



十九世纪以来商业文化与当代艺术的交织

——聚焦纽约时尚体系

刘丽娴^{a,c}, 徐颖洁^b

(浙江理工大学, a. 国际教育学院; b. 服装学院; c. 浙江省丝绸与时尚文化研究中心, 杭州 310018)

摘要: 随着十九世纪以来美国东部沿海纺织产业发展与纺织项目布局, 纽约时尚体系逐渐萌发, 并在二战后由法国巴黎单一中心向世界时尚多中心转移的进程中发展完善。至二十世纪初, 纽约已经基本形成当代时尚产业的雏形, 不仅在曼哈顿区建立起具有一定规模的服装区, 还实现了商业文化与当代艺术的紧密交织, 最终构成了纽约时尚体系兼容商业、文化、艺术、时尚的特征。涵括纺织项目、服装产业基础、时尚组织机构与群体、时尚媒介、时尚文化教育机构五个构成维度的纽约时尚体系, 其渐进过程映射并启发当下中国时尚产业的发展。

关键词: 纽约; 时尚产业; 当代艺术; 时尚体系; 维度

中图分类号: J523.4

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851(2020)02-0081-07

Interweaving of business culture and contemporary art since 19th century: Focus on the New York fashion system

LIU Lixian^{a,c}, XU Yingjie^b

(a. School of International Education; b. School of Fashion Design & Engineering, c. Zhejiang Silk and Fashion Culture Center, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: With the development of the textile industry and the layout of textile projects in the eastern United States since the 19th century, the New York fashion system has gradually emerged, and it has developed and improved from the single center of Paris in France to the world fashion multi-center after the Second World War. At the beginning of the 20th century, New York had basically formed the embryonic form of the contemporary fashion industry. It not only established a clothing area with a certain scale in Manhattan, but also realized the close interweaving of business culture and contemporary art, which ultimately made the New York fashion system compatible with the characteristics of business, culture, art and fashion. The New York fashion system consists of five components: textile project, clothing industry foundation, fashion organization and group, fashion media and fashion culture organization. Its gradual process maps and inspires the development of China's fashion industry.

Key words: New York; fashion industry; contemporary art; fashion system; dimension

十八世纪六十年代英国率先开始工业革命, 开创了机器代替手工劳动的时代, 美国紧随其后, 加入了工业化浪潮。1790年, 北美历史上第一家水力纺

纱厂在罗德岛建立, 标志着美国正式开始纺织工业化生产。1846年, 伊莱亚斯·豪(Elias Howe, 1819—1867年)发明了缝纫机, 为成衣的批量生产

收稿日期: 2019-06-04 网络出版日期: 2019-12-12

基金项目: 浙江省社科规划课题(18NDJC236YB)

作者简介: 刘丽娴(1983—), 女, 浙江杭州人, 副教授, 博士, 主要从事设计学方面的研究。

以及面料革新带来了技术支持。十九世纪八十年代,大量的移民、城市化以及国内市场的扩张,导致纽约对成衣产业的供应与需求快速增长^[1]。至二十世纪初,纽约经历了城市化和工业化进程,并形成了从服装制造到消费的完整产业链。同时,美国当代艺术的崛起与纽约时尚体系建构相辅相成,契约化、专业化、系统化和市场化的艺术赞助体系,为纽约时尚体系奠定坚实的基础^[2-3]。二战后,顺应国际政治中心转移,法国巴黎单一时尚中心的格局遂被打破,纽约在走向世界时尚中心的进程中,一再伴随生产、消费关系的转变,实践着商业、文化、艺术、时尚的复合交织。纵览纽约时尚的过去、现在、未来,似乎能够在某种程度上映射并启发当下中国时尚产业的发展。

