

芙蓉坊

PHOEBES

VOL. 4(2) 双月刊



封面人物・設計師Per Spook及加拿大女星 Gabrielle Lazure 小姐

美與智慧的極品

芙蓉坊雜誌

民國70年4月1日創刊
本期73年2月21日出書
下期73年5月1日出書

VOL. 4(2)

本期零售180元

著作人／

芙蓉坊雜誌編輯委員會

總編輯：林俊堯

編輯委員：林俊堯、夏元瑜、羅蘭、黃文卿、
林寅龍、李義雄、吳增榮、林麗真、
王淑珍、王慧芳

本期雜誌：內政部著作權登記在案

發行人：林俊堯

發行所：芙蓉坊股份有限公司

地址：台北市長春路137巷3號

電話：(02)542-6662(六線)

TELEX：14088 PHOEBES TAIWAN

文字編輯：施玲蘭、郭淑淨

美術編輯：洪翠貞

發行部：林泉源

管理部：副理/李欣穎

廣告：管理部兼

長期訂戶：周郁玲

電腦資訊：丁炫伶

照相打字：第一電動打字 ☎(02)7517635

黑白製版：立全製版公司 ☎(02)5945064

彩色製版：協大製版公司 ☎(02)7613929

印刷：秋雨印刷公司 ☎(062)613121

總經銷：雨辰書報社 ☎(02)3144643

郵政劃撥：184561 芙蓉坊股份有限公司帳戶

本封面用紙採用士林紙業250gm一號白玉紙版

訂閱

個	人	全年6期	二年12期	三年18期
一	般	950	1900	2850

如不以掛號交寄，請自行扣除掛號費一年50元
請即早訂閱，避免物價波動

國外訂閱

一年6期	歐	美	亞	洲	香	港
空運	US\$ 43	US\$ 39	US\$ 39	US\$ 39	HK\$ 226	HK\$ 226
海運	US\$ 27	US\$ 27	US\$ 27	US\$ 27	HK\$ 164	HK\$ 164

CHECK PLEASE PAYABLE TO:
PHOEBES INC.
P.O.B. 55-36 TAIPEI 104 TAIWAN

公司成立：民國69年10月1日

核准設立：民國69年11月14日

營利事業登記：北市建一公司(69)字第155853號

統一編號：12309073

營利事業藍色申報許可：(70)財北國稅壹字第21306號

行政院新聞局登記證：局版台誌字第2630號

台灣北區郵政管理局登記雜誌執照：北台字第0103號

預計1984年度出書日期及主要内容

- #17 Vol. 4 (1) 12月28日
'84春夏巴黎成衣展
- #18 Vol. 4 (2) 3月15日
'84春夏羅馬、巴黎高級服飾
'84春夏台灣成衣展
'84 / '85秋冬巴黎 Sehm 男裝展
- #19 Vol. 4 (3) 5月1日
'84 / '85秋冬米蘭、巴黎成衣展
- #20 Vol. 4 (4) 8月20日
'84 / '85秋冬羅馬、巴黎高級服飾
- #21 Vol. 4 (5) 10月12日
'84 / '85秋冬台灣成衣展
'85春夏巴黎 Sehm 男裝展
- #22 Vol. 4 (6) 12月6日
'85春夏米蘭、巴黎成衣展
- #23 Vol. 5 (1) 2月10日
'85春夏羅馬、巴黎高級服飾

目錄

版權頁、目錄、編者的話	2
第16屆金頂針獎報導	編輯部 6
讀者來函	編輯部 7
芙蓉坊為台灣服裝展催生	編輯部 10

'84春夏羅馬·巴黎高級時裝展

巴洛可	Barocco	14
莎麗	Sarli	14
仙蒂那羅	Centinaro	15
琅且第	Lancetti	15
安德烈勞	André Laug	15
嘉莉靜	Galitzine	17
巴列斯特	Balestra	17
基度·克麗絲汀	Gildo Cristian	17
蜜拉隻	Mila Schön	18
范倫鐵諾	Valentino	18
激流	Torrente	18
比耶·巴爾曼	Pierre Balmain	19
比耶·卡丹	Pierre Cardin	19
姜路易·薛岳爾	Jean-Louis Scherrer	19
克麗絲汀·迪奧	Christian Dior	20
辜耶基	Courrèges	20
姜·巴度	Jean Patou	20
妮娜·莉西	Nina Ricci	21
菲利普·維納	Philippe Venet	21
耶曼紐耶·溫伽賀	Emanuel Ungaro	21
浪漫	Lanvin	22
泰德·拉比度士	Ted Lapidus	22
香奈兒	Chanel	22
勒寇安涅·艾蒙	Lecoanet Hemant	23
紀·拉歐許	Guy Laroche	23
依夫·聖羅蘭	Yves Saint Laurent	23
路易·費爾歐	Louis Féraud	24
紀梵希	Givenchy	24
森英惠	Hanae Mori	24
柏·史柏	Per Spook	25
格蕾夫人	Grès	25
賽爾基·拉巴基	Serge Lepage	25
卡梵	Carven	25

'84 / '85秋冬巴黎男裝展

比耶·巴爾曼	Pierre Balmain	26
高田賢三	Kenzo	26
德·卡司迭爾巴札克	Jean-Charles de Castelbajac	27
浪漫	Lanvin	27
呂錫安·方塞爾	Lucien Foncel	27
克麗絲汀·迪奧	Christian Dior	28
尚保羅·哥地耶	Jean-Paul Gaultier	28
比歐·柏格	Bjorn Borg	28
馬歇爾·拉桑斯	Marcel Lassance	29
法松那布勒	Façonnable	29
丹尼耶·耶克泰	Daniel Hechter	29
維斯迪耶赫	Vestiaire	30
紀波爾	Marithé et François Girbaud	30
山本耀司	Yohji Yamamoto	30
耶曼紐耶·溫伽賀	Emanuel Ungaro	31
阿多佛·多米格斯	Adolfo Dominguez	31
賽悠迪	Cerruti	31
尼諾·阿馬拉菲	Nino Amalfi	32
紀梵希	Givenchy	32

'84春夏高級女裝分析

'84肩線	34	套裝	35	高低腰線	36
裙裝	37	領型	38	袖型	39
腰布應用	40	裙	41	蝴蝶結	42
結	43	釦子	44	腰飾	45
印花布	46	花朵應用	47	橫縐褶	48
纏繞法	49	背部設計	50	禮服	51

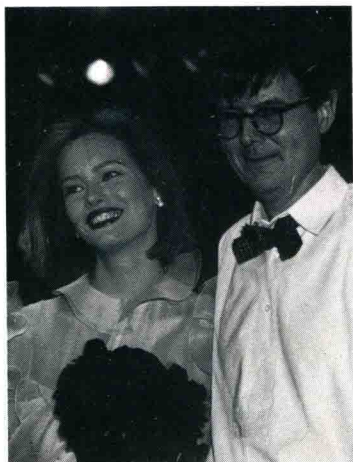
P.S.: 徵求東南亞地區發行代理，有意者請來信或來電接洽。

自然褶應用	52	圍裹設計	53	花邊+紗緞	54
亮片+紗緞	55	鞋	56	太陽眼鏡	57
耳環與頸飾	58	帽型	59	髮型	60
化粧	61	結婚禮服	62		

'84 / '85 秋冬男裝分析

毛衣設計	66	拉鍊	68	環釦與鈎	69
口袋	70	民族風	72	圍巾	73
肩線	74	外套	75	夾克	76
西裝	77	腰飾	78	鞋	79

封面人物



設計師 Per Spook
及加拿大女星 Gabrielle Lazure 小姐

攝影 / 林俊堯 Photo / Phoebes C. Lin

編者的話

林俊堯

這季的服裝展比以前都豐富，不管是羅馬的、還是巴黎的，大家似乎都對未來的經濟頗有信心，量增加了，色彩活潑了，令人愈看愈開心。

羅馬的高級女裝展增加了男裝廠商，巴黎的高級女裝展增加了一家新會員。巴黎的秋冬男裝展廠家差不多也增了一倍，好令人吃驚。採訪工作一天的量可多到八場，大家都在拼命，業者的腳步愈來愈快了。

