慕名来要求设计制作。华斯被人们被誉为“近代巴黎女装之父”或“高级时装之父”。

随着时装店的不断发展,玛莉一人已无法完成多种款式的展示,于是他们又雇佣了几个年轻美丽的女郎,她们替顾客穿上服装,展示服装穿上后的样子,即专门从事展示时装的工作。这支时装表演队就是世界上第一支时装表演队。以后,模特的人员不断增加,并创设民间的运货马车形式“女装沙龙马车”,流动于一些城镇,车上除展示女装外,还带去了一些最新的文娱节目,成为一种艺术。

帕昆夫人(Paquin Mme):19世纪末第一位举办展示性时装表演的设计师,第一位用舞台进行展示的设计师,第一位将全场模特引入终场谢幕的设计师,第一位获得法国荣誉勋章的设计师。

克里福德:第一个优秀的女模特,20世纪初最著名的时装模特。

吉本逊:服装设计师,在他以前的女装是鸡笼式的,他设计的是紧身拖地长裙,显示女性曲线,由于设计师吉本逊和名模克里福德在当时的影响,当时模特被称为吉本逊女郎。

保尔·波艾丽特(Paul Poired):富有想像力和叛逆行为的巴黎设计师,在1904年创办了自己的女子时装店,服装设计的特点一般是直线型,服装的长度缩短了,据传是受到中国旗袍的影响。

当时社会压力很大,她首先带头穿着开叉的裙子,挽着丈夫的手,在林阴道上散步,受到舆论的非议,但是时髦女郎很崇拜她。最后她带领9名女模特到欧洲各国展示自己设计的服装,创造了时装界的历史。据说她与9位女模特到达俄国时引起很大的轰动,取得了巨大的成功,人们争相目睹模特的风采。为安全起见,波艾丽特不得不在晚上把她们锁在自己所住的旅馆房间内。有趣的是当时的时装表演还没有音乐和灯光作陪衬。

世界上第一个真正初具规模的时装表演是1908年在英国伦敦举行的,表演是为了介绍和推销在汉诺佛广场上的达夫-戈登妇女商店的成套时装款式。现场由一个跟班负责迎接顾客,并散发一份详细的节目单,节目单上按出场的先后顺序列出每位时装模特的姓名,演出采用了乐队现场伴奏的形式。模特在乐队演奏的乐曲中按顺序先后出场展示服装。

露西亚:英国女设计师,在1910年为美国人设计了150套四季服装,并带来了女

模特进行展示,一场 500 美元,这个数目在当时是很大的,此次展示轰动了美国。她在伦敦买了一个剧场,进行专门的时装表演,表演由管弦乐队进行伴奏。

在此同时,一些英国企业家开设的商店也开设了专门的表演厅。

1914 年,芝加哥服装生产商协会(The Chicago Garment Manufacturers Association)在美国芝加哥举行了当时最大规模的服装展示。这个城市当时是北美的服装工业中心,展示活动由芝加哥服装生产商协会主办,盛况空前,被称为“世界最大型服装表演”。参加这次展示会的观众达 5000 人。主办者聘请了 100 名模特,分 9 个场景展示了 250 套新颖时装。演出选用了大型舞台:长 30.5 米,宽 21.3 米,同时还有一条延伸到观众席的伸展台(T 台的初次运用),拉近了服装表演与观众的距离。这是第一次使用伸展台的服装表演,服装表演的节奏很慢,模特用 1 分 20 秒的时间走到前台。这次表演被拍成电影,在全国各地上映,产生了广泛的社会影响。

第二节 时装表演的发展

模特表演的启蒙时期长达 80 年左右,从 19 世纪 40 年代,到 20 世纪 20 年代,服装表演由一种偶然的推销行为发展为相对独立的职业。它有了程式化的服装展示方式,有了比较确定的社会需求,有了相对稳定的模特队伍,但是作为一种文化事业,它并没成熟。

20 世纪初期,时装模特并不是一份可以糊口的好职业,他们之中的大多数不得不兼作售货员、礼仪人员或演员。女模特们也被认为是品行可疑的人,上流社会的女性努力保持与她们的距离,以示自己的冰清玉洁。

20 世纪 30 年代,法国著名的设计师让·帕图(Jean Patou)改变了这个观念。他与《时尚》杂志合作,选用了一些有知识、有文化、有教养、聪明有魅力的女孩子做模特,被具有宫廷文化传统、以典雅为宗旨的法国社会所接受。

