

法国看时尚·时尚看法国

时尚映像

——速写顶级时装大师

[法] 弗里德里克·莫里 著

治棋 骆巧凤 译



中国纺织出版社

法国看时尚·时尚看法国

时尚映像

速写顶级时装大师

[法] 弗里德里克·莫里 著
治棋 骆巧凤 译



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书记录了从20世纪60年代到21世纪初,欧美时装设计圈内最具代表性的人物,比如60年代的爱尔·卡丹,70年代的三宅一生,80年代的吉ानी·范思哲,90年代的薇薇安·威斯特伍德……作者作为法国时尚周刊的主编,经常奔波于时装秀场,与这些顶级名师们零距离接触,以记录性的文字写下了这些品牌故事和这些设计师们的人格魅力,并配以珍贵的大师手稿,呈现出了近半世纪以来欧美时尚发展概貌。无论是作为学习或者收藏,对于每一位热爱时尚或是立志从事时装设计的人士来讲,无疑都是上乘之选。

原文书名 Bloc-mode

原作者名 Frédérique Mory

©La Martinière Groupe, 2008

本书中文简体版经 La Martinière Groupe 授权,由中国纺织出版社独家出版发行。本书内容未经出版者书面许可,不得以任何方式或任何手段复制、转载或刊登。

This copy can only be distributed and sold in PR China, no right in Hong Kong, Taiwan and Macau.

著作权合同登记号:图字:01-2009-5431

图书在版编目(CIP)数据

时尚映像:速写顶级时装大师/(法)莫里著;治棋,骆巧凤译.—北京:中国纺织出版社,2010.3

(法国看时尚·时尚看法国)

ISBN 978-7-5064-6085-9

I. ①时… II. ①莫…②治…③骆… III. ①服装-设计-艺术家-生平事迹-世界 IV. ①K815.72

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第211732号

策划编辑:刘磊 来佳音 责任编辑:魏萌 李沁沁 版权编辑:徐屹然
责任校对:王花妮 责任设计:何建 责任印制:周文雁

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

http://www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京画中华印刷有限公司印装 各地新华书店经销

2010年3月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:15.5

字数:129千字 印数:1—6000 定价:68.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

post postscript
gratitude et amitié



CL
14.2.07

法国看时尚·时尚看法国

时尚映像

——速写顶级时装大师

[法] 弗里德里克·莫里 著
治棋 骆巧凤 译



中国纺织出版社



marcel marongiu marcel
marongiu

OLIVIER LAPIDUS



... Je te prie
de ma collection
pour vous dire
Grand merci,
1. 5. 2000. 14

31. rue



GASPARD YURKIEVICH
URBAN GANOUR
4/4 00-01
PERFECTO EN
VIZUESE
GOUVEUR VIEUX
ROSE

Françoise,
Joyeux Noël
et bon 2000.

Marcel Marongiu



Christian Dior



目录

前言

1960 年代：青春萌动，潮起潮落 / 10

1970 年代：放浪形骸，奔向自由 / 42

1980 年代：注重当下，我行我素 / 94

法国服装设计师：手法老到，风格考究

日本服装设计师：简约质朴，张弛有度

比利时服装设计师：至纯至简，率性而为

意大利服装设计师：设计先导，名利双收

1990 年代：新人辈出，奢简轮动 / 158

美国时尚：异军突起，避虚就实

英国服装设计师：个性张扬，特立独行

2000 年代：奢华复兴，多元并进 / 210

建筑风格服装设计师：图形并举，结构至上

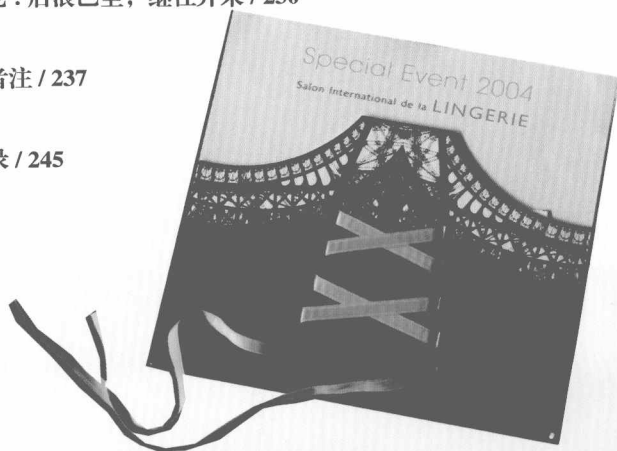
艺术风格服装设计师：他山之石，可以攻玉

怀旧时尚：新不如旧，古为今用

结论：后浪已至，继往开来 / 230

译者注 / 237

附录 / 245





每一个文明时期都有其对世界的看法，
那是由艺术家们形成的。

——安德烈·马尔罗
(André Malraux)

