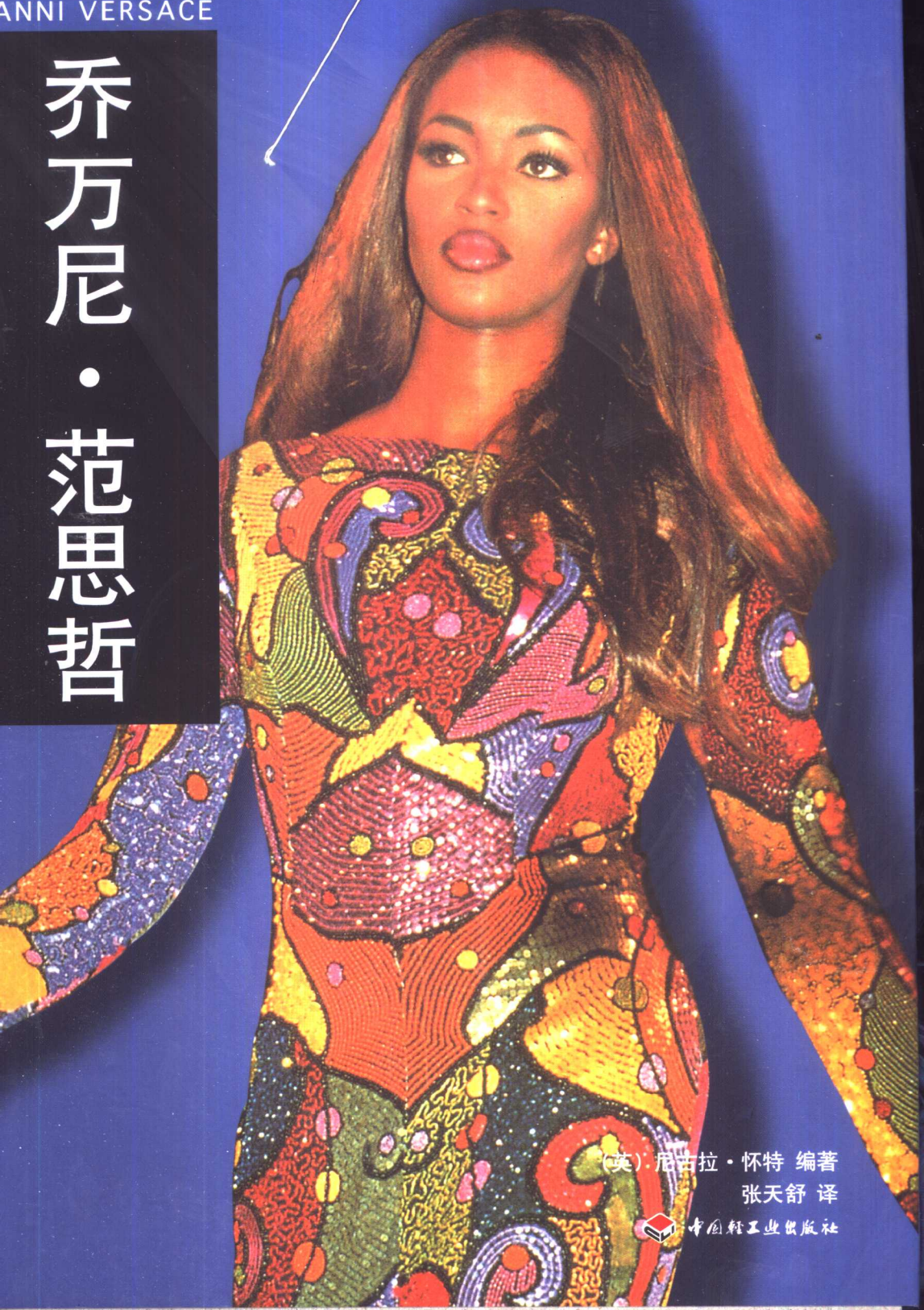


ANNI VERSACE

乔万尼·范思哲



(英) 尼古拉·怀特 编著
张天舒 译



中国轻工业出版社

乔万尼·范思哲



(英) 尼古拉·怀特 编著
张天舒 译



中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

乔万尼·范思哲 / (英) 尼古拉·怀特编著; 张天舒译. —
北京: 中国轻工业出版社, 2002.1

ISBN 7-5019-3155-0

I. 范… II. ①尼… ②张… III. 范思哲-生平事迹

IV. K835.465.72

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第15186号

版权声明

VERSACE

Text Design Copyright © 1999 Carlton Books Limited

责任编辑: 李 健 封面设计: 王国红 责任监印: 胡 兵
责任终审: 孟寿萱 责任校对: 方 敏 制 作: 江楚明 郎 艳

出版发行: 中国轻工业出版社(北京东长安街6号, 邮编: 100740)

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

联系电话: 010-65241695

印 刷: 北京百花彩印有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2002年1月第1版 2002年1月第1次印刷