最具有划时代意义的事发生在 1925 年,让·帕图从美国带回了 6 个姑娘,让她们与法国的模特同台演出,这些北美女性没有家园意识和传统重负,不但天生丽质,而且自由奔放,大方洒脱,充满活力,代表着新时代都市青年文化的风格。这给比较保守的欧洲服装界以不小的刺激,起用美国模特,改变了国际上对身材的审美观,美国女孩们那种苗条的运动体型成了理想身材。人们开始重新审视表演的价值,发现模特是时代审美潮流的晴雨表,影响远远超出了服装行业。这些模特也就成了后来的职业典范。

帕图对服装表演的贡献在于他的终场模式,并且对戏剧性的开场模式也有重要影响。他是第一位在正规时装发布会之前采用新闻发布表演的设计师。

继华斯之后,20 世纪 20 年代,德梅耶率先使用社交红星和著名女演员为时装模特,从而奠定了时装模特的社会地位。一时间,许多大家闺秀、淑女、名媛都争先恐后地要在摄影机前留下自己的盛妆倩影,这些客串的模特压倒了专业模特。

世界上第一个专业模特代理公司是约翰·罗伯特·鲍尔斯(John Robert Powers)1928 年在纽约建立的公司。这种代理制度对模特的专业化起到了很大的作用,至今仍然在世界各地通用。

第一个有名的模特机构 Lucie Claytons 成立于 1928 年,是一所服装模特培训学校。它一直是一个办得非常成功的代理机构,它培养出许多知名模特。例如:Jean(杰恩)、Sandra(塞德拉)、Fiona(弗娜)、Tania(塔尼亚)、Celia(塞莉亚)等。(如图 1-1)

随着现代商业广告的发展,模特这一行业越来越热,并且开始充分地专业化



图 1-1

了。1938年鲍尔斯女孩就是当时的典范。鲍尔斯属下的模特哈里·康诺弗(Harry Conover, 男模)在百万富翁亨廷顿·哈特福德(Huntington Hartford)的支持下建立了自己的模特机构,并实行了担保人制度,给模特固定的收入,演出酬金另算,使得这一职业更加稳定。

著名的英国时装模特代理商有“选择公司”和“一流模特儿”等。

欧洲当时没有专业模特机构,无法提供训练有素的时装摄影模特,二战以后,大多数摄影师只是在街上临时找一些漂亮的女孩作摄影模特,这种随意性影响了形象的质量,无法适应法国日新月异的时装变化。1957年,美国最著名的模特之一多里安·利(Dorian Leigh)在法国开设了第一家模特公司,以后欧洲各国也出现了许多这样的赢利企业。

1946年在纽约,爱莲·福特夫人(Eileen Ford)和她的丈夫创办福特(Ford)公司,隔年进行一次评判。“评判形式”的出现对整个时装业模特的发展起到了极为重要的推动作用。

爱莲不仅是一名漂亮的时装模特,而且曾在巴纳德学院学习,主修心理学,毕业后,她又干过摄影师助手、目录分类员、广告撰稿人及流行时装杂志的记者。福特公司开业不久就声誉日长,其后的一年里,勤奋而年轻的福特夫妇就创下营业额25万美元这个数字,一跃成为美国模特行业营业额居第二位的公司。爱莲·福特被人们称为模特的教母,与她的先辈所不同的是,她以慈母般的态度和非常专业的方法管理这个企业。公司发展到现在已拥有上千万资产,包括女装部、男装部、童装部、电视分部。其公司最有特色的业务人员是“星探”——到世界各地去寻找、去发现可以做模特的女孩,他们不断发现新面孔、新人。福特公司发现并培养了一些最著名的模特。如:克里斯蒂·特林顿,好莱坞演艺圈里知名的简·方达等等。