“您长得像奥黛丽·赫本^①吗？”

20世纪60年代前夕，阿尔及利亚首都阿尔及尔，我的家乡。一家日报刚刚用上面这个勾人的题目推出了一项比赛，对象是那些梦想当明星、演电影、做杂志模特的年轻人：向后梳拢起剪短的头发，睁大几缕发丝后目光飘忽不定的眼睛，我勇敢地接受了这项挑战。可我的改头换面并没有取得期望的效果，我白白牺牲了我的长发！一转眼就成了“时尚的牺牲品”！

第一次与媒体的接触似乎注定了我以后的命运，因为我最终当上了记者——负责文字、电台和电视新闻——后来更做到了《费加罗夫人》^②的主编。我始终兼做文字工作，我承认，这不仅是我的最爱，也是我在周刊做“时尚编辑”时的老本行。我每年要到现场观摩近三百场成衣发布会（巴黎、米兰和纽约的），还不算高级定制时装秀和为数不多的男装秀。凭借从发布会和秀场中获得的感受，我和我的同事们一起敲定下半年中报纸时装照上的流行趋势主题。恰恰相反的是我们这些仅仅通过写字来评说时尚的男男女女很少会去将时尚诉诸图像（这项功能属于那些“照片设计师”）。

因此，从20世纪60年代末期到21世纪初，无论报道还是采访，无论摄影大会还是时装秀场，我都会与高级时



Thierry Mugler

装设计师、服装设计师以及成衣设计师们零距离接触。这些时装艺术家们缔造着也破坏着各种时装，引诱并欺骗着时尚潮流，超越并表现着我们这个社会的沧桑巨变，如伦理道德的自由化以及音乐、绘画、摄影、电影、文学领域的推陈出新。每一个男人和女人都会设想出全新款式的、犹如其第二层皮肤般的服装，以此来表现他（她）所处的时代，奇装异服者有之、温文尔雅者有之、荒诞不经者有之、干艮生硬者有之、讲求搭配者有之、活泼好动者有之，每套服装都反映着一种对应的人格属性。

我接触过为数众多的服装设计师，有男有女，个个特立独行，他们那种文化渗透力甚至达到了令你的想象力如虎添翼的地步，与他们的交往让我的生活激情洋溢。在近三十年的时间里，我积累了大量他们或她们出于友情馈赠给我的设计速写图，从而形成了我迄今为止无人能及的一套珍贵藏品，当然也有一些是为使本书图文并茂而专门绘制的。徜徉在我似水流淌的记忆长河中——我只保留最美好的记忆！徘徊在我与这些高级时装设计师们的亲密接触中，流连在他们灵感泉涌时一挥而就的设计画稿中，这本小册子从刚刚逝去的时尚历史中唤醒了几段动人魂魄的巅峰时刻。



Pardessus shetland
col et poignets
velours côtelé.

guy paulin hiver 87/88
simplicissime

ce qui

étonne

aujourd'

hui

1960年代

青春萌动，潮起潮落





ne sur

prendra

plus

青春时尚成为一种产业

demain

Louis Ferzud Hiver 90.

1960 年代

如果说，20 世纪 50 年代是以收放有度、张弛有节的时尚为主要特征，那么 20 世纪 60 年代则在其名下汇集了种类繁多的各种潮流。女性杂志首先感觉到了新兴客户群体的出现，并随即转而关注起这个群体的品位与追求。于是，各杂志开始发布最新的流行趋势，模特们开始变换传统的步履身姿，照片内容也开始推出更加律动的形体仪态。女人的形象开始转变，越来越受到电影、音乐以及某些艺术思潮的影响。

我在 1962 年注意到皮尔·卡丹 (Pierre Cardin)^① 首创了高级定制时装，还注意到雅克琳娜 (Jacqueline)^② 和艾利·雅各布松 (Elie Jacobson)^③ 在塞弗尔街道——离他们原来的多萝泰 (Dorothée) 专卖店隔几个号码的地方新开了名为多萝泰·比斯 (Dorothée Bis) 的专卖店。雅克琳娜推出了贴身毛衣，在她设计的用本色粗棉或粗毛纱线手工织成的毛衣上，还点缀着风景或者几何图案，她推出的短裤总是搭配着长长的羊毛开衫和巨大的披巾。在夫妇二人的经营下，多萝泰·比斯专卖店逐渐演变成一个屋内搭满脚手架和脚手架管

