



时尚制造者

FASHION MAKERS

时尚引领者

FASHION SHAPERS

时尚名人揭示时尚的灵感和奥秘

[英] 安妮·塞琳·婕格 著
祝 纯 张琼丹 译

中国摄影出版社

FASHION MAKERS FASHION SHAPERS
时尚制造者 时尚引领者

中国摄影出版社
China Photographic Publishing House



时尚名人揭示时尚的灵感和奥秘
265张彩色图片

时尚制造者 时尚引领者

[英]安妮·塞琳·婕格 著
祝纯 张琼丹 译



图书在版编目(CIP)数据

时尚制造者 时尚引领者 / (英) 婕格
(Jaeger, A. C.) 著 ; 祝纯, 王琼丹译. — 北京 : 中国
摄影出版社, 2011. 11
ISBN 978-7-80236-645-9

I. ①时… II. ①婕… ②祝… ③王… III. ①生活—
知识 IV. ①TS976.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第222510号

北京市版权局著作权合同登记章图字: 01-2011-4170

Published by arrangement with Thames and Hudson Ltd, London
©2007 and 2010 Anne-Celine Jaeger
This edition first published in China in 2011
by China Photographic Publishing House, Beijing
Chinese translation © China Photographic Publishing House

书 名: 时尚制造者 时尚引领者
作 者: [英] 安妮·塞琳·婕格
译 者: 祝 纯 张琼丹
策划出版: 赵迎新
责任编辑: 杨小华
设 计: 王 彪
出 版: 中国摄影出版社
地 址: 北京市东城区东四十二条18号
邮 编: 100007
发 行 部: 010-65106125 / 65280977
网 址: www.cppphbook.com
邮 箱: art@cppphbook.com
印 刷: 北京利丰雅高长城印刷有限公司
开 本: 135mm×178mm (8×109.2mm)
印 张: 17
字 数: 250千字
版 次: 2012年1月第1版
印 次: 2012年1月第1次印刷
I S B N : 978-7-80236-645-9
定 价: 128.00元

版权所有 侵权必究

试读结束: 需要全本请在线购买: www.ertongbook.com



目录

序言 6

第一部分：时尚制造者

成衣

卢埃拉·巴特里 14

保罗·史密斯 26

安吉拉·米索尼 38

德赖斯·范诺顿 48

现代品牌

艾克妮·强尼·约翰逊 56

A.P.C.: 简·图伊图 68

零售品牌

AA 美国服装公司: 小托里·卢维兹 82

H&M: 玛格丽塔·范登博施 92

优衣库: 幸弘胜田 102

运动服饰和休闲服饰

万斯: 史蒂夫·范多伦 110

法国鳄鱼: 克里斯托夫·勒梅尔 120

C.P.Company 和斯通·爱兰德:

卡罗·里韦蒂 132

新一代服饰

Folk: 卡索·麦克阿蒂尔 146

无边: 张达 156

罗达特: 凯特和劳拉·穆勒威 166

第二部分：时尚引领者

创作、造型、模特

178 亚历山德列·德·伯塔克

190 凯蒂·英格兰

204 简·莱普利

214 可可·罗卡

图像、媒体、销售

222 Fourmarketing: 基诺·达普拉托

232 L' eclaireur: 阿曼德·哈迪达

240 WGSN: 卡特里奥娜·麦克那伯

248 紫色 (Purple) 公关公司:

