



煙畫 四大名著

李德生 著



北京文学艺术出版社
BEIJING LITERATURE AND ART PUBLISHING HOUSE



煙畫四大名著

李德生 / 著



百花文藝出版社
BAI HUA LITERATURE AND
ART PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (C I P) 数据

烟画四大名著/李德生著. —天津: 百花文艺出版社,
2006

ISBN 7-5306-4507-2

I. 烟... II. 李... III. 卷烟—商标—中国—现代
—图集 IV. J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字 (2006) 第093366号

百花文艺出版社出版发行

地址: 天津市和平区西康路35号

邮编: 300051

e-mail: bhpubl@public.tpt.tj.cn

<http://www.bhpubl.com.cn>

发行部电话: (022)23332651 邮购部电话: (022)27695043

全国新华书店经销

天津市桃园印刷有限公司印刷

※

开本 880 × 1230 毫米 1/32 印张 6.5

2006 年 10 月第 1 版 2006 年 10 月第 1 次印刷

印数: 1 - 5000 册

定价: 28.00 元

紅樓夢



水滸傳

西遊記



序

我看过李德生先生收藏的烟画，都是清末民初时期的出品，有一万余枚，方寸之间、包罗万象。称之为“珠玑盈筐，满目琳琅”，是不为过的。若将这些画片连缀起来看，简直是一座“掌中的民俗博物馆”。

我作为一名广告人，深知这些藏品的价值和意义。烟画，本身是一种小广告，是一种在百年前广泛传播的媒体。用现代术语说，它是企业形象识别(Corporate Identity)的一部分。它承担着宣传、促销产品的商业作用，同时，还肩负着向周边关系，传播对企业了解和认知的价值观和认同感。从而赢得消费者和社会公众对企业及其产品的喜爱和信任，创造出良好的经营发展空间。

五光十色的烟画，在当年确实起到了产品与消费群体间“极具亲和力”的效果。消费者在购买香烟时，一打开烟包，就看到一张精美的画片，惊喜之余，自然会对该香烟增添一层好感。也就在这一瞬间，烟画代表公司对消费者完成了一次完美的公关活动。如此，它流传得越多、越久，对公司和产品所起到的宣传影响也就越大。这也就解释了盛行于上个世纪初叶的烟画，为什么都印得那样精美地道，内容又是那样地丰富多彩。

这本《烟画四大名著》恰好证明了，这一早期“经济—文化”型传媒的特征：它就是要撷取人们最广泛、最喜爱的文化题材来为商品服务，为商品去争取更多、更大的市场和消费群。国人喜闻乐见、久刊不衰的《西游记》、《红楼梦》、《三国演义》和《水浒传》，自然就成了当年中、外烟商在印制宣传品中的首选题材。

李德生先生致力于中国早期广告学的研究,先后就烟画这一课题撰写了数十万字的文章,发表于加拿大《中华时报》、《大华商报》和日本《烟史研究》杂志上。并且先后出版了《烟画》、《烟画三百六十行》、《老北京的三百六十行》等书,深受国内、外学术界的重视。日本经济史研究所专家川床邦夫先生翻译了他的近著《烟画的研究》,该书也已于今年在日本出版发行。他的这些工作,填补了烟文化史和早期广告史中的一项空白。

本书把烟画中曾经表现过的、有关中国“四大名著”内容的作品整理出来,筛选放大,精印刊行。一方面,让读者看到古典小说“四大名著”中的人物,经过广告艺术家们的精心创造,所展现出的艺术形象,与明代的“叶子人物”,与明、清各种绘图刊本中的绣像插图,以及与清、民时期民间木版年画上的人物造像,皆迥然而异。无疑,这些作品也是我国“四大名著”艺术宝库中的一种不可忽视的瑰宝;另一方面,此书可以使读者了解到早期广告设计者们,是如何把商业活动与中国的传统文化有机地融成一体。让读者欣赏到,八九十年前的石印作品是多么精美,老一辈广告人的创意和设计手法是多么地高超与娴熟。这些资料,对于今日的美术工作者、“四大名著”的研究者以及传媒艺术工作者来说,都会有所启迪和帮助。

