

“二战”前后法美时尚转承进程中的 夏帕瑞丽高级时装屋

刘丽娴¹, 朱一婷²

(1. 浙江理工大学 浙江省丝绸与时尚文化研究中心, 浙江 杭州 310018; 2. 浙江理工大学 服装学院, 浙江 杭州 310018)

摘要:为了还原20世纪法、美时尚转承路径,借助文献研究与比较分析的研究方法,解读法、美时尚转承进程中的内外动因与历史必然。以夏帕瑞丽高级时装屋为典型案例,分析夏帕瑞丽在“二战”前后如何通过具有前瞻性的设计风格、运营方式、艺术活动等将法国高级时尚传播至美国市场,并对美国时尚产生深刻影响,进而以点带面地映射20世纪法、美转承互动的时尚进程。研究发现:在法、美时尚转承过程中,美国政治经济的快速发展是主要动力,而“二战”引发的文化、艺术、产业、人才转移、价值观变化则是助推剂,为美国时尚发展创造了必要的科学、技术、文化、艺术条件。

关键词: 西方时尚;历史样本;转承互动;高级时装屋

中图分类号:F 713.5;F 768.3;TS 941 文献标志码:A 文章编号:2096-1928(2023)04-0357-06

Schiaparelli Haute Couture House During the Transferring Process of French and American Fashion Before and After "World War II"

LIU Lixian¹, ZHU Yiting²

(1. Zhejiang Silk and Fashion Culture Center, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China; 2. School of Fashion Design and Engineering, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: In order to restore the transition path of French and American fashion in the 20th century, this paper compares their development separately, and analyzes the internal and external driving force and necessary elements behind them. At the same time, it highlights the development of Schiaparelli Haute Couture House and analyzes its forward-looking design style, operation method and artistic activities before and after "World War II", which resonates with the transfer of French and American fashion. Activities and other innovations from French high fashion make profound impact on American fashion, and then reflects the fashion process of the twentieth century's interaction between France and the United States. The study finds that during the process of the transfer, the rapid development of the US political economy as the main driving force, while the culture, art, industry, talent immigration and value changes caused by "World War II" all contribute to the development of American fashion, which provide necessary conditions from scientific, technological, cultural and artistic aspects.

Key words: western fashion, historical samples, transfer interaction, haute couture house

20世纪,西方时尚中心逐渐从法国巴黎转移至美国纽约,美国时尚经历了效仿法国到自主创新的转承式发展,并逐步形成了以“流行文化与大众消费”为特色的美国时尚文化与时尚消费市场,贡献

于时尚产业发展。这一时期,夏帕瑞丽高级时装屋的负责人夏帕瑞丽频繁往返于法、美两国,游走于巴黎和纽约的上流社交圈,敏锐地捕捉两地不同的时尚信息。随后夏帕瑞丽将前卫的时尚精神融入

收稿日期:2023-03-18; 修订日期:2023-07-30。

基金项目:浙江省哲学社会科学领军人才培养专项子课题项目(22YJRC03ZD-1YB)。

作者简介:刘丽娴(1983—),女,教授,博士生导师。主要研究方向为时尚文化、设计管理。Email:adio1983@126.com

女性时装设计,并采用卓越的艺术表现力对其进行创新,同时通过多样的营销方式打开了美国市场并在其中占据一席之地,是研究法、美时尚转承的典型示例。

基于此,文中通过对国内外文献整理、典例个案聚焦、对比分析研究的方法,剖析夏帕瑞丽高级时装屋发展历程及不同阶段所配伍的差异化营销方式,以点带面地分析 20 世纪上半叶法美时尚的转承。

1 被挑战时尚垄断地位的法国巴黎时尚

20 世纪以来,在两次世界大战的影响下,法国时尚垄断地位不断受到挑战。“一战”后,法国高级时装在美依然深受民众追捧,20 世纪 20 年代中期,美国对法国高级时装进口需求不断增加,跃居法国时装进口国第 2 位,仅次于与法相邻的英国。相比“一战”前只能抄袭法国高级时装设计的被动地位,美国意识到在国际时尚中争取一席之地的重要性,开始寻求发展本土时尚,扶持国内设计师,并以战争为契机颁布鼓励创办国内时装品牌的相关政策。在提升本土设计的同时,美国在战中及战后也提高了法国高级时装的准入门槛,并限制法国高级时装进口及关税,提高本国对外服饰贸易。