约翰·卡萨布兰卡斯(John Casablancas)在巴黎成立了Elite模特代理公司,这是第一个跨国模特服务网络。

第三节 模特风格的演变

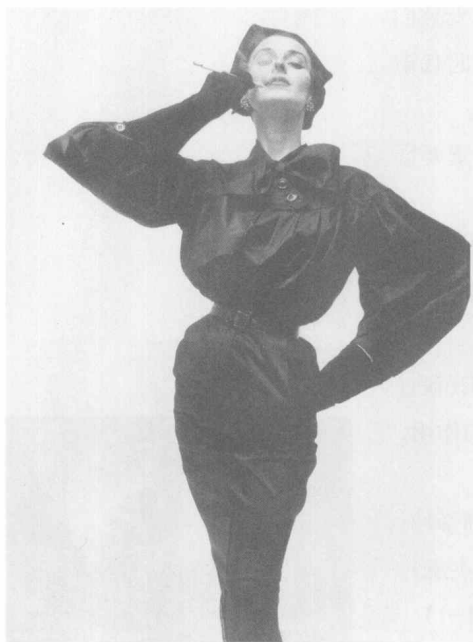


图 1-2

20世纪30年代的时装似乎将好莱坞与巴黎联系起来。时装摄影师和时装模特携手正式登入艺术殿堂,这个时期的模特往往具有一种富贵、温柔、娴淑、慵散、悠闲的风度,又有那么一点神秘浪漫的气质。著名的代表有安·安德鲁(Ann Andrun)和玛丽·泰勒(Mary Taler)。

20世纪40—50年代的模特,特别是50年代的模特往往是胸部丰满的金发碧眼的女郎,多少带点玛丽莲·梦露的味道。40年代后期,潘恩推出一种战后女性的新形象。选用更高、更瘦,骨骼较大和精力充沛的模特。同时,派钦森更喜欢看上去像是忙忙碌碌普通人的模特,尽管明星模特已经为数不少,但不少时装摄影名作上仍然是无名美人。

多利安·利(Dorian Leigh)是20世纪50年代最有代表性的时装模特之一,她被摄影大师Cecil Beaton称为他所合作过的模特中最棒的,有着不受限制的美。她能连续几个小时纹丝不动摆着造型,并丝毫不露倦意。在服装表演界红极一时,被选为“第一小姐”。(如图1-2)

20世纪60年代出现了一大批优秀专业模特,如琼·欣里姆普登(Jean Shrimpton)、哈蒙(Celia Hammond)、桑德拉·保尔(Sandra Paul)、帕

特里克 (Penny Patrid) 和斯旺 (Moyra Swan)。这个时期英国伦敦的青年对摇滚乐、时装和时装摄影具有同样的影响, 模特不再以雍容、优雅取胜, 一种与浪漫无关的粗犷性感, 成为选择的标准。新一代的野性十足, 露齿做怪脸的美国模特日益走红, 五官端正小巧、骨骼纤细的英国模特也与英国摄影师一起出尽风头。

最突出的模特是英国的崔姬 (Twiggy), 她那男孩子般的外貌, 加上迷你式裙装, 短发和以三道眼线, 强调大眼睛的化妆, 不但在女孩子中风靡一时, 而且成为一种“崔姬风貌 (Twiggy Look)”。(如图 1-3)

Twiggy 这个名字来自于不同寻常的消瘦外形, 她是 20 世纪 60 年代伦敦的代表。她告诉《Vogue》“发生在 Beatles 和我身上的一切, 不可能再发生了, 我想我真是很幸运, 我当时的年纪和所在的时间、地点是那么符合。”发现她的摄影师 Barry Lategan 建议她改名为 Twiggy, 之后他们合作的一切成为了时装历史的一部分。当时一家报纸的头条这样写道: “我命名这个女孩为 1966 年最炙手可热的女孩”。Twiggy 后来成为一位成功的演员和歌手。

20 世纪 70 年代的著名模特有莫迪埃·詹姆士 (Maudie James)、英格里特·希尔 (Ingrid Boulting)、芭芭拉·米勒 (Barbara Miller)。崔姬的风头依然不减。她的走红象征了 30 年代精神的某种复活。一方面, 60 年代的嬉皮士时装被更年轻的朋克时装 (Punk Fashion) 所代替, 一批更为野性十足, 甚至带些邪恶表情的模特出现在各大杂志的封面上。

她们有着雪白的脸, 漂亮的染了色的头发, 夸张的黑眼影。同时, 室外生活和运动的风行使那些皮肤晒得黝黑、金发和健康的女郎也出尽风头。有一个趋势是带有普遍性的, 女模特的体型、气质、服饰、化妆和发型都带一点男性化趋势。

1975 年由著名模特的名字命名的: 维尔·海尔米娜 (Wile Helmina) 公司推出带雀斑的女孩做模特, 并被选为《时尚》杂志的封面女郎, 雀斑也成了美的标志。