作者嘱我为序,我便站在传播学的角度,谈了以上这些。



写于二零零六年夏月

郑钢:国际广告协会中国分会副会长、中国广告协会公司委员会主任、中国商务广告协会副会长、北京市广告协会副会长、中信国安集团常务副董事长、北京国安广告公司总裁

目 录



序 郝钢 >> 001

烟画与“四大名著” >> 001

西游记 >> 018

英美烟公司出品的烟画《西游记》 >> 021

如来佛 李老君 太白金星 唐僧 孙行者 猪八戒
戒 沙和尚 鸟巢禅师 李天王 魏征 蜘蛛精 二郎
神 韦驮 哪吒 铁扇公主 红孩儿 黄袍怪 探海夜
叉 观音 弥勒佛 赤脚大仙 王母娘娘 犀牛怪 玉
兔精 山魔 紫阳真人 泾河龙王 白鼠精 黑风怪
黄狮精 黄眉童 金岬王 百眼魔君 巨灵神 龙王
木吒行者 殷温娇 金山长老 阎罗王 金顶大仙 宝
幢王菩萨 阿难尊者 伽叶尊者 葛仙翁 崔判官 萧
瑀 李定 刘伯钦 虎怪 功曹伽蓝

其他公司出品的《西游记》烟画样张 >> 057

红楼梦 >> 060

南洋兄弟烟草公司出品的烟画《红楼梦》 >> 064

贾宝玉 林黛玉 李纨 薛宝钗 贾元春 贾惜春
史湘云 薛宝琴 巧姐 妙玉 跛道人 疯僧 贾母 贾
赦 贾琏 贾政 贾蔷 贾珍 贾蓉 贾兰 邢夫人 王
夫人 尤氏 贾迎春 岫烟 秦可卿 贾探春 王熙凤
尤三姐 傅秋芳 姽婳将军 贾敬 秦钟 甄宝玉 柳

目
录

湘莲 晴雯 紫鹃 鸳鸯 平儿 香菱 智能 秋纹
柳五儿 玉钏 绣橘 偕鸾 秋桐 尤二姐 龄官 王
善保 刘姥姥 警幻仙姑

其他公司出品的《红楼梦》烟画样张 >> 101

三国演义 >> 104

南洋兄弟烟草公司出品的烟画《三国志》>> 109

汉献帝 伏皇后 董卓 蔡邕 蔡文姬 吕布 貂
蝉 陈宫 吕伯奢 吉平 袁绍 颜良 文丑 袁术
张绣 刘表 黄盖 张角 吕蒙 张松 马谡 孟获
姜维 孙策 孙权 周瑜 二乔 鲁肃 太史慈 张昭
陆逊 曹操 左慈 华佗 甄后 曹植 夏侯惇 夏侯
霸 张辽 典韦 庞德 司马懿 刘备 诸葛亮 关羽
张飞 赵云 马超 黄忠 魏延

其他公司出品的《三国志》烟画样张 >> 145

水浒传 >> 154

中国合众烟公司出品的烟画《水浒传》>> 158

宋江 石秀 呼延灼 杨雄 林冲 戴宗 张顺
孙二娘 武松 阮小七 安道全 吴用 丁得胜 时迁
秦明 刘唐 公孙胜 王英 卢俊义 解珍 鲁智深
顾大嫂 徐宁 阮小五 李逵 燕青 白胜 花荣 雷
横 扈三娘 朱贵 施恩 燕顺 黄信 欧鹏 皇甫端
樊瑞 王定六 龚旺 汤隆 周通 陈达 童威 乐和
张横 朱富 宋清 朱武 侯健 杜迁

其他公司出品的《水浒传》烟画样张 >> 194

后记 >> 199

烟画与“四大名著”

烟画的称谓很多,如“洋画”、“毛片”、“香烟牌子”、“花纸”、“公仔纸”等等,因地域不同,而名称各异。它是旧日香烟包中所附赠的一种小广告,因为印制精美,内容丰富,深为时人喜爱。在二十世纪上半叶风靡一时,与邮票、钱币并称为世界三大收藏。