对于美国纽约时尚及其体系的现有研究,主要包括:Welters等^[4]梳理了二十世纪美国服装产业与时尚的变迁,从历史视角分析了美国时尚产业与当时的时代背景密不可分;Polan等^[5]认为在二战背景下,时尚中心由巴黎转向纽约,并逐渐形成了特征鲜明的纽约本土设计风格;Yuniya^[6]提出将时尚作为一个制度化的体系理解,并对时尚、时尚理念以及时尚产业演化过程中产生的各种文化现象进行了论述;张大鹏^[7]认为,美国纽约时尚产业高密度发展的基础在于美国纺织工业化与城市化为纺织业带来的多方面优势。上述研究多集中于纽约时尚现象与设计风格,缺少关于纽约时尚体系形成历程及其核心维度的分析。因此,本文通过对二十世纪美国纽约时尚体系形成的历史脉络梳理,厘清纽约时尚体系的早期建构布局与后续发展之间的联系,分析纽约商业、文化、艺术、时尚之间的协同效应,并探讨纽约时尚体系的五个主要构成维度,希望对中国时尚产业的发展提供借鉴。

一、纽约时尚体系的起点

十九世纪是美国纽约时尚体系奠定产业基础的重要时期,以纺织项目的起步和时尚产业的萌芽为重要特征。美国的设计教育起步较晚,直到十九世纪才建立纽约艺术学院,该校于1925年又单独分离出国家设计学院,但其设计教育模式主要借鉴欧洲的美术学院。到十九世纪七十年代,美国纺织工厂已历经半个多世纪的发展,费城一跃成为美国最大的工业城市。在纺织商人逐渐意识到纺织教育的重要性后,1880年美国历史上第一个正式的纺织教育项目——费城制造商同盟(Philadelphia Manufacturer's Association)筹备建立一个以纺织面料开发与设计创新为核心内容的创意教育机构——费城纺织学院(Philadelphia Textile Institute)。1884年,该机构拓展纺织项目并在费城博物馆开设附属工业艺术学院。十九世纪中后期,马萨诸塞州、罗德岛、宾夕法尼亚州、北卡罗莱纳州、南卡罗莱纳州以及乔治尼亚州纷纷开启多项纺织项目,以培养纺织工业的人才。美国先后成立了一些纺织教育院校或开设纺织相关教育项目:北部地区除1880年成立的费城纺织学院外,还有马萨诸塞州洛厄尔设计学院、1899年开展的新贝德福德项目和1904年开启的贝德福德-德菲项目;南部地区洛克莱姆森大学(Clemson University)于1898年开启纺织项目;乔治尼亚理工学院(Georgia Institute of Technology)于1887年正式开启纺织教育项目,北卡罗来纳州立大学于1884年在罗利(Raleigh)拓展这类项目,并于1899年建立了今天的北卡州立大学威尔森纺织学院(Wilson College of Textiles, NC State University)。笔者对十九世纪美国纺织项目布局情况整理见表1。

表1 十九世纪美国纺织项目布局情况

序号	主要区域	发起人/组织	纺织项目	起步时间
1	马萨诸塞州	洛厄尔家族(Lowell Family)	洛厄尔设计学院(Lowell School for Practical Design)	1872年
2	马萨诸塞州	杰丝·梅特卡夫(Jesse Metcalf)	罗德岛设计学院(Rhode Island School of Design)	1878年
3	宾夕法尼亚州	费城制造商同盟(Philadelphia Manufacturer's Association)	费城纺织学院(Philadelphia Textile Institute)	1880年
4	乔治尼亚州	约翰·汉森(John F. Hanson)	乔治尼亚理工学院(Georgia Institute of Technology)	1887年
5	南卡罗莱纳州	汤玛士·格林·克莱蒙森(Thomas G. Clemson)	克莱姆森大学(Clemson University)	1898年
6	北卡罗来纳州	沃塔加俱乐部(Watauga Club)	北卡罗来纳州立大学威尔森纺织学院(North Carolina State University)	1899年
7	马萨诸塞州	洛厄尔家族(Lowell Family)	新贝德福德项目(New Bedford Program)	1899年
8	马萨诸塞州	洛厄尔家族(Lowell Family)	贝德福-德菲项目(Bedford-Durfee)	1904年