卡洛琳·林奇、基廉·麦克维、

南希·欧克雷

258 英国版《Vogue》: 亚历珊德拉·舒

附录

270 参考文献

270 图片出处

271 鸣谢



时尚名人揭示时尚精髓

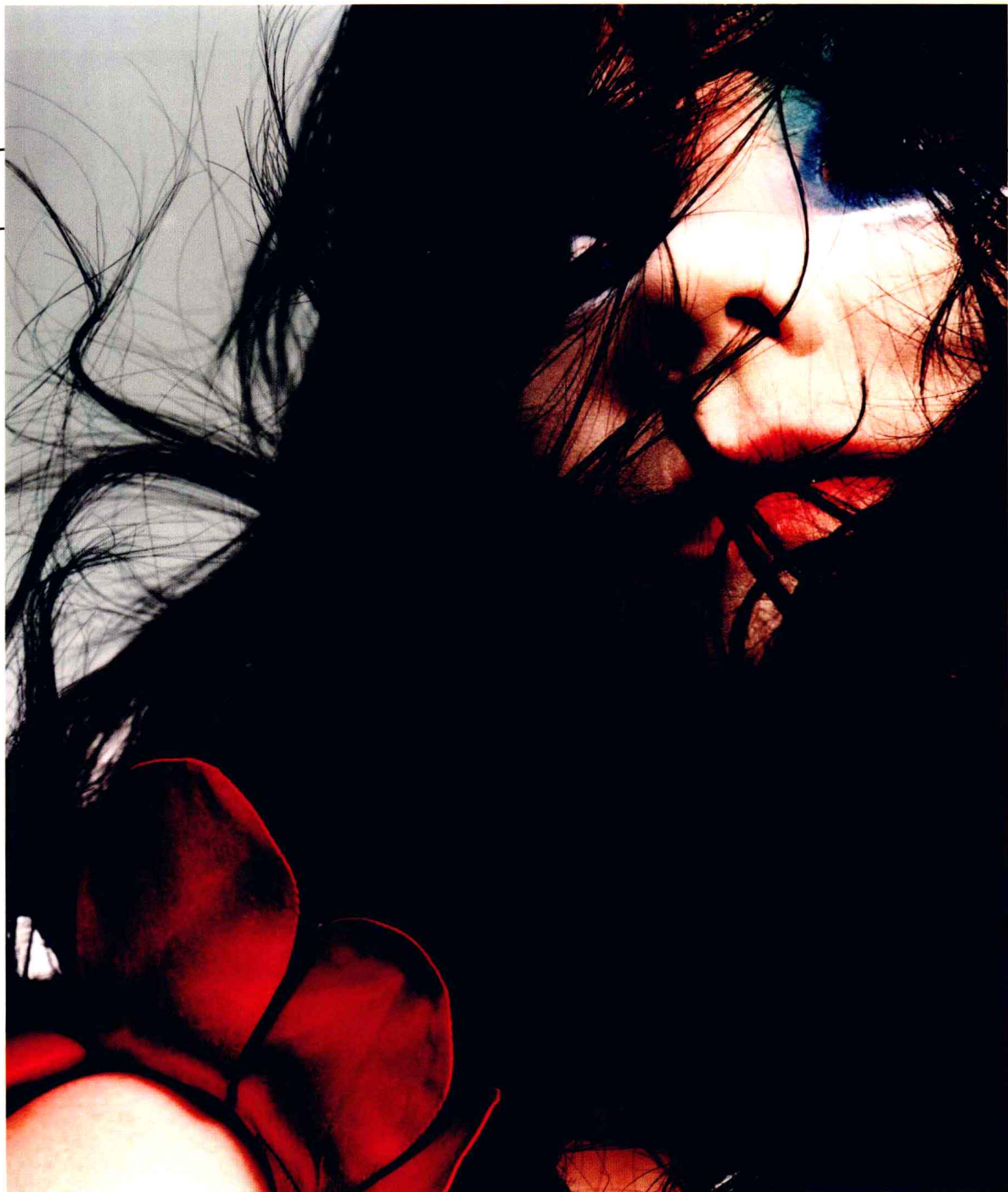
“我不是一个哲人，但在在我看来，不管是女人还是男人，天生就有着一种展示自我的渴望。”——**克里斯汀·迪奥，1957**

远在时尚杂志、T台秀和夏季促销出现之前，古罗马哲人塞内加就说过：“我们不为理智而活，却因风尚而生。”尽管他当时可能只穿着一件托加袍（译注：古罗马男子通常所穿的宽松长袍），但不得不承认，此话言之有理。