烟画的起源: 烟画是美国的发明,它的学名是 Cigarette Cards,也就是香烟卡片的意思。

1492年,哥伦布(Christopher Columbus)发现新大陆时,他在圣萨尔瓦多的瓜纳海尼(Guanahani)岛,看到一群土著男女手中都擎着一支“燃烧的炭”(Glowing Coals),边走边吸,特别惬意。他还得知,这种植物名叫 Tobacco[注1]。中文的音译为“淡巴菰”,也就是今日的烟草。从那时起,世界各地的人们开始对这种奇异的植物发生兴趣,先被引入欧洲,即而传遍世界,成为一种广泛种植和吸用之物。

根据美国烟草史专家理查德·克鲁格(Richard Kluger)先生的考证,在十九世纪中叶的美墨战争时期,美国士兵在战壕里发明了“用纸卷着烟丝”吸用的卷烟。二十年后,里士满的“阿伦-金特”公司就开始生产五支、十支一包的手工纸卷香烟。为了解决包装松软的问题,金特先生把一枚枚印有彩色图画的硬纸卡片放入烟包内,它可使烟包挺括,放在衣袋内,香烟也不会轻易折断。另外,这种小画片也算是厂家回赠给顾客的一件小礼物。顾客一边吸烟,一



边欣赏一下美丽的画片,也是件十分愉快的事情。从此,这种崭新的媒体——烟画诞生了。时间大约是在1875年之前[注2]。

据上海档案馆《颐中档案》记载,纸卷香烟在1865年传进中国,是从上海茂生洋行代理美国“小美女”牌香烟开始的。这时,烟画也就随着香烟与中国消费者见面了。起先,人们对这些印有“西女洋汉”的小画片并不感兴趣。但是1898年,日本兄弟商会社为了促销他们的“孔雀”和“云龙”牌香烟,开始在烟画上印制国人喜闻乐见的“东方风情”(花界美女)和故事——《聊斋志异》。此举得到消费者的欢迎,烟画得以充分地发挥促销的功能。人们也开始饶有兴趣地欣赏它,传看它,议论它,评价它,并开始进行收藏。

烟画的作用:随着外国烟草公司在中国相继建厂和中国民族烟草工业的崛起,在中国广袤的土地上,展开了一场旷日持久的烟草大战。作为商战的尖兵——烟画,也就承担起争取消费群体的重任。在巨额利润的驱使下,烟商们绞尽脑汁在这方寸之地大做文章。英美烟公司、日本村井兄弟商会社、俄商老巴夺公司、华商南洋兄弟烟草公司、华成烟公司等大的企业,都设有自己的广告部、绘画部。他们不惜重金聘请中、外画师,为自己的产品设计包装、广告和各种宣传品。当年享誉一时的大画家郑曼陀[注3]、周暮桥[注4]、胡伯翔[注5]、杭稚英[注6]、周柏生[注7]、梁鼎铭[注8]等,无不侧身其间,创作了无数美轮美奂的广告作品。烟画,自然也是他们创作中的重头戏。其他小公司也不甘落

后,你追我赶,竞相效尤。彼时,民间流传着这样一句话:“凡是烟包中没有烟画的香烟,多是冒牌假货”[注9]。也就是说,没有烟画的香烟就不好销售了。

何以如此呢?烟画是香烟的包中之物,规格在53×64mm和45×32mm大小之间。面积很小,但是,它的作用不小,未可等闲视之。首先,它是一种商业广告。烟画的背子上都印有烟厂名、品牌名,有的还印有生产厂的具体形象,以及对产品的直接吹嘘,来鼓励消费者购买。其次,成套发行,印有序号,鼓励人们收藏。要集藏,就要多买香烟。其三,烟画还可以轻易地转变为奖券和代金券,去拉拢那些有着强烈的好奇心、侥幸心的消费者,借以刺激市场的需求。五彩斑斓的烟画像精灵一般,随时在提醒人们:这种收集不仅是一种高品位的艺术享受,而且还提供了兑奖发财的机会。

为达到“瞩目”、“抢眼”的效果,烟画的正面必然要印上“最能吸引人”的内容。所以,小小的烟画穷其所思,不断地花样翻新,争奇斗巧地去挖掘、设计中国文化中的各种精华。上至天文地理、物产科技,下至中外古今、民俗风物、市井世相,文学典籍、体育运动、政治时事、奇花异卉、飞禽走兽等内容,烟画也都尽纳其中,可以称得上“是一部小中见大的百科全书”[注10]。中国古典文学故事类的烟画,自然是烟商特别关注的题材之一。