开 本: 889×1194 1/20 印张: 4

字 数: 56千字 印数: 1-6000

书 号: ISBN 7-5019-3155-0/TB·027

定 价: 19.80元

著作权合同登记 图字: 01-2001-0948号

· 如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换 ·

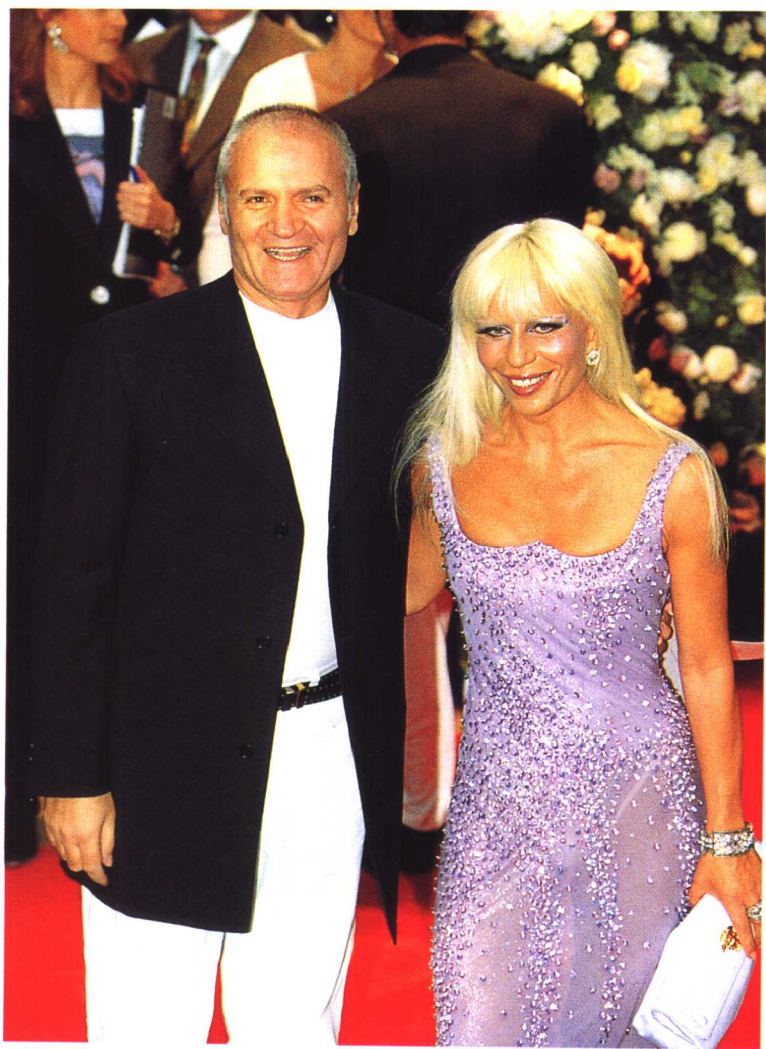
乔万尼·范思哲

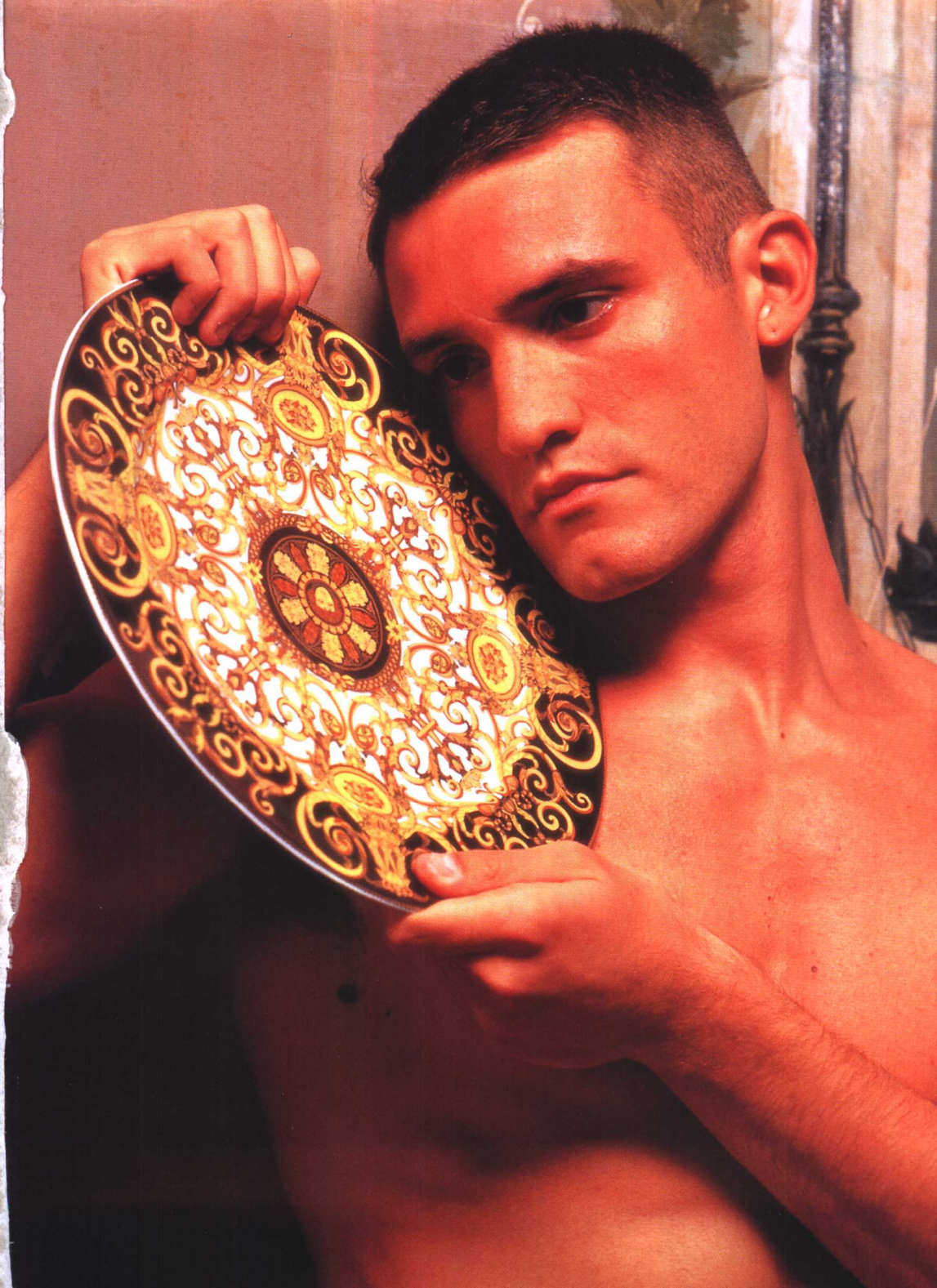


(英) 尼古拉·怀特 编著
张天舒 译



中国轻工业出版社











Versace



NAS42/OP

图书在版编目(CIP)数据

乔万尼·范思哲 / (英) 尼古拉·怀特编著; 张天舒译.—
北京: 中国轻工业出版社, 2002.1

ISBN 7-5019-3155-0

I. 范… II. ①尼… ②张… III. 范思哲-生平事迹

IV. K835.465.72

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第15186号

版权声明

VERSACE

Text Design Copyright © 1999 Carlton Books Limited

责任编辑: 李 健 封面设计: 王国红 责任监印: 胡 兵
责任终审: 孟寿萱 责任校对: 方 敏 制 作: 江楚明 郎 艳

出版发行: 中国轻工业出版社(北京东长安街6号, 邮编: 100740)

