

化妝品廣告中女性的多重審視

——以 1918 至 1925 年間《申報》中旁氏廣告為例

國立中央大學藝術學研究所 張育晴

摘要

中國近代化妝品平面廣告中出現東方女性圖像，約起於 1910 年代末，一直到 1940 年代末。1919 年左右，已有許多外商在上海活動，並在《申報》上刊登廣告進行行銷，其中便包含許多女性化妝品廣告。在美商旁氏的「白玉霜」廣告中，常見女性以攬鏡自照的形象出現。這種藉著鏡子審視自己的容貌，悅人變悅己的轉變，代表當時代女性對自身「美」更加地關切。

透過鏡子自我審視的圖像傳統在中外繪畫上並非首次出現，然而，為何在這個時期被「旁氏」廣告普遍的運用？本文將透過觀察「旁氏」在《申報》上女性圖像的應用，以期對當時代女性形象的變化有更深入的了解。

關鍵字

申報、旁氏白玉霜、化妝品、攬鏡自照、張光宇、謝之光

前言

二十世紀上半期，中國正努力擺脫帝國主義壓迫與封建社會的禁錮，逐步建立起獨立自主的民族國家。此時「女性」也成為了社會關注的焦點議題。許多婦女解放運動的興起，致使女性對於「美」的意識發生了改變。從封建社會中「女為悅己者容」的心態，過渡為對自身美更加地關切。大眾媒體的興起，同樣加速了這個時期女性形象的塑造與傳播，與女性有關的圖像，頻繁出現在報紙、雜誌、電影等傳播媒介上。其中廣告畫可說是中國近代經濟發展的產物，廣告畫中的女性形象同時也是反映社會文化的最佳窗口。

創辦於 1872 年的《申報》，為近代中國發行時間最久、具有廣泛社會影響力的報紙之一。¹ 自《申報》廣告畫出現以後，女性圖像就頻繁地出現在化妝品的廣告中，不論是「吉布森女孩」、「東方古典女性」、「新女性」、「家庭女性」、「裸露女性」，以及女明星等眾多年輕美女的形象都曾出現過。² 根據統計，在 1934 年 9 月 1 日的《申報》上共有 24 個版面，另外附有 12 版的增刊，其中近 18 個版面中都是廣告，而在這些廣告中，女性廣告佔據了主要地位。³ 通過考察化妝品廣告中女性形象變遷，不僅可以探索化妝品在近代中國的銷售過程，亦可結合當時的社會文化，探究女性美的建構過程。另外，化妝品公司也伴隨著化妝品的需求日漸增長，許多外商挾帶著強大資金，投入中國的化妝品市場，包括英商「夏士蓮」、日商「資生堂」、美商「旁氏」等。外商廣告主巨大的廣告需求，使得這些進口貨品的廣告大量在《申報》上刊登，然而外商公司究竟會選擇以什麼樣的女性圖像和形象呈現在中國的消費者面前？他們所選擇的畫家與背後的考量為何？

目前已有不少學者針對《申報》上中國近現代女性的形象、社會地位、化妝品廣告策略進行探討，但尚未看到對於此一時期，特定外商廣告中的女性審視角度逐一探討的專文。而《申報》上美商旁氏「白玉霜」廣告畫中的女性形象多變，其中多可見女性對著鏡子自我檢視的畫題。旁氏白玉霜的廣告，1918 年首次出現於《申報》，此後七年內，便常以女性照鏡子的題材入畫。到底「攬鏡自照」這樣的畫題是「女為悅己者容」的道德宣導？亦或是女性對於「自身美」的審視？

筆者在本文中，將著重於分析美商旁氏 1918 至 1925 年間於《申報》上的廣

¹ 參考自維基百科，《申報》：<https://zh.wikipedia.org/zh-tw/申報>（2018/11/10 瀏覽）。《申報》自 1872 年 4 月 30 日出版第一期開始，一直到 1949 年 5 月 27 日終刊，前後長達 78 年之久。

² 張鑫，〈抗戰前《申報》化妝品廣告中女性形象變遷——兼論女性美的構建〉，《歷史教學》12 期（2016），頁 45。

³ 田炎，〈三十年代報紙廣告中的女性形象分析〉，《湖南工程學院學報：社會科學版》17 卷第 4 期（2007），頁 54。

告畫中的女性形象。文章共分為三個部分，首先將梳理當時社會背景，尤其關注二十世紀初外商在中國的活動與廣告的刊登的情況，並說明《申報》在其中扮演的角色與定位，接著觀察旁氏白玉霜廣告畫中一系列以女性為主角的圖像，進而再將其分為空間、服飾、自我審視等部分進行討論，並搭配廣告內文與訴求，以釐清當時女性在社會上形象的變遷。

一、二十世紀末至二戰前外商在中國的活動情況

根據甲午戰爭之後的《馬關條約》，外國人可以在中國開辦工廠，此後，黃浦江下游的楊樹浦地區陸續開設眾多的近代企業。因此大約從十九世紀末開始，西方列強與日本便利用工業化生產出來的產品創造競爭優勢，同時借助廣告這一商戰利器，開始在海外市場大闢疆土。近代中國由於工業上的落後，逐漸成為了西方品牌重點開拓的海外市場。⁴

這個時期的中國市場上，充斥著來自各國的進口商品，當中亦包含了許多持續至今的化妝品品牌。這些化妝品主要來自的國家「以法國為最多，英、日次之」。以髮飾為例：「每歲輸入者其數可驚，就中以飾髮品一項而論，年亦不下百萬金以」。這些舶來品打著「風行世界」、「質料優良」等旗號在華傾銷售。⁵

而發展於 1850 年代上海的租界區，在當時可說是近代中國與西方交流的主要門戶。當時在上海的外國人士數量非常可觀。據統計，1891 年上海有外籍企業 280 家，外僑 4956 人，到了 1911 年，外籍企業則達到 2 萬 5828 家，外僑 1851 萬 2471 人，分別都有大量地增長。⁶ 對於一個移民文化來說，上海設有許多西方語言、文化的教學場所，如新式學堂的開辦、圖書館的興起、外來語的採用等，但相比之下，上海跨文化的傳播與交流，更是透過廣泛的廣告宣傳、文化新聞報刊等形式進行傳播。⁷