20 世纪 80 年代是时装界蓬勃发展绽放异彩的年代, 与时装巨子紧密合作的模特更随之成为众人焦点, 一批年轻的模特更成为设计师的灵感女神, 成为万人瞩目的超级巨星。更多的专业模特使人们难以辨别谁是真正的明星, 人们常常找出一个时装模特或她的那张脸作为一年或某种风格、某种风貌的象征。例如: 1982 年曾流行一种头发短得男女不分的“同性风貌”和一种“北美大草原姑娘风貌”, 而红头发的凯西·库尔特 (Kathy Coulter) 被视为典型。又如: 1983 年凯瑟赖恩·哈代 (Kathryn Hardy) 颇为走红, 她代表一种细腻、天真, 而又富于性感的形象。

20 世纪 80 年代初是模特界历史的一大突破, 来自索马里的伊曼是首位加入时装模特儿行列的黑美人, 她为《Vogue》拍的一辑原野照片让时装界惊为无人。(如图 1-4)

20 世纪 90 年代: 另类非凡。90 年代是百花齐放的年代, 时装界没有让世界一定追随的潮流, 而模特风潮未减速, 样子变得多样化。

英国籍的凯特·莫斯是当时最有代表性的模特, 她凭着一幅天真、无邪的面孔, 拍照时朱唇半启, 一脸惘然的样子, 瘦削骨感的身材主宰了整个 90 年代, 她的随意、懒散将世纪末的颓废风格点染得淋漓尽致。事实上, 凯特·莫斯的出现拓宽了人们的眼光, 为另类模特开辟新天地。(如图 1-5)

21 世纪: 性感热情, 踏入 21 世纪模特风潮开始平静起来。时装简约风不再, 设计师再次翻越怀旧复古潮, 更加强调女性化, 飘逸、性感、贴身的剪裁绝对少不了。这些服装只有身材丰满的模特才穿得出味道来。于是平胸、瘦削的凯特·莫斯不见了,



图 1-3



图 1-4



图 1-5

新一代的模特曲线玲珑、样子甜美，如巴西的古赛拉，西班牙的费尔南达·塔瓦雷斯都是充满异国情调、体态优美丰腴。

第四节 表演风格的演变

早期表演是站着不动，之后是歌舞，再以后是戏剧性（像探戈、华尔兹的步子），直到现在达尔玛划时代的表演。

美国模特达尔玛确立了今天模特的规范，她说：在我第一次表演时，模特们在做各种芭蕾的转身和戏剧化的各种各样造型，我的天，我又不是芭蕾、戏剧演员，像她们一样的旋转，我肯定头晕。所以她上台表演时（走台时），就像逛大街一样的潇洒，最后获得了满堂彩。

服装表演在20世纪30年代、40年代、50年代一直都是采用走台表演的这种形式，其制作水平在这一时期随着技术的提高在不断提高，许多服装表演开始在舞台布置、灯光、音乐和漂亮模特方面与百老汇的音乐剧开展竞争。服装表演的这种基本形式一直延续到20世纪60年代。60年代的创新精神和推动力量使时装及表演形式发生了重要变化。英国设计师玛丽·匡特（Mary Quant）走在时代变化的前沿，匡特感觉摄影模特更懂得怎样穿着服装走步，就选择了9名这样的模特到位于Knightbridge Bazaar的商店里，从楼梯走到T台上。从这个时期开始，模特们开始在各领域里交替工作。

20世纪70年代的时装舞台有变化无穷的灯光、烟雾、激光等。七八十年代以喜剧表演形式推出了一系列在当时惊世骇俗的前卫时装，不仅突破了传统的T台展示形式，而且开创了时装界的后现代之风。

20世纪80年代，经济复苏，时装表演的风格奢华，在整体制作上日臻完美，更强调音乐、灯光和舞美的合成统一，逐渐成为一个多媒体的夸张演出；另一方面，人们已经意识到，表演本身太戏剧化了，一来掩盖了服装，二来说明你的服装不怎么样，喧宾夺主。

20世纪90年代，服装表演成了时装业所有领域里的日常性活动。音响和灯光的创新，幻灯、电影、录像等多媒体的运用为举办服装表演提供了更多令人激动的机会。至此，时装表演已经不单纯是时装展示，而成为一场真正的演出，模特们像演员一样表现设计师的意图，舞台创意和灯光设计烘托设计师的灵感，展现时装创作的主题。

