



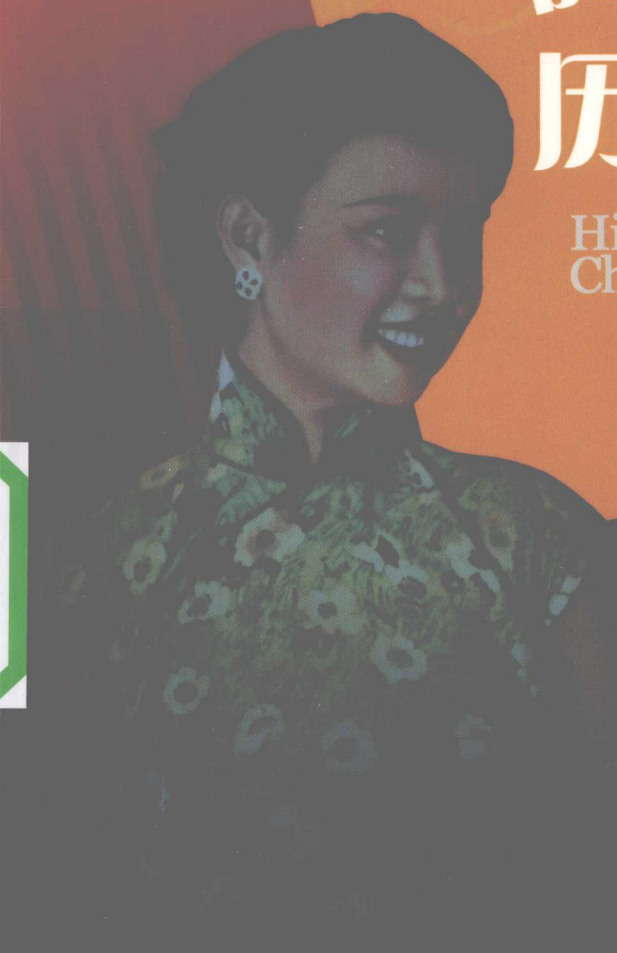
中国

赵云泽 著

时尚杂志的

历史衍变

Historical Evolution of
Chinese Fashion Magazines



海峡出版发行集团 | 福建人民出版社

THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP

中国 时尚杂志 的 历史衍变

赵云泽 著



海峡出版发行集团 | 福建人民出版社
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP | FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

中国时尚杂志的历史衍变/赵云泽著. —福州: 福建人民出版社, 2010.4
ISBN 978-7-211-06170-9

I. ①中… II. ①赵… III. ①期刊—文化史—中国—19492006 IV. ①G239.297

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 055066 号

中国时尚杂志的历史衍变

ZHONGGUO SHISHANG ZAZHI DE LISHI YANBIAN

作 者: 赵云泽

责任编辑: 魏 芳

出版发行: 海峡出版发行集团

福建人民出版社

电 话: 0591-87533169 (发行部)