不過由於中國早期的廣告主在報紙刊登的理念尚未普及，因此大部分民眾所接觸的廣告仍以外商廣告居多，而這些廣告中所使用的圖像，許多運用了中國傳統元素。另外，為了方便打廣告，許多外商也在上海開設廣告公司，其中較早出現的是法商法興印書館開設的廣告部，主要經營路牌廣告。1915 年則可見義大利人貝美創設廣告社，經營戶外廣告。以及 1918 年新聞記者出身的美國人克勞

⁴ 龐菊愛，〈近代西方品牌在中國擴張的策略研究——以《申報》為樣本〉，《新聞界》17 期（2013），頁 71。

⁵ 楊齊福，王彥妮，〈20 世紀 20 年代《申報》化妝品廣告述論〉，《江蘇師範大學學報（哲學社會科學版）》43 卷第 6 期（2017），頁 75。

⁶ 李婷，《廣告摩登：近現代中國商業廣告海報研究》（上海市：上海錦繡文章，2011），頁 10。

⁷ 李婷，《廣告摩登：近現代中國商業廣告海報研究》，頁 11。

(Carl Crow, 1884-1945) 創辦克勞廣告公司，經營路牌與報紙廣告。⁸ 報紙部分則以 1872 年英國人安納斯脫·美查 (Ernest Major, 1841-1908) 所興辦的《申報》為主。

在各家媒體中，《申報》可以說是近代上海主力媒體的代表，自然也就成為西方品牌廣告的商戰陣地。⁹ 因此，通過對《申報》廣告的研究，可以探知西方品牌近代時期海外擴張的策略。《申報》自創刊以來便非常重視廣告經營，1912 年創辦人之一的史量才 (1880-1934) 改革辦報模式，強化廣告經營，擴大廣告版面。在史量才主持《申報》的期間 (1912-1934)，十分注重廣告業務。1913 年，《申報》經理張竹平對《申報》廣告的經營模式進行了改革。到了 1915 年 4 月，《申報》廣告面積已超越新聞面積。¹⁰ 三年後，1918 年 4 月《申報》首創了系列廣告。同年，《申報》添置了美國最新式的印報機，每小時可印三大張對開報紙 4 萬 8000 份。1919 年的《申報》已具備當時較高的印刷水平，廣告作品因此得以較細緻清晰的印刷呈現，同時《申報》也開始擁有自己專門的廣告編排創作人員，廣告的編排上文圖並重，具有強烈視覺吸引力。¹¹

在這段外國資本侵略中國市場的漫長過程中，國貨運動的興起，或許也間接影響了外商在刊登廣告時的策略。1912 年至 1919 年間，列強正忙著打仗無暇東顧，民族工業得以喘息。從二十世紀初就已興起的國貨運動在這段時間內，有了發展的空間，不過這時期的國貨運動，不以抵制外國貨品為主，而是著重於製造國貨與購買國貨，因此西方進口商品在中國仍有一定的市場。再加上外商巨大的廣告需求，在國貨運動的期間，《申報》仍然為外商廣告保留了可觀的宣傳陣地。

然而 1919 年後，抵制外國貨的聲浪，隨著西方列強在巴黎和會上瓜分中國領土的決議達到高峰，尤其以「抵制日貨」最為主要，其他國家的進口商品也多少受到影響，不過這時期的進口商品並沒有完全退出中國市場，其物美價廉的品質，與多元的廣告戰略，使得這些進口貨品繼續活躍於《申報》與中國的市場上。

二、1918 至 1925 年間《申報》上的旁氏廣告

1918 年 11 月 9 日，當旁氏白玉霜的廣告第一次出現在《申報》上【圖 1】，此後白玉霜的廣告更以各種不同的形式出現，其中在 1918 年至 1925 年間「女性照鏡子」形象的廣告圖樣占了非常大的比例。因此，以下章節中將討論 1918 年

⁸ 吳詠梅，李培德編著，《圖像與商業文化：分析中國近代廣告》(香港：香港大學出版社，2014)，頁 30。

⁹ 龐菊愛，〈近代西方品牌在中國擴張的策略研究——以《申報》為樣本〉，頁 71。

¹⁰ 楊齊福，王彥妮，〈20 世紀 20 年代《申報》化妝品廣告述論〉，頁 71。

¹¹ 張亞萍，〈1919 年間申報廣告表現研究〉，《廣告大觀 (理論版)》2 期 (2013)，頁 48。

至 1925 年間旁氏在《申報》上所刊登的「白玉霜」系列廣告，觀看其廣告圖樣的變化過程。

早期的旁氏白玉霜廣告畫【圖 1】【圖 2】【圖 3】，大多直接以產品作為廣告文本中的主要形象，產品上的標籤以中英文出現，標題列於產品上方，底下則加上「請試之」的字樣。這個時期《申報》標題與內文字體可以區分為印刷體與手寫體兩大類，前者常使用不同字號，大小隨意，後者則多結合中國唐楷、魏楷、隸、篆等各種書體，並靈活運用於文字說明以及圖畫中，再加上書寫者深厚的筆力修養，使得整體設計配合恰當，字體本身就成為一種吸引讀者視線的廣告表現手段。¹²

1919 年 4 月 26 日【圖 3】之後的白玉霜廣告，整體圖像較先前的廣告來得清晰，可以看出 1918 年前後，《申報》從國外購入當時最先進的新式印報機、製銅版機等印報設備，帶動了 1919 年之後整體印刷質量提升的效果。

另外，早期的白玉霜廣告中的瓶罐是以正面呈現，然 1919 年 4 月廣告中所出現的白玉霜產品則改以斜側面形式呈現，顯示出立體感的提升。在 1919 年 4 月至 6 月間，這兩種商品樣式仍持續混用，但在之後的廣告中，【圖 3】中這種較具立體感的商品圖像則取代了原先較平面的樣式。

