

為何法國巴黎位居世界時尚之都

著名的日本時裝設計師高田賢三 (Kenzo Takada) 回憶起他在滿懷理想的 20 多歲時乘輪船從海上抵達法國時的感受說：「前往巴黎是我的夢想。」這位全球時尚品牌 Kenzo (中文譯為凱卓) 的創始人承認，儘管倫敦在上世紀 60 年代中期是一個「充滿活力非常令人感興趣」的國際大都會，但他嚮往的，並不是生機勃勃也很新潮的英國首都，而是世界花都巴黎。「我在日本長大成人，想要進入這個行業時，那個時候時尚真的在巴黎……我一心一意要去這個時尚之都。」

對巴黎之時尚如此著迷，高田並非唯一一人。儘管在 1950 年代末，巴黎面臨著來自倫敦和紐約的競爭，而且法國時裝的十年「黃金時代」已經結束，但那時的許多人與高田一樣認為，如果全球有個時尚之都，那仍然應該是巴黎。正如高田的同名品牌 Kenzo 仍然坐落在號稱為「光之城」(City of Lights) 的巴黎一樣，紐約時裝學院 (New York's Fashion Institute of Technology) 正在舉辦的一場展覽的焦點仍然是巴黎。巴黎迄今仍被視為集全球時尚大成之都。但是原因何在？是什麼讓法國人如此時髦？

法國時尚的歷史實際發端於巴黎郊外的凡爾賽宮 (Versailles)。在法王路易十四 (1643-1715) 統治期間，法國宮廷在藝術和時尚上投入了大量資金。後世來凡爾賽宮參觀的遊客不僅會被自號為「太陽王」(Sun King) 的路易十四，也會被凡爾賽宮的眾多廷臣及仕女的華麗服裝迷得眼花繚亂。正是太陽王和他的廷臣仕女們引領了法國國內和整個歐洲的時尚潮流。紐約時裝學院策劃的展覽《時尚之都——巴黎》其策展人及介紹此展覽之書籍的編輯瓦萊麗·斯蒂爾 (Valerie Steele) 博士表示，這種對時尚的強調並非僅源自美學。她告訴 BBC 時尚欄目，「權力的舞台非常重要。路易十四想確保他及其朝臣的形象能符合他企圖打造現代的、強大的、文明的君主的形象，要使自己看起來不再只是一位中世紀騎士國王，而是一個帶有所有神話含義的真正的『太陽王』。顯然，要達到這個目的，華麗時尚和禮儀性服飾……就是其中的重要部分。」

路易十四在服飾上的投資成效巨大，他被視為完美的君主樣板。斯蒂爾說：「每個人都希望模仿路易十四的衣著儀容和行為。」然而，路易十四關心的不僅僅是軟實力和文化品牌。路易十四和他的財政部長讓·巴蒂斯特·科爾貝爾 (Jean-Baptiste Colbert) 在服裝時尚中也看到了巨大的經濟潛力。因此，群臣一起努力阻止外國參與競爭，極力保護法國的紡織業，並為紡織業提供了大量的資金。「科爾貝爾說，『時尚之於法國，就像秘魯的金礦之於西班牙一樣。』」斯蒂爾說：「這種 (信念) 會成為他們經濟議程的中心，可說是傑出的遠見，因為三個半世紀後的今天，這依然如此。服飾時尚仍然是法國經濟的一大支柱。」

路易十四死後，凡爾賽宮的廷臣們開始在巴黎消磨時光。再加上瑪麗·安東尼 (Marie Antoinette) 王后等時尚偶像的出現，這讓許多人，如斯蒂爾在展覽手冊中所寫的，將巴黎與「時尚和感官享受」視為一體。法國大革命的爆發可能讓巴黎時尚曾中斷一時，但由於在革命後期巴黎出現推崇時尚的貴族次文化，在服飾上追求新奇的時髦男女，即法文中所謂的「incroyables et merveilleuses」，服裝時尚潮流並沒有被法國人遺忘。法國人以懷舊和傾慕之心情，至少在文化風格上，重新回顧法國大革命前的波旁王朝傳統，只是時間早遲的問題。

時尚的強權

在法蘭西第一帝國 (First French Empire) 告終後，儘管法國已戰敗，其世界上最偉大的超級大國之頭銜，已轉手給了英國，但法國在時尚方面的優勢，以及所有形式的高雅文化依然存在。倫敦以男裝著稱，而巴黎則專注於女性時裝。法國時尚的核心是稱之為巴黎仕女 (la Parisienne) 的理念，即完美優雅的巴黎女性，時髦、有教養、有頭腦，而巴黎這個詞在法文中也是陰性名詞，甚至巴黎這個城市也被看作是擬人化的女子。儘管享

有盛名，但法國時裝的經營規模一直很小，直到 19 世紀中葉，英國時裝設計師查爾斯·弗雷德里克·沃斯 (Charles Frederick Worth) 在巴黎開設了時裝店才為之改觀。斯蒂爾說，在巴黎「當時有很多服裝設計師，但他們大多是小規模的工匠。」

