

GREAT MAGAZINE

新锐 期 刊 势 力



 江 苏 美 术 出 版 社

 YIFEI
VISION
逸飞视觉

总 策 划 陈逸飞
总 编 辑 高 云

主 编 关 蓓
创意总监 许 波
美术总监 龙戴云
执行主编 顾晨曦
设 计 龙戴云
摄 影 姚沐雨 彭杨军
制 作 文高图文技术(上海)有限公司

责任编辑 陆鸿雁
特约编辑 王林军
审 读 周 斌
责任校对 吕猛进
责任监印 吴蓉蓉

图书在版编目(CIP)数据

新锐期刊势力 / 逸飞媒体编著. — 南京: 江苏美术出版社, 2004.7
ISBN 7-5344-1761-9

I.新... II.逸... III.期刊-编辑工作-世界
IV.G237.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 057367 号

书 名 新锐期刊势力
编 著 逸飞媒体
出版发行 江苏美术出版社(南京中央路 165 号 邮编 210009)
集团地址 江苏出版集团 (南京中央路 165 号 邮编 210009)
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
经 销 各地新华书店
印 刷 利丰雅高印刷(深圳)有限公司
开 本 890 × 1280 1/32
印 张 9.5
版 次 2004 年 7 月第 1 版 2004 年 7 月第 1 次印刷
标准书号 ISBN 7-5344-1761-9/J·1700
定 价 69.00 元

营销部电话: 025-83361082 86639154 营销部地址: 南京市湖南路 54 号三楼
江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

**YIFEI
VISION**
逸飞视觉

Sven Fortmann 见鬼的杂志们

Talking about music is like dancing to architecture. Damn, I wish I could remember where I read that. I wish I could remember the person behind these words of wisdom. Whoever he was, he certainly knew what he was talking about. It just doesn't make any sense to talk about music, because music is a very sensual thing. You have to feel it with your heart, body and soul. As soon as you start to analyze it, you're killing it. This may sound a little weird, but in my opinion you can say the same thing about magazines.

A good magazine should attack all your senses. It should challenge you visually and content wise. It should be the extra cookie of the day. Yeah, I know..... the economy is running down the drain and you should play it safe. But you know what? People will always tell you that it is a bad time for starting anything, because people in general are afraid of changes. Magazines right now are as cool and boring and vain and lame and interesting as ever. You can only make an impact if you deliver a personal point of view, a unique vision, to an already existing market that has almost covered everything already.

Let's take any magazine that is focused on style related things and pop culture in general as an example: Everyone living in the city loves music, movies and fashion, that's a fact. The bad thing is that the majority of the relevant magazines are covering the same artists by using the same pictures at the same time. Therefore you can only make a difference by delivering these topics with an original approach to graphics. Or even better: combine a visionary layout with pictures that you take on topics that you like. There you go..... you already have a magazine with an attitude.

To my mind, only a unique layout can guarantee that people aren't throwing your magazine in the trash as soon as they've read it. They will keep it as a source of inspiration, they will cut certain pages out in order to make a collage, and they will handcraft little covers for tapes they recorded for girls they want to impress out of it.

Oh, but don't make the mistake of forgetting about the quality of the texts. Text is another challenge, because you should never underestimate the power of words. And there's no rule that says you shouldn't be creative with words as well. Mix up languages, create new words, and be as witty and charming and smart and honest as you want to be. Just make sure that you're passionate.

Well, having a platform on which you can be creative with words and graphic-design as well as the freedom to do features on artists who aren't necessarily known to a wider audience certainly is a luxury, no doubt about it. A luxury that is almost only possible if you're acting from an independent platform. But do yourself a favor and don't even think about terms like 'Underground' or 'Mainstream'..... every independent publication is on the verge of being Mainstream, because they have to rely on the ads of the (often) corporate industry. If you can't accept that, just do a photocopied Fanzine.