在物料匮乏、市场受到压缩的困境中,法国高级时装不得不采用更为积极的应对策略以突围,如在美创办时尚杂志 *La Gazette du Bon Ton*, *The Gazette of Good Taste* 等,并在 *Le style*, *VOGUE* 等时尚杂志上刊印时尚信息。为提高国际市场竞争力,法国筹款举办时装发布会及时尚盛典,如 1915 年 9 月在丽兹酒店举办法国时尚盛典等,通过国际性展览获得大量订单,但受战争影响,物资缺乏,很多订单未能如期交付,这也导致一些美国消费者减少了外部投资,转而在美国内部进行消费,以避免战争等不确定因素带来的贸易风险。虽然困境重重,但得益于战争期间多数法国高级时装屋协同一心,不懈努力,法国在“一战”后较快恢复了其在时尚圈的影响。同时,战争也为法国高级时装带来了新的发展契机,开创了新的时装展示方式,如时装娃娃及积极亮相国际舞台或举办国际预购会等,提高了法国高级时装公会等行业协会的业界影响。

相比“一战”时期法国高级时装在美发展的短暂波动,“二战”时期,法国高级时装在美国市场的发展更加严峻。一方面,由于欧洲与美国的时尚关

联被迫切断,以纽约为代表的美国时尚产业人才得以涌现,美国本土设计师品牌也逐渐获得民众认可,以纽约风格为特色的纽约时装开始取代法国高级时装在美的主导地位;另一方面,大量优秀的欧洲设计与产业高级人才由于战争流亡美国,为美国时尚产业的全面发展带来可能。两次战争使法国的时尚影响力在美逐步式微,新的时尚风格也在混沌和变革中应运而生。

2 被迫寻求自身风格的美国纽约时尚

“二战”前,美国因积极吸收工业革命成果并转变生产方式,以“大众成衣”为特点的时尚服饰产业快速发展。同时,得益于 19 世纪美国东部沿海纺织服装产业与教育项目布局,近现代美国时尚体系萌发,但与历史悠久的法国相比,因缺乏深厚的文化底蕴与特有时尚风格,一直效仿法国时尚。“二战”期间,法国高级时装产业受战争影响,美国对法国时尚的长期依赖被迫中断,客观上加速了美国本土时尚体系与自身设计风格的形成。

与此同时,美国政治、经济与技术的发展使其综合国力大幅提升,为时尚中心的转移与时尚产业的发展奠定了物质基础。此外,为躲避战乱,大批设计师、艺术家、科学家移居美国,文化、艺术、人才、产业的转移与价值观念的转变,间接推动了美国服装产业的文化转型,并顺应日渐强大的大众消费市场,调节了商业与艺术矛盾,推动了以“流行文化与大众市场”为特色的美国时尚文化发展。美国纺织服装产业融合崛起的城市文化产业,经历了从效仿法国到自主创新的转承式发展,其间不断积聚的要素推动了法、美时尚转承的发生与发展。

2.1 纺织服装产业发展

19 世纪以来,以纺织服装产业为先导产业的美国工业蓬勃发展,其生产总值在 19 世纪末反超英国,成为工业大国。至 20 世纪初,受到航运和移民影响,纺织服装产业聚集于纽约下东区。伴随工业化和城市化进程,纽约纺织服装产业从小作坊开始转向机械化大批量生产阶段。在 20 世纪 30 年代形成了一条涵盖服装设计、生产、批发、销售等各环节的产业链,并建构了曼哈顿服装区,为美国时尚产业的发展奠定了基础^[1]。

2.2 前沿艺术思潮涌入

“二战”前,立体主义、达达主义和超现实主义等艺术流派的作品在美国展出,冲击了美国人对于写实主义的执着,开始接受现代主义。同时,一些

本土的先锋派艺术家受到启发,力图打破欧洲在世界文化的统治地位,着力于孵化美国本土的当代艺术。“二战”期间,各类人才的涌入将欧洲的人文思潮与设计实践经验带入美国,加速了此后美国城市文化与当代艺术的崛起。