1919 年 8 月 31 日【圖 4】，白玉霜的廣告開始採用了女性照鏡子的圖樣，鏡中身穿元寶領的中式服裝女性，透過一面邊框搭配著花朵的圓鏡呈現給觀者。在 9 月 14 日【圖 5】的廣告中，同樣可見一名女性正專注地對著中國傳統樣式的梳妝台擦白玉霜，梳妝台上與廣告文本左下角的白玉霜商品，皆是以【圖 3】中較立體的樣式出現，1920 年 1 月 4 日【圖 6】這則恭賀新年的廣告中，可以看見白玉霜的瓶罐立體感又更上一層樓，瓶罐側面「POND'S」的字體，透過黑線刻劃，呈現出光影對比，使得字樣更具凹凸立體感，背景則是以中國傳統筆法描繪的梅花等植物。總結旁氏白玉霜早期廣告與 1920 年初這三件廣告樣本，女性的服裝、形象、物件放置的背景仍較多傳統元素。

接著，在 1920 年 1 月 18 日【圖 7】的廣告中，一名留著短髮攬鏡自照、穿著中式立領傳統裝束的女性，她的髮型已然跳脫傳統婦女，髮飾改為蝴蝶結緞帶，以充滿活力、流動線條的表現方式，自盛開的玫瑰花中湧現。2 月 15 日【圖 8】的廣告中，主標題則是自右上斜至左下，廣告內文提到：「衣飾新，容貌新，新新不已，應不負此新年矣」，同時強調了衣飾與女子容貌的重要。女子造型除了著有腰身剪裁的新衣、邊緣以小珠子點綴的新帽外，還有皮草圍脖等非中式的配件。不過，2 月 29 日【圖 9】、3 月 7 日【圖 10】、4 月 11 日【圖 12】的廣告中

¹² 張亞萍，〈1919 年間申報廣告表現研究〉，頁 49。

所出現的女性，仍是以不同的姿態的傳統婦女形象出現，透過鏡子，各自呈現外界與女性自身對於「美」的重視。

之後 4 月 25【圖 13】、7 月 6 日【圖 14】、8 月 26 日【圖 15】出現的廣告，都可見以全身入畫、被框於花草圖騰的邊框內，且正在審視鏡中自己的樣貌的女性。不同於以往廣告設計者常將商品置於角落，這三則廣告中的商品和人物擺放於同一個空間中，沒有特別被邊框或是廣告內文所隔開，商品比例也較之前的廣告更接近人物的大小，這種視覺與設計觀念的轉變，或許同樣受到外來設計元素的影響。其中【圖 13】【圖 15】中的女性不只身穿西方便服，同時也置身於西式的傢俱與場景中。

在 10 月 15 日【圖 16】、12 月 2 日【圖 17】兩則廣告畫中，可同時見到著西式與中式服裝的女性出現在同一個畫面上。另外一個特別處在於，這兩則廣告的下方，皆可以發現「光字畫」【圖 16-1】【圖 17-1】的字樣。筆者考察《申報》上差不多時期，在另外一則由「南洋煙草公司小說欄」於 1920 年 4 月 23 日所刊登的廣告畫中【圖 18】，亦出現了相同的署名字樣。而此「光字」正是當時擔任南洋兄弟煙草公司廣告部繪畫員的張光宇（1900-1980）。另外在 1920 年 12 月 25 日《申報》上，一則「南洋兄弟煙草公司」所刊登的愛國菸廣告畫的右下角【圖 19】，亦可以看到當時也在其中任職的謝之光（1900-1976）的簽名。

1918 年，張光宇經張聿光介紹，於《世界畫報》社擔任丁悚（1891-1972）助手，並以「光字」筆名發表作品，創作了大量插畫。¹³ 同年第五期畫報封面的左下角，便出現了「光字」【圖 20-1】的簽名字樣，畫面上側身站在新式家具前的女性樣貌，與【圖 17】廣告中右邊第二個女性的側臉樣貌描繪方式接近【圖 21】。另外，考察同一時期《申報》上與張光宇有關的新聞廣告，一則 1920 年 9 月 30《新聲雜誌》即將出版的預告，其中提到：「本雜誌之繪圖者丁悚但杜宇張光宇馮左泉錢病鶴諸明畫家」【圖 22】，可以看出張光宇不只任職於單一家雜誌或畫報公司，推測張光宇在此時期替旁氏繪製廣告畫且留下簽名的原因，或許是替自己所繪的畫報與其他雜誌打廣告的手法之一。另外筆者也推測，或許當 1919 年《申報》開始擁有自己專門的廣告編排創作人員後，張光宇與謝之光等畫家，因任職於「南洋兄弟煙草公司」，所以也與同為外商所創辦的《申報》有所合作。

張光宇替旁氏繪製的廣告文本在 1921 年間不斷重複刊登，一直到 1922 年 4 月 2 日，旁氏白玉霜才出現了另一個新系列的廣告文本。這個系列的廣告文本一共有六則，在畫面的右下角可見廣告的編號，還有前述畫家謝之光的簽名字樣【圖 29】。在這個系列中，前三則的女性不論在穿著或背景上，皆回歸了傳統的樣式

¹³ 參考自北京畫院美術館：20 世紀中國美術大家系列講座（十七）——民間·情歌：解讀張光宇藝術：<<http://www.bjaa.com.cn/news.html?hcs=11&clg=171&news=351>>（2018/03/25 瀏覽）。

【圖 23-25】。對照謝之光 1920 年替愛國煙繪製的廣告，可以看出畫家對於人物與場景的選擇，皆展現出古典的氛圍。然而在系列廣告畫的第四與五則中【圖 26-27】，畫家筆下的女性可能參考了當時女學生的造型。【圖 27】的女性主動走出了戶外，身後的大門與門外的汽車，皆為現代西式產物。系列畫的最後一則，服飾與背景皆已跳脫了傳統中國樣式。內文雖為「攬鏡凝思」，但畫面中的女子眼神卻看向觀者，好似在邀請觀者一同欣賞其美貌，且期望透過外界的眼光給予容貌肯定。【圖 28】。