The big difference between independent magazines and the ones with a big financial backup is that independent ones have the tendency to work together on a certain level instead of fighting each other like the big ones. There will always be a future for

dent magazines, no matter how big they are, because people are somehow happy to see that things can be done differently. They definitely appreciate independent, even though they sometimes don't have the slightest clue what you're talking about. It's about making readers curious; it's about showing them another side of the coin. Let's take Vice magazine as an example: They started in Canada with a fairly small circulation. After conquering the States, UK and Japan's major cities, they're on their way to do the same with Central-Europe. And it's even a free magazine. People just liked the attitude behind the magazines, their unique approach to topics. And before you knew it, there were Vice Films, Vice Recordings, and Vice Clothing etc. God, these bastards are taking over the world by just doing what they like to do. And they completely deserve their success.

This won't happen with any online magazine. To my mind, online magazines can only be an addition to the real thing. It just feels so much better to actually hold something in your hands, doesn't it? I much more prefer having an interaction flip through the pages and all that. I mean, where do you usually read? On your couch, in the bathtub, in the subway. Sitting at your desk staring at your screen is just too close to work, isn't it? And if you're telling me that it's funny as well to sit down in a nice park, read an article on your laptop, you certainly need some help. And by the way, wasn't the internet originally designed just to bid for stuff you wouldn't even look at if you'd see it in a store and download free porn in the first place?

Words /

Sven Fortmann

谈论音乐就像对着建筑物跳舞。该死，我真希望自己记得是在哪儿说过这句话，我真希望自己记得说出这句话的哲人。不管他是谁，我想他一定很清楚这个事实：谈论音乐毫无意义，因为音乐本身就是感性的东西，需要你用心灵、身体和灵魂去感知。一旦开始分析它，你就是在毁掉它。这句话对杂志也适用。也许听起来可能有点怪诞，但是对我来说，谈论杂志也是同一个道理。

一本好的杂志应该能够触动你的五脏六腑。它能挑战你对图像与文字的辨别力，它是生活中额外的甜品。嗯，我知道，经济不景气，大家都要谨慎行事。但是你知道，人们总会告诉你现在诸事不宜，因为大部分人还是担心改变。现在的杂志与以前一样：酷、无聊、空洞、没有说服力、有趣……很难做出什么改变，除非你能够对这个已经包含了一切事物的市场提出自己的观点：独特的、自我的观点。

专注于时尚和大众文化的杂志有很多，我们随便举出某些作为例子：住在市区的人们都很喜欢音乐、电影和时尚，这是个事实。然而大部分的相关杂志都使用相同的图片来报道某位艺人。要区别开来，可以通过杂志的版式设计，或者使用更好的办法：综合考虑杂志的设计和你所感兴趣的标题图片等因素，买下你的选择……按照自己的态度选择一本杂志。

在我看来，只有独特的设计能保证人们不会看完杂志后马上丢到垃圾桶里，相反他们会把这本杂志留下来，作为灵感的来源。也许他们还会剪下某些页面做成一本美术拼贴，或者做成唱片封面，贴到为送给女生而自制的磁带上。

不过，别忘了文字质量的重要性。文字是另一种挑战，永远都不能低估文字的力量。没有什么规则规定不能在文字上创新，综合各种语言，创造自己的单词，无论诙谐、魅惑、灵巧或者诚实，你可以随心所欲，只要保证自己激情四射就行了。

能够自如地对文字和图像设计进行创新，并且随心所欲地为公众并不熟悉的艺术家撰写专稿，拥有这样一个平台真的是一件很奢侈的事情。而这样的奢侈只有为独立的平台工作时才有可能实现。请不要再为“地下”或者“主流”之类的词纠缠了。所有的独立杂志都游离在主流的边缘上，因为他们依赖于或是大多依赖于合作企业的广告。如果你不能接受这个事实，那么你能只能拷贝其他杂志的图片。