2.3 大众流行文化形成

流行文化指在某个时间段对社会和广大受众的思想、行为造成影响的文化形态^[2]。美国的流行文化有别于法国的宫廷文化与英国的贵族文化,具有明显的商业性与娱乐性。欧洲人文思潮的转移促进了美国现当代艺术与大众流行文化的发展,形成诸如抽象表象主义、波普艺术和街头文化等美国现当代艺术文化。同时,音乐、表演、电影等艺术形式呈现出多元化发展态势,为纽约服装产业提供了无限设计灵感。纽约现代艺术博物馆、大都会艺术博物馆、林肯艺术表演中心和百老汇等文化机构的建立进一步确立了纽约的世界艺术中心地位。

2.4 时尚组织机构支持

时尚组织机构为美国时尚培育并输送人才。1962 年,美国时装设计师协会(Council of Fashion Designer of America, CFDA)成立。在 CFDA 赞助下的年度时装设计师奖,培育了许多才华横溢的纽约本土设计师。除了美国时装设计师协会,时尚国际集团(Fashion Group International, FGI)也为设计师提供了与时装业相关的国内外发展趋势信息,并举办一年一度的时装秀和商品展销会。FGI 还制定了时尚教育与实习的计划,赞助时装业的公益活动,推进纽约时装产业发展^[3]。

2.5 先进传播技术支持

时尚杂志是美国时尚早期发展的主要传播媒介,广播与影视的发展加速了时尚资讯迭代。无论是 20 世纪,还是数字经济时代,时尚杂志始终是大众接收时尚资讯和流行文化最便捷的渠道之一,时尚编辑可以通过读者反馈了解最新的大众消费趋势与需求,并将这些反馈传递给设计师、制造商、批发商和零售商,形成协作关系。美国是当今世界主要时尚出版物聚集区,包括 *Harper's Bazar*, *InStyle*, *VOGUE* 和 *Women's Wear Daily* 等,这些时尚杂志拥有数量庞大的固定读者群,且具有一定权威性。20 世纪以来,在强大的时尚传播技术支持下,纽约逐渐成为与巴黎、伦敦、米兰比肩的世界时尚中心。

美国时尚以其独特的生产优势和人才培育机制在国际市场逐步站稳脚跟,并与娱乐产业、传媒业和版权保护等行业进行深度融合,形成以纽约为中心的时尚聚集区,并向全球展现其时尚影响力。

3 夏帕瑞丽高级时装屋发展典型案例分析

20 世纪上半叶,以艾尔莎·夏帕瑞丽为代表的法国高级时装设计师以融合时尚、艺术的设计风格,超前的品牌运营方式,赋予正处于“文化转型”进程中的美国时尚灵感。夏帕瑞丽频繁往返于巴黎和纽约,深入法美两国的社交圈,通过近距离观察,准确地把握时代精神,以前沿的艺术思维与设计引领了当时的女性时尚。各个时期的夏帕瑞丽高级时装屋如图 1 所示。