烟画中的“四大名著”:古典文学“四大名著”——《红楼梦》、《三国演义》、《水浒传》和《西游记》,是中华民族文化遗产中的四颗光辉璀璨的明珠,也是脍炙人口、妇孺尽知的故事。在上个世纪前半叶,社会政体在激烈地动荡中



易帜转型，而人民大众的文娱生活，仍然处于极度贫乏的状况之下。由于“四大名著”有着口语化的文体，生动感人的故事、跌宕起伏的情节，使之当仁不让地占领了民间文化的各个领域。有清以来，民间书坊用木版、活字版、石印、铅印等手段，在“说部”系列中刊印最多的，是这四部大作；书肆、书摊卖出最多的，也是这四部奇书。老百姓在年节中最爱张贴的木版年画、月份牌画，上面所画的，也多是这四部书中的人物。笔者统计了一下，保存至今的六百余幅传统的戏曲木版年画[注11]中，“四大名著”内容的占有百分之三十五；解放后，中国戏剧出版社出版的、集传统京剧剧本之大成的《京剧汇编》[注12]九十六集的五百多出戏中，“四大名著”内容的戏剧占有百分之二十五强。

梅兰芳的名声大噪，起自《黛玉葬花》、《晴雯撕扇》[注13]；盖叫天最出名的是《狮子楼》、《十字坡》[注14]；周信芳拿手好戏有《乌龙院》、《单刀会》[注15]；杨小楼是有名的“孙悟空”，李洪春人称“活关公”，马连良是“活诸葛”，郝寿臣是“活曹操”……，一出《群英会》，群星荟萃地唱了整整一个世纪[注16]；一出《逼上梁山》，竟从延安府，随着解放大军一直唱进了北京城[注17]。

清末民初，大江南北的茶肆遍布、庙会风行，这给民间的说唱艺人提供了广阔的表演天地。评书、大鼓、单弦、牌子曲的重点曲目，也都是“四大名著”；北京连阔如的《三国》[注18]、天津白云鹏的《红楼》[注19]、扬州王少堂的《水浒》[注20]、电台故事大王孙敬修的《西游记》[注21]，都是上个世纪三四十年代的翘楚。中国自己拍摄的第一部电影，就是谭大老板的三国戏《定军山》[注22]，百代公司录制的第一张胶木唱盘，也是三国戏《阳平关》；1924年，中国第一部广播电台开播的时候，仍然是长篇评书《三国演义》；

1927年,世界书局出版的第一批“连环图画”,也是《三国》,还有《水浒》[注23];上海黄金舞台开张时上演的、连演一个月的,是连台本戏《西游记》。京剧表演艺术家张翼鹏、李万春、李少春所饰演的“孙悟空”,红遍大江南北[注24]。

笔者所以谈及这些旧事,为的是说明,精明的烟商在选取烟画题材时,为什么如此看重“四大名著”。因为他们知道,中国的市井百姓可能不知黎元洪、段祺瑞,但无人不知诸葛亮和林妹妹;远在乡下的农民,可能不知“宣统逊位”、“北伐战争”,但无人不知“火眼金睛孙大圣”和“黑旋风李逵”。那么,索性让这些“四大名著”中的“名人”带着香烟穿堂入室,走进千家万户,岂不是传媒的最佳选择!而且,“四大名著”人物众多,正适合大部头烟画的编号出品。它们会像鳔胶一样,牢牢地“粘住”消费群体和乐于收集的人。于是乎,众多的香烟公司、无数的广告画家们都参与了对“四大名著”的再创造。仅烟画一类,就出现了无数优秀的作品。

“四大名著”烟画知多少:笔者对1902年至1946年之间,各烟厂出版发行的“四大名著”烟画,做了一个粗略的统计:其中,《西游记》约有十种,计六百五十多枚;《红楼梦》有八种,约有七百余枚。《三国志》或《三国演义》,包括《古城会》、《火烧战船》等独立成篇的故事,约有二十种,计二千五百多枚;《水浒传》,包括《武十回》、《武松》等,共有十七种,约一千八百多帧。前后共有中、外大小烟厂近四十余家参与,总计出版了四千六百多枚不同画面或不同背子的“四大名著”烟画。

