倾听大师……

世界100位时装设计师语录

冯泽民　赵静　冯骢　魏祥　编著

化学工业出版社

☆☆☆☆☆☆

优雅不在服装上，而是在神情中。——[illegible]夫·圣·洛朗

我想要做到最好，不仅要引领时尚[illegible]造时尚。——汤姆·福特

我想要通过时尚达到一种反时尚，我一直朝自己的方向前进。——山本耀司

设计不应该用东方或西方的元素来划分，但获取灵感的途径可以不受限制。——安[illegible]赤

设计师的角色是要了解大家此刻的情绪，表达当下的心情，而不是设计没有感觉、可有可无的[illegible]

时装已死，现在的时装店都只靠配件续命。连香榭丽舍大道的时装名店，都是挂时装之名，实[illegible]

ISBN 978-7-122-03038-2

9 787122 030382 >

定价：48.00元

销售分类建议：服饰文化



倾听大师……

世界100位时装设计师语录

冯泽民　赵 静　冯 骢　魏 祥　编著

化学工业出版社

·北 京·

时装设计师在时尚王国里演绎出一个又一个的神话，他们到底是怎样一群人？怎么创造出的作品？又何以获得成功？让我们走进他们的工作和生活，倾听他们对设计的见解、对时尚的观点、对灵感的汲取、对文化的态度、对人生的感悟等。通过与本书100位著名时装设计师的交流，相信你对时装设计会有更深层次的认识和领悟。本书收录多达1100条语录，所有对时装和设计感兴趣的人都应拥有这本书，它是时尚的宝典，带你游走时尚之精华。

图书在版编目（CIP）数据

倾听大师…… 世界100位时装设计师语录/冯泽民，赵静，冯骢，魏祥编著. —北京：化学工业出版社，2008.8
ISBN 978-7-122-03038-2

Ⅰ.倾… Ⅱ.①冯…②赵…③冯…④魏… Ⅲ.服装设计师-生平事迹-世界-现代 Ⅳ.K815.72

中国版本图书馆CIP数据核字（2008）第077353号

责任编辑：王蔚霞　高　雅　　装帧设计：胡丽莎　林　茂
责任校对：王素芹

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街13号　邮政编码100011）
印　　刷：化学工业出版社印刷厂
装　　订：三河市万龙印装有限公司
880mm×1230mm　1/24　印张10½　字数251千字　2008年9月北京第1版第1次印刷

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686）　售后服务：010-64518899
网　　址：http://www.cip.com.cn
凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定　　价：48.00元

版权所有　违者必究

前言

倾听大师……

十九世纪中叶，当被后人尊称为“时装设计师之父”的英国青年查尔斯·沃斯（Charles Worth，1825—1895）在法国巴黎开设服装店，成为第一个真正意义上的时装设计师时，他或许不会想到这一举动会成为服装史上里程碑式的事件，更不会想到在他之后的一个多世纪里，时装设计师的出现给人类近现代社会的衣生活带来何等深刻的影响与变化。

今天，当我们面对精彩纷呈的时装潮流，面对都市里追逐时尚的男男女女，可以毫不夸张地说，生活中如果没有时装设计师，就如同思想界里没有了哲学家，社会活动中没有了革命家一样，人们的生活将会是另外一番景象。毋庸置疑，正是设计师们哲人般睿智的头脑，革命家一样的创新精神，装点了人们的衣柜，丰富了人们的生活，为着装者找到了一种个性、情感、思想、价值观甚至生活方式的表达方法。同时，亦加速了时尚产业的进程。

在我们周围，时尚的拥蹙者早已习惯去商场、专卖店挑选自己喜爱的服装，在各种时尚杂志中了解最新时尚资讯，寻找最“in”的穿衣装扮，通过24小时连续播放的“FTV”节目欣赏设计师的作品……时装设计师，尤其是著名时装设计师的一言一行成为左右时尚的风向标。

现代工业催生了时装设计师，现代文明又将其推上了时尚的风口浪尖，他们在时装王国里演绎出一个又一个的时尚神话。人们不禁会问：他们到底是怎样一群人？他们何以获得成功？这些设计作品又是如何被创造出来的……这本展现在读者面前的设计师语录或许会帮助人们解答这些问题。古语有“言为心声”之说，倾听大师们的内心独白有助于我们更好地解除心中的疑虑。其娓娓道来的言语，朴实无华，却从另外一个角度揭示了他们对设计真谛的传达，对时尚观念的见解，对灵感来源的获得，对团队合作的应用，对传统文化的态度，对人生本质的感悟……这些无不是构成其成功的重要因素。书中言简意赅的语言及其代表作品，将一个有血有肉的设计师栩栩如生地呈现在我们眼前。

前言

书中所涉及的设计师，尽管他们生活在不同的年代，其社会背景、文化修养也不尽相同，有的来自西方文化圈，有的则属于东方文化圈，更有中西合璧者；有的经过系统的专业学习，有的则半路出家；有的在经典时装屋大展身手，有的则坚持在自己的品牌里耕耘……但，共同的是他们的努力都曾在时尚的舞台上发出了自己的声音，并得到人们的认可和赞赏。读此书，就如同在与大师进行心灵沟通。

倾听……让我们发现，他们热爱生活与自然，每一件小事都可以成为创作的灵感来源；他们感恩亲人与朋友，认为自己的成功与他们密不可分；他们喜欢并善于与他人合作，这是工作顺利进行的保证；他们更多看重设计的过程，并从中享受快乐……

倾听……更让我们发现，他们不仅有灵巧的双手、熟练的技巧、聪慧的眼光，更有睿智的头脑和火热的情怀。今日之时装设计师，不仅是塑造服装美、人体美的面料雕塑师，也是社会文化、时代背景的直接传达者。因为他们，时装不光是物质生活的组成部分，更是人类精神文明的反映和载体。

本书收录有100位世界著名时装设计师的1100余条语录及其背景资料，他们中有的虽已去世，但留下了隽美的经典；有的已退休，却依旧是人们记忆的永恒；有的正处于创作生命的巅峰，对时尚进行着孜孜不倦的追求；有的则是极具天赋的后起之秀，不断的给我们创造惊喜。他们共同为我们谱写了一部当代时装进行曲。请静静地聆听吧，希望他们的片言只字能给每一位读者带来一点启示和心灵的碰撞。

在编撰此书的过程中，得到化学工业出版社编辑的大力支持和全面指导，胡丽莎对此书版面进行了精心的设计与编排，在此，一并表示衷心的感谢！

编　者

2008年5月

目录

1 Agnès B. 阿格尼丝·比 002
2 Alber Elbaz 阿勒贝·艾尔巴仕 004
3 Alberta Ferretti 艾伯塔·弗雷蒂 006
4 Alexander McQueen 亚历山大·麦克奎恩 008
5 Angela Missoni 安琪拉·米索尼 012
6 Ann Demeulemeester 安·德姆斯泰尔 014
7 Anna Molinari 安娜·莫琳娜瑞 016
8 Anna Sui 安娜·苏 018
9 Antonio Berardi 安东尼奥·伯哈蒂 020
10 Antonio Marras 安东尼奥·玛哈斯 022
11 Azzedine Alaia 阿泽蒂纳·阿莱亚 024
12 Barbaba Bui 芭巴巴·布 026
13 Bernhard Willhelm 伯纳德·威廉汉姆 028
14 Calvin Klein 卡尔文·克莱恩 030
15 Carlo Rivetti 卡罗·利维蒂 034
16 Christian Dior 克里斯汀·迪奥 036
17 Christian Lacroix 克里斯汀·拉克鲁瓦 040
18 Christophe Lemaire 克利斯多夫·勒迈尔 044
19 Christopher Bailey 克里斯多夫·佰利 046
20 Coco Chanel 可可·夏奈尔 050
21 Consuelo Castiglioni 康素多·卡迪里奥尼 054
22-23 Dean & Dan Caten 迪恩和丹·卡特 056
24 Dires Van Noten 德赖斯·范诺顿 058
25 Dirk Bikkembergs 达克·毕盖帕克 060
26-27 Domenico Dolce & Stefano Gabbana 多梅尼科·多尔切与史蒂凡诺·加班纳 062
28 Donatella Versace 多娜泰拉·范思哲 066
29 Donna Karan 唐娜·卡伦 068
30 Emanuel Ungaro 伊曼纽尔·恩加罗 072
31 Ennio Capasa 恩尼奥·卡帕萨 074
32 Franco Moschino 弗兰科·莫斯基诺 076
33 Frida Giannini 弗里达·贾里尼 078
34 Giambattista Valli 迦玛蒂斯塔·沃利 080
35 Gianfranco Ferre 詹弗兰科·费雷 082
36 Gianni Versace 詹尼·范思哲 086
37 Gilles Rosier 吉尔·罗斯尔 088
38 Giorgio Armani 乔治·阿玛尼 090
39 Hannae Mori 森英惠 094
40 Hedi Slimane 喜迪·史利曼 096
41 Helmut Lang 赫尔缪·朗 098
42 Hubert de Givenchy 休伯特·德·纪梵希 100
43 Hussein Chalayan 侯赛因·卡拉扬 102
44 Issey Miyake 三宅一生 106
45 Italo Zucchelli 意达罗·祖凯利 110
46 Jean Colonna 让·克罗纳 112
47 Jean Paul Gaultier 让·保罗·戈尔捷 114
48 Jean Toitou 让·托透 118
49 Jil Sander 简·桑德 120
50 Jimmy Choo 周仰杰 122
51 Joe Casely-Hayford 乔·凯斯利·海福德 124

目录

52 John Galiano 约翰·加利亚诺 126
53 Julien Macdonald 于连·麦可当劳 130
54 Junya Watanabe 渡边淳弥 132
55 Karl Lagerfeld 卡尔·拉格菲尔德 134
56 Kenzo Takada 高田贤三 138
57 Lutz 卢兹 140
58 Marc Jacobs 马克·雅各布 142
59-60 Marithe+Francois Girbaud 玛丽特和弗兰克斯·吉伯德 144
61 Martin Margiela 马丁·马吉拉 146
62 Mathew Williamson 马修·威廉姆森 148
63 Max Azria 马克斯·阿瑞亚 150
64 Michael Kors 迈克尔·科斯 152
65 Milan Vukmirovic 米兰·维克罗维奇 154
66 Miuccia Prada 缪西亚·普拉达 156
67 Neil Barrett 尼尔·巴纳特 160
68 Nicolas Ghesquière 尼古拉斯·基斯奎耶尔 162
69 Nigo 长尾智明 166
70 Olivier Theyskens 奥利弗·雷斯肯斯 168
71 Paul Marciano 保罗·玛奇亚诺 170
72 Paul Poiret 保罗·布瓦列特 172
73 Paul Smith 保罗·史密斯 174
74 Phoebe Philo 菲庇·斐洛 176
75 Pierre Cardin 皮尔·卡丹 178
76 Raf Simons 拉夫·西蒙斯 182
77 Ralph Lauren 拉尔夫·劳伦 184
78 Rei Kawakubo 川久保玲 188
79 Renzo Rosso 伦佐·罗索 192
80 Rick Owens 尼可·欧文 194
81 Roberto Cavalli 罗伯特·卡瓦利 196
82 Rossella Jardini 罗斯拉·加蒂尼 198
83 Silvia Venturini Fendi 斯尔维亚·梵特莉尼·芬迪 200
84 Sonia Rykiel 索尼亚·里基尔 202
85 Stella McCartney 斯特拉·麦卡尼 204
86 Tom Ford 汤姆·福特 206
87 Tomas Maier 托马斯·玛尔. 210
88 Tommy Hilfiger 汤米·希尔菲格 212
89 Valentino Garavani 瓦伦蒂洛·加拉瓦尼 214
90 Vera Wang 王微微 216
91 Veronique Branquinho 维罗尼卡·布朗昆 218
92-93 Viktor Horsting & Rolf Snoeren 维克多·赫斯丁与罗夫·史罗文 220
94 Vivienne Tam 谭燕玉 222
95 Vivienne Westwood 维维恩·韦斯特伍德 224
96 Walter Van Beirendonck 沃尔特·范·拜兰德克 228
97 Wichy Hassan 维奇·汉森 230
98 Yohji Yamamoto 山本耀司 232
99 Yves Saint Laurent 伊夫·圣·洛朗 236
100 Zac Posen 扎克·伯森 240
附录 设计师索引 242
参考文献 246

AGNÈS B.

BARBABA BUI

CALVIN KLEIN

DEAN & DAN CATEN



EMANUEL UNGARO

FRANCO MOSCHINO

GIAMBATTISTA VALLI

ISSEY MIYAKE

... ...

>>

No.01

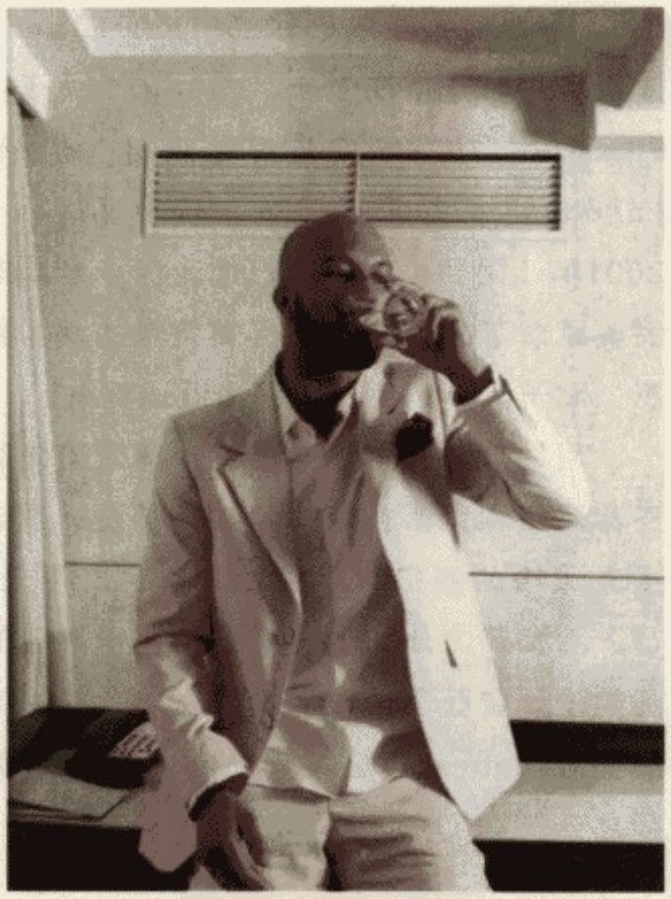
阿格尼丝·比（Agnès B.） 1941年出生于法国凡尔赛，原名Nee Agnes Trouble，毕业于法国国立高等美术学院。曾为法国版ELLE担任助理编辑，之后在Dorothee Bis品牌做过短期的设计助理。1975年，阿格尼丝·比在巴黎开设了第一家时装店，创立品牌Agnès B.，从此奠定了她在时装界的地位。阿格尼丝·比的风格集现代、脆弱、明确于一体。她用简单、随性的剪裁，深沉优雅的色调，纯良的质材，提供穿着者快乐、自然、适意的惬意氛围。她从不哗众取宠，也不求博得大众眼光，深受那些不跟随流行的另一派时尚中人的喜爱，被人们亲切地誉为法国精品品牌“平易近人版”。尽管现在全世界拥有100多家店，阿格尼丝·比却不愿意使用广告作宣传。今天，阿格尼丝·比将触角伸向了全世界的每一个角落，她同时还是一个摄影师、电影制作人和艺术品收藏者。

Beauty is all a kind of feeling of harmonious.

美是一切和谐的感觉。



AGNÈS B.



- 简单代表着利落的剪裁、衣料的质感、耐穿且永不退出流行。
- 服装应该能使人快乐、轻松、充满自信。
- 想穿什么就穿什么，穿出个性，随意搭配，任凭自己的情绪创造自己的风格，这就是“穿衣哲学”。
- 我倒宁愿以“衣服”来代替“流行”。因为自己是最了解自己的人，每个人都应该能作自己的设计师。
- 广告只是将人视为消费者，使人变得盲目，失去个人风格。
- 全世界的女性都有了大幅的转变，现代女性更懂得选择，更不浪费生命，不再像只笼中鸟般的毫无主见。
- 我并不想做一名出类拔萃的设计师。
- 美丽是一种抽象的感觉，每位女性都有其特殊之美，也应该展露出来。
- 我很享受我的工作，给模特穿上衣服走秀就像小时候给娃娃打扮一样。



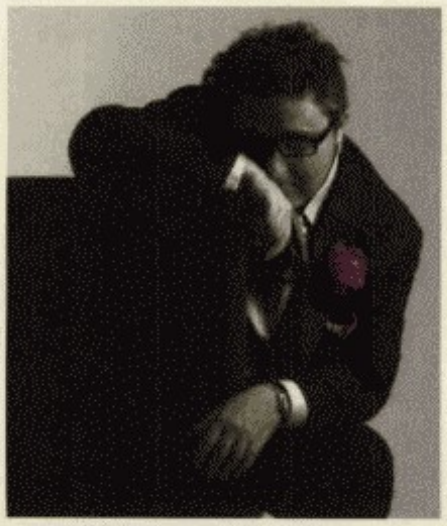
No.02

阿勒贝·艾尔巴仕（Alber Elbaz）1961年出生于北非摩洛哥的著名小城卡萨布兰卡，1986年毕业于Shenker College of Texitile and Fashion。1989年曾为美国设计师Geoffrey Beene工作。1996年担任Guy Laroche创意总监。之后，曾担任Yves Saint Laurent、Kriza的设计师。2001年，阿勒贝·艾尔巴仕受任于老牌时装屋Lanvin（创立于1885年），在完美承袭了Lanvin优雅经典传统的同时融入了其创新、丰富、多变的设计灵感，赋予其新的生命力并由此而闻名。

阿勒贝·艾尔巴仕的设计理念趋向简约，他认为时装本身就具有生命。实穿风格和灵活多变的题材是其设计理念的完美表达。艾尔巴仕既是新极简主义风格的拥护者与实践者，也是率先将装饰主义运用于成衣的服装设计师。除女装之外，他曾专致于芭蕾舞鞋的设计，目前还兼任男装设计。其非凡的设计曾获美国时装设计师协会（CFDA）“国际设计师奖”的殊荣，更被美国版Vogue杂志总编辑Anna Wintour誉为的“当今世界三大顶级时装设计师之一”。

I guess it's the search for perfection from season to season that moves me forward.

我想我的动力就是一季一季不断地追求完美。



ALBER ELBAZ

设计与工作



- 对我来说，最重要的是一件衣服应该能让人穿着舒服，然后方能被出售。
- 我喜欢了解女人，我的设计是献给我所喜爱的女人们的。
- 高级时装是具有创新意义，并且代表流行的时装。运用不同方式的裁剪和特殊的面料，是设计师创新能力的一种表现形式，并不一定非得要非常繁复的手工和装饰。
- 手工制作的时装和机器做出来的时装截然不同，裁缝师会在时装上倾注他们的感情，那种情感是不能复制的。
- 我追求的是轻松、舒适和行走间优雅的节奏，因此喜欢柔软的材质，无拘无束地显现女性的温婉特质。
- 设计让不同阶层，不同年龄的妇女穿上我设计的衣服，穿出她们自己的风格。
- 我不想把服装仅仅当成舞台表演装来做。与其激起别人的反感，还不如给人一个惊喜。



思想与生活

- 美是持续不断的，但时尚不是。
- 我想把古典和雅致的风格介绍给新一代。我不想做的太酷，毕竟我不是一个赶时髦的人。
- 我从来没有真正满意过我自己。
- 我的座右铭是：否定你自己。

No.03

艾伯塔·弗雷蒂（Alberta Ferretti）1950年出生于意大利，以经营自己的小店起家，24岁便拥有了自己的品牌。1980年与其兄弟Ulassimo成立了家庭公司“Aeffe”。1984年“Aeffe”开始在米兰时装周发布作品并推出二线品牌Philosphy。艾伯塔·弗雷蒂既是位优秀的设计师也是个有才能的管理者。今天，Aeffe已经发展成为意大利极具影响的时尚集团，占据着奢侈品市场的重要地位。

艾伯塔·弗雷蒂擅长运用梦幻少女的雪纺纱与带点浪漫的波西米亚民俗风情进行设计，使其作品浑然天成，不带任何矫揉造作，仿佛女神般的神秘与超脱。他的作品充满了女性特殊的浪漫品味：细致的造型，古老的装饰，简洁的线条。“和谐、统一”是其品牌最好的诠释，在20多年的经营中，艾伯塔·弗雷蒂一直固守典雅迷人的路线，被称为米兰的“雪纺王后”。如今，女性化风潮再次席卷时尚界，相信使女人靠“媚”取胜的艾伯塔·弗雷蒂必定会迎来设计生涯的又一个高峰。

I try to transform a dream's magic into reality.

我尽我所能把梦想的奇幻变为现实。



ALBERTA FERRETTI

设计与工作

- 我的设计理念是尽量强调女性的个性和优雅。
- 我的工作是富有挑战的，刺激的，另人满意的。
- 从一片云朵到女性的一个手势都会给我灵感。情感上的一次触动，听过的一个故事都是我设计时所想到的。
- 用一种具体的，可识别的意识形态来强调属于某一组织的服装上的独特风格，这时我们才能说时装有政治意义。
- 与人合作是很必要的，它促使你继续前进。
- 没有过程就没有结果，结果出自于过程和结果的联合。





思想与生活

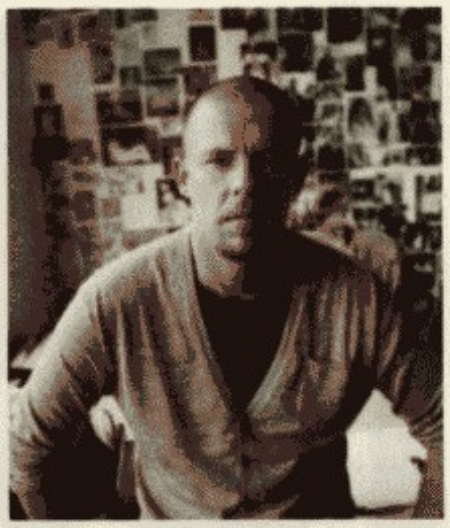
- 衣服和穿着它的女性共同创造出了和谐的美。
- 当我看到我母亲在她的工作室里设计时，我就想成为一名设计师，也是在那里，我开始喜欢上了面料和服装。
- 每天的生活都是一种经历，对我来说都很重要。



No.04

亚历山大·麦克奎恩（Alexander McQueen）1969年出生于伦敦东部一个出租车司机之家。16岁时，作为一名裁缝师学徒受训于伦敦以度身订制的手工而闻名的Savile Row街。20岁投身名师Romeo Gigli门下，负责服装的图案设计。1992年进入伦敦圣马丁艺术学院修读时装设计，毕业后迅速成为英伦炙手可热的设计师。1996～2000年，麦克奎恩曾担任Givenchy的主设计师。如今，麦克奎恩全力打造自己的个人品牌Alexander McQueen，及二线McQ-Alexander McQueen成衣系列。

麦克奎恩才华横溢，放荡不羁，具有典型的不列颠冷漠傲慢的本质。他敢做敢为，思维活跃、超常的想象力无人能比，设计上常打破传统美学的框架，将廉价的成衣感觉植入高级时装的体系中，充满戏剧性的效果。麦克奎恩对于裁剪和服装结构也有着深刻的理解，在进行款式设计的同时他创造性地把握空间的延展和变化，常以挑逗性或带有色情味的小细节来冲淡其严肃性；在配饰与舞台设计方面更是别出心裁。他每年的时装秀都是对时装界新一轮的挑战与颠覆，其天马行空的想象力及那副剪开传统禁忌的魔术剪刀赢得了全世界的关注，因此他被称为“时尚界的坏小子”。1996年，麦克奎恩被评选为英国年度最佳设计师，成为有史以来最年轻的当选者；1997年、2001年，又两次获得此项殊荣；1999年，获得了美国VOGUE年度最新锐设计师大奖。



I use things that people want to hide in their heads. War, religion, sex: things we all think about but don't bring to the forefront. But I do and I force them to watch it.

我设计隐藏在人们头脑深处的东西。战争，宗教，性爱：这些我们经常想起却不敢表达。但是我会迫使人们去正视它。

ALEXANDRE MCQUEEN







- 我希望能够设计出一款超越时代界限的衣服，在100年的时间里它都可以被展出。你可以在古董店里买到它，就如你以前在我的时装店里买一样。
- 有很多东西都可以让我产生灵感——比如不嫌贫爱富，不随大流。
- 我还有许多没有做到的事情，处于潮流尖端就永远没有满足的那一天。
- 怪诞绝伦就是在实施一种想法时追求更高的质量。在对时装式样进行解构之前，还必须善于解构，否则就会搞出荒谬的东西。比如马丁·马吉拉或川久保玲能够把一件衣服完全拆开，然后重新缝好。即使他们重新缝好的衣服和原来的不尽相同，这仍然是一种技艺高超、十分优雅的练习。
- 性感是一堆垃圾!我之所以设计那款低腰裤，根本就是为了拉长女人身体的比例。
- 在我的时装发布会中，你能获得你参加摇滚音乐会时所获得的一切——动力、刺激、喧闹和激情。
- 我以一颗唯美的心态在街头捕捉灵感。
- 时尚与我们生活的政治和社会环境有直接的联系，我们的穿着象征着我们生活的环境。但是我相信结果常常会与我们期待的相反——经济萧条，空想盛行。
- 纪梵希的工作经历让我明白，只有好的公司才能造就好的设计师，让手工活成为一种艺术。
- T台秀要与市场零售紧密相连，这是我一直坚持的观点。





- 我从来不想和拉格菲尔德居住在同一个世界，我也不打算开始做一个对流行谄媚的势利鬼。
- 如果人们总盼着我拿出震惊天下的展示，他们就是白痴。
- 我非常喜欢新闻摄影，我想当新闻记者。我喜欢真实。
- 反叛或者卓尔不群就是美。
- 人与人之间最重要的是信任和被信任。
- 我一直在寻找自己最为完美的平衡点。现在，我正在向这个目标前进：我已经找到了我的顾客群，我可以通过戏剧化的表演创造出很多效果。



No.05

安琪拉·米索尼（Angela Missoni）1958年出生于意大利米兰，18岁就开始参与家族品牌Missoni的女装设计，言传身教的经验让她对从设计到销售的步骤谙熟于胸。80年代初，步入婚姻殿堂的安琪拉逐渐淡出了家族生意，成为3个孩子的母亲。重出江湖以后，再度受到意大利时装界的极大关注。

Missoni是少数以家族经营方式而持续至今的流行品牌。“色彩+条纹+针织”是Missoni万花筒里的基本元素，不同的组合和搭配展现了针织服装精彩绝伦的非凡面貌。安琪拉的设计承继了其父母的色彩风格，保留了传统的精髓，利用光和色彩的关系，在款式和整体造型上融入了更多时尚元素，赋予服装清新、感性和动感。安琪拉不仅为Missoni带来了极大的活力与变化，也让Missoni的女人拥有千变万化的形象，永远活色生香。安琪拉继任后还为米索尼品牌扩展了家居品牌Missoni HOME，在其执掌期间，Missoni再一次以经典的针织系列赢得了全球时装界的广泛关注。

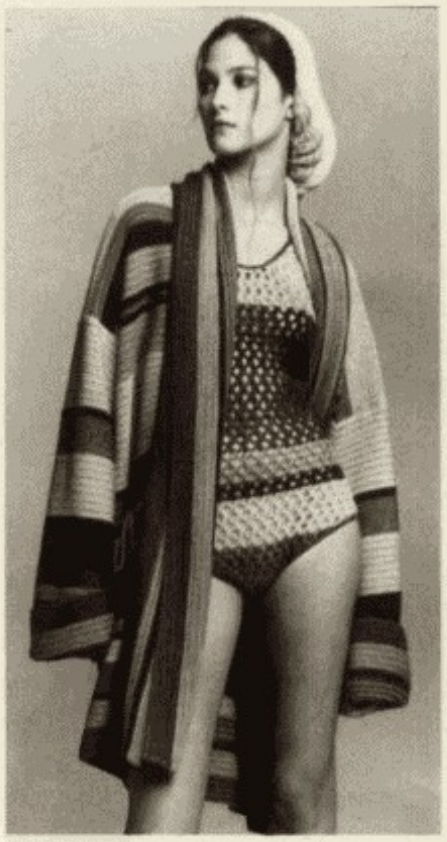


I grew up with my parents work.

我和我父母的作品一起长大。

ANGELA MISSONI

设计与工作



- 色彩的某种和谐总是贯穿在Missoni的品牌风格里。
- 自从我们进入这一行业，就想把每一件衣服设计成一件艺术品，妇女因喜欢它而购买，而不是因为它在流行中，她应觉得这件衣服永远可以穿着。
- 开始时我们是以条纹出名的，但应当承认我们当时没有可做另外式样的机器。
- 时尚是女性地位的一种反映，它讲述了很多女性的自由。它是一种表达的方式或者是一个沟通的渠道：一些时尚品牌的权威能够吸引公众的注意以及反映我们的社会或文化的问题。
- 在Missoni品牌里，某些事情是一种意向，同时也是种思维方式。
- 生活本身总可以给我灵感，最能给我灵感的是人们对于我设计的服装的诠释以及重新解释。
- 如果公众喜欢你设计的衣服，你会感到很高兴；如果公众不喜欢，你的公司可能明天就会倒闭，这是很重要的事情，但这不会影响我下一季的设计。

思想与生活



- 有缺陷的美比“完美”更美。
- 我喜欢和别人探讨、分享一些想法，这对我非常重要。
- 我希望能够继续前进，但要保持50年来我父母创造的传统。
- 过程可以让你继续保持向前，但结果只是短暂的一刹那。
- 对我来说，所有这些都是相关的：我的情感，我的爱人，我的生活，我的孩子，我的工作……
- 我的母亲对我的影响很大，通过看她工作和做她的助手学到了很多，但我仍有自己的处世方式。
- 我尽力让我设计的衣服穿起来舒适，让它体现一种自由，舒适即是自由。

NO.06

安·德姆斯泰尔（Ann Demeulemeester）1959年出生于比利时，1981年毕业于安特卫普皇家艺术学院，是著名的“安特卫普六君子”之一。1985年，与丈夫Patrick Robyn一起创立了个人品牌“Ann Demeulemeester”，1992年她的女装系列首次在巴黎发布，1996年开始涉足男装领域。安·德姆斯泰尔的设计以黑白为主，被描述为在诗歌和摇滚乐的分界线上取得了平衡。纷繁的层次，独特的材质，阴暗的色调，厚重的皮靴，勾勒出安·德姆斯泰尔“摇滚诗人”般的设计才华。她的服装带有男、女各自特有的属性，贴上了雌雄同体的标签。服饰中散发着情绪化、慵懒的美学观，极具现代浪漫感，被美国时装媒体称为“Queen Ann”。今天，安·德姆斯泰尔的产品已遍及全世界30个国家和地区。

Fashion is a reason “to be”, because in fashion you can find new kinds of expressions about human beings.

时尚是“存在”的原因，在时尚中你能找到关于人类新的表达方式。



ANN DEMEULEMEESTER

设计与工作

- 对我来说，时装是一门复杂的语言，我的风格是强硬而不失敏感，严肃但从不苛刻。
- 我不想创造些挂在墙上欣赏，或仅供走秀的衣物，时装的终极目标是被穿着。
- 我尝试将运动与时装结合在一起，最终所呈现的效果，便是一部分身体是裸露的。





思想与生活

- 女人并非是芭比娃娃，女人之所以称之为女人，必定同时兼具女性气质与男性气质。
- 对我而言，“中性化”并不成立，我并没有把女人当男人来打扮，而是自然而然地添加进了男性气质的元素。
- 美是不断地再定义，它是当你发现它的时候所感受到的快乐感觉。
- 我的工作就是永无止境的寻找。
- 衣服永远不可能比人重要。
- 我是个很严肃的人，我不想人们看起来像只盛装打扮的狗那样荒谬。
- 我们并不缺衣服，这个世界已经有了足够的衣服。



No.07

安娜·莫琳娜瑞（Anna Molinari） 1949年生于意大利卡布里岛，从小在母亲的教导下培养了对时尚的极大兴趣。1977年，同丈夫Gianpaolo Tarabini创立了个人品牌Blumarine。1981年，在米兰时装周的第一次作品发布引起了很大反响。1986年的米兰时装周她以“Anna Molinari per Blumarine ”的作品发布赢得了时装界的肯定和关注。如今，旗下有Blumarine ，Anna Molinari，以年青女孩为目标的“BluGirl”和以男士为目标的“Blumarine Uomo”等品牌线。

专注设计、仔细经营和传达正确的形象使Blumarine在女装中拥有广泛的顾客群。设计中刺绣、印花、蕾丝、亮片以及配饰的运用，都让安娜完美表达出女性对细节的喜爱。其服装风格就如同她名字的缩写A-n-n-a M-o-l-i-n-a-r-i：Attractive吸引力、Natural自然、Neutral粉色调、Acid科技色彩、Modern摩登、Organdy闪亮材质、Lacy蕾丝、In a continuous play of contrast对比效果的运用、Nuances细微的色彩差别、A passionate and flamboyant character随心所欲的变化色彩，Romance罗曼蒂克、Impulsive易运动的。玫瑰和豹纹是安娜·莫琳娜瑞的代表符号，其本人更被誉为“玫瑰王后”。在米兰一贯的理性与冷静中，安娜·莫琳娜瑞以其绝对女性化的柔美、浪漫设计成为时尚界的一朵奇葩。



Fashion is art and it must remain a dream that materializes in beautiful clothes, free of any scheme.

时尚是一种艺术，它必须有一个梦想，就是创造美丽的衣服，不能拘泥于任何形式。

ANNA MOLINARI

设计与工作

- 我喜欢透过文字去抒发情感，述说着感觉，像是在设计创作时的手绘草稿，只是抒发的方式不同，一种是图画，一种是文字。
- 品牌要有强烈的态度与特质，并维持不断的研究，才能发展下去。
- 我不喜欢“精确”和“高雅”——我觉得混乱更有趣些。
- 我所有的经历都对我后来的工作造成了影响，我确信人们能从时装秀里体会出我的感觉来。
- 任何东西都可以给我灵感。如一幅画，一场电影，开满鲜花的花园，自然的色彩，街上行走的人们，一首歌……



- 穿著Blumarine的女人应该是乐观、甜蜜而且浪漫、性感的，不仅是现代的都会女子，更是一个热爱生命、具有自信心的成功女性。
- 设计是一种我对生活的选择，它给我的生活带来了极大的满足，也带来了无限的麻烦。不管怎样，除了我的家庭，工作代表我的一切。
- 善良，宽容，慷慨才是真正的美。
- 我向往全人类的自由，并不是那种无约束的自由，而是人们可以过一种很幸福的生活。
- 爱，是相当广泛的，包括各种层次的爱，如懂得去爱所有的人与被爱；坚强，是面对一切事情的发生，都要能继续走下去；而勇气，则是把自己撑起来，让自己有继续走下去的勇气。世界不是永远美丽、顺畅的，要有力量坚强地站起来，勇敢面对一切。



思想与生活

No.08

安娜·苏（Anna Sui） 1955年生于美国底特律，是第三代美国华裔移民，原名萧志美。70年代就读于纽约帕森设计学院，毕业后曾做过自由设计师和造型师。1991年在纽约举办第一次作品发布会，被媒体誉为高级时装与嬉皮风格的混合体。1995年以二线品牌“Sui”打入欧洲市场。现在，Anna Sui已经拥有服装、服饰配件、化妆品、香水、家居用品等系列产品，并在世界的许多地方有专卖店。

安娜·苏的设计大胆且略带一种毫不在意世俗的眼光，擅长从大杂烩般的艺术形态中寻找灵感；喜欢强烈的色彩对比，紫、红、黑是她最喜爱运用的三种颜色；其作品注重细节，喜欢装饰，刺绣、花边、烫钻、绣珠、毛皮等一切华丽的装饰都是其设计语言。她的作品中洋溢着浓郁的复古气息和绚丽奢华的独特气质，充满梦幻的感觉。安娜·苏有“时尚界的魔法师”之美誉，服装中呈现出华丽与繁复既是一种对传统的颠覆，也是一种现实的调解，让我们深切感受到了来自血液的自由精神。

People who go to my fashion shows kinds go to a rock concert.

人们来我的时装秀就像去了摇滚音乐会。



ANNA SUI

设计与工作



- 人们觉得我的设计给人一种浪漫和女性化的感觉，因为总是有很多小饰物装饰其上。我喜欢民俗和经典，所以总有那些元素在我的设计中体现。
- 很久以前我就体会到设计是一个过程，不是一蹴而就的——你得多琢磨，才能得到一个你想要的最终结果。你琢磨得越多，你的作品就越可能成为理想的作品。
- 设计并不容易，却是创造性过程的一部分。
- 设计不应该用东方或西方的元素来划分，但获取灵感的途径可以不受限制。
- 个性应该是最重要的，我追求的不是完美，而是好玩和梦幻。让人们觉得穿上我的服装，或是用我的产品化妆，能够有一种愉快的心情，这比完美更重要。
- 母亲赋予了我创作灵感和艺术细胞，父亲赋予了我实践性和逻辑性。

思想与生活

- 对美的评价标准有很多，每样事物都有它美的地方。
- 我想每一个人都会希望自己年轻，但我没有局限我的消费者在一个范围内，所有渴望美与梦想的人都会喜欢我不同的作品。
- 做时装设计师是世界上最好的工作，我可以将所有的想象或感兴趣的东西都归入到我的设计当中。比如今年春夏的假期风格，就是因为我想去度假，于是在我的设计中呈现出了假日风情，海滨晚会，让我好似度了一次美妙的假期!
- 我的父母是中国人，我出生在美国，在美国读书，在欧洲、亚洲工作，这些让我有了“国际化”的背景，可以更容易接受许多不同的文化；而且由于肤色外貌的不同，更容易被人记住，从西方社会跳脱出来。我们要善于利用自己的不同之处并转化成帮助自己成功的力量。

NO.09

安东尼奥·伯哈蒂（Antonio Berardi） 1968年出生于英国格拉汉姆，9岁时曾积攒零花钱去购得一件Armani衬衫。1993年毕业于伦敦圣马丁艺术设计学院，进修前曾在约翰·加利亚诺的工作室做过助手。1994年，安东尼奥·伯哈蒂创立了自己的品牌，之后一年推出了首场作品发布会。1998～1999年，曾为意大利时装屋Ruffo Research做过设计。2001年安东尼奥·伯哈蒂接管了Exte的设计工作，亦有不俗的表现。作为一个罗马天主教徒，安东尼奥·伯哈蒂深受意大利文化的熏陶，喜爱用传统的外形和天主教的符号元素进行设计，将概念与优雅，时尚与风骚完美地糅合在一起。露腿、露肩、露胸、露臀都是安东尼奥·伯哈蒂最擅长的“伎俩”，作品中无不流露出高超的裁剪技术和公认的性感作风。此外，安东尼奥·伯哈蒂还是一位技艺高超的造型师，他不凡想象力总能引起轰动。

My work is really a celebration of the female from I like visible sexiness. I like tits and ass.

我的工作真的是对女性形体的称颂。我喜欢一目了然的性感。

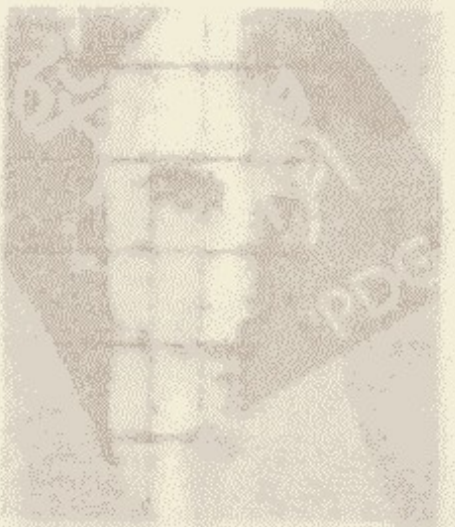


ANTONIO BERARDI

- 我喜欢曲线，它是区别女人和男人的根本所在。
- 最终的结果非常重要，否则它会给你带来坏的影响。但是对我来说，组织创作一个系列服装，选择面料是我最看重的。
- 设计对我来说并不困难，人们总是告诉我不要在某些东西上花太多的心思。我不是那种有一个创意就围绕它做200套衣服的人。
- 灵感更多的是关于人或者物的灵魂，我喜欢把截然相反的东西结合在一起。



- 人内在的美比外在的多。
- 我做衣服，和世界上所有地方的裁缝做衣服并没有不同。服装从来不是用来改变任何人的生活的。它们可能会在报纸或者杂志上出现，但是到了最后，谁在乎呢。它们只是衣服而已，我们却经常忘记了这一点。
- 忠于自己，不要听太多别人要什么。
- 任何事都慢慢来，不要被你最初看到的东西所迷惑。
- 我在英格兰长大，父母非常严厉，他们有着50年代西西里岛的生活观念，两种文化（英国和意大利）的融合深深地影响了我。有时候人们喜欢一个设计师是因为他会走到T台上做秀，但是我并不是这样的人。我一直只是把自己当成一个设计师。不幸的是，我们生活在一个名人的时代。

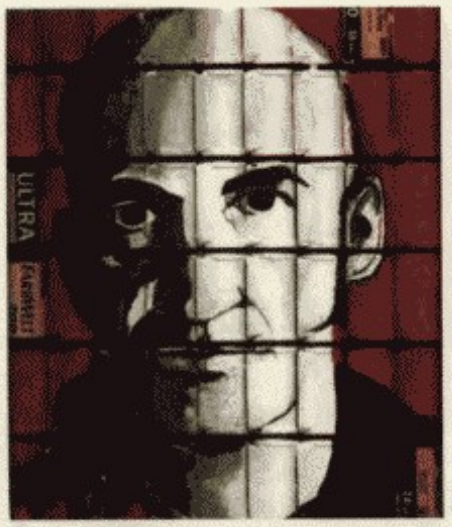


No.10

安东尼奥·玛哈斯（Antonio Marras） 1961年生于意大利的阿尔盖罗，从小在祖父时装店中耳濡目染长大。1987年，未经过系统学习的安东尼奥满怀热情步入了时装业。1996年，推出系列高级订做服。1999年，以个人名义推出Laboratoire系列女装，以华丽、飘逸、充满民族气息的风格让人耳目一新。2002年6月，推出了男装成衣系列，进一步巩固了自己在国际设计师舞台上的地位。2003年9月，安东尼奥成为Kenzo女装的艺术总监，以其敏锐、个性与才能将品牌带入了一个新的视角，让走入低谷的Kenzo重新成为时尚风向标。安东尼奥现掌舵Kenzo及个人品牌Antonio Marras，其每季的创作都带给人们目不暇接的视觉享受。

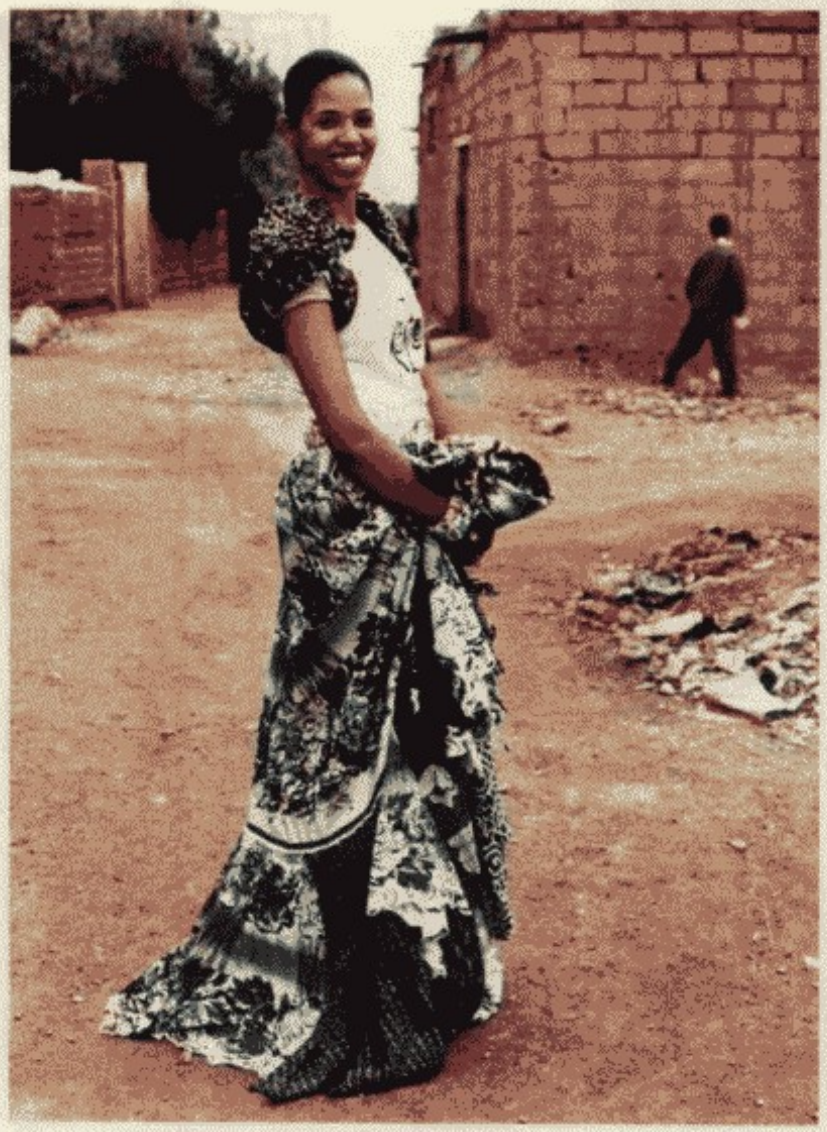
Every single is a piece of my heart.