网 址: <http://www.fjpph.com>

电子邮箱: jiangdianhui@sina.com

地 址: 福州市东水路 76 号

邮政编码: 350001

经 销: 福建新华发行 (集团) 有限责任公司

印 刷: 福州凯达印务有限公司

地 址: 福州市工业路祥坂台西科技园三区 2 号楼 邮政编码: 350004

开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张: 13.75

插 页: 3

字 数: 263 千字

版 次: 2010 年 4 月第 1 版

2010 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-211-06170-9

定 价: 33.00 元

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换

版权所有, 翻印必究



目 录

第一章 导论/001

第一节 问题的提出与研究的意义/003

第二节 研究框架和研究方法/003

一、研究视角与框架/003

二、研究方法/004

第三节 研究问题的界定/005

一、对时尚的研究/005

二、时尚杂志的发源及特征/008

第二章 晚清报刊时尚传播的萌发/011

第一节 中国时尚杂志从画报中发端/013

第二节 《点石斋画报》描绘晚清时尚图卷/015

一、《点石斋画报》的基本情况/015

二、《点石斋画报》对晚清时尚的传播/017

第三节 清末《上海新报》等报刊对时尚内容的传播/025

一、《上海新报》对时尚内容的传播/025

二、《飞影阁画报》、《图画日报》对时尚内容的传播/029

第四节 清末报刊传播时尚内容的历史分析/032

一、上海成为近代中国时尚传播的中心/032

- 二、“易感人群”是时尚文化产生及传播的社会基础/034
- 三、晚清消费主义与改良思潮推动着时尚的变革/037
- 四、近代传媒是晚清时尚传播的重要途径/038

第三章 民国时期时尚杂志的形态演进/041

第一节 民国时期时尚杂志的演变及发展概述/043

第二节 民初女性家庭杂志的时尚传播/047

一、中国第一份商业性女性家庭杂志

——《妇女时报》的时尚传播/047

二、《中华妇女界》的时尚传播/059

三、《妇女杂志》的时尚传播/064

四、民初女性家庭杂志时尚传播的特点分析/071

第三节 民国时期画报的时尚传播及时尚杂志的出现/072

一、承前启后的《真相画报》/072

二、传播时尚资讯的《良友》画报/078

三、民国时期第一份完全意义上的时尚杂志

——《今代妇女》/092

第四节 设置时尚栏目的《紫罗兰》

——通俗文学杂志的时尚传播/108

一、《紫罗兰》的基本情况/108

二、《紫罗兰》的时尚传播特点/110

第五节 民国时期报刊时尚传播的历史分析/113

一、20世纪二三十年代报刊时尚传播相对繁荣的原因/114

二、民国时期时尚杂志存在时间极为短暂的原因/118

第四章 中国当代时尚杂志的发展及演变/121

第一节 中国当代时尚杂志发展概述/123

第二节 中国当代时尚杂志的诞生阶段(1980—1988)/126

一、《时装》杂志/127

二、《现代服装》/132

三、中国流行色协会的成立及《流行色》杂志/135

四、《上海服饰》/137

五、当代第一批时尚杂志诞生的意义/141

第三节 中国当代时尚杂志的发展及成熟(1988—1998)/144

一、三大杂志的诞生及其国际化版权合作道路的开始/144

二、时尚杂志版面编辑风格的成熟/156

第四节 中国时尚杂志进入繁荣时期(1998—2006)/158

一、时尚杂志的全面发展及进入国际版权合作时代/159

二、中国时尚杂志的改革之路/174

第五节 时尚杂志发展的新技术形态/179

一、国外纸质时尚杂志所面临的危机/179

二、国外成熟的电子时尚杂志/180

三、国内电子时尚杂志的发展/181

四、新技术形态的时尚杂志所带来的思考/183

第六节 中国时尚杂志衍变历史的特点/184

第五章 理论思考:对时尚杂志的批判以及反批判/189

第一节 时尚杂志与女性政治/191

一、女性政治实现之一:时尚杂志构建女性身心解放
的历程/191

二、女性政治实现之二:时尚杂志构建女性的话语平台/196

第二节 时尚是政治的最前沿:时尚杂志与意识形态/199

第三节 反批判时尚杂志倡导消费主义:时尚杂志与
消费主义/202

第四节 批判时尚文化的工业化:时尚杂志的精神回归/204

一、工业化的时尚杂志生产使其内容匮乏/205

二、后现代的价值观使读者成为瞬间的囚徒/206

三、时尚杂志的精神回归/207

参考文献/210

后记/215



第一章

导论



第一节 问题的提出与研究意义

只有通过历史的眼光看时尚,才能透过五彩缤纷的幻象看到其本质;媒介重构了历史,研究时尚杂志的历史衍变及报刊的时尚传播,无疑是在研究社会文化发展的一个侧面,以及时尚、媒体、社会这三者间相互的作用及其影响。