之後 1922 年 5 月 10 日的廣告中，女性身著西式便服，手持陽傘【圖 30】，雖無畫家的簽名，不過根據女子的面容與妝髮描繪方式，推測或許同樣出自謝之光之手。同年 5 月 12 日的廣告畫中描繪的是一位姿態端莊的傳統女性，坐在敞篷車中外出的景象【圖 31】。之後一年多的時間裡，旁氏白玉霜在《申報》上所刊登的廣告，多次使用謝之光這一系列的作品進行輪替刊登。1925 年 4 月 21 日，可以看到旁氏又再次推出了謝之光繪製的系列廣告畫，這系列廣告中皆可見「贈送樣品」的兌換券。第一則廣告是對著鏡子審視自己的女性【圖 32】，不同於以往的中式庭園與梳妝台，她所在的場景為現代的浴室。一個月後第二則系列廣告畫【圖 33】，則可見左手轉動門把，身著褲裝準備出門的女性。6 月 11 日最後一則系列廣告畫中【圖 34】，為一名腳踩高跟鞋、衣著時尚的新女性，置身於傳統中式庭園的背景。由此可見，當時的中國女性在經過外界與自我認可的過程後，變得更加自信，且多走出戶外，漸漸拿回「審視」的主權。之後旁氏白玉霜的廣告雖仍在《申報》上刊登，不過較少以傳統或是攬鏡自照的形象出現，廣告文本中商品圖像所佔的比例越來越重，部分白玉霜廣告甚至只以商品形式出現【圖 35】，而無女性圖像搭配於一旁。

三、旁氏廣告中女性形象之塑造

旁氏雖為美商公司，不過其在《申報》上所刊登的白玉霜系列廣告，使用了許多傳統的中國元素，大多的設計都是出於中國畫家之手。上一章節所討論到的旁氏白玉霜中的女性廣告一共有 23 則，其中置於傳統空間，且身穿傳統服飾的女性共有 10 件，其餘作品中的女性多以中西合併的形象出現。以下章節將會繼續探討以上白玉霜廣告文本中的空間環境、服裝造型、女性的審視三個部分，並同時參考廣告內文進行討論。

（一）空間環境

在白玉霜較早期的廣告中，女性大多置於較為傳統的空間中，如【圖 5】。在 1920 年 3 月 21 日【圖 11】的廣告中，主題為「粧台自述」，左上角可見一組完

整的中式梳妝台，雖然畫面中並未有女性出現，不過觀者仍可以想像這個梳妝台的主人是一名中式傳統女性。另外，旁氏也會搭配充滿詩意的廣告詞，如【圖 4】中的廣告詞：「花容月貌，玉潔冰清」，除了烘托出整件作品的古典氛圍外，更強調了女子「修容」便是「修德」的一環。另外一組女性置於傳統空間的表現手法，則可見於 1922 年謝之光所繪製的系列廣告。謝之光所繪製的背景較先前的廣告更加繁複且精緻，空間也融入了不少西洋的景深與透視，許多應為中產家庭中才會出現的場景。此外，在這系列廣告中所搭配的廣告詞同樣較為古典，並利用相同的韻腳使台詞更加朗朗上口，如【圖 23】【圖 24】中提到：「春光明媚中，亭亭玉立，亦增艷麗」、「未敷脂粉先塗霜，芬芳潤澤顯榮光」。這些置於傳統空間的廣告中強調，只要持續使用白玉霜，便可以「光彩比從前煥發」，吸引消費者購買。

相對地，在白玉霜的廣告中，將女性置身於西洋化場景的時間則出現得較晚。首先可見於【圖 13】【圖 15】，除了廣告花邊以花朵紋樣裝飾外，後者長凳的椅角具曲線的表現方式，反應出受到西式風格設計影響。前者點出白玉霜使用時機應在「搽粉之前」，後者則強調白玉霜的獨特性「乃化妝品中之最有價值」。另一個西洋化場景中的例子，則可見於【圖 32】，畫面中女性擦保養品的地方不再是中式梳妝台，而是在浴室的鏡子前，不過透過畫面中女性的形象與廣告詞最後一句「節錄西廂記借廂三煞句」，顯示出畫家仍借用中國傳統文化相關的元素，對圖畫的題材與樣式進行創作。因此整體作品同時具有了傳統文化特徵，並體現出一定的文化內涵和中西合併的藝術精神。而旁氏白玉霜廣告中使用中西合併手法的場景，同樣可見於走出戶外或是出遊女性的廣告畫中，如【圖 16】【圖 27】【圖 31】等。

（二）服裝造型

二十世紀初的上海，可說是流行服飾的中心，《申報》中女性的服飾融合了古樸與新潮。在廣告的前期，女性大多以旗裝立領形象出現，不過，某些女性雖身穿中式服裝，但在髮型與髮飾上已然西化，如【圖 7】【圖 9】，後者廣告詞中強調「新年中靚妝出游，人皆不賞吾衣而賞吾貌，蓋儂衣雖美，終遠不如貌，而儂貌之美，實為旁氏白玉霜之功也」，在這則廣告中，畫家以髮型、髮飾引領觀者將目光放置於女子面容上，而非服飾。不過到了張光宇所繪製的【圖 16】與【圖 17】時，消費者可同時見到婦女穿著傳統旗袍與西式便裝，兩組服飾在衣領的變化上十分明顯。例如【圖 16】中右側女子腳蹬高跟鞋與旁邊女子形成明顯的對比；【圖 17】中穿著中式旗裝與外加背心，或是圍脖的女性，與著新潮時裝、配戴手錶女性的比例各占一半，兩則廣告詞中皆寫道：「普天下士女，莫不視之為至好之良伴也」、「故幽人雅客、淑女、良媛皆視為良伴」，試圖將客群推廣至各種不同品味的仕女之間。

廣告畫中出現的其他西式流行單品，可見於【圖 8】中的女性。這位年輕女性圍著披巾領亦或是圍脖，衣飾的腰線與袖口皆經過改良，帽子的版型似乎綜合了塔姆·奧尚特帽 (Tam O'Shanter cap)【圖 36】與無邊帽 (Toque hats)【圖 37】。前者是類似貝雷帽與頭巾的軟帽，後者相較於前者質地較硬，且往往配戴的位置更接近頭頂。一些愛好流行的女性甚至會在上頭點綴一些小珠子、金屬片或者刺繡。¹⁴ 另外，1925 年【圖 34】中的女性穿著的改良式大衣，款式類似 1924 年 Trenchcoat 為 Burberry 所做的經典風衣設計圖【圖 38】。翻領排扣的設計再加上腰部的束帶，俐落且修身。隨風飄逸的格子裙同樣是來自西方的剪裁，完美的展現出中國新女性的自信與時尚。