独立杂志与商业杂志的一大区别是：独立杂志彼此之间往往能在某个层面上互相协调合作，而不像商业杂志那样彼此竞争激烈。不管规模大小，独立杂志总是能生存下去。因为人们总是希望能看到一些不同的事物。人们绝对是支持独立杂志的，即使某些时候他们对你所谈论的一无所知。独立杂志能让他们好奇，带给他们硬币的另一面。比如Vice杂志，创刊于加拿大的Vice，一开始只有很小的发行量，在征服了美国、英国和日本的主要城市之后，他们开始大举进攻中欧国家。这是一本免费的杂志。人们喜欢隐含在这本杂志背后的态度，一种对主题的独特处理。随后出现了Vice电影公司，Vice唱片公司，Vice服饰公司……老天！他们只是做了喜欢做的事情，并生产了一些衍生物就征服了世界！

这样的事情在网络杂志上却不可能发生。在我看来网络杂志只能是现实中杂志的附属品。实实在在捏在你手里的东西感觉更好，不是吗？我更喜欢感受那种交互感，在纸页中来回翻阅。我的意思是，通常你在哪儿看杂志呢？在躺椅上，在浴缸里，在地铁上。坐在办公桌上盯着屏幕，这种感觉太接近工作了，不是吗？如果你执意告诉我，坐在漂亮的公园里使用笔记本电脑阅读文章同样让你乐趣盎然，那我估计你需要看医生了。顺便说一句，网络不是用来拍卖那些现实中你看都不会看一眼的商品和下载色情图片的首选方式吗？

目录

视觉杂志

Black + White

黑+白的象征意义，不仅仅是艺术+生活，更是名人+人体的终极意义所在？

PHOTO

正因为美好已经消逝，才有了追忆似水流年的巨大招贴。PHOTO的成长还在继续，它在每一个新纪元时的回顾，是为了对每一位摄影师贡献出来的灵感表示敬意。

COLORS

COLORS是一本尊重人、尊重世界的杂志。

i-D

i-D是一本关于时尚与风格的杂志。风格不是别的，就是你穿什么样子的衣服。时尚就是你走路、谈话、跳舞的方式。

B&W

在这个由黑白影像营造的家园里，我们可以放心地阅读、感觉、体验、回味，却不会在喧嚣的浮躁之中迷失。

surface

它传达的是一种现代的个性化的生活态度和方式，或许并非主流，却也与愤世嫉俗和反叛绝缘，而是以一种独善其身的、隽永而智慧的态度，去紧扣时代与时尚的脉搏。

Wallpaper

想要生活得更好，就要看 Wallpaper 杂志。

Flyer NYC

如果到纽约观光别忘了先找一本 Flyer NYC，让它引领你进入纽约精彩的夜生活和多姿多彩的城市文化。

ROCK!

通过这本 ROCK! 杂志，彼此好奇的人终于有了一个相互了解的渠道。

独立杂志

NEO2

追求一种新的杂志风格的冲动蛰伏已久，NEO2杂志的推出是个顺势而必然的结果！

Stockholm New

一本结合现代与经典、前卫与优雅杂志，它不是时髦的流行杂志，它轻快、简洁、富有幽默感。越来越多的人通过这本杂志了解斯德哥尔摩，越来越多的斯德哥尔摩人通过这本杂志被世界所了解。

No. ABCDE.....

No. A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z, 26个字母的时尚杂志！

Purple

Purple 留给读者印象最深的是它的观念和看世界的态度。看完这本杂志，留下的是沉静、从容而又锐利的印象。看文字、图片，你就能体会到它们背后办刊的人文精神、敏锐的洞察力和朴素的价值观。他们不以贵贱取舍事物，而是平等、从容地看待这个世界，他们常从不同的视角观察周围一切，但始终是以平视的态度。

