

ONE HUNDRED YEARS
OF
MENSWEAR

1 0 0 年 男 装 时 代 风 尚 圣 典

世界男装100年

(英) 卡利·布莱克曼 / 编著
刁杰 / 译



ONE HUNDRED YEARS
OF
MENSWEAR

世界男装100年

律师声明

北京市邦信阳律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书中文简体字版由英国 LAURENCE KING 出版社授权中国青年出版社独家出版。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关严厉打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 65212870

<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社

010-59521012

E-mail: cyplaw@cypmedia.com

MSN: cyp_law@hotmail.com

Text © 2009 Cally Blackman

Translation © 2011 China Youth Press

This book was produced and published in 2009 by Laurence King Publishing Ltd.

版权登记号：01-2010-5672

图书在版编目(CIP)数据

世界男装 100 年 / (英) 布莱克曼编著; 刁杰译. — 北京: 中国青年出版社, 2011.1

ISBN 978-7-5006-9678-0

I. ①世… II. ①布… ②刁… III. ①男服—历史—世界—20世纪 IV. ①TS941.718-091

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 227884 号

短信防伪说明

本图书采用出版物短信防伪系统，读者购书后将封底标签上的涂层刮开，把密码（16 位数字）发送短信至 106695881280，即刻就能辨别所购图书真伪。移动、联通、小灵通发送短信以当地资费为准，接收短信免费。短信反盗版举报：编辑短信“JB，图书名称，出版社，购买地点”发送至 10669588128。客服电话：010-58582300。

世界男装 100 年

(英) 卡利·布莱克曼 / 编著

刁杰 / 译

出版发行：中国青年出版社

地址：北京市东四十二条 21 号

邮政编码：100708

电话：(010) 59521188 / 59521189

传真：(010) 59521111

企划：北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

责任编辑：郭光 唐丽丽 蔡苏凡

书籍设计：唐棣

印刷：北京瑞禾彩色印刷有限公司

开本：787 × 1092 1/16

印张：19.5

版次：2011 年 1 月北京第 1 版

印次：2011 年 1 月第 1 次印刷

书号：ISBN 978-7-5006-9678-0

定价：98.00 元

本书如有印装质量等问题，请与本社联系：

电话：(010) 59521188 / 59521189

读者来信：reader@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站：www.21books.com

“北京北大方正电子有限公司”授权本书使用如下方正字体：
封面用字包括：方正兰亭黑系列。

ONE HUNDRED YEARS
OF
MENSWEAR

世界男装100年

(英) 卡利·布莱克曼 / 编著
刁杰 / 译



这是一本颂扬男性流行风尚的书籍——时至今日，人们依然普遍认为，男性时尚无法和女性时尚相提并论。的确，在某种程度上，男装看似单调乏味，无法和绚丽多彩的女装相比。在20世纪，男装不仅被人们忽视，甚至淡出了服装史学家的视野。著名的心理分析学家J.C.弗吕格尔（J.C. Flügel）在其1930年出版的《服装心理学》（The Psychology of Clothes）一书中宣称：“男人味儿应该摒弃时尚”。该观点不但得到了大众的认可，而且著名服装史学家詹姆斯·拉弗（James Laver）也在他1937年面世的著作《品味与时尚》（Taste & Fashion）里如是说：“早在18世纪末，男人在穿衣打扮方面就败给了女人，一直到19世纪60年代‘孔雀革命’（the peacock revolution）开始，局面才稍有好转。”

其实早在上世纪60年代以前，男人们就通过穿着裁剪精良的西装来追求时髦。他们热衷于那些前卫、大胆、新颖的服装样式，并以颠覆性的穿着方式来标榜时尚，这些做法跟女人比起来，可谓有过之而无不及。

事实上，恰恰是在20世纪，男装对女装产生的影响力是史无前例的。西装、长裤、衬衫和牛仔裤，女人们顺理成章地穿上原本属于男人的服装招摇过市，而男人们却无法泰然自若地从女人那里继承连衣裙或超短裙，服装再也无法按照性别来区分，所有人都穿起了男装。男性服装体系中两个重量级角色——运动服和工作服，起初都被视作和时尚无关，但眼下已然风靡全球。我们很难想象一个没有牛仔裤、运动服或运动鞋的世界，而这些服饰在一开始都是男性专有的。