时装表演应有明确的主题、强烈的节奏，反映一种格调。

20世纪70年代以前，模特的身材不是很高。1977年纽约的“大美女公司”的奠基人玛丽·达菲（Mary Duffy）推出了身材比一般模特要高得多的高大模特。

进入20世纪90年代，返璞归真的审美时尚卷土重来，在表演上，模特开始像平日散步般轻轻松松行走，尽可能地追求似平日散步般轻松的态度。

第五节 当代的模特业

现在人们一提起时装模特都不感到陌生，因为她们的身影、面孔在我们的生活中无处不在：包装袋、广告张贴、化妆品标签、路牌广告等到处都可以看到她们。她们漂亮非凡，其风度、魅力或者说是魔力使很多人为之倾倒，人们看到她们就会如醉如痴，她们成为了世界上真正的超级模特。

当今的漂亮女模特代表着新一代，充满性感，能像好莱坞的明星一样引起轰动。她们包揽了所有的重大广告，占领了重要杂志的封面和时装刊物。杂志、影视媒体等

就是制造名模的工厂，它让一个名不见经传的新手成为名模。声誉和名气对于模特来说就是金钱。她们凭借着美丽动人的外表，赚取了令人咋舌的金钱。走红的超级模特琳达·伊万杰琳斯达（如图1-6）、克里斯蒂·特灵顿（如图1-7）、纳奥米·坎贝尔（Naomi Campbell）（如图1-8）、海伦娜·克里斯滕森（Helena Christensen）（如图1-9）等，她们身着时装的魅力，是那些好莱坞影星所无法比拟的。



图1-6



图1-7

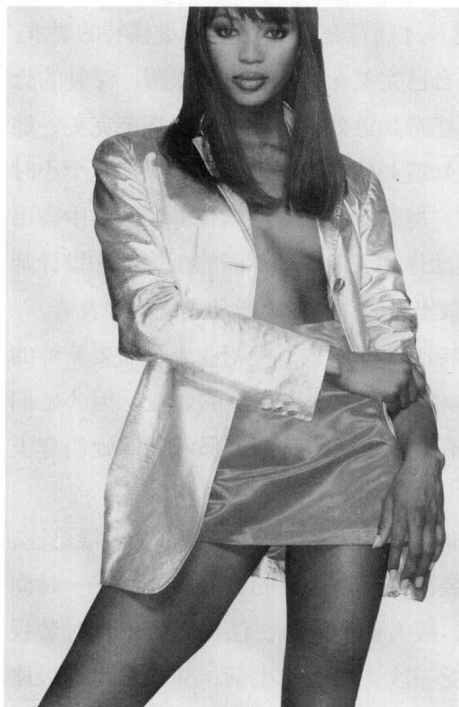


图1-8



图1-9

在销售不景气的情况下，她们也能让顾客慷慨解囊，商人们总是利用她们漂亮的面孔和无可挑剔的体型兜售从口红到服装等各种商品，而且在世界经济萧条和广告业萎缩的情况下，超级模特也是为数不多的可靠的营销工具之一。

这些超级模特已形成了某种社会化的错觉，她们的相貌决定了她们的地位，如果说电影明星已成为自己的制片人，那么这些模特也成为自己的经理。与此同时，这场模特的游戏中的其他参与者：经纪人、编辑、设计师和化妆师，一方面在拼命寻找最具市场价值的模特；另一方面也在为控制这些模特而进行激烈的斗争，花在这方面的钱不计其数，仅美国一家，花在这方面的钱就超过 1000 亿美元。

欧美模特是在浓厚的商业气氛环境下成长起来的，在模特这个特殊的行业里，世界名模应该如何排名？谁是最美的模特皇后？尺度非常简单和客观，那就是看她们在上一年度的收入如何。金钱能衡量知名度、成就和模特的一切。

世界模特业发展是惊人的，在 20 世纪 40 年代，时装广告商付给著名模特巴考尔的演出报酬不到 25 美元，1984 年纽约的一名高级模特每天的广告或商业活动的收入约 5000 美元。如今，一个当红的名模，年收入至少在 250 万美元，超级模特日薪的收入也会在 2.5 万和 3.5 万美元之间。

根据 Elite 模特公司的最新排名，年收入排名前 5 位的世界超级模特是：德国名模娜迪亚·奥尔曼，约 5500 万美元；德国名模克劳迪亚·席弗尔（如图 1-10），约 5000 万美元；美国名模辛迪·克劳馥（Cindy Crawford）（如图 1-11），约 4700 万美元；美国名模埃尔·麦克弗森，约 4200 万美元；荷兰名模卡伦·穆尔德，约 3600 万美元，除此之外，黑人名模特纳奥米·坎贝尔、琳达·伊万杰琳斯达、宝琳娜·波里兹可娃等世界级名模的身价，仍然居高不下，都在 3500 万美元以上。