(三) 女性的審視

《申報》廣告中的女性常具有雙重角色定位，一方面是作為商品的直接消費者，另一方面則是作為「被看」的「他者」，以及「被欣賞」的「商品」。當時《申報》廣告中對女性形象的塑造，許多烙印著男性觀者與封建社會中的意識形態。早期的旁氏白玉霜廣告中，同樣運用了此一手法進行行銷。這些廣告中的女性雖無「手握明鏡，顧影自憐」，但分別觀察【圖 4】與【圖 9】中的廣告詞：「花容月貌，玉潔冰清」、「新年中靚妝出游，人皆不賞吾衣而賞吾貌，蓋儂衣雖美，終遠不如貌，而儂貌之美，實為旁氏白玉霜之功也」前者看出對於女子「修德修容」的強調，後者則是表現出女性仍需要透過「被觀看」的過程來自我肯定。不過於此同時，其他白玉霜廣告中置身於傳統空間、身穿中式服裝的女性，其所搭配的廣告內文中亦可見到新女性的特質與新社會風氣的漸行，例如【圖 4】【圖 5】【圖 31】：「此霜無絲毫油膩終可用晚間赴會觀劇穿著時均可用之」、「君於乘摩托車時或出外游行可用旁氏白玉霜」、「風馳電掣 其樂泱泱 須防塵沙 侵犯嫩膚」。她們不再是足不出戶，傳統且保守的象徵，這些女性走出戶外、追逐流行、崇尚休閒，並開始將個人發展與社會聯繫起來。

關於「攬鏡自照」這樣的題材，在中國歷史上並非特例。最早於《女史箴圖》中，便可見女性攬鏡修容修德之場景，1979 年中華書畫所出版的《點石齋叢書》〈中輯仕女〉中，也不只一次出現傳統仕女透過鏡子自我審視的場景【圖 39-1】【圖 39-2】。¹⁵

然而透過鏡子「自我審視」的主題，同時也是二十世紀上半資生堂視覺廣告設計的其中一個核心。在銷售西方已非常普及的面霜時，資生堂選擇直接使用「跨越種族」的概念作為圖像主軸。【圖 40】中資生堂亦不受限於歷史背景，將瑪麗·

¹⁴ 參考自：水田英松，1920 年代女帽：<<https://www.douban.com/note/327087694/>>(2018/11/10 瀏覽)

¹⁵ 蕭健君編，《點石齋叢書全集》(臺北市：中華書畫出版社，1979)。

安東尼（Marie Antoinette, 1755-1793）與日本的現代新女性，放在同一空間中進行對談；【圖 41】中的主角則是一位異國的女性，這個主題發想自一張廣為流傳的圖片：在法國殖民時期，一名的奴隸在女主人從社交場合回家後的夜晚時分，奉上眾多美麗的產品。¹⁶

同樣是銷售面霜，資生堂的廣告在設計上多可見挪用了外國典故與圖像進行銷售，但是《申報》上旁氏白玉霜的廣告中則多保有中國的元素與傳統。此時期旁氏白玉霜的廣告中，以傳統婦女形象出現的女性仍佔多數，其餘亦以中西合併的樣貌出現，而非全盤異國化。或許美商旁氏礙於中國持續進行的「國貨運動」而有這樣的策略選擇，也可能是中國畫家將自身對國家的認同，直接反應於作品之上，此背後多元交錯的因果關係仍有待日後持續的探討。

結語

十九世紀末二十世紀初，外國進口商品在中國傾銷，並借助廣告的宣傳，進入大眾的生活中。大量的進口商品激起中國「國貨運動」的發展，同時也改變了外商在中國的廣告行銷策略。值得注意的是，國貨運動的進行，常是以西方的媒體與模式進行宣傳。¹⁷ 也就是說，在這個時期西方行銷的廣告手法，已深植於中國人民心中，中國人民在抵制外來貨的同時，也助長了這類廣告媒體的興盛。

其中《申報》的興起，也引發了當時運用女性形象為廣告的風潮。然而根據研究，1915 年至 1919 年間，《申報》的洋貨廣告中甚少使用女性的圖像，一直到了 1919 年下半年開始，有關女性的廣告才明顯增多。到了 1921 年，《申報》中的女性廣告類型越發多樣，行銷手段運用自如。「女性」終於透過廣告的平台，向世人展示出不同於傳統的獨立形象，¹⁸ 而這樣的特質同樣體現在美商旁氏白玉霜的廣告之中。

根據旁氏在 1918 年至 1925 年間白玉霜的廣告，可以發現廣告畫中的女性深刻地反映出社會與時代的脈動。透過女性所處的空間環境、妝髮造型、配件服飾、

¹⁶ 參考自：VISUALIZING CULTURES，資生堂銷售術——20 世紀初的化妝品廣告與設計（二）：多元文化的魅力：

<https://gushi.tw/%E8%B3%87%E7%94%9F%E5%A0%82%E9%8A%B7%E5%94%AE%E8%A1%93%E2%94%8020%E4%B8%96%E7%B4%80%E5%88%9D%E7%9A%84%E5%8C%96%E5%A6%9D%E5%93%81%E5%BB%A3%E5%91%8A%E8%88%87%E8%A8%AD%E8%A8%88%E5%BC%88%E4%BA%8C%EF%BC%89/> (2018/11/10 瀏覽)

¹⁷ 楊紫晨，〈國貨運動對西方近現代廣告觀念在中國本土化構建的積極意義〉，《廣告大觀(理論版)》1 期 (2018)，頁 101。

¹⁸ 薛文彥，〈民初都市女性形象及社會地位的確立——以 1921 年《申報》女性廣告為例〉，《陰山學刊》21 卷第 5 期 (2008)，頁 26。

文案的表現等，觀者可以同時看到具有中國傳統特徵與都市摩登化特徵的女性出現於一個畫面中。廣告中同時可見一群將容貌視為一種德行追求的女性形象，與另一群正逐漸跳脫「為悅己者容」的傳統社會框架的新女性，這些女性相較於前者更為自信，且對自身美貌更加關切，並同時具備現代審美的情趣。然而女性對於自身「美」的關切，是否來自於「自我意識」的覺醒？亦或是受到當時《婦女雜誌》中不斷提倡女性衛生、化妝得宜等文章的影響？這部分仍有待日後更深入的探討。