印象中，关于时尚最早的记忆，是在1月的一个寒冷的早上，我穿着一身惊艳的橙色灯芯绒套装去上学。鹅毛般的雪花扑面而来，我这件厚重的夹克外套却扔在了家里。当时的我渴望被关注，渴望这身橙色套装能为我带来更高的回头率，那时的理智早已被我抛到九霄云外。相反，向世人展示我的时尚品味才是我的用意。由于北极圈内气温严寒，虽然穿了套装，

但还是像穿着“皇帝的新装”一样。当然，受人关注的代价是，那晚回到家时我已经烧得糊里糊涂了。但也说明，年仅10岁的我就已懂得“人靠衣装，佛靠金装”的道理了。

古罗马之前，崇尚个人特色和风格的现象就已初露端倪。甚至在远古时期，衣物还仅仅只是兽皮树叶之时，原始人就已懂得用骨头和羽毛来装扮自己，从而将自己同部落的其他成员区别开来。时至今日，我们不必再为追求时髦而硬从鸟类身上拔羽毛。现在随便走进一家商店，花点钱就能让自己与众不同。但我们应该如何根据时尚变化的趋势来进行挑选？关键的问题是，那些时装设计



上图：凯蒂·英格兰为冰岛著名女歌手比约克做的《炫目的与迷茫的》(Dazed & Confused)杂志封面造型，2000年5月，由大卫·西姆斯(David Sims)拍摄。

师们又是怎样产生那些新的服装概念和创意，以此吸引我们去购买他们的设计的时装，一季一季乐此不疲？

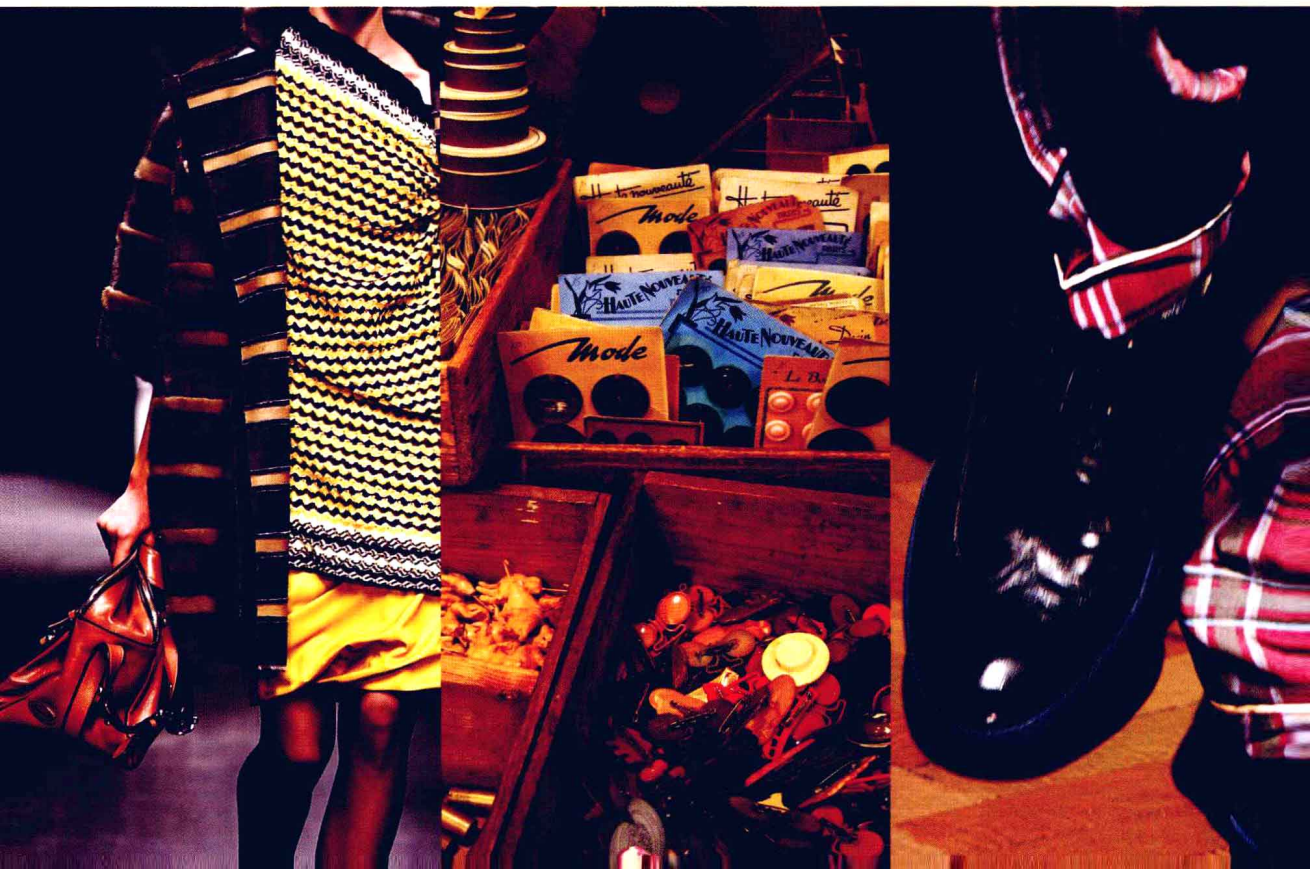
《时尚制造者 时尚引领者》是第一本全面分析时尚行业的书。它将带您一起深入分析世界顶尖时装设计师们在时尚行业的发展道路，为您揭开时尚背后的神秘面纱，以及世界著名品牌——包括职业装、时装、休闲服和品牌专卖店，幕后那些不为人知的艰难事件。