注:笔者根据美国北卡州立大学北卡纺织项目档案资料整理。

二、纽约时尚体系的发展

纽约时尚体系架构在服装产业基础上,通过商业、文化、艺术、时尚的交织与互动,包含各个时期由时尚产生的社会效应以及催生出新的文化形式。二十世纪初期,是纽约时尚产业与艺术等其他创意产业形式的繁盛之时。纽约服装产业与其他服装辅助产业机构一起构成了当代时尚产业雏形,包含从生产到分销再到消费环环相扣的一系列环节。建立于二十世纪三十年代的曼哈顿服装区(Garment District)更是在纽约时尚产业发展进程中起到了至关重要的作用。曼哈顿服装区是纽约时尚产业和商业区的核心,纽约的大多数时装品牌经营陈列室都聚集于此,该服装区涵盖了服装设计、生产、批发的整个过程。虽然二十世纪初纽约服装产业在生产、运输及营销等方面均已独自发展,但设计灵感仍然来自巴黎。二战后,大批欧洲艺术家和时尚从业者移居美国并带来了欧式的艺术理念与创作方式,为美国当代艺术的发展带来了活力和方向。

(一)纽约时尚体系的发展初期——纽约时尚产业的布局

二十世纪初,纽约城市化和工业化的进程加快使新的零售业态不断涌现,从百货商店到邮寄产品目录,从贵族精英到平民百姓,人们可通过更多的方式购买新的时尚款式^[8]。零售商们从纽约下东区纷纷北迁,重新汇聚形成了第五大道以东的“新零售区”。为迎合新的中产阶级消费需求,第五大道逐渐变成了一个百货商店、精品店聚集的购物中心。1910年,34街的宾夕法尼亚火车站(Penn Railway Station,即今天的 Pennsylvania Station)的建造,使得曼哈顿中部地区变成一个适合发展时尚产业的地方。

此时,服装制造商汇集于曼哈顿中部西面,位于第五大道和第六大道之间,既从曼哈顿中部的便利设施获利,又能接近商店、酒店等城市消费群体聚集的地方。1914年,美国制衣工人协会(Amalgamated Clothing Workers of America)成立。此外,第五大道的帕森斯设计学院(Parsons School of Design)以及第七大道的纽约时装学院(Fashion Institute of Technology, FIT)的成立,保证了源源不断的时尚产业人才供给,为迅速增长的时尚产业提供了人力保障。同时期建立的伍德托比科本学院(Tobey Coburn School)则强调零售与营销在服装产业的重要性,为服装产业输送了优秀的商业人才^[9]。

综上所述可见,1790年北美历史上第一家水力

纺纱厂在罗德岛建立,标志着美国纺织工业的先行发展,而后技术革新、技术移民、政府政策、运输能力、产业集聚等要素逐渐配备成熟,结合十九世纪中叶以来纺织项目的东部沿海布局与现代化进程推进,在二十世纪逐渐形成了以纽约为中心的时尚产业体系。

二十世纪二十年代,得益于时尚摄影行业的发展,时尚广告刊登在时尚杂志上以及其他大众媒体上,为美国吸引更多同类市场的消费者起到了重要作用,支撑了大批量的成衣生产。纽约服装区内大量的零售场所为时尚产业带来了活力,许多中高端零售商涌现,包括梅西百货(Macy's)、罗德泰勒(Lord and Taylor)、布鲁明戴尔(Bloomingdale's)和波道夫·古德曼百货(Bergdorf Goodman),使得购物对于消费者而言不只是一种生活方式,更成为一种体验与享受。二十世纪三十年代初,赫莲娜·鲁宾斯坦(Helena Rubinstein)、伊丽莎白·雅顿(Elizabeth Arden)以及《Vogue》杂志(创立于1892年)主编等许多时尚先驱们举办了首次时尚集团聚会,来推动纽约的女装时尚产业,并最终确定了40街以北、34街以南、第五大道以东、第九大道以西的曼哈顿服装区(Garment District)。其中第七大道贯穿整个服装区的中心,聚集了大量展厅>Showroom),成为支持和调节纽约时尚产业的生产与消费之间关系的媒介。《Vogue》与《Harper's Bazaar》杂志作为美国最早的时尚杂志,成为推动纽约时尚产业发展的重要媒介。