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

联系电话: 010-65241695

印 刷: 北京百花彩印有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2002年1月第1版 2002年1月第1次印刷

开 本: 889×1194 1/20 印张: 4

字 数: 56千字 印数: 1-6000

书 号: ISBN 7-5019-3155-0/TB·027

定 价: 19.80元

著作权合同登记 图字: 01-2001-0948号

· 如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换 ·



范

氏家族在世界上享有盛名，范思哲的服装风格浮夸，总是引起争议，却得到全世界名人和普通消费者的喜爱。一个世纪以来，范氏家族的服装都以柔和为美。范思哲以他富于魅力的大胆、暴露的设计打破了传统模式。尽管乔万尼不幸于1997年撒手人寰，但范氏家族在乔万尼妹妹多娜泰拉的加入下，继续坚持设计、制作受大众欢迎的成衣。

Versace可以算作世界上最著名的时装品牌，同样也是全世界收入最高的服装公司之一。1999年秋季的成衣价格有从80法郎一条的裤子到1300法郎一件的上衣、12000法郎一只的双面缀珠的手镯。众所周知，乔万尼·范思哲在1997年6月被谋杀了，尽管这样，他的公司在1998年仍创下了将近5.5亿法郎的营业额。

这个营业额的取得不仅是由于范氏集团所属服装公司的努力，还来自衣饰配件、香水的销售以及家族的其他产业。其中一些产品是由本公司的工厂生产，但大部分由公司许可的商家生产。这些商家需要上缴品牌使用费。他们的货物在全世界260家Versace分公司和300家百货公司的Versace品牌零售网点销售。这样就不难相信乔万尼·范思哲于1992年5月在W杂志上宣称过的“我爱金钱”。

无论过去还是现在，范思哲都是记者们争相报道的焦点。他几乎每天都会出现在世界各地的报刊上，成为时尚杂志的头版人物。最著名的要数由理查德·玛汀(Richard Martin)1997年所写《乔万尼·范思哲》和《范思哲》这两篇报道。关于他的报道主要集中在两方面：一方面对他的成功感兴趣，倾向于赞扬他的设计才能；另一方面相当多的批评则来自那些小报记者，他们津津乐道于揭露范思哲私生活的污点，以及他与意大利服装设计师阿玛尼(Armani)的多年宿怨。这本书试图从这两种观点中为读者开辟一条道路，客观地看待范氏家族和他们在20世纪最后几年的工作，并将

乔 万 尼 ·

重点集中在他们取得巨大成功的原因上。

在媒体的描绘中乔万尼·范思哲的形象五花八门，“一个具有天赋而粗俗的暴发户”，“供应新鲜垃圾的最高权威”，“矫饰的王子”，“一个被财富之神点拨的人”，“一个把女人变成荡妇，把男人变成了色鬼的人”。这些对他公众角色的描述无疑概括了人们对他的一般认识。然而与之相冲突的另一种观点认为他是“一个安静的灰头发的绅士”；或者是“非常害羞，非常优雅……一个胸襟博大而富有魅力的人……”“他不但能记住记者的名字，而且从来也不忘记问候一下他们的孩子或猫，没有什么比晚上坐在花园里看艺术画册更让他欣慰的了”。