記得五、六年前就曾想辦一份男性看的雜誌，當時是以「Forbes」雜誌為藍本，這是一本與「Fortune」、「Business Week」同級並列美國前三名的商業性期刊。我喜歡後面的小專欄，短短的一下子就讀完，頗有種成就感。當芙蓉坊的中文名稱確定後，我就由「芙」的音去想英文名字，在字典裡找到了 Phoebe；希臘神話中的月神，可引申為月亮，同時也是女孩名字。因為芙蓉坊是給很多很多女生看的，所以我就把她加上 S 變成了 Phoebes。恰巧又與原先喜歡的 Forbes 字形結構類似，因此在國外知名度反而較國內容易打開，通常她們看過一次就記住了。

在創刊之初我把芙蓉坊擬訂為「美與智慧的極品」，數期後發覺我美得只是皮毛、智慧得空虛，心中實在為未來感到徬徨。當時一位實踐服裝科同學表示，她們不喜歡看國內的服裝，所以不訂閱，因此我開始計畫向國外購買版權，對象是日本的 Mode et Mode 雜誌。當初開過來的價碼把我嚇了一跳，確實數字我已忘了，數月後我邀家父赴日登門拜訪該社已故社長內山基先生，希望他們算便宜一點。沒想到他很慈祥地對我們說，如嫌太貴那就用盜版的好了，反正台灣也沒有參加國際出版組織，他願裝着不知此事就是。可是民族自尊、自己的家教，在那種場面也都不容許有那種念頭。他看我們很面善，乃建議為什麼不乾脆自己去巴黎拍？又補了一句，「今年入會好像比較鬆，以你們的品質應該是有點希望的」。芙蓉坊就在走走走這種匹夫之勇下、很意外地踏入了最頂尖的服裝世界。

二年來的努力，付出去的代價及機會成本簡直是天文數字。不過有一點我們確實做到了，芙蓉坊的品質已是當今世界上數一數二的服裝情報雜誌。我們的努力已引起巴黎這些名家的注意，認為台灣的文化水準業已提高，而準備進軍台灣市場。因為有某種水準的雜誌存在，正代表有某一階層的市場，只是他們不知道我們一直幹得很辛苦。

雖然全世界的服裝雜誌經常都在為他們做免費宣傳，但他們在服裝展所投下的資金也十分可觀，因為必需一直去塑造很好的形象，以便產生善的循環，這種邊際效果發揮起來就會很可觀了。

大約在廿年前，日本服裝界就因被這些世界名牌介入，三振掉了一大半。經過混戰之後，生存下來的公司組織日趨健全，導致今日日本的服裝也在世界上佔了舉足輕重的地位。依我的看法，台灣在未來一、二年內也會步上如日本廿年前的大混戰。消費者將會很有福氣，有既便宜又漂亮的衣服可穿，廿年後將有希望形成如義大利服裝業在今日世界上的地位。這一點韓國可能比不上我們；除了個體經濟結構不同外，目前他們沒有像我這樣的瘋子，這麼不會算成本，一直在投資一個似乎永遠攤不回来的投資。

芙蓉坊進軍巴黎，也帶動了香港的時新雜誌，甚至於反過來影響了日本 Mode et Mode，原來他們堅持只報導女裝，現在也想增加數頁男裝了。世界真小，芙蓉坊並未在日本銷售，只是按期寄贈一本，以感謝前社長提拔之意，沒想到這也足以影響到已有三十多年歷史的編輯政策！文化媒體的影響力實在很大，文化工作者應能不斷自我要求，否則用詞不當或引導方向的偏差，都可在不知不覺中貽害了大眾。

去年十一月間開始推動的台灣服裝展，沒想到反應冷淡，到了二月中旬我由巴黎回來時，得到的答案才有那麼一家肯定願意參加！——我們那可愛的「麗嬰房」。本來芙蓉坊只想站在幕後做協助廠商的工作，這下也只好臨時決定站出來舉

出色人物

查理·沃斯傳	編輯部
馬都麗·比奧桌傳	編輯部
芙蓉坊專欄	編輯部策劃
生態資源	
「綠化」出我們的環境	黃文卿 87
教育文化	
頭上脚下談服裝	羅蘭 88
生活經濟	
標會入門	王淑珍 90
家庭現代化	
一支鑰匙打通關	李義雄 91
居住與空間	
綠化與建築	吳增榮 93
食品營養	
小麥與麵食	林麗真 94
醫療保健	
談癌不再色變	林溟鯤 96
思古幽情	
清末民初的女人髮式	夏元瑜 100
婚姻的前途之三	
兩性之間的平等	王慧芬 104
攝影沙龍	
喜怒哀樂	101
	編輯部 108

辦一場最新的幻燈片發表會與之配合，一則也向二月底主辦法國服裝展的單位挑戰。報紙發佈的新聞稿是展出一月份的最新作品，而我二月十五日才回到台北，怎可能那麼神通廣大把一月份的作品弄到台北來實地演出？照常理推斷應該是十月份的作品，那些佳作芙蓉坊早在上期雜誌（十一月間）就已刊出了。為了表示不落人後，我們就匆匆忙忙地進行了一次戲劇性的保衛戰。

整個幻燈發表會籌備僅有一星期，還必需兌現早先答應支援麗嬰房的錄音工作。工作進行得萬分火急，請帖於決定後三、四天分批寄出，主要對象是新聞界。由於場地可容三、四百人，也就順便邀請了所有的訂戶。由於週末大部份的人都已約在先，二月廿五日下午環亞二樓會場坐滿了一半，約150~170人參與，出席率僅12%，比預期的少了三分之二。出席的人當中很意外的發現，仍有不少遠自中南部專程北上的讀者，如以地理分佈則以台北市中山區的回饋特別顯著。

我猜想芙蓉坊這場發表會，真正看得懂的人可能不超過30個人，因為看秀是要經過訓練的。資訊也是應該要付出代價的，在台灣會不被重視，懂得運用的人更少。這也為什麼在國外發表會的規模相對地都沒有我們的大，因為對象必需是專業的、訓練過的，看不懂的人看了也會等於白看。時間的累積很重要，成長的過程代價很高，這也就是為什麼名家的發表會那麼一票難求了。

不滿於現況的我，很習慣地會把以前的定律推翻重來，二年來的努力芙蓉坊確實做到了美的極品，如今我們重新規劃，要使她也必須成為智慧的極品。因此推出芙蓉坊專欄，並以做個有十足影響力的人為副標題。在我心目中，這專欄的份量是比服裝單元還重要，因為她反應了芙蓉坊的真正內涵。芙蓉坊的特約作者群將運用這專欄向讀者推薦好的、健康的構思，使讀者成為一個有十足影響力的人去影響您的四週的一切，使她們也和您一樣經常獲得一些腦力激盪。這樣我們的人生不是可以過得更有意義嗎？



1854年，當 **Louis Vuitton** (路易威登) 在巴黎開設第一家工廠時，他的店舖提供給客戶們多種高品質、精緻的行李與各式旅行用皮件。

一百多年來，**Louis Vuitton** (路易威登) 仍保持傳統的標準。每只手工精製的皮件，其特色當然都是第一流的。

Louis Vuitton (路易威登) 店：

地址：台北市敦化南路505號

電話：(02) 703-2934

LOUIS VUITTON
MALLÉTIER À PARIS

MAISON FONDÉE EN 1854

法國巴黎、尼斯及歐洲、美國、遠東各主要城市

美與智慧的極品

芙蓉坊雜誌

民國70年4月1日創刊
本期73年2月21日出書
下期73年5月1日出書

VOL. 4(2)

本期零售180元

著作人／

芙蓉坊雜誌編輯委員會

總編輯：林俊堯

編輯委員：林俊堯、夏元瑜、羅蘭、黃文卿、
林寅龍、李義雄、吳增榮、林麗真、
王淑珍、王慧芳

本期雜誌：內政部著作權登記在案

發行人：林俊堯

發行所：芙蓉坊股份有限公司

地址：台北市長春路137巷3號

電話：(02)542-6662(六線)