随着美国经济的发展,文化产业不断崛起,人们开始注重商品的美学及象征意义,这为纽约时尚产业带来了“文化转折”。音乐、表演艺术、电影等丰富的艺术形式呈现多元化发展态势,为纽约服装产业带来了全新的灵感来源。与此同时,纽约作为世界艺术中心的地位也逐渐巩固,许多地标性的文化机构开始出现,譬如:古根海姆博物馆(Guggenheim Museum)、纽约大都会博物馆(Metropolitan Museum of Art)等。许多服装设计师开始参与电影等表演艺术的戏服设计中,随着时尚杂志的宣传推广,表演艺术与时尚的关系变得相辅相成,时尚赋予了表演服装美感与欲求,艺术赋予时尚服饰关于美学的价值。

(二)纽约时尚体系的发展中期——二战对纽约时尚产业的影响

二十世纪四十年代以来,纽约时尚产业从成型到成熟,同时与艺术的交织更为密切。第二次世界

大战期间,由于纳粹党的侵略,巴黎的时装屋大量关闭,使得纽约的时尚杂志、零售买手和第七大道的制造商不能继续参考巴黎的时尚设计,加速了纽约当地时装设计的崛起。战争过后,巴黎恢复了时尚主导地位,纽约又开始借鉴巴黎的设计。然而,巴黎不再是唯一的时尚中心,纽约的时尚影响力在战争期间已经超过了巴黎。纽约独有的时尚产业包括百货商店、时尚屋和批发商成为当时时尚界的热点,纽约当地时装设计师也获得了世界的认可。简言之,二战的爆发进一步推动了纽约向“时尚中心”的地位迈进并独立发展,例如:纽约设计师克莱尔·麦卡德尔(Claire McCardell)等根据美国女性的需求开始进行本土化时装设计。

1940年,六家顶级零售商(如 Bergdorf Goodman 和 Saks Fifth Avenue 等)纷纷开业并展示来自美国本土的 800 件服装,推广本土设计师并通过媒体宣告纽约将成为时尚产业的新星。1941 年春天,纽约市长拉瓜迪亚(Fiorello H. La Guardia, 1882—1947 年)为推动时尚产业的发展而举办了为期两天的时装活动,名为“纽约时尚未来(New York's Fashion Futures)”,真正将世界的时尚关注聚焦于纽约^[4]。1941 年,纽约举办了美国时尚产业第一次商业推广活动“The New York Dress Institute”,许多工会譬如时尚集团(Fashion Group International, FGI)纷纷响应,开展各类活动扮演了纽约时尚产业内许多角色,带领这个产业逐渐步入正轨。1942 年,时尚宣传家埃莉诺·兰伯特开始组织半年一次的新闻发布会,时尚记者开始在《纽约时报》(New York Times)和《纽约客》(New Yorker)等刊物上介绍美国设计师及其设计。

二战后世界经济逐步走向繁荣,人们对服装产业的需求急速增长,许多美国品牌开始出现在人们的视野中。二十世纪六十年代,许多设计师比如拉夫劳伦(Ralph Lauren)开始创办自己的品牌公司来迎合新的消费群体,卡尔文·克雷恩(Calvin Klein)也以自己的名号出现在许多社交场所以及杂志采访中。创立属于纽约的服装品牌形象为纽约时尚产业的推广建立了重要基础。在商业化和全球化的过程中,时尚跟商业的界线开始模糊,无形中为纽约时尚产业的发展提供了很好的前景。