本书通过采访问答的方式，以及精心挑选的 265 张精美图片再现了著名设计师们的工作状态，揭开了他们是如何成功地从一个概念创

造出系列服装，并建立其品牌的过程。在翻阅本书的过程中，你将会了解为什么手工工艺对德赖斯·范诺顿 (Dries Van Noten) 来说至关重要；保罗·史密斯 (Paul Smith) 1970 年在诺丁汉开设第一家店铺之后，如何逐步摸索到了时尚行业的金科玉律；而 A.P.C. 品牌的创始人简·图伊图 (Jean Touitou) 为什么不肯为那些“贱女孩”设计包……

如果想要获得成功，时装设计师们似乎要把握好时尚界的各种平衡，那就是既要是特立独行，但又不能孤立无援。当简·图伊图的 A.P.C. 品牌刚起步时，零售经销商乔瑟夫就曾这么对他说过：“简，我超爱你，但如果你设计的时装只是这样的话，恐怕很难在这个圈子混下去。因为它们看上去就像是消防员的制服，而不像时装。”有些意大利的买家甚至在看过他设计的时装之后惊呼：“这不像是外套啊！”

从左至右：米索尼,2008-2009 秋冬系列；WGSN（英国一家提供网上在线时尚预测及潮流分析网站）所采用的创意图片素材；德赖斯·范诺顿 2008-2009 男装秋冬系列；斯通·爱兰德 2008-2009 秋冬系列；保罗·史密斯店面局部实景；德赖斯·范诺顿 2008-2009 女装秋冬系列。



你就不能再多用几种颜色来进行搭配？”对此，简·图伊图的回答是：“灰色、白色和藏青色本身就是三种不同的颜色。”在当时，图伊图那前卫的审美还并不为大众所接纳。时过境迁，在今天，单是模仿图伊图的设计风格的品牌的产品，都已经成为了以百万英镑的利润来计算的产业，并在全世界范围内销售。

无独有偶，卢埃拉·巴特里（Luella Bartley）的设计时装也是不走寻常路，而且风格比较大胆。她坚称：“如果你太在意别人对你作品的评价，你就没法设计出新颖和令人振奋的作品。”而另一位对自我风格持坚信不疑的是斯通·爱兰德以及 C.P.Company 品牌的拥有者卡罗·李维迪（Carlo Rivetti）说：“有很多设计师都自称他们的灵感源自于街头，但我认为，如果真是那样的话，就已经太迟了。”然而，你的设计也不能处在时尚的真空区中。中