不過，需要注意的是，雖然這個時期的中國受到了許多外來文化的衝擊，仍始終保有著本土化的特徵。廣告中可同時見到西洋化傾向與愛國主義的主題共存，沒有完全切斷與中國傳統的連結，並持續保有中國的傳統元素。

參考資料

中文書籍

1. 李婷，《廣告摩登：近現代中國商業廣告海報研究》，上海市：上海錦繡文章，2011。
2. 吳詠梅，李培德編著，《圖像與商業文化：分析中國近代廣告》，香港：香港大學出版社，2014。
3. 蕭健君編，《點石齋叢畫全集》，臺北市：中華書畫出版社，1979。

中文期刊

1. 田炎，〈三十年代報紙廣告中的女性形象分析〉，《湖南工程學院學報：社會科學版》第 17 卷，第 4 期（2007），頁 54-56。
2. 張亞萍，〈1919 年間申報廣告表現研究〉，《廣告大觀（理論版）》2 期（2013），頁 47-52。
3. 張鑫，〈抗戰前《申報》化妝品廣告中女性形像變遷——兼論女性美的構建〉，《歷史教學》12 期（2016），頁 45-53。
4. 楊紫晨，〈國貨運動對西方近現代廣告觀念在中國本土化構建的積極意義〉，《廣告大觀(理論版)》1 期（2018），頁 96-102。
5. 楊齊福，王彥妮，〈20 世紀 20 年代《申報》化妝品廣告述論〉，《江蘇師範大學學報（哲學社會科學版）》，第 43 卷，第 6 期（2017），頁 71-77。
6. 薛文彥，〈民初都市女性形象及社會地位的確立——以 1921 年《申報》女性廣告為例〉，《陰山學刊》第 21 卷，第 5 期（2008），頁 25-28。
7. 龐菊愛，〈近代西方品牌在中國擴張的策略研究——以《申報》為樣本〉，《新聞界》17 期（2013），頁 71-74。

中文論文

張文薰，〈葉淺予(1907-1995)1937 年前服裝畫分析〉，碩士學位論文，國立中央大學藝術學研究所，2017。

網路資源

1. VISUALIZING CULTURES，資生堂銷售術——20 世紀初的化妝品廣告與設計（二）：多元文化的魅力：
<<https://gushi.tw/%E8%B3%87%E7%94%9F%E5%A0%82%E9%8A%B7%E>

5%94%AE%E8%A1%93%E2%94%8020%E4%B8%96%E7%B4%80%E5%88%9D%E7%9A%84%E5%8C%96%E5%A6%9D%E5%93%81%E5%BB%A3%E5%91%8A%E8%88%87%E8%A8%AD%E8%A8%88%EF%BC%88%E4%BA%8C%EF%BC%89/> (2018/11/10 瀏覽)

2. 北京畫院美術館：20 世紀中國美術大家系列講座（十七）——民間·情歌：解讀張光宇藝術：
<<http://www.bjaa.com.cn/news.html?hcs=11&clg=171&news=351>>(2018/3/25 瀏覽)
3. 維基百科，《申報》：
<<https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E7%94%B3%E6%8A%A5>>(2018/11/10 瀏覽)
4. 水田英松，1920 年代女帽：<<https://www.douban.com/note/327087694/>> (2018/11/10 瀏覽)

資料庫

愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。

圖版目錄

- 【圖 1】《申報》1918/11/9。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 2】《申報》1918/1/4。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 3】《申報》1919/4/26。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 4】《申報》1919/8/31。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 5】《申報》1919/9/14。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 6】《申報》1920/1/4。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 7】《申報》1920/1/18。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 8】《申報》1920/2/15。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 9】《申報》1920/2/29。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 10】《申報》1920/3/7。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 11】《申報》1920/3/21。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 12】《申報》1920/4/11。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 13】《申報》1920/4/25。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 14】《申報》1920/7/6。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 15】《申報》1920/8/26。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 16】《申報》1920/10/15。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/11/18 瀏覽)
- 【圖 16-1】《申報》1920/10/15「光字畫」。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。
- 【圖 17】《申報》1920/12/2。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申

報》。(2018/11/18 瀏覽)

【圖 17-1】《申報》1920/12/02「光字畫」。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/8 瀏覽)

【圖 18】「南洋煙草公司小說欄」1920/4/23。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/8 瀏覽)

【圖 19】「南洋煙草公司小說欄」1920/12/25。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/8 瀏覽)

【圖 20】張光宇，《世界畫報》第五期封面。圖版來源：
http://www.sohu.com/a/168572756_460860 (2018/12/07 瀏覽)

【圖 20-1】張光宇，《世界畫報》第五期封面局部。圖版來源：
http://www.sohu.com/a/168572756_460860 (2018/12/07 瀏覽)

【圖 21】《申報》，1920/12/02 局部。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/23 瀏覽)

【圖 22】《新聲雜誌》廣告與局部內文。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/23 瀏覽)

【圖 23】《申報》1922/4/2。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/23 瀏覽)

【圖 24】《申報》1922/4/4。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/23 瀏覽)

【圖 25】《申報》1922/4/6。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/23 瀏覽)

【圖 26】《申報》1922/4/8。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/23 瀏覽)

【圖 27】《申報》1922/4/10。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/23 瀏覽)

【圖 28】《申報》1922/4/12。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/23 瀏覽)

【圖 29】系列廣告畫中「之光」的簽名。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/23 瀏覽)

【圖 30】《申報》1922/5/10。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/23 瀏覽)

【圖 31】《申報》1922/5/12。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/28 瀏覽)

【圖 32】《申報》1925/4/21。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/28 瀏覽)

【圖 33】《申報》1925/5/19。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/28 瀏覽)

【圖 34】《申報》1925/6/11。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申

報》。(2018/12/28 瀏覽)

【圖 35】《申報》1926/6/9。圖版來源：愛如生——近代報刊庫全文檢索版：《申報》。(2018/12/28 瀏覽)

【圖 36】塔姆·奧尚特帽 (Tam O'Shanter cap)。圖版來源：
<https://www.douban.com/note/327087694/> (2018/12/07 瀏覽)