与此同时，男人们还极大地推动了服装亚文化的发展。思想激进的年轻人们以少数派和极端的穿着方式去抗议和抵制社会主流文化所界定的着装规范。从20世纪20年代在高校生中间大肆流行的阔腿裤（Oxford bags），到20世纪80年代的新浪漫主义风格（new romantic）、佐特西装（zoot suiters）、乍祖风格（zazous）、泰迪男孩（teddy boys）、嬉皮士（hippies）、摩登族（mods）和朋克风（punks），男性亚文化对时尚的影响无处不在。如今我们置身于支离破碎的社会规范和千变万化的时尚文化体系中，人们对这些现象早已见惯不惊，因为事事皆有可能。这种通过个人装束来颠覆或抗议主流的做法已经变得无足轻重，甚至毫无意义。不过，即使这种做法的效果已经微乎其微，今天的设计师们仍能从历史的亚文化当中汲取宝贵的灵感。

人们应该铭记西装的胜利，尤其是三件式的西服套装，它原本是男人特有的服装。西装从17世纪末开始普及并成为一种固定的着装模式，因其特有的精湛工艺和富于变化的款式风靡了近350年。正如著名现代建筑大师勒·柯布西耶（Le Corbusier）所说：“西装是一台机器，为我们提供容身之所；西装是一件盔甲，合体又舒适。”经过一代又一代设计师们不懈的改良和革新，西装逐步适应了现代社会生活。西装是每一位时尚男士衣橱里不可或缺的重要角色（在女人的

衣橱里也是如此)，随着近年来充满戏剧感的浪漫主义风格的复兴，传统裁剪工艺焕发出新的生机。古典男西装的裁剪工艺之精妙堪称艺术，其历史可追溯到14世纪，这是属于男人的高级定制。

西装可谓是有服装中设计得最为成功并且最能经得住时间考验的服装款式。可惜的是，它内敛的美感和精湛工艺所蕴含的独特魅力在张扬、外露、擅长吸引眼球的女装面前黯然失色（颇有讽刺意味的是，纵观历史，女装设计师大多是男性，这在另一方面证明了男性对时尚的影响力）。事实上，男装更为注重的是细节——上衣纽扣的数目、领子的翻折或是裤脚的翻脚——而并非强烈的视觉效果，这恐怕就是男装被忽视的深层次的原因吧。不过凡事有利就有弊，重视细节和工艺的特点让西装得以经久不衰，并具有强盛的生命力。

今天的男人和女人一样，对时尚产业起到了至关重要的作用：看看那些如雨后春笋般涌现出来的男士服装品牌、香水、化妆品、男性时尚杂志和相关媒体报道，无不证实了这一点。自从确立了男士着装和仪表新的审美标准，男人们不仅在购买时尚产品时兴致盎然，而且在接受高端时尚杂志和广告中宣传的时尚理念时，热情更为高涨。

着手去写一本有关时尚的书可谓困难重重：把种类繁多、风格迥异的服装、配饰进行分类是一项及其艰难的工作；不同的服装款式、流行风格在历史中相互交织、重叠，让人难以准确把握；作者很容易出现喋喋不休或是有所疏漏等问题。本书在结构的设置上根据历史时期将男装的发展分为了两个历史时期，每个时期都包含了不同的主题，每个主题都是在特定历史环境下体现出的代表性风格。例如，运动装在第一部分中是一个独立的主题，但是它与第二部分的内容相互交织，这是由于战后的时尚风格影响了运动装，并使之成为当时的主流时尚，两者密不可分。

正如开篇所说的那样，这是一本颂扬男性流行风尚的书。不论你是男人还是女人，不论你是否热爱时尚，书中的每一幅手绘肖像、每一段文字记录、每一张时尚照片或是时装广告都原原本本地还原了上个世纪男装无与伦比的创造性与精彩纷呈的多种面貌，同时它们证明了在时尚的舞台上，男人并不比女人逊色。