我的每一件作品都是我的心血结晶。



ANTONIO MARRAS





- 设计不是工作而是一种生活方式，一个在兴趣，热情，爱好，任务，家庭，合作方面没有界限的世界。
- 我的设计是独一无二的，它们灵感都是从复古的戏装或者手工艺品中得到的。
- 设计中我会抽出不同文化的精髓，加上花卉、图案、条纹等元素，混和一起再重新组合，运用心思设计出另一面貌，这才是Kenzo的风格。
- 我喜欢用自己的方式将看上去完全不同类型的风格混在一起，组合成自然的诗意。
- 我讨厌定义和商标，我的作品是我对喜爱的东西的表达。
- 我只为今天工作，从不想明天。



NO.11

阿泽蒂纳·阿莱亚（Azzedine Alaia） 1940出生于突尼斯，毕业于当地的Ecole des Beaux-Arts学院。毕业后，曾在Guy Laroche工作过两个季度，学习了手工制作技巧。1960～1965年阿泽蒂纳·阿莱亚任职于Blegiers家族，为他们设计了融合巴黎迷人特色的服装。当他自己创业时，已经积累了大批忠诚的顾客。阿泽蒂纳成功地抓住了女人性感的本质。不受市场和女人本身口味变化莫测的影响，坚持站在男人的立场上，用男人的眼光打造女人。在20世纪80年代阿泽蒂纳已是“时髦”的同义词，他的名字本身就带着诗意、颓废、异国情调和非同一般的审美。如今，阿泽蒂纳已取得了世界范围的成功。2000年，阿泽蒂纳·阿莱亚加入Prada集团，开始了奢侈品集团下的运营模式。同年，在纽约举办了自己的个人展。

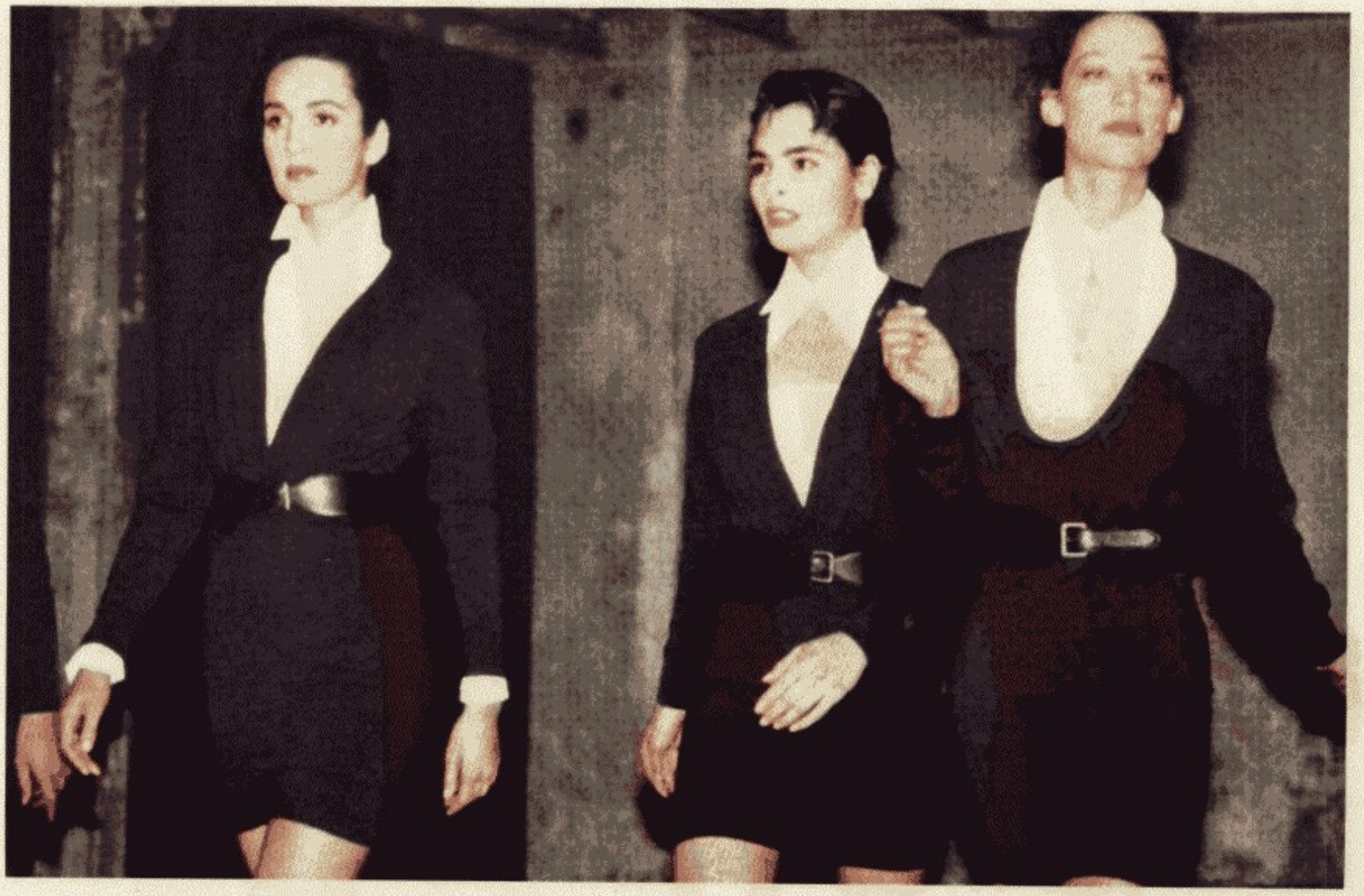
Perfection is never achieved, so you need to go on working.

完美不是一蹴而就的，需要不断探寻。



AZZEDINE ALAIA

- 女性身体本身是最好的曲线。
- 时尚是一种你与生俱来的东西，不是后天可以学到的。
- 若不是为了吸引人，女人谁会花大价钱买一条裙子？难道这不就是时装的要义吗？



No.12

芭巴巴·布（Barbaba Bui） 1957年出生于法国巴黎，母亲是法国人，父亲是越南人，曾获英国文学硕士学位。1983年打入时尚界，开了一家自己名为“Kabuki”的专卖店，意为日本的歌舞伎，充分表现了她对于日本传统表演艺术的热爱。最开始，芭巴巴是其他设计师的零售商，4年后，开始在店里销售自己的设计作品。1988年，在国际舞台上展示了她的第一个服装系列。同年，在巴黎开了第一家专卖店。芭巴巴·布的设计中展现的是清晰的线条和不合拍的娇媚，并调和了各种文化和文明。强势和优雅是芭巴巴·布工作的主要核心，多用精致的刺绣和粗糙的皮革强调女性的双面性。1998年，开设二线Barbaba Bui Initials。1999年，她将事业中心移到纽约，在鞋子及手袋的销售上大获成功。



A designer must be open-minded. You can't withdraw into yourself.

设计师必须兼容并蓄，不能沉溺在自己的世界里不能自己。

BARBABA BUI



- 我的服装是为那些优雅而充满斗志的现代女性设计的，她们的美自然天成，无需矫饰。
- 设计是困难的，但总有些奇妙的瞬间，正是这个瞬间驱使我不断前进。
- 我的工作就是要表达出女性的真实和感觉。
- 和来自于全世界各个领域的伙伴一起工作很重要，在时尚界，你必须有开阔的头脑。
- 美是简单的存在，内在的美不会依靠外在的形式。

NO.13

伯纳德·威廉汉姆（Bernhard Willhelm） 1972年出生于德国。曾在University of Tier修读时装设计课程。1994年，在比利时安特卫普皇家艺术学院修读艺术，在校期间，曾担任亚历山大·麦克奎恩及维维恩·韦斯特伍德等设计师的助手。1998年，成立个人品牌“Bernhard Willhelm”，迅速上升为时尚偶像。“表达愚蠢的自由”是伯纳德安身立命之本，大胆用色及夸张剪裁是他最擅长演绎的。其前卫另类的设计风格中，常充满着乡村及童真味道与幽默感。面对其夸张而刺激，无视“规矩”且恣意“杂糅”的作品，主流媒体戏称伯纳德·威廉汉姆为时装设计界“搞怪军团”的主力军。

The most important lesson I've learned is, be kind.

在设计这条路上，我学到最重要的一课就是仁慈。



BERNHARD WILLHELM

- 90年代崇尚直线审美。我希望在未来的若干年里，可以带来更立体的审美。
- 漂亮的事物从来不重要。我勾画浓烈的意象，并将之制作出来。
- 在德国，作为一个“外国人”其实是个契机，可以自由表达愚蠢的一面。当你离开自己的文化时，便得以用全新的视角来观望周遭的一切。
- 在面料上下功夫，在二维平面上做研究，往往能激发出新的灵感。
- 我喜欢差异。不同的种族在我眼里是同等的。如果人们发现自己隶属于某个种族，那很好。去理解不同种族的差异，可以让时装变得有趣。



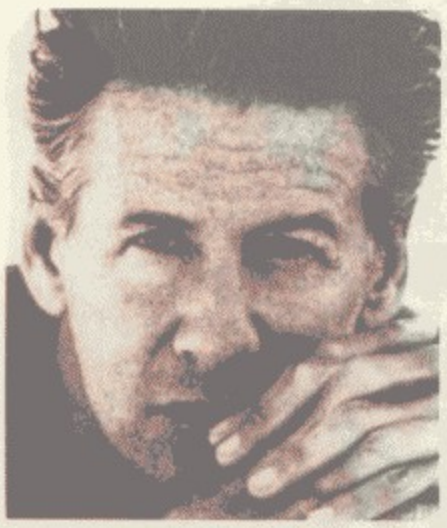
No.14

卡尔文·克莱恩（Calvin Klein） 1942年出生于美国纽约，毕业于美国纽约时装学院。1962-1964年，任Dan Millstein的助理设计师。1964-1968年，成为自由设计师。1968年，创办了Calvin Klein公司，以其牛仔和内衣系列最为著名。1999年，克莱恩卖掉了自己的设计室，但仍拥有旗下Calvin Klein、CK Calvin Klein、Calvin Klein Jeans三大品牌。

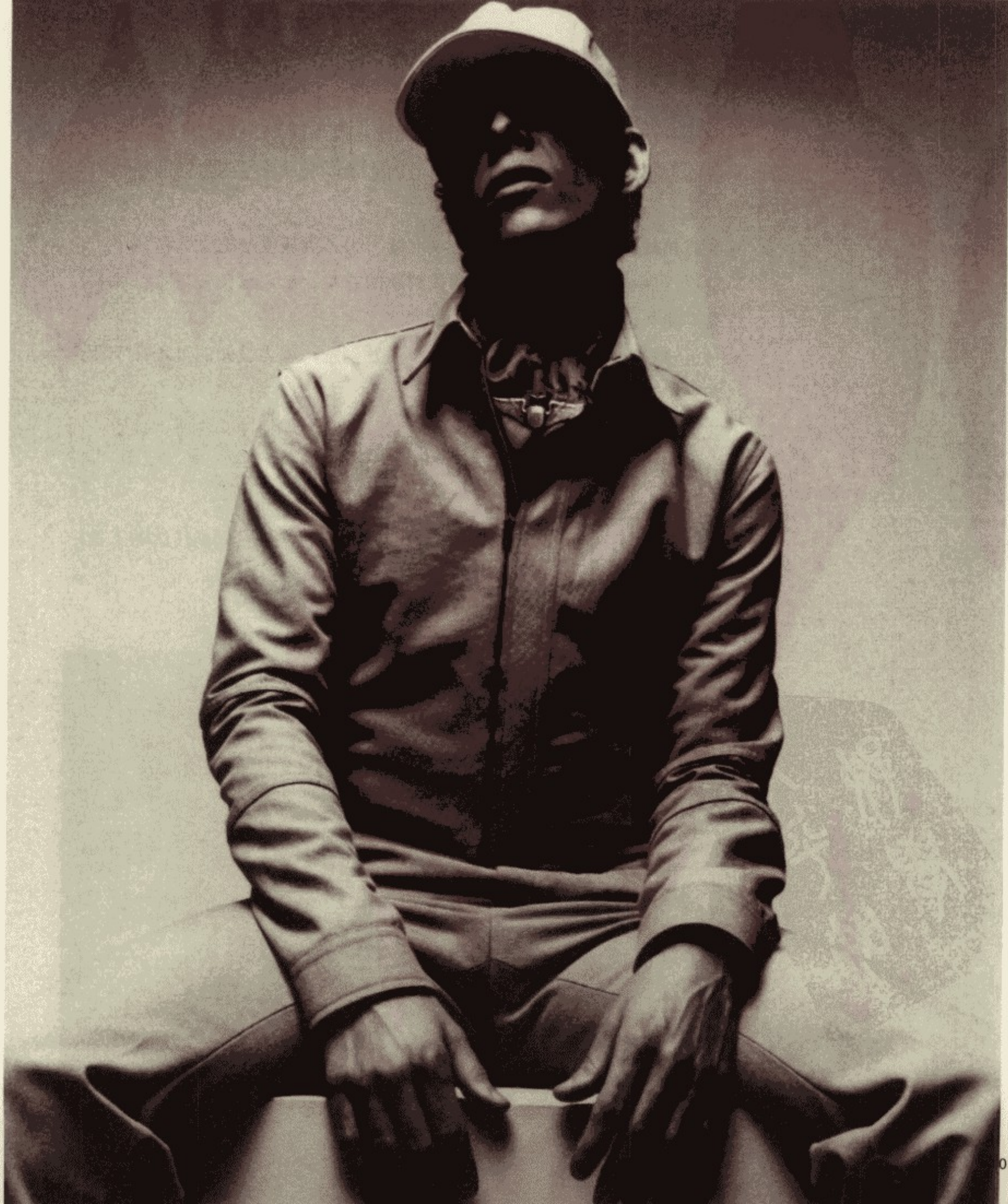
克莱恩是个全方位的设计师，他坚信服饰的美感源自简洁，始终恪守“Less is More”的信条。设计中，克莱恩的审美中心是性别特征，强调能随身体活动而产生流畅线条的设计，善于将前卫、摩登的服饰演绎为优雅别致的风格，将时尚与商业完美融合。在品牌创造和壮大的过程中，广告将CK产品的重要风格之一——性感发挥的淋漓尽致，营造出一种男性文化对异性躯体的迷恋和困惑。克莱恩的成功还在于他创造了一个土生土长的美国人自己的品牌，年轻、简洁、讲求实效，反映了美国人特有的民族自由精神与生活方式。设计师本人也被称为“纽约第七大道的王子”，曾被《Time》杂志评为美国最有影响力的25人之一。如今，几起几落的Calvin Klein品牌依旧带着它简洁的风格，独具一格的广告继续创造着一个时装帝国的奇迹。

I like simplicity, I like purity, I like anything that's modern. But it has to be exciting, it has to be interesting.

我喜欢简单、纯粹，喜欢一切时尚的东西，但必须是让我感觉兴奋且有趣的事物。



CALVIN KLEIN



- 设计的过程就是创造，和其他工作相比，设计更大程度上是一种过程。
- 我的灵感来源于对某种完美和纯洁的追求以及过着忙碌生活的积极的现代女性。
- 我靠挑战获得成功——它也让我继续下去。挑战就是把设计带到下一个层次，保持过程的精彩刺激和找到新的方案。如果设计变得容易或者枯燥，我会选择做别的工作。
- 与人合作是很重要的，它能促进和激发创意，因为设计的过程在于新奇和出乎意料的发现。
- 我的设计哲学更趋向现代主义，我总是试着表现纯净、性感、优雅，而且我也努力做到风格统一，以及忠于我的梦想。
- 我喜欢与传统相悖的织品。
- 媒体的力量主要在延伸及影响全球的时尚动向，但它只是传达的工具，设计本身才是核心，也是最重要的。







- 衣服的最大作用是突显出穿着者的美。
- 时装有企图，但不是政治的。政治是政治家的，时尚是设计师的。
- 今日的美国时尚是现代，极简，舒适，华丽，休闲又不失优雅气息。
- 美式风格的本质具有国际化的特征。纽约是一座典型的国际都市，伦敦、东京或汉城也是一样。居住在这些城市的人会对我的设计做出回应，是因为他们的生活和需求都十分相似。
- 我设计的衣服强调的是身体对它的感受，即织物的悬垂或飘逸。
- 我认为服装所带来的深远影响是，永远对“简单”保持多一点渴望，这一点不会因为时间而改变。真正的重点应放在舒适、纯净以及价值上。
- 你必须对你的工作充满热情，相信自己，相信你的才能——加上运气，你就会成功。
- 爱做什么就做什么。当你达到目标时，就没人会说你做错了。

NO.15

卡罗·利维蒂（Carlo Rivetti） 1956年出生瑞士洛桑，毕业于米兰博克尼大学经济系。Rivetti家族创建了欧洲制衣业的巨头——都灵GFT集团。卡罗·利维蒂的父亲Silvio是GFT的创始人。五十年代，GFT在意大利首创意大利男、女装成衣品牌：Facis 和Cori。八十年代GFT就已为时装设计师乔治·阿玛尼、伊曼纽尔·恩加罗、瓦伦蒂洛生产服装，为欧洲重要服装生产商奠定了基础。1993年卡罗·利维蒂与姐姐Cristina离开家族公司后接管集团的非正装分部，并重命名为 Sportswear 公司，拥有C.P. Company和Stone Island两个品牌，卡罗·利维蒂担任公司的总裁。卡罗·利维蒂坚信团队合作，重视研究，认为产品应是技术、功能、品质和优雅结合的产物，面料和染色技术的创新是其品牌运作的最大驱动力。

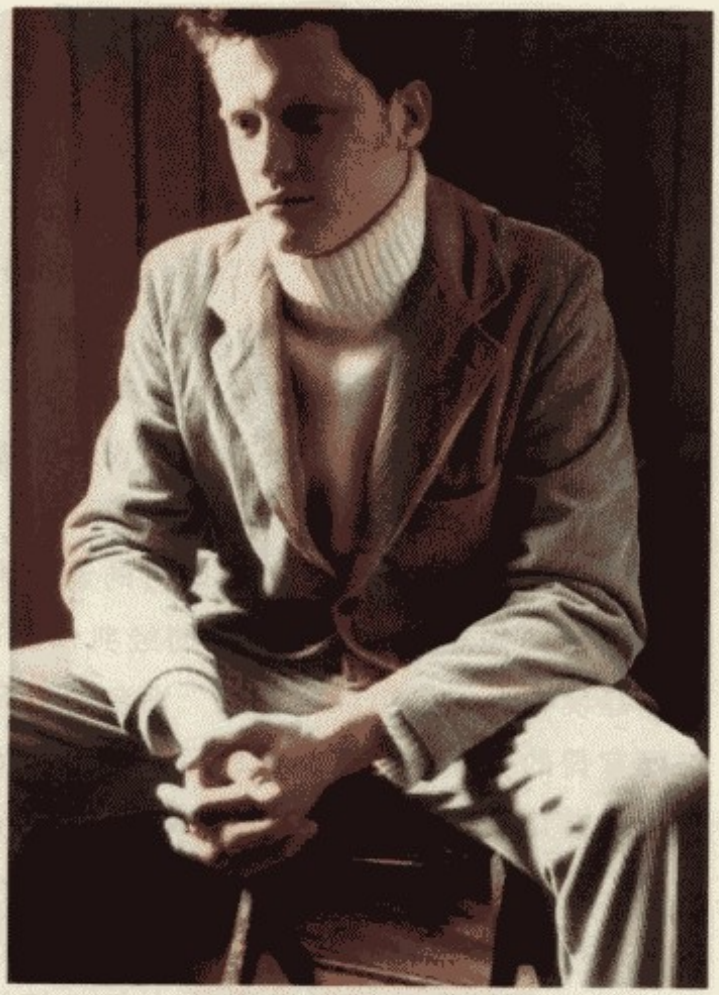
Textiles are living, fascinating materials. Our job is to carry on evolving them, to carry on experimenting.

织物是有生命的。我们的工作就是不断地研发并试验那些迷人的面料。



CARLO RIVETTI





- 设计中真正迷人的部分是面料。比如帆布，每六个月你都可以开发新的材料和颜色。要不停的观察街上和社会上出现的新东西，然后将这些研究转化为市场上所需要的东西。
- 创意必需始终和品牌的理念和历史的发展保持一致，这也使得我们的每次创新都有了可靠的保障。
- 在不断变化的面料中发现永恒和优雅。
- 我是一个产品导向而不是市场导向的人，并不十分赞同消费者是整个市场的中心，他们并不确定他们想要什么，也许他们想要的已经过时了。
- 今日的市场是由紧张的日程驱动的，在我的公司里超过三分之二的人从事从调研到制作的各方面的工作。
- 所有的东西都可能瞬间即逝，无须重视所有的事情，但要尊重每一个人的心灵和灵魂。

No.16

克里斯汀·迪奥（Christian Dior）1905年出生于法国格兰维尔镇，“Dior”在法文中是“上帝”和“金子”的组合。他最初专攻政治专业，后因个人喜好转向美学，并结识了毕加索、马蒂斯、达利等画家。1935年，迪奥年开始为《费加罗报》作画，还曾以每张20法郎的价格在巴黎街头出售自己的时装画。1938年加盟Robert Piquet公司，任助理设计师。1942年与皮尔·巴尔曼共事，习得了服装设计与结构等方面的技巧。1946年，迪奥才在巴黎Montaigne大道开了第一家个人服饰店，以超人一等的时尚鉴赏力与敏锐度使其在高级女装设计方面获得了极其辉煌的成就。1957年10月24日，因心脏病发作，与世长辞。

迪奥作为二十世纪最具影响力的设计大师之一，其风格以高雅尊贵并突显女性的娇媚美丽为主，一生的经典作品不胜枚举。1947年2月，迪奥在首次作品发布会上推出以“花冠”命名的系列时装，以柔美的肩、丰满的胸和细腰宽臀的女性曲线造型给战后人们带回了快乐和美，引起时代的共鸣，被美国时装记者卡梅尔·斯诺（Carmel Snow）称为“New Look”，成为二十世纪中最经典的服装样式之一，并使迪奥一举成名。此后迪奥的发布会，都会以一种新的造型掀起一股新的时尚潮流，其不断创新的服装轮廓改变了时装的进程，迪奥驰骋时装界的十年也被称为“形的时代”、“字母的时代”。迪奥传奇的一生缔造了Christian Dior这个传奇的品牌，其后一代又一代才华洋溢的设计师与优秀能干的管理者，延续了迪奥先生细腻优雅且充满创造想象力的时尚精神。今天，“Christian Dior”在全世界仍是高级女装的代名词。



Costume is the moment architecture makes the body proportion more perfect.

衣服是把身体的比例显得更美的、瞬间的建筑。

CHRISTIAN DIOR









- 切线越少，效果就越好。
- 没有人能改变时尚,一个大的时装变革之力来自于它自身,因为妇女要更女性化,而“新造型”（New Look）被接受正是因为一个全球性的审美观和世界观的变化.
- 只要是遵循时装的规则，并仔细地选择适合自己的服装的所有妇女，都不必花费太多钱，就能变得优雅起来。简洁、高品位和细心是三条基本规则。
- 在这个机械化的时代中，时装是人性、个性与独立性至最后藏匿处之一。如果超越了衣、食、住这些所谓的单纯事实，我们说奢华的话，那么文明正是一种奢华，而那是我们极力拥护的东西。
- 我从不做广告 ，全靠朋友们口口相传。
- 香水是女性个性不可或缺的补充，是服装的最后一步，就像Lancret在绘画作品上的玫瑰签名。
- 服装只要超过一年，就会变得老旧而不适用，这就是它和绘画、雕刻等纯粹艺术的不同点。
- 时装是艺术和资本的结合。





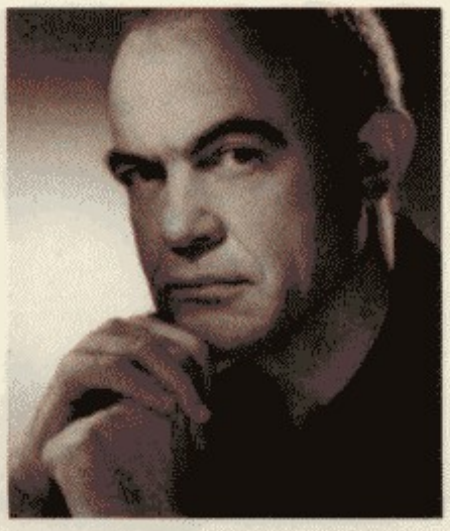
- 所有美丽的秘密来自独特的格调，
- 灵感可以来自一次欢愉的旅途，悠闲的家居，熟悉或不熟悉的面料。
- 梦想是超越现实的办法。
- 一切都从织物开始。
- 倘若我不将自己事业的成功归于机遇的话，那我就是大错特错了。
- 在我们所处的那种灰暗的时代，人们的奢侈是由飞机大炮支撑的，它需要受到层层保护。这虽然与表面的世界潮流不大相符，但我相信那里蕴涵着一些本质的东西。



No.17

克里斯汀·拉克鲁瓦（Christian Lacroix） 1951年生于法国南部的阿尔斯，1978年，在爱马仕担任设计助手时掌握了大量的时尚基本要素。三年后，来到让·帕图品牌工作，以一种新式巴洛克风格打开了呈现颓式局面的高级时装。1987年，受LVMH集团的资助，创建了自己的高级女装公司。1988年开辟了高级成衣线。1989年推出饰品线和第一款香水。1994年推出“Bazer de Christian Lacroix”和“Jeans de Christian Lacroix”两条成衣线。2002~2005年，担任意大利品牌Pucci的设计总监。

拉克鲁瓦深受法国南部文化影响，设计风格以高贵奢华为主，又不失优雅的本质。典雅的高级时装在拉克鲁瓦手中就像是一张面具，充满了东方女性的神秘莫测，伦敦女性的古板怪异和法国女性的浪漫随和。其作品常用缤纷的桃红，艳丽的橙黄与浓郁的紫，营造出一种万花筒般的视觉效果，并成为其个人标志。他以自己理解时装的方式来描绘心灵深处的梦境，将不同思想、不同文化融会贯通，将复杂多变、充满戏剧性的设计与各种布料、色彩、风格拼置混合，在世界时装史上开辟了一个新时代。拉克鲁瓦于1986年和1988年两次获得金顶针奖，曾被美国设计师协会评为“有影响力的外国设计师”。拉克鲁瓦作为八十年代以来极具才华的设计师重新激活了法国时装，影响深远。



My fashion is more a way of living life with your roots , and finding your own true self ,than having a logo to put on your back.

我对于时尚的理解是让人们以更加自我的方式去追寻生活的真谛，而不仅仅是简单的将Logo贴于你的身后。

CHRISTIAN LACROIX



- 我的工作基于个性和自我表达，并不是完全的反时尚，但是它与时尚的方式相违反。
- 美丽并不总能给人以愉悦，它也会引起混乱和不安。它是一个时代和一种艺术的表现，而不是物质上的东西。
- 设计必须与现实生活相结合。如今高级时装唯有与日常生活结合才不至于被淘汰。
- 传统不是为个人所有，相反是属于大众的，我是要努力让公众接受，不能只为少数人。
- 时装是一种艺术，而成衣才是一种产业；时装是一种文化概念，而成衣是一种商业范畴；时装的意义在于刻画观念和意境，成衣则着重销售利润。然而，时装设计的最高境界在于如何使艺术实用化，使概念具体化。人人都会用珍珠、貂皮点缀衣裙，但设计一件外表朴素自然合身又不影响行动的连衣裙却是考验大师的难题。因为既要让公众接受，又要体现鲜明的个性，还要融合科学原理，再加上设计师的构思，展示才能和绝技的细节，谁能把这一切以最简单的形式完成，谁才是真正的天才。
- 高级时装应当有趣、愚蠢、并且几乎无法穿上。
- 吉普赛风格是一种每个人都可以自由表达的生活方式。









- 你必须去关爱每一个女人。
- 让旧事物无休止地复兴。
- 能够让别人爱上我的风格是一种特别的幸运。我并不是说这些影响力强到像Chanel的标志性裙装和YSL燕尾服，但我自认为，当你看到这些设计，你很难想象在其他什么地方见过它们。
- 现阶段对我来说最激动人心的事莫过于如何创新——既要保持风格又要寻求变革。我绝不会让那些过去一直支持我的人失望，另一方面，我也要让可能厌倦我作品的人感到新鲜和惊喜。
- 我有一种直觉——一些崭新的事物正在我身边发生，我需要多学些知识。
- 我在完全绝望的同时又完全快乐。



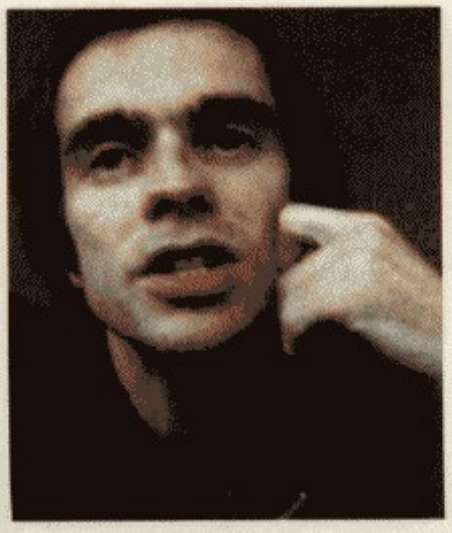
NO.18

克利斯多夫·勒迈尔（Christophe Lemaire） 1965年出生于法国Besaneon。入行服装设计纯属偶然，当年自谋生路的他曾在让·帕图与克里斯汀·拉克鲁瓦一起工作过，之后在伊夫·圣·洛朗的工作室做助手。1990年，克利斯多夫·勒迈尔成立了自己的女装公司，1994年又发展了男装品牌。2000年，成为Lacoste品牌的新任设计师，2002年春夏发布会的成功举办使其闻名国际时装界。

克利斯多夫善于从街头时装中汲取灵感，融合年轻一代的穿衣哲学和搭配理念。他的设计围绕着生动、纯净、休闲与考究展开，专为自由、活泼、感性、崇尚精神的人们设计服装。克利斯多夫热爱生活，对万事万物的好奇心和对文学和历史情有独钟造就了他对“美”的独特阐释——“高雅而实用”。他在服装设计中始终在追求一种个性而独特的平民化的格调。入主Lacoste后，在保持其原有的传统精髓的同时又融入了现代的因素，赋予Lacoste一种新的面貌：经典中不失舒适，稳重里稍见活泼，使Lacoste运动装成为运动服市场的主角。

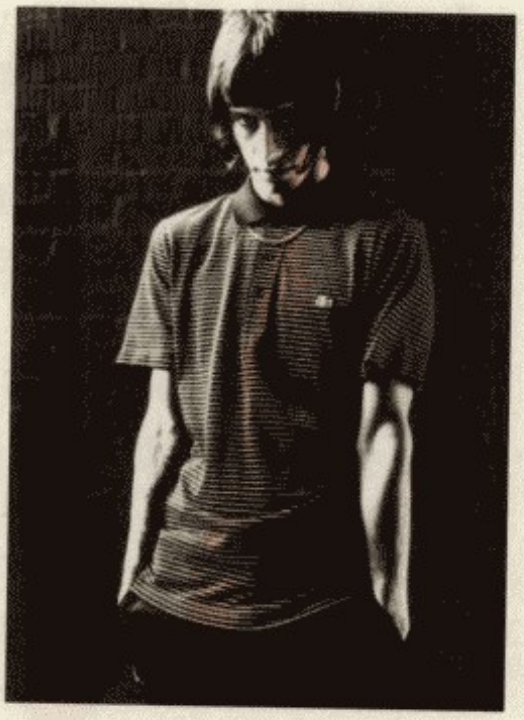
Look for quality in everything.

在一切事物中寻求品质。



CHRISTOPHE LEMAIRE

设计与工作



- 工作就是设计出大家所需要的，迷人有品位，精确且有趣，简单而特别的服装、配饰和物品。
- 我只为艺术而活。
- 与人合作是最基本的，在日常生活中本来就应该分享彼此的想法。如果没有我身边的团队，我作为设计师的工作将毫无意义。
- 实际上，我发现设计灵感是自然产生且非常令人兴奋的。对于我来说更复杂的是，需要我更多练习和关注的是所有能让设计灵感产生，并变为真实且忠于我第一直觉的过程。

思想与生活

- 时尚是关于美学的一项艺术。
- 我通常在从事音乐工作的人们那里得到灵感，我发现接触音乐的人们比从事其他时尚工作的人更时髦，思想更开放，更富于表达。
- 我追求感性和理性兼顾，与懒惰、顺从、平庸作斗争，并在一切事物中寻求品质。
- 耐心是我最重要的训条。



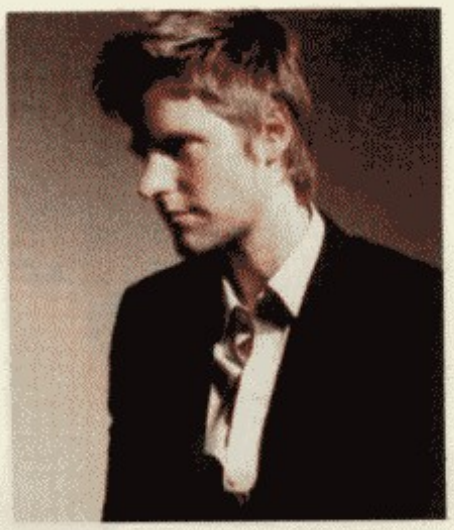
No.19

克里斯多夫·佰利（Christopher Bailey） 1971年出生于英国约克郡，1994年毕业于英国皇家美术大学。在唐纳·卡伦的身边学习时，其出色的能力和敏锐的感知天份就得到了验证，使佰利对于女性的美有了深刻的研究和了解，并形成了一套融合了经典与流行的审美哲学。1996年曾在Gucci担任高级女装的助理设计师。2001年5月，被任命为Burberry的设计总监。

克里斯多夫·佰利以其深厚的艺术功底和对时尚的独特见解为Burberry再次引导时尚潮流扮演了重要角色。创作理念上，佰利从具有东方理念的“均衡”出发，以传统为基垫，跳出传统三色格纹的框架，经典的Burberry格纹在他手中获得了新生，成了没有年龄、性别、季节的万用经典，鲜亮的色彩也被他运用得游刃有余。对传统深度的理解造就了他今天创新的高度，自从他带领Burberry开始，其设计才华就一发不可收拾地被激发，虽然佰利还很年轻，但已是今日时尚界一颗璀璨亮眼的明星，被视为英国时装的未来。

Look for the balance in the tradition and challenge the old rules is my major job challenge.

平衡传统和挑战传统是我最重要的工作。



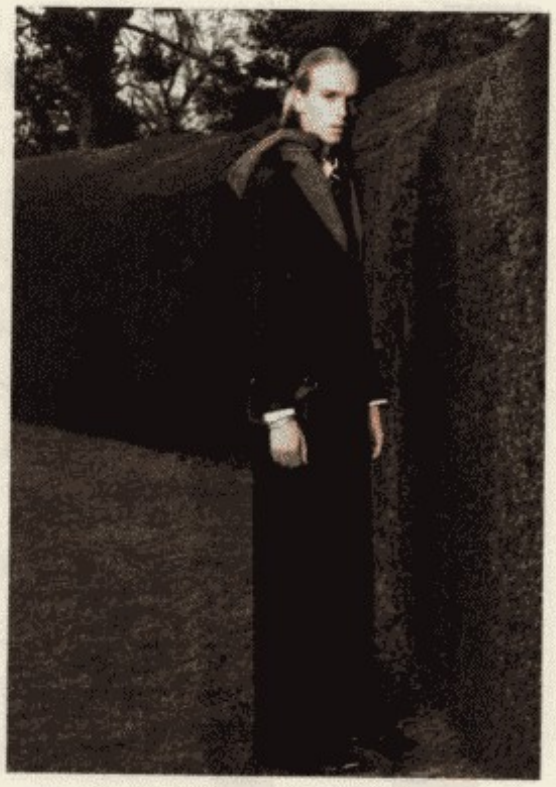
CHRISTOPHER BAILEY



- 时尚曾经过于性感、奢华、冰冷，是时候将它淡化。
- 每个人都有我们的惟一风格，你只用走你自己的路。
- 我自己是英国人，Burberry也是英国品牌，所以合作起来，可自然流畅地代表英国时装的态度。
- 当有人告诉你喜欢你的作品时总是感觉很好，不喜欢时总是令人沮丧。重要的是两种情况下都要保持冷静，过去的已经过去，现在我们开始做下一个。
- 我们公司的产品中我喜欢有腰带的风衣。这不是我设计的，但它真的是不可思议的作品：完全没有性别之分，超越年龄，激励了无数的人们和设计师，它是一款经典的产品。
- 设计时我想得更多的是一种态度、一种精神和性格。
- 时尚是功能性的、实际的、感性的、商业的和美的。
- 设计师的角色是要了解大家此刻的情绪，表达当下的心情，而不是设计没有感觉、可有可无的衣服。







- 心胸开阔，从不感到厌烦，就是灵感。
- 美是人的内在，善良、快乐、高尚、纯洁的人是美丽的。
- 我是一个现实的设计师，我喜欢真正经典、传统、有历史感的设计与流行的混合体。我喜欢时尚，因为它转瞬即逝，但是我更喜欢把时尚和真正经过思索的东西结合起来。
- 我是一个快乐的人，我的本性是乐观。我喜欢和有着坚强意志和决心的人一起工作，因为它是一种挑战，但同样也会带来巨大的挫折感。
- 我的目标只有一个，一直都一样，就是尊重Burberry的传统、帮助它持续成长发展，包括以非常创新、设计导向的方式呈现Burberry、开发新的产品项目与新的零售点、如何与不同市场的消费者对话。
- Burberry已经有将近150年的历史，我就像掉进这150年中的小水滴一样，我只是短时间照顾一下这家公司延续它未来的发展。
- 每当我感受压力、心力憔悴的时候，我就告诉自己要退一步来看，从大处着眼。
- 享受你做的一切，快乐很重要。



No.20

可可·夏奈尔(Coco Chanel) 原名Gabrielle Chanel（加布里埃尔·夏奈尔） 1883年出生于法国索米尔，童年是在孤儿院中度过的。1912年，夏奈尔在巴黎Cambon街上开了家Chanel Modes的店，大获成功。她将妇女们从20世纪中叶的紧身衣和束身衣中解放出来，设计了舒适、朴素、优雅、充满女人味的服装，成为那个时代具有革命性的设计师，以至于那个时代也被称为“夏奈尔时代”。她设计的环链、钮扣、菱格纹皮包、山茶花、双色鞋、人造珠宝等都已成为象征其品牌的标志物。直至今日，它们依旧带给无数优雅女人前所未有的归属感。二战期间，夏奈尔关闭时装店隐居瑞士，1954年返回巴黎，重振旗鼓，一直工作到1971年生命的最后一刻。

夏奈尔作为世界最具影响力的设计师之一，她为二十世纪的时装业做出了杰出的贡献。她坚信女性应该主宰自己的生活，包括穿着打扮，并且用自己的一生去实践、履行——把针织等不太流行的面料用于高级服装；促成了人造珠宝的流行；抛弃了紧身束腰鲸骨裙箍和长发；为原来穿着裙子打球的女人设计了运动裤装；始终推崇“女性需要自由与独立”的主张……夏奈尔所强调的线条流畅、质料舒适、款式实用、优雅娴美，至今仍是时尚的基本穿衣哲学。经典夏奈尔套装、ChanelNO.5香水等在今天仍是女性的拥趸。夏奈尔创造了世界上最受认可的风格，她始终能充分地理解和把握新的时代精神，指引新女性穿着的流行方向，对现代女装的形成与发展起着不可估量的作用。今天，夏奈尔仍然是当今世界最卓越的品牌之一，是优雅和经典的代名词。她不朽的传奇将永远延续……



Fashion fades, only style remains the same.

时尚来去匆匆，但风格却永存。

COCO CHANEL



- 街上没有的时装不是时装。
- 我使时装的观念前进了四分之一世纪，我凭什么？因为我懂得如何解释自己的时代。我是第一个生活在这个世纪里的人。
- 诚如拿破仑所言，他的字典中没有“困难”两字，我的字典中也找不到“不成功”三个字。
- 妇女需要的不是繁琐的装扮，而是适合她们日益活跃生活方式的宽松舒适的衣衫。
- 高级时装之所以完蛋，是因为它被掌握在不了解女人的男人手里。只有女人才真正了解女人。
- 珠宝的作用不在于彰显富贵，而是让你更添妩媚。
- 服装反映时代，永远与时代齐步向前。
- 时尚并不单指服装，时尚在空气中，人的直觉而知。时尚在天空中，在碎石上，来自观念、举止、事件。
- 我从不研究时尚，我就是时尚。
- 华丽的反面不是贫穷，而是庸俗。
- 传奇使人出名，有过传奇经历的人本身就是一种传奇。
- 我设计时装的目的，在于使妇女看来年轻、愉快地生活、呼吸自由。这样一来，她们对人生的看法就会改变，心情更加愉快，对未来也充满希望。
- 我的兴趣不只是为几百个女人设计服装，我要使几千、几万个女性穿出美丽。
- 没有香水高贵不起来，香水是时尚的附属品。
- 时装应该大众化，而不应该专属某个阶级。
- 鞋子是帮女人踏上人生坦途的必需品，也是优雅造型最重要的一部分。
- 风格，要有风格。记住，时装在变，但风格延续。
- 我希望创造一种既可以凸显女人味，又可以自然顺应身体曲线的衣服。





- 越有女人味的女性越自信。
- 穿衣的艺术在于强调重点——如果矮小的话，就把正面腰线提高，人看起来会显得高些；如果臀部下垂，就把背部的腰际线放低一些，下垂的臀部便不会太明显。
- 伟大的时装设计师是思想里面装着未来的人，他属于另外一个世纪。
- 香水应该用不着待了3小时才让人闻出来，要很浓郁才行。
- 现代的女性都开起车来了，如果还穿带撑架的膨裙，就根本不可能。服装必须有一个适合生活的形状。
- 当你开始工作就必须继续下去，如果你不用心去做，你将一事无成。



NO.21

康素多·卡迪里奥尼（Consuelo Castiglioni）1954年出生于瑞士，25岁时嫁给了意大利皮草商世家CiwiFurs的继承人Gian ni Castilioni。1994年，成功推出首个限量年轻皮草系列。1995年，康素多·卡迪里奥尼推出了Marni系列，以清新的设计及高级成衣剪裁在意大利时装界引起轰动。“折衷主义”、“混搭”贯穿了康素多·卡迪里奥尼的设计理念，她将绚丽的色彩和性感的细节融入作品中，让单调粗犷的皮革和皮草拥有了典雅的精致味道。加之色彩、剪裁、布料的精心选用和高科技的辅佐，短短十年多的时间，散发着清新年轻，带着嬉皮的帅气与性感风格的Marni已成为消费者的新宠，更是米兰时装周上不可或缺的意大利品牌。

In every collection there are pieces with which I literally fall in love.