(三)纽约时尚体系的发展后期——商业文化与当代艺术的融合

纽约时尚体系联系艺术、市场与商业,不断创造出新的文化形式以及艺术表现形式。作为大西洋周

边的中心港口城市,纽约拥有吸收其他文化、传播自身文化的优势,兼容创意产业、时尚内涵与艺术表达驱动着纽约时尚体系的快速运转^[10]。

纽约时尚融合当代艺术家的设计思考,并转化为大众消费品的案例不胜枚举。消费主义其实早就在十九世纪将时尚产业化与艺术商业化,并在意识形态与视觉语言上交错出火花^[11]。至二十世纪六十年代,包括贾斯珀·约翰斯(Jasper Johns, 1930—)和安迪·沃霍尔(Andy Warhol, 1928—1987 年)等艺术家在内的波普艺术运动和流行文化等众多艺术形式的大汇合,尤其是沃霍尔本人不仅促进了时尚和艺术的交融,还为接下去七十年代的“朋克·涂鸦·后现代”艺术形式与时尚的结合创造了可能,并成为一种社会性文化现象^[12]。譬如沃霍尔最为代表性的作品“金宝汤罐头”和“玛丽莲·梦露”形象,通过一种当时新的艺术形式(照相版丝网漏印技术)被应用于时尚奢侈品牌的系列服饰设计。

二十世纪七八十年代,美国一系列社会危机使纽约陷入低谷,纽约服装区的制造业几乎消失,而社会运动的兴起以及以时尚和音乐为基础的亚文化运动的出现,催生了消费者对另类风格的服装需求。街头时尚最先源于涂鸦艺术和嘻哈文化的诞生,街头文化中的滑板、说唱和涂鸦等艺术形式,深深地影响了当时的流行趋势,并逐渐成为一种风格。纽约时装和时尚从业者都意识到这个时期最主要的消费对象是美国的青年群体,街头时尚与涂鸦艺术在价值导向和审美理念上与青少年的消费需求高度契合——大胆、幽默、创意,甚至有一些“恶俗”的趣味等,比如这些叛逆的街头少年穿超大码的衣服, T 恤上印着大胆另类的图案。这些亚文化群体在主流大众的认知外,不仅有源源不断的创造力和独立的个性,还是推动当时时尚前进的关键所在^[13]。

三、纽约时尚体系的构成维度

纽约时尚体系的逐步建构过程保证了时尚产业的形成与循环发展,该过程需要支撑起整个城市的时尚文化和创意产业的传播、繁衍与沉淀。根据纽约时尚产业的发展历程,将纽约时尚体系细分为五个维度。一是纺织项目。随着美国东部纺织产业集聚至曼哈顿服装区,建立起纽约都市圈,纺织业也从美国东部起步并逐步推进。二是服装产业基础。纽约的服装产业在向完整时尚生产链迈进的同时,诞生了一些行业辅助机构和保障机构共同发展。三是时尚组织机构与时尚群体。时尚组织机构为设计师

提供了展示渠道,时尚群体为品牌和设计师发声和宣传,进一步提升了行业的专业性。四是时尚媒介。时尚杂志、报纸等媒介频频出品或起始联结了消费者与时尚,使消费者更便利地接触时尚行业资讯与发展趋势;五是时尚文化教育机构。时尚学院等文化教育机构进行综合性人才培养和商业人才的储备。

纺织项目和服装产业基础奠定了时尚体系中的产业根基,时尚媒体、教育机构和文化艺术机构之间相辅相成,构成了文化产业,将音乐、艺术、媒体融入服装时尚领域来创造更多的经济价值。纽约时尚体系中各个构成要素紧密联系(见图1),为当代艺术与时尚的交织、时尚商业与零售创新的融合架通了桥梁。