10

西装

48

工装&军装

96

运动装

132

睡衣&华服

212

明星

238

俱乐部成员

64

艺术家&革新派

82

好家伙&坏家伙

142

叛逆者

176

孔雀革命

266

造型师

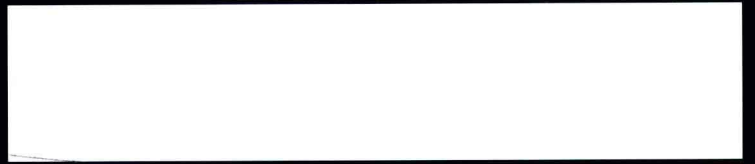
276

设计师

1900

1933

0



9



1900—1939

西装

右图：

照片中穿着带有条纹的西装和袜子，头戴小礼帽，佩戴胸花并执手杖的威尔士·爱德华亲王显得格外衣冠楚楚（1900年左右）。

威尔士亲王在1901年登基为爱德华七世（Edward VII）。他从年轻时代起就是皇家的时尚偶像，他的每个造型、每次服装的改变，都被当时的时尚界狂热地追捧，并在第一时间刊登在报纸、杂志上供世人膜拜。爱德华的衣着大多体现了不拘小节的风格，即使在那一时期，社会仍普遍遵循严格的着装规范。但在爱德华式时尚人物的影响下，甚至在他出现之前，一种新潮的思想已然成为了社会的主流。爱德华那略显沉重却不失优雅的气质、上唇卷曲的胡髭和下巴尖尖的胡须都被人们竞相模仿。爱德华本人尤其钟情于服装——据传说，他拥有世界上最大的衣橱——他自1866年开始光顾的亨利·普尔（Henry Poole）制衣店（已成为伦敦最时尚的制衣店），亦因他而确保了一长串令人惊叹的国际客户名单，其中绝大多数是王室成员、贵族，以及欧洲、美国甚至更远的地方的富豪。他们不远万里，慕名来到伦敦的萨维尔街（Savile Row）置办衣物。

萨维尔街位于举世闻名的伦敦皮卡迪利大街（London's Piccadilly）北面，本来是一个狭窄的集贸市场，19世纪初才因其精湛的制衣工艺而声名鹊起。在那个时期，就算是博·布鲁梅尔（Beau Brummell，英国摄政时期一位中产阶级绅士，是纨绔子弟的代表人物）那样出名的花花公子，也开始在服饰方面避免矫揉造作和过分装饰的风格，转而倡导用最高档的面料来营造低调奢华，这样的风格可谓是那个时代顶级的男性时尚。布鲁梅尔这类人物的影响力是深远的，并且当时社会正处于消费市场膨胀和购物区蓬勃发展时期——比如摄政街（Regent Street）及其周边区域都是在那个时期发展壮大起来的。同时，绅士俱乐部成为时尚男性的社交活动中心，和俱乐部相关的货品供给机制在这一时期初具规模，裁缝、葡萄酒商、配饰商（提供衬衫和领带）、帽匠、靴匠、袜商、理发师、烟草商、土耳其浴室和纹身店应有尽有。萨维尔街及其周边地区有着浓郁的俱乐部氛围，绅士们可以愉快地在这里消磨一整天的时间，并获得放荡不羁的声誉——摄政街、皮卡迪利广场和伯灵顿商场（Burlington Arcade）还以经常在此出没的艳丽女性而闻名。这里是由男人主宰的世界，只有极少数勇气可嘉的女性会冒险闯入。

普尔制衣店是众多开设“定制”业务的店铺之一，一对一的个人定制服装是摄政街的特色。当然，只有极少数人能够负担得起高昂的花销，因而大多数男人选择光顾较为便宜的当地裁缝铺。19世纪中期出现的百货公司增加了成衣出售的可行性。服装的规格各有千秋，直到第一次世界大战后，人们的穿着仍要以社会上流阶层和中产阶级为参照：正式场合穿着弗瑞克外套（frock coat）或晨礼服（morning coat），半正式套装、职业装和三件式西装则属于非正式穿着或是乡间装扮。非正





左图：

穿着双排扣弗瑞克外套的爱德华七世。1895年，由于身材日渐发福，爱德华经常使用链扣固定前襟，使上衣穿起来更加舒适。然而在这张图片中，他勉强扣上扣子，展现了单排扣的魅力（1901年）。

