

瘦马 著

都是 名气惹的 祸

瘦马之时尚酷评

人是那么想把自己从人群中分出来，
结果很快掉进了另外一群；
人们是那么想表现自己，
结果表现的是这样的一群。
当然，这样的一群也表现了全部的人类。

中国城市出版社

院图书馆

都是“名气”惹的祸

——瘦马之时尚酷评

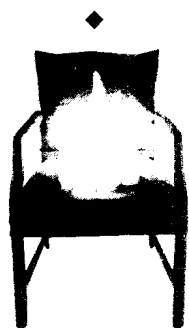
瘦 马 著

中国城市出版社

都是“名气”惹的祸

瘦马之时尚酷评

瘦
马
著



图书再版编目(CIP)数据

都是“名气”惹的祸:瘦马之时尚酷评/瘦马著. - 北京:中国城市出版社,1999.10

ISBN 7-5074-1181-8

I. 都… II. 瘦… III. 社会问题-研究 IV. C913

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 65469 号

责任编辑	王双林
美术编辑	焦国梁
责任技术编辑	张建军
出版发行	中国城市出版社
地址	北京市朝阳区和平西街 21 号 邮编 100013
电话	84275833 传真 84278264
经销	新华书店
印刷	北京市邮政印刷厂
字数	232 千字 印张 12.5
开本	850×1168(毫米) 1/32
印次	1999 年 12 月第 1 版 1999 年 12 月第 1 次印刷
印数	0001-10000 册 定价 19.00 元

·版权所有、翻印必究·

时尚的瘦马

(序 言)

1 东 18

我原先很笨，乐于和人讨论时尚的应该不应该。作为一个时尚之外的人，发泄一点私愤是很可理解的，但是，时尚从来不是个应该不应该的问题。它是注定会有的，需要关注的倒是它何等模样，为什么会这样。

每个时代，都有它推崇的东西。有时是尼龙丝袜，有时是旧军装，有时是邮票大的一块美国土地。为了这一点，付钱固然是应该的，也许事后去看，不免悲壮到滑稽，当时却是绝对的认真。所谓时尚，本来就是做给当代人看的，后代感不感兴趣全不在考虑中。一样东西，总要玩到认真了才玩得起来，才能从人群中分出时之人和不时之人，才有好的差的感觉。

透过时尚，可以看到人的固执和坚韧。即便在大革命的时代，人也不能完全丢弃时尚，而且什么东西都会成为时尚的。一出口就是“三字经”，曾经颇为时髦，而约定俗成的时髦便是时尚了。提一个印着大公司名字的塑料袋，时髦；打鸡血针，时髦；拎一个四喇叭收录机招摇过

市，时髦；在眼镜片上留着商标，时髦；喝自己的尿，时髦；在不同的年份或地域，宽臀和细腰都可能时髦。最极端的，用左轮手枪赌性命，也曾被俄国军官引为时尚。人是那么想把自己从人群中分出来，结果却很快掉进了另外的一群。人们是那么想表现自己，结果表现的是这样的一群。当然，这样的一群也表现了全部的人类。

在一个崇尚财富并且普遍贫困的时代，占有珍贵的稀罕的东西是时尚。在漠视个人权利的时代，注重自己的健康是时尚。在对环境有普遍的不安全感时，惟有自己的出品（哪怕是尿）才是可以信赖的。在活得太苦闷的年头，少年维特的感觉就是许多人的感觉。时尚随着时代的变化一直在变动之中。惟一不变的是，和一个漂亮的姑娘在一起，是永远的时尚。

我在时尚之外遥望人的时尚冲动，经常有一种矛盾的感情：既觉得可笑，也觉得豪迈。可笑是无须证明的，可是，也就是人，才有这样的勇气和信心，才能聚集起这样的一类，才能此起彼伏永不停歇。上帝先生造人，居然把人造成了此等模样，多么地玩世不恭。再想，如果不这样，他们干什么呢？人生是那么漫长，生活是那么单调，时代是那么的不可捉摸，如果不干一点什么，此生岂能善始善终？

