

# 百年法国时装业史话

——读迪迪埃·戈巴克《亲临风尚》

文 / 古 怡

时尚最为具体生动地预报着社会的变革以及审美观的变迁，时尚往往把复杂的抽象的社会关系具体化为我们的日常衣着，它也就是我们社会关系的通俗化化身。当然，在世界历史中，时尚并不是普遍性的，而是在特定历史与地域中产生的社会现象。时尚被认为最早产生于 14 世纪的西方文明，而当今席卷全球化的时尚正是这个来源发展的结果。值得注意的是，不同民族地域与时期，时尚的发展并不平衡，西方欧洲时尚的历史中，法国就拥有独特身份与地位，法国时尚的光环至今仍然闪耀。在过去的百年，法国时装业在制造方面，其价格、技术、顾客群与他国明显区别，有着独一无二的发展和运作。在精神趣味方面，法国时装代表着无上品位。《亲临风尚》就是一本帮助我们理解百年法国风尚的独特内涵的著作。其作者为法国高级时装公会主席迪迪埃·戈巴克，他以近半世纪在业界的亲身经历见证了法国时装业的百年历程，它讲述了百年法国时尚业的创意、演变及爆炸性改革的历史。

自 1993 年出版以来，《亲临风尚》长期作为法国高等服装教育的必修教材，一直饱受盛誉。应该说，百年时尚历史的复杂纷乱有目共睹，但戈巴克以史学者的严谨、经济学者的思维以及见证者身份却为我们把捉到时尚历史

的根本线索和规律。这些线索和规律往往被发现在各种纷繁芜杂的深层矛盾之中，他巧妙地把百年法国时尚历史中叱咤风云的品牌、人物以及众多鲜为人知的探索和观念变迁融入历史脉络之中。法国百年时装业主要由两个关键词组成，这就是高级时装业与成衣业。法国百年时尚正是见证了二者的此消彼长。在不同时期呈现出两者的对峙、冲突与交流。

## 对峙：

作为一种工业体系的两个分支，订制业和成衣业直到 20 世纪初还没有明确区分与定义。

直到 1910 年，法国订制时装业和成衣业宣告分道扬镳，而之前它们在企业里合作并存。高级时装业的前身就是传统裁缝师定制手工业。传统裁缝师仅仅负责按雇主要求制作，样式由行会师傅遵照传统式样，而时尚的特权往往由宫廷把持。直到 1848 年的革命后。被誉为“高级时装缔造者”的英国青年沃斯来到巴黎。他重新定义自己的工作重心：不是制作雇主已相好的式样，而是进行创新的设计发明。过去是“定制”，现在是“订制”，订制业由被动接受雇主要求转变为设计师主动为顾客创新设计。讲究不断创新设计的时装设计师的时代也由之开启。直到 1910 年定制时装、成衣及女

**基金项目：**教育部人文社会科学规划基金《当代服装时尚的身体问题研究》(12YJAZH100)；湖北省教育厅人文社科基金《汉派服装品牌感性价值体系模型研究》(2006Y216)

**作者简介：**古怡，武汉纺织大学服装学院副教授

装协会自行解体,成立了高级时装协会。高级时装业由此第一次完全独立。

服装制造业的发展,是成衣的起源,也是对时代批量服装生产需求的顺应。19世纪已最先开始男士西服套装的成衣化制造,女式成衣的批量生产出现在1900年左右。无论男女,都是式样简单、平庸,相当缺乏时尚因素。它主要满足了工人阶层相对稳定的生活方式。

高级时装业与成衣业分手后,它一直在努力建立自己的运行机制,使订制业与成衣业区别更加明显。诸如前者专为贵妇人设计,而后者为大众裁衣,往往各自发展自己的专长,订制业强调奢侈和工艺,鼎力创新;而成衣业则进一步将服装标准常规化。由此以来,两个行业形成联合执政的局面,并分别服务于两个界限分明具有不同需求和受到不同限制的社会阶层。

对高级时装业来说,订制业逐渐受到荣耀和盛名的青睐。订制业的成就归功于无与伦比的质量和名声显赫的手工业。但随着经济方面来自1929年危机的影响以及盗版、乏于管理等社会困境加速了订制业的下滑趋势。高级时装业变得更加商业化,而对于成衣制造业则逐渐成功开拓了新的客户群,成为当时生机勃勃的新兴产业。

### 冲突:

1943年,维希政府体系下,正式认可了时装行业特称:订制时装、订制时装设计师、创意订制时装以及高级时装。但是,高级时装业与成衣业的冲突也由此开始。作为至上品位代表的订制业,始终为保持着某种特权而固守,这种特权投射于一个等级制度森严、惯例不容动摇的社会。高级时装业的体系往往将它珍贵的客户、供应商、内部人员统筹在一个常规化的几十年如一日的操作系统中。一直珍视着独特品位,警惕着盗版问题。对于以质量为荣的高级时装业在追求数量的社会环境中,其生存空间自然是个问题。