POL Oxygen

主编 Jan Mackey 女士说，之所以起 Oxygen 这个名字，是想表达一种呼吸着新鲜空气的感觉，展现如同氧气般不可或缺、点亮生活的事物。

index

难得的是，杂志采访的对象，每一个都不是锦衣华服，没有浓妆，以最自然的状态面对镜头。

BEople

他们有开放的观点、有创造力、个性独立，总是站在新事物前沿；他们是一群对艺术、时装、文学、电影、戏剧、音乐抱有深深激情的独立思考者。

SPOON

很多时候 SPOON 会花费两个跨页而只放置一张图片，更多的地方用来留白；而且整本杂志几乎没有文字，完全是为了表现图片，用图片来说话，不让文字或者多余的排版来干扰图片想要传达的语言。这是种极端的方式，很少有杂志可以做到。

Visionaire

相比常规意义的杂志，visionaire 也许更像画册，每期有一个主题，提供给最好的设计师和艺术家一个空间，请他们天马行空地想象和创作，会用超越杂志可能性的超顶尖的制作工艺来帮助他们完成想法——visionaire 所乐意做的就是不切实际的！

032c

032c 总是希望能从旧的事物中间找到新的元素，在新生事物中寻觅到过去的痕迹。

Ad!dict

Ad!dict 说：我们并不希望仅仅将自己定义为时尚杂志或者设计杂志，更不是一个广告公司。我们尽力避免陷入一种单一枯燥的形式。

RE-

RE- 杂志不是时尚类杂志，不是生活类杂志，不是设计类杂志。

TANK

世上最糟糕的刊物是什么？如果去问一个在伦敦生活的设计师或艺术学生，我敢肯定他们大多数给出的答案，并非我们耳熟能详的 I-D、Wallpaper、the face 亦或是 Dazed & Confused，而是 TANK！

设计杂志

Casa BRUTUS

杂志的关键词是“家，即整个生活”。

FRAME

对于像我这样爱好者而言，FRAME 这种深入浅出方式的报导不仅非常耐看，而且收藏价值极高，它的内容分量实在可与一本书媲美。

I.D.

这是一本观察设计对文化的贡献以及文化对设计的影响的杂志。

Lodown

涂鸦风格影响着平面设计，涂鸦放任不羁的思想，套用平面设计之上，而 Lodown 比 Raygun 更简洁，文字更容易阅读。

IDEA

IDEA 不仅仅是给平面设计师看的，它会影响到所有的人，它对许多问题的全新的观念，观察事物的角度给我们带来全新启发。

print

print 并不把自己只是限定于印刷领域，print 涵盖了关于视觉艺术的方方面面。

网络杂志

this is a magazine

Andy 和 Karen 说自己就像避雷针，通过互联网吸取大量建议。

ZOOZOOM

ZOOZOOM 是一个展现了整个纽约风尚和生活态度的国际媒体，一个先锋的视觉盛宴。它充满情趣，启人思索，内涵丰富，专门为那些追求个人风格的年轻独立女性设计。

Hint Magazine

技术让华丽更为华丽，而创意才让 Hint Magazine 真正卓尔不凡。

2008 杂志人

BLACK+WHITE

名称: Black+White / 出版人: Studio Magazines / 主编: Karen-Jane Eyre / 地址: Level 3, 101 - 111 William Street, Sydney NSW 2010 Australia / 电话: 61 2 9360 1422 / 传真: 61 2 9360 9723 / 电邮: sin@studio.com.au / 网址: <http://www.studiomagazines.com/> / 页码: 112 页 / 定价: 77 澳元 / 出版频率: 双月刊

这是一本在澳大利亚无人不知,在世界上也颇具知名度的杂志。大16开本,112页,大部分是满幅的精美图片。

Black + White是澳大利亚最知名的当代摄影和时尚杂志之一,创刊于1992年的夏季。当年只出版了一期,然而,这一期封面上的黑白女性名模人体写真,在冥冥之中已经决定了杂志的风格走向。第二年杂志以季刊的形式发行,随后在1994年转成现在的双月刊模式。