尽管现在不太计较种族肤色，但是在世界各国，棕色头发和蓝眼睛模特仍然吃香，黑人和亚洲人则要受到很多限制。

时装表演直到 1970 年代末才流行起来。今天，大多数时装设计师时常在同一时间使用同样一批名模，超级名模的身高一般不低于 1.75 米，身材苗条，厚嘴唇，高颧骨，大眼睛，长腿，笔直而不过分突出的鼻梁，丰满的胸部，这样才能符合 1990 年代标准模特的要求。

对模特来说，只要从事这一职业，就必须使自己完美无缺，充血的眼睛，浮肿的脸蛋都属于美中不足的表现，上镜是关键。优秀的模特知道如何将动作做得规范完美，她知道如何对着镜头做出微笑和不笑的表情，并且知道如何将这种表情连续保持几个小时不变。模特在台上是一种特殊的艺术，必须昂首、挺胸，夸张地摆动臀部，眼睛中露出诱人的神情，还必须有极大的忍耐力，善于变换动作和表情。在不同的摄影师和设计师面前，她们的表情有所不同，应该能够按照要求做出脆弱、高傲、激动或纯洁等表情。

女模特这一行很少有干到 28 岁的，超级模特比谁都清楚，模特业永远需要新鲜的面孔，所有模特都明白其艺术生涯是有限的。模特是一个令人上瘾的职业，因为她们是在其他人挑剔的眼光下存在下来的，当别人不再看她们的时候，那就表明她们身上没有吸引人的东西了。

随着人类的文明和进步，科学文化和经济的不断发展，时装表演的发展很迅速，时装模特也越来越被人们所重视。国际上把时装模特看作是美的媒介与使者——时尚代言人。能当上时装模特作为令人羡慕的事情，被人们所青睐。法国等国家把时装视为一项文化内容，欣赏一场时装表演，就是享受一次美的文化生活，其票价比高级剧院票价贵得多。

时装模特的需求量很大，工作很繁琐，要求模特高度职业化、专业化。在米兰，模特 6 天之内做 37、38 场表演，一天做 6、7 场表演，被称为旋风般的表演。她们经过反复的排练，从早晨 6:30 到次日凌晨 3:00。她们按照这样的公式生活：布置、排



图 1-10

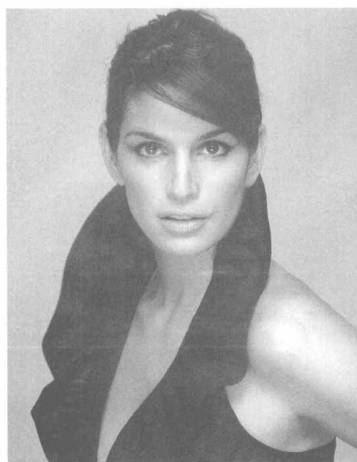


图 1-11

练、做发型、化妆、兴奋、掌声、精疲力竭。虽然模特们很辛苦，但很荣幸，因为她们站在服装舞台中心，也就是书写服装表演的历史。

在欧美等国家，“模特、时装模特、世界超级模特”已成为1990年代世人关注的热点。

“超级模特”是一种新的名人团体。“超级模特”一词是新闻媒介杜撰出来的，这个词引发了超级模特的出现。这种现象的出现是多种因素造成的。原因之一是当时的好莱坞明星缺乏魅力，因此新闻媒介把注意力转向了模特们。Elite成了推出模特的代理机构，它不仅代理了众多的超级模特，并谈判签署了第一个出借模特合同。

谁是超级模特的制造者呢？可以说她们的光彩要归功于一些大力展现和炫耀模特的人物，这些人是：模特的代理人、高级时装的摄影师、设计师和时装杂志的编辑们。他们为模特提供了巨大的机会，塑造了模特们的艺术家形象和艺术家的风格，没有他们的努力，也就没有超级模特的成功。

杂志和广告商们很快意识到超级模特对时装业、娱乐业的巨大推动力，明星效应能够使杂志发行量成千上万地增加，可以提高时装名牌的知名度。因此企业不惜以支付几百万美元的费用为代价，利用模特来不断扩大影响。模特所干的一切都会为企业转化为金钱。

现在，超级模特作为一种装饰也已风靡全世界。在推销商的名片上、学生的书籍中、在玩具和商品招牌上……到处可见，超级模特们除了出版挂历、上电视……之外，还举办现场采访节目，为杂志写文章，组织筹措基金的活动，或在电影中担当配角（或主角）。与流行歌曲和电影界的名人一样，她们在全世界都有自己的星迷。她们的代理机构每周都收到大量的信件，为了满足这些崇拜者的需求，有些超级模特拍纪实风格的电影或撰写自传，述说她们的模特生涯。