让我们回到我写此文的动机。如果你关心时尚，就会发现瘦马。在中国大陆传媒的时尚版面上，经常发现一行小字：策划：瘦马。他的杰作可谓多矣。奇怪的是，身在这一行，一旦现出法相，倒也不是从头到脚的。他的更多的冲动恐怕是记录时尚的脚步而不是体验时尚的快感。这类人过去是没有的，和其他领域一样，当代的问题要留到

后代去考证。现在瘦的马和不瘦的马及时出现了，盯稍着街景，为大家指出时尚的转折点和精妙之处，为后人留下可以引征的材料。我们应该为他们的出现而鼓掌。

1999 年 10 月 22 日

于上海万科城市花园

都是“名气”惹的祸

目 录

“欢迎光临”，但是——	(1)
《白领》解读	(3)
90年代十大流行动词	(8)
对艾滋病的态度	(19)
比热裤更热的	(22)
不道德的写作	(25)
彩发里的图谋	(29)
茶馆：理想生活的彩排	(31)
段子	(34)
“酷”：在言说中获得价值	(36)
“非卖品”	(38)
废话的趣味	(42)
尴尬女人裤	(45)
股市语言	(49)
国际商城里的“不三不四”	(54)
怀旧是一场低烧	(59)
回家抑或再次出发	(63)
口腔的安全距离	(67)
露天舞台	(70)
没有说法的南京女人	(73)

——瘦马之时尚酷评

目

录

门前花车	(76)
名牌大盘点	(78)
模特，猫步与城市夜宴	(85)
男人的“挂件”	(89)
男人的“口红”	(92)
男人没有内衣	(94)
你是个什么东西	(96)
女人做封面	(99)
泡吧，蹦迪，或者“文学”一下…	(104)
骑自行车的堂吉诃德	(109)
什么都可以“秀”，爱情也是	(111)
时尚从“他们”开始	(114)
现在的杂志都时尚（时尚评论）…	(118)
时装展示：或许是场误会	(121)
手袋里的隐情	(125)
“无辜”的脸	(127)
喜欢文胸的女人	(130)
新“坏男人”	(132)
形而下的诱惑复制	(135)
需要的极限	(138)
一票到底	(141)

都是“名气”惹的祸

目 录

有道茶叫“随便”	(143)
在电视里正确地浪费时间	(146)
中空棉	(148)
“赵忠祥”是个皮鞋匠	(150)
V 字领	(153)
板拖	(155)
不幸的“皮尔·卡丹”	(157)
“出位”的女人	(160)
春天的品牌	(164)
打折与文化流产	(166)
灯芯绒	(169)
低腰裤	(171)
电脑的人格	(175)
口红与生活动机（时尚解码）	(178)
买假名牌的理由	(180)
男人的禁忌	(184)
缺乏宾语的“时尚评论”	(186)
容易受伤的眼睛	(189)
肉身——女人时装	(191)
生活在别处	(194)

——瘦马之时尚酷评

目

录

网络是个教唆犯·····	(197)
无袖衫：瓦解与重构·····	(199)
歇不下来·····	(201)
写真：与性感有关的动作·····	(204)
“新新人类”·····	(206)
性别是空洞的·····	(210)
“羞耻地带”的对话·····	(212)
沿着鼠标的方向，做梦·····	(216)
杂志海报·····	(219)
在“麦当劳”的对面·····	(222)
VIP卡：你不是个俗人·····	(224)
被阉割的语言能力·····	(227)
不要艺术，只要好看·····	(230)
扯块窗帘做衣裳·····	(233)
穿高帮靴的女人·····	(235)
等待比行为有意思·····	(238)
电脑病毒与人类的原欲·····	(241)
都市肥皂剧·····	(244)
都是名气惹的祸·····	(246)
访问时尚·····	(248)
旧石器时代的肉体崇拜·····	(252)