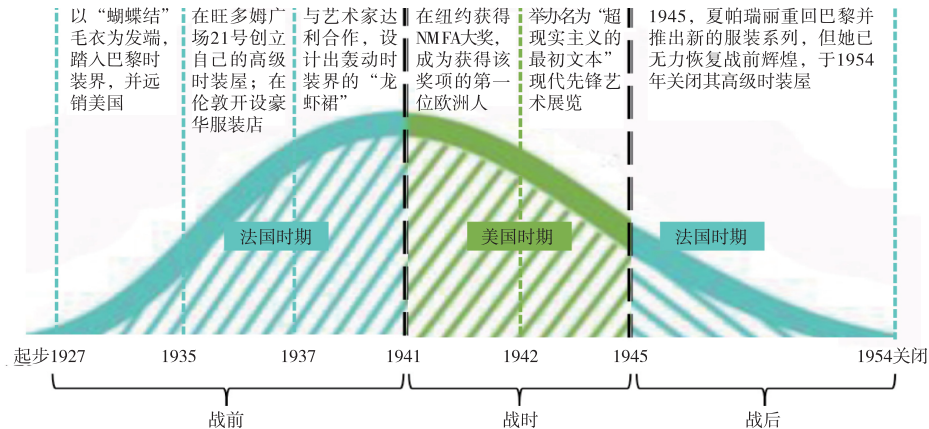


图 1 各个时期的夏帕瑞丽高级时装屋

Fig.1 Schiaparelli haute couture houses of various periods

3.1 法国时期的夏帕瑞丽高级时装屋

以第二次世界大战为分隔,夏帕瑞丽高级时装屋在法国的发展可分为战前(1927—1941)和战后(1945—1954)两个时期,在美国的发展主要为战争时期(1941—1945)。夏帕瑞丽出生于罗马贵族世

家,常往来于巴黎与纽约之间,1914 年,其在前往美国途中结识了达达主义画家弗朗西斯·毕卡比亚的妻子盖比·皮卡比亚,又通过盖比结识了许多艺术家,并对达达主义与超现实运动产生了浓厚兴趣,这也奠定了她后来设计中的艺术基调与美学追

求。1927年,夏帕瑞丽在一众艺术家与设计师好友的鼓励下,尤其是在良师益友保罗·波烈的启发下,以“蝴蝶结”针织衫为代表作正式踏入时装界。“蝴蝶结”针织衫不仅让夏帕瑞丽在当时的法国时装界声名鹊起,也收到了来自美国百货商店罗德与泰勒的订单^[4]。前卫的设计吸引了大批女性消费者,1928年夏帕瑞丽在巴黎和平街4号开设了工作室,并举办沙龙,顾客主要为她的女性朋友。1932年,夏帕瑞丽高级时装屋已经拥有400名员工,每年的服装生产量达到7 000~8 000件。拥有财富和名气后,夏帕瑞丽于1935年在旺多姆广场21号创立自己的高级时装屋,同年,又在凡姆塞宫创办精品店,并在伦敦开设豪华服装店。1927—1940年是夏帕瑞丽高级时装屋的辉煌时期,在20世纪30年代更是被称为夏帕瑞丽与香奈儿的时代^[5]。

1945年7月,战争结束后,夏帕瑞丽从美国纽约返回法国巴黎,相比于“二战”前订单如潮,经历战争的巴黎,乃至整个欧洲都无力消费高级时装,此时人们更加倾向于具有传统的能够体现女性魅力的服饰,诸多因素的叠加使得夏帕瑞丽跳脱前卫的设计不再被市场接受。也许是因为夏帕瑞丽自身对于战争压迫的宣泄,或是为了迎合变化的消费市场和突破原来的设计,回到法国后夏帕瑞丽的设计除了延续一贯的大胆新颖外,还表现得更为激进并带有美国新设计风格,如带羽毛的镶钻眼镜和具有未来风格的怪异帽檐。随着女性思想的解放,夏帕瑞丽推出“旅行衣橱”的创意设计,该设计更加便于女性出行。此外,她还注重色彩的烘托与身材的塑造,创造出极具特色的晚装:采用一件简单黑色高领毛衣搭配红黄格纹荷叶边裙,该裙子色彩对比鲜明,凸显了穿着者的身体曲线;推出名为“禁果”的连衣裙,利用视觉效果使其看起来仿佛像是内衣外置一般,令穿着这条裙子的女性性感前卫。这时的夏帕瑞丽依旧敢于创新,她还参加了名为“Théâtre de la Mode”的展览,旨在重新推出她的高级时装屋。但由于战后的巴黎处于百业待兴、修复重建的社会经济文化状态,人们无暇兼顾服饰的艺术性,也无法承担高级定制的昂贵价格,夏帕瑞丽于1954年关闭了时装店。

3.2 夏帕瑞丽对法国时尚产生的影响

3.2.1 设计方面 夏帕瑞丽认为自己并不是一位服装设计师,而是通过服装表达艺术理念的艺术家,她突破常规将新的艺术思潮融入服装设计。夏帕瑞丽提倡“强调女人的肩部,恢复胸部,将腰部恢复到原来的位置上”^[6-7]。这种观念催生出了方正