央圣马汀艺术设计学院的校长简·莱普利女士认为新鲜感是非常重要的，她说：“如果你的作品只是模仿现成的或是将别人的特色拼凑起来，那就没有任何意义。但它也不能是一场革命。如果你的设计理念太落后，没人会喜欢或认同你的作品，要想在时尚界具有自己的特色的确不容易。”

但是，无论你的设计如何特别，无法被模仿，想要就此树立起你的品牌，还需要很多其他的要素。在本书的后半部分“时尚引领者”中，我们采访了大量的时尚杂志的编辑、造型师、买手、公关和时尚潮人，希望了解他们在为 T 台走秀、专刊特辑以及店铺铺货挑选服装时最看重的元素都是些什么。作为英国版《Vogue》杂志总编，亚历珊德拉·舒曼将怎样为下一期专刊挑选设计师？享誉全球的公关公司——紫色（Purple）公关是如何保证他们所代理的品牌



能获得最高的媒体曝光率？而WGSN的总监，卡特里奥娜·麦克那伯又是怎样确定哪个颜色会在下一季大红大紫呢？

著名造型师凯蒂·英格兰认为：要成为一名服装设计师，并不是自以为懂得时尚就够了。她说：“有些孩子总是把想进入时尚行业的愿望挂在嘴边，似乎这是一件再容易不过的事——他们以为自己对时尚很了解、很熟悉，被时尚所包围着，而且自己很时尚、很前卫。可实际上，如果你真的想进入时尚这个领域，把时尚当成你为之奋斗的职业，则必须对时尚有着更深层面的理解和认识。在获得万众瞩目的光鲜生活和挣到钱之前，还有很长很艰辛的路要走。你不仅仅拥有热情就够了，你还需要为之痴迷，全身心投入，同时保持活跃的思维，不断地推陈出新。”

简·莱普利女士对那些挤破了头才进入中

央圣马汀艺术设计学院的学生们热切渴望在时尚界获得成功的心情再熟悉不过了。她说：“在我们的在校学生中，有很多都希望自己能够成为时尚潮流最前端的先锋艺术家、设计师。因此，我们需要花很多的时间向他们解释，他们那样的想法是不可能的，或者说，要实现那个愿望远比他们想象的要艰难得多。”

Folk的设计师卡索·麦克阿蒂尔（Cathal McAteer）认为：具有创意的设计和拥有自己的品牌是设计师职业生涯中最容易的部分。在他看来，设计师的真正挑战，是如何融合那些潮流和创新、管理好生意、推出新款、有耐心并能很好地控制预算。用他的话来说，就是“所有那些无聊透顶的生意经”。

虽然经常被大家所忽略，但不得不说，时尚本身其实就是一种商业行为。在本书中，许多设计师们都着重谈到了在时尚界浪漫的



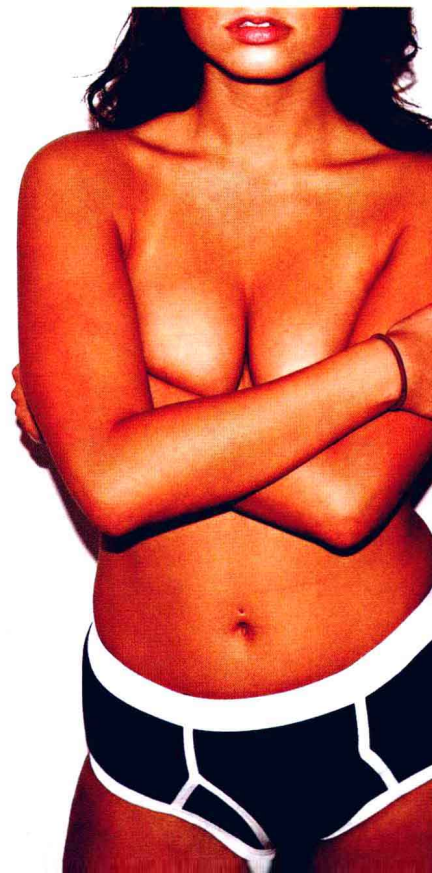
表象下，真正重要的务实的那一面。法国鳄鱼 (Lacoste) 的克里斯托夫·勒梅尔 (Christophe Lemaire) 认为：作为一个设计师，你当然可以忠于你自己的创意，但如果你设计的作品无法触动大众的话，就很难成就一个品牌。保罗总结：拥有自己的独到的创意是很重要的。他说：“没有人需要再多一个作家、建筑师或是设计师，我们已经有很多了。但如果你设计的作品有自己的特色和独到之处，你就可能有一丝机会脱颖而出。”