在当下中国,时尚杂志的发展正方兴未艾,其广告收入已成为期刊界的翘楚,占到期刊广告总收入的1/3以上。同时,随着读者队伍的壮大,其倡导的时尚文化也日益成为都市文化的主导;跟进者蜂拥而至,使得时尚杂志已成为最为活跃的一个媒介种类。并且随着时尚杂志竞争的激烈,对它的发展规律的研究也成为业界一个现实性话题。

目前,对于时尚杂志的历史研究总体上并不多,以往研究多侧重于对当代时尚杂志经营管理和文化意义方面的分析。事实上,时尚杂志在国外有着悠久的历史,中国时尚杂志在清末和民国期间也取得了长足的发展。清末至今的一百多年历史中,中国社会大部分时间处于风云激荡的变革之中,时尚杂志却以最美、最温柔的笔调记录了沧桑社会中的生活之美,展现了一部微观社会型态史。中国新闻史研究中如果缺少了这一方面,将是有所缺憾的。

第二节 研究框架和研究方法

一、研究视角与框架

本书试图对中国时尚杂志发展的历史脉络进行梳理,分析中国时尚杂志如何演变形成,各个历史阶段的报刊对时尚传播的情况,及其对当时的社会产生何种影响、呈现何种规律等问题。最终构建出一幅中国报刊时尚传播及时尚杂志形成的历史图卷。本书从最具有典型意义的个案分析入手,并以个案连接历史发展的脉络,揭示忠实于

历史的某些规律。

本书试图从以下四个方面展开研究：

首先，考察中国报刊时尚传播的发轫阶段。中国报刊集中刊登时尚信息是从何时开始、有何特征、其形成的历史条件是什么？这是首先要解决的问题。

其次，考察中国时尚杂志形态的演变历程。在清末及民国时期中国是否产生了时尚杂志？中国时尚杂志或具备时尚杂志特征的报刊又经历何种形态的衍变？这是本书要着力研究的部分。

第三，本书要对中国当代时尚杂志发展状况进行梳理和分析。当代时尚杂志见证了中国经济和文化的繁荣，其发展历程也是中国改革开放后文化形态演变的历程。对其梳理分析，一则，有利于业界厘清时尚杂志当下存在的问题，研判发展的趋势；二则，有利于学界对照中国前两个阶段报刊时尚传播的历史，从更深层次分析时尚杂志与政治、文化、经济发展的相互关系和相互作用。

最后，在考察了中国时尚杂志演变历史，以及报刊的时尚传播历史的基础上，我们对时尚杂志进行一些理论性的思考。总结这段历史，给我们的启发有哪些、对今后时尚杂志的发展有何借鉴意义、时尚杂志与意识形态的关系又是如何？等等。

二、研究方法

本书主要采用历史研究的方法，对时尚杂志的产生、发展、演变与现状进行纵向的线型分析。具体来看，本书应用以下一些方法：

1. 考据和文献法。考据是历史学最基本的方法，此前学者对于新中国成立前我国时尚类杂志的研究比较少，这要求作者从各个方面求得第一手资料。另外，文献资料的查阅也是本书采用的最主要方法之一。时尚作为一种广为传播的社会学术语与社会现象，研究成果已经比较丰富，但是，涉及时尚杂志的研究资料则多零散分布于新闻、历史、文学等学科的文献中，这需要我们通过这种方法耐心细致地寻找、求证。

2. 历史比较的方法。通过横向的比较，可以更加清楚认识到当时我国时尚类杂志发展的状况；通过纵向的比较，可以为我国现在的时尚类杂志发展提供可借鉴的经验。本书中将用纵向与横向比较的方法分析中国时尚杂志衍变的历史。

3. 内容分析法（content analysis）。这是对于杂志个案的研究所必不可少的方法，本书主要通过这种方法对重要杂志进行分析。

4. 实地调查的方法。对于新中国成立前的一些杂志的研究，我们多从文献中求证它发展的历史轨迹；对于1980年后的一些时尚杂志，我们多进行了实地调研，以保证鲜活的一手资料和研究的质量。