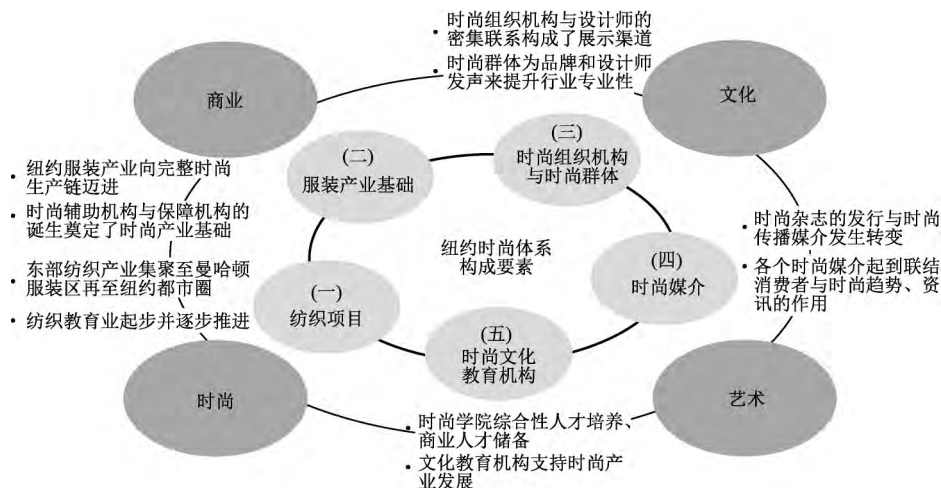


图1 纽约时尚体系的构成维度

(一) 纺织项目

纽约时尚体系的建构基于十九世纪美国纺织业的蓬勃发展,大量移民而来的英国纺织工人为美国的纺织业发展带来活力。从纺织技术、纺织机器、纺织工厂等方面的发展来看,美国的纺织项目为纽约服装产业的发展奠定了基础。特别是十九世纪末到二十世纪初,棉纱、纺织工人与纺织机器等要素条件的成熟促进了纺织产业的发展。同时,纺织项目也逐渐起步,这无疑为纽约服装业、服装零售业的发展奠定了基础,并创造了纽约时尚体系发展的先决条件。

(二) 服装产业基础

纽约服装产业经历了四个发展阶段:一是成衣起步阶段(小作坊式的服装定制);二是产业密集阶段(产品大批量生产);三是设计合作阶段(设计成为发展重心,产业链各环节合作趋于紧密);四是市场转型阶段(市场进一步细分,独立设计师品牌脱颖而出)^[14]。从产业链来看,美国的纺织品和服装供应链由约22000家公司组成,雇用约675000人(不包括零售渠道)^[15]。另外从辅助机构和保障机构来看,从纤维到面料到服装的生产过程,需要经过许多“部门”的运作——面料公司、设计公司、流行趋势预测机构等。比如像Tencel®这样的新型纤维需要通过大量营销手段和与产业链各个环节的合作才能推向终端消费者。美国的纽约州政府在1987年成立了服装中心特别区(Special Garment Center

District),为了解决对制造业就业可能下降的担忧,保护区内上千家产业链中关联的服装和服饰企业,因为这些企业构成了一条完整的时尚生产链^[18]。当纽约逐步稳定发展制造业的同时,为保障服装制造业工人的权益成立了许多工会。比如针织品贸易、工业和纺织业雇员联合会(Union of Needle Trades, Industrial and Textile Employees),旨在改善制衣工人的工作条件和减少罢工。