子，上面包裹着红丝绒装饰面料并挂满各式样衣的具有神秘风格的品牌店。

在这一时期，我们还发现了尚未以索尼娅·丽基埃尔 (Sonia Rykiel)^④ 名动天下的劳拉 (Laura)^⑤ 牌针织小套衫。电影《狂沙十万里》^⑥ 让主人公身上的防尘长大衣一夜之间“穿遍”大街小巷，从此皮衣便成了人们的日常着装。爱娃·皮科沃斯基 (Eva Pikowski)^⑦ 在圣-安德烈-岱-阿尔街道开设了古都尔 (Gudule) 专卖店，那是她在诺依市^⑧ 开第一家爱娃专卖店之后，顺理成章的后续成果，她的设计作品都在她的爱娃店里推出。

1963 年，人们经历了“耶耶^⑨ 时尚”的大爆发！我在德罗特高尔夫俱乐部发现了克罗德·弗朗索瓦^⑩，他最初的几首歌曲一经推出，克罗德立刻声名鹊起，就像上果岭之前的高尔夫球在前两三杆的挥动下喷射而起一样，这正是《你好哥们儿》^⑪ 空前盛行的那个时代。同年 6 月 23 日，《你好哥们儿》杂志创刊一周年纪念活动聚集了为数达 15 万之众的年轻人，他们蜂拥到巴黎的民族广场 (place de la Nations) 参加强尼·哈里代、西尔维·瓦尔坦和迪克·里弗尔的演唱会。在这场著名的演唱会上，西尔维身上穿的连衣裙就出自瑞欧 (Réal)^⑫ 设计，这家公司的领导者是两位女性，阿尔莱特·娜斯塔 (Arlette Nastat)^⑬ 和瓦杰尔夫人 (Madame Vager)。很快，

西尔维开始求助于更多的舞台装设计师(如鲍伯·马基 [Bob Mackie]、米歇尔·弗莱斯奈 [Michel Fresnay]、米娜·维尔杰丝 [Mine Vergès]), 随后, 干脆推出了自己的品牌——西尔维专卖店, 就开在维克多-雨果大街 115 号。陪在她身旁的是她的两位挚友梅塞德斯·卡尔梅尔 (Mercedes Calmel) 和吕丝·迪茹 (Luce Dijoux)。随后又有两位才华横溢的服装设计师前来加盟, 她们是克里斯蒂娜·百丽 (Christiane Bailly)^④和艾曼纽尔·卡恩 (Emmanuelle Khanh)^⑤。该品牌锁定的客户群介于 15 ~ 25 岁之间, 在她们随产品配发的“官方公报”上, 连衣裙的标价大约 150 法郎, 也就是现在一件中档成衣的价格。

到这一时期, 一直由生活稳定的成熟女性所主导的穿衣时尚开始转由那些十几岁的半大孩子们主宰了, 他们还就此推出了一种风格——他们的风格。他们和她们在这个时代中狂热地消费、狂热地享受生活。让他们像父母那样穿衣, 门儿都没有!

父母们试图跟风, 但年届四十再去穿那些低腰、瘦腿、后面比前面长、前面还开着口子的裤子, 未免太勉为其难。这个要是不爱穿, 那剩下的就只有迷你裙了, 问题是从 1966 年开始, 它的长度就只到大腿中部了!

在伦敦, 伴随着甲壳虫乐队^⑥和滚石乐队^⑦的节奏, “青春期文化”^⑧目睹



了玛丽·匡特 (Mary Quant)^⑨个性化设计的崛起, 她甚至还与安德烈·库雷热 (André Courrèges)^⑩争起了第一条迷你裙的发明专利。在我看来, 库雷热从 1963 年就开始把裙子裁短了, 而玛丽·匡特只是跟着起哄。

1966 年的春夏之季是令人愉悦的, 伴着赏心悦目的色彩, 库雷热的风格 (长筒靴配超短裙) 让那些按他的设计着装的女性们年轻了十岁。弗朗索丝·哈迪不是一身帕科·拉巴纳 (Paco Rabanne)^⑪, 就是身着尼娜·里奇 (Nina Ricci)^⑫出现在 *Elle* 杂志^⑬的头版上, 迷你裙成为年轻女孩的统一制服。只有少数发育迟缓或者酷爱裤装的少女例外。