TELEX：14088 PHOEBES TAIWAN

文字編輯：施玲蘭、郭淑淨

美術編輯：洪翠貞

發行部：林泉源

管理部：副理/李欣穎

廣告：管理部兼

長期訂戶：周郁玲

電腦資訊：丁炫伶

照相打字：第一電動打字 ☎(02)7517635

黑白製版：立全製版公司 ☎(02)5945064

彩色製版：協大製版公司 ☎(02)7613929

印刷：秋雨印刷公司 ☎(062)613121

總經銷：雨辰書報社 ☎(02)3144643

郵政劃撥：184561 芙蓉坊股份有限公司帳戶

本封面用紙採用士林紙業250gm一號白玉紙版

訂閱

個	人	全年6期	二年12期	三年18期
—	般	950	1900	2850

如不以掛號交寄，請自行扣除掛號費一年50元
請即早訂閱，避免物價波動

國外訂閱

一年6期	歐	美	亞	洲	香	港
空運	US\$ 43		US\$ 39		HK\$ 226	
海運	US\$ 27		US\$ 27		HK\$ 164	

CHECK PLEASE PAYABLE TO:
PHOEBES INC.
P.O.B. 55-36 TAIPEI 104 TAIWAN

公司成立：民國69年10月1日

核准設立：民國69年11月14日

營利事業登記：北市建一公司(69)字第155853號

統一編號：12309073

營利事業藍色申報許可：(70)財北國稅壹字第21306號

行政院新聞局登記證：局版台誌字第2630號

台灣北區郵政管理局登記雜誌執照：北台字第0103號

預計1984年度出書日期及主要内容

- #17 Vol. 4 (1) 12月28日
'84春夏巴黎成衣展
- #18 Vol. 4 (2) 3月15日
'84春夏羅馬、巴黎高級服飾
'84春夏台灣成衣展
'84 / '85秋冬巴黎 Sehm 男裝展
- #19 Vol. 4 (3) 5月1日
'84 / '85秋冬米蘭、巴黎成衣展
- #20 Vol. 4 (4) 8月20日
'84 / '85秋冬羅馬、巴黎高級服飾
- #21 Vol. 4 (5) 10月12日
'84 / '85秋冬台灣成衣展
'85春夏巴黎 Sehm 男裝展
- #22 Vol. 4 (6) 12月6日
'85春夏米蘭、巴黎成衣展
- #23 Vol. 5 (1) 2月10日
'85春夏羅馬、巴黎高級服飾

目錄

版權頁、目錄、編者的話	2
第16屆金頂針獎報導	編輯部 6
讀者來函	編輯部 7
芙蓉坊為台灣服裝展催生	編輯部 10

'84春夏羅馬·巴黎高級時裝展

巴洛可	Barocco	14
莎麗	Sarli	14
仙蒂那羅	Centinaro	15
琅且第	Lancetti	15
安德烈勞	André Laug	15
嘉莉靜	Galitzine	17
巴列斯特	Balestra	17
基度·克麗絲汀	Gildo Cristian	17
蜜拉隻	Mila Schön	18
范倫鐵諾	Valentino	18
激流	Torrente	18
比耶·巴爾曼	Pierre Balmain	19
比耶·卡丹	Pierre Cardin	19
姜路易·薛岳爾	Jean-Louis Scherrer	19
克麗絲汀·迪奧	Christian Dior	20
辜耶基	Courrèges	20
姜·巴度	Jean Patou	20
妮娜·莉西	Nina Ricci	21
菲利普·維納	Philippe Venet	21
耶曼紐耶·溫伽賀	Emanuel Ungaro	21
浪漫	Lanvin	22
泰德·拉比度士	Ted Lapidus	22
香奈兒	Chanel	22
勒寇安涅·艾蒙	Lecoanet Hemant	23
紀·拉歐許	Guy Laroche	23
依夫·聖羅蘭	Yves Saint Laurent	23
路易·費爾歐	Louis Féraud	24
紀梵希	Givenchy	24
森英惠	Hanae Mori	24
柏·史柏	Per Spook	25
格蕾夫人	Grès	25
賽爾基·拉巴基	Serge Lepage	25
卡梵	Carven	25

'84 / '85秋冬巴黎男裝展

比耶·巴爾曼	Pierre Balmain	26
高田賢三	Kenzo	26
德·卡司迭爾巴札克	Jean-Charles de Castelbajac	27
浪漫	Lanvin	27
呂錫安·方塞爾	Lucien Foncel	27
克麗絲汀·迪奧	Christian Dior	28
尚保羅·哥地耶	Jean-Paul Gaultier	28
比歐·柏格	Bjorn Borg	28
馬歇爾·拉桑斯	Marcel Lassance	29
法松那布勒	Façonnable	29
丹尼耶·耶克泰	Daniel Hechter	29
維斯迪耶赫	Vestiaire	30
紀波爾	Marithé et François Girbaud	30
山本耀司	Yohji Yamamoto	30
耶曼紐耶·溫伽賀	Emanuel Ungaro	31
阿多佛·多米格斯	Adolfo Dominguez	31
賽悠迪	Cerruti	31
尼諾·阿馬拉菲	Nino Amalfi	32
紀梵希	Givenchy	32

'84春夏高級女裝分析

'84肩線	34	套裝	35	高低腰線	36
裙裝	37	領型	38	袖型	39
腰布應用	40	裙	41	蝴蝶結	42
結	43	釦子	44	腰飾	45
印花布	46	花朵應用	47	橫縐褶	48
纏繞法	49	背部設計	50	禮服	51

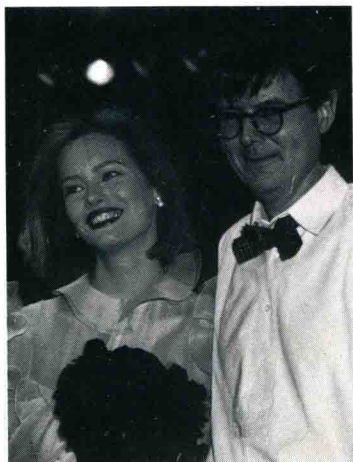
P.S.: 徵求東南亞地區發行代理，有意者請來信或來電接洽。

自然褶應用	52	圍裹設計	53	花邊+紗緞	54
亮片+紗緞	55	鞋	56	太陽眼鏡	57
耳環與頸飾	58	帽型	59	髮型	60
化粧	61	結婚禮服	62		

'84 / '85 秋冬男裝分析

毛衣設計	66	拉鍊	68	環釦與鈎	69
口袋	70	民族風	72	圍巾	73
肩線	74	外套	75	夾克	76
西裝	77	腰飾	78	鞋	79

封面人物



設計師 Per Spook
及加拿大女星 Gabrielle Lazure 小姐

攝影 / 林俊堯 Photo / Phoebes C. Lin

編者的話

林俊堯

這季的服裝展比以前都豐富，不管是羅馬的、還是巴黎的，大家似乎都對未來的經濟頗有信心，量增加了，色彩活潑了，令人愈看愈開心。

羅馬的高級女裝展增加了男裝廠商，巴黎的高級女裝展增加了一家新會員。巴黎的秋冬男裝展廠家差不多也增了一倍，好令人吃驚。採訪工作一天的量可多到八場，大家都在拼命，業者的腳步愈來愈快了。

記得五、六年前就曾想辦一份男性看的雜誌，當時是以「Forbes」雜誌為藍本，這是一本與「Fortune」、「Business Week」同級並列美國前三名的商業性期刊。我喜歡後面的小專欄，短短的一下子就讀完，頗有種成就感。當芙蓉坊的中文名稱確定後，我就由「芙」的音去想英文名字，在字典裡找到了 Phoebe；希臘神話中的月神，可引申為月亮，同時也是女孩名字。因為芙蓉坊是給很多很多女生看的，所以我就把她加上 S 變成了 Phoebes。恰巧又與原先喜歡的 Forbes 字形結構類似，因此在國外知名度反而較國內容易打開，通常她們看過一次就記住了。