范思哲在一篇American Way的文章中阐明了他的个性之谜：

“我依然是那个可爱、土气、害羞的小男孩
儿，极力避免自己成为一个公众人物。”

乔万尼·范思哲很早就意识到自己以后会接触时装业。他1946年生于意大利南部里吉奥·迪·卡拉布里亚（Reggio di Calabria）一个富裕而受人尊敬的家庭，他有一个年长他两岁的哥哥桑托（Santo）和小他12岁的妹妹多娜泰拉（Donatella）。范思哲非常乐于讲述他田园诗一般的童年。然而，正如法国“第四频道”1997年12月23日播出的纪录片《神秘的生活》所揭露的，范思哲那中产阶级式的童年只是他的虚构而已，实际上，他的出身相当贫贱。

据该片导演Nick Read所说：“他的父亲安东尼奥（Antonio）远非一个经营男性服饰店和配送油气业务的富商（Sunday Time，1997年12月14日）。他的母亲弗兰卡（Franca）是一个高级裁缝，为本地一位守旧的中产阶级顾客进口、翻版法国服装样式。

范 思 哲

这是那时意大利服装业所特有的一种方式。她经营一家小商店，除卖服装之外还出售钮扣和服装小配件。他父母的个性看上去也很浪漫。范思哲名义上的第一情人，仍住在卡拉布里亚。服装设计师布鲁诺·罗伯茨（Bruno de Robertis）在《神秘的生活》中回忆说，“他们都喜欢虚构那些关于他们故乡的故事”，而且“在他离开后，只有乔万尼还对那些故事津津乐道”。

“这件事使我的生活变得非同寻常，”范思哲在1997年6月出版的《纽约》杂志中说道，“那就是生长在意大利南部，并且有如此好品格的母亲和诗人一般的父亲陪伴。”范思哲经常谈及他的母亲，这位影响他一生的人。“最重要的友情是我与母亲之间，她是一个坚强的女人，永远走在时代前列，一位令人着迷的女人，她非常美丽。”他说过他同样也很尊敬他的父亲。但是在他家乡人的记忆中，那位父亲是一个“冷酷的、有距离感的人，他未能将自己那说话细声细气、优柔的儿子从恶棍们的奚落中保护起来”。

1964—1967年，范思哲在大学攻读建筑专业，但是他提前离开了学校，开始在母亲的服装店里工作，任设计师和采购员。不久，他母亲的生意开始吸引越来越年轻、大胆、喜欢冒险的顾客。其中包括范思哲的第一位明星顾客——当时的“意大利小姐”，她在更为自由的公众场合中为范思哲提供了有意义的一课。

范思哲早期事业的成功与他得到意大利最大的成衣生产厂代理人的栽培是分不开的。他的良师是吉吉·蒙迪（Gigi Monti），Basile成衣品牌的创始人，Missoni和Krizia品牌的的设计师，而这些品牌都要在弗兰卡·范思哲（Franca Versace）的商店里出售。通过蒙迪和其他熟人的帮助，范思哲作为自由设计师开始为Tuscany和意大利其他地方的服装生产厂家设计。

范思哲赶上了很好的时机。从1951年起，意大利时装开始闻名于国际时装舞台。这时第一个大规模的国际性时装秀在佛罗伦萨拉开了帷幕。尽管高级女装还未能完全吸引人们的注意力，但意大利时装却以其便于穿着而备受赞誉。优雅的便装迎合了战后富有阶层顾客的品位，尤其受到美国人称赞。到20世纪60年代中期，意大利高级成衣