Black + White以搜罗优秀摄影师镜头中的魔幻色彩为主,同时汇集了其他各种艺术样式,包括图像设计和流行文化。然而,杂志绝大部分的篇幅,则是通过令人目眩的人体摄影,“肆无忌惮”地探索名人的性感空间,从而在当今世界杂志之林中占据了十分独特的地位。

杂志每一期推出大约10位摄影师和艺术家的作品,在这本杂志上,世界一流的时装模特儿悉数登场,而且,绝大部分都是以“美轮美奂”或者是“声名狼藉”的人体摄影样式呈现在观众面前,其前卫风格和大胆暴露同时又暗藏唯美的意识潜流,在同类的杂志中堪称首屈一指。这不仅使杂志获得了强大的生命力,同时也证明杂志在当今时尚界的地位和号召力。

在创刊号上,杂志推出了澳大利亚籍摄影大师Helmut Newton的名人人体摄影,以及颇具诱惑力的“性感东京”、“Armageddon(《圣经》中世界末日善恶决战的战场)”等专题。

1998年,杂志以“Heroes·Angels·Devils(英雄·天使·恶魔)”为题,将20位澳大利亚流行文化的名人集中在一本专辑中,以不同的姿态和方式显示自己的精神面貌,也不乏精彩的人体佳作——1998年明星的光芒在这里以特殊的方式闪现。

接着,在2000年悉尼奥运会之后,Black + White又石破天惊,以一本Sydney Dream(悉尼之梦)特辑令世界震惊——参加奥林匹克比赛的澳大利亚明星坦然脱去运动服,以裸体的画面轻松登场,其中有2000年奥运会的10多位金牌得主,构成时尚世界又一组奇异的“群雕”。

在2002年杂志创刊10周年的纪念活动中,杂志推出了一本纪念专刊The Naked And The Nude(裸体与人体艺术),是Black + White杂志前60期中的人体摄影精选,78位一流摄影师的300多幅作品令人目不暇接,爱不释手。

过去十多年中,杂志还推出了三本系列专辑Masters(大师),其中,第一本主要以图像的方式探索20世纪后期最优秀的人体摄影艺术,介绍的著名摄影师包括Herb Ritz、Greg Gorman、Annie Leibovitz等。

以后的两本都各有16位艺术家的作品涉及时尚、名人以及艺术摄影,包括相关的裸体主题。

除此之外,杂志还出版了一本名为Black and White Mode(黑白时尚)的半年刊,及时为男性和女性提

供世界时装流行趋势，作为 Black + White 的补充，同样引领图像个性和时尚意识。

创刊之初，编辑对这本杂志还没有很大的把握，因为这虽然是一本主流杂志，却在内容形式上采用了折衷的方式，融合名人、艺术以及观念形态的特征，刊登既煽情又不乏艺术美感的人体摄影。但是杂志出版后，无论是男人还是女人，都十分喜欢这本杂志。主创人员由此充满信心，其办刊观念逐渐折射出整个世界的摄影和设计的发展方向，甚至引导时尚发展的潮流。

杂志还想通过有创意的画面，为一些特殊的边缘人群提供一显身手的舞台——这类艺术家、设计师、作家、电影制片人以及思想家都具有特殊的视觉变换意识，从而试图不断改写流行文化的规则。

至于刊名的由来，曾经有许多猜测。尤其是在杂志的名称下面，还往往带有一句话：Not only Black and White。在一段介绍杂志的文字中，可以看到这样一句话：“这就是黑和白，艺术和生活相遇。”

正如杂志封面上的提示：摄影、裸体、艺术、设计——可知杂志的特色所在。

纵观整本杂志的风格，是否可以说：黑+白的象征意义，不仅仅是艺术+生活，更是名人+人体的终极意义所在。

Black + White 杂志现属澳大利亚 Studio Magazine Group 旗下，除了这本知名杂志外，该集团还同时拥有男性时尚杂志 Blue、Blue Mode、新娘杂志 Studio 以及儿童类时尚杂志 bambini。