的加厚垫肩款式,被后世称为“Hard Chic”的大衣和西服随之问世,改变了整个30年代服装的时尚廓形。同时,她与超现实主义代表艺术家让·谷克多、阿尔贝托·贾科梅蒂斯、萨尔瓦多·达利等多次合作,设计出许多充满艺术性的时装与配饰,创造了一种颠覆性的美学模式^[8]。其中,她与萨尔瓦多·达利的合作最为瞩目,“抽屉套装”“龙虾裙”“骨架长裙”“电话机粉饼盒”“龙虾电话”“星座项链”等设计具有强烈的超现实主义气息。“龙虾裙”设计如图2^[9]所示。



图2 龙虾裙

Fig.2 Lobster dress

夏帕瑞丽的设计除了以新奇、古怪闻名于世外,还十分重视整体服装的线条感,及服装穿着的舒适性与合体性,她认为服饰设计应该呼应建筑的物理结构,具有“空间感”与“立体感”,譬如,她于1938年设计的直筒裙装,如图3^[10-11]所示。



图3 直筒裙

Fig.3 Column dress

此外,夏帕瑞丽敢于使用新型面料。人造丝绉纱(类似于树皮,是当今使用的具有永久性褶皱的起皱织物的先驱)、罗多芬透明织物、化纤面料等,有的面料在当时性能并未达到最佳,可能稍事清洗后便会破损,但夏帕瑞丽独特的设计仍使人们愿意为其买单。

3.2.2 运营推广方面 夏帕瑞丽多种具有前瞻性的举措对法国高级时装及美国时尚的发展产生了深远影响。①1927年,她将系列作品带赴纽约展出时,美国服装批发商 Wm. H. Davidow Sons Co 成为她的独家经销商,并且“仿制品”无处不在。从此,她定期在美国展示自己的时装,通过与当地百货公司合作售卖、将时装刊印于女性杂志宣传等方式承接订单,并采取类似的销售方式来拓展英国市场。②由于品牌的价格定位,夏帕瑞丽高级时装屋的消费群体多集中在皇室贵族、社会名流等,而夏帕瑞丽也有效利用其上流社交圈层带来的高关注度和时尚引领力开展品牌宣传。夏帕瑞丽的社交圈非常广泛,涵盖好莱坞影星凯瑟琳·赫本、德国知名女演员玛琳·黛德丽等,她们的个人影响力将夏帕瑞丽大胆而优雅的设计快速推向时尚潮流前沿。同时,夏帕瑞丽通过为成功的独立女性设计特定服装,进一步确定了品牌的前卫性。1936年,她为飞行员艾米·约翰逊设计了服装,为网球冠军莉莉·达瓦雷兹设计了裙裤。③此外,早在30年代,夏帕瑞丽就有了将品牌植入电影的营销实践,她的服装出现在30多部电影中,包括《与梅·韦斯特的每日假日》《红磨坊》等^[12]。④夏帕瑞丽不止通过时装与配饰的独特设计吸引大众,她还通过门店精美新奇的橱窗设计招揽顾客。夏帕瑞丽会邀请装饰艺术家为她的高级时装屋设计产品陈列展示空间,如著名的装饰艺术家米歇尔·弗兰克(Jean-Michel Frank)就曾为她的“Shocking”香水设计了一个具有艺术与展示双重功能的笼子,为顾客在购买和体验过程增加玩味,提高与购买者的互动。夏帕瑞丽高级时装屋一系列出奇的橱窗展示设计,使其成为其他女装设计师效仿的商业创新先锋。

3.3 美国时期的夏帕瑞丽高级时装屋

受“二战”影响,夏帕瑞丽于1941年移居美国纽约,将位于法国的高级时装屋移交助手打理。与笼罩在战争阴霾下的欧洲不同,美国在工业革命后逐渐强大。“二战”期间,美国更凭借优越的地理条件、稳定的政治、良好的工业体系基础一跃成为工业强国。夏帕瑞丽曾说:“美国是一个令我灵感迸发的国家”,且她深信,“美国迟早都会发展出属于自己的时装风格”^[13]。由于夏帕瑞丽曾在美国生活8年(1914—1922年),因此她非常了解美国时装产业和中上阶层女性消费群体的时尚诉求。