以上这些就是我们这本《时尚制造者 时尚引领者》的切入点。通过与世界时尚品牌设计师们的深度访谈，了解他们独到的成功秘诀，并让它们为你们指引道路。书中你将读到的内容包括：为什么只有独立品牌才能保证创意自由？时尚潮流是如何诞生的？风格是否是与生俱来的？为什么一夜之间全国上下都开始流行

哈伦裤？中国的崛起对于时尚界意味着什么？为什么使用铅笔会提高你观察这个世界的能力和创造力，而配饰又是怎样成为一个品牌的转折点并起着至关重要的作用的？而对于时尚制造者和塑造者们来说，最不可或缺的究竟是设计技巧、服装制作，还是保持其设计风格的一致性？打造一个成功品牌需要些什么？

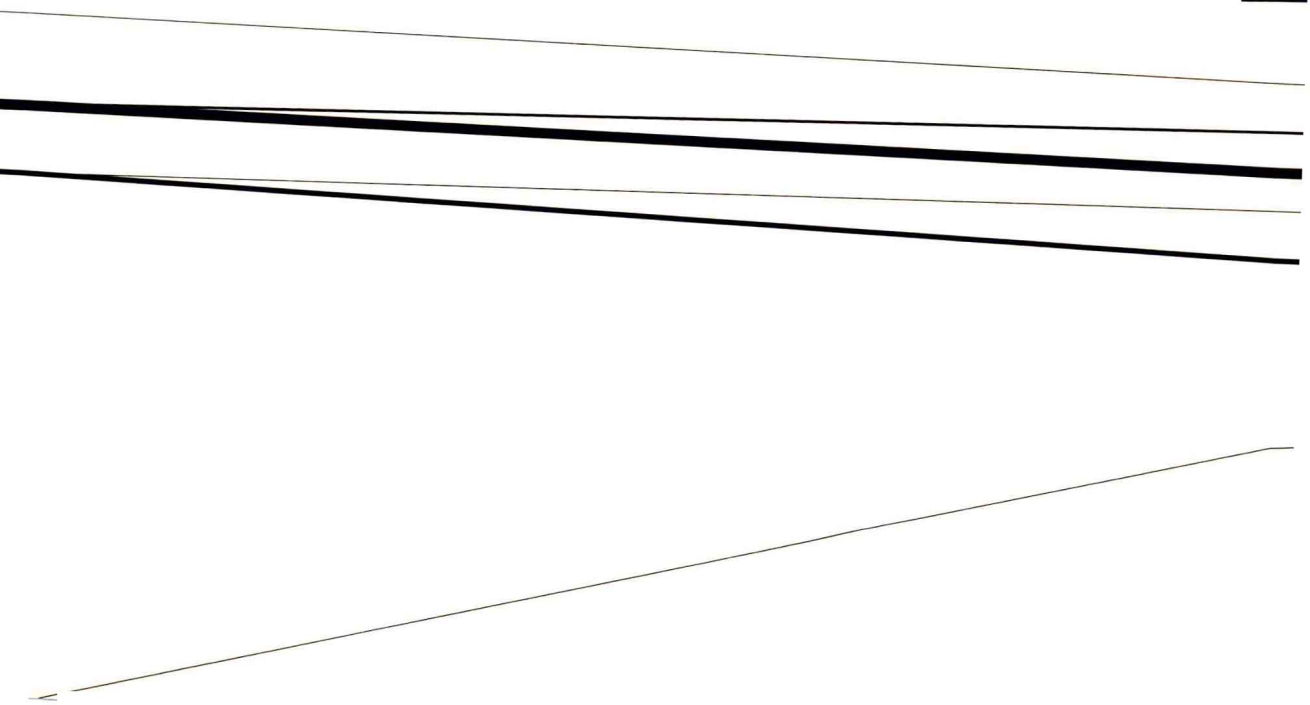
对我个人而言，我现在终于明白了 AA 美国服饰 (American Apparel) 的底裤、哈伦裤，以及 Folk 羊毛衫是怎样从无到有的。更重要的是，在写这本书时，我为什么也一直穿着它们。