在創刊之初我把芙蓉坊擬訂為「美與智慧的極品」，數期後發覺我美得只是皮毛、智慧得空虛，心中實在為未來感到徬徨。當時一位實踐服裝科同學表示，她們不喜歡看國內的服裝，所以不訂閱，因此我開始計畫向國外購買版權，對象是日本的 Mode et Mode 雜誌。當初開過來的價碼把我嚇了一跳，確實數字我已忘了，數月後我邀家父赴日登門拜訪該社已故社長內山基先生，希望他們算便宜一點。沒想到他很慈祥地對我們說，如嫌太貴那就用盜版的好了，反正台灣也沒有參加國際出版組織，他願裝着不知此事就是。可是民族自尊、自己的家教，在那種場面也都不容許有那種念頭。他看我們很面善，乃建議為什麼不乾脆自己去巴黎拍？又補了一句，「今年入會好像比較鬆，以你們的品質應該是有點希望的」。芙蓉坊就在走走走這種匹夫之勇下、很意外地踏入了最頂尖的服裝世界。

二年來的努力，付出去的代價及機會成本簡直是天文數字。不過有一點我們確實做到了，芙蓉坊的品質已是當今世界上數一數二的服裝情報雜誌。我們的努力已引起巴黎這些名家的注意，認為台灣的文化水準業已提高，而準備進軍台灣市場。因為有某種水準的雜誌存在，正代表有某一階層的市場，只是他們不知道我們一直幹得很辛苦。

雖然全世界的服裝雜誌經常都在為他們做免費宣傳，但他們在服裝展所投下的資金也十分可觀，因為必需一直去塑造很好的形象，以便產生善的循環，這種邊際效果發揮起來就會很可觀了。

大約在廿年前，日本服裝界就因被這些世界名牌介入，三振掉了一大半。經過混戰之後，生存下來的公司組織日趨健全，導致今日日本的服裝也在世界上佔了舉足輕重的地位。依我的看法，台灣在未來一、二年內也會步上如日本廿年前的大混戰。消費者將會很有福氣，有既便宜又漂亮的衣服可穿，廿年後將有希望形成如義大利服裝業在今日世界上的地位。這一點韓國可能比不上我們；除了個體經濟結構不同外，目前他們沒有像我這樣的瘋子，這麼不會算成本，一直在投資一個似乎永遠攤不回来的投資。

芙蓉坊進軍巴黎，也帶動了香港的時新雜誌，甚至於反過來影響了日本 Mode et Mode，原來他們堅持只報導女裝，現在也想增加數頁男裝了。世界真小，芙蓉坊並未在日本銷售，只是按期寄贈一本，以感謝前社長提拔之意，沒想到這也足以影響到已有三十多年歷史的編輯政策！文化媒體的影響力實在很大，文化工作者應能不斷自我要求，否則用詞不當或引導方向的偏差，都可在不知不覺中貽害了大眾。

去年十一月間開始推動的台灣服裝展，沒想到反應冷淡，到了二月中旬我由巴黎回來時，得到的答案才有那麼一家肯定願意參加——我們那可愛的「麗嬰房」。本來芙蓉坊只想站在幕後做協助廠商的工作，這下也只好臨時決定站出來舉

出色人物

查理·沃斯傳	編輯部
馬都麗·比奧桌傳	編輯部
芙蓉坊專欄	編輯部策劃
生態資源	
「綠化」出我們的環境	黃文卿 87
教育文化	
頭上脚下談服裝	羅蘭 88
生活經濟	
標會入門	王淑珍 90
家庭現代化	
一支鑰匙打通關	李義雄 91
居住與空間	
綠化與建築	吳增榮 93
食品營養	
小麥與麵食	林麗真 94
醫療保健	
談癌不再色變	林溟鯤 96
思古幽情	
清末民初的女人髮式	夏元瑜 100
婚姻的前途之三	
兩性之間的平等	王慧芬 104
攝影沙龍	
喜怒哀樂	101
	編輯部 108

辦一場最新的幻燈片發表會與之配合，一則也向二月底主辦法國服裝展的單位挑戰。報紙發佈的新聞稿是展出一月份的最新作品，而我二月十五日才回到台北，怎可能那麼神通廣大把一月份的作品弄到台北來實地演出？照常理推斷應該是十月份的作品，那些佳作芙蓉坊早在上期雜誌（十一月間）就已刊出了。為了表示不落人後，我們就匆匆忙忙地進行了一次戲劇性的保衛戰。

整個幻燈發表會籌備僅有一星期，還必需兌現早先答應支援麗嬰房的錄音工作。工作進行得萬分火急，請帖於決定後三、四天分批寄出，主要對象是新聞界。由於場地可容三、四百人，也就順便邀請了所有的訂戶。由於週末大部份的人都已有約在先，二月廿五日下午環亞二樓會場坐滿了一半，約150~170人參與，出席率僅12%，比預期的少了三分之二。出席的人當中很意外的發現，仍有不少遠自中南部專程北上的讀者，如以地理分佈則以台北市中山區的回饋特別顯著。

我猜想芙蓉坊這場發表會，真正看得懂的人可能不超過30個人，因為看秀是要經過訓練的。資訊也是應該要付出代價的，在台灣會不被重視，懂得運用的人更少。這也為什麼在國外發表會的規模相對地都沒有我們的大，因為對象必需是專業的、訓練過的，看不懂的人看了也會等於白看。時間的累積很重要，成長的過程代價很高，這也就是為什麼名家的發表會那麼一票難求了。

不滿於現況的我，很習慣地會把以前的定律推翻重來，二年來的努力芙蓉坊確實做到了美的極品，如今我們重新規劃，要使她也必須成為智慧的極品。因此推出芙蓉坊專欄，並以做個有十足影響力的人為副標題。在我心目中，這專欄的份量是比服裝單元還重要，因為她反應了芙蓉坊的真正內涵。芙蓉坊的特約作者群將運用這專欄向讀者推薦好的、健康的構思，使讀者成為一個有十足影響力的人去影響您的四週的一切，使她們也和您一樣經常獲得一些腦力激盪。這樣我們的人生不是可以過得更有意義嗎？



高貴、典雅、大方

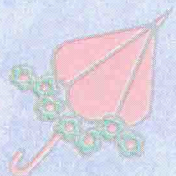


可愛、智慧、健康



爾來香齋

勝華 第二代



sheng hua Baby

誕生



✓ HENG HUA

勝華 女裝 展售處

台北 / 芝蔴、永琦、來來、衣舍、羅門、克拉瑪、仁愛遠東、南京西路新光

中壢 / 瓊安

新竹 / 金金

台中 / 貴賓

嘉義 / 安妮

台南 / 瑞士

基隆 / 順隆

桃園 / 妮妮

高雄 / 大統、帝安帝

讀者來函

幻燈片發表會

芙蓉坊：大家好！

我是貴雜誌的訂戶，在報紙上看到有關芙蓉坊要辦 Slide 欣賞會的消息，就打電話問了問，才知道入場券只發給訂戶和傳播界人士，心中不禁一喜，慶幸自己已訂了芙蓉坊雜誌，才能享受到這項優待。

接到邀請卡後更興奮了，一份精心設計的卡片，代表了貴公司的慎重和鉅細靡遺。二月二十五日下午 13:20 到環亞國際廳已可以入場，趕忙挑個好位子坐定，會場中柔和的燈光，悠美的音樂，真把我帶進了一個祥和的世界，看到會場中的佈置、音樂已知道芙蓉坊對這一場發表會所花的心思確實不小，看了今年春夏的高級淑女裝、男裝後，也對你們選片的功夫給予掌聲，尤其是上半場的音樂，真是令我陶醉不已。

如果能在放映中加入說明，我想這對於初涉服裝的愛好者來說，會是指點他們如何認識流行最佳途徑。因為看的 Slide 好像有一千多張，一張張一閃即過，很難留下極深的印象，除非反覆看好幾次，但時間有限，並不能看得仔細，遺憾之至。

這次 Slide 欣賞會使我們能看到流行的第一手資料，使我們感覺到芙蓉坊的快、精、美，而且又欣賞了一場演奏會，真高興能有這種活動提供讀者們一些參與的機會，希望以後還能常常辦一些活動，讓我們更親近芙蓉坊，更了解芙蓉坊。

讀者 白曼柔 73. 2. 27

敬佩與感謝

編輯及諸位工作的大哥大姐好：

收到精美的84第一本芙蓉坊，好感動！感謝貴公司提供此一獎品和鼓勵。並為貴公司認真、負責的精神和態度，表示我的敬佩與感謝之意，祈祝

百尺竿頭，更進一步！

受獎者 洪惠美敬上 73. 1. 13.