3.3.1 设计方面 为迎合战争影响下物料缺乏的美国市场,夏帕瑞丽推出了两面穿着的外套,同时将披肩、斗篷等设计成可以通过拉链连接成晚礼服

的样式,并推出可拆卸的饰物(如胸针)等,该设计不仅降低了人们购买的成本,还增加了服装的适用场合。

3.3.2 运营推广方面 通过举办社会活动来增加其影响力。①1942年夏帕瑞丽在纽约举办了一场极具现代与先锋意义的艺术展览,名为“超现实主义的最初文本”,该展览由马塞尔·杜尚担任策划,展出内容包括当时著名的艺术家毕加索从未在美国展出的作品;②夏帕瑞丽在美国多个会议中讲述她的时尚观;③组织为巴黎时尚界的失业工人筹集钱财与药物的捐赠活动。种种社会展览与艺术活动使夏帕瑞丽在纽约获得“Neiman Marcus Fashion Award”大奖,成为获得该奖项的第一位欧洲人,其本人在国际上的时尚影响力可见一斑。

“二战”结束后,夏帕瑞丽虽然返回法国,但她在美国长久地享有盛名,并多次出现在时尚杂志和电视节目中。多年来,夏帕瑞丽以时装为媒介对美国时尚产生的影响,已经远远超过了其作为时装设计师的基本职能。夏帕瑞丽融合法国高级时装和先锋艺术,以前卫实用的设计和灵活机动的营销方式,使其高级时装屋成为法美时尚间的互动纽带。

3.4 夏帕瑞丽对美国时尚产生的影响

3.4.1 设计方面 夏帕瑞丽将艺术家的思维模式融入高级时装设计,提高了高级时装的艺术性,其以独特的艺术鉴赏力和现代美学表现力打破了时装与艺术的壁垒,开创出特有的服装样式及时尚高雅的服装风格。夏帕瑞丽通过前瞻性的营销推广方式将法国高级时装传播至美国,吸引了大批美国上流阶层与新兴资产阶级女性群体,满足了她们对奢华的渴望以及求变的心理。尤其在“二战”前,以高级定制为主的法国时尚仍然占据着世界时尚话语权,如美国百货公司会向法国订购时装;美国上流阶层则以穿法国时装为荣。夏帕瑞丽凭借其远见卓识,有效推动了法国高级时装的发展进程,并影响美国时尚文化与流行市场的发展方向。

3.4.2 运营推广方面 夏帕瑞丽除了对社会环境与时代精神具有高度敏锐的洞察力以外,还擅长运用社交圈推广品牌,通过名人效应、品牌植入、授权销售、跨国展销等营销方式提升品牌知名度与开拓海外市场。这些营销方式具有高度的前瞻性,在当时已有现代品牌营销的雏形。夏帕瑞丽早在其设计生涯初期,就与美国市场建立联系,其于1929年就已在美国获得印刷服装的首个特许经营许可,她希望通过品牌特许经营发展时装屋的业务,是早期典型的营销策略实践案例。另外,夏帕瑞丽通过在

美国申请许可,举办时装秀、参加展览、刊登文章、开展演说等跨国展销的推广方式拓展了美国市场,对美国时尚产业与现当代艺术的蓬勃发展产生了深刻的影响。夏帕瑞丽拓展美国市场的事件整理见表 1。

表 1 夏帕瑞丽拓展美国市场的事件整理
Tab.1 Compilation of events in Schiaparelli's Expansion into the US market

时间/年	主要事件
1927	“蝴蝶结”针织衫登上美国版 <i>Vogue</i> 杂志,并且在美国售罄一空
1929	在美国获得印刷服装的首个经营许可
1930	在美国获得鞋子和彩色袜子的新经营许可;在美国杂志上发表了第一篇文章
1931	以涂有彩绘错视画褶长裙为代表的整个系列的首次时装秀在纽约的萨克斯举行
1933	“Schiaparelli Inc”公司在美国注册
1934	登上 <i>TIME</i> 杂志封面,成为获此殊荣的第一位女性时装设计师
1936	“金丝网袋”在美国获得经营许可
1938	创立了“Parfums Schiaparelli”美国分公司,总部设在洛克菲勒中心
1940	与哥伦比亚大学演讲局签订了在美国进行演讲之旅的合同