【圖 37】無邊帽 (Toque hats)。圖版來源：<https://www.douban.com/note/327087694/>
(2018/12/07 瀏覽)

【圖 38】1924 年 Burberry 的風衣設計圖。圖版來源：張文薰，〈葉淺予(1907-1995)1937 年前服裝畫分析〉，碩士學位論文，國立中央大學藝術學研究所，2017。

【圖 39-1】《點石齋叢書》〈中輯仕女〉。圖版來源：蕭健君編，《點石齋叢書全集》，臺北市：中華書畫出版社，(1979)，頁 19。

【圖 39-2】《點石齋叢書》〈中輯仕女〉。圖版來源：蕭健君編，《點石齋叢書全集》，臺北市：中華書畫出版社，(1979)，頁 36。

【圖 40】1930 年資生堂海報。圖版來源：

<https://gushi.tw/%E8%B3%87%E7%94%9F%E5%A0%82%E9%8A%B7%E5%94%AE%E8%A1%93%E2%94%8020%E4%B8%96%E7%B4%80%E5%88%9D%E7%9A%84%E5%8C%96%E5%A6%9D%E5%93%81%E5%BB%A3%E5%91%8A%E8%88%87%E8%A8%AD%E8%A8%88%EF%BC%88%E4%BA%8C%EF%BC%89/> (2018/11/10 瀏覽)

【圖 41】1927 年資生堂海報。圖版來源：

<https://gushi.tw/%E8%B3%87%E7%94%9F%E5%A0%82%E9%8A%B7%E5%94%AE%E8%A1%93%E2%94%8020%E4%B8%96%E7%B4%80%E5%88%9D%E7%9A%84%E5%8C%96%E5%A6%9D%E5%93%81%E5%BB%A3%E5%91%8A%E8%88%87%E8%A8%AD%E8%A8%88%EF%BC%88%E4%BA%8C%EF%BC%89/> (2018/11/10 瀏覽)

圖版

<p>美顏最馳名莫如 之粉特 色名莫如 霜氏旁白 總代理上海怡昌洋行謹啓</p> <p>最有價值 請試之</p> <p>此粉美國最新出品中之特選 凡市上所售之花粉無不 多不美且易於脫落或 物不敷用或不能持久 本行所售之白粉係由 特別方法製成不特 潔白且能持久不 受潮濕之害且其 香氣芬芳持久不散 結實之氣味諸君 試之自知其妙 凡市上所售之花粉無不 多不美且易於脫落或 物不敷用或不能持久 本行所售之白粉係由 特別方法製成不特 潔白且能持久不 受潮濕之害且其 香氣芬芳持久不散 結實之氣味諸君 試之自知其妙</p>	<p>君會用 是際此 效是際此 功是際此 用會用 是際此 效是際此 功是際此</p> <p>霜氏旁白 總代理上海怡昌洋行謹啓</p> <p>請試之</p>	<p>美顏最馳名莫如 之粉特 色名莫如 霜氏旁白 請試之 總代理上海怡昌洋行謹啓</p>
<p>【圖1】〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1918/11/9。</p>	<p>【圖2】〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1919/1/4。</p>	<p>【圖3】〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1919/4/26。</p>
<p>君于乘車時或出外時可用旁氏白 霜之能力與時期如是搽粉一次 霜者可終日不必再搽 霜之氣味諸君試之自知其妙 凡市上所售之花粉無不 多不美且易於脫落或 物不敷用或不能持久 本行所售之白粉係由 特別方法製成不特 潔白且能持久不 受潮濕之害且其 香氣芬芳持久不散 結實之氣味諸君 試之自知其妙</p>	<p>君於出外之時或乘車時可用旁氏白 霜之能力與時期如是搽粉一次 霜者可終日不必再搽 霜之氣味諸君試之自知其妙 凡市上所售之花粉無不 多不美且易於脫落或 物不敷用或不能持久 本行所售之白粉係由 特別方法製成不特 潔白且能持久不 受潮濕之害且其 香氣芬芳持久不散 結實之氣味諸君 試之自知其妙</p>	<p>茶賀 茶賀 君若出外之時或乘車時可用旁氏白 霜之能力與時期如是搽粉一次 霜者可終日不必再搽 霜之氣味諸君試之自知其妙 凡市上所售之花粉無不 多不美且易於脫落或 物不敷用或不能持久 本行所售之白粉係由 特別方法製成不特 潔白且能持久不 受潮濕之害且其 香氣芬芳持久不散 結實之氣味諸君 試之自知其妙</p>
<p>【圖4】〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1919/8/31。</p>	<p>【圖5】〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1919/9/14。</p>	<p>【圖6】〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1920/1/4。</p>
<p>好面龐 好皮膚 君若出外之時或乘車時可用旁氏白 霜之能力與時期如是搽粉一次 霜者可終日不必再搽 霜之氣味諸君試之自知其妙 凡市上所售之花粉無不 多不美且易於脫落或 物不敷用或不能持久 本行所售之白粉係由 特別方法製成不特 潔白且能持久不 受潮濕之害且其 香氣芬芳持久不散 結實之氣味諸君 試之自知其妙</p>	<p>霜氏旁白 總代理上海怡昌洋行謹啓</p>	<p>好面龐 好皮膚 君若出外之時或乘車時可用旁氏白 霜之能力與時期如是搽粉一次 霜者可終日不必再搽 霜之氣味諸君試之自知其妙 凡市上所售之花粉無不 多不美且易於脫落或 物不敷用或不能持久 本行所售之白粉係由 特別方法製成不特 潔白且能持久不 受潮濕之害且其 香氣芬芳持久不散 結實之氣味諸君 試之自知其妙</p>
<p>【圖7】〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1920/1/18。</p>	<p>【圖8】〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1920/2/15。</p>	<p>【圖9】〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1920/2/29。</p>
<p>美容的精品 君若出外之時或乘車時可用旁氏白 霜之能力與時期如是搽粉一次 霜者可終日不必再搽 霜之氣味諸君試之自知其妙 凡市上所售之花粉無不 多不美且易於脫落或 物不敷用或不能持久 本行所售之白粉係由 特別方法製成不特 潔白且能持久不 受潮濕之害且其 香氣芬芳持久不散 結實之氣味諸君 試之自知其妙</p>	<p>抗妝臺上不可少的 君若出外之時或乘車時可用旁氏白 霜之能力與時期如是搽粉一次 霜者可終日不必再搽 霜之氣味諸君試之自知其妙 凡市上所售之花粉無不 多不美且易於脫落或 物不敷用或不能持久 本行所售之白粉係由 特別方法製成不特 潔白且能持久不 受潮濕之害且其 香氣芬芳持久不散 結實之氣味諸君 試之自知其妙</p>	<p>旁氏白玉霜 價值百金爭妍之辰 又逢香國選舉大會 為粉飾之第一 君若出外之時或乘車時可用旁氏白 霜之能力與時期如是搽粉一次 霜者可終日不必再搽 霜之氣味諸君試之自知其妙 凡市上所售之花粉無不 多不美且易於脫落或 物不敷用或不能持久 本行所售之白粉係由 特別方法製成不特 潔白且能持久不 受潮濕之害且其 香氣芬芳持久不散 結實之氣味諸君 試之自知其妙</p>
<p>【圖10】〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1920/3/7。</p>	<p>【圖11】〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1920/3/21。</p>	<p>【圖12】〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1920/4/11。</p>