每一季的设计都是我深爱的元素的集合。



CONSUELO CASTIGLIONI





- 创造经典的款式是我的设计哲学。
- 只穿单一设计师成套作品的时代已经过去了，混搭是一种新的趋势。
- 回忆和激情，时尚和服装，艺术和技术给我带来创作灵感。
- 我从来都不会“跟风”，也不会在乎正在流行什么年代的东西。我的灵感只是来自于某一段时间，并融合了我的感觉。
- 一个人的经验、感觉和情绪都会影响到设计。
- 我喜欢到跳蚤市场及古董店搜刮有趣的东西及撷取灵感。设计中，我喜欢凭借我的直觉，这也是Marni独特的地方。
- 我非常鼓励顾客将那些新旧服饰互相配搭出自己的风格，而不是只会买每一季的新品。

No.22-23

迪恩和丹·卡特（Dean & Dan Caten）这对孪生兄弟1965年出生于加拿大的多伦多，走上服装设计的道路只因找不到合适自己穿着的服装，才创建了品牌Dsquared2。1991年40岁的迪恩和丹·卡特来到意大利开创了一片新的天地。他们大胆的将美国的流行文化和高级的意大利成衣业相结合。1994年在米兰首次推出男装线，以其改良的意式剪裁技巧及精致的细节而名声鹊起。2002年为麦当娜设计“Music”唱片的牛仔造型和“Drowned World Tour”世界巡回演唱会服装令Dsquared2声名大噪。2003年，迪恩和丹·卡特推出自己的女装线和男式内衣线。叛逆的华丽街头风是其品牌的主要风格，不论男装、女装系列，性感低腰牛仔都是其最经典的款式，粗犷中带点率性随意的味道。迪恩兄弟表现出的非凡成就，充分反映了时尚界1+1>2的道理。



We're inspired by things that are normally not fashionable.

我们的灵感来源于那些通常来讲不流行的东西。

DEAN & DAN CATEN



- 设计对于我们来说也许有点困难，但每当有一个新创意出来的时候就是一个全新的挑战。
- 我们的过去，我们的现在，我们做过和没做过的事情都会给我们创作的灵感。
- 19岁时给我们机会做设计的Luke Tanabe先生对我们的职业影响最大，他教导并培养了我们设计的眼光。
- 美是一些能够引起人的积极联想、你接受它，它温暖你并让你觉得很舒服的东西。
- 用值得尊敬的事物构建时尚业。
- 自由的去做自己想做的事情。



No.24

德赖斯·范诺顿（Dires Van Noten） 1958年生于比利时的安特卫普，家族是时装零售商。1975年进入安特卫普皇家艺术学院，“安特卫普六君子”之一。读书期间，以自由设计师的身份为多家时装商贸公司做设计，并为他父亲的专卖店担任买手。1991年，德赖斯·范诺顿第一次在巴黎展示自己的男装系列，1993年女装线产生。德赖斯·范诺顿向来秉持着异域风情和传统技巧相结合的设计理念，追求把纯粹的民族风情与前卫理念相结合的设计。印花特别是民族风格的花卉图案和细节是德赖斯·范诺顿的设计着眼点。除去出众的女装外，德赖斯·范诺顿在男装中也添加民族元素的休闲风格，传达怀旧和贴近大自然的感觉。德赖斯不算前卫，但独树一帜，坚持用自己的方式诠释唯美的女性。

I aim to create fashion that is neutral in such a way that each person can add his or her own personality to it.

我要创造一种中性的时尚，每个人都能够将自己的个性融入其中。



DIRES VAN NOTEN





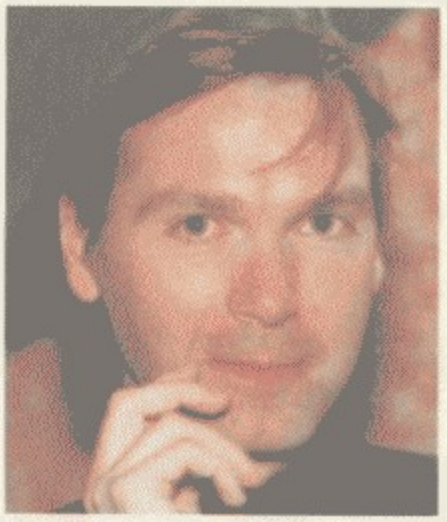
- 我喜欢那些能将人的记忆联系在一起的作品。
- 我设计的服装并不是为了展示，而是为了穿着。
- 服装营造的氛围能够反映出你周围正在发生的一切。我相信人们是通过着装证明自己并表达自己的观点。
- 不同的人彼此之间的灵感碰撞能创造出最好的想象力。
- 美是最自我的东西。
- 享受生活，时尚并不重要。

1.0.25

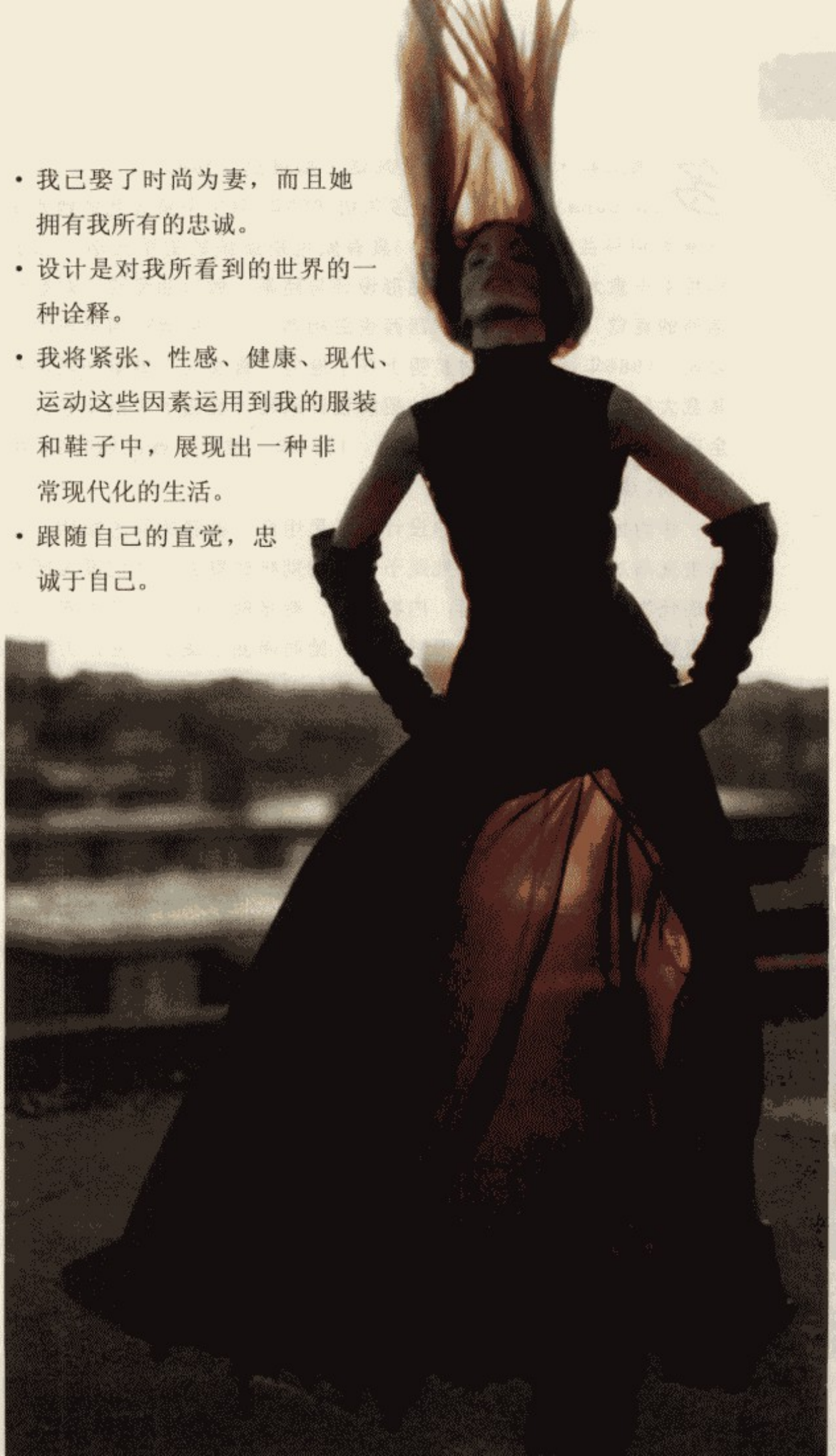
达克·毕盖帕克（Dirk Bikkembergs）1959年出生于德国的科隆，1982年毕业于安特卫普皇家艺术学院，著名的“安特卫普六君子”之一。由于父母是军人，达克·毕盖帕克经常从军装中得到启发设计出简洁、易动的结构和皮制的小细节。1986年，达克·毕盖帕克推出自己的第一个鞋子系列，这个设计因其严谨的设计风格而备受推崇。1987年，推出男装线，但仅专注于针织衫设计，直到次年才推出完整的系列。1993年，推出了自己具有十分强烈的男性风格的女装系列，巧妙地把男人的硬朗和潇洒与女人的优雅和妩媚合二为一，混合出一种意想不到的惊艳效果。达克·毕盖帕克的设计揉合建筑、运动、高科技以及各种不同范畴的美学于一身，给人多样化的感觉。不追随潮流，却创造时尚流行，被誉为欧洲时尚前卫的当家小鬼。

I'm inspired by youth, health, sport, raw energy.

年轻、健康、运动、自然的能量都会给我带来创作灵感。



DIRK BIKKEMBERGS



- 我已娶了时尚为妻，而且她拥有我所有的忠诚。
- 设计是对我所看到的世界的一种诠释。
- 我将紧张、性感、健康、现代、运动这些因素运用到我的服装和鞋子中，展现出一种非常现代化的生活。
- 跟随自己的直觉，忠诚于自己。

NO 26-27

多梅尼科·多尔切与史蒂凡诺·加班纳（Domenico Dolce & Stefano Gabbana） 多梅尼科·多尔切1958年8月生于意大利的西西里岛，毕业于意大利马兰欧尼服装学院。具有威尼斯血统的史蒂凡诺·加班纳1962年11月生于意大利米兰，学过图形设计与绘画，做过油漆匠，对颜色、款式有强烈的直觉。1982年两人在西西里岛相遇，三年后他们用自己的名字组建了公司。1986年，在米兰时装秀上开了题为“真女人”的第一场发布会，此后其意大利式西西里性感风情的招牌设计风格，征服了大批年轻人，迅速走红全球。1990年，男装产品线诞生。1994年，推出二线品牌D&G，并增加了牛仔系列、配饰和眼镜等产品。

作为世界上最受瞩目的设计双子星组合、著名的同志拍档，多尔切的完美主义与加班纳的天赋才能赋予了品牌别样的魅力。他们匪夷所思的将古典与现代生动地糅合在一起，内衣外穿、夸张的印花、刺绣大衣、黑色等设计语言给人们制造了强烈的视觉冲击，给时尚圈上演了一曲活力四射的华丽摇滚。穿上“Dolce&Gabbana”的女人性感而世故，足以让男人吹起口哨；而其男装则充满了明显的女性化风格和一种纨绔子弟的浪荡气息。与总部设于米兰的Dolce & Gabbana与Gucci和Prada等品牌一起成为振兴意大利的时尚产业的中坚力量。

We are both creative, both in a different way, we complete reach other.

我们都是极具创造力的，都是与众不同的。我们让彼此更加完整。



DOLCE & GABBANA





- 时装是我们生存的这个时代以及各种变革的表达方式，它有着特定的地位并发出自己的声音。
- 我们只关心创造最好的，而不是一味地追随时髦。
- 对我们的职业影响最大的是麦当娜，她个性强烈，我们把她当成缪斯女神和偶像。
- 我们的工作是世界上最美丽的事情，它是那么激动人心，从不使人厌倦。
- 我们的目标是创造持久并被人所记住的作品。
- 设计衣服对我们来说是一种快乐，是一个持续的挑战，让我们表达我们自己。
- 我们很幸运处在一个特殊的位置上，那就是，我们的作品在全世界流行，很多人分享我们的创意。对我们来说，这是一个巨大的支持，它总是最大程度上推动我们前进。
- 我们的设计过程就像一场电影，我们是根据剧情来设计服装。

- 我们的成功与性感和同性恋无关，我们只是重新定义了女人和男人。现代社会让男女差别越来越大，我们所做的只是让两性发现自己内在的异性气质，并且加以表达。
- 我们被那些正面或负面的反响影响着。如果你聆听人们的反应，你就被挑战，然后不得不去考虑它。
- 过程和结果对我们都很重要，但结果给我们更多满足感，因为当你看到结果的时候，你会忘了你所有为它做过的努力。
- 我们不想失去本原，也不想丢掉未来。你不能一下子变得太多，因为假如搞得太超前，人们就会胆怯。
- 专卖店是能让你体验到整个系列以及Dolce & Gabbana 的世界的地方——也就是一个不断发生转变和演化的世界。
- 店铺的设计理念永远都很重要，改变的是消费者的购物方式。假如他们选择了奢侈品品牌，那么他们所寻求的就不仅仅是质量、新意和对细节的重视，他们还希望能步入一个梦想世界，在那里，他们会觉得自己好像大明星。
- 美是生活，美是爱。
- 西西里岛、地中海文化、意大利新现实主义电影、鲁奇诺·维斯康蒂的《豹》（1963年法国戛纳电影节金棕榈大奖。以1860年意大利的西西里岛为背景的战争史诗。细腻地描绘了萨里纳亲王奢华的贵族生活。）和麦当娜是我们设计的灵感基础。
- 做我们自己，并始终如一，不要背叛你的性格和失去你的个性。



No.28

多娜泰拉·范思哲（Donatella Versace）1949年出生于意大利，在其兄詹尼·范思哲的引领下，逐渐参与并开拓了范思哲品牌的配饰系列及家族经营业务。20世纪80年代，詹尼·范思哲以多娜泰拉的名字命名了一款香水，并将二线品牌“Versus”交给她设计。90年代末詹尼·范思哲的猝然离世，多娜泰拉接过了Versace帝国的权杖。十几年来，多娜泰拉用自己的努力和对时尚的独特眼光把Versace推向一个新的高度。

多娜泰拉作为范思哲王国的新掌门人，肩负重任，并重新演绎了美艳的定义。设计中消减了詹尼时期的奢靡、喧嚣、咄咄逼人，以严谨、简约、柔美的风格来反映新时代下女性对自我的全新肯定。以往Versace以大胆展露女性身段的设计见称，如今则演变为采用优质布料和简约线条，突显女性妩媚和性感的一面。多纳泰拉更于设计中加入柔和的线条、精巧的修饰，配合新推出的多款配饰系列，为顾客打造出一种源自意大利的高端、奢华、优雅、精致的生活方式，神秘的“美杜莎”再度迸发出令人无法抵抗的魔力。今天，多娜泰拉已经是当之无愧的“范思哲大师”，她用“自由”、“生活”与“爱”传达了Versace献给全球消费者的永远的诉求。



I am always driven to push forward. Searching for what is modern. That is what motivates me.

我总是不断进取，寻找那些时髦的东西。这就是我的动力。

DONATELLA VERSACE

设计与工作

- 你不可能住在象牙塔里设计时装或其他艺术品，你必须生活在现实中。
- 把以前的事情搞明白，这很重要，我需要找寻到属于我自己的方式来进行设计。
- 我善于接纳新思想。在我生命的每一刻都保持热情，寻找那些有趣的，能鼓舞人的东西。
- 时装秀背后的这些风格和理念往往都来自于同一思想渠道：范思哲，我自己和我的团队。每件展示出来的作品，每件范思哲的作品都出自我自己的感受。
- 我们从来没有抛弃过对以前的看法。之所以放弃一些复杂的元素，是因为现在的女性潮流开始向简约风格发展，而摇滚的风格则显得繁复，更加城市化。
- 我们从很多人那里得到灵感，分析他们穿衣服的特点，这超出了简单的穿衣服的概念。
- 我认为性感的含义决不仅仅指色情。时代变了，性感的内涵也改变了，（20世纪）80年代的时候，性感就是暴露、透明、花哨的颜色，繁杂的装饰细节。但是今天，一条合身裁剪的长裤或者长裙，如果能柔和的勾勒出女性的万种风情，对我来说，这就是性感。



思想与生活

- 我深信美只能源自于内在，和你怎样看待你自己。
- 充实的过好每一天，就像这是你生命中的最后一天。

唐娜·卡伦（Donna Karan） 1948年出生于美国纽约长岛，1965年，进入纽约帕森设计学院研修设计。1967年，任安妮·克莱恩公司助理设计师，1974年独立承担起该公司所有设计而一举成名。1985年，与当雕塑家的丈夫斯蒂芬创立了“Donna Karan”这个品牌。之后，DKNY JEANS、DKNY MEN 和DKNY KIDS先后诞生，并相继推出化妆品，香水，家居饰品等。1996年，唐娜·卡伦的股票在纽约上市。2001年，她公司旗下的品牌被世界奢侈品集团LVMH以6亿5千万美元收购。

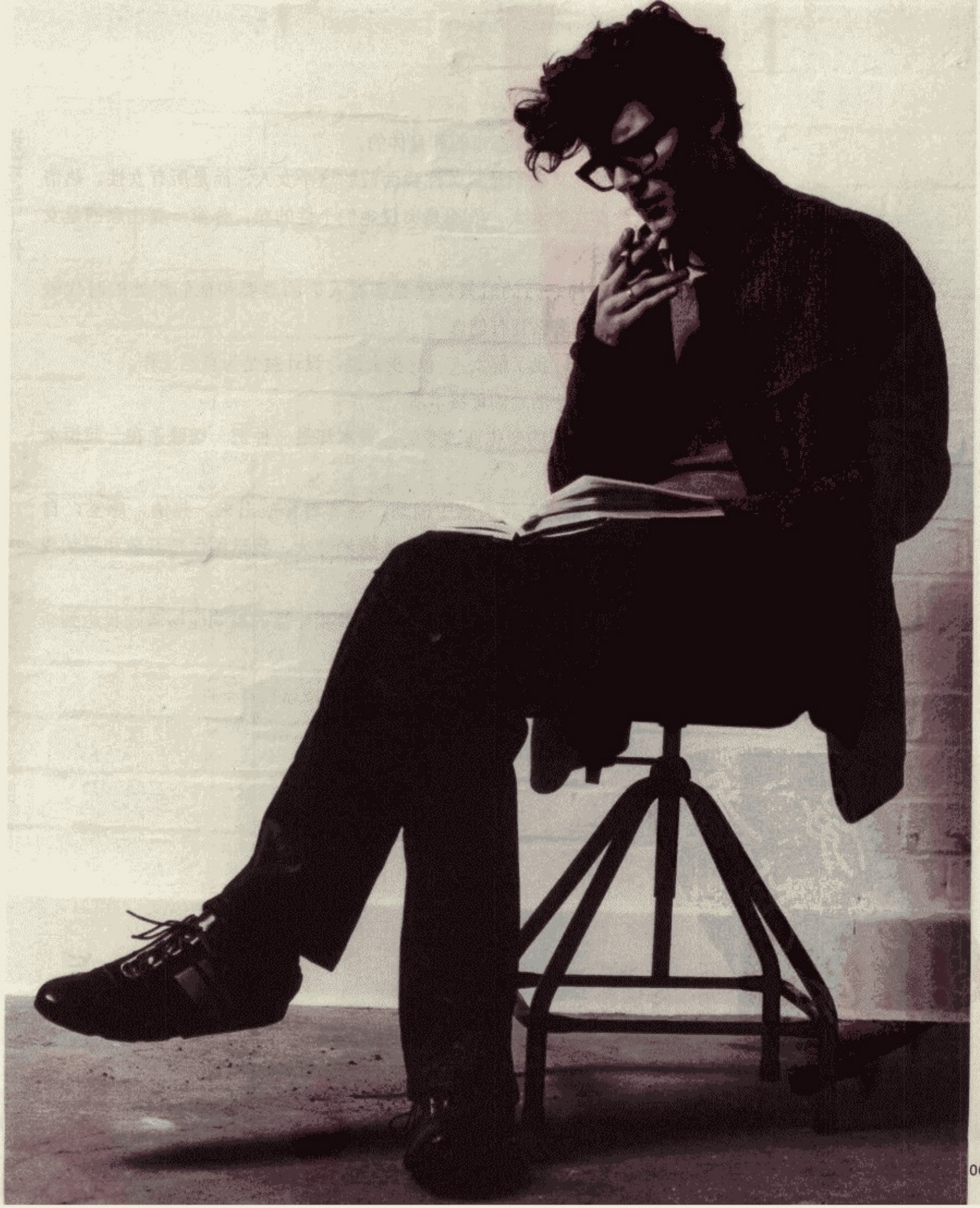
唐娜·卡伦将品牌根植于纽约特有的生活模式，其设计灵感也都源于纽约特有的都市气息、现代节奏和蓬勃活力，以成熟、高尚、性感、自信的都市女性为目标消费群，完美展示女性曲线美的时装受到了市场的疯狂推崇。Donna Karan已成为纽约的代名词，无不体现出华贵、感性与现代气息。“生活就是向前，去寻找新的表达方式”，唐娜·卡伦以行动履行着自己的诺言，在舒适与奢华，实用与欲望中寻找平衡，其坚韧精神和非凡创意造就了这个品牌今日的辉煌。唐娜·卡伦曾四次获得CFDA最佳女装设计师奖项，与卡尔文·克莱恩、拉尔夫·劳伦并称“当代美国三大设计师”。

For me, fashion-design is a way to express myself, to show feelings and personality as wife, mother, friend and businessman.

对我而言，时装设计就是一种自我表达，一种作为妻子、母亲、朋友和商人的情感的宣泄与个性表达。



DONNA KARAN



- 我的工作是感性的、都市的和身体的。
- 我设计的时候从来不是只关注我面前的这个女人，而是所有女性。热情的女人，真实的女人。衣服是突现她们个性的布。你第一要注意的是女人，而不是衣服。
- 当你设计一样东西的时候，你必须对人们的需要和他们所处的时代敏感，不管它是多么具有创意。
- 我是一个女人，我了解女人。对我来说，设计就是为自己工作。
- 沟通是一切设计活动的最终本质。
- 时装是随着季节的变化而改变的，香水却是一种把一切联系在一起恒久不变的艺术。
- 设计的灵感始终在我头脑中涌动，就等着释放出来。热情，感觉，自然——沙滩的纹路，水的颜色，入夜的灯火，我试图保持开放和采纳我身边一切美的东西。
- 我必须对人们的反应再三考虑。公众对我作品的反响能够激励我达到新的高度，它使我提高自己。
- 黑色衣裙是女性最基本的服装，每个人都应该拥有一件。







- 我们充满热情和创造力，以一切可能的方式来形成独特风格。
- 生活的内容不是每天换几次衣服。我设计的服装追求简洁、舒适、富有魅力。
- 我的服装是为那些在世界各国往来穿梭的男男女女设计的，他们每天活动频繁。因此，公司以纽约为名，设在曼哈顿，借此定下反应时代步伐及都市心态的基调。
- 很多事情都在变化中，我必须开始新的生活——甚至我看待Donna Karan的方式。
- 从工作角度上来说，那些我没有做过的东西令我兴奋，但我生活的最终目标是寻找宁静和快乐。
- 不管多坏多好，事情总是变化的。任何事物都得反复衡量。
- 我做的每件事都是内心、身体与灵魂三者的结合。
- 美是个性，再没有比珍视自己独特个性的女人更具有吸引力了。她有自信去表达自己，去谈论新的东西，从内心去创造。

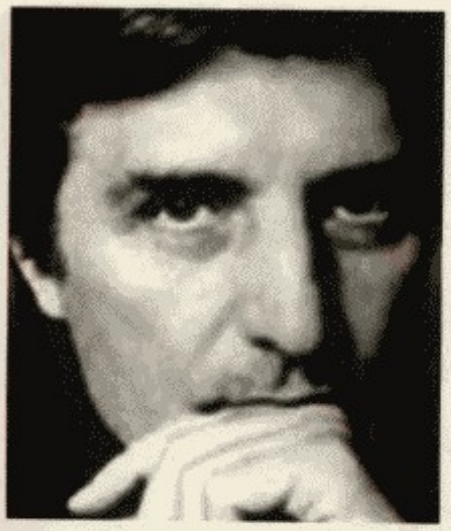


No.30

伊曼纽尔·恩加罗（Emanuel Ungaro） 1933年出生于一个意大利移民家庭，从小耳濡目染深受父亲裁缝店的影响，五岁就开始玩缝纫机，展示了对服装设计的天分。22岁时来到巴黎，在Courreges工作了两季之后在巴伦西亚加磨练了六年。1965年，伊曼纽尔·恩加罗在Avenue Mac - Mahon开设自己的时装屋。他擅长以“创新”和“惊奇”设计出女人味十足的迷人服饰，即使在Courreges和皮尔·卡丹时装盛行的年代，恩加罗的迷你裙和银饰上仍然是硬角和尖锋。伊曼纽尔·恩加罗打破了服装界的黄金规律：绝不要将格子和条子混在一起。典型的恩加罗系列是波尔卡圆点、斑马条纹、苏格兰方块和艳丽花朵的自由组合。其大胆富创意的风格，图案花纹的独特运用为品牌的发展赢得了不朽的名气。今天，Emanuel Ungaro已经是家喻户晓的国际品牌，依旧在时尚的舞台上散发着耀眼的光芒。

Haute couture no longer responds to the needs of today's women.

高级时装已经不再反映今日妇女的需要。



EMANUEL UNGARO





- 一个好设计者应该是——设计的建筑师，形状的雕刻师，颜色的艺术家，合声的音乐家以及哲学家。
- 高级时装就是一台戏。它是典礼、繁复、杰出、华贵和精致的盛会。
- 我试图将更加原始和初创的东西与极致的哲学相融合！
- 美才是唯一的。
- 我喜欢把新旧混合在一起。即使有些东西是全新的，我也想让它看起来稍微陈旧一些。
- 我是一个完美主义者，但是我个人观念里的完美并不是事物要完美无暇，事实上我故意那样做了。

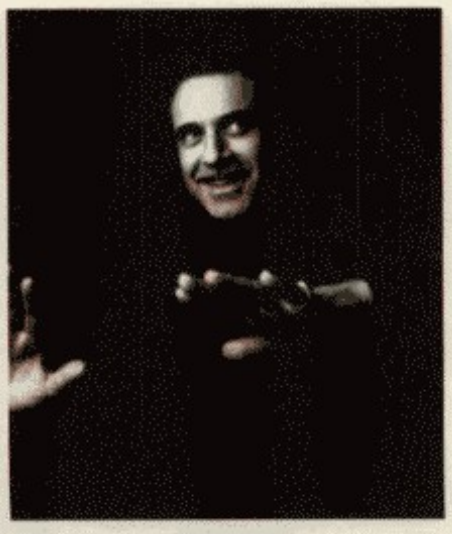


NO.31

恩尼奥·卡帕萨（Ennio Capasa）1960年出生于意大利南部的莱切，1978年毕业于米兰 Academy of Fine Arts学院。1982～1985年曾在日本山本耀司的旗下接受训练，1986年回到米兰与兄弟Carlo组建公司，创建了主要以法国制服为主题的品牌“Costume National”。1987年，恩尼奥·卡帕萨推出了自己的第一条女装成衣线。黑色是卡帕萨作品中的主角，简约自信是其一贯的风格，将日本的纯粹主义和街头文化结合在一起。1996年、1997年创作的Active shoe（活动鞋）和Divisible shoe（可分割鞋）其融入的崭新设计概念和生活方式最为瞩目，也使得Costume National成为一个十分成功的意大利品牌。此外，他凭借其创新的裁剪技巧，带动了男装紧窄合身的自然款设计。2000年，恩尼奥·卡帕萨推出的高级女装系列Black Label，又陆续推出香水和眼镜等配件产品。2004年推出了针对年轻消费群体二线品牌C“N”C Costume National。

There is no direction between who I am and what I do.

我是谁和我要做什么是没有必然联系的。



ENNIO CAPASA



- 我尊重能够创造自己历史的设计师。
- 我渴求简单的迷人的事物，并且能带给人真正自由的感觉的服装。
- 我从街头力量中汲取灵感，创造了一种介于高级时装与街头时装之间的风格。
- 我最喜欢的一个游戏是想象用不同的衣物去打扮顾客。
- 一个人从时装这个行业中可以学到的一个经验是，你永远也不要放纵的休息。

No.32

弗兰科·莫斯基诺（Franco Moschino） 1950年出生于意大利，18岁时来到米兰闯荡，白天当模特或餐厅待应，晚上则去读艺术夜校。学有小成时，便为广告公司、剧院及杂志当画图员。当时，莫斯基诺的作品受到詹尼·范思哲的赏识，被邀参与宣传推广工作，更加激发了弗兰科·莫斯基诺对时装的兴趣。1971，莫斯基诺开始为乔治·阿玛尼设计草图；1977年，应邀出任意大利品牌Cadette的设计师；到了1983年，成立自己的品牌“ Moschino”。六年后，推出二线“Cheap & Chic”。弗兰科·莫斯基诺被誉为时装界的鬼才设计师。具有着反叛的顽童心态，是时尚界的异数，因病于1994年去世。至临终前，已建立起一个价值人民币19亿元的时装王国，他孩童般对待服装的态度，以及诙谐幽默具有讽刺意味的时尚作品仍在人的心目中占据重要的位置。

Costume is somehow a kind of trash.

时装就是废物。



FRANCO MOSCHINO



- 流行不是少数人的专属，而是随时发生在你生活中的一些小游戏。
- 假如你不能打扮得典雅得体，倒不如穿得豪放狂野。
- 服装的选择往往是对设计师的兴趣。
- 即使你不能成为第一流的，至少应该是超越常规的。
- 我并没有设计出什么来，只是要把现成的作品带出新的味道。
- 穿T恤会使你显得生动有趣，但聪明人穿貂皮大衣。
- 今日时尚即我们如何认识自己对地球、生态所造成的损害。
- 生活中要面带微笑。



NO.33

弗里达·贾里尼（Frida Giannini）1972年出生于意大利的罗马，毕业于Rome Fashion Academy，毕业后先是在一间很小的时装屋做设计工作。1997年，开始担任了Fendi成衣部的设计师。2002年9月入主Gucci，担任Gucci手提包的设计总监。两年后，被提升为附属品的创意总监，负责手包、鞋、箱包、小型皮件、丝绸、珠宝、礼品、手表、眼镜等产品的设计工作。2005年3月，弗里达·贾里尼被任命为Gucci女装成衣的创意总监。随着汤姆·福特的离开，2006年7月，兼管男装部，成为了Gucci品牌的唯一创意总监。弗里达·贾里尼鲜活的创意和令人愉悦的视角加之对Gucci传统风格的完美理解使Gucci再次成为世界时尚舞台上的主角。今天，Gucci的新女掌门人弗里达·贾里尼已成为时尚界备受瞩目的女性之一。

It was a time when one's sense of fashion could not be underestimated, people played with their image and personality in surprising ways.

这是一个个人时装感觉不能低估的年代，个人风格及形象被设计师演绎得淋漓尽致。



FRIDA GIANNINI



- 我们的传统是你能看到的最美丽的东西，这就像我们私家的跳蚤市场——几十万个设计理念呈现在你的面前，创意无穷。
- 若你想要使品牌升值，那你必须尊重品牌。
- 性感是Gucci的DNA，不过我给予不同的诠释，身为女人，并为我所属的那一代女人设计。
- 一旦有什么东西让你的眼睛和灵魂觉得愉悦，那就是美。
- 汤姆·福特时代的女郎每个都是Sexy Bomb（性感炸弹），我想要保持性感，但是拒绝夸张。现在的Gucci相对收敛一些，更女性化、更性感且更精致。

NO.34

迦玛蒂斯塔·沃利（Giambattista Valli） 1966年出生于意大利罗马，1980年就读于当地的艺术学校，1986年先后在欧洲设计学院、伦敦圣马丁艺术设计学院学习，毕业之后曾在Capucci工作过，还曾担任Fendi和Krizia的女装成衣设计师。1996年，在朋友的介绍下认识了伊曼纽尔·恩加罗，并开始为其品牌担任成衣和高级时装的设计工作，为这个老牌子注入了新鲜的活力而成名于时尚界，此后成为该品牌的艺术总监和成衣的创意总监。在沃利的努力下，成立于1965年的Emanuel Ungaro逐步成为其施展才华的舞台。沃利的个人系列亦备受人们关注，其服装糅合了传统及现代感剪裁，线条俐落充满层次感，处处彰显着大师级的剪裁功力。2007年2月，他与参与设计的诺基亚7373特别版新鲜面世，成为巴黎时装周的另一道独特的风景。

It's about a woman that dedicates her beauty and femininity to her lover.

我的设计是关于一个女人把她的美和温柔献给她情人的表现。



GIAMBATTISTA VALLI



- 开创属于我的时代，听起来好象有些自命不凡，但我希望能够改变属于我的时代。
- 我对工作是充满热情的，激情洋溢的，也是永无止境、持续不断的探索和追求完美。
- 一切事物都可以给我灵感，我从各处获取我的想法，街道、音乐、艺术、电影、摄影、旅行……
- 一旦政治卷入，时尚就不是真正的时尚了。
- 当我看见女人们穿着我设计的服装时我感动极了，当我的衣服变成女人妒忌的目标和必需品时，是件非常令人惊异的事情。

- 我经常思考和探索。
- 美是隐藏的，并等待着人去发现的事物。
- 我渴望为每个人的自由而努力。
- 别肤浅地判断一个人，你从来都不能改变人真正的天性。



No.35

詹弗兰科·费雷（Gianfranco Ferre） 1944年出生于意大利米兰，1969年毕业于米兰工艺学院建筑系。1978年10月，创立了Gianfranco Ferre公司，当时设计的白色女士衬衫就已成了费雷的标志性服装。1982年1月，首次发布男装。1989年，担任Christian Dior女装、成衣和皮革系列的艺术总监。之后，费雷推出Ferre牛仔系列、Gianfranco Ferre童装系列、GF Ferre品牌系列等，其产品在时尚界占据着举足轻重的地位。2007年6月17日，费雷因病逝世，享年62岁。

费雷以单纯的线条、华丽的面料和鲜艳的颜色而闻名。设计中，以简洁却十分突出的线条感来架构服装，巧妙融合剪裁与颜色两者的契合，展现穿着者更佳的身型轮廓。常采用不对称的几何形，用独特的尺寸比例与各种面料巧妙结合的方法来塑造一种异乎寻常的效果。色彩上，费雷最爱用蓝色来点缀夏装，用黑色来象征冬装并与各种浅淡背景色相配以产生对比或相谐成趣的魔力。无论是在回应传统的需要，还是在追寻理想的边际，或是单纯地表达强烈的浪漫，他的作品总是具有十足的创造力和立体感。虽然大师不再，但费雷的服装仍旧是精确、精致和精美的同义词。被誉为“时装建筑师”的詹弗兰科·费雷在意大利与詹尼·范思哲，乔治·阿玛尼三足鼎立，素3“G”之称。

There is no definite signification of beauty. What I am driving for is chastity, modesty and wisdom.

美并无特定的意义，我所追求的是纯洁、质朴和智慧。



GIANFRANCO FERRE





- 时装是由符号、形态、颜色和材质构成的。
- 追求衣物色彩及面料的协调，给它永恒生命的艺术形式，对我来说是最大的快乐，毫无辛苦之言。因为我并不想要刻意地去创造什么，而是由内心自发的灵感来推动我进行创作。
- 设计的最终目标：质量、独一无二的风格和自然性。
- 我所接受的建筑方面的教育让我较好地理解服装的基础。我们知道一件衣服是用布料做成的，是平面的，通过剪裁我们赋予其形状，获得体积。我认为在设计服装的时候，既需要人的创造力，也要有技术，这种技术就是设计师的技术，它反映了你细心的观察和精心的经营。
- 条纹的格调轻松愉快，而且还有男性化、强有力的气息。
- 我将迪奥从一个虚无缥缈的神话转变成真实、有生命力的品牌，在这一过程中，从未背叛其奢华高贵的本质，也没有离弃那些忠诚客户。
- 优雅首先源自模仿。



- 无论为男士或女士设计衣服，都要考虑整体线条，空间和比例，这与空间设计如出一辙。不同的，也是最重要的一点是服装设计师的对象是人体，是有感情和动态的物体！
- 我始终努力保持风格的统一和延续，并在吸取各方面灵感的过程中进行深化和发展，这一切与我对时装的热爱、艺术品位及从业经验密不可分。



- 我从来不觉得自己特别成功或是出名，每天当我踏进家门，我就将所有别人眼里所谓的名利关在门外，这是我保持踏实、以平常心过日子的方式。
- 我的品牌始终保持着勇于探索的男人风度，对待不同流派保持宽容作风，因此风格多样、兼容并蓄。
- 时装设计师需要广泛涉猎其他知识领域并从中获取经验才能更好地完成艺术作品的创作，如历史、文化和艺术，而且也必须熟悉不同时代的人文特点和社会心理等。
- 多年来，我尽量利用一切机会观摩其他设计师的风格秀展，体悟伟大画家们的经典作品，无论是简单的原始风格还是繁复的现代流派都从不拒绝，从表面装饰特点和内部设计结构中获取经验。同时，积极借鉴世界上优秀的文化遗产，特别是远东的印度、中国和日本文化，以及西方文化因素中的巴洛克、新古典主义、浪漫主义及颓废主义等。

No.36

詹尼·范思哲（Gianni Versace）1946年生于意大利的加拉布莱，大学学习建筑专业，曾在母亲的裁缝店里做过学徒，后在米兰以自由设计师的身份在Genny、Callaghan等公司担任设计。1978年，在米兰与兄长Santo Versace一起创立品牌Gianni Versace，推出首个女装系列。1985年打入法国巴黎时装界，并具有较高的名誉度。范思哲的品牌标志是希腊神话中的蛇发女妖美杜莎（Medusa），她的美貌迷惑人心，代表着致命的吸引力。范思哲一生都在追求这种美的震慑力。他的作品中总是蕴藏着极度的完美，以致达到濒临毁灭的强烈张力。正当范思哲帝国蓬勃发展全速前进时，1997年7月15日范思哲在美国迈阿密遭枪杀，不幸身亡。

范思哲的设计不受任何羁绊和禁忌，着意追求美丽和性感。流畅简洁的线条、宝石般夺目耀眼的色彩是范思哲作品的风格。斜裁是范思哲设计最有力最宝贵的属性，随心所欲地将各种全然不同的艺术风格糅合在一起，性感地表达女性的身体。他的男装五彩缤纷，女装富于挑逗性，非常摩登。顾客从王室贵族到摇滚乐手，身份迥异。范思哲的崛起促使时装业本身的精神实质得到了升华，把普通的衣服变成了艺术。詹尼·范思哲以其卓越的才华和对时尚的贡献被意大利政府授予“国民荣誉奖”，被誉为“米兰的骄子”。范思哲的早逝是国际时尚界的一大损失，然而“时装界的太阳王”留给我们的美丽却是永恒的。



Curiosity drives me to keep my dream and encourage to try everything and it also make to be at the front of clothing world.

好奇心驱使我继续产生梦想，鼓励我尝试一切可能。也是因此使我走到时装界的前列。

GIANNI VERSACE

设计与工作

- 时装作为社会化与自我表现的媒介，性感才是它最基本的动力。
- 我要让全世界的女人在穿上Gianni Versace衣服的同时也穿出她的性感与魅力！
- 设计是为了表达我内心的感觉，而不是为了一种外在的商标。
- 我要去了解我们的时代，成为这个时代的设计师。我热爱现代音乐、艺术、电影，我要用我的服装将这些表现出来。
- 我很少画画，我喜欢把衣料直接披覆在模特儿身上，欣赏、体会……
- 我的灵感并不来自于学术研究，而是来自于直觉。我总是向前看，就连古典对我来说也意味着现代。
- 你知道我有多少想法是从街头偷来的。
- 只有商业性才是时尚的命根子。



思想与生活

- 简洁即美。
- 我对一切都充满好奇心。对艺术、对名著，也对人、对性。总之，对我身边的一切，更对我所不知的一切。如果我将即刻离开人世，我最大的遗憾是我将永不知道明天的一切。
- 我喜欢独处、安静、思考。
- 我依然是那个可爱、土气、害羞的小男孩儿，极力避免自己成为一个公众人物。
- 一个人没有必要给自己贴上“我是这种人”或“我是那种人”的标志，但是不能对自己说慌。

NO.37

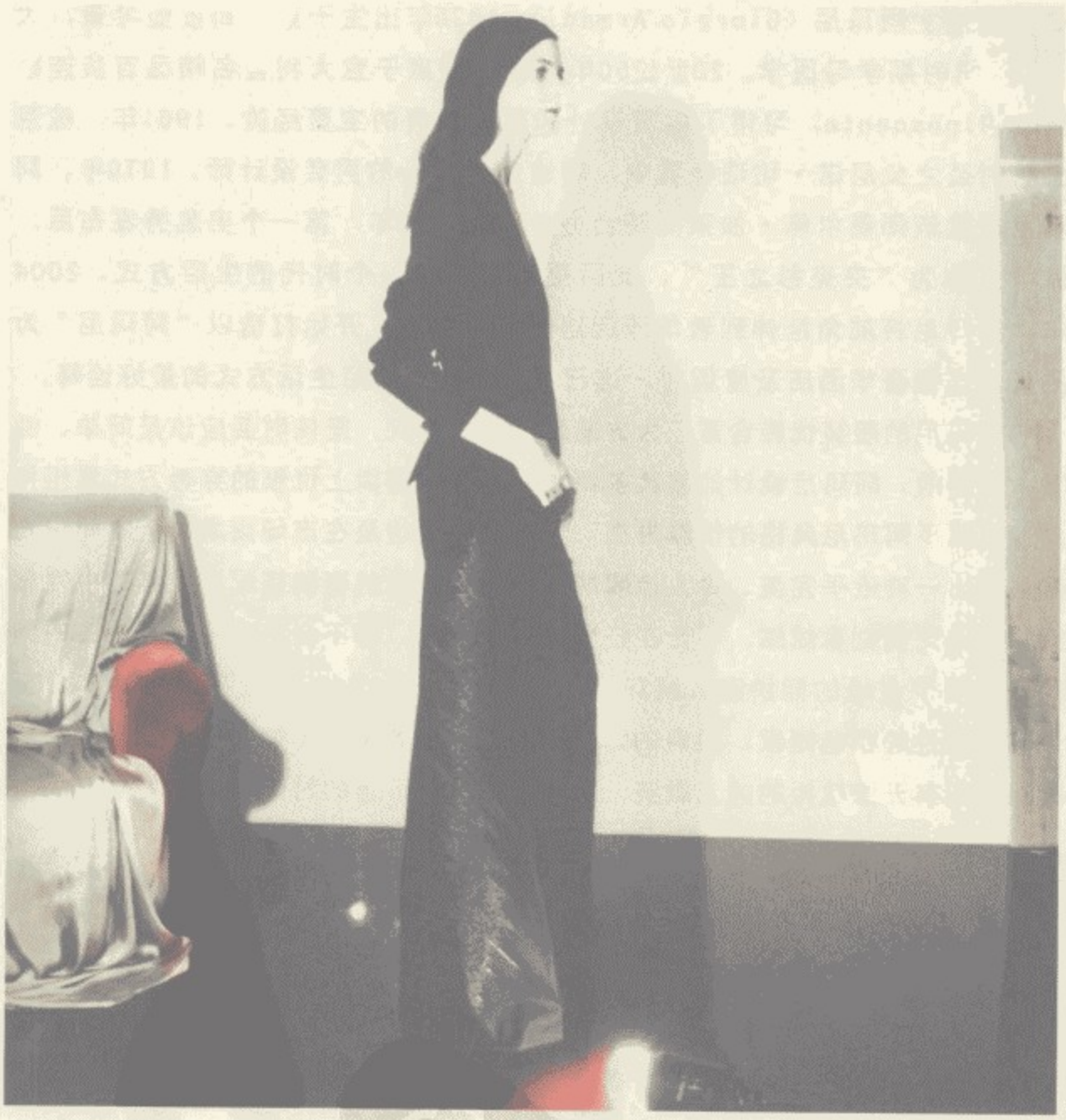
吉尔·罗斯尔（Gilles Rosier）1961年出生于法国巴黎，父亲是法国人，母亲是荷兰人，1982年毕业于巴黎的Chambre Syndicale de la Couture。毕业后，先后在皮尔·巴尔曼，迪奥和让·保罗·戈尔捷等品牌从事设计工作，积累了丰富的设计经验。1992年创建自己的品牌GR816，三年之后，发布了Gilles Rosier系列，吉尔·罗斯尔对于色彩、自然造型有着极大的兴趣，两个系列均获得了巨大的商业利润也得到了人们的高度认可。1996年～1999年，吉尔·罗斯尔接任Lacoste的创意总监。此后，在高田贤三退休之际，为其工作了几个季度，担任女装的艺术总监，很好地传达了Kenzo的品牌精神和创作理念。如今，吉尔·罗斯尔专注于自己的品牌设计，具有非凡创造力的他给人们制造着一个又一个惊喜。

I wanted the clothes to be like white paper, being free and discreet at the same time.