装方式之后，他更爱在独处时“脱下外套，扯掉领带，松开领口，挽起袖子”。

英俊迷人、平易近人并且热爱时尚，爱德华在公众面前拥有无法想象的巨大流行号召力，就像他的祖父那样，一举一动皆令世人着迷，引得人们竞相模仿。爱德华亲王经常光顾位于萨维尔街，一位名叫斯科尔特（Scholte）的裁缝开设的店铺，这一习惯保持了近40年。斯科尔特发明了“伦敦样式”：一种高腰线、宽肩的合体西装。不过到后来，爱德华亲王则较为偏爱那种宽松的美式长裤，并一口气在纽约定制了数条同样款式的裤子——温莎公爵夫人（Duchess of Windsor）将其称之为“跨越重洋的裤子”。既然被称作全世界着装最讲究的男士之一，自然不论走到哪里都是媒体关注的焦点。特别是在美国，爱德华所穿西装的每一处细节、他系领饰的方式、他所穿的鞋都会被详尽报道。这附带着大大提高了伦敦裁缝的声誉。当时的杂志评论和广告词中常见到这些字眼——“梅菲尔区”（Mayfair，伦敦上流住宅区）、“皮卡迪利街”或是“伦敦西区”（West End）——它们被当作服装品牌名

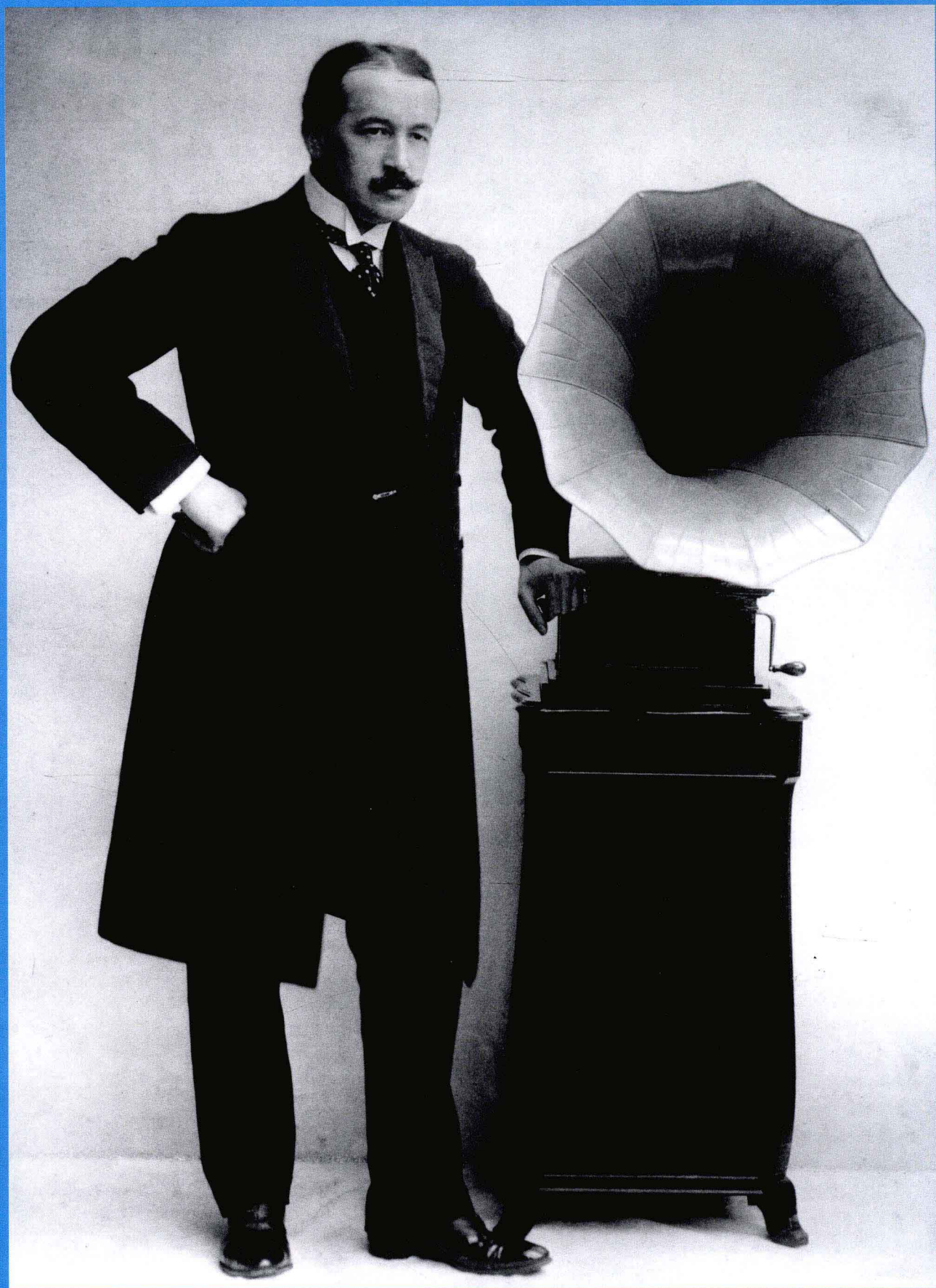
式套装和便装西服，众所周知，是由一件款式为单排或双排扣的及臀上衣搭配背心和长裤，可以由花呢等多种面料制成。在第一次世界大战结束时，弗瑞克外套和晨礼服成为昨日黄花，休闲西装，也就是我们现在俗称的西装，被大众普遍接受。除去一些最正式的场所，人们几乎每天都穿着它，战前那种松松垮垮的样式也被较为合体、富有线条感的款式所代替。