沃斯引入高級時裝的概念，給法國時裝業帶來了一場革命。在法國這個國家，這是第一次大規模生產高級時裝。不過，沃斯後來不講大規模生產，而是提倡高級定制時裝。沃斯還為此成立了巴黎時裝協會 (Chambre Syndicale)，為法國時裝業提供監管和框架。斯蒂爾表示，時裝協會的成立「肯定是將 (高級定制時裝) 與同期興起的法國百貨商店出售的第一批成衣時裝區分開來的手法。他聲稱 (高級定制時裝) 是一種藝術形式，他是一位藝術家。」

如今，高級定制時裝現通常是指高端奢侈品時裝，但在法國，以及整個時尚圈，這一概念還要嚴格得多，只適用於滿足嚴格標準的時裝設計師的作品。不過，與流行的看法相反，高級定制服裝不一定是獨一無二的。斯蒂爾說：「高級定制時裝不是獨一無二的，雖然為你量身定做，但款式並不是只有這一套。」

法國在普法戰爭 (Franco-Prussian War, 1870-1871) 被德國人打敗，以及隨後的社會主義革命者短暫奪取政權的巴黎公社 (Paris Commune) 革命失敗後，法國再次發揮路易十四的精神，將高級定制時裝作為一種文化軟實力。儘管法國人顯然不再是歐洲最重要的經濟或政治強國，但他們至少擁有自己的文化和時裝。倫敦大學皇家霍洛威學院 (Royal Holloway University) 博士大衛·吉爾伯特 (David Gilbert) 在一篇題為《巴黎、紐約、倫敦、米蘭：巴黎和時尚之都的世界秩序》的文章中，這樣寫道：「在遭受普法戰爭的軍事羞辱和隨後 1871 年巴黎公社的創傷後，大力提倡時裝系統，這不是巧合。」吉爾伯特接著說：「法蘭西第三共和國統治下的巴黎時尚……是法國對外重申其權力和影響力的一部分。」正如斯蒂爾所言，為了在世界舞台上重新確立自己的地位，法國人「將法國與文明劃等號，將德國與野蠻劃等號，而這樣的觀念已成為法國長期民族精神的一部分。」

法國人應該讓太陽王感到驕傲。在 20 世紀初葉和中葉，即使兩次世界大戰為法國帶來巨大災難，已是無可爭議的世界經濟中心的紐約，在很大程度上還必須從巴黎獲取時尚的靈感。吉爾伯特在他的文章中寫道：「巴黎時裝協會大力宣揚巴黎女性時尚品味卓越超群的觀念，其歷久不衰的力量來自這樣的現象，即其他國際都市推廣時尚和媒體報道時會對這種觀念照單全收，幾乎視為是天經地義，不需質疑或批評。沒有任何地方比『20 世紀之都』的紐約更能彰顯巴黎時裝在本地和更廣泛的時尚領域的影響力和意義。」

像紐約這樣雄心萬丈、實力強大的國際大都會，竟然把巴黎時尚看得高於自己的時尚，看起來似乎有些奇怪。不過正如斯蒂爾迅即指出的那樣，看似奇怪，但不難理解。她說：「許多 (美國) 雜誌，如《Vogue》和《時尚芭莎》(Harper's Bazaar)，讀者都是社會上流人士。這些名流到訪巴黎，購買高級定制服裝已幾十年……他們為此不惜一擲千金。」斯蒂爾還提到，全球有很多人「將法國時尚與魅力相聯想」，對此迷戀不已。話雖如此，法國時裝在美國的流行也是一把利刃兼有的雙刃劍，現廉價的法國高級定制時裝複製品比比皆是，許多北美人士願意接受遠低於真貨的價格購買這些盜版貨。斯蒂爾說：「你知道，一件從紐約或柏林買來的便宜貨小黑裙，(看起來) 和香奈兒的高級定製版非常的相似。」

黃金時代

在 20 世紀 40 年代末和 50 年代初，克里斯汀·迪奧 (Christian Dior)、「可可」·香奈兒 (Gabrielle 'Coco' Chanel) 和休伯特·德·紀梵希 (Hubert de Givenchy) 等設計師開創了如今稱為法國時尚「黃金時代」的潮流，毫無疑



問，巴黎在女性時裝的潮流中是傲視群雄。然而，到了 60 年代中期，潮流開始有變，在瑪麗·昆特 (Mary Quant) 等設計師的領導下，倫敦發生了時尚界的「青年震盪」，到 70 年代和 80 年代，米蘭和東京崛起，成為新的時尚之都。如果說許多日本設計師仿效高田賢三「叛逆」到法國，算是平息了來自東方的威脅，巴黎在 80 年代和 90 年代儘管出現克里斯汀·拉克魯瓦 (Christian Lacroix) 和讓·保羅·高提耶 (Jean-Paul Gaultier) 等著名設計師，掀起巴黎時尚的文藝復興，但面臨來自倫敦和紐約新老競爭對手的壓力也越來越大。斯蒂爾說法國「也一直在奮力反擊。」