我希望服装就如同白纸，自由中带有哲思的气质。



GILLES ROSIER



- 我的工作不仅仅关注时尚，也关注衣服的结构。
- 我喜欢看芭蕾是因为身体的扭曲会改变衣服的形式和结构，人类的姿势给予我创作的灵感。
- 衣服的结构揭示身体，并能将纯净、谦卑平衡起来。
- 我特别喜欢去设计那种能展示人们个性的服装。
- 当一个东西或一个人真正的成为它自己时就是美。
- 活着并爱着，用你期待别人来对待你的方式去对待别人。

No.38

乔治·阿玛尼（Giorgio Armani）1935年出生于意大利皮亚琴查，大学时期学习医学。20世纪50年代末，受雇于意大利著名精品百货连锁店La Rinascente，习得了橱窗设计和服装销售的宝贵经验。1961年，被意大利时装之父尼诺·切瑞蒂看中，聘请为Hitman的男装设计师。1970年，阿玛尼与建筑师赛尔焦·加莱奥蒂合办公司，1974年，第一个男装秀发布后，就被人称为“夹克衫之王”，此后更是引领了一个时代的生活方式。2004年，阿玛尼将触角延伸到奢华酒店这一新的领域，开始打造以“阿玛尼”为品牌的连锁豪华酒店及度假村，这已成为对于阿玛尼生活方式的最好诠释。

阿玛尼的服装优雅含蓄，大方简洁，做工考究，坚信时装应该是简单、纯净、明朗的。阿玛尼设计的服装多源自于观察，将街上优雅的穿着方式重组再创造出属于阿玛尼风格的优雅形态。其最大的成功是在市场需求和优雅时尚之间创造出一种近乎完美、令人惊叹的平衡。他简单的套装搭配、优雅的中性化剪裁令人无需刻意炫耀，不论在任何时间、场合，都不会出现不合宜潮流的问题，吸引了全球的拥护者。阿玛尼已统领Girogio Armani王国三十余年，至今其标志性的银色短发，褐色的健康皮肤，紧身的黑色T恤衬托下年轻人般的硬朗，还有无法抗拒的迷人微笑，仍是人们津津乐道的时尚教父。

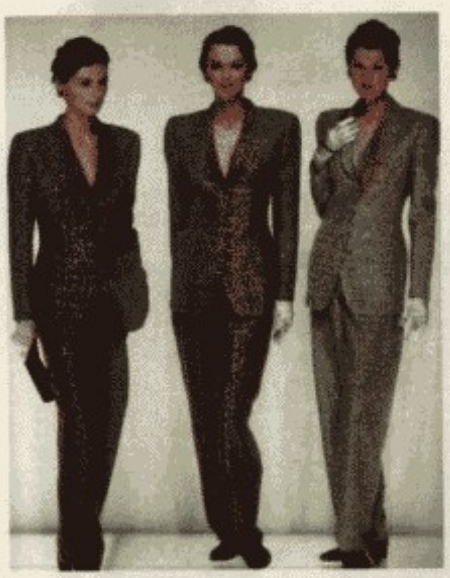
I have realized one time that I have to take responsibility for my actions and beliefs.

我认识到我必须对我的行为和信仰负责。



GIORGIO ARMANI





- 作为一个设计师，我是在反映社会，而不是改变社会。
- 我的设计遵循三个黄金原则：去掉任何不必要的东西；注重舒适；最华丽的东西实际上是最简单的。
- 我一直认为真正的挑战是不断地去满足现代男女的需要。我试着把新的灵感和想法变成时尚、买得到和没有季节性的服装和配饰，试图能够达到凸现着装者的品性和个性的最终效果，而不是为了吸引媒体注意，靠做一些激进而不切实际的设计来受到宣扬。
- 我试着寻找新的优雅，它并不容易，因为人们总是希望被震撼。
- 时尚的清规戒律已经死了，女人们已经学会按照自己的意愿打扮自己，她们不会再受某一位设计师的支配。
- 设计和市场有着必然的联系。这种联系是创意设计和顾客需要之间的真正和解。
- 时尚不仅局限于时装。
- 风格的要素，就是用简单的方法来表达复杂的内涵。
- 所谓高级时装就是稀有的那几件或者一件。
- 索罗门博物馆（Solomon R. Guggenheim Museum）最近根据我过去25年的设计举办了一场主题展览。其中一款我最喜欢的作品是1980年发布的日本武士（Samurai）系列。那款作品并没有取得商业上的成功——可能是我的作品中唯一卖得不好的——但是就创意方面来讲，它是那样地令人满意，也是我所作过的发布中最让人激动的作品。



- 人们总是要求给我的风格下定义，就我而言这不应是凝固的，我只知道风格是一种方法。
- 设计高级定制时装的时候，你可以梦想。它提供了一个机遇，可以创造出真正非凡的衣服，不用受价格的限制，也不用考虑营销方面的需要。
- 没有一个法官比我对自己更严格，我对每件设计作品进行评判，这个适合市场吗？不，那就取消，这样的法官制度使我的工作更有效率。
- 很难以阶段性来划分我的设计生涯，这是一个有机的、流动的、非常感性的过程，像一条河流，其中流动着我的审美风格：它是渐变的，而不是革命性的。
- 我总是让人们对衣服的感觉与自由联系在一起，穿戴起来应该是非常自然的。
- 女装不应过度强调外观的挺括和棱角分明；注重柔和贴身的线条才是最重要的。可以采用华贵而简单地面料，但裁剪缝制必须精致，因为女装的简洁并不等于简单地包装一下，而必须表现出简洁的华贵。
- 强加出一种时尚，不管它是什么，的确这是对消费者的不尊重。我的做法刚好相反，我追求的是让人们帮助我的服饰更突出他们的风格，而不是成为服装的牺牲品。
- 中国设计师一定要记得自己的传统，将传统元素结合到现代的设计中去是聪明的方法。如果有谁去模仿我是对我莫大的恭维，说明他认可我的设计。在西装上放三个纽扣也不是我的专利，不过建议你们去拷贝更有用的东西，那就是无可取代的思维方式。
- 灵感来自于一种情绪，我不能让自己奢望灵感的到来。
- 自然和自信就是美。
- 我无法容忍任何一种形式的卖弄。

No.39

森英惠（Hannae Mori） 1926年生于日本岛根县。1951年，婚后的森英惠在西装裁剪学校学习毕业后，开办了自己的“Hyosiha”服装店。不久，因为电影演员设计服装而名声大噪。1965年，森英惠在纽约举行了首次作品发布会，1975年以后，她的作品逐步打入伦敦、瑞士、德国等市场，1977年，森英惠成为巴黎高级时装设计师协会中的第一个日本人，此后她发表过具有中国风格的作品和吸收巴黎高雅气质、线条简洁而明快的作品，成为世界上知名的服装设计师。

森英惠设计的时装线条流畅、优美，用色高雅、柔和，洋溢着女性独特的气质。她善于运用特殊结构的材料，如透明或半透明的丝绸，来制作服装，上面再用日本传统的花卉图案来装饰，让人耳目一新。森英惠服装的成功在于她将西方的形式与日本传统的装饰巧妙地结合，细节上多采用西方的装饰手法，而趣味格调则是东方式的，充分体现了东西文化交融的价值。服装上简单的轮廓，良好的服用性能，迎合了时代妇女的需要。因其在巴黎发表的带蝴蝶图案、有禅风格的印染布料礼服被誉为“蝴蝶夫人”。

Every country has its own traditional treasure and culture and it will be the excellent works after the pick-up of the culture..

每一个国家独特的传统和文化都是宝贵的财富，各自寻根，提取精华，都将成为绝好的作品。



HANNAE MORI



- 作为时装设计师，就应该在脑海里考虑流行的发展方向，要比普通人更有预见性。我认为成功的关键就在于此。
- 尽管否定过去是时装设计师的一项重要工作，但今后我将对过去的事情进行重新思考。我将不再做“让人买”的服装，而是做“让人看”的服装。
- 时装就似一只蝴蝶，短暂却辉煌，对未来满怀期望是一种喜悦。
- 从根本上说，服装设计师首先考虑到的是：我喜欢什么，我爱什么。
- 电影界是培养我成为时装设计师的难得的学校，那里磨练了我观察、表现各种各样女性的能力。

- 人们所谓的生活样式、生活方式都在渐渐发生着变化。像现今的IT产业、先进的科学技术都纷纷登场。随着这些变化的产生，人们的穿着自然也跟着不停地发生着改变。
- 整个日本国民，他们的外表穿衣总是流露着浓浓的黑暗、忧郁。但是却把缤纷的色彩隐藏在外套或者和服的内衬里。这种着装风格，体现了日本固有的行为方式：保守、朴素和对鲜艳色彩的犹疑。
- 巴黎是我设计灵感最佳的城市。但是从另一方面来说，纽约是活力和效率的城市，我在纽约可以学习服装贸易，同时可以磨练我的设计创作。东京是东西方交融的火炉，对我同样是具有很强的吸引力。

No.40

喜迪·史利曼（Hedi Slimane） 1968年生于法国巴黎，母亲是位时装设计师。学生时代的史利曼曾修读新闻系，虽然没有受过任何的服装教育，但他对于裁剪和技术有着特殊的禀赋，后来去卢浮宫学院学习设计。1992年和法国设计师Jose Levy一起，成为Jean-Jaeques Picart的助手。1997年6月史利曼受伊夫·圣·洛朗赏识，成为YSL的Rive Ganehe Homme的艺术总监。之后的3年里，为这个老品牌注入非常现代的特色和极具性感的魅力。2000年3月YSL被Gucci集团收购后，喜迪·史利曼便转投Dior门下，成为其男装Dior Homme首席设计师。因卡尔·拉格菲尔德减肥瘦身为了能穿上喜迪·史利曼那像是专为厌食男而设计的Dior Homme而名声大震。如今喜迪·史利曼已经离开了Dior Homme，但Dior Homme的品牌精神概念已在他的长期打造下成形，并彰显着属于喜迪·史利曼个人风格的美学想法。喜迪·史利曼的典型造型是长线型，其风格倾向于性感的、浓烈的中性化，巧妙地融合了传统时装和现代的不确定性，完全颠覆了高级成衣业的既有模式，为二十一世纪的男装开拓了新的领域和审美观。

I'd like men to think about evolving into something more sophisticated, more seductive. To explore the possibility of an entirely new kind of masculinity.

我希望看到‘优雅’的回归，希望男装重新加入到更精致、更有魅力的变化中来。



HEDI SLIMANE

设计与工作



- 时装更多的是一种社会的催化剂。
- 我总是喜欢古老的二分法，它把衣服分成日装和晚装，它演绎成格式化和仪式化的衣柜。
- 我对顾客感兴趣的方面主要是他住在哪里，住在什么样的房子里，开什么牌子的汽车，到哪里去吃饭。在美国，这就是所谓美国的生活方式。
- 我说的越少，做的就越好，名声对其他人很重要，但对我来说，真正吸引我的还是做事。
- 我不喜欢“中性”这个词，我所做的是探寻男人哪些可为，哪些不可为。
- 让我喜欢的不是某件具体的衣服，而是让人记起某种特征和某个时刻的服装。
- 体型庞大并不意味着更有男人味或更性感，人体的比例在不断改变。
- 传统就是现在。
- 我不喜欢格式套路，从事设计完全是凭直觉。
- 男装时尚的进化如果切断与街头音乐潮流的联系，简直没门。音乐对它的影响非常积极。传统的男装又乏味又保守，是音乐元素让各种突破变为可能。

思想与生活

- 美应该进化。
- 我从11岁开始就经常扛相机四处拍照，这也是设计过程的一部分。尤其是做发布会时，要拍大量的照片。我想在既定的框架内找到布局和比例的感觉，它们对服装的结构至关重要。
- 我的设计哲学是“尝试”。
- 我很关注异质文化现象，不过在时尚中我们见异思迁的速度太快了。真正一个时代的文化形成需要一个长时间的发展过程。

NO.41

赫尔缪·朗（Helmut Lang） 1956年生于奥地利，与祖父母一起长大。1986年在巴黎第一次成衣展就显示了他引导未来趋势的才能。1977年，在维也纳成立自己的公司。真正让赫尔缪·朗名满天下的是1994年名为“垃圾与优雅”的系列，它强化了赫尔缪·朗的复杂、世故，加之造型简约的剪裁技法使他一跃成为前卫时装阵营里最耀眼的明星。20世纪末 Prada集团收购了Helmut Lang 51%的股份。

赫尔缪·朗以简约的美学观为基础，坚持用服装来表达自己，设计出一种完全个人化的感觉。他把自己的服装定义为“无原型服装”，认为每一剪刀都纯粹为构图而考虑，赋予服装一种建筑般冷漠与精巧的造型，被誉为“奥地利剪刀手”。早在80年代他就对两性服装的发展有自己独特的见解，在时装界首次将男女服装在同一舞台上展示，也是第一个利用互联网展示服装秀的设计师。为此，深受阿玛尼的赏识，简·桑德也是他的一个拥护者。赫尔缪·朗严谨的作风、实用且有创意的运动服装统治了整个90年代。现在，日本大众时装品牌Theory以及Uniqlo的母公司Link Theory以300万欧元的价格接手Helmut Lang，自2007春夏季，再现其昔时的风采。

I think I always had a good sense of seeing things that were coming and was never afraid to explore them.

我认为我对即将要发生的事情非常敏感，而且总是热衷于去探究它们。



HELMUT LANG

设计与工作

- 我认为时装是另一种表达自我的语言。
- 这个时代总是过分偏重美感，要多考虑一点服装的可穿性。在理念方面，不是注重高不可攀的流行性，而是着重考虑着装者的时尚感，要有更高的品质和有力量的设计。
- 当我需要一种新风尚时，我不是简单的用柔和情调来代替什么，而是在这个快速、冷漠、变幻的社会中营造一种特别的浪漫主义和爱的感觉。
- 我在设计时常常关注人们在感情上的真正需要：人们需要穿上令她们感觉良好的服装，并能表达一些什么。
- 我对面料天生有感觉，这是难以言表的，好比给你1000种面料，让你挑出各种搭配，再加上重量感和形式美，千变万化。我一直做这样的训练。
- 我们是一个真正的“创意家族”，每一个富有创造力的人都需要与一些经常能向他提问并交换看法的人合作，这对我们彼此的事业非常重要。
- 矛盾是灵感的源泉。
- 时装并不表达自身，在其背后暗藏了许多社会激变。我所做的事只与现在有关，与我们所倡导的生活有关。
- 现在的时尚越来越主流化，甚至有点不道德，什么都被允许，设计师们几乎能做任何他们喜欢的事情。



思想与生活

- 每一样东西都有美的一面。
- 服装归根到底是为了使人们穿上后看起来和感觉上都舒适，这就是时尚的目的。
- 如果尝试用言语来解释我的作品，那便不再是我的作品了。



No.42

休伯特·德·纪梵希（Hubert de Givenchy） 1927年出生在法国诺曼底博韦的一个艺术世家。17岁时，受费斯的赏识被聘为助理设计师，之后为几家服装名店担任设计师。25岁时，在好友的资助下开设自己的服装沙龙。1952年，纪梵希首度在巴黎推出个人作品发布会，在这场以白色棉布为主，辅以典雅刺绣与华丽珠饰的时装展中，他的创意才华征服了在场人士，也奠定了Givenchy在时装界的尊崇形象。之后，Givenchy名下的产品也陆续开发扩充，享有盛誉。1988年，Givenchy被法国的LVMH集团收购，但纪梵希本人仍主持品牌时装的设计工作，直至1995年宣布引退。此后，约翰·加利亚诺、亚历山大·麦克奎恩、于连·麦可当劳相继担任过Givenchy的设计工作。

纪梵希的设计简单明快，富有现代气息，优雅中包含着简洁、清新、洗炼、庄重、纯朴和谐趣。高贵典雅的设计理念堪称经典之作，他的设计注重线条的表现而非细节的装饰，广泛的色彩应用是其设计的主要特点，饱含青春韵味和活力的服装也是他的长项。纪梵希将古典主义进行到底的精神让人感动，他的设计总能跟上所处不同时期的设计要求。当初纪梵希先生创立Givenchy时所赋予的品牌4G精神——古典（Genteel）、优雅（Grace）、愉悦（Gaiety）、GIVENCHY加之与赫本的传奇故事，为人们创造了一个世纪的美丽神话。他于1978年和1982年两次获金顶针奖，1983年获得军团骑士荣誉，1985年获奥斯卡优雅大奖。



The true beauty is the respect to traditional and admire to classicality.

真正的美是来自对传统的尊重，以及对古典主义的仰慕。

HUBERT DE GIVENCHY



- 时装已死，现在的时装屋只靠配件续命。连香榭丽舍大道的时装名店，都是挂时装之名，实际在卖手袋皮鞋。
- 女人不是单纯地穿上衣服而已，她们是住在衣服里面。
- 赫本在一瞬间带给我的化学反应，使我终生都在用头脑，而不是用眼睛为她设计服装。
- 我坚信自己的天赋是上帝赐予的礼物。我从上帝那里索取灵感，同时感恩。我信仰上帝，因为它给予。
- 高级订制时装的设计师，是应该到场为顾客度身试衣、并给与顾客建议。如果你给予顾客你的才华和服务的质量，她们会非常忠实于你的。为什么45年来，我一直拥有Petrie家族、Whitney家族、梅隆家族和Bass家族的女士们作为顾客？因为，当她们来订制服装的时候，我总是在场。我的精力不在为取悦传媒而制造新闻上。

NO.43

侯赛因·卡拉扬（Hussein Chalayan） 1970年生于土耳其的塞浦路斯，1992年毕业于伦敦圣马丁艺术设计学院，1994年就以惊世骇俗的作品震惊了整个时装界。2001年10月成功在巴黎举行发布会。2002～2003秋冬时装展上推出了理念与女装迥然不同的男装系列，2003年春开始发展成衣线。目前，除了自己的品牌外，卡拉扬还为纽约的针织公司TSE和英国的服装连锁店Top Shop担任设计。

卡拉扬被称为当今最具创意，最具实验性、概念化的时装设计师之一，解构主义的怪才。他常常质疑常规时装，作品具有非凡的简洁性和纯粹的诗意是众多混乱元素神奇的统一。设计中处处体现出他的才智，优美雅致，他的每场时装发布会总是引人注目：模特儿全身赤裸，头带面具，或全身包得密不透风，其超越、新奇的概念赋予人们一种无穷创意的能量。无论是设计还是造型都集中地表现了卡拉扬放逐、独立、孤独、压抑、沉思，以及流亡者的痛苦等内心体验。1999年、2000年他曾两次获得过英国年度设计师奖。

My inspiration comes from anthropology, genetic anthropology, migration, history, social prejudice, politics, displacement, science fiction and I guess my own culture background.

我的灵感来源于人类学，基因人类学、移民学、历史、社会偏见，政治、转换和科幻小说，我想还有我的文化背景。



HUSSEIN CHALAYAN





- 我追求用服装作为一种媒介，从而对世上的某些事物有所影响。这是为我自己创造一种被理解或者至少是被重视的机会。
- 我的作品很像个合成品，呆板和灵活的组合。我最终想要的是这些合成品看起来像是经过精心组合一样。
- 设计基本上是一个商业性的事情，我不能因为利益而卷入其中。
- 观念即使不比服装本身更重要，至少也同等重要。
- 我对肉体感兴趣，在肉体的性感和空间之中，我们用我们所穿的和所动的体现出自己的文化。
- 服装展示会是整个过程的最终部分，我尽力在展示会上捕获种种情感，而不仅仅只是看我的服装。
- 对我来说，困难的事情是在每款设计之间没有太多的时间去考虑。有时候你想尽力发挥你的想象，但是你不能，这才是真正折磨我的地方。市场的需要是整个设计环节中最糟糕的事情。





- 美是真实的东西。
- 我善于观察行为。我对某些观点深有研究，并建议用一种新的方式看待事物。
- 我觉得我应该从事和人体有关的工作，建筑是最早进入我脑海的，因为它的本质是环境与你所有创造的具有社会或者自然内涵的空间之间的关系。平时人们谈论服装时，他们仅仅看重其表面价值，而不是将它置于社会或文化背景中，但这不是我感兴趣的方式。
- 设计就是实验性的、概念性的。我从不同文化的角度来看待人体的角色，例如科学、建筑及自然、再将它们用到服装中去，服装应是美丽的、前卫的。
- 英国时装带来相当多的美观性和前卫性，对世界的影响是显而易见的。英国文化对于我的设计的影响是来自潜意识的，那种融入我设计的应该是通常可以在英国见到的那种自由表达真实和诚挚的缩影。
- 如果服装在日常生活中沦为一种无聊的剧情，无论如何，你都得面对自己造成的事实。



NO.44

三宅一生（Issey Miyake）1938年出生于日本广岛，毕业于多摩美术大学。1964年前往巴黎发展，在巴黎高级女装联合会设计学校深造后分别担任纪·拉罗什、纪梵希的设计助理，并奠定了深厚的剪裁技术基础。1970年，在东京成立三宅一生设计研究室，同年推出女装系列。1973年，在巴黎成功地举办了个人时装发布会。1978年三宅一生的理论著作《东西方相遇》出版。之后的Pleats please（给我褶裥）系列、A piece of Cloth概念服装的发布，引起了人们的极大关注。1999年10月，三宅一生将品牌的设计工作交给其助手Naoki Takizawa，自己则专心于A piece of Cloth系列的研究。

三宅一生致力于将东方的服饰观念与西方的服装技术、将传统文化与现代科技相结合，开创了一条自己的设计道路。他从传统的日本和服中汲取了剪裁、结构等方面的养分，将传统的披挂、包裹、缠绕、褶皱运用到现代的服装设计中，在身体与服装之间创造了无数个可能性。用一种最简单、无需细节的独特素材把服装的美丽展现出来。直接将布料披缠在模特身上，进行“雕塑”，创造出与人体高度吻合，造型极度简洁，富有原创性的完美作品。三宅一生以他既非东方又非西方的全新设计，对当时固步自封的西方时装界发起了革命性的冲击，影响了整整一代设计师。三宅一生被誉为“这个时代最伟大的服装创造家”，其独创性已远远超出了时代和时装的界限。



I try to create a kind of dressing style neither of east nor of west .My fashion designs is only a half, the rest is annotated by those who wear them .

我试图创造出一种既不是东方风格也不是西方风格的服饰，我的设计只是一半的路径，另一半有服装的完美者来完成。

ISSEY MIYAKE



- 我的服装不似欧式时装那样有个预期造型，它完全是依照人体“折叠”而成，一旦离开人体的支撑，则可能软塌下来而成为一堆“纸构成”。
- 我总想把衣服回归到一块布片——一块方形布片，因为它就是衣服的基本元素。
- 服装设计的语言，不是漂亮诱人的形容的话语而是简洁明了的行动，比如连接、折叠、伸展、打褶、包裹、卷曲、压印等。
- 并非服装使人体充满生气，而是人体使服装充满活力。
- Pleats Please （给我褶皱）系列是我最成功的创作，并不仅仅是狭义上的时装。
- 我更注意新技术、新材料在设计上的应用和时装发展的倾向。
- 我的理想是创造一种像牛仔或T恤之类的服装，使之如同抽烟一样，成为生活中的传统或习惯，源自生活而又独立存在。
- 要鼓励以自身文化为背景来设计、创造个性，从而建立自己的时装业。
- 简单永远是好事。然而，一个能创造简单的东西的人必须具备极大的天分。
- 衣服必须要被看到，不仅从外面能看到，里面也要能感觉到，更要用心去体会。
- 我一向都喜欢古典舞蹈和现代芭蕾，它的动作艺术跟他们的身体关系密切，所以我相信这种有密密麻麻褶子的衣物，应该是可以替代传统的紧身衣，给艺术家自由演绎的空间。
- 织物就像构成木头的粒子，你不能反对它，我总是闭上眼睛，等织物告诉我应该去做什么。
- 20世纪时装重大的发展是越来越“露”。二十年代废除了女子的紧身胸衣，而如今的设计师却正用各种面料将紧身胸衣外穿化。
- 若是看到与我的设计有类同的东西，不管任何人说它好，我也不要了。
- 面料和人体和谐之美，是通过服装来体现生命的喜悦，身体的自由的。





- 我努力想发掘出和服后面的潜在精神。
- 我工作的中心就是好奇心和喜悦，所谓的设计工作，绝对不是精致，而是源源不绝的思想，感性的交欢中所孕育出来的美的意识。
- 我们是住在废物堆上的一代人，第一个从西方文化中站起来的，必定要寻找另一个方面来搜索新的设计方法。
- 美即是快乐。
- 对我的职业影响最大的是大众，自然和技术。
- 做任何事情都是自我的一种自然伸展。
- 我的信念是不断前进。
- 我最重要的信条是诚实。
- 我热爱巴黎，因为在那里，人人可以有自己的主张。

No.45

意达罗·祖凯利（Italo Zucchelli） 1965年出生于意大利的一个沿海小镇Le Spezia。1988年毕业于佛洛伦萨德Polimoda时装设计学校，在进入Calvin Klein 公司前，意达罗·祖凯利在Jil Sander公司做过两年的男装设计师，还曾担任过Romeo Gigli公司的设计师。2000年开始为Calvin Klein担任男装的设计工作，2003年，卡尔文·克莱恩退居幕后，2004年春，意达罗·祖凯利开始担任Calvin Klein公司的男装设计总监。意达罗·祖凯利将Calvin Klein的美国式性感哲学的设计精髓发挥的淋漓尽致——创造男性向往的新型饰物和外观，同时又充分尊重Calvin Klein男装简单而纯粹传统风格，经典的卡尔文·克莱恩精神不断演绎出新。

It's really amazing when you see your designs on the streets.

当看到自己设计的作品出现在街上时，是件很惊异的事情。



ITALO ZUCCHELLI



- 感受到灵感是一种灵魂的能力，对于我来说它就像魔法一样，然后会转化成一种实物形态或一些细节。
- 我的工作是真实的、性感的、好玩的、男性化的。
- 当你在街上看到你的服装被真实的人穿着时，感觉非常神奇，因为这是一种某个人以某种方式和你联系在一起的一瞬间。
- 我把设计的对象当作一个很复杂的混合体，在最开始的时候我喜欢定义很多种人格和个性，他们会喜欢什么？会穿什么？



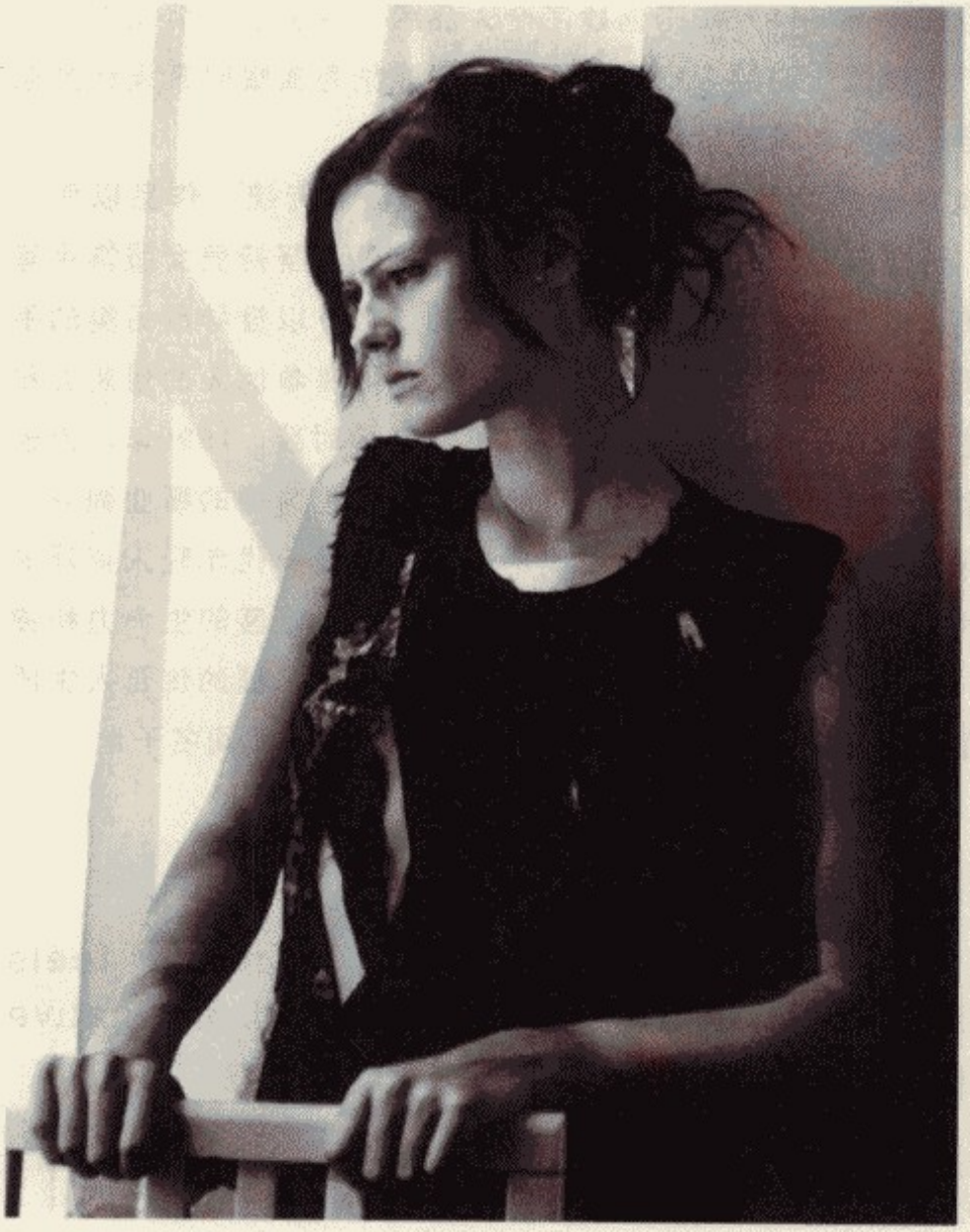
让·克罗纳（Jean Colonna） 1955年出生于阿尔及利亚，20多岁时终止了医学专业的学习转赴巴黎时装业公会学校研修时装设计，毕业后担任皮尔·巴尔曼的助手。1985年发布了自己的第一场时装秀，同时与朋友们合作共同为蒂埃里·穆勒和让·保罗·戈尔捷设计珠宝和配饰。让·克罗纳的设计向来以细腻出色，在不经意的细节上给人意外的惊喜。他将巴黎夜总会、左岸俱乐部和S&M商店的黑暗的一面展现在T台上。尽管让·克罗纳不是一个十足的解构主义者，但善于运用传统的方法处理和完善面料，将服装金属薄片、人造皮革和PVC面料甚至更加廉价的面料应用到设计中来，随意的缝边加上黑色风格流露出20世纪70年代“朋克风貌”的印记。让·克罗纳也被人们戏称为“King of Paris downtown chic”。

Fashion, which is drowned in rules, could have a revolutionary ambition.

时尚现在已经被规则淹没了，需要一些革命性的改变。



JEAN COLONNA





- 现在的巴黎服装发布会犹如奥林匹克的竞赛，但我想我是属于马拉松式类型的人。
- 对我来说，没有创意就像是生活中没有了空气。
- 美是光线的轨迹、不可定义的、不稳定的、永恒的。
- 生活是丑陋的，但是我依然热爱它。

No.47

让·保罗·戈尔捷（Jean Paul Gaultier）1952年出生于法国巴黎，从小在订制服的设计师祖母身边长大，开启了戈尔捷对时尚世界的憧憬。1970年作为皮尔·卡丹的助手开始了其设计生涯。1972年为贾克·艾斯特拉和让·帕图担任设计。1976年，创建了个人品牌，在首次时装发布会上推出令人惊叹的“先锋派”时装。1998年，被法国吸纳为高级时装设计师成员。近几年，曾担任经典老牌爱马仕的设计工作。

让·保罗·戈尔捷的设计理念是既引导流行又颠覆传统，作品以奇、异、怪、绝著称。他重新定义了时尚界的约定：在设计上坚持男女服饰平等的原则，将悠久隽永的传统文化与前卫创新意识相结合，以怪异而另类的手法逆转过去的审美观，开创了内衣外穿的先河。戈尔捷有着惊人的想象力和创造力，创作灵感常来自于伦敦街头而不是巴黎的高级时装，1990年，为麦当娜量身打造的金属尖锥形胸衣获得了全世界的关注，也为他的事业翻开了新的篇章。让·保罗·戈尔捷作为另类时尚的象征，是新一代年轻人崇拜的偶像型设计师，他有着顽童般的叛逆心理，充满着热烈、旺盛的生命力和独特的艺术魅力，人称法国时尚“坏小子”。让·保罗·戈尔捷的传奇人生使他集摇滚舞星、通俗音乐学者、手工艺泰斗三项美名于一身而闻名于世。

Have a strong belief that never feels shamed for the extraordinary and originative spirit of myself.

我有一个强烈的信仰，那就是万万不可为自己的与众不同和独创精神感到羞愧。



JEAN PAUL GAULTIER


Jean Paul
GAULTIER



- 我全部的设计来源于对现有东西的汲取，并力图在某些方面改变它，将其扭曲变成戈尔捷式的外观，而这些事情本身是相当保守的，这种态度深入到我的工作中并变成广泛的结果。
- 什么东西我都能设计，除了令人沉闷的正规服装！别想在我的作品中寻找模式，那是不可能的。
- 时装表演至关重要。表演就像演戏，但能让观众透过服装的外表美并欣赏到服装的内在美，这具有更加现实的意义。时装不是一般的艺术，而是具有动感的艺术，这门艺术反映了千姿百态的生活。
- 我不在乎什么全球第一流设计名家的称谓，我只是要设计最基本的服装款式，破旧立新，拒绝沉闷，当然还要有点“破环”处理，这才展现夸张和诙谐，并把前卫、古典、奇风混杂达到视觉上的统一。
- 小时候，我喜欢那类淳朴天真的女孩；上学后，我推崇那类忠诚友情的女生；成年后，我把对女人的兴趣转移到了设计时装。我所要做的就是突破现代男女时装的传统界限。时装就像房子，需要不断翻新。



- 观察是我最大的乐趣，我曾经在伊微沙岛的一个很糟糕的俱乐部呆过，那时有一个鸟笼里关着一只鹦鹉，我竟一下盯了它三个小时，我想我看清了它身上所有的颜色，我的第一款服装展便是从中得到灵感，我没有相片，只有记忆。
- 除了胸衣以外，服装没有性别概念。罗马人的长袍，印度人的卷布，日本人的和服，都可以搭配着穿。我想让男人变得更自信、更感官、更诱惑，而让女人更大胆，让女装更具表现力。
- 关于男性化与女性化的问题，至今在女人身上已经做过太多尝试；相反，对于男性，在时尚世界该做的事还堆积如山。
- 我不喜欢出人意料，我的目的其实是要告诉人们，我找到了这些平凡而美丽的东西。
- 我始终坚持自己的信仰和风格，并且依旧深爱着这份工作，享受它为我带来的无限活力。
- 比起言辞来，我更善于用服装来表达自己。
- 任何颜色只有在人们穿上它时才会找到存在的价值。
- 风格，就像是爱。你深爱着某样东西，只要用心经营，并有信念，它就能永恒。
- 我并不是为了取悦人们而设计的，我设计时装是为了让人们更自信，更敢于展示自我。让我更感兴趣的是那个人是谁，而并非他看起来如何。
- 我不敢说自己设计的时装都是流传千古的极品，但创造出惊世奇作一直是我的设计追求。
- 一生中对我影响最深的是祖母。她靠替人算命为生，神秘莫测，无论衣着还是举止总散发出无所不能的魔力。这触动了我的灵感，激发了那种久违了的想象力。
- 世界上没有什么应该做，什么不应该做。如何创新才是所有问题的关键。
- 我不在乎别人的诋毁，好东西都是骂出来的。

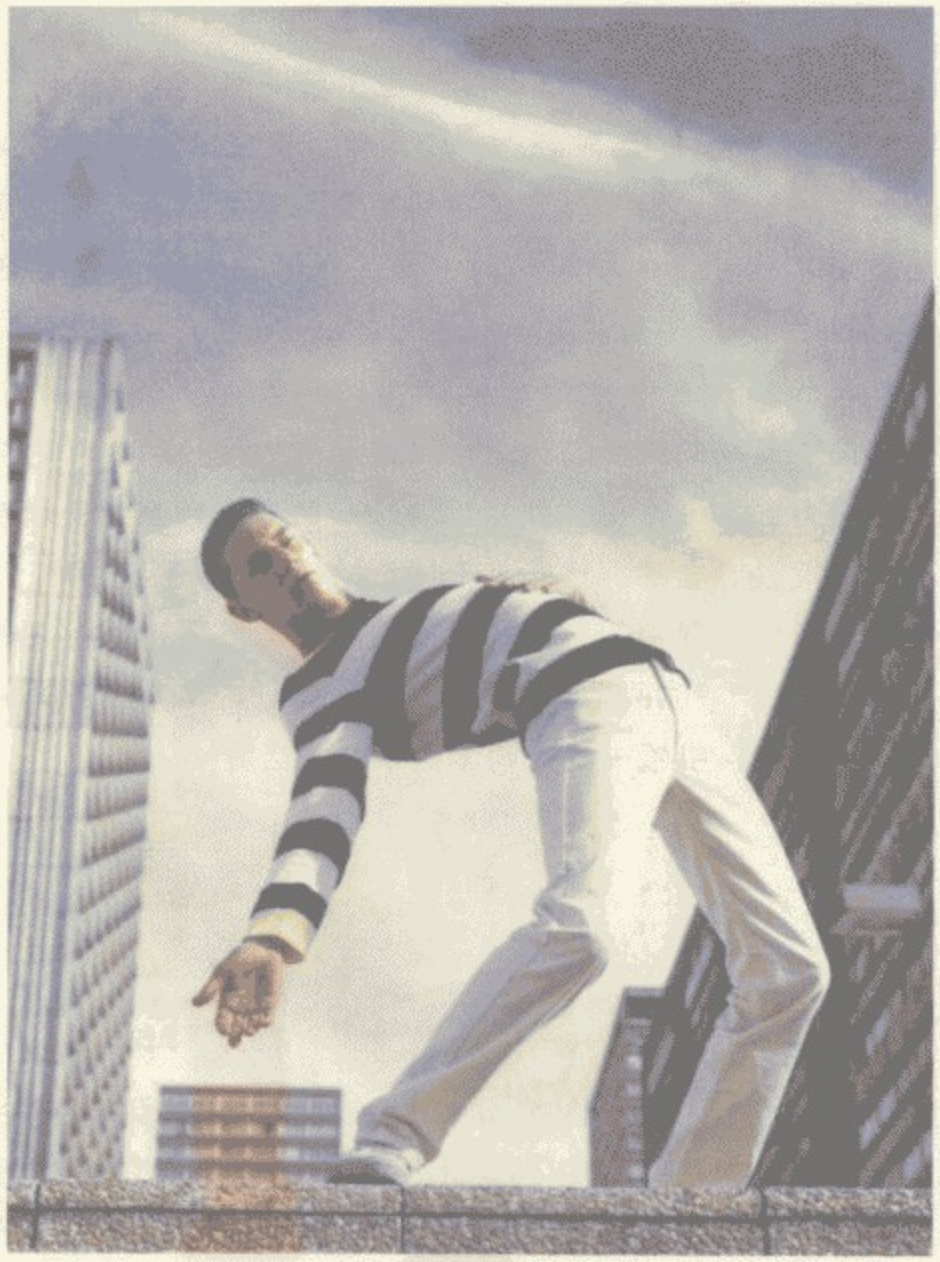
让·托透（Jean Toitou） 1951年出生于突尼斯，1960移居巴黎，毕业于巴黎大学历史专业，偶然的机遇踏入时尚界，1977 年、1980年分别曾在Kenzo、Agnès B 等品牌工作过。1987年开设自己的工作室，1988年发布自己品牌A.P.C（“Atelier de Production et de Creation”）的第一场秀，被媒体誉为法国版的Gap。简约、中性化是其品牌的主要风格，设计中让·托透坚持将工业与艺术融合在一起。他的服装从T恤、恤衫、牛仔系列、拉链外套、长风衣等应有尽有，是人们衣柜必备的基本款，不仅价格合理而且具有极强的搭配性。A.P.C也成了法国简约时装的代号，成为业界人士的宠儿。除了服装之外，A.P.C每季还提供一些额外的珍宝：音乐，书、剃须油、香薰蜡烛、橄榄油、胶纸……将让·托透的创意发挥的淋漓尽致。



What inspires me is whatever helps you to get away from mental pollution.

能激发我的灵感的是一切能让你远离精神污染的东西。

JEAN TOITOU



- 时装可以是必需品，亦很漂亮，但并不是生命里最重要的东西。
- 筹备每季的系列时，就如同每个月在拍不同的电影，不可能每季都是同一样的想法。有时人的欲望是可以持久，只是时装这门生意令人不断追求新的东西。
- 没有人是可以预知时装潮流，它可以是无缘无故地出现。然而，这种难以估计的潮流令我们的设计工作很困难，也很刺激。
- 时装对我来说是令人变得漂亮，实际用途则令人夏季感觉凉爽，冬天感觉温暖。虽然它跟哲学和文学完全不同，但绝对有其存在价值。

NO.49

简·桑德（Jil Sander） 1943年出生于德国汉堡，曾在时尚杂志工作过。1968年，简·桑德开设了第一间个人精品店，并在1973年发布了Jil Sander 第一场时装秀，使用传统男装的面料制作女装，营造了一种不分性别的美学，但当时这种极简主义风格并没有获得热烈的反响。80年代，随着日本设计师的崛起，简·桑德逐渐在时尚舞台上站稳了脚跟。1989年后，品牌迅速扩张，90年代初巴黎、米兰、纽约相继开设旗舰店，并于1997年第一次在米兰展出男装。1999年，Prada集团将Jil Sander收归旗下。简·桑德的服装简约之余，流露出的是一种本真的纯粹，赋予服装持久的生命力。据说，每一件Jil Sander的衣服都至少可以穿10年以上。她塑造的女性理性、含蓄、优雅、干练，她创造的风格不夸张，不繁琐，注重结构之美，是时尚界中不可多的质感、剪裁与气质相辅相成的品牌。简·桑德有“极简女王”（Queen of Clean）的美誉，用其德国人固有的固执和坚持，十年如一日，引领一种简约不简单的生活方式。

We need to learn to decipher and translate the symbols, signals and hieroglyphs that tell us about the future. Even if only to find them in ourselves.

我们得学习破译和翻译那些为我们指引未来的符号、标志和象形文字，即使仅仅为了寻找自我。



JIL SANDER





- 时尚是个性化的一部分，是一个人的决定、行动和行为的一种表达。
- 优雅是一个被滥用了的词，但是它让我有兴趣，它能够提升你，并使你轻松。
- 所谓的现代的流行是由多种要素构成的一种游戏，而服装是一种自我能量的展现。
- 我的想法总是通过严肃的美学原理、形式关系、面料和色彩在不断改变。
- 要追求的不是将女性覆盖起来的服装，而是要与女性一体化的服装，这样就会是有着同时表现纤细感和强劲感的可能性。
- 古典经常被误解的认为是一种后退和重复，于我古典则是自我价值观念的保护，是最精美材料的使用，是精致的手工制作。最重要的是明确的设计，展现在眼前的是平衡价值、式样独特、稳重大方的服装。
- 我工作在当下，但是方向朝着未来。

NO.50

周仰杰（Jimmy Choo） 1961年出生于马来西亚的一个制鞋世家，祖籍广东，从小跟随鞋匠父亲学习制鞋技术，11岁时就动手制作了第一双鞋。后来在伦敦学习了制作皮革和关于时尚的相关知识的经历，让周仰杰从一个制鞋的工匠转换成一个懂得设计的设计师。1996年，周仰杰与英国VOGUE杂志服装配件编辑Tamara Yeardye Mellon共同合作创立品牌Jimmy Choo，专门订做高级鞋子。周仰杰的鞋子全部采用手工制作，设计内外兼备，外表简单干净，高贵典雅且穿着舒适，完美塑造腿部曲线，而且不会感觉累。10年多的时间，Jimmy Choo就攀升到女鞋界的翘楚地位。周仰杰的设计得到众多女性的追捧和喜爱，在王室、政要上流社会圈内颇受推崇，曾经也是已故英国王妃戴安娜的御用鞋匠。2005年第77届奥斯卡Jimmy Choo被指定为女星们订制晚宴鞋的指定品牌，实力备受肯定。

Four inches is a health problem, it is uncomfortable no matter the shoes heals is high or low and it is bad for people's balance.