第三节 研究问题的界定

目前学界并没有统一的时尚杂志的概念,在各种大辞典上也没有对其明确的解释,时尚杂志甚至不存在于期刊的分类当中。中国新闻出版总署将期刊分为综合类、哲学社会科学类、自然科学技术类、文化教育类、文学艺术类、少儿读物类、画刊类;美国将期刊分为消费类期刊(Consumer magazine)和商业类期刊(Business magazine),都没有将时尚杂志单独分类。但时尚杂志已经自成格局,在种类繁多的杂志中独树一帜,特点鲜明。业界和学界已经将一部分具有共同特征的杂志约定俗成地称为时尚杂志。为了对其进行概念的界定,本书先从分析时尚的概念入手。

一、对时尚的研究

国内外学者对于时尚的研究一直以来非常重视,不断有文献问世,研究角度也非常丰富。西方学者对时尚的研究开始于19世纪下半叶,在初期的研究中,学者们多认为时尚是一种模仿。随后,研究者们从社会心理、社会分层、消费等角度对时尚进行了研究。其中影响较大的是齐美尔,他指出:“时尚同时表现拉平化的本能冲突欲望和个性化的本能冲突欲望,表现模仿能够的刺激和突显个人的刺激。”^①他认为社会时尚的本质在于“总是只有群体的一部分在搞时尚,但是,整体则处在通往时尚的道路上。时尚不是永恒的,而是总在发生变化的”。他进一步提出“在社会学方面,时尚是一种阶级分野的产物”^②的观点。

随着社会学家对时尚研究的深入,心理学家、经济学家、后现代主义哲学家也开始对时尚进行研究。一些心理学家将时尚看成是人们对现行社会制度的束缚和制约的厌恶与反叛情感的一种表达方式。“许多学者认为,人类天生具有对新鲜事物渴求、对陈旧事物厌恶的基本倾向。美国社会心理学家金布尔·杨经过多年的研究发现,尽管舒适与方便常常是人们选择一种服装或行为方式的理由,但它们绝不是左右时尚变化的最终原因。促使人们追求时尚的根本原因,与其说是外在的、实用的,不如说是

① [法]齐美尔著,顾仁明译:《时尚心理的社会学研究》,学林出版社2000年。

② 同上。

内在的、心理的。如此，他将人们追求时尚的心理动机归为实现心理补偿、表现和扩张自我、追随优越感等方面。”^①

美国的经济学家凡勃伦在其《有闲阶级论》^②中指出，时尚是有闲阶级夸耀性消费的结果。他的研究也在一定程度上应和了社会学家齐美尔和一些心理学家的观点，即“有闲阶级”为了追求差别化，以获得更高的社会地位和荣耀，从而追求以奢华为特征的时尚。该书揭示了资本主义社会以“物”的炫耀为特征的消费生活方式，将流行时尚推上了消费文化研究的历史舞台。维尔纳·桑巴特的《奢侈与资本主义》、加尔布雷思的《富足社会》等著作也通过描述奢侈消费在资本主义起源中的特殊作用，揭示这一文化现象在社会历史发展中扮演的特殊角色。

鲍德里亚在对消费社会学的研究拓展中，对时尚作了更为独特的阐释，他在符号学研究语境下认为，“时尚不具体是一种事物的形态，而是一种事物存在的普遍方式，是现代性之下事物存在的一种构造”。^③鲍德里亚将消费界定为“时尚组合程序的普遍化”，时尚可以“看作是工业资本主义中一个更为广泛的社会过程的一种能指”。^④但后期，鲍德里亚在后现代语境的研究下指出，后现代时尚也转向了标志着意义终结的纯粹的自指的“为了自身利益的时尚”，那里“什么也不与真实交换，各种形式的参照理性断裂了，意义消解了，时尚成了模拟和代码的仙境”。^⑤