<p>【圖 13】〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1920/4/25。</p>	<p>【圖 14】〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1920/7/6。</p>	<p>【圖 15】〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1920/8/26。</p>
<p>【圖 16】張光字，〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1920/10/15。</p>	<p>【圖 16-1】張光字，〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》，「光字畫」1920/10/15。</p>	<p>【圖 17】張光字，〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》1920/12/02。</p>
<p>【圖 17-1】張光字，〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》，「光字畫」1920/12/02。</p>	<p>【圖 18】張光字，〈南洋煙草公司小說欄〉，《申報》1920/4/23。</p>	<p>【圖 19】謝之光，〈南洋煙草公司小說欄〉，《申報》1920/12/25。</p>

		
<p>【圖 20】張光字， 《世界畫報》第五期封面 1918/12。</p>	<p>【圖 20-1】張光字， 《世界畫報》第五期局部 1918/12。</p>	<p>【圖 21】張光字，〈旁氏白玉霜〉廣告，《申報》，「光字畫」1920/12/02。</p>
		
<p>【圖 22】《申報》中《新聲雜誌》廣告與局部內文。</p>	<p>【圖 23】謝之光，〈旁氏白玉霜〉，《申報》1922/4/2。</p>	<p>【圖 24】謝之光，〈旁氏白玉霜〉，《申報》1922/4/4。</p>



【圖 25】謝之光，〈旁氏白玉霜〉，《申報》1922/4/6。



【圖 26】謝之光，〈旁氏白玉霜〉，《申報》1922/4/8。



【圖 27】謝之光，〈旁氏白玉霜〉，《申報》1922/4/10。



【圖 28】謝之光，〈旁氏白玉霜〉，《申報》1922/4/12。



【圖 29】謝之光，《申報》中〈旁氏白玉霜〉系列廣告畫中「之光」的簽名。



【圖 30】〈旁氏白玉霜〉，《申報》1922/5/10。



【圖 31】〈旁氏白玉霜〉，《申報》1922/5/12。



【圖 32】謝之光，〈旁氏白玉霜〉，《申報》1925/4/21。



【圖 33】謝之光，〈旁氏白玉霜〉，《申報》1925/5/19。



【圖 34】謝之光，〈旁氏白玉霜〉，《申報》1925/6/11。



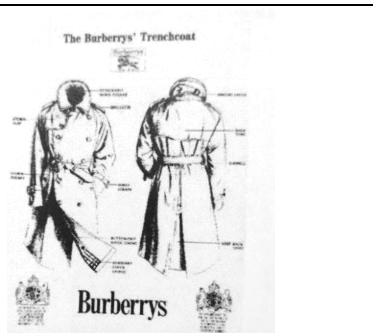
【圖 35】〈旁氏白玉霜〉，《申報》1926/6/9。



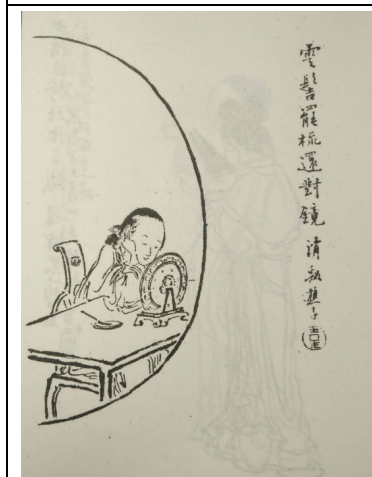
【圖 36】塔姆·奧尚特帽 (Tam O'Shanter cap)。



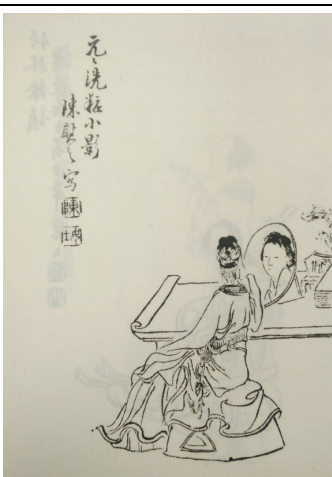
【圖 37】無邊帽 (Toque hats)。



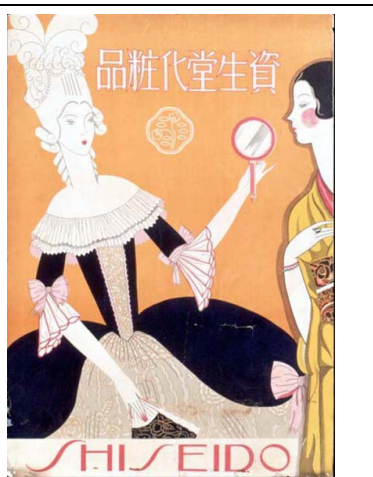
【圖 38】1924 年 Burberry 的 風衣設計圖。



【圖 39-1】《點石齋叢書》 〈中輯仕女〉。



【圖 39-2】《點石齋叢書》 〈中輯仕女〉。



【圖 40】1930 年 資生堂海報。



【圖 41】1927 年資生堂海報。