



安以轩

□据《羊城晚报》3月8日 A25版

2013年秋冬巴黎时装周于当地时间3月6日正式落下帷幕。作为世界四大时装周的压轴,有着百年历史的巴黎时装周这几年吸引了越来越多的中国女明星亮相。记者连线多位时尚圈人士,详细解读女星们在国际时装周上的幕后故事:她们凭什么拿到时装周的入场券?时尚品位的较量背后藏着哪些星途暗战?

她们凭什么拿到巴黎时装周
的入场券?时尚品位的较量背后
藏着哪些星途暗战?

去巴黎看秀 也有潜规则



郭采洁

如何拿到看秀入场券?

去巴黎看秀看似风光,其实女星们的入场券有“三六九等”之分。想从娱乐圈“穿越”到时尚圈,个中竞争非常残酷。

Level 1: 品牌代言
代表:范冰冰

作为LV新一季包包的中国区形象大使,范冰冰在卢浮宫LV秀的亮相绝对名正言顺,坐在第一排就不用说了,连入场都是经由尊贵的VIP通道。

中国女星中,在时尚圈有着“至高无上”地位的人并不多。巴黎TUDOO时尚策划有限公司的CEO方直透露,这是因为时尚圈和娱乐圈的规则并不完全相同,“有的女星或许在娱乐事业方面有所成就,但并不符合国际时尚品牌的气质,要同时受到两个圈子的认可并不简单”。

Level 2: 官方邀请
代表:Angelababy、郭采洁

Angelababy这次去巴黎时装周,身份乃Dior唯一官方邀请的亚洲女星。Dior并没有解释今年为何选择年轻女星作为中国嘉宾代表,但原因不难分析——Dior试图用她来打动年轻消费群体。

如今,她在秀场的着装不但成了预订热款,甚至还带动了A货(仿冒品)市场。

同理受邀的还有参加Chanel秀的郭采洁,她胜在跟缺席的该品牌中国区形象大使周迅形象接近。

Level 3: 媒体带队
代表:吴莫愁、吴佩慈、刘力扬、张雨绮

作为“中国女星看秀团”中最年轻的一位,吴莫愁这次算是出尽了风头。你以为《中国好声音》红到了巴黎?显然不可能。事实上,吴莫愁是在某著名时尚媒体的帮助下拿到了入场券。这是因为时尚媒体都跟各大品牌有着良好的合作关系,正好能整合品牌、明星和媒体三方的需求和利益,看秀之余拍拍杂志大片也是常规动作。

不过,这类明星在秀场的待遇并不高,比如在LV秀场,范冰冰走的是VIP通道,吴佩慈则只能走普通通道,拍照也多是在场外“蹭拍”。

方直指出,品牌一般很少直接找明星去看秀,更多的是明星的团队先主动去跟品牌或者媒体接洽。

你不知道的内幕

真相A: 时尚圈并不关心她们

对于很多普通读者而言,哪个冰冰去了今年的巴黎时装周或许是件大事。但对于时尚圈来说,明星从来都不是主角。方直说:“对于时尚圈人士而言,台上的新一季服装永远比台下的看客更重要。”

真相B: 跟设计师合影很简单

明星看秀归来,往往会发一些在后台跟设计师合影的照片,似乎在告诉公众:“我跟这个设计师很熟!我非常受这个品牌的看重!”

对不起,真相却是:“只要有

媒体引见,普通的中国明星去后台都非常容易。而且,国外设计师大多平易近人,对合影这种事儿基本是来者不拒……”

真相C: 买手都能去总店参观

明星还常常炫耀自己去某某品牌总店或者某某设计师工作室参观的照片。这背后的真相又是什么?方直说:“巴黎时装周的订单大多不在秀场完成,而是之后多数品牌会邀请买手到店里参观,让他们亲手摸摸面料。”因此,除非明星们对买新衣有着非常迫切的需求,否则,去店里参观这种事其实就是为了纯粹的自我宣传。



Angelababy



范冰冰



吴佩慈

女星们的秀场表现

新人登场: 50套“战衣”,但求一搏

美国时尚界有一句箴言:“One day you are in, and the next day you are out.”翻译成中国的俗语便是:“花无百日红。”用这句话来形容每年征战巴黎时装周的中国女星同样合适。除了几大顶级女星,大部分中国女星没几次在巴黎时装周亮相的机会。长江后浪推前浪,今年的“中国女星看秀团”已经是年轻面孔的天下——Angelababy、吴莫愁、郭采洁……

这些年轻人都表现得很谦虚。比如首次“征战”巴黎时装周的吴莫愁便表示,她这次纯粹是去“学习”的。不过,事实上她准备了50套“战衣”去巴黎,很显然想“搏眼球”。

老将压轴: 只待一天,只看一场

纵然有多张年轻面孔,范冰冰也是今年巴黎时装周最引人注目的中国女星。她参加的是当地时间3月6日一早在卢浮宫举行的LV秀。据现场记者介绍:官方通知提前半小时到场,但范冰冰提前45分钟就出现在VIP通道入口,非常守时。她亮相时,等候已久的中国媒体人员蜂拥上前追访和拍照,非常热闹。

作为巴黎时装周的“老朋友”,范冰冰今日的地位决定了她已经不需要再刻意抢镜了,她今年的黑白格复古造型跟往年相比显得相对“正常”。至于行程安排,范冰冰更是有大牌范儿——在巴黎只待一天,秀也只看一场。