这本杂志可以说是成人视觉文化领域的一项试验，除了摄影，还涉及艺术和设计的各个层面，风格大胆前卫，在字体设计和版式编排上都敢于创新。杂志目前的销量有 7 万册，杂志社成员包括 3 位文字编辑、1 位图片编辑以及 1 位艺术总监，而杂志发行人 Marcello Grand 先生则参与所有的决策工作以及视觉题材的选取。

文 / 林路、顾青、刘杨、虞舒

图 / Black+White

与主编 Karen-Jane Eyre 的对话

在发行人 Marcello Grand 先生的帮助下，我联络到 Black+White 的主编 Karen-Jane Eyre 女士，她身兼数职，既是 Studio Magazine Group 的主编，同时是 Black+White 与 Blue 的编辑，还兼任 B+W Mode 和 Blue Mode 的艺术总监。由于正处在水深火热的杂志截稿期之中，Eyre 女士答应我的采访迟迟不见动静。我老着脸皮，催稿信一封接着一封，她的致歉函也接踵而至，终于，开始了我们的黑白对话。



作为这本杂志的主编，你怎么描述这本杂志？

我们把 Black+White 视为成人视觉文化领域的一次试验。1993 年杂志开始发行时，大部分流行杂志制作成本都很低，人们看后就丢掉了。而 Black+White 的目标是成为一本值得收藏并且在内容和审美趣味上具有持久吸引力的杂志。一直以来 Black+White 都是以设计为导向，“生动鲜活”是我们的关键词，从印刷版式到照片的布局，杂志内容的选择始终以生动性为标准。正是这使得我们的杂志极富视觉冲击力。所以你的问题可以这样回答：我们的杂志是生动鲜活的，以设计为主导的，并且是大胆创新的。

Black+White 杂志的初衷是什么？与最初相比，有没有什么变化？

Black+White 的任务之一就是记录当代摄影，特别是人体摄影的各种潮流，因此杂志的风格每年每期都在逐渐变化，但不变的是我们的理念。我们始终努力以最能带来审美愉悦的方式把现有素材中最优秀的部分呈献给读者，同时试图展现当代摄影艺术多种多样的表现手段。我们竭力向读者推荐新鲜有趣的艺术家、理念和人物以引起他们的关注。

编辑部里共有多少人？你们如何分工合作？

Black+White 的文字编辑由三个人负责：我自己，我的助手 Nick Dent 和我们的豪华版编辑 Pat Nourse。所有的文字版面由艺术总监 Anthony Donovan 负责设计。此外还包括图片编辑 Robert Vescio 以及销售和生产部门的员工。杂志发行人 Marcello Grand 先生则参与杂志的总体策划和视觉题材的选取。每两个月我们开一次素材提交会，挑选出下期杂志要刊登的每组（辑）照片。在随后的制作阶段，我们每

周开三次会，讨论文章的具体内容并确保杂志能按期完成。我们以团队方式工作，每个人都为杂志的设计和文章内容贡献创意和解决方案。撰写文章时，我们根据以下潜质评估提案：能否让读者兴奋，能否为读者提供信息，能否给读者带来愉悦。正如杂志封面上所言，我们的主题是：摄影、人体、艺术和设计。

据我所知，贵刊的读者大部分是摄影师和收藏者，他们是 Black+White 杂志所针对的读者群吗？

你说得不错，不过我们的读者也不都是摄影师或收藏者。的确，我们的国际市场以这两类人群为主，但在澳大利亚国内，我们的杂志更为大众化。年龄介于 25 岁到 35 岁之间，居住在中心城区，接受过高等教育，关注时尚的人群是我们的典型读者。他们通常在诸如艺术、广告、传媒、时尚、娱乐以及与设计相关的行业就职。我们的杂志在学生中也很受欢迎，尤其是设计和摄影专业的学生。