而河村由仁夜（Yuniya Kawamura）对时尚的研究则不同于以上社会学家、心理学家及经济学家，她从产生现代时尚现象的时尚系统入手，把时尚从生产到传播、再到消费，作为一个过程来分析，对设计师、编辑、记者、营销人员等时尚系统里的个体都有单独的论述，河村是纽约时装学院（Fashion Institute of Technology）的学者，她对时尚行业的了解使她的研究更贴近于时尚生产的过程，而非单纯的时尚现象。她认为，时尚研究综合了微观和宏观层面的社会学理论，即符号互动论和结构功能论。宏观社会学家分析时尚中的社会组织，微观互动论者分析设计师和其他时尚相关个体。时尚是机构、组织、群体、生产者、事件和活动组成的系统，系统的结构性影响到对设计师创造性的认可过程。时尚不只是变化，更是一种被操纵的制度性、系统性

① Young, Social psychology, New York, 1951, pp. 418—421. 转引自周晓虹《时尚现象的社会学研究》，《社会学研究》，1995年第3期。

② [美]凡勃伦著，钱厚默译：南海出版社2007年版。

③ 戴阿宝：《鲍德里亚：现代性困惑中的时尚》，《国外理论动态》，2004年第3期。

④ 埃弗拉特·齐龙：《鲍德里亚著作中的时尚和指意》，刊载于道格拉斯·凯尔纳编《鲍德里亚——一个批判性读本》，第162页。

⑤ 徐星：《“模拟仙境”：离现实有多远——鲍德里亚时尚研究解读与批判》，《国际新闻界》，2009年第7期。

的变化,到目前为止,只有西方的时尚系统具备这个特征,甚至只在能够结构性组织时尚的特定城市存在。这种时尚系统就是组织、机构和个体相互作用来认可时装设计师及其创造性。作者通过对法国时尚系统的研究来说明这一点。时尚专业人士通过控制主要的社会机构而变得有力量和控制权,巴黎的时尚机构和人士的活动有一种扩散性的结果,因此法国的时尚系统拥有全球性的影响,并一直在努力保持这种霸权。^①

在中国,学者中最早对时尚进行研究的是社会学家孙本文先生,20世纪三四十年代孙本文在其代表作《社会心理学》一书中对时尚给予了较系统的论述,他认为:“所谓时尚即一时崇尚的式样。式样就是任何事物所表现的格式……只要社会上一时崇尚,任何的有式样可讲的事物,都可称为时尚。”^② 1949年后,由于时尚很容易被认为是资产阶级腐朽的东西,甚少学者涉猎于此,此后直至20世纪90年代,对时尚的研究才重新发展起来。

进入20世纪90年代,周晓虹先生对时尚的研究较为深入,在其《时尚现象的社会学研究》一文中,他分析了时尚产生的客观条件与主观条件,他认为,“社会的物质生活条件的丰裕或相对丰裕”、“日常生活中大众的相对闲暇”与“社会的大众传播媒介的发达程度”,都是时尚得以流行的客观条件,而“一般大众的时尚意识的强弱”,在一定程度上构成时尚流行的主观条件。同时他提出“尽管现代社会生活中时尚现象纷繁复杂,但如果我们把时尚视为一种广义的文化现象,换言之,视为在一个特定群体或社会的生活中形成的,并为其大多成员所共有的一种特殊的生活方式,我们便能够找到剖析时尚及其流行领域的三个层面:观念的、行为的和外化的物质形态的”。^③

早在20世纪20年代,美国社会心理学家博加德斯就根据他对各类职业人的长达10年的调查,列出了美国社会最主要的七大流行领域为:女子服饰、男子服饰、消遣和娱乐、流行语、汽车、建筑以及教育和文化。在周晓虹的研究中,也进行了类似调查,各类被调查者认为主要的流行领域依序为服饰、流行音乐、人生观和思潮、纸牌和麻将、书刊、娱乐、体育,以及流行语、发型和流行色。^④ 这样,这些研究就为我们廓清了广义上的时尚的疆界。