的样式已经受到全世界的广泛赞誉，它将美国休闲装的传统与意大利的天然、质朴结合得天衣无缝。

70年代早期，米兰因其毗邻意大利纺织生产与成衣制造地区，占据着有利的地理优势而使它成为意大利服装大都会。1972年范思哲来到米兰为Amaido Grombelli设计成衣，这个牌子在意大利服装行业里可谓家喻户晓。范思哲自己还领导着Callaghan, Genng和Complice公司。这次前往米兰，范思哲遭到父亲的反对，这个矛盾直到1989年才得到解决。

70年代晚期，在米兰市及周围居住着相当数量的现在非常著名的设计师，其中包括Krizia, Armani, Ferre，在MaxMara的麾下，有大批的成衣生产厂。由他们的共同努力，使米兰成为意大利的时装之都，提升了意大利国际时装的声望。

意大利时装业扩大市场的办法之一，就是促使时装设计师（成衣生产厂商）与纺织同行形成互助的关系。范思哲喜欢与原料加工厂进行封闭式的联合，其中包括丝织品公司Rattispa，其产品印有Aersace字样的商标。这个队伍逐步发展，最终形成由成衣制造厂联合起来的坚不可摧的联盟。例如，Ermenegildo Zegna公司正在为范思哲男装品牌进行生产。

1978年范思哲推出了他自己的**女装品牌**，并且开办了第一家专卖店，接着于**1979**年举办了第一个**男装**发布会，在美国第一次**发布**了面向世界的服装发布会。高级成衣杂志 **Harper's Bazaar** 中的一条广告语写道：“乔万尼·范思哲与米兰，此时此地一个十足的奢侈品。”经过四年的全心投入，范思哲以其女装品牌的展示，赢得了“米兰人的金眼睛”奖。

除了范思哲与其父之间的不和，范氏家族以他们意大利人独特的方式，齐心协力摆脱困境。妹妹多娜泰拉与哥哥桑托虽然对待问题的方式不同，但毋庸置疑，他们对品牌的成功起到了决定性的作用。在这个团体中，桑托是惟一一位未被赞颂过的英雄。他以其精明对公司的财政事务的管理才能而被人们所敬仰。引用Sergio Galeotti (Giorgio Armani公司经理兼合伙人) 1977年6月发表于The New York杂志评价桑托的话：“是桑托为范氏家族建立了坚实的基础，使得他们得以发展得如此之快。他找到了一个投资商……他们做得最聪明的一件事，是在房地产升值之前在米兰市中心进行投资……一个精彩的财政战略。”

1978年范思哲的母亲去世了，多娜泰拉接替母亲成为对哥哥的创造性影响最大的人。从1993年开始她做了Versace和Istante品牌的设计师。范思哲的情人Antonio d'Amico与他协力运作Versace运动品牌和Istante品牌。

在大肆宣传Versace品牌的过程中，人们很容易就忽略了他设计中所显示出的高超的技艺。画效果图并不是范思哲的强项。他将粗略设计草图布置给下一级的设计师，由他们将其修改成裁缝能依照的样子，然后在人体模特上用别针别住布片进行构架。范思哲以他极强的创造力，不断大胆地尝试各种材料。例如，20世纪80年代他在光灿灿的丝绸上缝饰黑色天鹅绒、羽毛和灰色法兰绒；90年代开始在黑色的羽毛上绣上珠子，在看似娴静的米色羊毛裙上拼接人造纤维面料。

理查·玛汀(Richard Martin)在他的传记中说道，范思哲的服装技艺灵感来自二战期间著名的法国高级女装工艺，例如麦德林·维奥奈特(Madeleine Vionnet)和格里夫人(Madame Gres)两位设计师的作品。很显然，范思哲从他们的设计中学到了很多东西。像许多和他同时代的意大利服装设计师一样，范思哲非常熟悉裁剪，这是早年从他母亲那里学到的。没有人怀疑他对剪裁技术的理解，他的衣服裁剪精致，这儿有一点填充，那儿有一个精确的省、变细的腰、加长的腿、隆起的胸部，所有穿过他设计的衣服的人可以作证。不只因为他吸引人的设计，更因为他找到了一条能够抓住、迎合名人的道路。