都是“名气”惹得祸

目 录

焗油与假发·····	(257)
可疑的香氛·····	(260)
另一种“夜生活”·····	(263)
每一季的喧哗·····	(265)
门 襟·····	(268)
名牌不是“东西”·····	(270)
南京：时尚的偶然邂逅者·····	(274)
女人的“政变”·····	(278)
女人的鞋子是多余的·····	(283)
女人开口说话·····	(286)
堕落的好处·····	(288)
披 肩·····	(292)
皮 草·····	(294)
“啤酒小姐”·····	(296)
瓶装的干花·····	(298)
闪光面料·····	(302)
诗意的栖居·····	(304)
世纪末的情书·····	(307)
“数字化生存”中的鲜花与陷阱·····	(311)
我很简朴，但不清贫·····	(319)
西装里的另外一种文化·····	(326)

098150

目

录

邮包的确是你的（流行病）	(328)
有些事，你可以掉头就走	(331)
与头发有关或者无关	(335)
在“吧”里	(338)
在“瘦身”中突围	(342)
在“时尚”里暗箱操作	(345)
在香水与体味之间	(349)
主打歌	(352)
揭发“排行榜”	(354)
音乐人	(357)
明星是一把匕首	(359)
给你好看	(361)
自由撰稿人	(363)
好男人在过去的时光里	(365)
被“篡改”的汉语	(370)
一不小心	(375)
“内在的躁动”	(377)
引颈向天	(380)
卖 点	(382)
寻找一步裙	(384)
后 记	(387)

“欢迎光临”，但是——

80年代的人懂得些生意经了，开门揖客客套起来。记得那时比较流行的口头语是：“您需要点什么？”。90年代的人不这么直接了，会点曲里拐弯的机巧：“欢迎光临！”。我现在其实说的是国营商业。不用多讲，即便是语言上的转变也是令人欣慰的，这里面最起码体现了对人的宽容：不再强求顾客一定要消费点东西。你可能注意到我使用了“即便”这个词，“即便什么呢？”

作为普通消费者你应该可以自己回答上述问题。除非你一不出门，二是手到衣来饭来张口，只要逛商店你一定受过营业员的白眼、冷眼、鹰眼。你进得店来东张西望既不坐地问价又不肯“捐款”，人家那句“欢迎光临”岂不喂了狗？送你白眼已经客气。你东摸西捏，脏了人家物品，还不愿意做些许奉献，难道要让人家对你青眼相加不成？冷眼看你是对你此类行为之不耻。钻进货架迟迟不出来，能怪人家警惕地伴你左右吗？

欢迎的方式不是仪式，不一定需要升红旗，不一定需要列队，不一定需要闭门时鞠躬，但一定需要给别人以人格的尊严。套用一句话：“我不同意你的看法，但我一定要捍卫你说话的自由”。90年代的营业员多少懂得了文明经商的一些法则，但是又有多少人是在心理“文明”呢。我曾在中央商场的手表柜台有意地做过一次小测试：专门

盯着名牌手表提问，始终不急于露出购买的意思，仅仅用了4个回合，营业员就不耐烦了，甚至有位小姐嘲讽说：“你先看好价格再问”。这些人心理存在一种思维定势：你问了表示你对此感兴趣，你要是试了则表示你准备进入购买程序了，如果你不幸又讨价还价，你就只要购买的份了。换句话说，他们的服务是要立即兑现的。他们不知道服务的价值回报一方面体现在商品的价格中，另一方面又体现在企业形象的“成本”上。而后者是一笔无形资产。顾客在这种环境下，购买的欲望容易被扭曲，他们与商家之间的关系开始对峙起来。久而久之，相互就会产生不信任感。