经过上百年的研究,中外学者们从社会学、心理学、经济学、后现代哲学等角度对时尚进行了深入的分析,对时尚内涵所涵盖的各个维度、外延所指涉的各个层面都

① 吴昊:《时尚理论研究的新方法——河村的时尚学观点》,《饰》,2006年第3期。

② 孙本文:《社会心理学》,商务印书馆1946年版。

③ 周晓虹:《时尚现象的社会学研究》,《社会学研究》,1995年第3期。

④ 同上。

进行了深入探讨,所包涵的内容至深至广。总体而言,对于时尚的表现形式,学者们在认识上较为一致,可表述为“时尚是人类社会中一种非常明显的群体性行为,表现为在行为、观念、消费品等方面的由少数人带动而多数人追随的现象”;而对于驱动时尚的内在原因,学者们的观点则是丰富多彩的,如“模仿的心理”、“追求差别与一致的心理”、“炫耀以彰显阶层的心理”、“对现实反叛的心理”、“追求新奇的心理”、“时尚权力系统制造”等等;这也反映了真实社会的纷繁复杂的一面。具体到时尚杂志所承载的时尚,我们认为它是社会时尚之再现、重构与传播,是真实时尚之符号化。

二、时尚杂志的发源及特征

时尚杂志发源于西方,现在全球最为畅销的时尚杂志也在西方,因此考察世界范围内时尚杂志的诞生,对于研究中国时尚杂志的诞生及发展有着重要的参考作用。

时尚杂志孕育于时尚文化的传播之中。在古代,由于宫廷中汇集了大量的物质财富和一流的能工巧匠,所以时尚多是从宫廷流传到普通百姓中的。在14世纪初,欧洲国家基本实现统一,宫廷在规范礼仪的同时,显示地位的雍容华贵的奢靡之风慢慢兴盛起来。最突出的就是表现在服饰方面,繁冗而华丽。后来随着资本主义的兴起,新兴的资产阶级成为了新的财富拥有者,但是他们的社会地位仍然得不到主流的认可,在制度安排上仍然被排斥在掌握着国家核心权力的贵族阶层之外。于是新兴资产阶级为了显示自身的优越感,极尽奢华地追求时尚,以获得贵族阶层的认可。随着这个阶层的强大,他们还打破了自中世纪后期以来,宫廷为了维持社会等级秩序所颁布的节制个人消费法令,并开始引领新的时尚。

19世纪以后,时尚进入发展的现代阶段。这不仅表现在时尚引领权易手于资产阶级;机器大工业的发展极大地提高了劳动生产率,使大批量生产成衣成为可能;海外殖民扩张使制衣原料丰富;城市的兴起为时尚展示提供了宫廷之外更为广阔的舞台,更体现在人对于时尚的感受、对身体的理解开始发生巨大的变化。19世纪之前,服饰作为财富和地位的象征密密麻麻地遮盖在身体之上,身体消失在衣服里;19世纪以来,服饰和身体的位置倒了过来,服饰设计开始注重身体美态的表现,个性与人的情感表达。^①