1967 年的明星裙装均系真皮风格, 状如祭披, 前襟带拉链。在 *Elle* 杂志上一炮走红后, 这款时装一下卖出了几千件。这款连衣裙也给我带来了好运, 我就是穿着它与《晚上好》(*Bonne Soirée*) 签订的合同, 这是一本发行量超过百万份的周刊, 老板是杜布伊兄弟, 他们出版的连环漫画可谓家喻户晓。他们给我的任务就是创办一份面向年轻人的微型报纸, 报纸的名字叫做《小姐通行证》(*B.S. Mademoiselle*)。在这份报纸上, 就像在中学校园和大部分企业里一样, 穿裤子是被绝对禁止的——直到 1968 年的 5 月。

那些“耶耶”们——弗朗索丝·哈迪、弗朗士·嘉儿、西尔维·瓦尔坦都曾在让-达尼埃尔·洛里厄^⑭位于安贝尔街道的工作室里拍过照片。为

她们拍过照片的还有帕特里克·贝特朗 (Patrick Bertrand)，他不仅把她们的照片统统做成便于携带的小盒光盘，还在为她们做报道时一个劲地穷追不舍。雅克·杜特隆克^②以一袭“花花公子”式的紧窄丝绒上衣为《小姐通行证》报揭示了当时的男装时尚：“职业花花公子们的服装通常是由卡丹设计的，鞋子则是由佳威乐 (Carvil)^③设计的。”斯通 (Stone) 与艾里克·夏尔顿 (Éric Charden)^④则掀开了中性时尚的新篇章。

我挑选了一位年轻的“封面女郎”（当时还不兴叫“超模”），以她生动迷人的面庞制作了几张美丽的照片，她就是尼科尔·兰伯特^⑤，后来的《三宝贝》^⑥之母。

女人的形象总是随其自身的变化而变化。崔姬 (Twiggy)，20 世纪 60 年代新时尚的标志性模特，以其超短的头发和不辨男女的形体跻身于明星之列。1967 年，也是弗朗索丝·莎萨尼亚克 (Francoise Chassagnac) 以开在巴黎胜利广场 (place des Victoires) 的“胜利”专卖店而声名大噪的一年。后来，这位善于发现设计人才的女伯乐跑遍欧洲各国首都的展览会和展示室，让多名服装设计师有幸在她的专卖店里举行了其平生第一次作品发布会，他们是安祖鲁·特拉兹 (Angelo Tarlazzi)^⑦蒂埃里·米勒 (Thierry Mugler)^⑧、克劳德·蒙塔纳 (Claude Montana)^⑨、让-保罗·戈

尔捷 (Jean-Paul Gaultier)^⑩、帕特里克·凯里 (Patrick Kelly)^⑪、斯特凡·杨森 (Stephan Janson)^⑫、还有罗密欧·吉利 (Romeo Gigli)^⑬，他的获奖经历令人印象深刻。

年轻人的时尚就是创新者的时尚，如今它已经成为了一种产业。有两位举足轻重的人物以其优质设计和低廉价格的成衣震动了所谓产业化的成衣界，他们的服装深为“婴儿潮”^⑭一代所喜闻乐见。让·布斯凯 (Jean Bousquet)^⑮卖出了 200 万件浅底花绸的女式衬衣。这位企业首脑很懂得与建筑设计大师们（杰拉尔·格兰德瓦尔 [Gérard Grandval]、让-米歇尔·魏尔穆特 [Jean-Michel Wilmotte]、诺曼·福斯特 [Norman Foster]、安德烈·普特曼 [Andrée Putman] 和服装设计大师（他的弟妹科琳娜·萨鲁 [Corinne Sarrut]、阿涅斯·B [Agnès B]、科琳娜·科普森 [Corinne Cobson]、阿兹丁·阿莱雅 [Azzedine Alaïa] 以及其他等人等）打成一片，以共同打造他的作品发布会、创建他的产品专卖店并通过与萨拉·沐恩 (Sarah Moon)^⑯携手而以浪漫情调的视觉艺术推广其品牌形象。

丹尼尔·埃切特 (Daniel Hechter)^⑰，另外一位成衣巨星，率先从运动服装与工装中汲取灵感，推出了男女同样适用的、既舒适怡人又五彩缤纷的新时尚。“时尚是街头创造的，”他在一场极受欢

Givenchy