【編按】 去年底「芝蔴服裝秀著色比賽」，芙蓉坊雖名為協辦，實際則並未參與任何事務，但我們仍遵守原承諾提供獎品給得獎人，即佳作15名，贈閱「芙蓉坊雜誌」兩年；優勝30名，贈閱一年。這

份獎品自寄出後，即陸續收到許多朋友的來信或電話，大都是表示內心的喜悅與感謝。我們謹披露其中的一封作代表，與所有的讀者共享。

希望早點出書

編輯部您好：

我於72年12月初預約了貴社出版之「艾曼紐禮服設計專輯」一書，至今已相隔三個月了，已往我對芙蓉坊都是充滿信心的，但現在都已是3月初了仍未見出書，實在是等得又著急又氣，貴社是否能確定個出書的日子，讓我等得有目標，才不會天天空等郵差先生送件，不管如何還是希望早點出書，因為我實在期待太久了。

訂閱芙蓉坊已二年了，無形中對服裝愈來愈感興趣，常常想進一步去接近自己的興趣，所以曾想過到服裝補習班學習有關設計、製作的技巧，但台北市服裝補習班不在少數，真不知道該如何選擇？芙蓉坊雜誌在台灣已算是獨一無二了，資料又多又新，何不開個服裝研習班呢？如果有，我一定第一個報名，最後祝艾曼紐一書順利出書。

73. 3. 1 讀者江基蓉

【編按】 有關「艾曼紐禮服設計專集」延後出書一事，請參閱85頁的「聲明啟事」。

請考慮學生時間

芙蓉坊編輯您好：

我是貴刊的忠實讀者，也是長期訂戶，今天下午接獲貴刊的邀請函，邀請我參加幻燈片的欣賞。看了一下日期，原本極端興奮的心情，變得極端沮喪。天啊！2月25日剛好我們學校開學典禮呀！真是讓我生氣！

氣了半天才猛然想起，'84春夏成衣展也是那個時候嘛！唉！只怪我是學生，不能和你們共襄盛舉了，真是好可惜。不過，我一定會轉送出去，讓能參加的人，前往觀賞。

由於本身所學的科目和服裝很接近，我學的是美工，加上班上有一群對服裝相同興趣的同學，因此，每一期芙蓉坊，都

被十個人以上的人翻閱過，也有很多人借著看不過癮，也打算要訂了呢！

接到你的邀請卡後，我立刻和我們那一群的人連絡，大罵你們一番（對不起，實在很氣憤），討論的結果，希望你們能考慮一下學生的時間，在以後辦活動的時候多多斟酌，因為我們永遠支持你、也熱愛每一個類似這種的相關活動，考慮一下，也到南部來嘛！我們可以義務幫忙哦！不過，在這麼生氣的心情下寫信給你，仍要謝謝你寄邀請卡來，以後也不要忘了我哦！

祝 訂戶日增

73. 2. 22 忠實讀者汪健鋼

「攝影沙龍」加油！

芙蓉坊安啟：

重翻1983年八、九月份的芙蓉坊時，由芙蓉坊開闢一新的「攝影沙龍」專欄，介紹「法朗索的天地」，我好喜歡這位攝影師的作品，這些小孩的照片是從他「童年」的專集中選出。我覺得光看這些選出的照片不夠，還想更進一步一窺這位法朗索的其餘作品。所以請問貴社，能不能詳細的告訴我，法朗索的這本攝影專集的英文名稱呢？以及是美國或法國的出版公司發行的？如果有了這些詳細資料，我即可向書店訂購，否則再怎麼找，也找不到的，我會很失望的。

如果有其它專集書，名稱也請一併奉告好嗎？謝謝貴社！

貴雜誌社開闢的「攝影沙龍」專欄很好，為何下期以後就沒有了？真可惜。我是芙蓉坊的愛護者，芙蓉坊的內容、品質，一直是我所關心的，我深愛這份刊物。

再次請貴社能抽空回覆，我期待著，謝謝！

讀者 郭恩東上 73. 2. 29

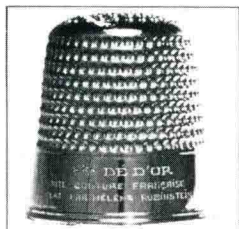




●得獎人 Louis Féraud 及手中的金頂針獎。

第十六屆金頂針獎頒獎實況

——路易·費爾歐再握金獎



●編輯部

巴黎設計師路易·費爾歐，1920年出生於法國南部的阿路路，1948年成立了路易·費爾歐公司，1961年在紐約舉行流行新裝發表會，一舉成名，他的服裝着重典雅和氣質的表現。本屆再度從巴黎市長夫人 Madame Chirac 手中，接受第16屆金頂針獎，這是他第二次得到這份法國高級時裝的最高榮譽，第一次是1978年的1月。

金頂針獎是由法國巴黎日報(Quotidien de Paris)的發行人其昂先生(Pierre-Yves Guillen)所創設，並由盧賓斯坦女士(Helena Rubinstein)

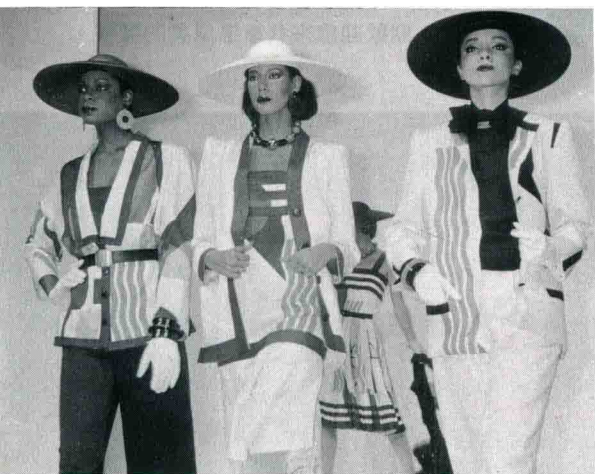
贊助。自1976年起，即依循傳統，於每年的一月、七月在舉世矚目的巴黎高級時裝展的最後一週，選出本季最優秀的設計廠商。

金頂針獎的主旨是選出最美麗、最具創意及優雅的高級服裝設計師，其遴選方式是由國際著名的時裝雜誌專欄記者，組成25人的評審團，該團的組員，在審視過所有該季的名家展示會後，聚集於馬丁尼咖啡廳，經過審慎的討論，最後投票選出。

金頂針獎的頒發，已使得法國高級時裝在世界上佔了舉足輕重的影響力。

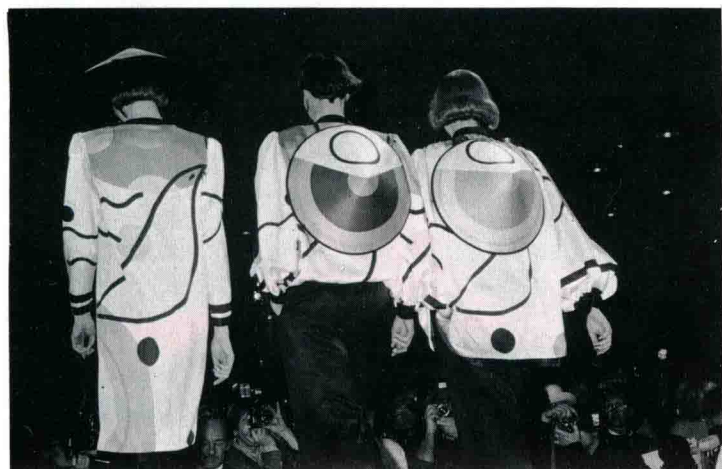


●中立者為巴黎市長夫人 Madame Chirac。



例年金頂針獎得主名單：

格蕾夫人 Madame Grès	1976	7月
比耶·卡丹 Pierre Cardin	1977	1月
浪漫 Lanvin	1977	7月
路易·費爾歐 Louis Féraud	1978	1月
紀梵希 Givenchy	1978	7月
比耶·卡丹 Pierre Cardin	1979	1月
柏·史柏 Per Spook	1979	7月
耶曼紐耶·溫伽賀 Emanuel Ungaro	1980	1月
姜路易·薛岳爾 Jean-Louis Scherrer	1980	7月
浪漫 Lanvin	1981	1月
耶曼紐耶·溫伽賀 Emanuel Ungaro	1981	7月
紀梵希 Givenchy	1982	1月
比耶·卡丹 Pierre Cardin	1982	7月
克麗絲汀·迪奧 Christian Dior	1983	1月
比耶·巴爾曼 Pierre Balmain	1983	7月
路易·費爾歐 Louis Féraud	1984	1月