进入20世纪,世界范围内商业文化的持续发展和民主制度在更多国家的建立,使得时尚与阶层身份的联系变得模糊起来,服装的制作和流行呈现一种大众化、商业

^① 王静:《时尚杂志研究》,硕士论文,中国期刊网优秀硕士论文库。

化倾向；阶层间时尚的传播有时甚至被颠倒了过来，开始从青年亚文化中发端。

时尚杂志发源于欧洲，与欧洲当时时尚文化兴盛及大众媒介的诞生是分不开的。

17 世纪，法国开始与其他欧洲国家进行商业竞赛，法国的具有优势的时尚产业便开始发达起来，并形成了奢侈华美的凡尔赛风格。巴黎也一举成为世界时尚的中心，这种垄断优势一直延续至 20 世纪中叶。随着印刷术的普及和大众媒介的诞生，法国王室与贵族的眷属们之间开始流行一种通讯小册子，用以介绍沙龙文艺、裁缝铺子以及服装首饰的最新流行款式等。这种传播时尚信息的小册子成为了时尚杂志的雏形。随着大众媒介的发展，时装杂志开始取代了这种小册子。第一本报道时装的杂志 *Mercure Galant* 于 1627 年创办于巴黎，创办者为德维萨（Devisa）。这本杂志的目的是向世界各地传播巴黎与凡尔赛宫廷的时装信息。在 17 世纪，巴黎的时尚已经风靡欧洲，*Mercure Galant* 的出现正是顺应了人们对时尚的渴求。但这时期的时装杂志在内容和印刷质量上还很粗糙。内容上局限于整体服装的款式介绍，表现形式上是简单的线描画配以少数文字的版面设计。直到 1759 年，英文周刊 *The Lady's Magazine* 创刊，打破了以往杂志的形式单一、内容单调的格局，它除了刊登大量的时装画外，还刊登了许多涉及时尚生活的文章。^①

19 世纪，资本主义经济发展迅猛，科学技术突飞猛进，时装杂志因造纸术、印刷术的革新，尤其是铜版印刷术的发明而告别了过去线描画的简单形式，它们的内容丰富起来，包括女性流行时装、美容、化妆等方面，杂志开始变得非常精美。1867 年在美国创刊的 *HAPPER'S BAZAAR*，开创了现代时尚杂志的先河。该杂志主要以知识女性为读者对象，并且标榜自己是一本“具有思辨、反省能力的刊物，在传播时尚美学的同时，旨在提高衣着文化的深度和广度”。发展至今，*HAPPER'S BAZAAR* 已经具有包括美国（原版）、英国、拉丁美洲、日本、新加坡和我国台湾地区在内的多个版本。1886，美国又诞生了 *COSMOPOLITAN* 时尚杂志。这两本杂志的诞生，标志着时尚杂志在全球范围内的流行。

1892 年美国又创刊了 *VOGUE*，杂志标题取法语“时尚”之意，该杂志的读者群主要为都市中产阶级女性，内容涉及广泛，包括时装、化妆、美容、健康、娱乐和艺术等各个方面。该杂志曾一度拥有世界上最好的时尚摄影师，被称为“时尚的圣经”。

1921 年，欧洲第一本全球范围内流行的时尚杂志——*L'OFFICIEL* 诞生。这本杂志主要关注巴黎上层社会关注的话题，比如高级女装、美容化妆、欧洲经典的文化艺术活动和贵族沙龙文化。它传承了巴黎的古典时尚传统，风格高雅而贵气，飘散着浓浓的优雅艺术气息。

① 晏细红：《国内时尚杂志发展现状分析及设计企划》，硕士论文，中国期刊网优秀硕士论文库。

至此，时尚杂志已经在世界范围内繁荣了起来。

从时尚杂志的发展历程，及对时尚的研究出发，我们认为时尚杂志是印刷精美的以连续的、集中刊载时尚信息为主要内容的杂志。时尚杂志应该具备以下几个特征：

首先，能连续的、集中的刊载时尚信息，并以此为主要内容。这是一本时尚杂志区别于其他综合类杂志的重要标准，在历史上和当下，有很多综合类杂志出版时尚特刊或专刊，但它们并非连续以时尚信息为主要内容，所以同时尚杂志不是一个类别。

其次，图片在杂志中占有相当大的篇幅，比例较高。这是从孕育到繁荣，时尚杂志所共同拥有的属性。在民国期间，曾有一些杂志专门刊载时尚信息和消遣小说，但是很少用图片，从当时的记载来看，人们并没有将它们等同于西方的时尚杂志。

最后，不但印刷精美，而且还倡导一定的时尚观念，有一定的主张。在西方历史上，最早介绍巴黎服装款式的小册子还没有跨进大众媒介的门槛，现代很多广告直投杂志，充满精美的图片，但没有连贯的思想主张，也同样不被人们认为是时尚杂志。



第二章

晚清报刊时尚传播的萌发