(三) 时尚组织机构与时尚群体

1962年创立的美国时装设计师协会(Council of Fashion Designer of America, CFDA)是服装设计公司的设计师们的组织机构,用来强调设计师们在文化产业中担任的艺术角色。从时尚产业内需要连结的视角出发,CFDA作为一个会员组织,设立并赞助了年度时装设计师奖,激发并鼓励了许多有才华的纽约当地设计师。同时,CFDA也参与创办的一年两次“Seventh on Sixth”时装周,通过协调高级定制和成衣品牌的秀场和时间安排,为纽约当地设计师带来了来自全世界的关注与热度。比如二十世纪六十年代,以比尔·布拉斯(Bill Blass)和拉夫·劳伦(Ralph Lauren)为代表的自称是时尚发起者的设计师受到关注并开始自主经营品牌。这些良好的展示渠道很大程度上连结了服装产业和文化产业,驱动纽约时尚产业体系往更专业化和系统化的方向演进。除了CFDA,另一个协会也在创意体系中发

挥了重要作用——1931年诞生的时尚集团(FGI),旨在提升时尚及其相关生活方式产业的专业性,给设计师提供影响时装业的国内和全球趋势信息等。

(四)时尚媒介

时尚媒体与时尚产业的关系密不可分。《Vogue》(1892年设立)和《Harper's Bazaar》(1867年设立)是美国最具代表性的时尚杂志。在纽约时装业刚起步时,《Vogue》杂志为消费者及整个行业提供了时尚、美妆、生活方式以及流行趋势等,还与CFDA颁发了时尚基金(CFDA/Vogue Fashion Fund),为新一代美国年轻设计师提供帮助。《Harper's Bazaar》则给女性提供了从成衣到高定最新的、最好的搭配资源,还展示了世界上最有远见的造型师和才华横溢的设计师^[19]。二十世纪七十年代的时尚“风尚者”卡尔文·克雷恩(Calvin Klein)也通过媒体杂志来树立自我形象并更好地塑造品牌。时尚媒介对消费者与新兴时尚资讯起到了重要的联结作用,使大众能在第一时间获取时尚行业销售或社会事件信息。譬如在《Harper's Bazaar》中,主编会刊登海报广告和事件报道以扩大信息受众,1927年10月刊报道了一则查尔斯·沃斯(Charles Worth)推出最新色调“Worth blue”的广告——让·查尔斯·沃斯夫人(Jean Charles Worth)身穿一套由丈夫沃斯设计并用“沃斯蓝”色调全染的雪纺蕾丝礼服。除了《Vogue》和《Harper's Bazaar》,贸易杂志《女装日报》(Women's Wear Daily, WWD, 1910年创立)最开始报道当时女装工人罢工的新闻,如今也被称为“时尚圣经”^[20]。《Women's Wear Daily》报道了服装行业的最新资讯,譬如“1937年流行的三款印花”(Prints in Three of Their 1937 Resort Versions)、“纽约将迎来首个秋季买家潮”(N. Y. Set for First Fall Buyer Flood)等。另一大重要媒介就是纽约时装周,为纽约时尚产业创造了世界性的关注。比如1943年举办的世界第一个纽约时装周,旨在将纽约时尚推向世界。

(五)时尚文化教育机构

除了时尚媒介的推动,时尚文化教育机构在纽约时尚产业和艺术交织的进程中也功不可没。帕森斯设计学院(Parsons School of Design,成立于1896年),曾培养出多位时装设计师和艺术家,比如在时尚界最受尊敬的设计师包括唐纳·凯伦(Donna Karen)、伊萨克·米兹拉希(Isaac Mizrahi)、马克·雅各布斯(Marc Jacobs)等。同样培养了许多时尚界精英的纽约时装学院(FIT)成立于1944年,由于

时装和服装行业的成员需要越来越多的合格人才,FIT便培养兼具商业与艺术天赋的专业人才以满足产业诉求^[21]。另外,时尚组织机构(如CFDA和FGI)长期不断地为设计师提供服务,通过创立CFDA风尚基金或奖学金,建立商业服务网络,提供产权保护等项目,制定时尚教育与实习计划,支持纽约时尚体系中教育体系的进一步发展。