对模特的崇拜使单纯的时装模特展示活动向多元化文化领域发展，模特们所从事的活动变成了体现多种文化特色的专业性活动。现在，来自世界各个角落的姑娘们把时装模特看成是一个令人羡慕的、富有魅力的职业。

超级模特职业的发展还远没有达到它的鼎盛期。超级模特们会一代一代地、一个台阶又一个台阶地走向她们的顶点，使模特走向新的黄金时代。

欧美模特都是在浓厚的商业气氛中成长起来的，而欧美商界对超级模特的争夺战时有发生。美国福特模特公司为了改善形象，迎合时代潮流，网罗了不少热情奔放，具有深色皮肤和褐色头发的欧美模特。

加拿大出生的世界超级模特琳达·伊凡杰莉斯塔，便是在这种情况下应运而生的。这位当今世界最为走红的模特，表现出了完美的高贵形象。世界上著名的摄影师彼得·林伯格说：“琳达具有创意、艺术感、原则性。”法国服装设计大师卡尔·拉格菲尔也说：“在这个世界上没有一位模特像她那么专业”。

琳达(Linda)说“我绝不会为低于一万美元一天的酬劳而起床工作。”这句名言为超模生活提供了最佳注解。“我预感这句话被刻在我的墓碑上。”另一句名言“没有人生来就有完美的眉毛”也是出自她的口中。自上世纪90年代中期退出模特行业后，她在2001年又昂首迈进了美国版《Vogue》，最初就对她赞誉有加的摄影大师Steven Meisel为她拍摄的时装大片占据了整整28页。

琳达以自己优越的身体条件——性感而迷人，成为1950年代以来第一位成熟的时装偶像。

第六节 服装表演在中国

中国最早出现的时装表演是1930年,在当时纺织工业较为发达的上海市。1930年10月9日,亚美丝绸厂为庆祝建厂10周年,由美国留学归来的总经理蔡声白组织,在上海著名的大华饭店,举办了我国历史上第一场真正的时装表演。表演以展示本厂的丝绸面料为目的,观众达2000余人。上海《申报》为此作了连续三天的宣传报道,在上海引起了较大的轰动。

此后,美亚丝绸厂广招仕女,并吸收一些交际花、影星及政要夫人参加,组成了模特表演队。表演队常常结合产品展销举办表演活动,有时也利用中国传统的庙会的台阁形式,由人力抬着模特进行巡回展示。美亚丝绸厂还将时装表演拍成电影,到东南亚宣传,推销自己的产品。

1932年,上海著名的游乐场所出现了欧美模特,展示的服装均为洋装,包括:礼服、日常服和运动服等。服装表演的舞美和编排与欧美当时的形式水平相当。与此同时,男装表演也开始出现。所展示的服装有:西式礼服、西装、马裤和苏格兰式带绑腿的马裤等。

新中国成立后,由于历史的种种原因,时装表演基本处于停止状态。改革开放以后的1979年,皮尔·卡丹带领了8名法国模特和4名日本模特到北京和上海举行了第一次时装发布会。此次展示活动给中国的观众留下了深刻印象。皮尔·卡丹带给中国人民的不仅是时装的概念,而且还有时装表演的概念。受当时客观因素的制约和观念的限制,在中国举行时装表演不仅需要勇气,也很困难。演出只限于外经贸界与服装界的官员与技术人员参与“内部观摩”,观看人员也要通过审查,入场券不许转让,并且登记其姓名,对号入座。

1980年上海服装公司重开中国服装表演之先河,率先成立了新中国第一支时装表演队。1981年2月9日晚,新中国第一支时装表演队在上海友谊电影院举行了首场演出的彩排,整场演出从组织、训练,到服装的提供全部由国人完成。

1981年下半年,由宋怀桂女士——皮尔·卡丹先生驻中国的代表所筹备的皮尔·卡丹时装中国发布会,在北京饭店西楼大厅举行。演出的模特除了卡丹带来的2名外国模特外,其余全部都是中国模特,这是中国历史上第一次公开的国际性时装表演。