国外在中国设立的专卖店大多深谙此道。他们迎客的招呼语通常是：“您好，请随便看”。您要买，没关系，走的时候再送你一句：“您走好”或者“希望您再次光临”。给人的感觉：你看了我们的货品就等于是给我们面子。顾客怀着这样一来的念头，自然没有压力，甚至有时还会生出些豪气来：给别人撑台应该拿出点具体行动呀。噢，人家感情投资终于没有白费。到那种时候，顾客与营业员之间的关系就有点像婚外恋了：情有所寄（只要逛街就会下意识地跑去看看），偶尔出轨（乱买一些不需要的物品）。

尊重别人其实是人类最基本的义务，所以既不必把它说得有多高，当然也不可以粗糙对待。否则我们将来都不敢上街，更不要说问价和购物了。

“白领”解读

1999年初参加一家刊物的研讨会，会上有很多媒体朋友一致提出，该杂志应该首先抓好定位，也就是刊物的销售对象。结果谈来谈去，事情又扯到了“白领”。一位朋友的理由是：我们的杂志品位较高，定价也高，一般读者肯定很少问津，而这一点恰好投合了白领人士。又过了一段时间，东北的朋友来宁约稿说：我们的杂志现在已经彻底改变了面貌，以后文章的着重点在白领上。你可以多写一些有关时尚话题方面的评论文章。

大家对白领阶层好像都“英雄所见略同”。我不得不开始留心起来。

“白领”一词是绝对的舶来品，中国的康熙字典没有登录，敦煌壁画中没有提示，民间流行口语里更缺乏此类说法。查《考林斯英语词典》中“白领”词条：work ers working in office rather than doing manual work in industry.意思是：白领指那些坐在办公室内从事非体力劳动工作的人。查《企鹅学生英语词黄》，其解释为：

working with her/his brain rather than her/his hands: 从事脑力劳动的人。这样我们不难发现，白领首先是打工者（workers），其次必须借助脑力劳动，而非体力劳动。西方资本主义国家中大体上把从事体力劳动的人称之为BLACK COLLAR（蓝领），从事脑力劳动的人称为

WHITE COLLAR (白领)。那么，COLLAR 又是什么东西呢？按其第一定义是“衣领”。而 BLACK COLLAR 就是黑黝黝的领子，自然是汗汁与灰尘结合的结果，中文译做“蓝领”，为什么不直接翻译成“黑领”呢？我们暂且估猜是防止引发种族歧视；WHITE COLLAR 则是白白净净的领子，身处一尘不染窗明几净的空调房间，哪里有劳力之苦？现在这两个词都分别有了引伸的涵义，它实际上包含了一种价值观对另一种价值观的态度，一种身份对另一种身份的态度。西方社会对白领和蓝领的划分采用比较严格的标准，已不仅仅以脑力与体力作为根本的区别。另一个关键尺度是：收入。达不到某个线，就被自动踢出圈外。不过这个尺度实在太难把握，1994 年在美国一些生活杂志将年薪在 8 万美元从事纯粹脑力劳动的人都归入白领。到 1996 年，8 万的数字已经赶不上时代的发展速度，而眼下据说连大学教授也不能算白领了。如果将美国人的以钱为导向的理论移植到国内来，恐怕只有牟其中之辈才称得上是白领了。

在一个年平均收入尚不足 100 美元的国家谈论白领是否有点奢侈？中国有真正意义上的白领吗？

“白领”作为一个完整的概念进入中国的准确时间已经无从考证。但大体上可以归入大陆商品经济气氛较为浓重的时期，那就是 1980 年（开放后的第二年，这一年外企在大陆开始设立办事处）。毫无疑问，现在有相当数量的人热于谈论“白领”，那种兴奋状态和他们装模做样在“肯德基”和“欧陆风情”一类的“吧”中的时尚感觉非常配套。中国历来讲究观念，封建社会流毒的触角延伸到社会的各个角落和不同时期。60 年代“血统论”甚嚣尘