请谈谈目前这期杂志的发行量。

本期杂志在澳大利亚发行量是 45000 册，另外海外还发行了 25000 册。

贵刊推荐的摄影师中既有大师又有新人，请问你们选择摄影师的标准是什么？你们介绍过中国摄影师的作品吗？如果还没有介绍过，今后会考虑么？

为杂志挑选照片的时候，我们纯粹根据照片的价值进行取舍。我们不会出于陈规对大师和没名气的摄影师的作品区别对待。只要我们喜欢一幅作品，或者一幅作品符合杂志的风格和基调，我们就会把它出版。

总的来说，我们始终在发掘新鲜的作品，这使得我们的工作极具挑战性，因为自从照相术发明以来，人体摄影就一直是最受摄影家青睐的门类之一！要说选择标准的话，我们寻觅具有某种原创性的、技术上纯熟的、精心创作的，并且着实有趣的作品。我们对模特、发型和化妆也极其重视，因为不合适的模特和糟糕的发型能让一个最棒的题材毁于一旦！

迄今为止，我们尚未介绍过中国摄影师的作品。因此，希望你能转告你的读者中所有的摄影师，欢迎他们投稿给我们。至于投稿的具体要求，他们可以和我们的图片编辑 Robert Vescio 先生联系。电子邮件地址：robert@studio.com.au。

你们的竞争者有哪些？与它们相比，你们的优势是什么？

Black+White 之所以创刊十年之久仍能立于不败之地，是因为我们一直坚持我们的主题，并且一如既往地基于我们的主题为读者呈现具有思想深度的作品。我们致力于保持杂志的艺术性和眼界，这为我们赢得了忠实的读者。杂志精心的制作意味着我们的杂志值得收藏。其实，有许多读者告诉我，他们保留着从创刊至今的每一期 Black+White ——到现在已经整整 68 期了！

一份杂志的成长犹如一个人的成长。终其一生，唯一不变的就是变化。那么你们未来的目标是什么？未来你会保持的是什么？

今后 Black+White 将继续通过它的内容来反映全球摄影、艺术、时尚和设计领域的潮流。我们的主要目标是进一步拓展国际市场。此外，我们将制作一些更类似书籍的出版物以及其他与摄影相关的产品。



MIRANDA



ROSE



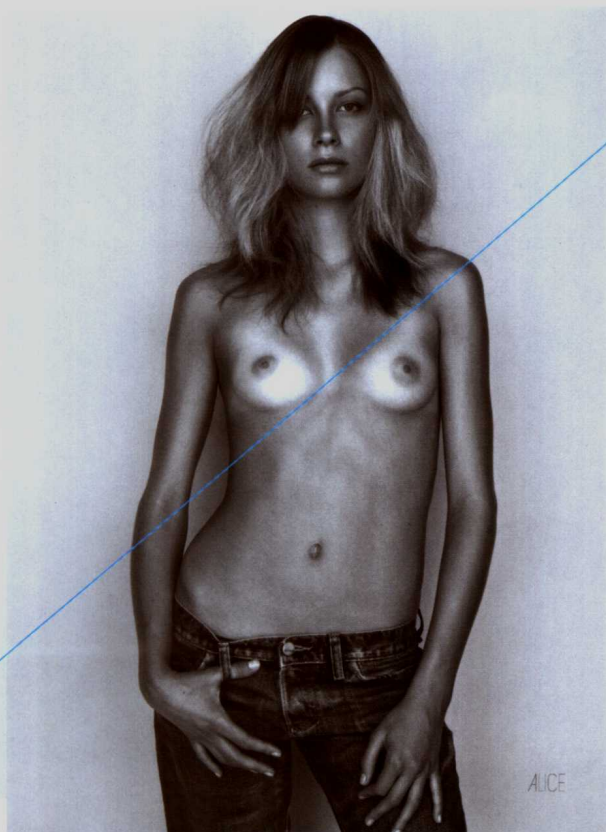
ALISA



TOM



SAMM



RICHARD
BAILEY

56