●Louis Féraud 本屆得獎作品。



美的饗宴

——'84巴黎女用內衣展——

● 編輯部



爲了使女性的內在穿著更舒適、更美麗，法國巴黎今年年初推出一系列新質料製作的內衣，這是芙蓉坊第一次報導國外的內衣展，輕軟透氣的內衣，加上精心設計的演出效果，令所有觀眾目眩神移，我們的海外專訪小組特地將它呈現在您面前，下一期歡迎您來共享這場美的饗宴。



福特天王星是中型轎車的主流，也是新車型的開創者。 天王星的車主，個個掌握潮流，永不落伍！

福特天王星上市之前，您很難想像一部中型家庭轎車的外型會如此超凡不俗。

符合流體力學的楔形車身，將引擎蓋包覆至保險槓上方，使水箱護罩不致影響車頭的整體美；同時，可以引導氣流平滑順暢地通過車身，締創0.38的低風阻係數，為汽車設計創造新的潮流。

除外型領導潮流，在經濟實用方面，福特天王星表現更是傑出：內部寬敞，乘坐舒適，經濟

省油，維護費用低，配備又豪華，不愧是曾獲世界三大汽車獎的名車，難怪國內已經有將近一萬名車主選擇它做為家庭轎車。

福特天王星是中型轎車的主流，也是新車型的開創者。天王星的車主，個個掌握潮流，永不落伍。

福特天王星——樣樣傑出，備受讚譽。



福特六和 一路領先



領導潮流、創造趨勢的 福特天王星



芙蓉坊

爲台灣服裝展催生

●文：林俊堯
●策劃：編輯部

所謂萬事起頭難，確實如此，台灣服裝展的執行工作比當初預料不知艱難多少，雖然從農曆年到預定做秀日，相距達23天，但絕大多數的廠商都以服裝趕製來不及而婉拒參加，其實事在人爲，只要有此信念，這些應該都不是問題。譬如市面上只要出現熱門新裝，廠家爲了商場競爭，一個晚上就可趕製出來，設計工作應也可如此。

我們的感覺是大家都抱持著觀望態度，沒有人願打先鋒，總想看到別人參加後，才願意跟進。

據我們普遍與廠商的接觸和了解，大家都具備有做秀的意識，加上這幾年來，芝蔴、紡拓會、羊毛局做秀的方式，與芙蓉坊擬推動方向略有不同；過去廠商只要出5~10套衣服，其他事務都不必費心，自有專人代爲處理，當然代爲統籌規劃的人，不可能在短短一兩個星期之內掌握廠商之設計精神，故也就無從爲其打知名度，因此方向便有所偏差。芙蓉坊推動台灣服裝展的主要目的，就是要使各個廠商擁有自己的設計風格，能够在百家爭鳴之中脫穎而出。所以我們在與「台北十大女裝聯誼會」的負責人正式開會之前，先召集「十大女裝聯誼會」的設計師做事前的溝通，但很可惜的是，因爲芙蓉坊要求每家至少準備四、五十套作品展出，而他們頗感困難，故一拖再拖，終於另行舉辦發表會。其他各家也都發生類似問題，不是缺乏布料就是無法準備足夠的服裝數量，紛紛退出，等到我2月15日回國後的結論是只有一家——「麗嬰房」。

幸好童裝的流行趨勢不如女裝明顯，故彈性也較大，加上麗嬰房聘請甫自法國歸國、曾任職於Chloé的陳春美小姐做顧問，因而與我們在溝通上反而十分方便。爲了要與麗嬰房互相配合，我們乃臨時決定舉辦一場最新的幻燈片發表會。

本來我們只願在幕後幫麗嬰房在設計、裝潢方面做些建議，也因太匆忙，未能於事先和麗嬰房實際負責部門的人員充份溝通，到了演出前一天，才與他們再度研究伸展台背後布景的處理，幸好整個平面規劃很早就完成，同時另一方面也想節省經費，也就遷就環亞部份既有設施，所以整個過程，與我們所希望訴求的相差甚遠。後來，等我回國，麗嬰房找了學齡幼稚園張淑惠老師負責選曲，芙蓉坊錄音，等到錄好，距發表會時間只有5天，整個準備過程十分混亂，因爲大家都是第一次，沒有經驗，因而十分惶恐，只希望能盡力把工作做好。沒想到45分鐘的發表會，錄音工作竟然耗費了12小時。

麗嬰房本想以傳統方式，在演出時做旁白說明，結果被該房顧問陳春梅小姐多次說服，才維持了我們當初的構想。流行趨勢是要觀眾自己去觀察體會的，而非由主辦單位以旁白廣播做填鴨

式的教育。

忙完麗嬰房的工作後，才展開「芙蓉坊」自己發表會的準備工作，其中包括原來擬贈送給所有觀眾的布包以及制服的設計，製作後才發覺布包的成本過高，乃改以零賣方式，酌收工本費用。一方面編輯部門也從181卷幻燈片中選出1088張幻燈片，擬把在國外工作一個月的成果，濃縮在一個半小時內，展現於所有觀眾面前。

秀的前一天，幸好高能設計公司的曹一先生，慨然支援一對高效率的ALTEC A5喇叭，整個音響部份才終告解決。

當然事前我們也知道沒有相當的素養，觀眾很可能無法充份吸收。整個秀的處理，完全仿照國際服裝界的標準方式，不加任何的旁白，而以音樂燈光來引導觀眾的情緒，不做任何死板的灌輸，自身能領會多少，但憑個人造化。

大夥兒一直忙到做秀的當天下午1點15分，才開動盤式錄音機，播出半小時的前奏曲，1點45分正式開始，其間轉接完全以音樂的音量來控制，幻燈機以手控平均5秒一張，於3點23分結束。

在'84春夏高級女裝幻燈片部份，放映到一段落時，有少部份觀眾，離席趕到麗嬰房的會場佔位子。我並不感到意外，因爲除非是很喜歡服裝的人或專業人士，才可能容忍5秒鐘一張幻燈片的疲勞轟炸，如果能撐得住連續4小時以上轟炸的人，深信日後他們才有希望在龜兔長途競賽中獲得真正勝利。因爲，在所有比賽裡，毅力與耐力永遠是最重要的。

我個人覺得這次的發表會，由於過分匆忙，宣傳做得不夠是最大遺憾。部份邀請的觀眾也因而有所疏漏，不過事後大家也覺得很驚訝，竟然能在那麼短的時間做出那麼複雜的事，而整個秀的品質仍能維持「芙蓉坊」一貫水準。此次參加的人數約有一百多人，只達預期的三分之一。由於音效與幻燈片的亮度均十分理想，整體感覺我個人還算滿意，事實上參加人數的多寡，有時也不是那麼容易掌握。譬如這次巴黎時裝展姜·巴度的發表會，因爲上一場另一家廠商做秀時間的拖延，與觀眾的午餐時間相砥觸，竟然使大部份觀眾放棄參加，結果可容納300人的會場，僅出席了約50人。所以人數的多寡，並不能完全代表成功與否。最重要的還是整個秀的品質在觀眾心中所建立的一貫企業印象。「芙蓉坊」所追求的就是這一點。

當然這只是我們的片面之詞，爲了得到觀眾真正的反應，我們邀請數位與芙蓉坊熟識的朋友，發表一下他們個人的感想，做爲我們下一次的參考。謝謝他們在百忙中抽空發表他個人的意見。有些以書面，有的以電話訪問，其記錄如右：