四、结 语

纽约时尚体系的特殊性在于其商业与艺术的高度交织,这种特征决定了其产业发展与转型具有强大的内在驱动力。追溯纽约时尚的起点,顺脉回溯至十九世纪,美国纺织产业吸收西方工业革命技术产物,实现了以生产方式转变带动的纺织产业大发展,以及与东部沿海区域纺织项目的整体布局。从纽约的服装产业与文化教育的发展来看,均为后续时尚产业转型发展奠定了扎实的产业与人才基础。纽约时尚产业更以二战后时尚中心的转移为契机,在二十世纪完成了商业文化与当代艺术表现的对接——时尚产业与当代艺术嫁接,随着时尚媒体的快速成熟,孵化定位出具有浓郁商业气息的纽约时尚风格,进而建构纽约时尚体系,涵括了纺织及教育项目、服装产业基础、时尚机构与群体、时尚媒介、时尚文化机构等丰富维度。

参考文献:

- [1] Chin M M. Sewing Women: Immigrants and the New York City Garment Industry[M]. Columbia: Columbia University Press, 2005:7-21.
- [2] 王蕾. 二战后美国艺术赞助体系与美国当代艺术崛起[D].北京:中国艺术研究院,2015:1-8.
- [3] Rantisi N. How New York stole modern fashion[J]. Fashion's World Cities, 2006(3):109-122.
- [4] Welters L, Cunningham P. Twentieth — century American Fashion[M]. Oxford: Berg Publishers, 2005: 101-118.
- [5] Polan B, Tredre R. The Great Fashion Designers[M]. Oxford: Berg Publishers, 2009:239-241.
- [6] Yuniya K. Fashion — ology [M]. Oxford: Berg Publishers, 2005:99-103.
- [7] 张大鹏. 美国纺织工业的兴起与洛厄尔城市形成的历史考察[D].上海:复旦大学,2014:25-29.
- [8] Peter B. Fashion: Unpacking a cultural production[C]// Gay D P. Production of Culture. London: Sage, 1997: 33-36.
- [9] The Municipal Art Society. The municipal art society of

- New York. New York's fashion industry timeline[EB/OL]. (2019-05-15) [2019-06-01]. <https://www.scribd.com/document/70413462/New-York-s-Fashion-Industry-Timeline-by-The-Municipal-Art-Society#download>.
- [10] 伊丽莎白·科瑞德. 创意城市：百年纽约的时尚、艺术与音乐[M]. 陆香, 丁硕瑞, 译. 北京：中信出版社, 2010: 15-16.
- [11] Gary N M. A Century of Progress[M]. North Carolina: North Carolina Textile Foundation, Inc, 2001: 96-99.
- [12] Alice Elizabeth R. North Carolina State University: A Narrative History [M]. North Carolina: The North Carolina State University Foundation, Inc. and the North Carolina State University Alumni Association, Inc., 1987: 42-47.
- [13] Rose A, Strike C. Beautiful losers: Contemporary art and street culture[J]. Office for Official Publications of the European Communities, 2005: 19-36.
- [14] NYC Planning website. Special garment center district text amendment[EB/OL]. (2019-05-15) [2019-06-01]. <https://www1.nyc.gov/site/planning/plans/garment-center/garment-center.page>.
- [15] Alper S. The US fashion industry: A supply chain review [J]. International Journal of Production Economics, 2008, 114(2): 571-593.
- [16] 孙莹, 汪明峰. 纽约时尚产业的空间组织演化及其动力机制[J]. 世界地理研究, 2014, 23(1): 130-139.
- [17] Harper's BAZAAR | Hearst[EB/OL]. (2019-05-15) [2019-06-01]. <https://www.hearst.com/magazines/harpers-bazaar>.
- [18] WWD Website[EB/OL]. (2019-05-15) [2019-06-01]. <https://wwd.com/about-us/>.
- [19] FIT website. Our History [EB/OL]. (2019-05-15) [2019-06-01]. <http://www.fitnyc.edu/about/history.php>.

(责任编辑: 陈丽琼)