4英寸是个健康问题，高了或矮了的高跟鞋都会让人不舒服，对人体的平衡也不好。



JIMMY CHOO



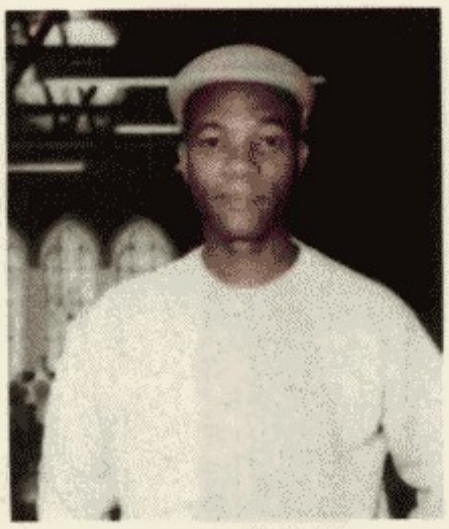
- 鞋子与女人一同分享经历，不论你处于人生的哪一个阶段，无论身材肥胖或纤瘦，鞋子永远跟你在一起。
- 时装界潮流瞬息万变，大头、超高跟等都并非主流，主流的永远是舒适。
- 基于年轻化的经典，我喜欢为自己的时装添加一点点意外。比如，一点点不平衡、一点点色彩，最重要的是一点点幽默。
- 你可以做一场秀，并不代表你能即时全部卖掉，也不代表你的收入可以支付所有的租金、人力和产品成本。总有一天，你可以支付一切，前提是你必须要有耐心坚持下去。

No.51

乔·凯斯利·海福德（Joe Casely-Hayford）1956年出生于英国肯特，1974年步入服装设计生涯，先后在伦敦著名的萨维尔街（Savile Row）、Tailor and Cutter Academy接受培训，1979年毕业于伦敦圣马丁艺术设计学院。1984年作为男装设计师发布了个人作品，后又拓展了女装生产线。现担任英国经典男装Gieves & Hawkes创意总监，将英式军服与21世纪流行元素融入传统英式剪裁当中，赋予这个百年英国老店新的生命力。乔·凯斯利·海福德的设计融时尚、裁剪、艺术和街头文化于一体。他的发布秀就像一场有声望的展览引人注目。乔·凯斯利·海福德曾为U2乐队Zooropa专辑巡演设计服装而名气大增，他也是第一个和高级流行连锁店Topshop合作的设计师。

I am interested in the explosion caused when disparate cultural fragments collide.

我对于不同的文化造成的冲击所带来的碰撞非常感兴趣。



JOE CASELY-HAYFORD



- 我追求享受原创设计带给我的乐趣，毫无阻碍地设计服装。
- 新颖并不是我的出发点，重要的是我们怎样才能更新传统。
- 我们对时尚所进行的唯一预测就是变化。
- 通过全球性的影响，如今很多的时尚来自于共同的灵感来源，但是缺少个性，所以结果都是一样的，人的因素和手工艺正在消失，现在是一个重新呼唤你的定义的时代。

No.52

约翰·加利亚诺（John Galliano） 1960年生于英国直布罗陀，1983年以第一名的成绩毕业于伦敦圣马丁艺术设计学院。1984年创立个人品牌,发表处女作并获得极大成功。1992年进军巴黎时尚界。1995年，担任纪梵希首席设计师而名扬全球。1997年至今担任Christian Dior的创意总监。

约翰·加利亚诺被视为英国时尚的象征，受历史和后现代艺术的影响，他的服装是传统与现代流行元素的结合，有着强烈的戏剧化魅力，充满视觉快感，满足人们对时装的幻想。他每一季的作品发布，都会给时装界带来震撼。加利亚诺在裁剪方面的禀赋及对各种创作灵感的有效处理给他的个人品牌创立了崭新的时尚面貌和前卫风格。个人品牌的二线Galliano Genes以街头时装路线迎合现代都市中更年轻的消费群。精致又不拘泥于传统；前卫但又不雍丽奢华；古雅却又有英式现代先锋感。今天，加利亚诺进入Christian Dior 已逾十个年头，其风格一直伴随着华丽、另类和无尽的争议，作为这个在时尚金字塔塔尖的经典品牌，先颠覆再延续，加利亚诺以其天马行空的创意和大胆的手法延续着Christian Dior的辉煌。

I am here to make people dream, to seduce them into buying beautiful clothes and to strive to make amazing clothing to the best of my ability. That is my duty.

我是为人们制造梦想的，让他们买漂亮的衣服，尽我所能设计令人叹为观止的服饰。这是我的职责。



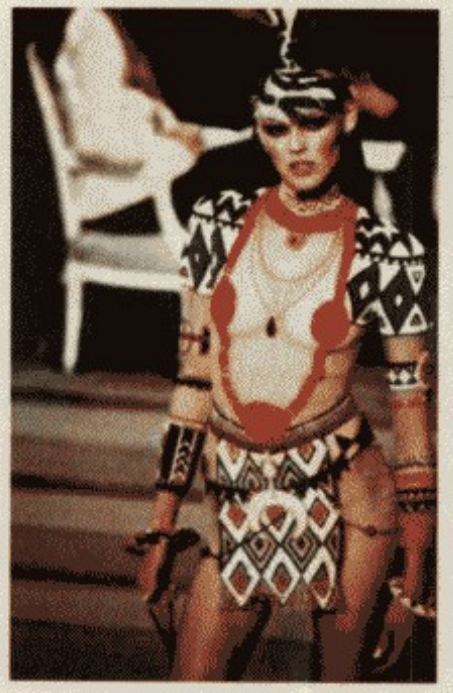
JOHN GALIANO



- 斜裁是我最引以为傲的。
- 今日的时髦，就是在任何情况下都要做自己，按照自己的思想前行，就如自己的穿衣。
- 在我的职业生涯中，我逐渐发现如果心里有一个具体的缪斯形象，只会是一种压抑，而不能带来灵感。
- 我的角色就是引诱。
- 我进入迪奥的工作室时总是无比敬畏，因为在那里工作的人都充满了智慧，他们是魔术师，帮我编织一个又一个的魔法，这些魔法能赐予女性梦想。
- 我希望能尽我所能，为Dior创出符合现代社会年轻化趋势的时代风格，而又不失Dior的原创精髓。
- 我们以毫米为单位分阶段工作，一件时装的各个部分都是分别制作完成，但期间须保持互相协调，而且要求整件作品完整流畅，穿着舒适。
- 我要表现的是一种新的审美方式，仅限于美学问题，绝无对高级时装怀有不敬之意。
- Galliano系列是我个人对时装的向往，而Dior则是任何品牌不能替代的经典。







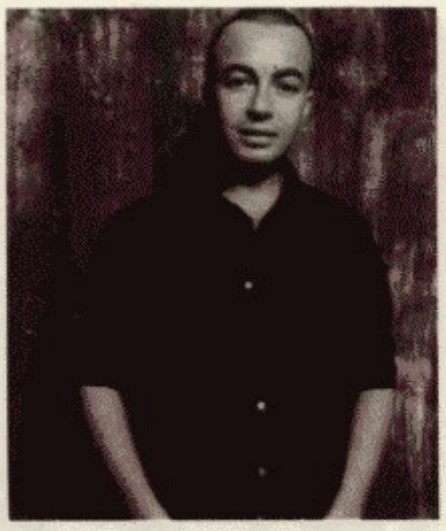
- 像品尝一杯好酒一样享受时尚。
- 活力就是将美丽赋予一种理念。
- 掌握自己命运的女人是最美的。
- 快乐地享受自己所做的一切。
- 人生最重要的一课就是要学会接受批评。
- 好奇是最重要的东西。
- 我很稳重，又生性浪漫，既不脆弱也不固执，但富有幻想。
- 迪奥先生播下了种子，而我有幸培育照料他的花朵，每一季都能采集最新鲜的花蕾。
- 不同种族文化是伟大灵感之源。
- “女性美”并无新旧之分，时代的转变，会令女性在生活中不断产生新的理念、意识。对我而言，女性潜在的美感、诱惑和神秘是永恒不变的。
- 我上学时就已经开始对舞台炫丽的服装着迷，并参与设计。我认为通过戏剧性的演绎，才能真正表现出时装所独有的乐趣。
- 有些人否定我的设计，同时也有人对我设计欣赏不已，这只是观点与看问题角度的不同。
- 幽默是种可以焕发出人性的东西，在我们现在的世界里，它就像一座城墙，能够迎击各种困难。
- 做我现在的这个样子，我很幸福，很自恋，我爱我的世界，爱我的品牌。
- 我们都应该重新认识这种无可争辩的好处，就是品牌与它的产品和明星捆绑在一起，由此可获得更大的市场。对那些大型的演唱会、颁奖典礼，我更愿意做一个官方的服装提供，但只限于为几位名人来设计制作，因为这并不是简单意义上的广告，这是一种双向的选择，我有我的概念在里面，同时也需要有人一一试穿。

No.53

于连·麦可当劳（Julien Macdonald）1974年生于英国威尔士，最初的理想是成为一名演员，当发现自己对布料有着浓厚兴趣和热情后，随即进入了布莱顿大学并在著名学府皇家学院完成了艺术硕士课程。后来任夏奈尔高级时装的针织部主管，他曾以“Julien兄弟”的名义为Koji Tatsnno、亚历山大·麦克奎恩和卡尔·拉格费尔德做过设计。1997年成立了自己的公司。2001年秋冬展上受到Hip Hop明星的捧场，让他理所当然地赢得当年最闪亮的英国设计师。2001年3月，于连·麦可当劳受巴黎高级时装Givenchy的邀请取代亚历山大·麦克奎恩成为首席设计师，掌管女士晚装，女士轻便装及配饰系列。在其带领下，Givenchy持续扩张。于连·麦可当劳凭借大胆的设计在追捧和争论中在竞争激烈的时尚界立足了脚跟，2006年6月，被英女王授予不列颠帝国勋章。

I don't want to be avant – garde. I like beautiful clothes. I don't care what people think about me.

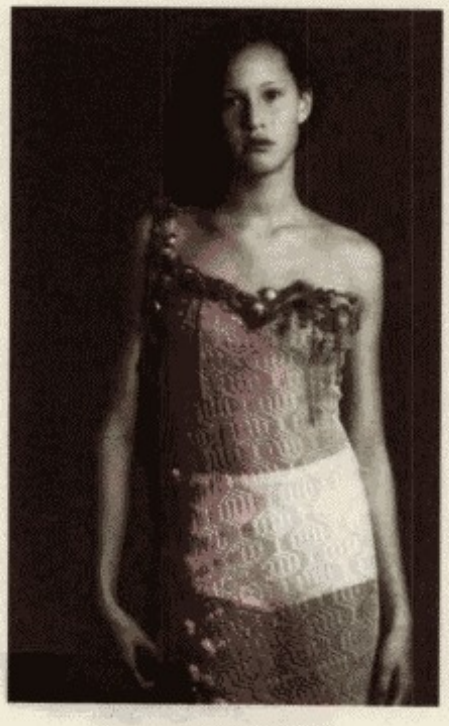
我不希望前卫，我喜欢漂亮的衣服。我并不在乎别人怎么看我。



JULIEN MACDONALD

设计与工作

- 极度性感，极度迷人，闪闪发亮，并且很短。这总结了我所做的一切。
- 我最喜欢的是用钩针织的衣服或者网状的编织品。它们本身并不怎么样，当那些身材极好的人穿上这些衣服的时候，效果就大不一样了。
- 我的工作非常刺激，非常吸引人，更重要的是非常有趣，人们总会注意到我的设计。
- 我认为我在为一些自信的女人而设计，她们对自己的身材很自信，希望走出去并炫耀它。
- 设计不难，难的是管理和经营。
- 时尚是一个服务提供者。
- 生活本身给我最大灵感。



思想与生活

- 我想人的年纪越大，做人会越有趣，做设计师也会越有趣。
- 在时尚和权力上我都有目标，那就是建立自己的品牌和声誉。
- 卡尔·拉格菲尔德对我职业的影响是最大的，他教会我为那些有教养有地位的女人做衣服。
- 我的目标是让女人感觉舒适，开心，并且充满魅力。
- 我只是想设计时装，快乐一点并享受我的成果。如果我不喜欢了，我就会放弃。
- 做一个好人是我最重要的原则。



NO.54

渡边淳弥（Junya Watanabe） 1961年生于日本东京，1984年毕业于东京文化服装学院。之后，便进入川久保玲的Comme des Garcons公司，担任助理，负责制版工作。在工作中逐渐崭露头角的渡边淳弥，受到川久保铃的赏识，被提升负责Comme des Garcons的针织系列。1994年，在川久保玲的资助下，渡边淳弥创建了个人品牌。在1999年的发布会上，渡边淳弥的天才便一展无遗，一发不可收拾。整场秀中，屋顶不停的落水，雨滴从他的特殊材料的衣服上弹起，并转化成一种新的材质，这种面料来自于日本Toray乡村，整个设计表现出渡边淳弥非凡的创造力，他的设计总是用以解决从天气到生活的各种实际问题出发。他对恩师的教诲亦是烂熟于心，颠覆的勇气和力道丝毫不逊于川久保玲。不成章法的架构轮廓，层层相叠的多层次组合，高超的幽默感和犀利的压迫感……无不反射出川久保玲的影子，其优异的天赋与耳濡目染所呈现的作品，令川久保铃本人也大为赞赏。

I do what I do and those who sympathies with my work will wear it.

我做我应该做的，那些对我的作品能够产生共鸣的人才会穿。



JUNYA WATANABE

- 我喜欢以直接的方式来表达服饰中的力量和温柔的风格。
- 我不是在做艺术，而是在做人人可穿的服装，虽然对于大多数人来说，还过于前卫，但是作为未来派设计的代表，或许是一种未来人们的穿着选择。
- 与同事合作是我获得的宝贵经验，长期以来丰富了我。
- 所有在服装学校学的怎样使用针线和缝纫机的知识以及我在川久保玲公司学到的一切，给了我莫大的影响。
- 设计中，我投入全部的精力来迎接新的挑战，包括新式样的更加完美和对不寻常质地布料的寻求。
- 我从来没有考虑过我是否成功，我们的目标仅仅是设计出好的服装款式。
- 我周围都是挑剔的女人。如果我不持续接受挑战，她们就不会再与我合作了。我喜欢以这样的方式来激励自己。
- 我尊重时尚反映社会和政治的观点。
- 设计师和顾客之间的关系是很简单的。
- 我是为那些花时间理解服装的女士而设计的。



No.55

卡尔·拉格菲尔德（Karl Lagerfeld）1938年生于德国汉堡。16岁时获国际羊毛局主办的时装设计大赛女士外衣类最高奖，为时装界所瞩目。此后，受著名时装设计师皮尔·巴尔曼欣赏，邀请其担任设计助理。三年后，出任让·帕图时装店首席设计师。1963年，进入Chole高级成衣公司，1972年晋升为首席设计师。1983年开始但任Chanel艺术总监，让这个经典的有些老派的品牌焕发出年轻摩登的气息。1984年创立个人品牌 Lagerfeld Gallery，之后仍持续担任Chanel、Fendi和 Chole的艺术总监。

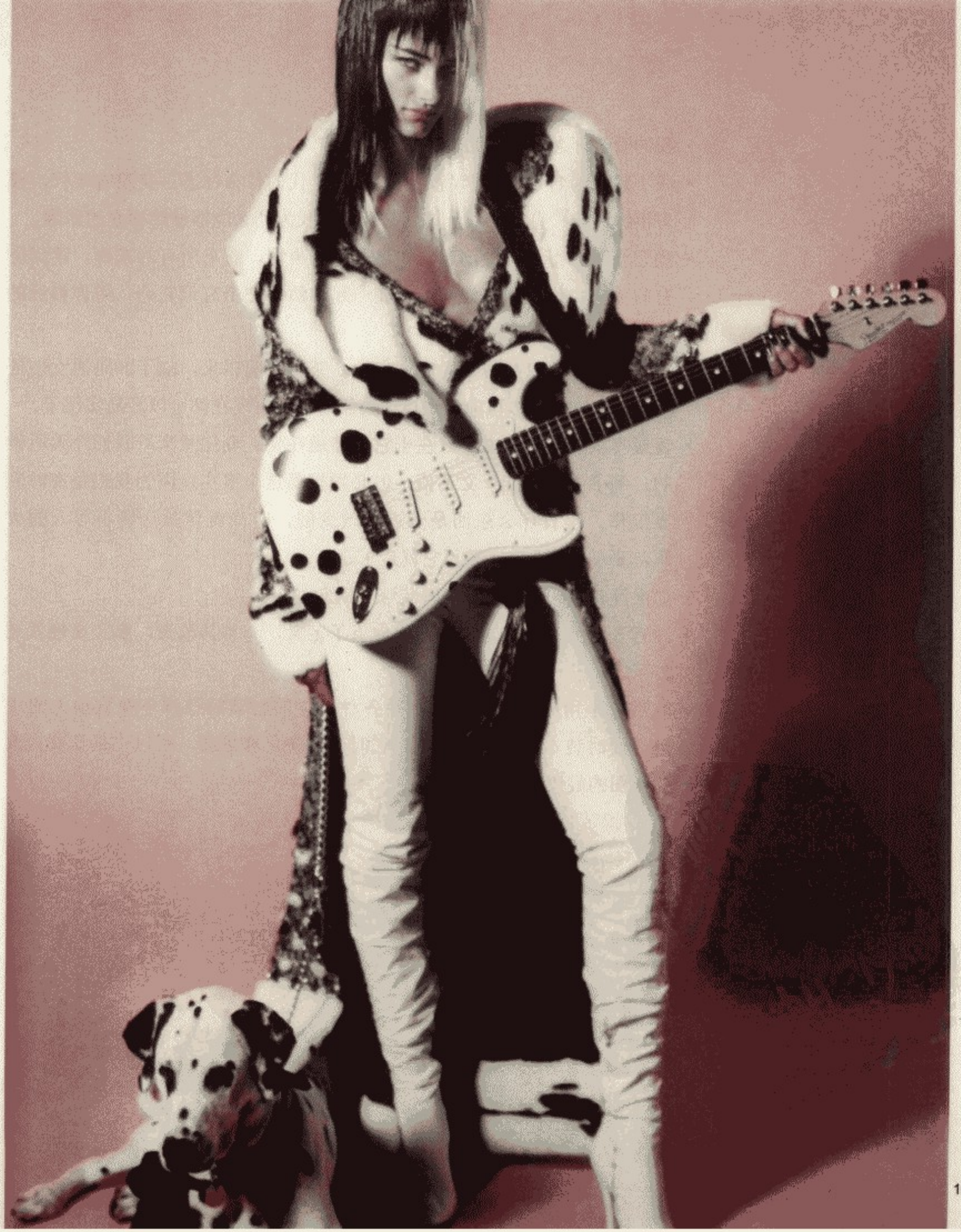
拉格菲尔德是一个极有现代创意感的人，有着天生桀骜不驯的性格。对时尚的巨大热情和旺盛精力使拉格菲尔德同时为多个品牌担纲设计，并能轻易地与自己的风格、才气相融合。他总是可以把握时尚的正确方向，从各种艺术如歌剧、芭蕾中寻找创意。他的服装工艺独特、裁制巧妙、饰物简练，色彩柔和优雅居多，面料经常选用中国绸、透气织物为主。服装上常有一些趣味性极高的手绘、刺绣和珠绣，或用花边、饰带进行镶嵌。拉格菲尔德继承了夏奈尔精确巧妙、比例匀称的思想，又发展了高雅洒脱、华贵浪漫的风格，重振了Chanel当年的雄风。他以富有活力的创作和非凡的才能，赢得了“时尚界的凯撒大帝”的美誉，与高田贤三并称巴黎的“二K”。今天，拉格菲尔德的创作理念与实践对当代国际时装界仍产生着深刻影响。



I am inspired by everything. There is only one rule: eyes open !

我的灵感来源于天地万物。只有一点：睁开你的眼睛！

KARL LAGERFELD





- 我的设计理念是从不比较，从不竞争。
- 我不想成为自己的纪念品，或者六十年代的什么标志。我没有年代，没有组织。我一直漂流着，这就是全部和我为什么能够继续存在的原因。
- 我想要随时得到各种信息，知道所有的事情，看见所有的东西，读到所有的资料。你把这一切都综合在一起，然后完全忘记它们，用你自己的方式设计。
- 我关注面料给时装带来的巨大变化。莱卡发明以来，除了20码的女装依旧没法生产。很多以前无法设计的服装制作，现在都可以轻易实现了。
- 我最喜欢时装的地方，就在于它不停地在变。变化意味着我们今天所做的，到了明天可能一文不值，但必须接受这个事实，因为我们是在时装界工作。没有什么东西是永远不改变的，时尚就像是一辆不等人的火车，要不你赶上它，要不它就走了。
- 如果没有人购买，就没有时装这个概念。
- 没有人能为时装下定义，如果你下了定义，一旦其改变，那定义也就过时了。



- 时装就是用来穿的，女人在穿各种各样的时装的过程享受到很大的乐趣。而时装本身是一场变革，它时刻在变化和更新，所以它是让女人改头换面的最快途径。



- 我什么都没有，有的只是现在和未来。
- 我从来不工作，只是在做自己喜欢的事情。
- 高级时装就像蛋糕上的草莓，它稀有、限量、美好，一定是最最精彩令人期待的风景。
- 我活着不是来问问题的，而是来寻找答案的。我无法预测高级时装的未来，我只关心Chanel的未来。
- 博物馆里的服装从来不可能出现在一个真正的人体上。而一个人的身体、姿势和精神状态，才是真正赋予一件衣服魔力的东西。
- 你可以利用一些元素，就像音符一样，可以谱出不同的曲目。因此，我的工作就是赋予Chanel一种新的视觉乐章。
- Chanel除了流行和创意以外，还有品质的保证，这和很多历史悠久的大品牌一样。在Chanel，我永远试图以夏奈尔本人的眼光寻找和发现，思考如果是她本人会希望女人怎样装扮，她头脑中的流行是怎么样的。
- 我已经经历了几代人，那是因为我从来不丢掉我的热情。我每天早上醒来，就像在圣诞节那天一样，等待着我的礼物。
- 在一所房子里，最要紧的家具就是垃圾箱！我自己的作品一件也不要留下，不要草图，不要照片，不要衣服——什么也不要！我要干活，不要纪年！



No.56

高田贤三（Kenzo Takada） 1939年生于日本南部兵库县，1958年进入日本文化服装学院学习。1965年，来到巴黎发展。1970年4月，在巴黎创建了第一家专卖店，成为第一个在欧洲时装舞台上，以自己的品牌推广设计的日本设计师。同年8月，高田贤三在他专卖店中成功举行了首次小型时装发布会之后，其品牌迅速成长为极具日本风格的高级时装，受西方消费者的喜爱，他于2000年宣布退休。

高田贤三自称是“艺术的收集者”，他更是多元文化的推崇者和融合者。他树立起了一种以东方文化为特质、以西方理念为基础的时装风尚，同时也将绘画艺术和流行文化引入设计。Kenzo的时装不是那种标新立异的拔高，它有传统的味道，热情的颜色，灵动的图案，还有几分狂野和乐趣。服装用简洁的线条体现出幽默、青春和超意识的交融，凸现宽松、舒适、无束缚感的独特风格。高田贤三用来自亚洲的声音表达着自己的创作理念，在服装造型、色彩、素材选择、制作工艺及发布会的表演形式上都打破欧洲的常规，把东方的服饰文化、穿衣理念传播给西方人，改变了人们固有的服饰审美观和价值观。因其作品中独具的快乐的色彩和浪漫的想象，高田贤三被称作“时装界的雷诺阿”。

I am expressing the freedom spirit and it is simple, joy and legerity from the point of clothing.

通过我的服装，我在表达一种自由的精神，而这种精神，以服装来说就是简单、愉快和轻巧。



KENZO TAKADA

设计与工作



- 我不喜欢单色套装的拘谨，而喜欢用两三色或多色相搭配，特别是纯度很高的原色相配。我喜欢各种风格的自然花纹，还常把自然花纹与条格，格子纹自由组合，我的设计就从这里出发。
- 高级时装太完美了，不适合作为现代的服饰。
- 从国外看日本，使我更加清楚地认识和发现了日本真正的美。我的根底里跃动着日本文化的审美意识。我把这种审美意识运用于现代服装设计，形成了与其他国家设计师截然不同的独特风格。
- 我不喜欢拘谨的服装，也不喜欢过于正统的服装。我希望尽量使用棉布、纯毛和丝绸的面料，来缝制穿着舒适、充满了幸福感的服装。
- 我愿做棉布的诗人。
- 非洲的面料，色彩和饰物的神奇组合令我消魂，非洲各种新的艺术形式令我敬佩，非洲的歌舞让我陶醉。

思想与生活



- 我喜欢混合各种东西。
- 很多事情都与友谊有关。
- 走弯路并不可怕，也不是什么浪费，而是一种经验的积累，人应该在社会上多碰几回钉子。
- 我死后，请把我的骨灰一半留在法国，一半埋在日本。
- 我的学习、创作和交流以观赏艺术品为基础。它可以是任何东西，一个旧广告，一件梵高的作品，或流行艺术作品。我没有多少时间去博物馆看画，没时间去逛古董店和跳蚤市场，但看书是我最喜欢的业余爱好。

No.57

卢兹（Lutz）1972年出生于德国，1995年毕业于伦敦圣马丁艺术设计学院，曾在Martin Margiela品牌工作了三年，主要负责针织衫系列设计。2000年，卢兹与合伙人戴维·巴鲁（David Ballu）创办了自己的时装公司，并推出了他的第一场时装发布会。Lutz品牌以女装成衣系列为主，以打破传统服装的解构主义为主要风格。工作之余，卢兹现在仍是伦敦圣马丁艺术设计学院、英国皇家艺术学院和德国柏林艺术大学的教授，同时也是意大利Max Mara和日本的Muji（无印良品）公司的顾问。2004年，曾应邀在中国北京参加联合发布会。2000年卢兹荣获Andam荣誉大奖和伊夫·圣·洛朗高级时装奖励基金，2002年他又再次获得了Andam奖和Henri bendel奖。

I take things that are basic, integral parts of everyday life, and mix and meld them together so that they stay familiar but at the same time become something completely different.

设计中我攫取生活中一些本质的、内在的部分，将其混合在一起，所以它们看起来貌似相同却又完全不一样。



LUTZ



- 女人不必总是性感或穿着紧身的衣服——这对设计师是一个观念上的重要变革，且让时尚变得有更多可能性，更国际化。
- 我总是观察人们如何穿衣服，然后去想象这个人想要表达什么，我觉得时装不是产品，而是一种定义。
- 我喜欢在设计过程中不断发展原有的观念，一件衣服可能发展出一个系列，包括配饰，我相信过程中的灵感和冲动。
- 我认为不存在单纯的“法式风格”，因为法国的时尚是国际的，是各种不同风格的融合。



No.58

马克·雅各布（Marc Jacobs） 1963年出生于美国纽约。1981年毕业于纽约帕森设计学院，读书时就被认为是非常聪明和有天赋的学生，获过很多奖项。1984年，担任Robert Duffy的助手。1986年成立自己的品牌“Marc Jacobs”并举行了第一场发布会，第二年获美国CFDA的最佳新人奖。1989年，担任Perry Ellis女装、运动装的设计工作。1993年成立Marc Jacobs国际公司。1997年，雅各布被委任为Louis Vuitton的艺术总监，开始用他的艺术才华重塑这个古老时装品牌的形象。其个人品牌加入了LVMH集团后也得到了扩张，2001年推出二线“Marc by Marc Jacobs”。

雅各布为Louis Vuitton设计的服装典雅、简洁，设计基础更多地来源于美国中产阶级、校园制服、运动服、牛仔裤，同时在充满现代感的设计中运用一些复古的元素，让这个以旅行包起家的品牌成为了“时尚潮流晴雨表”。其个人品牌Marc Jacobs 更多地体现了他本人Grunge fashion的设计哲学：从小形成的波西米亚流浪态度、青年时期在纽约著名俱乐部Studio 54的日子、迷恋英伦新浪漫主义的光景以及喜爱的维维恩·威斯特伍德的反叛时尚态度等都被他运用到自己的系列中。如今，雅各布不再拘泥于以往复古、斯文的风格受到越来越多人的喜爱，并赢得“纽约金童”的赞誉。

It's important for me that my clothes are not just and exercise in runway high links.

重要的是我的衣服不是为了狂欢作乐设计的。



MARC JACOBS



- 设计是一系列创造性的选择，一个人会有很多选择，这对我来说是一个痛苦的过程，因为我明白选择的完整性与意义。
- 我从没有想要回到过去，但是却非常怀念 8 0 年代纽约街区的活力。那个年代，不管是音乐、时尚还是艺术，总有新的东西不断地涌现出来，而活跃了整个社区。 我认为时尚本身就是变化。世界上不存在一成不变的东西，特别是时尚。它永远处于创造和再创造当中。
- 我的设计并不是有意挑衅，只是想让观众看到一个更大、更饱满、更时尚的画面组合。
- 我喜欢摇滚，旅行，派对，这些令我很开心，谈及时尚我真的可以从那些事情中获得灵感，但我绝不会盲从模仿发表一些陈辞滥调，做一些表面的虚伪的工作。

- Louis Vuitton想打破古老的框架，体现出新时代的感觉，并通过视觉来表现这种新鲜感。
- 无论好坏，我都甘愿受自己崇拜的设计师及艺人的影响。
- 人们并不想看到真正的现实世界，他们想要的只是修饰过的东西。真实世界的邪恶让我震惊，简直像马戏团或者卡通乐园一般匪夷所思。
- 我确实感到每一件事情都是完美的，如果任何一分子变了，就好像拼图中的一片遗失了一样，一切都会不复相同。
- 我永远走在流行的边缘，我要设计的是那种人们每天都穿的服装，以及人们可以穿上几年的服装。
- 我最重要的训条是生存，享受生活的每一天。

No.59-60

玛丽特和弗兰克斯·吉伯德（Marithe + Francois Girbaud）都生于20世纪40年代末，两人相识于1960年，1964年开始为巴黎的Western House推出牛仔服装。1972年，玛丽特和弗兰克斯·吉伯德开了自己的第一家店，并在1986年第一次登上了巴黎时装周，拥有了以自己名字命名的品牌。设计中，玛丽特和弗兰克斯·吉伯德避开时尚的规则，用布料反映人性，用剪裁来传递想法来创造与现实生活互补的服装，其服装融舒适和实用并存一体。他们不仅改变牛仔裤固有的版型，并且引入了水洗、研磨和雷射切割技术使牛仔面料变软、退色和减少面料浪费。设计师本人也被称为极具人文气质的设计夫妻档。今天，Marithe + Francois Girbaud这个品牌迅速成长为顶级牛仔品牌中的佼佼者，并在牛仔系列的基础上扩张到其他的领域，包括鞋类和配饰，运动装和眼镜等。

We have always favoured the collaboration between a man and a woman who are very different.

我们总是喜欢与不同的男人和女人合作。



MARITHE + FRANCOIS GIRBAUD



- 衣服是一种手段，快乐才是结果。
- 效果图是整个过程中非常重要的一环，同时也非常非常地困难，它是设计师和技术人员之间沟通的方式，但效果图毕竟不是最根本的东西。
- 从1964年开始就以我们的方式来设计牛仔裤，我们发明了一种新的牛仔语言。
- 服装设计是个有规律的工作，每一季度都紧接着，你得不停的创造一个属于你的世界，转变成自己的风格。



NO.61

马丁·马吉拉（Martin Margiela）1957年生于比利时，1980年毕业于安特卫普皇家艺术设计学院。毕业后做了长达五年的自由设计师。1984-1987年间任让·保罗·戈尔捷助手。1988年创立了个人品牌“Martin Margiela”并在巴黎成功展示了自己第一场成衣女装秀。1997年，在鹿特丹举办了自己的第一个个人作品展。1998-2003年间，担任爱马仕成衣系列的创意总监，他不负众望地将这个拥有贵族气息的经典品牌与后现代设计的新设计观念完美结合。

马丁·马吉拉的设计一向带有强烈的个人风格，解构与重组是他最拿手的技巧，系列的名字也以数字命名，如16代表女性，10代表男性，都体现了马吉拉勇于突破的设计手法。马吉拉对服装本质的理解是建立在服装自身，他用那锐利的目光看穿衣服的构造及布料的特性，大胆运用二手衣物或经刻意处理后的旧面料，以突破传统的剪裁缝制方法，营造出极简却不失美感的时装。马吉拉努力地寻找时尚的定义并体现于自己的品牌之中，他的坦诚和爱好展现着他的创造力，其作品都反映着他对人类文明的关注，被尊称为时装设计师的时装设计师。此外，马吉拉谢绝一切当面的采访，只以团队形式接收访问，且必须要刊登所有的问题和回答，这也让马丁·马吉拉这个名字受到了更多的瞩目。

Fashion and Art expose themselves to the world in the same kind of creativity and different waves of express.

时装和艺术这两个世界通过不同的媒介过程和相同的创造性来表达自我。



MARTIN MARGIELA

设计与工作



- 我的工作是对技术、经验、合作和手工制作的不断发展和深入 。
- 我想从另一个角度来解释我们的经历怎样影响我作为设计师的工作——主要是对自己观点的不断质疑。
- 工作中，过程和结果其实是一个整体。
- 我一直被公众对我作品的反应感动着，我很感激他们。
- 使用现成品再设计，其实很困难，我们将之视为一项设计上的挑战，而并非出于环保的原因。其结果，便是这些元素获得了第二次生命。
- 虽然有时与人合作不容易，创造性的观点与民主的表达无关——因此，一个小组里个人的成功值得尊重。
- 不管是男人还是女人，尤其是衣服，有的只是一种明确的态度。



思想与生活

- 应该尽可能少的有所谓的哲理存在。理智，当用来支持感性和表达好感的时候，将会不易让你误入迷途。
- 诚实、胜利和勇气给我灵感。
- 我追求不断进步，寻找能够刺激我的新挑战。
- 发展能够带来持续的创造力。
- 美是内在的，但它可以生根发芽。

No.62

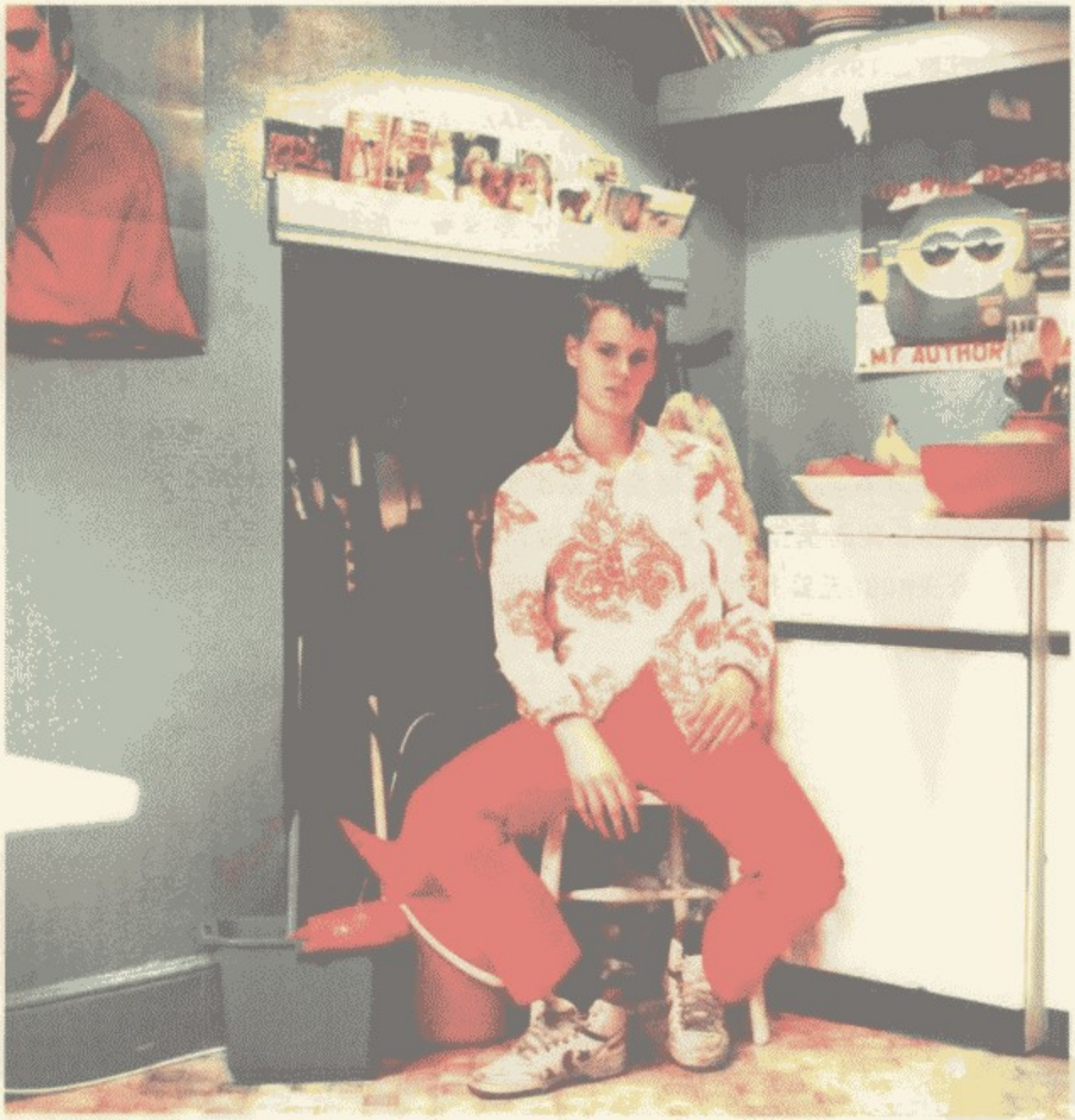
马修·威廉姆森（Mathew Williamson） 1971年出生于英国曼彻斯特，17岁时曾在伦敦圣马丁艺术学院学习。作为自由设计师曾为Marni工作过，后受聘于英国时装公司Monsoon & Accessorize，1997年与合伙人Joseph Velosa共同组建了公司。同年9月，在伦敦时装周首次发布时装秀，他的Electric Angels时装系列赢得了国际时尚界的兴趣。马修·威廉姆森擅长将性感、色彩缤纷的的感觉融入到设计中，传达都市人释放情绪、抛开一切的浪漫情怀。2005年受HVMH集团之邀，担任Emilio Pucci的创意总监，其精致的设计、精细的裁剪与Emilio Pucci 的精神相得益彰，今天在马修·威廉姆森掌舵下的Emilio Pucci正加速马力在时尚界全速前进。马修·威廉姆森被誉为是“一位永远不会让消费者失望的设计师、一位永远带给时尚圈惊喜的设计师”。

Color is the thing I'm best know for. If people pigeonhole me, so what? Long live the pink dress!

色彩是我知道的最好的东西。如果人们将我分类，我永远属于粉红！



MATHEW WILLIAMSON



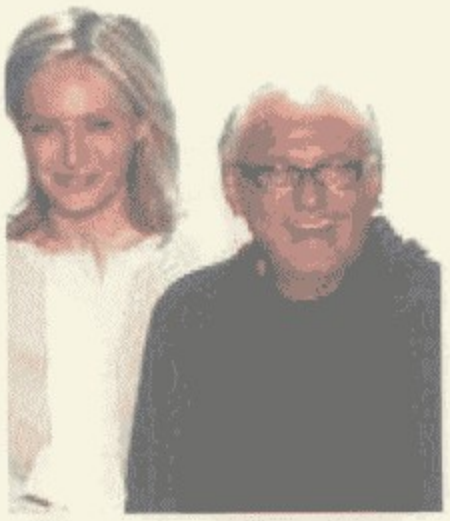
- 我的风格就是创造女性们向往的性感的服装。
- 我最喜欢我设计的第一条粉红色裙子，它是我职业生涯开始的标志。
- 如果不是认真地将时尚当作商业来经营，设计的工作就很困难了。
- 我试图将东西方的样式融合在一起，我在每一个地方攫取颜色和材料，尤其是印度、泰国和巴黎。
- 当人们展现出发自内心的自信和幸福时是最美的。

No.63

马克斯·阿瑞亚（Max Azria） 1948年出生于突尼斯，13岁时举家迁往巴黎。1981年马克斯·阿瑞亚结束了巴黎11年女装设计师的经历，前往美国发展。1989年组建了品牌BCBG MAX AZRIA，取名为BCBG是取自法文的原意“Bon Chic, Bon Genre”，即好的款式与好的仪态。希望将欧式设计风格及美式生活方式相结合，作品中弥漫着一股优雅的法式情调以满足追求时尚感的现代女性在各种场合的需求。马克斯·阿瑞亚别致脱俗的设计与自然熟练的款式，深受好莱坞女星的喜爱。此外，马克斯·阿瑞亚和一般品牌先致力于创造高级女装形象，再推广二线、三线产品的下传模式不同，在成衣业先获得成功，然后再涉足高级女装业，以从下至上的上传模式征服市场。他降低成本的方式，合理调整售出的价位的经营模式，不但使BCBG MAX AZRIA成功占有消费市场，也让美国加州California成为世界性的流行城镇之一，今天BCBG无疑是时尚圈内的方向标之一。

Women'sexy is from her inner heart!

女人的性感来自她的内心。



MAX AZRIA





- 时装的结构和裁剪应该是经典的，材料、颜色和主题则取决于现代的发展和革新。它应该在表达现代感的同时，充分展现永恒的美。
- 我的服装既古典又现代，没有太疯狂的东西。我不会为了标新立异将女性打扮得荒唐可笑。
- 我的目标是给女性更多选择的自由，帮助她们展现出自己的个性和独特的生活方式。我希望我的设计理念是民主的，而不是说教的。
- “女人味”是一种没有国界的东西。无论她们是中国人，欧洲人，或者美国人，都有一种共通的女性气质。
- 作为一个优秀的设计师，你的产品应该使全球大众感到满意。如果不知道如何做到这一点，你就不配当21世纪的设计师，充其量只是个20世纪的裁缝。
- 成功来自消费者。

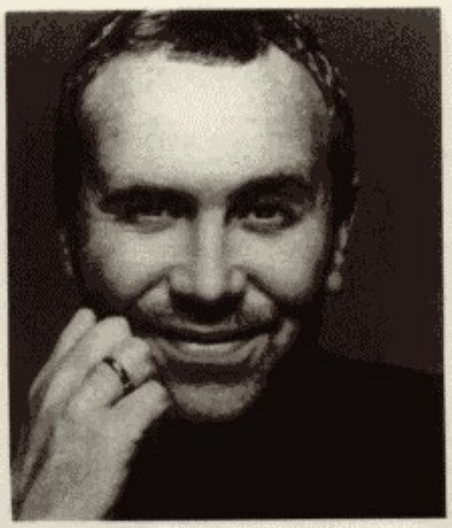
NO.64

迈克尔·科斯（Michael Kors） 1959年出生于美国长岛。10岁时便在地下专卖店“Iron Butterfly”出售自制的蜡染印花T恤衫以及皮背心，19岁开始独立地开店。1981年迈克尔·科斯成立自己的公司并随即推出数个二线品牌Mhichacl Kors Collection, Kors Mhichacl Kors, Mhichacl Mhichacl Kors, Kors Whichacl Kors，后被奢侈品集团LVMH买下其三分之一的股份。1998年科斯被Celine相中，为这个欧洲皮件品牌设计女装。在法国时尚华丽当道的情势下，成功地融入美式简洁利落的实用风格，为21世纪的Celine注入多元化发展的新鲜活力。

迈克尔·科斯被认为是美国最杰出的高级休闲服饰设计师之一，喜欢以华丽布料创作出裁剪优美合身的高级休闲时装，将美式实用性及欧洲经典服装风格完美结合。他的设计涉及众多领域：从高级时装到运动装，从皮革到开司米以及一些全新的材料他都大胆地采用。他总是对时尚以及纽约这个城市有一种特别的眼光。如今，迈克尔·科斯总是马不停蹄地往返于纽约和巴黎的Celine总部。其卓越的成就，曾获美国CFDA的最佳女装设计师以及纽约时代奖。

There's no point in design for design's sake. Everything I believe in is about getting women dressed.