通過軟實力和文化品牌，高級定制時裝的出現，法國人對法國時尚的堅持不懈的推廣，以及海外時尚評論家和追隨者對法國時尚的無限推崇，巴黎似乎享有無可質疑的時尚美譽。但是今天，考慮到倫敦、米蘭和紐約等城市的時尚潮流之地位，以及時尚產業的日益全球化，正如高田賢三所說，「(時尚) 幾乎遍布全世界」，此時此刻，巴黎仍然能夠稱之為世界時尚之都嗎？

根據斯蒂爾的說法，由於種種因由，巴黎仍然享有國際時尚之都的聲譽。首先，世界上一些最著名的時尚集團的總部都匯聚於巴黎。她說：「時尚不再是許多小型獨立企業各自獨立打天下的形勢，而是跨國大企業集團的生意。」全球幾乎所有的奢侈品大集團，如路威酩軒 (LVMH)、開雲 (Kering) 等，儘管收購了意大利公司，並投資英國公司和美國公司，但總部均設在巴黎。斯蒂爾還相信，巴黎的時裝秀的水準高於其他城市的時裝秀。「去米蘭並沒有那麼令人興奮。我的意思是，紐約是一個令人驚奇的地方，但時裝秀就沒有巴黎時裝秀那樣充滿魅力和激情。」

巴黎設計師艾格尼絲·b (Agnès b) 贊同斯蒂爾的說法。她告訴 BBC 設計欄目：「他們在米蘭、倫敦和紐約都做過嘗試，到處都辦過時裝秀，但肯定靈感都來自巴黎。」另一位在巴黎工作的設計師伊莎貝爾·瑪朗 (Isabel Marant) 在評價巴黎作為世界時尚之都的地位時，也持同樣的觀點，指出巴黎時裝表演之盛大令人嘆為觀止。瑪朗說：「在巴黎的時裝周，通過時裝表演的素質和水平引領時尚的方式，是獨步天下。」

大型時尚奢侈品跨國集團總部設在巴黎，以及當代巴黎時裝秀的無與倫比，無疑是值得考慮的重要因素。然而，或許歷史才是巴黎一直被視為全球時尚之都的關鍵因素，不論這種歷史淵源是有理有據的事實，還是



法國人和其他與法國時尚有關者巧妙營銷的結果。艾格尼絲·b 說：「法國一直在…… (介紹) 穿衣服的新潮流。我們法國人已經引領了潮流很長一段時間。」瑪朗表示贊同說：「法國有偉大的文化遺產。」她在接受 BBC 採訪時，提到了保羅·波烈 (Paul Poiret)、艾爾莎·夏帕瑞麗 (Elsa Schiaparelli) 和香奈兒等設計師，稱讚他們「創造了新潮流，受到舉世的讚賞」。正如艾格尼絲·b 所指出的：「現在有了新一代設計師，但我認為巴黎的時尚氛圍依然如故。」

不論巴黎過往的時裝歷史有多麼燦爛耀眼，但強調到這種程度似乎也有些奇怪。不過正如吉爾伯特文章所說：「21 世紀的時尚之都的地位不僅與服裝實際的設計和生產有關，還與聲譽、期望、歷史遺產和傳統有關……深遠而長久的象徵關聯也會產生切實的經濟和文化影響。」而斯蒂爾說得稍微輕鬆一些，「講資格的法則真的很重要。如果你是歷史最悠久的時尚之都，並且久負盛名，那麼即或你跌跌碰碰遭受很多挫折，但結果仍然是『哦，是的，仍然是最好的！』」

鑒於上述理據，很難否認巴黎作為時尚之都的至高無上地位。那麼，未來的前景會如何？認為巴黎為世界時尚之都的人是否會認為這個至尊頭銜有一天也會被其他城市取而代之？「當然，任何事情都可能改變，」斯蒂爾表示。她認為，鑒於中國日益增長的經濟影響力，上海可能是一個競爭者。此外，儘管高田賢三和瑪朗並沒有特別提到哪個城市具有競爭力，但兩人也提到時裝業在國際上的競爭日益激烈，時裝秀在世界各地越來越多。瑪朗承認，「許多城市 (也) 展現出令人很感興趣的時尚風格和時尚才華。」如果真有那一天的話，考慮到文化遺產和歷史在造就時尚之都的巨大作用，被譽為「世界時尚女王」的巴黎似乎不太可能在短期內走下寶座退位讓賢。

保險服務中心

代理多家公司・代尋最佳保費

直撥 314-363-8435 傳真 314-828-4008
2187 Pardoroyal, St. Louis, MO 63131

汽車

Auto

房屋

House

商業

Commercial

健康

Health

人壽

Life

餐館

Restaurant

紅藍卡長者保險

Medicare

奧巴馬醫保

Obamacare

陸勤

John Lu

通國、粵、英語

Email: johnlurx@gmail.com



屋頂、外牆因風暴受損，不知如何和保險公司交涉！

我們提供一條龍的服務，從評估、估價、代表您與保險公司交涉、批准與安裝。



- ★商業及住家屋頂維修更換
- ★住家外牆更換安裝
- ★接雨溝及排雨管維修更換
- ★風暴損壞修理

認真、可靠、完善的服務

Cell: 309-299-4588 West
wesheinz24@gmail.com