不论是何种风格的西装，一顶帽子是必不可少的，这种风尚一直持续到了20世纪的后半叶，帽子的款式从极为正式的丝绸质大礼帽到体力工人配戴的帆布帽。圆顶硬礼帽（bowler hat）或“可乐”帽，经常与休闲西装相搭配，并成为商务男士的象征，这种搭配方式持续到20世纪60年代。

在当代，服装休闲化的潮流势不可挡。20世纪20年代的社会思潮呼吁着一种全新的着装方式，其中以新的皇室时尚偶像威尔士亲王——未来的爱德华八世（Edward VIII）为代表。在厌倦了皇室传统、刻板的着

称、最新款式的代名词，或是高端时尚发源地。

逐渐地，在本土飞速增长的乡间消费文化的辅助之下，美国的服装制造商们开始挑战伦敦在时尚界的地位。到了20世纪30年代，美国成为成衣制造业的领跑者，尽管随之到来的是1929年华尔街的金融危机和经济大萧条时期。轻松的假日装和休闲装，在第一次和第二次世界大战期间已经成为了最重要的流行风格。棉质的轻便西装，如泡泡纱和亚麻质地的束腰休闲夹克，极好地迎合了当时的社会潮流；五颜六色的裤子，以及短袖衫搭配长裤的装扮在街头巷尾随处可见。即使像威尔士亲王那样非常热爱美国风格的人，也觉得美国人那一时期的穿着过于浮华和庸俗。尽管如此，他仍十分赞赏美国人在时尚方面展现出来的充沛活力。不论如何，在休闲装裁剪和成衣制造方面，直到现在美国人仍处于绝对领先的地位。



对页图:

歌剧演员罗伯特·雷德福 (Robert Radford) 身着弗瑞克外套。第一次世界大战前, 弗瑞克外套的款式通常为直摆、双排扣, 并且是城市中的首选礼服 (1909年左右)。

左图:

这是Kuppenheimer男装店在纽约、芝加哥和波士顿分店的广告宣传画。美国社会的流行风格以欧洲时尚为蓝本, 这幅宣传画详细描绘了弗瑞克外套和晨礼服的正确穿着方式 (1910年)。



Unfailingly Correct—Unusual in Quality.

There is no satisfaction in looking less than altogether right at any time—whether it be on the promenade or in the office.

For the particular man—for the man who lays stress on the little perfections in clothes—our new models have a special attraction.

There is real distinction in the designs and patterns—artistic modeling that marks the garment of the higher order.

They offer a wide selection of the newest and best—clothes in which you can take proper pride—whether it be Easter Sunday or the days that follow.

Make sure of seeing what is correct and authoritative for spring and summer, by asking for Kuppenheimer Clothes—at the better clothiers. Send for our book, *Styles for Men*.

The House of Kuppenheimer

Chicago

New York

Boston

下图：

尽管在礼仪级别上比弗瑞克外套稍低，但是单排扣晨礼服同样适合正式场合。晨礼服有着从前身一直延续到后背的弧线形下摆，边缘包裹着异色滚边。上衣和背心相搭配，黑灰条相间的裤子，挺括的衬衫领和袖头，宽松的领带结，珍珠领带扣针，用缎带系住的皮鞋发出闪亮的光泽（1900年左右）。

右图：

柴斯特菲尔德（Lord Chesterfield）勋爵及其同伴在爱普森姆的赛马会（the Epsom Derby）上穿着半正式的晨礼服和外套，背心里是白色的衬领，并戴着丝缎质地的礼帽（1910年）。