4 结 语

夏帕瑞丽在 20 世纪上半叶频繁往返于法国和美国,对两国的时尚风貌有精准的洞察力,她充分发挥个人的艺术设计才能,以审时度势的营销策略在两个国家的时尚市场中占有一席之地,在时尚产业中赢得了充分的话语权。在夏帕瑞丽高级时装屋的运营中,法国高级时装与生俱来的严谨与美国市场带给她的激情与灵感缺一不可。受第二次世界大战影响,夏帕瑞丽被迫移居美国,同时她将前沿艺术设计风格与高级时装屋运营方式带入美国时尚产业,并在美国开展一系列艺术活动,带动美国当代艺术和美国时尚产业发展。

夏帕瑞丽高级时装屋的发展以“二战”为节点分为法国时期和美国时期,契合 20 世纪上半叶的法美时尚脉搏,反映了两者在时尚发展过程中的转承关系。法国时尚在连续的战争打击、成衣制造和美国设计师崛起的背景下逐渐式微,不再处于世界时尚的垄断地位;相比之下,此前一直仰望法国的美国时尚受战争影响,被迫转型寻求自身时尚文化特色与设计风格,而这一历史进程中,技术发展、人才

转移更为美国时尚的崛起创造了契机,使其愈秀于世界时尚之林。

参考文献:

[1] RANTISI N. How New York stole modern fashion [J]. Fashion's World Cities, 2006: 109-122.

[2] 石继军. 大众传媒对流行文化传播影响探析 [J]. 文化创新比较研究, 2019, 3 (8): 58-59.

SHI Jijun. Analysis on the influence of mass media on the spread of popular culture [J]. Comparative Study of Cultural Innovation, 2019, 3 (8): 58-59. (in Chinese)

[3] HOLLANDER A. The modernization of fashion [J]. Design Quarterly, 1992 (154): 27.

[4] PAPALAS M. Performative fashion discourse: vogue Paris and elsa Schiaparelli [J]. International Journal of Fashion Studies, 2016, 3 (1): 69-89.

[5] 谢蕊, 周梦. 优雅与叛逆——加布里埃·香奈儿与艾尔莎·夏帕瑞丽的比较分析 [J]. 浙江纺织服装职业技术学院学报, 2019, 18 (3): 62-66.

XIE Rui, ZHOU Meng. Elegance and rebellion—comparative analysis of Gabriel Chanel and elsa chaparelli [J]. Journal of Zhejiang Fashion Institute of Technology, 2019, 18 (3): 62-66. (in Chinese)

[6] PAPALAS M. Avant-garde cuts: Schiaparelli and the construction of a surrealist femininity [J]. Fashion Theory, 2016, 20 (5): 503-522.

[7] 彭永茂. 谈 30 年代夏帕莱里的服饰艺术 [J]. 艺术工作, 2017 (3): 79-81.

PENG Yongmao. On palleri's costume art in the summer of 1930s [J]. Art Work, 2017 (3): 79-81. (in Chinese)

[8] EVANS C. Masks, mirrors and mannequins: elsa Schiaparelli and the decentered subject [J]. Fashion Theory, 1999, 3 (1): 3-31.

[9] PAPALAS M. Fashion in interwar France: the urban vision of Elsa Schiaparelli [J]. French Cultural Studies, 2017, 28 (2): 159-172.

[10] 费城艺术博物馆. 夏帕瑞丽设计的女士晚装裙 [EB/OL]. (1937-02-15) [2023-03-15]. <http://philamuseum.org/collection/object/65327>.

[11] SWEENEY-RISKO J. Elsa Schiaparelli, the new woman, and surrealist politics [J]. Interdisciplinary Literary Studies, 2015, 17 (3): 309-329.

[12] SCHIAPARELLI E. Shocking life [M]. London: V&A Publishing, 2018: 116-128.

[13] 帕梅拉·戈布林. 时装的自白 [M]. 邓悦现, 译. 重庆: 重庆出版社, 2018: 93-114.

(责任编辑: 张 雪)