芙蓉坊幻燈片發表會部分：

'84春夏羅馬、巴黎高級服裝展
'84/'85秋冬男裝展

紡拓會秘書

許玉葵 (電話訪問)：

大體上說來，芙蓉坊舉辦這次活動的立意很好，完全是免費服務性質，對紡織界、服飾界、新聞界和一般大眾公布第一手最直接最新的資料，花費那麼多心血、金錢和時間，却完全是非營利、非商業性質，我覺得非常難得，這點在國內即使是公家機構也不容易辦到，在國外可能就要酌收費用或是爲了某種目的了。也因為如此，我覺得大可不必這麼做，可以改換比較經濟實惠的方式。

我的建議是將規模縮小，次數增多。亦即場地可以不必選擇如環亞那麼豪華的地方，邀請的人員精減，以訂戶、紡織業、成衣界或某些專業人員爲對象，等有相當的實效後才考慮擴大，每年如同其他世界各地提供流行訊息的服務一樣，分春夏、秋冬兩次舉辦。

針對這次在環亞的幻燈片發表會，我個人有些意見。我覺得聲光效果很好，幻燈片的色彩、配樂都很美，拍攝技巧也很好。最大缺點是沒有明確的主題來發揮，未安排任何旁白解說，不容易讓一般觀眾抓住重點，服務效果就要大打折扣。此外，我覺得幻燈片的次序安排沒有做好。

芙蓉坊的最大優點應是掌握了第一手資料，最直接也最迅速，但是表現方法不够恰當，往往不容易讓人家了解，例如這次的秀，放映的幻燈片應就各重點分類，而不是採各家介紹，因為放映過的幻燈片結果還是刊登在雜誌上，而雜誌也有採各家介紹的方式，這樣做實在讓人家摸不著頭腦，搞不清楚這次做秀的主要目的是爲了什麼。

照理說，芙蓉坊這麼珍貴的第一手資料，應該有許多廠商來利用，實際上如何我不清楚，不過應不會太多。我覺得芙蓉坊的幻燈片應列入例行工作，採門戶開放政策，請專業人員來幫忙，徵詢大家意見，歸納成最有效的服務方式來實施，因為整日坐辦公室的人難免總有疏忽，不能面面俱到。

芙蓉坊這麼辛勤的工作，然而收穫與辛苦却不成比例，問題在那裏？追根究底應徹底檢討自己，宣傳、作業都有待改進。我的建議是類似此類的活動應多舉辦，借助活動讓人家認識自己的優點和長處，逐漸邁入專業化，建立權威。

禮蘭企劃部經理

黃人和

穿衣服，在1984年來說，已經不是單純的外在美的追求與表現，「流行」一詞，也不再是式樣、顏色或質料的集體嗜好，而是一種由外向內的時代性省悟所採取的多元化反映——反映在這個時代的空間之下，個人對生活多層次變化所採取的多樣感覺與態度。

二月25日（星期六）下午一點卅分，在環亞大飯店二樓的國際大會堂，芙蓉坊雜誌社很誠懇、很週到的把這些時裝的訊息，藉用一千零八十八張精美絕倫，風貌萬千的幻燈片，配合寬大的螢幕和一流的古典樂曲音響，向一百多位紳士淑女進行了一場美麗的傳達。雖然只是平面的彩色映像，然而現場所洋溢的強烈現代SHOW的氣氛，卻不亞於台北本地見過的現場時裝的展演效果，在整體動感的呈現上或許遜色，然而其所提供的訊息幅度和感染力，卻也有其獨到的成績。

這次發表會總共介紹了一九八四年春夏兩季，羅馬、巴黎等地，包括巴洛可、香奈兒、克麗斯汀迪奧、依夫聖羅蘭……等共52位名家的代表作，以地區風格來看，隨人文、地理與場合的不同自然而有不同的風貌，如果再進一步以個人的風格來看，則各家所演繹、表現的1984春夏服飾形態，則可謂琳琅滿目，令人目不暇給。在這些繽紛的形式中，正是各個服裝設計家，將其生活觀、美學觀、生活價值觀、時代感……藉由衣服的質、色、形，以及對比和組合，進行詮釋與呈現的不同結果。舉個例子來說，義大利著名畫家米羅（MIRO）的畫作套印裁製而成的春夏套裝組，能以愜意的穿著方式出現，是一種多麼高雅、詩意與獨特的生活方式！

芙蓉坊此次發表會，能以有限的場地和經費達到如此水準的表現，誠實不易，值得喝采，已確實的朝向「將世界的新裝結合台北」邁向了一步。然而整體的格調或許偏高，方式也許稍嫌「精緻」，對某些非時裝設計業的觀眾來說，可能曲高和寡、不易接受，下回如有機會舉辦類似發表會，建議加上每位設計師的觀念和特色說明，以便給觀眾一個較為明確的觀賞指引，相信不會再有人只以實用、美觀的角度觀賞。同時，還可以達到更大眾化的訊息傳達效果，讓「芙蓉坊的愛永遠最豐富」，成爲大眾傳誦的口語。

攝影師

蔡德隆 (電話訪問)：

我以一個攝影從業者的身份，來發表我的感想。

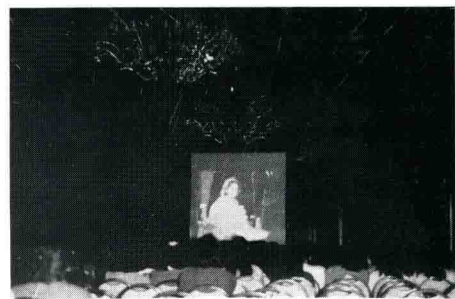
對於這次的幻燈片發表會，我個人覺得最大缺點是從頭到尾沒有任何解釋，說明爲什麼要放這些東西給大家看？主要用意是爲什麼？這些資料的珍貴又在那裏？我的感覺是好像主辦單位自顧自的在放幻燈片，現場觀眾有的是來看服裝的，有的是來看髮型、化粧、攝影或是流行色彩的，也有的是純粹來聽音樂的，因爲沒有旁白解說，而每個人想看的東西又不一樣，所以造成現場觀眾情感的疏離，引不起大家相同的共鳴，所以整體感覺是較沒有系統。附帶一提，音響太好聽，座位太舒服了，我注意到有幾個人睡著了。

這次放映的世界名牌很多，不過畢竟大部份的名牌在台灣還不普遍，大家比較熟悉的大概只有幾個大廠牌，因爲缺乏旁白解說，不了解它們的歷史，對它們的特色也就無法歸納，變成想看的人就看，看不懂的人就看不懂。此外，幻燈片跳的速度好像也太快了，想看的東西不能多留住片刻，實在有些不過癮！

這是芙蓉坊第一次對外公開發表自己的幻燈片資料，內容好像是集這幾年來的精華，非常豐富（編按：事實上是2月份歐洲發表的84/85最新流行訊息，邀請卡及場序上均有說明）。但是因爲沒有旁白引導，大家並不覺得特別珍貴。

我認識林總編輯好幾年了，一直都很敬佩他的精神，花費那麼多時間、金錢和心血，那麼賣力的工作，而社會大眾給他的回饋似乎太少了，我常常覺得芙蓉坊並不是在做生意，而是像個熱心的傳教士，可惜總是方法不對，變成宛如自己在窮過癮，實在很可惜！

我覺得芙蓉坊很需要一些專家學者來幫忙，使衆多寶貴的資料得以充分利用，這樣投下的心血才有效。下次如果再舉辦類似活動，我的建議是應找有力的機構來幫忙發佈消息，使聲勢浩大些，此外可以改用錄影機，或是使用多媒體淡入淡出的演出方式，效果應會更佳。



亞洲時裝設計師

林 定 立

首先，恭喜這次幻燈片展出的成功。芙蓉坊以公開式幻燈展，在國內可說是創舉，如此珍貴資料的提供，對服裝界及設計界可說是一大貢獻。

觀賞過幻燈展後，鄙人有一些淺見，想提供給大家做下次展出之參考：

1. 放幻燈片速度，每張可再延長2～3秒，如此可有助於記憶。
2. 男裝部份幾乎是秋冬裝，應增加一些春夏裝。
3. 由於放幻燈片的速度，有一定的限制（不宜太快或太慢），因此，不妨在現場將部份名牌，如（Y.S.L. Chanel, Givenchy, Christian Dior, Barocco, Valentino……等）以照片方式展出。如此可彌補幻燈片速度上的缺失，也可使觀賞者在觀賞之後，得到較多的收穫。不致於覺得在觀賞之後，印象一片模糊。