1983年4月,上海服装表演队到北京参加服装鞋帽展销会,中央电视台突破了媒体宣传的禁区,在“为您服务”节目里播放了这次展销会的演出录像。

1983年5月13日,上海时装表演队应中南海的邀请到怀仁堂为中央领导人进行表演。表演获得成功,得到最高决策层的肯定,也使时装模特表演获得了公开走向社会的许可证。中央领导的认可为推动中国时装表演业的发展起到了重要作用,从此,中国时装表演的发展速度迅速加快。

1989年12月,纺织部下属的中国服装研究设计中心和《中国服装》杂志社等单位终于获准在广州五星级的花园大酒店举办首届中国时装模特表演艺术大赛。中国模特终于有了自己的资质比赛。中国有了服装模特“十佳”明星,大赛的冠军叶继红(深圳)、亚军柏青(上海)、季军姚佩芳(上海)。获得第四到第十名的“十佳”名模是:张雅凤(深圳)、卢娜莎(北京)、许以群(上海)、黎小燕(北京)、张锦秋(深圳)、李斌(北京)、刘琐(天津)。此时,时装表演已经成为我国服装业引导消费、发布潮流趋势的一个必不可少的手段。时装表演成为了我国服饰文化的一个独立而必不可少的部分。

1992年12月8日,我国第一家时装模特代理机构“新丝路模特经纪公司”在北京成立。它的成立,标志着中国的时装业与国际的接轨,标志着中国时装表演业从合法

化迈向国际化。

1989年苏州大学(原苏州丝绸工学院)首家在大学里设置了服装表演专业,后来东华大学(原中国纺织大学)、北京服装学院、武汉科技学院(原武汉纺织工学院)、青岛大学(原山东纺织工学院)、中原工学院(郑州纺织工学院)、上海纺织高等专科学校等各大院校也相继开办了服装表演专业。这类学历制教育为中国培养了大批高素质的专业时装模特。

中国服装表演观念与西方发达国家比较还有一段距离,文化性胜于市场化,而且标准依然带有传统痕迹,人们还没有多元的文化需求,表演业尚没有能力形成众多强大的独立公司,依然附着在服装行业上,不能成为相对剥离的艺术广告业,这就必然影响模特的专业化和向其他行业的纵深发展,中国名模的收入也不及国外。

随着改革开放的深入,时装模特的文化素质、身体素质及表演技巧也不断提高。中国模特的水平,也有了长足的进步。中国的模特在世界上也产生了一些影响。

彭莉,1988年首次在意大利举行的“今日新模特国际大奖赛”中获得冠军。(如图1-12)

石凯,第一代模特,曾应皮尔·卡丹的邀请于1985年赴巴黎工作,成为当时法国时装舞台上惟一的东方名模。

李昕,1996年在公司的推荐下,毅然走出国门来到巴黎,开始了职业模特生涯,现在已成为Elite模特公司旗下的一员,多次被世界知名品牌聘请为品牌形象。《时尚》、《时装》、《世界时装之苑》等杂志也经常刊登她的照片,在欧美等国家享有很高的知名度。(如图1-13)

肖冬梅,第一代中国模特,被星探发现。1989年初接到意大利“我的模特”公司邀请,来到罗马,同年11月参加了罗马举行的“90国际电影小姐”大赛,来自38个国家和地区的100名选手进入最后角逐。肖冬梅作为中国人又一次在国外获得了第一名,一下子便成为了意大利电视台国际舞台节目的特邀嘉宾。1991年10月,幸运女神又一次拥抱肖冬梅,她获得了意大利“世界十大名模”称号。她是这届当选名模中年龄最小的,她同时还被意大利选为“最讨人喜欢的小姐”。

陈娟红,1.79米,浙江人,获“91中国十佳时装模特冠军”,并代表中国在美国洛杉矶举办的“92世界超级模特大赛”上获得“世界超级模特”称号。在世界水平最高、规模最大的专业模特大赛中,她是第一位获奖的中国超级模特。(如图1-14)

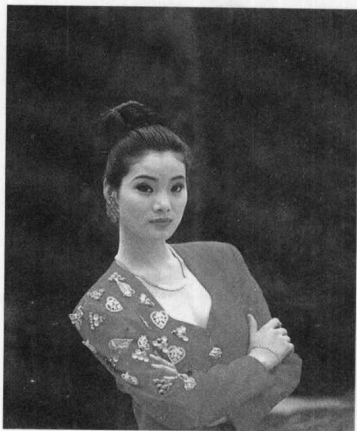


图 1-12



图 1-13



图 1-15 照片中从左至右分别为周君、陈娟红、瞿颖、谢东娜



图 1-14