没有必要为设计而设计。我认为设计就是让女人穿衣服。



MICHAEL KORS

设计与工作

- 某种程度上设计必须是实际的：我可能会喜欢过程中的某些东西，但是如果一个女人因为裙子没有拉链穿不进去，或者因为没有开衩不能走路，那是什么设计呢？
- 全白衬衣，浅棕色外套，有腰带的风衣，灰白色的法兰绒裤子，全羊毛套衫，棕色的鳄鱼皮露跟鞋和黑色的紧身衣总会以这样或那样的方式在我的系列中出现。这并不是说我最喜欢的就非要有这些，只是它们应该是女人们衣橱的一部分。
- 给我灵感的是女人以及她们变化无常的脾气和需要。
- 我认为我是谁和我所做的一切都在我的工作中表现出来。
- 我想突出Celine的质量和豪华的同时，兼顾时尚性和实用性。
- 作为一名美国人，我带给Celine的是糅和了欧洲时装格调的美国运动风格。
- 时尚界就是这样，任何事情都是短暂的，流行只存在三、四个月。
- 广告树立了你的形象，但舆论树立了你的威信和销量。



思想与生活

- 自信和幽默感就是美。
- 对我职业影响最大的是流行文化，电影、戏剧、电视、音乐，所有的一切，还有我的母亲、祖母。
- 创造魅力与舒适的结合是我的设计哲学。
- 我最重要的信条是按照我的本性做事，总是保持开放和好奇心。



No.65

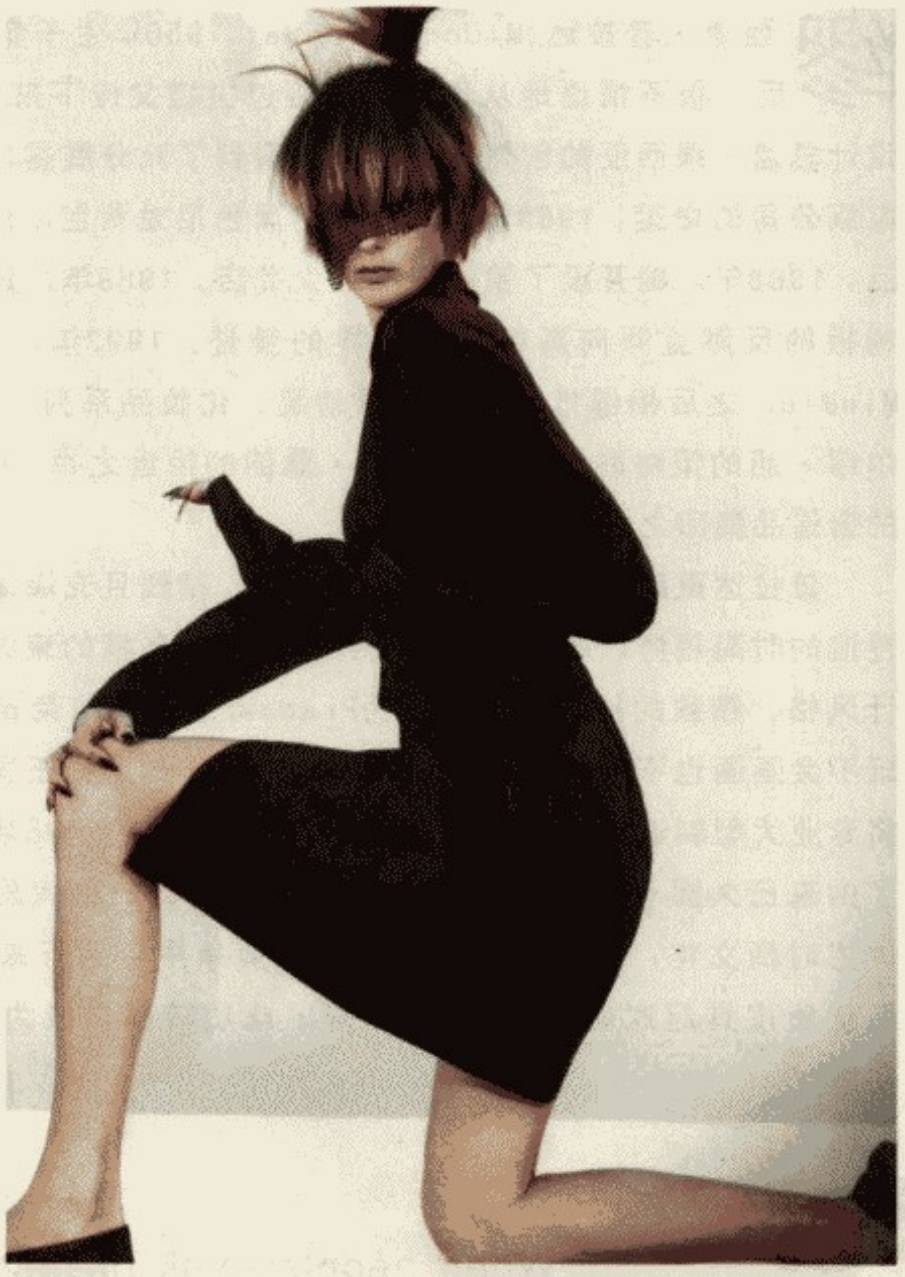
米兰·维克罗维奇（Milan Vukmirovic） 1970年出生于法国，父母是南斯拉夫人。1997年因其独特的市场眼光曾就职于多品牌店Colette，取得了不菲的成绩。之后，被汤姆·福特聘为Gucci集团公司的设计总监。1999年简·桑德把公司的75% 转让给Prada 集团的Patrizio Bertelli。2001年，米兰·维克罗维奇被选中，登上了Jil Sander创意总监的宝座，起初这个实际设计经验微乎其微、精通于零售业和市场的年轻人并没有受到人们的重视，他的设计延续了Jil Sander品牌简单实穿同时又优雅兼具的极简美学，在男装和女装系列中展示自己的设计才华，保持了该品牌的声势与销售业绩。



Beauty is a kind of sensibility and it is very important in our life.

美对于我来说就像一种情感，我认为生活中情感是很重要的东西。

MILAN VUKMIROVIC



- 作为一名设计师，有责任去通过自己的创造去表达一些思想。
- 当我用《发条橙子》这部电影作为设计主题时，很多观众反应这部电影非常暴力。实际上我认为我们这个时代非常暴力，我想用与众不同来反抗这种暴力，从而帮助人们塑造出他们的与众不同。
- 伊夫·圣·洛朗是我最尊敬的人，我总能从他设计中领略到优雅感。他的一生，不管潮流怎么改变，都在尽力去表达女性的气质、优雅和美丽。
- 在时尚圈里，人很容易就自高自大，认为只有自己才是对的，这是很危险的事情。

No.66

缪西亚·普拉达(Miuccia Prada) 1950年生于意大利米兰。大学毕业后，极不情愿地从母亲手里接过由祖父传下来的公司，担任Prada的设计总监。缪西亚的创作天分却由此得到了充分展露，并彻底改变了她及其家族公司的命运。1985年，她设计的黑色尼龙背包，成为80年代最时髦的产品。1988年，她开设了第一家高级女装店。1989年，她首度发表的女装以其刻板的反潮流倾向赢得了评论界的赞誉。1992年，她开创高级成衣品牌MiuMiu，之后相继推出男装、运动装、化妆品系列。历经了1999年3月与赫尔缪·朗的策略联盟以及并购简·桑德的惊世之举，Prada已成为世界最大的奢侈品集团之一。

普拉达重新定义了高级服装的概念：精致且充满渴望。她敢于蔑视随波逐流的时尚趋势，不让自己的设计落入审美条框的束缚中。简洁、冷静的设计风格，精致的材料和手工艺为Prada带来了无数荣誉。貌不惊人的普拉达既不会画画也不懂裁剪，却创立了一个真正的时尚王国。她的成功之处在于将专业大型制造程序和专业小型作坊有机地结合，拓展业务范围的同时突破了由来已久囿于高贵格调的意大利时装。 她的品牌总是用很简单的方式来讲述时尚文化，使其在时尚圈激烈的竞争中存活下来，使这个古老的以制造优质皮具起家的Prada集团取得了成功转型，成为近年上升最快的时装品牌。

When people think of fashion, they always prefer to see the crazy side, the clichéd side of it. But I think that's wrong, fashion is an important part of a woman's life.

当人们想到时尚，总是想起疯狂的一面或陈腐的一面。但我认为这是错的。时尚是女人生活中重要的组成部分。



MIUCCIA PRADA



- 整个世界充斥着荣耀的灯光、名誉、地位，但我并不想获取这些，我只是喜欢服装而已。
- 我的目标是创作出耐人寻味而又富有美感的作品，我是在追逐创作的灵感，并不是在追逐奢华的奢侈品。
- 对于一些设计师而言，时尚就像剧院。我不这么认为。我很早就决定，我要创造，并且遵循这个真理：服装为大众。
- 每个人都以为我们有具体的规划，但我们没有。我们只做我们感觉对和让我们感兴趣的事情。
- 我从来不理解时尚，我喜欢服装，也爱服装，但是我有时候真的不懂。
- 时尚是一门实用的艺术，它必须有用。人们对于时尚的眷恋只是基于自己对于性感的一种绝望。
- 我总是试图把对立的、不和谐的事物融合在一起。并且，我通常会同时对六、七个不同的概念感兴趣，并试图把它们和谐地表现出来。
- 我们所设计和生产的基本上是当前市场上没有的东西，所以，每一个系列的问世，都经过了通透的钻研和考察，选用的可能是现代技术，也可能是古老工艺。







- 我所做的每一件设计的过程都是一个综合的过程。对于不同的系列，我用不同的设计系统来完成。用什么样的系统取决于这个系列要达到目的，而这些目的，又随季节的变化而变化。
- 奢侈品是世界上最愚蠢的东西。
- 原则上，我不断尝试去做新的东西，出人意料的东西。这看似简单，其实很难。人们很容易被简单的东西打动，像一件短裙或者一件衬衫，但在设计它们的时候并不简单。
- 对我来说，Prada的各个产品线并不是那么的不同，因为这些产品的精神和所表达的概念都是相同的。我不认为这些是不同的品牌，它们仅仅是拥有不同的标志而已，是在不同的情景之下对相同的某种东西的不同诠释。
- 我憎恶“奢侈品”这样的称呼，我所做的事情和美、智慧和创造性相关。
- 当衣服不能表达的时候，用心灵去表达就是美。
- 我希望时尚的方式是个性化的，温柔的，而不是像做事那样力求简洁。
- 接受你不能改变的，改变你不能接受的。成功后的生活没有让我改变，我可以买更多珠宝，名画，但是这些并不能改变我的内心。

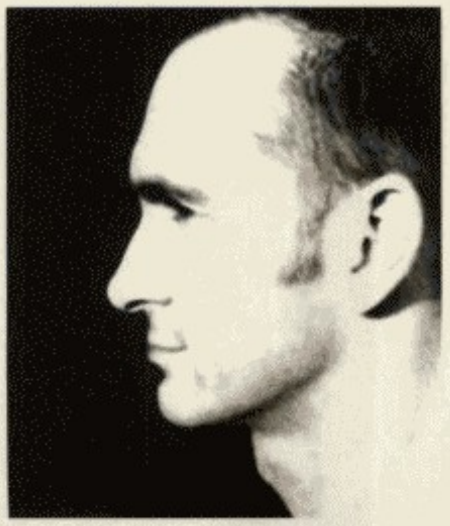


NO.67

尼尔·巴纳特（Neil Barrett） 1965年出生于英国的一个服装世家，1986年毕业于伦敦圣马丁艺术设计学院。毕业后曾在Prada品牌下接受训练，90年代在百年品牌Gucci重塑辉煌时期担任Gucci的男装设计师，积累了丰富的实战经验。1999年创立了Neil Barrett男装品牌，后拓展出女装系列。尼尔·巴纳特的服装以专注细节和剪裁而出名，他所有作品都呈现出既协调又矛盾、既颠覆又拘谨的异态美感；精致的细节处理以及保有正式西服的经典元素，传递出品牌极简中带有疏离气质的当代时尚。其服装已成为众多好莱坞男星出席公开场合的首选。2004年欧联足球赛时受PUMA邀请，为意大利国家队设计了一系列队服，全新打造融合该队特色与足球精神的正式比赛服，以及为每位球员量身订做休闲服装。尼尔·巴纳特已成功地在全世界开出100多家店，成为时装设计潮流中不可忽视的力量。

It's good to listen, to discuss, but it has to be your own conviction that makes each decision.

在创意设计这行，听和讨论都是好事，但最后自己下的决定才是关键。



NEIL BARRETT



- 你可以穿得时髦而不古怪，重要的是平衡：有点色彩，但不过分；有点设计，但不夸张。
- 服装反映了我的个性一面。
- 从创意方面来说，每一个穿着我服装的顾客和来我店里选购的人对我影响最大。
- 绝不要觉得你所做的事情都是理所当然的，从过去的经验中学习，生活在现在，梦想将来。

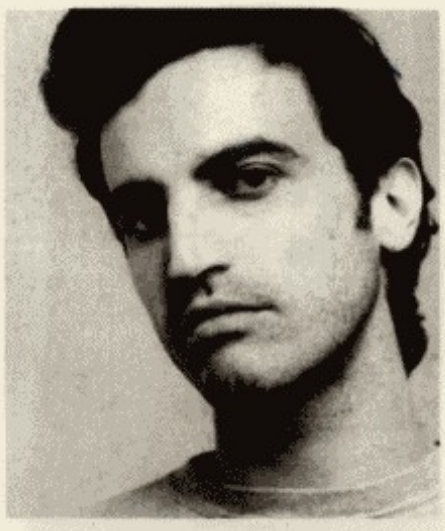
No.68

尼古拉斯·基斯奎耶尔（Nicolas Ghesquière）1971年生于法国，孩提时就对时尚感兴趣。学生时代就开始为Agnès B.、Corinne Bocson做一些设计工作。19岁时，担任让·保罗·戈尔捷的助理设计师，后与Mugler, Kelian合伙为Trussardi做设计。1995年起，担任Balenciaga（巴黎世家）副线产品的设计工作，自此他的天份征服了众人。1997年，一跃成为Balenciaga设计总监。2001年Gucci 集团收购了Balenciaga后，他仍担任其设计师。

尼古拉斯十分低调，设计风格却很极端，他喜欢把过去及现在融合在一起。所有的设计似乎都在讲述Balenciaga的历史：过去和现在的不同，高级时装和成衣的区别，简朴和复杂的矛盾。他的作品表明了这个年轻的设计师能够正确地表现过去，用一种创新意识征服了众多的赞赏与奖励。短短三年时间，尼古拉斯的“金手指”就让老气横秋的Balenciaga再次成为了时尚潮流的风向标，被奉为Balenciaga历史上的传奇人物。尼古拉斯以他卓越的才能在2000年荣获VH1先锋设计师称号，2001年获CFDA 国际设计师奖。

The history of the house is incredible, which means I can work with a lot of freedom.

我工作室的历史是令人难以置信的，但在那里却意味着我能自由地工作。



NICOLAS GHESQUIÈRE



- 我所做的总是上一季作品的延续，而不是相反的东西。我一直试图寻找新奇的方式，但是实际上我希望表达同样的东西。
- 任何穿巴黎世家的姑娘都是缪斯，我设计时不愿意想着一个具体的人。
- 巴伦西亚加不让人们选择，而是告诉他们“这就是我对时尚的观点，接不接受随你们，我才不会浪费唇舌辩解”。
- 我想通过一种不太夸张的方式在城市里唤起民族文化之间的融合，无论你穿亚洲风情的衬衫，还是灵感来自巴厘岛的连衣裙，你都会在城市中感觉到自由自在。
- 我认为要在多个民族文化中提取一些灵感不是那么容易的事情，提炼的过程很苦，而如果省却了这个过程，直接“拿”来的元素堆砌在一起又没有灵性，很难穿出应有的味道来。
- 我对做高级时装一点不感兴趣。我认为高级时装并不适合现在的时代，它的黄金时代处于Nan Kempner那样的时代，但我会将高级时装的一些技艺运用在成衣设计中。
- 我的想法是创造一种混搭时尚——你可以在有着奢侈品位的夹克上看到这种变化。





- 世俗的娱乐消遣让我害怕，在那样的时刻，我感到自己是属于别人的、是被要求的。巴伦西亚加从来就没有任何张扬，但他的职业生涯完完全全记录下了他的存在。我们可以说他是嘉宝和塞林格，作品少而精。在他工作间的墙面上，贴着的是这样的口号：抄袭就是偷窃。
- 巴黎世家从来都不是时髦的标签，而此前也只是稍有停顿。
- 所用的时装词汇可能变化，但时装语言本质是不会变的。
- 我沉醉于追寻何谓好品味与坏品味。
- 我从来没有真正想过成为名人。对我来说，这不是我的本意。
- 我喜欢迷惑人们，使他们稍稍失去平衡。
- 我尊敬巴伦西亚加先生，但时代变了，现在是我的巴黎世家时代。
- 我是20世纪70年代出生的，很自然那个时代总是给我灵感。
- 我已经树立了我的 “风格” ，那就是绝对的“新”、绝对的“与众不同”。
- 作为一个设计师，要有观察世界的好奇心，但是要时刻保持自己的头脑清醒，把观察到的精华留在脑海里，同时把糟粕忘掉。



No.69

长尾智明（Nigo） 1970年出生于日本的马县高崎市，18岁时来到东京，毕业于日本文化服装学院。1993年，长尾智明开了一家叫Nowhere的小店，出售Adidas、Superstars等品牌服装。同年创立A Bathing Ape 品牌，意思是安逸生活的猿人，被人亲切的称为Bape。Bape以设计T恤开始起家，凭着独特的设计、优良的品质及巧妙的限量发行，加之每款推出的服饰上印有的Ape猿头的独特标志，成为众多潮人“顶礼膜拜”的对象。其低调又独特的品牌气氛，没有显眼的招牌，没有广告的宣传策略，成功地诠释了日本的青少年文化，备受时髦青年的关注。发展至今，已经有女装、童装、鞋子等众多的副牌，任何带有这只“安逸猿”图案的产品都会成为众人竞相追捧的对象。

Ape shall never kill Ape.

猿从来不杀猿。



NIGO



- 人们会将生活方式和设计师混为一谈，认为生活品位是设计师应有的条件，其实生活方式并不是设计师的专利，它与水和空气一样都是生活的必需品。
- 设计师与顾客的分歧就像两极一样，顾客的要求是无穷无尽的。至今我设计的宗旨仍以满足自己为大前提，过分考虑市场的需要不会有好产品出来。
- 要令自己的品牌有长远发展，就要将产品和服务迈向更加多元化，使其演变成一种文化是方法之一。
- 只有对每件事都充满好奇，灵感才会源源不断。
- 我不仅仅把我的品牌看作一个服装品牌，我们是一个经营生活方式的公司。



奥利弗·雷斯肯斯（Olivier Theyskens） 1977年出生于比利时的布鲁塞尔，1995年进入Ecole Nationale Superieure des Arts Visue's de la Cambre学院就读，三年后因不满学校的教育体制而辍学。1997年就发布了题为“Glommy Trips”第一个系列服装，年仅20岁就奠定了进入时尚界的基础。奥利弗·雷斯肯斯的作品在优雅中透露出一点危险和意外，以表达精巧的浪漫风格，擅用色彩的他总是能以微妙的色调变化让时装活跃起来。2003年担任Rochas的设计总监，为这个久负盛名的时尚品牌开启了新乐章，吸引了诸如麦当娜、珍妮佛·安妮斯顿、尼克·基德曼等大腕级明星的追随。之后奥利弗·雷斯肯斯担当了有80多年历史的品牌Nina Ricci的创意掌门人。其天才的创作能力，被同行视为“新一代的Chanel”。

My favorite pieces from any of my collections are the ones closest to perfection.

我最喜欢的是我的设计中最趋于完美的部分。



OLIVIER THEYSKENS



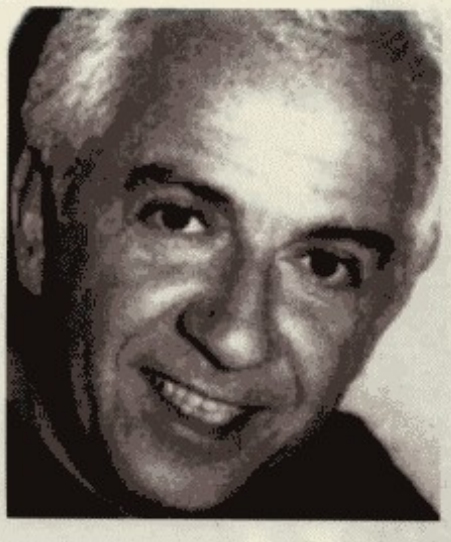
- 作为一个设计师，我们只是明显地反映着我们的环境，有时也会传达出一些社会或者政治观点。
- 我的工作是设计时装以及创造风格。
- 童年给我带来很大的影响。那时候我所看到的很多东西都深深地印在了心底。
- 当我看到美丽的事物时，我会有一种想哭的冲动。

No.71

保罗·玛奇亚诺（Paul Marciano） 1952年出生于法国马赛，1973年在一家牛仔服饰店担任销售员，之后成为自己家族企业MGA的员工。1981年，与George, Armand, Maurice兄弟四人从法国移居美国的加利福尼亚州，并成立品牌GUESS。保罗·玛奇亚诺成为GUESS公司的广告创意总监，次年，开始采取广告战略推销其时尚的、石洗的、修身的、且性感的牛仔系列。并逐步占领市场，1990年成为公司的CEO。GUESS以其性感的牛仔裤和性感的广告战略闻名。其著名的广告策略已成为大众流行文化的一部分。如今保罗·玛奇亚诺的两个兄弟已经退休，他依旧是公司的核心人物，掌管整个GUESS王国的发展，同时兼管Luchano Benetton的部分业务。

Our products and our advertising images are both sexy and adventurous.

我们的产品和广告都是非常性感和充满诱惑的。



PAUL MARCIANO



- GUESS是一种强烈而且优雅的感觉。如果要用三个词来概括GUESS品牌的本质，那就是奇迹、热情和自由。
- 品牌的形象越强烈，消费者才会越忠诚。
- 我的灵感来源于很多地方，但是我最钟爱50年代的美国和意大利电影，那个年代有一些类似于Brigitte Bardot这样充满性感、优雅、吸引力的人。

No.72

保罗·布瓦列特（Paul Poiret）1879年出生于法国巴黎的一个呢绒店家庭，从小对服装设计很感兴趣。1895年进入杰克·多塞店工作担任设计师。1904年布瓦列特在巴黎欧伯街独立开店营业。此后，便开始了“把女性从紧身胸衣的独裁垄断中解放出来”的革命性创作实践，并取得了极大的成功。成为享誉在二十世纪初至一战前后的法国著名服装设计师。受多方面因素影响，1925年以后，他的产业日益衰败。1944年在孤独、贫困和疾病中结束了他的设计生涯。

布瓦列特作为二十世纪初的设计大师，其最大的贡献是摒弃了紧身胸衣对女性身体的束缚。他主张把服装设计的重心放到女性身体的自然表达上，从而开启了服装自由化、个性化的新时代。布瓦列特的设计思想和实践对于欧洲女装由传统向现代过渡具有里程碑的意义。其设计奠定了欧洲现代服装的基调，使女装轻松、自然，同时，他提高了服装的腰线，衣领也越开越低，与传统女装形成了巨大的差异。之后相继推出的一系列简便、放松腰线、外轮廓呈直线条的服装，改变了女装的紧身造型，被西方服装史学家称为简化造型的“二十世纪第一人”。1911年设计的“霍布尔裙”（Hobble skirt），成为一战前最流行的时尚；他的足迹曾踏遍欧洲与美国，是首位国际性的“时装使节”；他还是世界上第一个出品自己香水的时装设计师。

I insist that costume world definitely need an outstanding leader to break thorough the conservative style!

我坚信，服装界确实需要一位巨匠来领导，才能突破保守的格调。



PAUL POIRET



- 我致力于减法，而不是加法。
- 我宣告传统束身衣的彻底灭亡，使妇女的胸脯自由而健康的发育，但我却束缚了她们的腿。
- 我是为任何对服装不满的女性服务的人，我不是帝王。帝王是支配者、独裁者，请不要误解我。
- 我喜欢那些用轻柔的面料制作出来的简单裙子，就那样从肩膀一直垂到脚边，像流水一般缓慢地淌下来，勾勒出身形，抓取到运动的痕迹。
- 我的发布会不一定要奢侈，但一定要特别。

- 我对传统的束身衣，早有成熟的看法。那就是：从颈到膝都被束缚的女性身体，必须要求解脱。
- 我不强加于人，仅仅是首先看到妇女需求的秘密而后满足她们。
- 我的成功归功于我赋予了女性想要的东西，那就是自由！
- 父亲从事布料生意，我自小就对布料感兴趣，甚至自己玩起染布游戏来了。我看到祖母栽种的秋海棠、天竺葵等，花色美丽鲜艳，就把花儿采集下来，榨汁后拿来染布，在缺乏化学知识的当时，种种试验都告失败，但无形中，已经培养出我研究事物的兴趣。

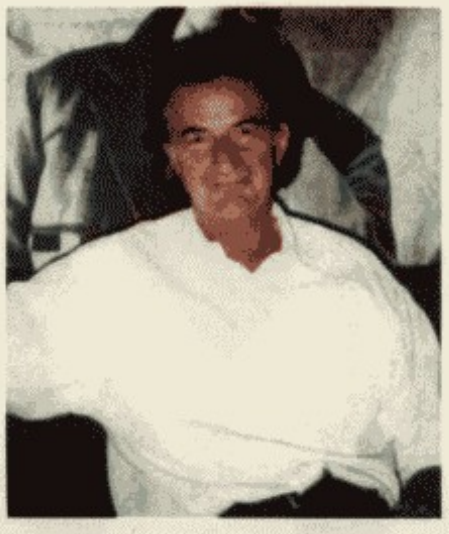
NO.73

保罗·史密斯(Paul Smith) 1946年生于英国诺丁汉。18岁时，在诺丁汉的一家服装店当外务人员，从此与服装结缘，激发了对时尚的热诚与天赋。后来曾在伦敦圣马丁艺术设计学院学习。1970年保罗·史密斯在家乡开了一家专卖店，富有创意的产品，起初并未获得人们的认同，直到1974年才取得了成功。两年后，在巴黎发布了第一场男装秀。今天保罗·史密斯时装王国已遍及世界35个国家，仅日本就有200多个销售点。

保罗·史密斯的设计讲究英式传统的细腻缝制技巧，融入富现代感的设计风格，倾向新技术所带来的感觉，并适时地将幽默与智慧结合。他常从经典的油画中获得很多色彩搭配的灵感，在材质的选择上更是别出心裁，令人惊艳。其作品中流露出的那份天真的幽默感，使他在80年代的男装领域掀起了一次巨大变革。一提到保罗·史密斯，就会想到英国学院派风格的衬衣、蓝色或灰色的外套，鲜艳的条纹图案。Paul Smith的彩虹条纹与Buburry的格子“英伦风”有两大标志性图案。保罗·史密斯始终扮演着一个给男装界注入大胆创意的角色。他将古怪的天才、精致的细节、高品质的手工以及对商业和市场的敏感完美结合，成为了英国最成功的设计师之一。

The thing I most interested in is continuity. I've always worked hard at not being today's flavour.

我最感兴趣的事是连贯。我总是非常努力地不为今天的潮流所左右。



PAUL SMITH

设计与工作

- 我追求的设计是传统中混合着新奇。
- 观察和思考给我设计的灵感。
- 我的创意精神总是和艺术、广告以及做设计的工作相联系。
- 在我设计中我最满意的是幽默感、细节设计和独特的人格魅力。
- 在我的店里你总能找到一套适合你的服装。袖口、领口和纽扣等细节的独特设计使你的个人风格与众不同。
- 时尚不过就是衣服，而衣服只是呈现个人特质的一部分，其他如风度、谈吐、礼仪也很重要。
- 无论哪种风格，关键重点绝对不在于是否流行，而是这样的穿着能否真正衬托出个人的性格，展现出个人的特色。



思想与生活

- 美是自然的东西，并不是强加于上的。
- 我的时装风格是“Classic with a twist”，虽然我也很欣赏普拉达、赫尔缪·朗等品牌，但那不是我的风格。
- 对于那些只懂得仿冒抄袭的人，我总是感到相当可惜，创意是个很有趣的过程。
- 我是个随和且容易亲近的人，不喜欢太严肃，对所有美的事物都感到有兴趣，对任何事情持有高度的好奇心 。
- 勇于接受各种批评和建议是最重要的。

No.74

菲庇·斐洛（Phoebe Philo）1973年生于法国巴黎，毕业于伦敦圣马丁艺术设计学院。1997年开始担任Chloe设计工作，首个春夏系列就被誉为最佳设计系列之一。刚出道即与马克·雅各布和汤姆·福特齐名，赋予Chloe这个浪漫的品牌一种年轻和性感的形象。2001年，菲庇·斐洛继斯特拉·麦卡尼之后任Chloe创意总监，成为时尚舞台的主角。

菲庇·斐洛的设计除了富有英伦风情外，亦不失巴黎高级时装的韵味。Chloe系列中最畅销的那些印上诗句、水果及动物图案的T恤和长裤系列，都是出自菲庇·斐洛的手，吸引着年轻顾客的目光。除去担任设计总监一职，菲庇对于Chloe的品牌动向亦有不少的新意念：将品牌拓展于多方面，开设出售内衣和香水的店铺，开发泳装系列。2003年，菲庇·斐洛完成了当季的设计后，悄然隐退，回家相夫教子，让整个时尚界为之惋惜。她的举重若轻的姿态和行云流水的创造力交织成一个时尚界的美丽神话，她在Chloe四年内的贡献叫人刮目相看。菲庇·斐洛在2004年11月荣获“英国年度设计师”奖。

I am inspired by sunsets, sunrises. Being with horses and love.

我的灵感源于日出、日落、马群和浓浓爱意。



PHOEBE PHILO

设计与工作

- 衣服应该不只是身体上的装饰品，而是能和穿着者融为一体。
- 我不想为赶流行而设计，我想做的是真正让人长长久久都爱穿的衣服。
- 我心里并没有所谓具体的女性典型，但从Chloe的种种来看，它让我浮现在脑海中的是具有轻巧感的、优雅的、音乐的感官形象。我只是想让这五十年来积累的遗产持续下去，同时还保有现代感，同时运用自己的直觉去呈现作品的完美性。 设计时我常想着那些给我灵感的人们。
- 有时候我觉得设计是无情的，但当我设计得好时，感觉棒极了。
- 事情都有它自己存在的方式。我对我生命中经历的反应是：我本身和我作为一名设计师的身份是紧紧相连的。



思想与生活

- 在进步中工作。
- 我喜欢与人合作，虽然我并没有与人有太多的合作。
- 我的终极目标是享受生活。
- 看见你真正爱的人或尊敬的人穿上你所设计的衣服时，就能激励和打动你。
- “万物皆有可取之处”是我的人生理念。

No.75

皮尔·卡丹（Pierre Cardin） 1922年生于意大利威尼斯，14岁开始学习裁缝。23岁时来到巴黎，先后在夏帕瑞丽、巴尔曼和迪奥等的设计室工作。1950年，开设了自己的公司，为剧院设计面具及剧装。1951年开始推出自己的时装系列。1954年和1957年先后创设了以年轻人为对象的女装“夏娃”、男装“亚当”服饰店。1958年设计出全世界第一个无性别服装系列，受到广泛的欢迎。1959年，皮尔·卡丹率先推出了成衣套装。1960年，举办男装发布会，第一次打破高级时装店不得经营男装的禁忌。卡丹十分具有时代意识，1964年就设计了太空系列服装。1979年进军中国，成为第一个进入中国的西方设计师。

皮尔·卡丹注重裁剪的主体质感及整体结构，在设计中强调整体和局部的统一，他的作品常常造型简洁、外观鲜明，对服装的细部精心处理。卡丹的成功在于他坚持开拓自己的设计方向，50年代中期其革新性初见端倪，到60年代他已成为前卫派设计师的领导者之一，被誉为法国时装界的“先锋派”。卡丹在服装经营策略上以出奇制胜而著称，他设计的法国第一个批量生产的成衣时装系列打破了高级时装占主导地位的市场格局。卡丹的设计不仅涉及服装领域，从圆珠笔、打火机到汽车、飞机的内部装饰，都是他展示才华的天地，半个多世纪以来他所创造的“卡丹帝国”为法国的经济和文化做出了杰出贡献，从而荣获法国政府颁发的“荣誉勋位团”骑士勋章、“国家荣誉最高奖”，1992被授予“法兰西艺术院士”。



I can go all over the world with just three outfits: a blue blazer and gray flannel pants, a gray flannel suit, and black tie.

走遍世界我只需要三套装备：蓝色的运动夹克和灰色的法兰绒裤子，一套灰色的法兰绒西装和黑色的领带。

PIERRE CARDIN



- 我的创作就好比花瓶设计，而女人就是液态的水，流在我设计的模子里，随着花瓶的形状变化，而塑造出她的线条、她的形态。
- 设计师的基本职责便是创造新的生活方式。
- 创造的领域包罗万象，一位创作新型服饰的设计师，必须同时创造能够让人们穿着新型服饰的日常环境。
- 创作时我最重视色彩，因为色彩很远就可被人看到。其次才是式样。我喜欢用纯净的线条引导时装创作，我的创作就是在“唐突”大众。
- 我喜欢在夜深人静时，闭上眼睛创作。在无尽的黑夜中，我先想出一些立体线条，一些活跃在空间的抽象图形：圆的、方的、三角的……我再开灯，用笔把它们画下来，继续想，等待造型决定后，才把模特儿的轮廓套进设计好的服装造型中，就好像将花插入花瓶里一样。
- 我在高级时装方面赔了不少钱，而我所以要继续搞下去的原因，是因为那是一所创意（idea）的大研究所。
- 真正的一个好的设计师，设计的衣服不仅好看，而且一看衣服就应该知道它是那个设计师的作品。
- 一个好的设计师一定要创立有自己品位和特点的服装和时尚作品。 如果没有高级时装，品牌价值恐怕也会逐渐退色！
- 高级时装是一种创造，是梦想的最后城堡。在高级成衣方面固然可以大赚一笔，然而其中若能有想象力的自由飞驰，那就算是奢侈的了。
- 作为设计师，一定要知道设计本身这个词是什么意思，什么叫设计？什么叫创意？而不是一味地模仿。





- 真正的奢侈品要有自己的创意、与众不同，一件东西昂贵的价值并不能真正代表它的价值。
- 女人身上的珠光宝气，就好比把自己所有家产、银行户头、存款单全吊在脖子上，俗不可耐。
- 不要去在乎社会上已定了型的服装样式，更不要去理会保守派服装评论家的一味否定与众不同的新创作，一个服装设计师应该超越这些束缚。到最后优秀的创意一定会战胜时间的挑战，最终被大众所接受。
- 60多年来，我一直经营我自己的公司和我自己的品牌，我把毕生的精力都放在了创作和设计上，这是我的最大乐趣。
- 我喜欢孤独，孤独是我创作灵感的源泉。
- 我要我的企业能无国界、无人种区别尽可能地触及到更多的人。我最大的梦想是能在月球上开一家皮尔卡丹分店，而且亲自到那里去主持开幕典礼。

拉夫·西蒙斯（Raf Simons） 1968年生于比利时。大学修完工业设计学后，在一家家具陈列室工作了两年。1995年拉夫·西蒙斯第一次推出的男装系列，就以简洁利落的线条，引导了90年代中期纤瘦修长的男装廓型潮流，带动了时尚世界的“革命”。拉夫·西蒙斯以入主Jil Sander后的首个系列和自己品牌的最新系列分别赢得了米兰与巴黎众多时尚者的追随。从2006春开始，时尚世界因拉夫·西蒙斯开始改变。他的时装正在缓慢地、坚定地而又充满诱惑地以其自己的方式进入众人的意识和衣橱中。10年来，拉夫·西蒙斯用他所设计的先锋外套改变了男式时装界，挑战了秀场，为时代思潮制造了壮观的景致。拉夫·西蒙斯被誉为这个时代最有影响力的男装设计师，同时也是著名的神秘设计师之一。

I can't see myself as being only a fashion designer. The clothes themselves are just a medium to make clear a certain aesthetic.

我不只是一个时装设计师。服装本身只是一种表现美的方式。



RAF SIMONS

设计与工作





- 我的设计理念是剪裁与新新文化的碰撞。
- 各式各样的艺术形式和文化特征都给我灵感。
- 设计时我只是想着怎样实现心里的想法。
- 合作经常能让我拥有最值得回忆的时刻和作品，我非常欣赏别人的创造性和世界观，我想别人同样也会欣赏我的创造性和世界观。
- 过程更重要，虽然我讨厌去想纽扣和拉链该怎样搭配与安排。
- 我喜欢参与社会，也喜欢把同样的设计理念转移到其他地方并创造出作品。
- 在工作中我崇尚独立，自我思考。
- 我只和并不专业的模特和受我影响很多的人合作，她们往往与时尚行业关系不大，这是我的动力来源。我与她们合作是因为她们的行为与别人不同，让我感到新鲜。

思想与生活

- 美是超乎想象的纯净。对于我来说，那种纯净往往是独一无二的。
- 我心中，爱和生命是最重要的。



NO.77

拉尔夫·劳伦(Ralph Lauren) 1939年生于美国纽约。1967年，在一家名为A.Rivetz的领带制作公司做设计，制作完成一种造型宽大、色彩鲜艳的丝质领带，以“POLO”命名，十分畅销。60年代末，拉尔夫又为男士设计了一系列与宽领带配套的马球牌产品，获得了极大的称赞并由此成立了POLO时装公司。1970年拉尔夫的首次个人服装发布会取得了成功。1971年在好莱坞开设了一家POLO专卖店，成为美国第一个拥有自己专卖店的设计师，并推出了女装系列。2002年推出女装新线Blue label，融入了其高贵经典的品味。近些年，随着时尚帝国的扩张，马球手标志已经演变成一个身份标志。

拉尔夫·劳伦成功的秘诀是将自由潇洒的美国精神和高雅严谨的欧洲传统风格巧妙地结合在一起。他的作品风格洒脱，用料上乘，色彩素雅、款式大方，穿着自如，给人一种舒适、健康、自信、向上的感觉，被认为是高品位、永恒、优雅的代名词。其设计灵感多源于英美上流社会的生活、西部的荒野、旧电影、20世纪30年代棒球运动员以及旧贵族等。他的产品保持着美国东部生活方式的特点，与现代生活十分和谐，适宜各种场合穿用，被美国人称为时装牛仔。拉尔夫·劳伦也是第一位在欧洲开店的美国设计师，给国际时装界注入了新的活力。同时他还是唯一一位七次获得美国CFDA奖的设计师。

I am never fond of those modish clothes, but something never out of date.

我不喜欢时髦的衣服，我只喜欢那些看上去永远不会过时的衣服。



RALPH LAUREN

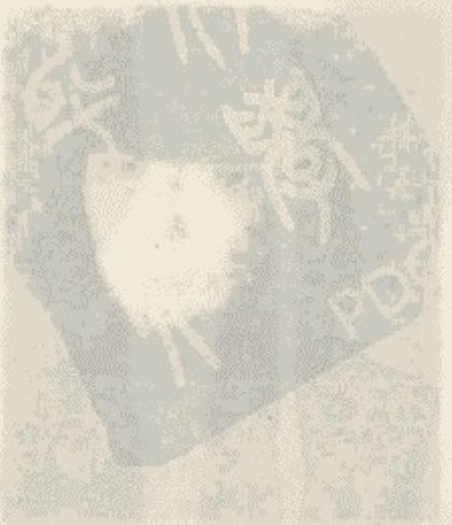

POLO SPORT
RALPH LAUREN
POLO SPORT

- 没有代表作，没有草图，有的只是尝试。
- 我并不赶时髦，也不喜欢那些出自“设计大师手笔”的作品。我的品牌不算昂贵，但算得上是一种投资，一种对舒适的投资。舒适要比苗条重要的多。
- 不同的季节，不同的事物都会给我灵感，有的甚至是一部电影一张相片，这不是纯想象的事，而是一种心情，能够给我指出一个新的方向。
- 流行涉及到品质和完整性，与趋势无关，但必须保持清新感。
- 我很清楚自己不是时装设计师，但我具有紧贴时代的意识。
- 设计的过程很具挑战性，但每一个新的季节的开端我都会兴奋，有那么多服装新款，就是这种冲击力才让事物不断更新。





- 我的设计目标就是要完成一个想象可及的真实，它必须是生活形态的一部分，而且随时光流转变得个人化。
- 当代女性已不再依赖名牌时装的标签而存在。
- 我喜爱大自然。
- 美是一种心态——是一种对高雅和自信的表达。
- 我从不在意时尚和潮流，我相信那些保持长久完整性的设计。
- 保持调和的观点，保持明快的视野是我的一贯作风。
- 我们创造了一个世界，并邀请人们加入我们的梦想。我们是生活方式的革新者，通过讲述故事和创造商店氛围的方式，激发消费者加入我们的这种生活方式。



No.78

川久保玲(Rei Kawakubo) 1942年生于日本东京，1965年毕业于庆应大学文学部。最开始她在一家纤维工厂的广告部做职员，这个职务为她提供了大量接触时装界人士的机会。1967年成为自由设计师。1969年成立了自己第一家公司，并别出心裁地取名为Comme Des Garcons（像男孩一样）。1975年首次举办服装发布会。1981年进军巴黎。1982年，她推出震惊世人的乞丐装。1985年在纽约举办服装发布会。30年来，川久保玲一直以她那永远与流行无关的作品不断向商业宣战，成为时尚界的领军人物。

川久保玲并没有经过专业设计训练，她喜爱反思维思考，从对立的事物中寻找灵感，推出无数打破常规的设计，看似古怪的思想，却暗含深刻的内涵。她的意识已经远远超过了当时堪称前卫的美国和英国。从30年前起她就活用东西方文化，设计从形式到实质，从技术到表现，虽然受到西方人褒贬不一的评价，但她那借助大块面料填充的奇异夸张的造型、膨胀的男裤和肩部曲线怪异的夹克完美地表现了她服装的两性特质、从衣服的裁剪到穿戴的创新、打破了时装表演的一贯模式。她以惊人的独创性和前卫性，为人类的衣生活方式提供新的选择，是全世界最有天才灵感的设计师之一。1983年和1988年两次获“每日时装大奖”。1991年11月被评为日本最有能力的设计师和女企业家。1993年法国政府授予她“艺术文化骑士勋章”。



It is clear to me that designing creatively becomes harder. But I have to continue, I don't believe I have achieved all I can yet.