最後，附帶一點，希望貴刊能提供紐約方面的資料，如 Calvin Klein, Bill Blass, Oscar de la Renta, Halston……等名家作品，以供參考。多方面資料提供將有助於芙蓉坊之權威。

麗嬰房童裝發表會部分：

紡拓會設計師

康秀美

自去年下半年起，台北的流行服飾圈突然活躍起來了。不同單位、不同團體都熱衷於服裝 Show 的演出。而且可以很明顯地感覺到一些先進廠商們努力地在擺脫以往盲目追隨日本流行的作風，而以系列產品塑造屬於自己的風格與形象。然而站在專業的立場看來，遺憾的是這些服裝展示會仍多屬作 Show 性質。無法突破表演者與觀眾間的隔閡，對於引導流行與教育消費者如何穿著搭配，並未見實際效益。

二月廿五日受邀觀賞麗嬰房1984春夏童裝展。踏進會場的第一個印象是會場遠較我想像小得多了，再加上不高的舞台，一付典型的專業 house show 場面。我感覺無限親切。待我翻閱文字說明資料後，我不禁會心而笑。三個主題不僅明確，且確為整個流行趨勢中最適於作為發展童裝的依據。這是專家的專業手法呀！我迫不及待地想看看主題下的實際內容。

整個展示會最成功之處該是配樂的選擇。可愛的樂曲除了引導演出小朋友溶入情緒外，它還營造了整個會場的氣氛。台上台下的距離真正地縮短了。

若要指出這次展示會不够理想的地方，我想除了出場序的安排稍嫌零亂之外，就是配件處理得過於草率。尤其是鞋子尺碼、款式與色澤之不妥，實為美中不足。

至於產品本身，由於主題之明確，在設計上不至有海濶天空不知所歸之散亂。同時能取主題之精髓加以運用，而不拘於傳統，實屬不易。像叢林小英雄中構圖輕鬆，色彩運用靈活，完全摒除現實中叢林之陰深與冒險家之沈著。尤其是小朋友一轉身，臀部上方腰際的小圖案真是可愛又俏皮。設計師沒有忽略了小孩子最誘人憐愛的部位，實在難得。

站在為人之母的立場上看這次 Show，個人的感受是幸福的；而在專業的立場上看則是欣慰的。事實上，這的確是一場成功的展示會。這可以從展示結束後觀眾久久不願離席，會場沈浸在一片期待的靜默中看出。

走出會場，我沒有複雜難言的情緒，我輕鬆無比。這也是我樂於在最忙的時刻答應寫這篇觀後感的原因。

棉允公司負責人

洪清峰（電話訪問）：

身為一個布料原料商，必須時時了解客戶在做些什麼，最新流行趨勢是什麼，因此我經常在看秀。

這次參加由芙蓉坊企劃、麗嬰房主辦的童裝發表會，我覺得和以往台灣所舉辦的其他服裝秀最不一樣的地方是，品牌意味非常強烈、整體企劃性很好、音樂選曲十分恰當，極富專業化的水準。

以企劃來說，整體展出以牙買加假期、海洋、叢林系列為主題，經由音樂、照明、衣服、帽子表現出來，不同一般的服裝秀主題模糊，這是非常突出的一點。同時，選曲配樂大都是歐洲方面小朋友的歌曲，與展出的服裝相互呼應，頗有紅花配綠葉之效；儘管現場音樂銜接不當，有冷場現象，音響設備也不是很好，不過這是小缺點。

整場秀最成功的地方，我覺得還是將「麗嬰房」的品牌印象強烈的表現出來，深入每個觀眾心理，雖然可愛的小孩子搶去太多光采，讓大家忙著看小孩子，忽略了觀賞衣服，這是最大缺點。但是也因為小孩子太可愛了，散會後大家也許不太記得衣服的款式、色彩如何，不過大家都會記得「麗嬰房的小孩好可愛」，間接的消費者就會以穿麗嬰房的衣服為榮，而這正是達到了做秀目的——建立高品牌形象。



家庭主婦

吳如月（電話訪問）：

這次麗嬰房的發表會，我女兒也參與演出，所以我個人接觸比較多。我覺得小孩子表現得很好，把童裝可愛的一面完全表露無遺。前一天彩排還亂成一堆，我都還很擔心怎麼演出，沒想到小孩子上台後表現得那麼自然，真是出乎意料之外。

我覺得唯一的缺點是，看的家長對自家參與演出的小孩子太熱情了，全部擠到前面去，現場秩序太亂，這是比較美中不足的地方。



職業婦女

徐秀華（電話訪問）：

麗嬰房的服裝，一向比較簡單、淡雅，能夠表現小孩子細嫩的皮膚，所以我很喜歡。

台灣以前很少舉辦專門的童裝發表會，我覺得這次是個很大膽的嘗試，事實證明非常成功，小朋友表現得很純真、音樂以小朋友為主題，這些都是特色。只是時間上是不是早了一點？二月下旬大家還在穿冬裝，不會因為看到這件衣服不錯，就立刻去買來穿，這點好像應該多多考慮。





亞麻布帶給您回歸到自然生活

好的衣料

在製成一套衣服時，
持有豐富的表情，
對穿著的人
能給予華麗的新形象。
仕女們優美溫柔的氣質，
更須配上好的衣料，
亞麻布料
就是提供您達到這些要求。

亞麻織品的特點：

- (1)表面平滑光澤而富有舒涼感。
- (2)拉裂度強，俱穿著耐久性。
- (3)吸濕性高，耐熱性大。
- (4)濕潤強度大，散熱氣逸快。
- (5)耐鹼性良好，而無刺激性。
- (6)清潔與洗滌容易。

宜良纖維有限公司

(經營進口亞麻布紡織品)

公司：台北市西寧北路61號

☎(02) 531-2706 541-7258

(本圖片取材自Hiroko Koshino)

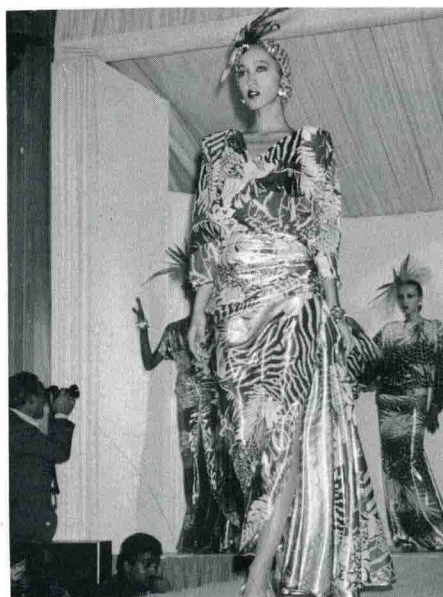
'84春夏巴黎·羅馬高級時裝展

註：法語 JOUR 為白天之意，SOIR 為夜晚。

JOUR 連身條紋洋裝，做寬大的圍裹設計，翻領線由肩領點到左方脇線止。腰帶斜繫於臀上。



SOIR 叢林色彩的長禮服，絲紗與緞的搭配應用，裙裝用自然褶及橫縮縐做設計。



巴洛可 Barocco

平肩、裙長膝下。不對稱的圍裹式設計，大翻領。腰處以腰帶或腰部輕輕繫住。

質料為棉、絲、緞、縐紗。

色彩為海軍藍、白、紅、金、叢林色彩。

莎麗 Sarli

平、寬肩線，高腰設計，不對稱大翻領，領子與袖子皆對褶。

質料為麻、軋嘑叮、緞。

色彩為中國藍、白、卡其、橄欖綠、黑。

JOUR 兩件式褲套裝、圓領短上衣，墊肩，袖山打褶，開襟處做不對設計。簡便的直筒藍長褲。



SOIR 斜肩白色長禮服，上身做個覆蓋式領形，領連接肩綳結，其上縫亮片。是整件禮服的重點。