当然,时代的进步也不断冲击着这种特权,高级时装业于1925年开始面对外国厂商销售“授权代理再生产服装款式”,订制变得通俗化起来。战后初期,时尚风气焕然一新,高级时装的盛名逐渐从工艺秘诀转向千变万化的时尚元素。这个行业不再仅仅是手工艺的行业。它开始越来越多接纳众多才华横溢的年轻设计师。到19世纪50年代“品牌名称”也加入到授权机制中。

无论反盗版法律,还是纺织品补助政策都无法挽回高级时装业的没落,面对残酷的现实,不得不寻找出路。为此,作为高级时装大师的迪奥于1948年开始转向高级成衣系列。并在进入50年代开始在销售上容许自己名下的商品在百货公司销售。成衣化操作中最具争议的是有关授权特许经营合同。这种品牌扩张,也自然招到非议,被指责为将高级时装品牌通俗化。而这种以批量生产满足要求的极端通俗化往往有系统地扼杀了“优雅”、扼杀着一项有百年历史的艺术行业。

在戈巴克看来,与他国相比,高级时装业与成衣业的冲突在此阶段尤为突出。他甚至认为法国错过了拥有国际最高水平、最大规模成衣工业的机会,原因在于高级时装业与成衣工业的合作仍没起步。高级时装设计大师们不想让他们的新款马上通俗化;而国外成衣业则势不可挡,他们向大师们购买新款,再由本国批量生产出高水平的产品。

战后的成衣业状况是大零售商与生产商逐渐分离各自为政,成衣生产商逐渐取得重要地位。成衣业进入一个爆发增长时期,到50年代末,成衣业已摆脱束缚,成为高级时装名义下的创意路线。60年代末高级定制时代向成衣时代过渡。60年代,设计师的声望与高级时装大师成衣系列的发展可谓同步而行。这两者受到同样狂热的崇拜。成衣业的巨大经济诱惑吸引着高级时装大师们的发展方向。大师们推出的成衣系列,也使得高级时装不再是唯一能让

女性穿着艺术和优雅的手段。这样即使高级时装业的技艺秘诀一直在行业中保持最高威望，它却不再是一个职业了。

#### 交流：

1973年，成衣与订制两个长期矛盾的行业在保持各自独立性的基础上重新走到一起，共同组成了法国高级时装、高级成衣及创意设计师公会。简称法国高级时装公会。在70年代，当高级时装设计大师带着他们的高级成衣走进成衣和创意设计师的世界，他们也受到了后者的感染，更尝试到成衣开发创意的乐趣。不断更新的设计，也是更有效地自我保护措施，这也会将盗版者永远抛在后面。高级时装业与成衣业的交流由此真正开始。

就社会环境而言，随着70年代的开放与自由贸易，外国品牌与外国设计师开始大举峰会法国。70年代的时尚业自然加入了国际新生力量，以瓦伦蒂洛为代表的意大利设计师们早已给国际市场带来巨大的影响力。而美国又涌现出一批日益强大的品牌。显而易见，巴黎高级时装已不再自称霸；但又因它登上过炉火纯青的极致，便只能是永远的和唯一的。

在70年代高级成衣已获得公众之心，而同时高级时装似乎被淹没了。高级时装大师在时尚管理上的欠缺、高级时装业创意产业的赤字促进了大师们开始使创意通俗化、成衣化的运作。时尚现在出现在街头，也一样是由年轻设计师所掌握着。聪明的设计师也意识到要将自己的才华施展于成衣设计中，高级时装逐渐将演变成为它的成衣系列的实验室。那些不想在高级时装领域有所作为的商家，同样也选择这个时期开创自己的成衣系列定位在时尚创意设计领域。事实上，70年代创意设计师因其

成衣设计而得到与高级时装设计师同等的知名度与同等地位。

随时尚创意设计得到认可，1980年以来，风格顾问成为新行业的核心角色，艺术总监、公关总监、设计总监及产品总监，那些外围的工作室则丧失了原先无所不能的专业优势。不可逆转的民主化市场表明了一个审美价值和道德观都在趋同的世界里，所有文化都趋于混合和交融。1993年创意时尚取代了高级时装的地位，面对着高级时装或成衣同样的世界。时尚的关键由“高级”转向“创意”。时装只是愉悦个人，表现自我独特个体的象征。这显然无关过去强调的“特权”与“阶层”。并且，现在的订制业与成衣业越来越相似。由于生产和技术都不断臻于完善，高档成衣在后整理程序上可以达到原有高级时装的效果，带给同样优雅精致的作品。这并不表明高级时装走向衰亡，它只是简单演变为成衣业中最奢侈的部分。

法国时装业的百年历程无疑是纷繁复杂而又光彩夺目的。它的独特魅力也给我们诸多的启示。首先是运行良好的行业协会体系在时装业的发展中起到良好的引导、监督以及协调作用。其次是开放多元化的发展模式具备试验性、探索性特点，这种特点保证了法国时装业永葆活力。最后是对自身传统的理性态度，这也保证了法国时装业在国际影响、全球化浪潮中能趋利避害。

#### 参考文献：

[1][法]迪迪埃·戈巴克：《亲临风尚[M]》。长沙：湖南美术出版社，2007。

(收稿日期：2014年2月20日)