我清楚地知道有创造性的设计越来越难，但我还是继续，因为我觉得我还没有达到我能做到的最好。

REI KAWAKUBO





- 我还没有设计一款我自己满意的服装，也许我永远都设计不出来了。
- 我的思路和灵感届时不同，我从各个角度来考虑设计，有时从造型、色彩，有时从表现方法和着装方式，有时有意无视原型，有时则根据原型，但又故意打破这个原型。总之，是反思维的。
- 当我设计的时候每一次都会想不同的东西。
- 和创意同样困难的是你怎样将你的创意转化为生意，生意并不是发布会结束后开始的，它是和过程同步进行的。问题总在于你的创意在商店怎么卖出去。
- 现在形势越来越严峻，你越有经验，要设计不同的东西就会越难，别人可能会把它看作只是在上一系列中增加了一些小修小补，但如果是一切从零开始，就会越来越困难，就如你的经验积累越来越多。
- 黑色是舒服的、力量的和富于表情的。黑色是一种代表着人们所能看到的社会现状的另一个侧面，这个侧面也是人人都有的一种色彩心理。
- 我的目标是每一位女性能够有自己的生活并自我满足。
- 我的公司并不只是做衣服，服装在哪里销售就跟服装本身一样重要，甚至每个员工的名片也很重要，我设计了整个公司。

- 人生追求好比是爬山，当你爬上去以后，你不会向后看你已经走了多远了，你在意的是接下来该去哪儿，但我现在还没到达顶峰。
- 没有经验你将一事无成。
- 我向往自由。我想创造一种无休止的氛围，它是一种强烈而美丽的混沌状态。
- 我的价值观在于创造新的衣服，我不愿总干与以前一样的事情，我总想创造与以前不同的新东西。
- 我做所有事都秉承着同样的精神 。
- 我不喜欢显现体型的服装，所以我和别的设计师都不一样。
- 不论公众对我的反映如何，我都不会改变我想做的事情。所谓“反映”都有两面性，从开始起，我就想向公众挑战，不论反映是好还是坏都不重要。
- 从来不把人体当作人体，从来不以设计让你们喜欢的服装为职业，那就是我要的。
- 我希望创造一个各个领域的众多艺术家在一个魅力混沌的气氛中进行创作的市场：极有强烈的个性的灵魂们混合在一起。
- 女人不用为了取悦男人而装扮得性感，强调她们的身段，然后从男人的满意中确定自我的幸福，而是用她们自己的思想去吸引他们。



伦佐·罗索（Renzo Rosso） 1955年生于意大利，1975年毕业于一个普通的成衣工业制造学校，其后开始为自己制作服装。1978年，罗索与当地的其他成衣制造商组成Genius Group，成立了多个至今亦广受人们喜爱的服装品牌：Katherine Hamnett、Replay、Goldie和Diesel。1985年，罗索独自收购经营Diesel，同年成立了男装部。1991年，伦佐·罗索运用广告营销战略成功的使Diesel从此成为“九十年代最具代表性的商业品牌”，并逐步把Diesel打造成为一个国际性的品牌。如今，已拥有了Diesel Kids，55DSL和Diesel Style Lab等二线品牌。2002年，与拉格菲尔德合作，为Lagerfeld Gallery品牌设计牛仔裤。

伦佐·罗索成功地塑造了Diesel品牌完美、极富新意的牛仔裤和休闲装。Diesel的灵感来源都是源自于日常生活的点点滴滴，在大众化的社会中寻找自己的空间，与潮流动向紧紧不分，恰如其分的印证了该品牌的年轻特性。伦佐·罗索不仅有过人的品位，他还在市场营销方面有着惊人的天赋。今天Diesel由于他的不断创新和营销策略已成为世界知名品牌。1996～2005年间，多次获得国际设计和创意大奖，并被Select 杂志列为一百位创造千禧年定义的重要人物之一，并名列英国潮流杂志The Face的“时装界百位最具影响力人士排名榜”第五位。

The product comes first.

产品是摆在第一位的。



RENZO ROSSO

设计与工作



- 我们不是在卖东西，是在贩卖一种生活方式，我想我们已经创造了一场运动。“Diesel”这个词已经蕴含所有。它是一种穿着的方式，生活的方式，行事的方式，更是一种思维的方式。
- 设计时我想到一个有独立的思想和灵魂，有自己风格并对时尚有自己理解的人。
- 每个单独的工作和积极或消极的生活经历，它们使你明智并提高你的技能。
- 我不是个设计师，我花很多的时间去周游世界。我一个月读大约150本国际杂志，会见具有各种文化背景的人们，而且我喜欢网上冲浪……所有这些经历都令我兴奋，为我的设计组提供了另人兴奋的想法。
- 当人们欣赏我们所设计的东西时，我经常感到自豪。当被问及至今什么是我认为最好的系列或作品，我总是回答“下一个”。
- 我喜欢我设计的一切作品，它们都是我求证的一道难题所做的道道步骤。
- 我信赖团队合作及持续不断的灵感。我喜欢向别人学习。
- 产品受过程影响并随过程而产生。

思想与生活



- 我追求工作满意并享受生活。
- 古董装给了我启发，我是第一个把二手衣风格带入这个领域的人。
- 凡是触动过你的东西就是美。
- Diesel不是我的公司，而是我的生命。
- 我不赞成照搬同样的店铺、同样的产品以及同样的概念，在全世界进行传输。人们不想要同样的东西，如今重要的是独特。
- 我对待工作有一份不能估量的热情，总想把事情做的更好，超过其他人。
- 我追求品质。

No.80

尼可·欧文（Rick Owens） 1962年出生于美国加利福尼亚，20世纪80年代在Otis Parsons艺术学院学习绘画，两年后开始了时尚界的职业生涯。1988年开始，他在洛杉矶的服装区做了6年的板型裁剪师。1994年，尼可·欧文在洛杉矶建立了自己的品牌“Rick Owens”，并通过Charles Gallay专卖店销售自己的一些作品。90年代的流行文化和好莱坞红地毯风格影响了他的设计。他的悬垂、黑暗和完美剪裁美学和修身的夹克受到了麦当娜等名人的欢迎。尼可·欧文形容自己的服装是“glunge”——glamour（魔力）和grunge（乏味）的合成。尽管尼可·欧文在时尚界已经摸爬滚打了20多年，真正受到人们普遍关注的是在2002年获得CFDA时尚大奖之后。如今，尼可·欧文已经拥有了一大批忠诚顾客。

The clothing I designed is elegance with ferity.

我设计的服装都是优雅中带有野性。



RICK OWENS

- 我希望我所设计的衣服都有颓废及贴身的感觉，但并不缺乏舒适感。
- 我试图像娄·里德创作音乐一样设计衣服。低和弦音的改变与指引，悦耳又带点刺激。
- 设计就如同慢慢地向人讲述一个故事。穷尽一生，精挑细选，把一些思想，内涵和洞察力聚集起来，并且尝试着把它们合成一个整体，使之成就美丽并表达一种情绪，以此来打动人心。
- 我所做的每一件事都完全是自传式的和沉静的。
- 百年之后，没有人会记得你，所以做你自己吧。



NO.81

罗伯特·卡瓦利（Roberto Cavalli）1940年生于意大利佛罗伦萨，早年在佛罗伦萨艺术学院学习设计。70年代，卡瓦利就以华丽复古的设计风格崭露头角。1983～1987年担任山本耀司的助手。1987年第一次发表个人作品。1993年，发表了Costume National Homme。2002年推出Costume National香水系列，其狂野性感的风格成为时尚潮流的先锋，成为米兰时尚圈最“野”的品牌。罗伯特·卡瓦利的创作模式是一种真正的自我情感表达。他将印花技术在皮革上的运用带来了印花技术工业化的新浪潮。在他的作品中大量地以动物皮草为元素，并以大胆用色、性感剪裁与奢华材质强调表现野性、充满欲望的女性。在90年代极简主义盛行时，他却运用两种秉性迥异的材质融于一体，简单朴素与奢华贵气两种极端气质的混合，在正式典雅与随意嬉皮之间的游走的方式展现了一种巴洛克式的梦想。罗伯特·卡瓦利是时装界、艺术界、现在更扩展到香水界的标新立异的独创者。他是一个时尚的先驱者和创造者，对时尚潮流的把握从来都准确无误。

Nature is my main source of inspiration. I will never stop taking hints from what I call “the greatest artist”.

自然是我灵感的主要来源。我不知疲倦地从自然——这个伟大的艺术家那里汲取营养。



ROBERTO CAVALLI

设计与工作

- 服装是我对艺术的阐释。
- 我习惯于对面料细心研究，对新技术的不断试验和采用颜色鲜艳的印花布。
- 我的设计需要高度创造性，需要精雕细琢，最重要的是，充满活力。
- 设计像是我的本能一样。
- 我只为热爱生活、热爱自然、懂得爱的人设计，并且希望他们的个性通过我的时装更强烈地表现出来。
- 我喜欢拼凑，从最开始工作的时候就这样做。
- 我不希望市场规则来指导我的创意过程。
- 过去，时尚意味着对某种制度激进的反叛，现在它则代表了为了寻求新的震撼而进行的对新领域的一次美好的旅程。



思想与生活

- 生命是非常美好的，要用最具想象力的方式来享受人生。
- 我的最终目标是要在服装史上留下自己的印迹。
- 美来自于内在，美是个性的反映。这就是为什么不像人的外貌一样，美不会老。
- 我从不被对我设计的议论所影响。
- 一定程度上你要使自己适应环境。如果我不那么笨，可能我20年前就成功了。那时我不想成为名人，不参加各种派对……后来我意识到，人们期望的设计师是他们熟悉的：他的脸，他的谈吐，他的生活和他的设计一样重要。



No.82

罗斯拉·加蒂尼（Rossella Jardini） 1952年出生于意大利的贝里莫，1974年开办一家名为“Il Pomeriggio”的专卖店，最初只专注于经营三宅一生、Ter和Bantine 等名牌服饰。1976年，她开始与Nicola Trussardi合作，协助其开发服装和皮革系列产品，正式进入时装设计领域。1978年，罗斯拉·加蒂尼与朋友合作开创了成衣品牌“Alvear”。1981年她成为弗兰科·莫斯奇诺的助手，负责女性职业装系列。1984年，加蒂尼宣布正式加入Moschino集团，担任Moschino Conture及配饰品系列的负责人。后被弗兰科·莫斯奇诺委以重任，负责管理旗下所有的系列品牌。1994年，在弗兰科·莫斯奇诺离世后，罗斯拉决定沿袭品牌的传统，继续坚持Moschino的品牌哲学。这让她最终成为了Moschino的创意总监，负责包括Moschino，Moschino Cheap&Chic以及 Moschino Jeans的所有系列产品以及Moschino整体的品牌形象和风格。除此之外，她还负责管理Moschino的广告宣传和店铺装饰事务，成为Moschino家族举足轻重的决策性人物。

Try to work with honesty.

尽力诚恳地工作。



ROSSELLA JARDINI

设计与工作

- 设计是我一生中唯一做过的事，也是我唯一能做的事。
- 与人合作是工作的基础。
- 我不是一个设计师，但我掌握了很多时装裁剪手艺，脑子里有源源不断的创意，还有令别人羡慕的好品位。
- 我只是告诉助手们他们的设计方向是什么，不会亲自参与设计，我也不会标榜功劳，说这些都是我的设计，那样的行为太可耻了。
- 我不喜欢紧巴巴的东西，好像整个身体都被攥了起来。
- 我从已经发生的事中得到启发，许多新闻和事件，以及感情和生活都能给与我灵感，虽然它们看来与服装并无关。
- 橱窗展示是不受商业约束的，是最形象化的创造性的表达，你可以天马行空地干任何事情。



思想与生活

- 时尚有很强的社会背景，但没有政治目的。
- 多数时候我都为批评感到震惊，然而我还是用肯定的态度去理解他们。
- 美即是高雅。
- 谦虚是我人生的信条。
- 就我个人而言，经历是很重要的。
- 我是制服的疯狂拥戴者。
- 我买的东西各式各样，但是它们搭配在一起效果很好，因为它们符合同一种生活态度。



NO.83

斯尔维亚·梵特莉尼·芬迪（Silvia Venturini Fendi） 1960年出生，是意大利Fendi家族企业的第三代传人。Fendi集团成立于1925年，创始人是斯尔维亚的外祖母。1946年以后，第二代成员让Fendi更贴近当代女性日新月异的需要，树立起现代化的形象。1965年，由于卡尔·拉格菲尔德加盟，Fendi逐步成为一流的国际品牌。80年代后期，公司成为一个为少数客户服务的高级奢侈品公司，以它的皮制品和双F标志闻名。1995年斯尔维亚加入家族事业，成为Fendi的第三代家族成员设计者。2001年，被LVMH集团成功收购。

斯尔维亚·梵特莉尼·芬迪在孩童时代，就跟随着她的母亲及四个姨妈一起工作。在这种环境中逐渐成长并成为家族的掌门人。斯尔维亚眼光独到，设计趋向理性和严谨，对流行和其他时髦的事物很有领悟力。1997年，为Fendi推出形状细长的手袋，掀起一股热潮，成为Fendi的代表作，同时巩固了其在时尚界的地位。在经营策略上，斯尔维亚利用特许证经营的方法开发了如饰物、手套、笔、灯、眼镜及香水等，使Fendi品牌的无形资产得到充分的利用。作为公司的主管，斯尔维亚还有意改变过去人们视皮草服装为高档奢侈品的传统观念，让其更加生活化、平民化、时装化。近年来Fendi的皮草风格有所修正，但变化万千的奢华感并未消失，同时也反应出Fendi在历史的精华中寻找灵感，并守护品牌以精致手工为出发的基本精神。



Irony allows me to dampen the creative obsession.

嘲讽使我更好地创意。

SILVIA VENTURINI FENDI

设计与工作



- 我注重动手能力和技巧。
- 我的工作就是梦想和实现梦想。
- 公众对我作品的反响是重要的，因为创意既不是瞎子也不是聋子。
- 做设计并不容易，它总是充满挑战。
- 设计过程中，有时候我心里有一些影像，有时候我只是去感觉，它可能只是我的幻想。
- 我们总是把毛皮当成一种普通面料。这就是为什么有时我们的手袋看起来并不像是用皮子做成的。
- 时尚影响人们的着装和社会，它拥有巨大的能量。
- 我们不是皮货商，我们是时装的制造者。
- 我从每天的日常生活撷取创意的源泉，而这些点点滴滴也是衡量自己的尺规。

思想与生活



- 活力即美。
- 我时刻准备改变那些看起来绝对的传统。
- 把过程和结果分开是不可能的，过程更长更迷人，在变成结果的时候达到顶峰。
- 我们已习惯与拉格菲尔德一起工作，他了解我们家族团队合作的重要性。通过拉格菲尔德，我们公司披荆斩棘，足够前卫，但又保持着过去的根基。
- 你必须向前，否则将很难生存。我们现在仍然是一个家族企业，而且我们以一个家族企业的方式来运作。我充分了解每个人在想什么，什么是正确的。这是我们家人惯常的工作方式。
- 我觉得自己幸运的仅只是没有遗忘这些身边极其细微的点点滴滴，进而去感受它们，同时记取它们迷人的特色！

No.84

索尼亚·里基尔（Sonia Rykiel） 1930年出生于法国巴黎，因怀孕期间发现没有合适的柔软的针织孕妇装而踏入时尚界，并于1962年创造了自己的针织系列。1968年开出了自己的第一家专卖店。没有受过时装设计训练的索尼亚·里基尔游戏般地设计服装，不盲从所谓的主流。她将女性的身体从僵硬的廓型中解放出来，同时也挖掘了针织衫性感的一面。索尼亚·里基尔的风格优雅纤细，充满女性特质与法式的神秘和浪漫，以针织布料表现女性柔美的身体曲线。她的针织服装风行全世界，被时尚界称为“针织女皇”。索尼亚·里基尔是法国最顶尖的时装大师之一，同时她还是位小说家，并且绘制插图和室内设计。她就像一位文艺复兴时期的女人，用欢快鲜活的时装打扮着巴黎左岸的年轻人。

I hope that my creations can give a little bit of joy.

我希望我的创作能给人带来一点快乐。



SONIA RYKIEL



- 风格来自内心深处，但并非每个人都能拥有它。
- 我的设计就像玩儿，我只为自己设计，对于别人穿什么没兴趣。
- 我的创意来源于我的感觉。
- 我喜欢观察女士们在专卖店里如何搭配我的设计——一个女人必须自己打扮自己，而不是被我打扮。
- 寻求符合自身的时尚而不是跟随时尚设计师的潮流。
- 荣誉不是最重要的，但它们会让你想要更进一步，超越自我，被更多的人喜爱。

NO.85

斯特拉·麦卡尼(Stella McCartney) 1972年出生于英国伦敦，父亲是前披头士成员Paul McCartney。15岁起，斯特拉·麦卡尼就在大师拉克鲁瓦身边学艺。1995年，毕业于伦敦圣马丁艺术设计学院。1997年，斯特拉以自己的实力继卡尔·拉格菲尔德之后，一跃成为法国高级时尚名牌Chloe的首席设计师。2001年，斯特拉·麦卡尼为Chloe完成了副线品牌See By Chloe的设计后，在汤姆·福特的引荐下投入Gucci旗下，并推出个人保留品牌Stella McCartney。2005年，斯特拉·麦卡尼首次涉足运动品牌界，与著名运动品牌Adidas合作，推出专为女性设计的运动系列，同年她还与H&M合作推出新品。

斯特拉·麦卡尼的设计风格非常清新灵动，如同飘逸的小精灵。她在汤姆·福特眼里被认为是个非常有能力的人，她的聪明和热情及准确的市场定位以及将一个品牌扭亏为赢的能力，得到了Gucci的赏识，并给予麦卡尼自创品牌的机会，她那种女孩般的甜蜜浪漫融汇英式摇滚的风格，给女人带来了自信和力量。活跃于国际时尚界的斯特拉曾被英国版Vogue评选为“全球最有Style的女性”之一。2000年她一举夺得在美国纽约举行的VH1频道和Vogue联合颁发的流行大奖并获得当年“年度最佳时装设计师”的荣誉。如今，她已成为全球最具商业价值的设计师之一。

I represent something for women. I've built up trust with them and that's important.

我从某种程度上代表了女性。我已经获得了女性对我的信任，这非常重要。



STELLA MCCARTNEY

设计与工作

- 我希望我的工作能涉及女性的方方面面：性感，女性，幽默，自信和冷酷。
- 我所做的是将时尚和高科技融合于运动服装的设计，卓越的运动表现和美丽的形象统一体。
- 我希望设计一些我想要的，但在时装店里总是找不到的衣服。
- 我只是将自己的设计体现在特定的面料上，从精致的花边、印花丝绸，传统的男装，我都喜欢用英国的面料。我没有季节的概念，不追随流行。所以，我的各种设计作品并不追求‘变化’，而注重‘进化’。
- 我并没有什么特别的天赋灵感，却对时装的“性别”很感兴趣。服装可以改变穿着者的心情，反之也可以应用穿着打扮来表现自己的情绪。所以，女性穿着性感时装会感到愉快，但有时又会害怕自己显得过于暴露。



思想与生活

- 我的目标是快乐，我还在实现目标的路上。
- 美是内心的平和。
- 真实的面对你自己，相信你自己，并使自己有所成就。
- 我的格言是：我为人人，人人为我。
- 我不认为父母对我的艺术风格有多大影响。我只是碰巧有个著名音乐家的父亲。对我来说，家庭环境也好，亲人的装束也好，都是很自然的东西。
- 几个月前，我在一家商店与顾客见面。一位大约75岁的穿着时髦的老妇人走进来，对我说“你设计的衣服让我很快乐”，我可以感觉到她的真诚。她不是一个时尚人士，只是一个顾客。我当时就想，那就是我所追求的。我从来没有想到一位75岁的老妇人会穿我设计的衣服，而且还那么酷。这件事情确实感动了我。



NO.86

汤姆·福特(Tom Ford) 1962年生于美国德克萨斯州,曾在纽约帕森设计学院学习时装设计。1983～1985年在Chloe实习，担任媒体宣传助理。1986年，在Cathy Harwick工作。1990年加入Gucci集团，负责女装部设计。1994年，担任Gucci的创意总监。1996～1997年，因推出一系列以70年代为主题的设计大获成功，及时地挽救了岌岌可危的Gucci。之后，与Gucci公司的总裁德·索勒一起成功收购了YSL公司，并于2000年出任YSL的创意总监。2007年，离开Gucci的汤姆·福特终于再次回到人们的视线：先是在纽约的Madison Avenue开出了一间男装精品店，后又全裸登上了Out杂志。

汤姆·福特崇尚经典，其作品一向被看作是70年代的翻版，曾在1996年倡导Mod怀旧风潮，在国际时尚界风行一时，而他所推出的70年代式的华丽摇滚系列，如绣花牛仔裤，流苏和破洞的牛仔裤，珠片花长裤，蕾丝长裤，色彩明艳的大型花卉印花连衣裙和半截裙，色彩亮丽的肩挽手袋等都深受人们推崇。汤姆·福特深知产品该如何面对市场需求，过去10年，汤姆·福特为时装工业注入“性”的概念正成为一道绝对的方程式。Gucci女人——圆滑，炙热；Gucci男人——则是汤姆·福特本人的写照。为女性创作出她们梦寐以求的时尚，塑造出美丽动人的形象是其最终目的。汤姆·福特在时尚舞台上的回归，再次吸引了人们的眼球。

For me, fashion doesn't stop at clothes, Fashion is everything.

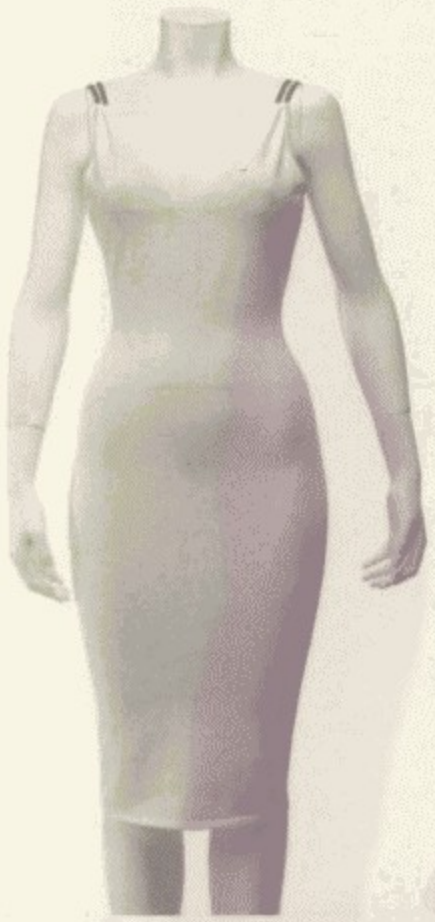
对我而言，时尚不仅仅局限于服装，时尚有关一切。



TOM FORD


PDG

- 我想要做到最好，不仅要引领潮流，更要创造潮流。
- 感性总是在我的作品中得到表达。
- 我喜欢我的工作，它总是推陈出新。
- 时装已变得太抽象，人人都想为时装找个定义，我的做法是令穿衣的人漂漂亮亮，令人看到就说：“很美哪！”而不是“她很美，因为……
- 我在巴黎总能找到创作灵感，法国人的时装令人震惊，他们对时装的天才理解是天生的。
- 我现在对室内设计的看法和我对时装的看法一致：过分的奢靡和凌乱都令人反感。
- 我是一个完美主义者。时尚这项工作在某种意义上说是完全自我的事情，作为一个设计师，他必须能说，这便是他们需要的穿着方式，这便是他们家里需要的感觉，这便是这个世界需要的方式。我相信这个目标：世界由风格支配。
- 我从心底认为女装设计是世界上最难的工作。可是人们并不理解这一点，他们以为你站在空气中就能梦到一双鞋子长成什么样。比我有才华的人多了，我只不过是对想要的一切绝不罢休、绝不放手而已。
- 我现在所做的工作，并非只是一个设计师那么简单，还包括了市场推广以及营业管理等更大范畴。
- 我设计的每一件作品都包含有性的意味。说老实话，那些开衩不能再深了，那些高跟也不能再尖了。



- 如果你是一位作家，你会写你知道的东西；如果你是一位设计师，你就会为这个世界设计你所了解的，我的经历就是我的工作。
- 我认为我给时尚带回了某种快乐主义。
- 如果你想要，你就会得到。
- 美丽是最高恩惠，并不适合害羞的人。
- 我认为衣服不能引起一场革命，但是我却相信时尚是社会或政治气候变化的前兆。
- 我不认为风衣本身性感，那是指一个女人穿着男人的风衣。但是，当她来敲你的门：她的风衣里面什么都没穿，你觉得怎么样？那才是性感。
- 大众对于时尚的最大误解是时尚繁华的一面。
- 每一个人对美的标准是在他刚踏入成人时期形成的。虽然我也想跟20世纪70年代划清界限，但心目中仍然对那段时间里的事与物有感情，虽然我刻意不去想那年代的东西，但最后的设计还是受到了影响。
- 性是我的第二天性。
- 我是一个商业化的设计师，我创造的就是流行一时，买来就穿的东西。我最幸运的便是拥有很强烈的市场嗅觉。
- 我只是希望能把YSL带入一个新境界，在保留着YSL的传统精神之余，渗入更多现代和崭新的元素，让它变得更富有时代美感，配合新世纪的潮流步伐。



托马斯·玛尔（Tomas Maier） 1958年出生于德国，毕业于法国巴黎高级订制服学院，之后在Hermes工作了九年。1998年，开始经营自己的品牌系列，并获得了零售商和媒体的一致认可。2001年素有“意大利爱马仕”的家族企业Bottega Veneta被Gucci集团成功收购，托马斯·玛尔应邀担任Bottega Veneta的设计总监。Bottega Veneta是1966年由Moltedo家族在意大利的威尼斯创立的品牌，以Moltedo家族独有的高品质皮革梭织工艺为旗下的皮革系列赢得品质超卓的赞誉。托马斯·玛尔以其德国人的严谨、低调、讲究质感的设计态度，将以中古韵味灌注入Bottega Veneta的优雅格调内，精心的设计其时装、皮具及配饰系列，完美地结合实用功能和潮流品味，将Bottega Veneta打造成另一个奢侈品帝国。

At the end of every cycle there is a desire to move on.

在每一个潮流过后都会有一轮新的潮流涌现。



TOMAS MAIER



- 一流材质＋手工＋艺术性，是我们赋予每一件产品的要素。
- 我每次设计并不是因为某一个潮流，而是真心的希望给我的顾客一个惊喜。
- 事实上是人在穿衣服，而不是衣服穿人。所以尊重每一个客人的个性，是我设计的起点和目标。
- 美观和舒适性，在设计领域向来是鱼与熊掌，不可兼得。但德国人便有把技术和设计完美结合到一起的天赋，既功能卓著，又赏心悦目。
- 我希望顾客感觉买到的是一个简单的物品，他们在使用中赋予了这个物品一些个性的东西，一些情感。
- 如果Bottega Veneta要通过做工立足，那就必须让做工说话，而不是logo。
- 奢华是一个非常个人化的东西，与金钱无关，是一种独到的品位，独到的经验。如你喜欢将你的手放进外套口袋，每次放进去，就感觉到上好皮革摩擦手背带来的绝佳触感。这皮革从外在看不到，只有你能感觉到那个触感，这就是奢华。

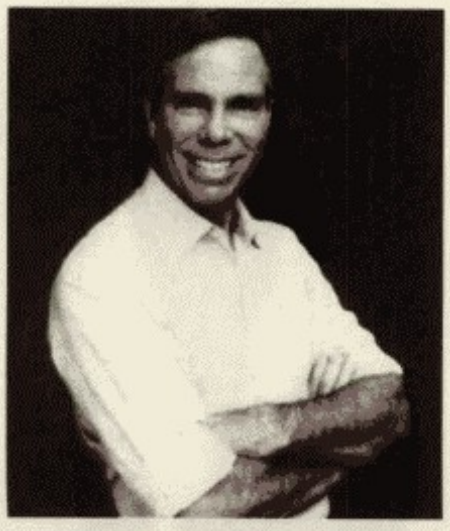


汤米·西尔菲格（Tommy Hilfiger） 1951年生于美国，1969年作为纽约校园男孩的嬉皮偶像进入时尚圈。70年代，在为Tordache工作了一段时间后，开始自营服装店，凭借改制已有设计产品的经营模式获得了成功，之后便创立了个人品牌Hilfiger。1984年推出了第一场秀。他大胆的广告创意和毫无顾忌的表演方式使其成为男装舞台上新的领导者。1985年，推出了以他本人名字命名的Tommy Hilfiger时装品牌，并迅速占领市场。最近两年相继推出Tommy Girl、Tommy Boy香水系列，极受时尚一族的青睐。

汤米•西尔菲格以探寻美国精神的共性与个性的最佳平衡点出发，象征美国自由精神的红、白、蓝成为其品牌色。90年代初推出的常春藤系列和牛津式衬衫，后来成为美国居家男孩的制服。他的服装具有多样化的面貌，不仅局限于多民族文化的美国人。汤米·西尔菲格天生是位经营家，第一个广告就耗资三百万美元。什么是时尚？什么是成功？或许全美国人都穿Tommy就是最好的回答。今天，他与Perry Ellis、卡尔文·克莱恩和拉尔夫·劳伦并称“四个最伟大的美国男装设计师”。

People always want something unexpected and exciting. That's what drives me.

人们总是想要一些出乎意料的和令人兴奋的东西，这就是我的动力。



TOMMY HILFIGER

- 把所有美国式的传统转变为现代化的设计，这是我一直追求的。
- 我喜欢设计新鲜，朴素，简单，贴近年轻人心灵的衣服。
- 服装应该是利用趣味和创意的方式来表达自我，娱乐个人。我的设计即在反映各种不同形态的人生。
- 你，我——所有心灵年轻的人，充满自信的人，面带微笑的人，都是我在设计中想着的。
- 我是穿着旧式衬衣和剪裁糟糕的棉裤长大的，我知道有一天我会去改变这种传统的制衣方式。
- 我以经典的美国风格设计时尚的休闲服装，要表达的是时装背后的价值观——独立、多元化及自我。 时装是片刻间的表现，但穿衣的风格则是恒久的。一个有品位的人不会衣着很刻意，充满自信的人永远打扮得体。



- 美是诚实——它能全部体现在你的脸上。
- 忠于自己。
- 我喜欢设计，它是我的爱好。如果你喜欢什么，你就不会把它当成工作了。
- 在风格上我不会有什么改变，因为那就是我的风格。我的好朋友拉格菲尔德在接手Chanel的时候就重新定义了风格。但我不是他，这就是设计师与设计师的不同，我会更坚持自己。
- 我希望人们永远穿得像孩子般舒适自然——这很重要，舒适的衣服才能给你最自我的感受。



瓦伦蒂洛·加拉瓦尼（Valentino Garavani） 1932年出生于意大利，17岁时前往巴黎学习服装设计，曾在让·戴塞、纪·拉罗什店做助理设计师。1959年，回到罗马开设自己的服装店。1962年瓦伦蒂诺的事业达到顶峰，他在佛罗伦萨的时装秀场场爆满。1967年发表的“白色系列”无领外套和短裙组合造型，引起了强烈反响并一举成名。1984年他为参加奥林匹克运动会的意大利运动员设计制服。1993年曾在中国北京举办了个人作品展示。2008年1月，瓦伦蒂诺在巴黎举行了最后一场新品发布会，为其45年的设计生涯画上圆满的句号。

瓦伦蒂洛善于表达高贵优雅的造型，强调成熟端庄的女人韵味，体现华丽壮美的罗马式艺术风格。他的高级女装精美绝伦，充满女性魅力，用色华贵、典雅，造型优美、俏丽，用料讲究、高档，做工考究、细致，从整体到每一个小细节都做得尽善尽美。鲜艳的红色是他的标准色，“V”是其品牌符号。无论时装潮流如何变化，瓦伦蒂洛始终遵循高级时装的传统，追求华贵、典雅和精工细作，他的服装成了豪华、奢侈的生活方式的象征，极受追求十全十美的名流忠爱。瓦伦蒂洛有高级时装界的“金童子”之美誉，他以敏锐过人的创造力开拓了意大利乃至整个西方世界时装发展的新纪元。即使离开了时尚舞台，人们的记忆中将永远留住那一抹“红”。

I design for romantic people.

我为浪漫的人设计服装。



VALENTINO GARAVANI

设计与工作

- 追求优雅，决不为流行所惑。
- 我希望我的服装能让女人风情万种 。
- 我就是专为有钱人设计服装的，贵族、明星还有浪漫的人。
- 红，是一种妖媚的色彩，代表了生命、血、死亡。热情和爱，是哀伤和忧郁的最佳药物，也是我设计的衣服系列中最为畅销的颜色。一踏进房间，就能把在场所有人的目光吸引过来。
- 时机的正确选择是创意成功的关键。
- 我认为大可不必为了做一件衣服而绞尽脑汁，我只是在工作，当我做完了就算是完成了。
- 我对客户的每一个细节都感兴趣，比如他们使用哪种床单，以及更换的频率，甚至想了解他们进房间花多少时间。
- 让我非常庆幸的是，时装界和时装业虽然有过那么多改变，但我却能数十年来一直保持自己的风格。
- 从儿时起，时装设计就已经是我的最爱，能够一直做着我醉心一辈子的事情是非常幸运的。



思想与生活

- 一切都会消失，只有变化永存。
- 罗马掌握着我的呼吸，是我永远的最爱。
- 刚出道时，我未曾预料到我能自立门户，有时单纯是很奇妙的。
- 我在时装屋工作的时候就是一个工作狂，我喜欢那样的状态。
- 我喜欢女人装饰一新的裙子。



No.90

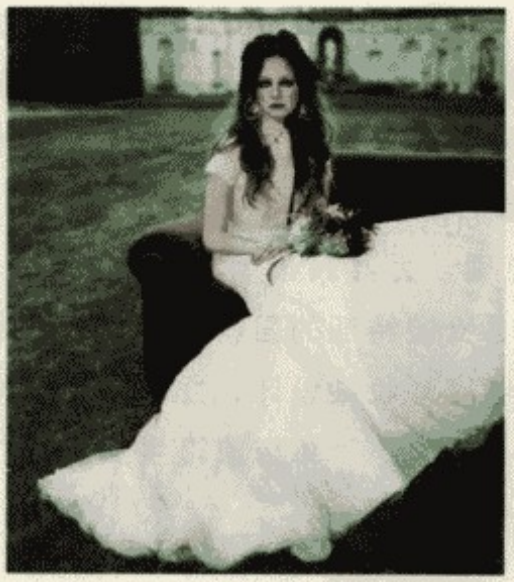
王微微（Vera Wang） 1949年出生于美国纽约，外祖父是一位生长在美国的旧中国时期的军阀。大学毕业于纽约的萨拉·劳伦斯学院，小时候的王微微曾梦想成为溜冰健将。但阴差阳错，23岁时成了《Vogue》杂志最年轻的时尚编辑，后被提升为其美国版驻巴黎的欧洲编辑。16年的编辑经验为王微微日后的设计工作积累了大量的经验和资询，成为其创作时一笔宝贵的财富。之后，为Ralph Lauren工作了两年。1990年在纽约开了第一家专卖店，1992年开始了婚纱系列的设计，之后一年推出了晚礼服系列。王微微以其女性独有的细腻的设计手法赋予婚纱一种前所未有的创造力和生命力。正如美国的流行语所说：“未婚的女人想要一套Vera Wang，离婚的女人想念那套Vera Wang，再婚的女人庆幸自己可以再拥有一件Vera Wang。”足见人们对这位华裔设计师的喜爱，王微微本人也被誉为“婚纱女王”成为世界婚纱设计界的风向标。

I am dreaming to be an outstanding artist and make the wedding to be a kind of dress artistic works.

我梦想成为一名杰出的艺术家，让婚纱成为一种艺术品。



VERA WANG





- 时尚的内涵也包括触及更多的女性，为全世界中的20个人设计衣服，还是为全世界设计衣服？我认为，这两者可以同时做到。
- 生活与时尚是共生的关系，时尚已把所有的可能性都穷尽了，我所要做的是把新东西带进既定的理念中。
- 设计之外的大量工作是市场营销，很大程度上就是如何展示你自己——自己的品味，自己的看法。
- 在你的婚礼上，你是能以情色动人的。
- 我的T台秀时装站在时尚的最前沿，它只适合一小部分人，目的是树立品牌形象，推广品牌知名度。
- 我认为婚纱就应该是高端的，这也是我们的信念所在。
- 如果你能以一个女人的身份给其他女人提供帮助，那将是一生中最伟大的事情之一。
- 我认为只有高档定位的服装才可以延伸设计师的想象空间，包括精致的细节设计和完美的面料搭配。
- 成为一个具有影响力的设计师包含有很多种因素，例如生活方式、建筑、图书、明星，文化的各个方面都对设计产生影响。这已经不仅仅是某个颜色，某个款式的事了，而是你如何把整个文化对设计师施加的影响通过经验加以吸收、理解、分析、转化、传播，最后传达给大众。

NO.91

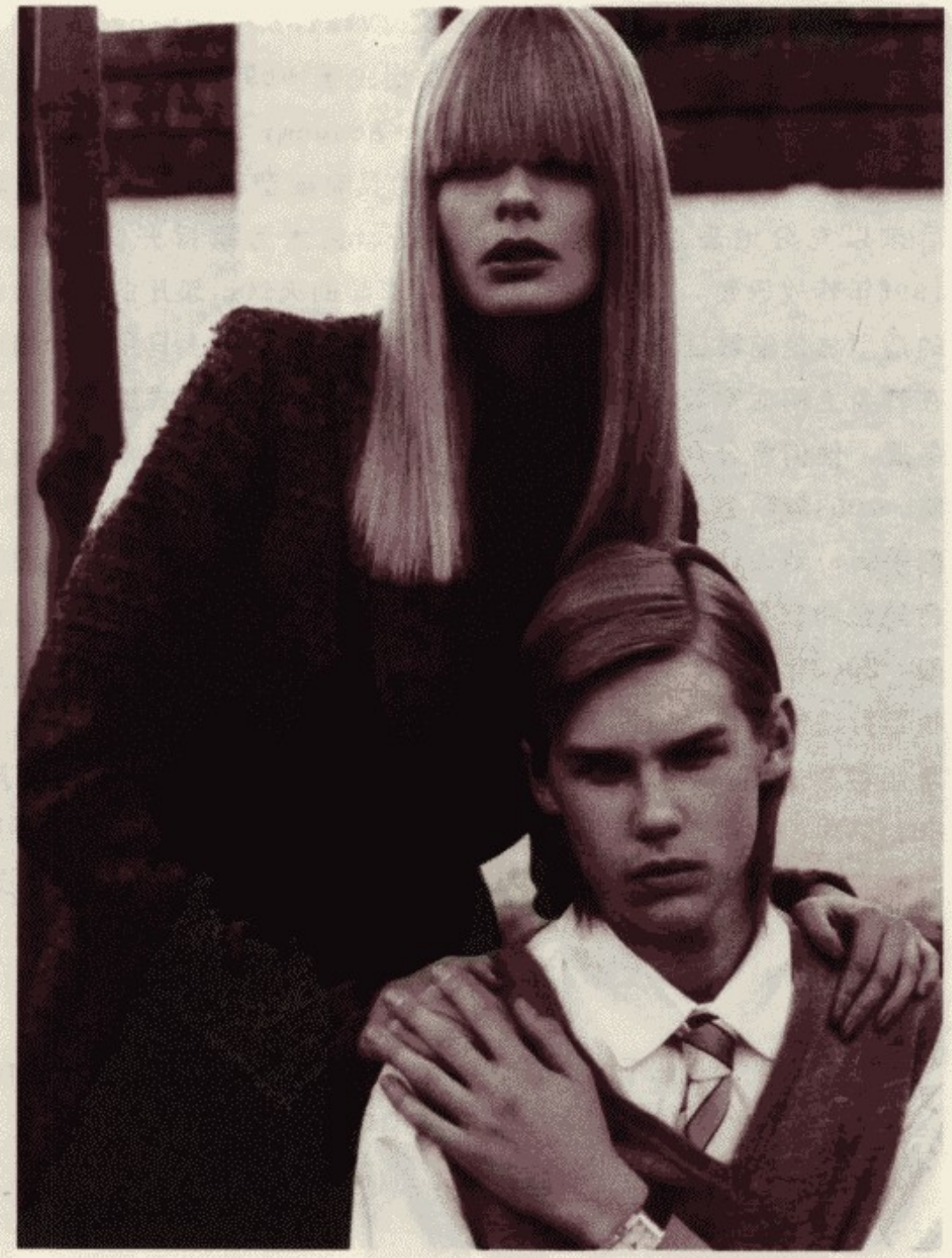
维罗尼卡·布朗昆（Veronique Branquinho） 1973年出生于比利时，开始时学习现代语言和绘画专业，1991年进入安特卫普皇家艺术学院就读，1997年在巴黎发布了第一个成衣展，迅速获得各大时尚媒体的认可。1999-2000年间，就职于意大利著名的时装屋Ruffo Research。维罗尼卡·布朗昆喜欢采用黑、灰、白等色调，尤其善于用黑色系表达一种含蓄的美感，将男装式的裁剪和街头风格、女装特征的面料（蕾丝、缎子和薄绸）糅合在一起，运用维多利亚风格的收腰、收袖设计、立领褶皱等设计，表达出一种复古但绝不矫揉造作的风格。被誉为“单色浪漫主义女神”，是当今备受瞩目的设计新星。

I'm inspired by the inner complexity of a woman.

我被女性复杂的内心激发灵感。



VERONIQUE BRANQUINHO



- 设计只是关于一种情绪或是一种思想的表达。我会被一些女性复杂的内心激发灵感，她们内心的挣扎总会产生一种不明确的感觉，有时候这种反映反而看起来非常和谐。
- 我设计非常直接，它们总是很自然地产生，然后蔓延到我的作品中。
- 我所有的设计都带有我的标记。

维克多·赫斯丁与罗夫·史罗文（Viktor Horsting&Rolf Snoeren）是来自荷兰的服装设计师，都出生于1969年。从相遇起，两个人成为一个不可分割的整体。在荷兰Arnhem Academy of Art毕业后，1992年推出品牌Viktor & Rolf。1993年，推出的具有雕塑感的系列服装引起了轰动。后来以充分地表现阿姆斯特丹的Torch艺术为宗旨开始独立开店经营。1996年转战巴黎。其敏锐的观察力和卓越的天赋、超凡的想象力和创新夸张的造型总是能够征服观众。1999年他们在巴黎的秀上只用一个模特静止地站在转盘上同时穿着20多件服装，然后以“蜕壳”的方式展示。在2000年的秋冬展，他们将公众的目光从高级时装引向成衣，赋予平常的衣着以丰富的韵味。2001年秋冬，主题为“Black Hole”的展示中将从舞台布景、模特的面部手脚，到设计师本人，全部浸渍在黑色之中。2002年秋冬，他们的一款黑色外套和白色衬衫组合的套装上缝制了7个领子，层层叠叠有如孔雀开屏一般。2003年春夏，他们180度急转弯，用轻盈的面料、鲜艳的宝蓝、娇嫩的妆容打造生机勃勃的景象。2004年的秋冬又荒诞的让模特的头上长出了鹿犄角，脖颈上爬着蜘蛛……狂放而大胆却又不失理智——这就是Viktor & Rolf的风格。维克多与罗夫带着怪诞混合着巴洛克的设计风格不期而至，把时装带进了奢华的另一个境界，成为时尚界冉冉升起的一对“兄弟连”。

The illusion that next time it might be perfect keeps us going.

总是幻想下一次的设计会更美，这种想法可以让我们继续向前。



VIKTOR HORSTING & ROLF SNOEREN

设计与工作

- 时尚是生活各个方面的一个反映。
- 比设计更重要的是实际的能力。
- 我们的工作非常的个人化，我们把自己的生活融入到工作中去，如果我们失败了，我们会觉得把时尚转化为一种创造性的能量比时尚把我们打倒更重要。
- 做时装设计师是一份有挑战性的职业，它要求你是有多方面技能，而不仅仅只局限于设计， 时尚本身给我以灵感。
- 时装已经脱离了时间，走得太快。现在还干这行，只是出于耐性和对原则的热爱。
- 与人合作是Viktor&Rolf的工作精髓，我们相识了很长一段时间，形成了良好的默契，这成为了我们做所有事情的基础。有时候这样做旁人便会很难加入我们中去，但如果一旦成功他们便会感觉像去呼吸了新鲜空气一样。



思想与生活

- 美即是创造。
- 我们有绝对的自由去创造我们想要的东西。有时候我们会试着打破时尚的限制，看我们能够玩到什么程度，这种做法看起来是挑战，可是一定得付出代价。
- 我们从不放弃“梦想有可能实现”的念头。
- 没有什么是不可能的，一切皆有可能。



No.94

谭燕玉（Vivienne Tam） 1957年出生于中国广州，3岁时随父母移居香港，毕业于香港理工大学。1981年只身前往纽约发展，同年发布了自己个人品牌Vivienne Tam。1994年，谭燕王推出了带有自己签名的Eastern系列，1995年，发布了极为轰动的“毛”系列，成功地实现了时装与艺术的跨界。2000年，她出版了《CHINA CHIC》一书，书名被报刊杂志广泛引用，成为一种文化现象。谭燕玉的设计中融合大量的中国元素，巧妙地赋予中国传统文化一种现代形式，她的风格活泼大胆中不失优雅，许多作品都被视为中西文化融合的典范，更被西方媒体冠以“新一代中国代表”。1995年，谭燕玉被《People》杂志评选为“五十名全世界最漂亮人物”之一，直到今天，她依然是纽约时尚界东方时尚的化身。



Chinese Style could be a kind of feeling, sensibility and abstract.