从左至右：艾克妮原创牛仔；Folk 羊毛衫，2008-2009 秋冬款；卢埃拉 (Luella) 2006 春夏设计发布会的一款连衣裙；吉赛尔 (Gisele)，一款亚历山德列·德·伯塔克的霓虹灯设计；AA 美国服饰经典款底裤；保罗·史密斯设计的沙发椅。



FASHION

时尚界



MAKERS

制造者

第一部分

成衣

现代品牌

零售品牌

运动服饰

休闲服饰

新一代服饰

Luella

卢埃拉·巴特里

卢埃拉·巴特里 (Luella Bartley) 曾就读于中央圣马汀艺术设计学院时尚交流与促进专业。二年级时，她因为获得了伦敦《晚装标准》(Evening Standard) 杂志的编辑工作而离开了学校。在同时为《晚装标准》杂志和英国版《Vogue》杂志从事编辑工作的数年之后，她决心以她自己名字命名创立自己的商标品牌。当年她自称：“在朋友的公寓中胡乱拼凑的”第一个系列一直没有发布。但名为“老爸，我想要一匹小马驹”第三系列服装大获成功，好评如潮。这之后 10 年，她那具有英伦精髓的，设计风格独具匠心的品牌服装远销世界 120 多个国家，在 50 余个连锁卖场出售，而且深受克洛伊·瑟维尼 (Chloë Sevigny)、卡梅伦·迪亚兹 (Cameron Diaz) 和艾格尼兹·汀 (Agness Deyn) 等明星的追捧。

对页图：卢埃拉 2009 春夏系的灵感来源于“一位真正英淑女”的概念，但适当地融入了一些其他风格元素加以变化。



你开始是怎么对时尚萌生兴趣的？

我开窍比较晚，在我印象中接触时尚是从我母亲开始的。我母亲比较喜欢 20 世纪 70 年代嬉皮士风格的服装。因此对我来说，那种嬉皮士风格再普通不过了。我母亲对新鲜事物总是充满着好奇心，所以我们家里总是有许多各种时髦的、充满诗意的小饰品。受母亲的影响，我在童年时期就体现出了不同寻常的创造力。但当时我对英文非常感兴趣。后来我又慢慢地喜欢跟那些当地学校里学习艺术基础课的学生们混在一起，而且逐渐感觉到艺术好像要有趣的多，当我的老师注意到了我兴趣的变化时，就建议我去艺术学院尝试着学习一周，从此，我再也没有回到我原来的学校。艺术基础课程让我对时尚产生了兴趣，同时我对艺术中的文字部分更加着迷，后来喜欢上了时尚领域的新闻报道。



你在中央圣马汀艺术设计学院都学到了些什么呢？

我攻读的是时尚交流与促进专业的学士学位。但仅仅在第一年的学习中，我就学完了从设计到印刷的所有内容。

你为什么没有完成学业就离开了学校？

最让我感兴趣的是时尚印象的形成过程。那时我才刚刚接触时尚，并正式开始形成我自己的时尚观，中央圣马汀艺术设计学院让我感到压力很大。你知道，中央圣马汀艺术设计学院的很多学生，无论是吃饭、睡觉还是呼吸，都充满了时尚气息，而那时我才 18 岁，时尚对我来说还太早了。二年级时，我获得了《晚装标准》杂志的工作机会，并在那里工作了 4 年，之后又去了英国版的《Vogue》杂志担任编辑。