中国风可以是一种感觉，一种感性，一种抽象。

VIVIENNE TAM

- 我对时装有着一种激情，我无法想象，如果不做时装设计，我还会做什么。
- 每次当我将设计理念注入一块面料上，它就会变成一件衣服，当人们穿上它时，它就变成一件有生命的服装。
- 拥有自我风格很重要。只有相信自己所做的，才能享受工作，赋予热情，不要给自己太多框框。
- 我就是喜欢为时装赋予一点意义，推广开来。偶尔也会失手，如“性”系列。
- 要主动地创造潮流，而不是永远只会跟风。
- 今天中国女人的时尚已经没有个性可言了，我更喜欢20年前人们的打扮。小时候，我母亲总是亲自去露天集市购买各种面料、纽扣和花边，然后动手做搭配组合，做出一套套漂亮的衣服给我穿，从小就知道民族的创意元素是件多么美妙的事情。
- 现在许多中国女人穿着国外大牌，紧跟巴黎、米兰、纽约潮流而动的人们，对我来说就是千人一面。
- 在我的设计当中，色彩运用是很重要的方面。我通常都去读大量的关于中国文化和历史的书籍，特别喜欢看一些中国刺绣的作品，从当中寻找一些特别的灵感。
- 用最大胆的方法追求天真，这才是时尚的本意。
- 我希望能把中国的材料和元素结合到现代的生活中，放到新的环境中给它们以新的生命。



NO.95

维维恩·韦斯特伍德（Vivienne Westwood） 1941年生于英国德比郡，1971年开始设计服装并开了名为“Let it Rock”的第一家店，此后店名便不断更改为“sex”，“叛逆者”，“世界末日”等，逐步奠定了“朋克之母”的地位。1981年，在伦敦的第一次举办个人发布会。1990年开始专注于高级时装，同时推出男装系列。1993年，推出二线品牌Anglomania系列。1998年，推出Boudoir时装系列。1999年进军巴黎，至今依旧活跃在时尚舞台。

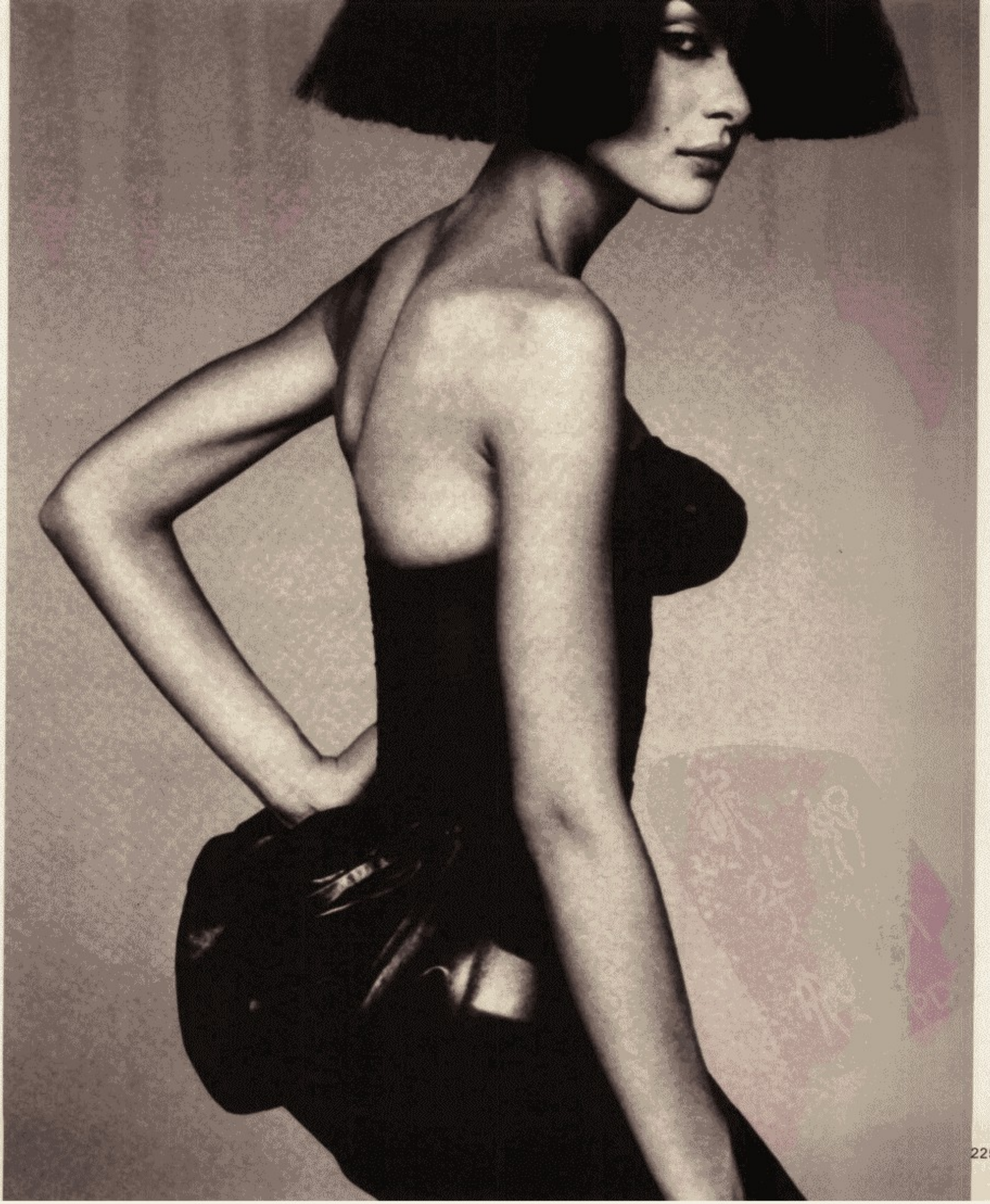
韦斯特伍德已成为英国的一个符号，她设计的服装成为朋克族的“制服”，从根本上改变了人们对时尚的认知。她思想另类，性格乖僻，用颠覆传统的设计理念，改变了欧洲既有的时装格局。她将历史素材和街头中元素转化出惊人动魄具有极端色彩的时装，每一次发布都会引起轰动和仿效。维维恩·韦斯特伍德作为当代伦敦时装舞台上最有影响的设计师，她的成就远远大于人们对她的争议。她那放荡不羁的创作个性和永远保持着年轻人般的冲动情绪和批判性思想让国际时尚圈永远年轻，而被誉为“真正闪光的明星”。美国杂志《妇女服饰报》称她为本世纪最有创作才华的六位设计师之一，曾两次获得“不列颠设计师”称号。1992年在法国现代美术馆举办“20年回顾展”，同年荣获伊丽莎白女王颁发的“O.B.M”奖。

Creative persons long to be different – that is their way of life.

有创造力的人就应当在人群中与众不同——这是他们的责任。



VIVIENNE WESTWOOD



- 今天要想成为先锋是件困难的事情，人们早已习惯了这一切。我所有创作的基础就是分析我所做的每一件事，并建立某种理性的框架。一个人惟一可能影响这个世界的就是通过非流行的理念，这种理念是现实世界惟一的颠覆者。
- 我的工作很简单也很前卫。我只是尝试着以完全不同的方式去完成同样的事情。
- 形式就是设计，完美的形式就是完美的设计。
- 创作技巧是首要的，因此我的设计从来都不会变得平庸乏味。通过缝制，你可以表达出你要说的每一件事情，我相信每一件事都在技艺中存在。你无法传授创造力，个人的创造力是来源于技艺的。将创造力置于首位，是本世纪犯的一个可怕的错误。
- 我从工作本身获得灵感。我从周围的世界中吸收所有的东西，我必须对此保持敏感，尽管我从来不看杂志。
- 通过努力模仿前人的技术，就可以形成你自己的技术。我的作品就是通过实践去学习传统。
- 我所用的都是历史上早已存在的东西，我的诠释要忠于它的初始状态或至少有一部分元素存在于其中。







- 当你观察过去的时候，你就会明白好的标准是什么，用什么方式可以创造出很高的品位……把这些元素放在一起，用你今天的方式重新组合，就是创造。
- 力量就是性感，我喜欢人们被我打扮得看起来像重要人物一样。
- 自从朋克风格流行以来，我的态度有一个重大的转变。我意识到去攻击当权派是很天真的行为，如果你攻击他们，事实上你正合了他们的意，给他们所有你的主意，然后他们把它变成大众产物，进而影响整个时尚界。所以我决定大步走自己的路而不去攻击任何事，提出一些想法并不被阻止。从那以后，我总会比别人快几步。
- 时尚是非常重要的，它能够升华生活，也象所有能给人带来愉悦的东西一样，起到非常好的作用。
- 时装就是夹携着穿与不穿的构想游刃于男性化与女性化的两极。它的终极目标是“赤裸”。
- 在年轻人攻击统治者，抵抗传统和历史文化的时代，古怪服装有存在的价值。
- 我唯一的信仰，就是文化。
- 如果你的服装令人印象深刻，那你一定生活得高人一等。
- 我的工作就是去对抗已经确立的东西，努力去发现自由在哪里，去发现我到底还能做些什么新东西。我所做的最引人注目的事情，就是通过性感T恤去表现这一观念。
- 重温过去是创造未来的唯一途径。
- 不破不立，我所追求的就是与众不同。
- 只有无序是漂亮的。
- 真正的挑衅和激进是去对某些问题的不断的疑问。 我是个反叛者，但我绝不是个局外人！

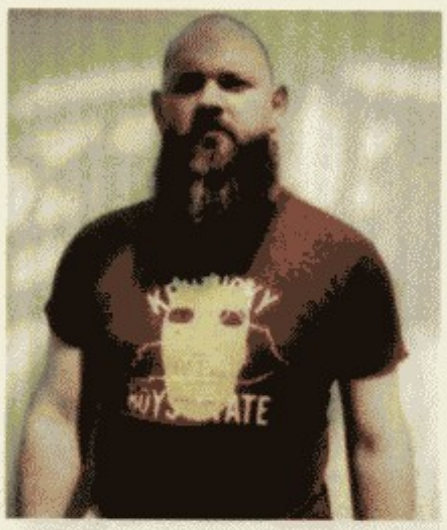


No.96

沃尔特·范·拜兰德克（Walter Van Beirendonck） 1957年出生于比利时，1985年毕业于安特卫普皇家艺术学院，与另外5个人Dirk Van Saene, Dires Van Noten, Dirk Bikkemberges, Marina Yee and Ann Demeulemeester一起并称“安特卫普六君子”。他们的共同努力将时尚推向了一个新的纪元。沃尔特·范·拜兰德克的设计生涯始于1986年伦敦举行的英国设计师秀，今天，旗下已有三条生产线，主线“Walter Van Beirendonck”，二线“W&LT”和一个童装系列。沃尔特·范·拜兰德克作品多以诙谐另类见称，他的发布会经常冠以“Bad Baby Boys”，“Let's Tell A Fairy Tale”、“King Kong Kook”等主题，被形容为时尚界里的思想者，总是有着丰富变幻的幻想，善于通过服装表达其人性化的设计。

My goal is to change the boundaries of fashion.

我的目标就是去打破时尚的界限。



WALTER VAN BEIRENDONCK



- 不断地挑战去创造每个系列，在流行中反映出自己的个人眼光和独特式样。
- 顾客的性别、年龄都不重要，最重要的是我对于款式、颜色和廓形的感觉。
- 我的设计原则是坚持我自己的风格和个性。

No.97

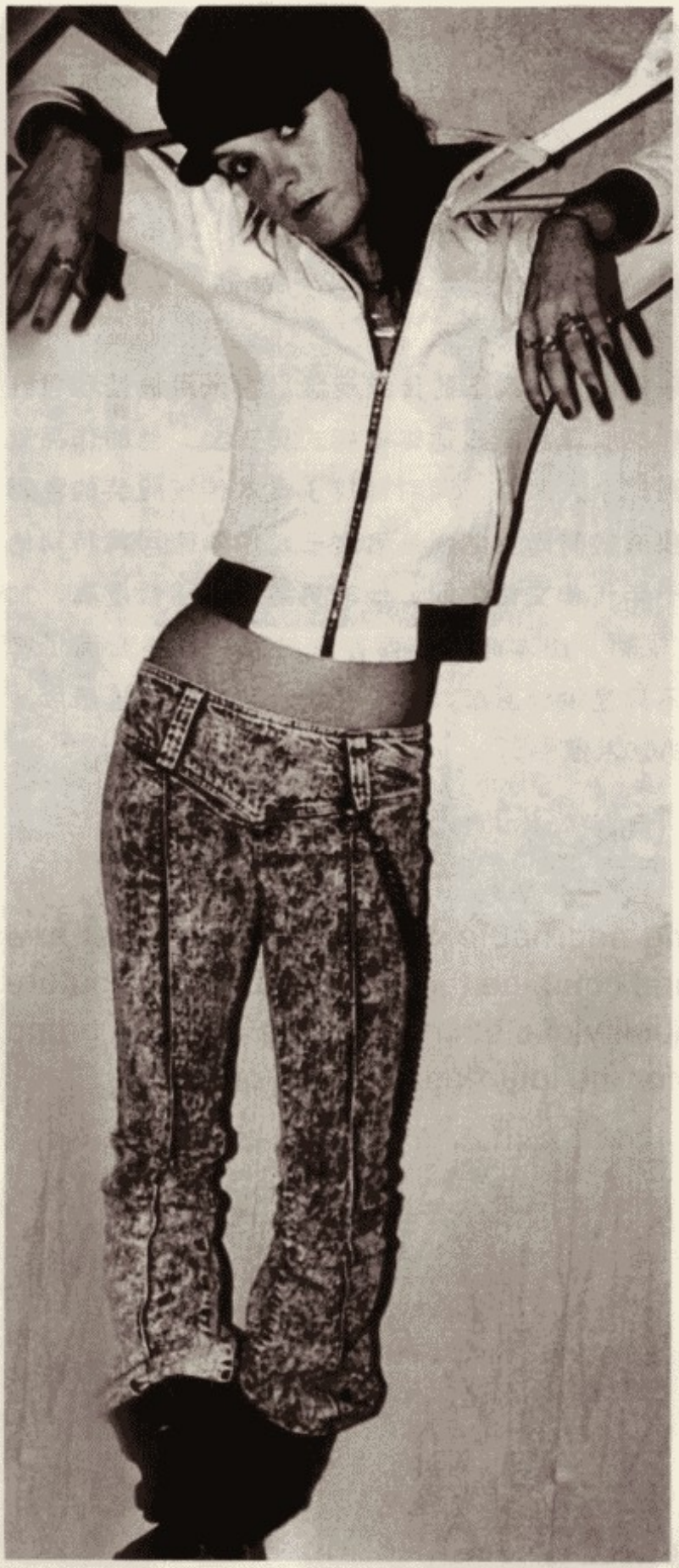
维奇·汉森（Wichy Hassan） 1955年出生在利比亚的黎波里，11岁时举家迁往罗马。70年代在米兰学习时就表现出对艺术的极大热情。毕业后开了一家名为“Energie”的小店，出售一些很难买到的潮流品牌。1983年，维奇·汉森扩大了小店的规模，由于对时尚和艺术的热爱，商店成为当时80年代艺术和文化的集聚地。1989年，在Renato Rossi的协助下个人品牌“Energie”诞生并成为Sixty集团中第一个品牌。维奇·汉森成为Miss Sixty的创始人和设计总监。Miss Sixty突出女性曲线，长腿、翘臀、纤腰，高品质的牛仔裤和令人目不暇接的单品配件，深得消费者的厚爱，其魅力不亚于Chanel No.5。喇叭裤款与风靡多年的低腰超低腰牛仔裤是Miss Sixty经典的热卖款，品牌成功实现了牛仔服装能步入宴会大雅之堂的目标。今天Miss Sixty已成为意大利的性感牛仔流行品牌的代名词。

I believe designing to be the world's most beautiful work.

我相信设计是世界上最美丽的工作。



WICHY HASSAN



- 每天的生活我总能发现一些不经意间的愉悦，它们给与我灵感。有时候，一些丑陋的东西也能带来灵感。
- 我不想让Miss Sixty的款式限于一种风格，每一季度我都试图开发出新的设计和创意。
- 我观察生活中任何事物的外形、材料、细节，然后将其转变为设计中的元素，通过这个过程，把已经存在的东西创作出一些本不存在的东西。
- 我喜欢那些有创意的、不商业化的东西。



No.98

山本耀司（Yohji Yamamoto）1943年生于日本东京，毕业于东京文化服装学院，毕业时获该院的“装苑奖”和“远藤奖”，以及获赴巴黎学习时装的奖学金。1970年，从巴黎深造回国，两年后成立了自己品牌的成衣公司。1981年进军巴黎，在巴黎开设了高级时装精品店，从此开始活跃在国际时装舞台上，成为国际知名的服装设计师。1988年设立“耀司设计研究所”。2001年与Adidas的合作，推出的Y-3品牌，被称为是时尚界的经典联姻。

山本耀司蔑视20世纪以来强调女性线条的传统观念，主张用披挂和包缠的方法来装扮女性，认为面料的肌理和宽松适体的样式更重要。他的作品就像一部远古的史诗，具有强烈的个人风格，同时保持了日本传统服装的色彩和美学特征。作为当今极具权威的时尚界的创造者之一，山本耀司将特别的创新和经典完美结合，游走于年代和文化之间。他的男装自由组合度高，加之中价策略，亦获得了极大成功。山本耀司亦西亦东的服装风格充满了禅意，影响了国际时装界，他不只是设计服装，而是在设计艺术品。连唐娜·卡伦也公开赞誉他是“真正的艺术家”。

Clothing and haute couture, like the past and the present. I combine the fantasy of haute couture with the vapidity of clothing, just like create a brand new salad for the international fashion world.



YOHJI YAMAMOTO



- 我们能更有技巧的运用合作，也就是把技术与技巧结合起来，所以当我们提到创造性时，必须谈到自我，当存在两种自我时，必有一方妥协。
- 设计很简单，困难在于以一种新的方式去发掘美。
- 有时候一两个精明的评论家会分析出我作品里潜意识的东西，这教会了我一些东西。
- 美是有条件的，巧合的，偶然的。美丽的花儿并不存在，只存在一个时刻，在那一时刻花儿看起来很美。
- 对于时尚我最在意的是它一直在打破某些常规、某些趋势。
- 风格就是各种艺术的混合，再加入价值而且被个人的审美观所控制。
- 人体本身并不重要，重要的是服装通过人体产生外延美。
- 我信奉日本文化中讲究的自由、环境和空间的和谐关系，我所有的设计和裁剪也都遵循这个理念，在面料和人们的肌肤之间创造出一层透气的空间。
- 当年我们一踏上巴黎，新闻界即说我们穿着典型的日本人装束，而在日本我们却被认为太前卫。
- 阿迪达斯使我获得了一种非常奇妙的灵感体验，与它的合作极大地丰富了我的创作生命。
- 还有什么比穿戴得规规矩矩更让人厌烦呢？
- 设计一件正式的礼服要比设计一件承载幽默与生活的衣服容易得多。这件事在某种程度上就像关于悲剧和喜剧的写作——每个作家都会告诉你，相比喜剧，他们会更轻松拥有悲剧灵感。





- 一个性感男人基本上就是一个坏孩子，一点点危险，一个叛逆者。我一直以来都在寻找那种存在于一个男人身体里的孩子气，寻找各种可能——除了规范和标准。
- 对我的职业影响最大的是母亲，永远都是母亲。
- 我采用黑色等暗色调，是一种反命题，因为黑色是向传统挑战的颜色，随着人类的现代化，黑色调必然为人们所接受并乐于穿用。
- 我想通过时尚达到一种反时尚，我一直朝自己的方向前进。
- 如果时尚真有社会企图的话，我将把它描述为“自由”。
- 艺术，就是不同的人的灵魂之间某种不知名的联系。当一个男人或女人穿着吻合他们生活的衣服时，那就是艺术。



NO.99

伊夫·圣·洛朗（Yves Saint Laurent） 1936年出生于阿尔及利亚，因家境富裕，早年就培养出对时装设计的爱好，13岁就为其母亲及姊妹设计服饰。1954年在国际羊毛局举办的设计大赛中荣获女装一等奖，19岁进入Dior公司，隔年1月推出“梯型装”而轰动时装界，奠定了他在时尚界发展的名声。1962年，圣·洛朗自立门户创立YSL品牌，自此展开其独具风格的设计生涯。在时尚领域奋战了40余年，于2001年宣布退休。

圣·洛朗的设计既前卫又古典，自始至终力求高级女装如艺术品般的完美，在高级时装设计中留下了众多的经典作品。60年代推出了著名的“蒙德里安裙”、女性裤装礼服，主张通过服装突出妇女自身形态的美，成为女装设计的重大突破。1968年推出非洲“狩猎外套”、透视装。1971年，他匠心独具地设计了超短裤礼服及典雅优美的荷叶裙女装以及具有怀旧格调的沙漏形连衣裙……每一季作品都被时装界作为预测下一季时装流行的重点。即使在时尚多元化的90年代，圣·洛朗依旧占据着领导者的地位。1985年圣·洛朗曾在中国举办作品回顾展。圣·洛朗在时尚界的地位是毋庸置疑的，曾屡次掀起了一场又一场时装革命，为女性的美学观带来了崭新的冲击和视野。他的出现不仅影响了追随他的一代优雅女性，也影响了无数个设计师，对奠定巴黎为时尚之都立下了不可磨灭的功劳，曾被授予法国政府颁发的“骑士勋章”。

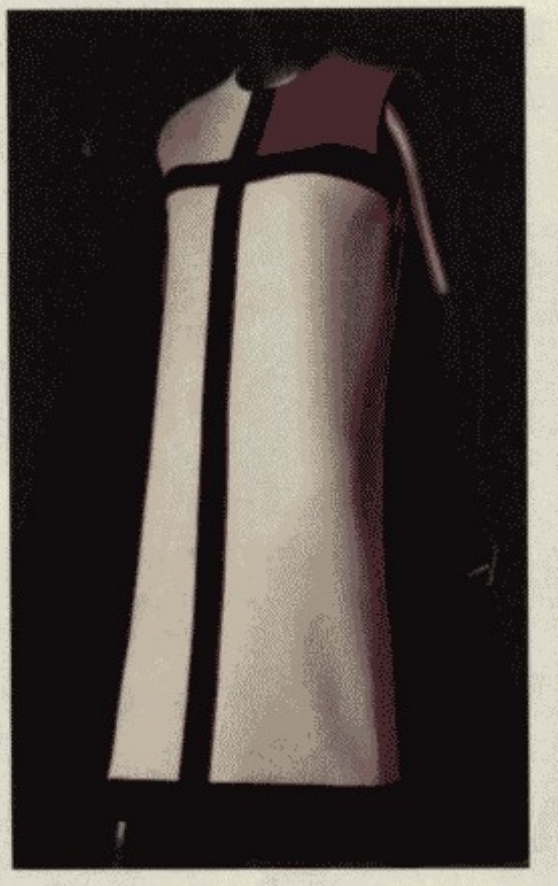


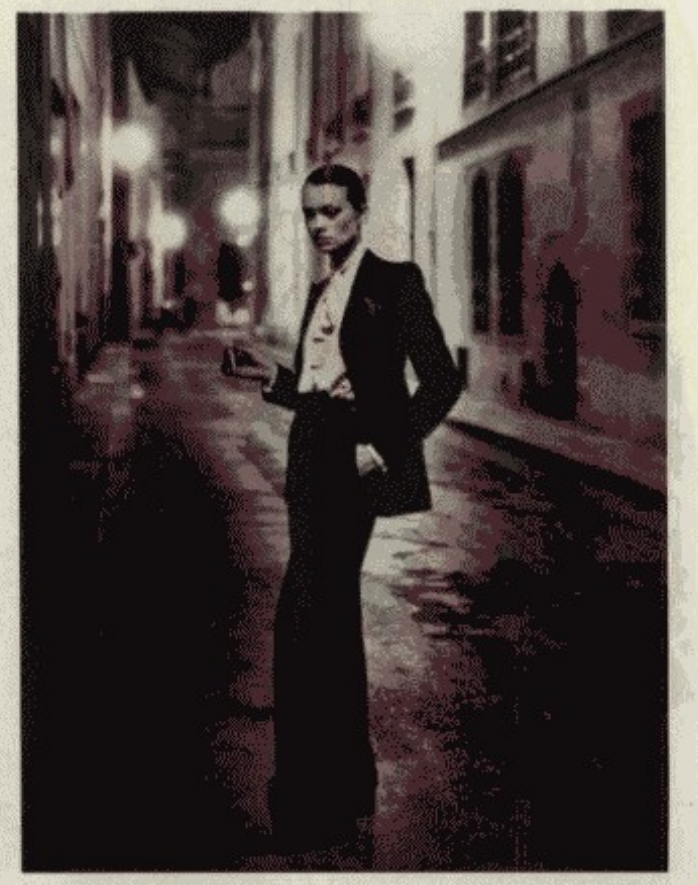
I have never suffered sorrow on purpose, but I have found the paradise of creativity thought that.

YVES SAINT LAURENT



- 优雅不在服装上，而是在神情中。
- 每一种艺术都有自己的表达方式，我的艺术是用服装来表达的。我所从事的是一门年轻的艺术，我要赋予时装一种诗的意境。
- 我为妇女设计普通的服装，这样的服装永不过时，我裁的服装能够适应任何季节，这就使得妇女能不再受时尚的牵制，不必全力以赴的赶时髦，因此比时髦更加重要的是风格，风格是不变的。
- 我要观察一切，浏览一切，看电影、读报纸、听音乐或在街头漫步的时候，也许正是灵感火花迸发之时。
- 设计中最困难的阶段是寻找落笔点，一旦完成了这一步，以后的步骤便会很快完成。我每次创作之前心里并没有预想的构图和概念。一切都依靠瞬间的灵感和启发，这种灵感上的闪现令我痴迷。
- 如果一名设计师不同时是一名裁缝，也没掌握塑造其模特儿身材的最精微的奥妙，就像一名雕塑家把起草的图稿交给另一个人，一个手艺人去完成一样。







- 当初我投身时装界的初衷，就是想真心为女性服务，为她们外表优美，为她们精神和生活的丰富而辛勤一生，能与她们相依相伴地步入最后一个世纪的解放运动是我的宿愿。
- 在我看来，女人的身体本身便是最美丽的衣裳，除此之外，能够与这份美丽相匹配的则是她们深爱的情人的臂膀。如果她们当中有些人还没有机会得到这份幸福，那就让她们来找我吧！
- 在我的作品里，外在影响最大的来自男装，比如吸烟衫、连身裤和长裤套装。但艺术的感染力却扮演着核心的灵魂角色。
- 每个人都需要一种审美幻想才能生存。我持之以恒追寻的正是审美的独特性。
- 设计服装时完善我的风格要比追求新款式来得更重要。
- 妇女是自由的，不能强制她们穿什么。
- 我认为天才的创造者用与死抗争的方式平息痛苦，这期间就会创造出永恒的艺术。
- 从事时装设计行业本身对我来说便是一种自我保护，如果没有这些裙子相伴，我的生活将毫无意义可言。
- 我告诉自己，我为现代女性创造了全新的着装理念，也参与了改变我所在这个时代的时装风格……长久以来，我一直相信，时尚不仅仅是把女人打扮得更漂亮，而是要使她们恢复信心，给她们自信，让她们做回自己。
- 我们西方的艺术受中国之赐可谓良多，那影响是多方面而且明显的。没有中国，人类的文明绝不会如此灿烂。

No.100

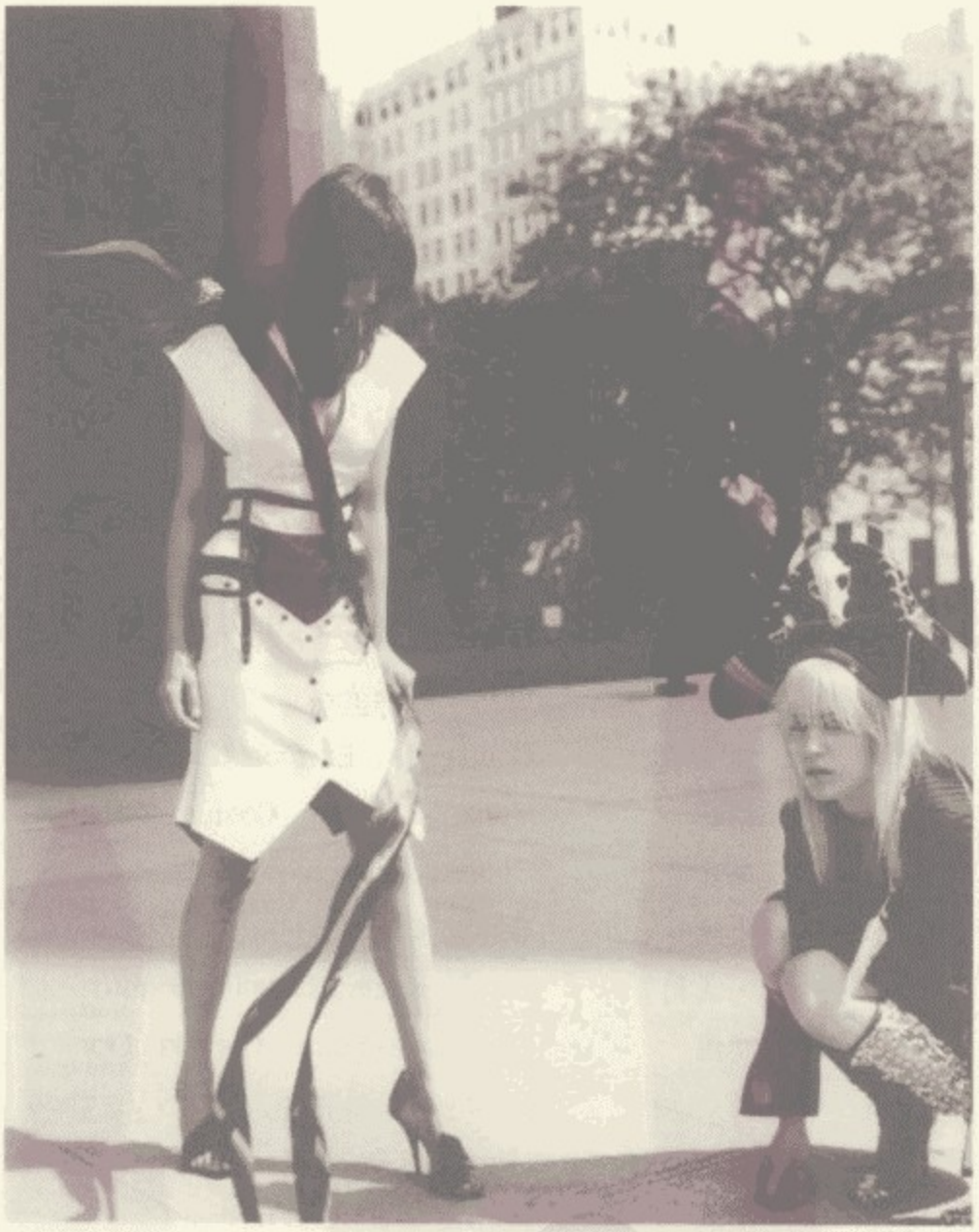
扎克·伯森（Zac Posen） 1980年出生于美国纽约，父亲是一位画家，在纽约Soho区的Spring Street 长大。1999年进入伦敦圣马丁艺术设计学院学习时装，毕业前曾在Met Costume Institute和Nicole Miller实习。毕业后，很快便发布了自己的第一场秀，扎克·伯森时尚触觉惊人的敏锐和早熟，成功地赢得了媒体的欢呼和人们的注意力。扎克·伯森的设计偏向华丽繁复，在裁剪上近乎完美，以衬托出穿着者的体态婀娜，作品流露出奢华雍容的古典气质。虽然外界评论他“过于追逐技巧和款式的复杂”，但正因如此，他的设计成了好莱坞女明星们竞相追捧的最佳红地毯礼服之一。扎克·伯森为Victoria & Albert博物馆的“Curvaceous”展览设计的皮裙获得了该馆的大奖并被永久收藏。年少且富有才华的扎克·伯森已经在时尚界占有一席之地。

My work is about the female body, and ultimately, my clothes are about making women feel and look beautiful.

我的工作是让女性躯体变得更美，并且最终通过我设计的时装让女性更加迷人。



ZAC POSEN



- 我为优雅、坚强、聪明的女性设计永恒的服装，我花很大的热情在细节和结构上。
- 我最喜欢的是为私人客户量身定做的服装，没有什么比为独特的人设计特殊的作品更好的了。
- 好的设计和创造都来自奋斗和竞争。
- 我喜欢做面对大众的秀，并且观看女人们的反应，我也喜欢听客户们的故事和她们穿着我衣服时的经历，所有的这些都能让我更好地让女性感觉完美和吸引人。

附录

设计师索引

出生地	人名		主要从事品牌	页数
	英文名	中文名		
意大利	Alberta Ferretti	艾伯塔·弗雷蒂	Aeffe	6
意大利	Angela Missoni	安琪拉·米索尼	Misson	12
意大利	Anna Molinari	安娜·莫琳娜瑞	Blumarine	16
意大利	Antonio Marras	安东尼奥·玛哈斯	Kenzo、Antonio Marras	22
意大利	Domenico Dolce&Stefano Gabbana	多梅尼科·多尔切&史蒂凡诺·加班纳	Domenico Dolce & Stefano Gabbana	62
意大利	Donatella Versace	多娜泰拉·范思哲	Gianni Versace	66
意大利	Emanuel Ungaro	伊曼纽尔·恩加罗	Courreges、Emanuel Ungaro	72
意大利	Ennio Capasa	恩尼奥·卡帕萨	Yohji Yamamoto、Costume National	74
意大利	Franco Moschino	弗兰科·莫斯基诺	Cadette、Moschino	76
意大利	Frida Giannini	弗里达·贾里尼	Fendi、Gucci	78
意大利	Giambattista Valli	迦玛蒂斯塔·沃利	Fendi、Krizia、Emanuel Ungaro	80
意大利	Gianfranco Ferre	詹弗兰科·费雷	Gianfranco Ferre、Christian Dior	82
意大利	Gianni Versace	詹尼·范思哲	Genny、Callaghan、Gianni Versace	86
意大利	Giorgio Armani	乔治·阿玛尼	Hitman、Girogio Armani	90
意大利	Italo Zucchelli	意达罗·祖凯利	Romeo Gigli、Calvin Klein	110
意大利	Miuccia Prada	缪西亚·普拉达	Prada	156
意大利	Pierre Cardin	皮尔·卡丹	Pierre Cardin	178
意大利	Renzo Rosso	伦佐·罗索	Diesel	192
意大利	Roberto Cavalli	罗伯特·卡瓦利	Roberto Cavalli	196
意大利	Rossella Jardini	罗斯拉·加蒂尼	Alvear、Moschino	198
意大利	Silvia Venturini Fendi	斯尔维亚·梵特莉尼·芬迪	Fendi	200
意大利	Valentino Garavani	瓦伦蒂洛·加拉瓦尼	Guy Laroche、Valentino Garavani	214
法国	Agnès B.	阿格尼丝·比	Dorothée Bis、Agnès B	2
法国	Barbaba Bui	芭巴巴·布	Barbaba Bui	26

续表

出生地	人名		主要从事品牌	页数
	英文名	中文名		
法国	Christian Dior	克里斯丁·迪奥	Christian Dior	36
法国	Christian Lacroix	克里斯丁·拉克鲁瓦	Guy Paulin、Jean Patou、Christian Lacroix、Pucci	46
法国	Christophe Lemaire	克利斯多夫•勒迈尔	Christian Lacroix、Yves Saint Laurent、Christophe Lemaire、Lacoste	44
法国	Coco Chanel	可可·夏奈尔	Chanel	50
法国	Gilles Rosier	吉尔•罗斯尔	Christian Dior 、Jean Paul Gaultier、Gilles Rosier	88
法国	Hedi Slimane	海迪·史利曼	Yves Saint Laurent、Christian Dior	96
法国	Hubert de Givenchy	休伯特·德·纪梵希	Givenchy	100
法国	Jean Paul Gaultier	让·保罗·戈尔捷	Pierre Cardin 、Jean Patou、Jean Paul Gaultier	114
法国	Marithé+Francois Girbaud	玛丽特&弗兰克斯•吉伯德	Marithe + Francois Girbaud	144
法国	Milan Vukmirovic	米兰·维克罗维奇	Colette、Gucci、Jil Sander	154
法国	Nicolas Ghesquiere	尼古拉斯·基斯奎耶尔	Agnès B.、Jean Paul Gaultier、Balenciaga	162
法国	Paul Marcino	保罗·玛奇亚诺	Guess?	170
法国	Paul Poiret	保罗·布瓦列特	Paul Poiret	172
法国	Phoebe Philo	菲庇·斐洛	Chloe	176
法国	Sonia Rykiel	索尼亚·里基尔	Sonia Rykiel	202
英国	Alexandre Mcqueen	亚历山大·麦克奎恩	Romeo Gigli、Givenchy、Alexander McQueen	8
英国	Antonio Berardi	安东尼奥·伯哈蒂	Ruffo Research、Exte	20
英国	Christopher Bailey	克里斯多夫·佰利	Donna Karan、Gucci、Burberry	46
英国	Joe Casely – Hayford	乔·凯斯利·海福德	Gieves & Hawkes	124
英国	John Galiano	约翰·加利亚诺	John Galliano、Givenchy、Christian Dior	126
英国	Julien Macdonald	于连•麦可当劳	Alexandre Mcqueen、Karl Lagerfeld、Julien Macdonald、Givenchy	130
英国	Mathew Williamson	马修·威廉姆森	Marni 、Mathew Williamson、Emilio Pucci	148
英国	Neil Barrett	尼尔·巴纳特	Prada、Gucci、Neil Barrett	160
英国	Paul Smith	保罗·史密斯	Paul Smith	174

附录

续表

出生地	人名		主要从事品牌	页数
	英文名	中文名		
英国	Stella McCartney	斯特拉•麦卡尼	Chloe、Gucci、Stella Mccartney	204
英国	Vivienne Westw ood	维维恩•韦斯特伍德	Vivienne Westw ood	224
美国	Calvin Klein	卡尔文•克莱恩	Dan Millstein、Calvin Klein	30
美国	Donna Karan	唐娜•卡伦	Anne·Klein、Donna Karan	68
美国	Marc Jacobs	马克•雅各布	Robert Duffy、Marc Jacobs、Perry Ellis、Louis Vuitton	142
美国	Michael Kors	迈克尔•科斯	Michael Kors、Celine	152
美国	Ralph Lauren	拉尔夫•劳伦	A.Rivetz、Ralph Lauren	184
美国	Rick Ow ens	尼可•欧文	Rick Ow ens	194
美国	Tom Ford	汤姆•福特	Chloe、Gucci、Yves Saint Laurent、Tom Ford	206
美国	Tommy Hilfiger	汤米•希尔菲格	Tordache、Tommy Hilfiger	212
美国	Zac Posen	扎克•伯森	Zac Posen	240
美籍华裔	Vera Wang	王微微	Vera Wang	216
美籍华裔	Anna Sui	安娜•苏	Anna Sui	18
德国	Bernhard Willhelm	伯纳德•威廉汉姆	Alexandre Mcqueen、Viv ienne Westwood、Bernhard Willhelm	28
德国	Dirk Bikkembergs	达克•毕盖帕克	Dirk Bikkembergs	60
德国	Jil Sander	简•桑德	Jil Sander	120
德国	Karl Lagerfeld	卡尔•拉格菲尔德	Pierre Balmain、Jean Patou、Chanel、Fendi、Chole、Karl Lagerfeld	134
德国	Lutz	卢兹	Lutz	140
德国	Tomas Maier	托马斯•玛尔	Bottega Veneta	210
日本	Hannae Mori	森英惠	Hannae Mori	94
日本	Issey Miyake	三宅一生	Guy Laroche、Givenchy、Issey Miyake	106
日本	Junya Watanabe	渡边淳弥	Comme des Garcons、Junya Watanabe	132
日本	Kenzo Takada	高田贤三	Kenzo	138
日本	Nigo	长尾智明	A Bathing Ape	166

续表

出生地	人 名		主要从事品牌	页数
	英文名	中文名		
日本	Rei Kaw akubo	川久保玲	Comme des Garcons	188
日本	Yohji Yamamoto	山本耀司	Yohji Yamamoto	232
比利时	Anna Demeulemeester	安•德姆斯泰尔	Ann Demeulemeester	14
比利时	Dries Van Noten	德赖斯·范诺顿	Dires Van Noten	58
比利时	Martin Margiela	马丁·马吉拉	Martin Margiela	146
比利时	Olivier Theyskens	奥利弗·雷斯肯斯	Rochas、Nina Ricci	168
比利时	Raf Simons	拉夫·西蒙斯	Jil Sander	182
比利时	Veronique Branquinho	维罗尼卡·布朗昆	Ruffo Research	218
比利时	Walter Van Beirendonck	沃尔特·范·拜兰德克	Walter Van Beirendonck	228
突尼斯	Azzedine Alaia	阿泽蒂纳•阿莱亚	Guy Laroche、Blegiers、Prada	24
突尼斯	Jean Touitou	让·托透	Kenzo、Agnès B、A.P.C	118
突尼斯	Max Azria	马克斯·阿瑞亚	BCBG Max Azria	150
阿尔及利亚	Jean Colonna	让•克罗纳	Thierry Mugler、Jean Paul Gaultier、Jean Colonna	112
阿尔及利亚	Yves Saint Laurent	伊夫·圣·洛朗	Yves Saint Laurent	236
瑞士	Carlo Rivetti	卡罗·利维蒂	C.P.Company、Stone Island	34
瑞士	Consuelo Castiglioni	康素多·卡迪里奥尼	Marni	54
奥地利	Helmut Lang	赫尔缪·朗	Helmut Lang	98
荷兰	Viktor Horsting & Rolf Snoeren	维克多·赫斯丁&罗夫·史罗文	Viktor & Rolf	220
加拿大	Dean & Dan Caten	迪恩&丹·卡特	Dsquared2	56
利比亚	Wichy Hassan	维奇·汉森	Miss Sixty	230
摩洛哥	Alber Elbaz	阿勒贝•艾尔巴仕	Guy Laroche、Yves Saint Laurent、Kriza、Lanvin	4
土耳其	Hussein Chalayan	侯赛因·卡拉扬	Hussein Chalayan	102
马来西亚籍华裔	Jimmy Choo	周仰杰	Jimmy Choo	122
中国	Vivienne Tam	谭燕玉	Vivienne Tam	222

参考文献

[1] Terry Jones & Avril Mair. FASHION NOW 1. Italy:TASCHEN. 2003.

[2] Terry Jones & Susie Rushten. FASHION NOW 2. Italy:TASCHEN. 2005.

[3] Charlotte Seeling.Moda,Il secolo degli stilisti 1900–1999. Italy:Konemann. 2000.

[4] Dalla collezione del Kyoto Costume Institute.La Moda,Italy:storia dal XVIII al XX secolo TASCHEN. 2002.

[5] Gerda Buxbaum.Icons of Fashion—The 20th Century.Munich · Berlin · London · NewYork:Preste, 2005.

[6] Melcher Media,Inc. New York:In Style. 1994.

[7] Robin Derrick and Robin Muir.People in Vogue. Great Britain:Little Brown. 2005.

[8] Valerie Steele.Fashion,Italian Style.Italy:Yale University Press New Haven and London. 2003.

[9] RG Consulting et les auteurs.Design d' en France.Achevé d' imprimer le premier à Beijing par Reachtop Communications. 2004.

[10] Malcolm Barnard. Fashion as Communication. London and New York: Routledge & Taylor France Group.1996.

[11] [美]吉尼·斯蒂芬·优琳著.时尚：从观念到消费者. 王立非,孙晓坤,程丽娜译. 西安:陕西师范大学出版社. 2003.

[12] [英]普兰温·科斯格拉芙著. 时装生活史. 龙靖遥,张莹,郑晓利译. 上海:东方出版中心. 2004.

[13] [英]安德鲁·塔克，塔米辛·金斯伟尔著.戴联斌译. 时装. 北京:生活·读书·新知三联书店. 2002.

[14] [美]Susan B.Kaiser著.李宏伟译.服装社会心理学. 北京:中国纺织出版社. 2004.

[General Information]
书名=倾听大师……：世界100位时装设计师语录
作者=冯泽民，赵静，冯骢，魏祥编著
页数=246
出版社=
出版日期=2008.09
SS号=12093723
DX号=000006581624
URL=http://book.szdnet.org.cn/bookDetail.jsp?dxNumber=000006581624&d=FF25C6CAF775C58A8BC0C878D02E726A