笔者个人所藏有限,上海图书馆和南京档案馆的收藏,也未能集腋成裘。这些烟画,最少的有四十枚一套,多者上百枚一套,更有大部头的鸿篇巨制,如南洋兄弟烟草

公司出品、由陈丹旭绘制的《水浒传》烟画，依序号已达三百四十多枚，但仅仅出版到第三十二回就终止了。华东烟草公司和昆仑烟草公司出品的《三国演义》，也均有三四百枚之数，直到1946年也没有出齐。这些烟画，每一帧都要成千上万的印刷上市。如此算来，“四大名著”烟画的总发行量，岂不是一个巨大的天文数字。

这些小画片，张张都承载着传统的文化信息，随着纸烟的推广，像雪片一样飞向大江南北、城市农村，远至边陲大漠，南洋泰缅；如同水银泻地一般，渗入到不同阶层、不同年龄人们的兜囊书筐，供人传看、赏玩、交流、收藏。传播范围之广、影响力量之巨，濡耳染目、匪夷所思！

“四大名著”烟画的商业功能：作家刘心武先生“在壬午年春节逛厂甸庙会，购得红楼梦烟画(复制品)一套，如与旧友邂逅，乐不可支。”他在回忆儿时玩“洋画”的故事以后，很生动地道破了这里的玄机。他说：“那时候还没WTO，但外国烟草公司盯准中国烟民，其手段就跟如今麦当劳盯准中国食客一样，不仅在大人身上下工夫，更在小孩身上打算盘。现在你到麦当劳里头去看看，常有家长代替小孩去消费的，不为吃那汉堡包炸薯条什么的，为的是按份额领取小玩偶，以凑成一整套；当年随香烟附赠的小画片，吸烟的大人倒未必有几个在乎，但孩子们却视为珍奇，我那时就曾缠着父亲一再地购买海盗牌香烟，那洋烟里附有《红楼梦》画片，为凑够一百二十张全套，你算算得买多少包海盗？算不清楚的，因为很可能连买五包都是袁人，而买了上百包也还是没有贾宝玉！”[注25]

其他三部著作也是如此。梁实秋先生在《雅舍小品》中说：因为“前门牌”香烟中，附有《水浒传》“一百零八条好汉”的彩色画片，“特受欢迎”。于是，人们竞相购买，“趋之

若鸢”。当年各大烟草公司派往全国各地的市场调查员们，最了解烟画对市场销售的影响情况。徐州的西人调查员 H.Y.陈，曾写信给汉口英美烟公司总部反映：“《三国志演义》是中国一部古老的、很有名的历史小说。可以说人人皆知。我们深信，今后消费者必将更加注意我公司 10 支装的‘大仙岛’牌香烟，因为这个牌号的烟包内现在装有《三国志》这套画片。”[注 26]



在谈到《西游记》烟画时，山西调查员 Y.S.徐写道：这套烟画“也很受消费者的欢迎，……这些画片大多为成年人们收集，他们经常利用这些神奇的故事，以取悦于儿童。”[注 27]

后来，烟商们在烟画中还附以博彩的内容，消费者持有某种某号，可获得何种奖品。比如，人人都喜爱的烟画“关云长”，背子上就印有：集齐多少，可以得到银烟匣、小闹表、二十四开金手镯等奖品[注 28]。其中，发行数量极少的烟画，如《红楼梦》中的“贾兰”、“柳五儿”，《水浒传》中的“韩韬”，《西游记》中的“蜘蛛精”等，他们都担负过“财神爷”的角色[注 29]。“满洲部对于推销纸烟不遗余力。近南段为推行高等纸烟及酬谢吸主起见，特举行购烟赠彩。……彩额 1 万张，价值奉洋 15,000 元，于 5 月 1 日在奉天小北门里会仙电影院开彩。……彩品为福特汽车一辆，如不欲得汽车，可得 1,600 元。……贰彩 2 张，各得 4 两重金镯子一副等等。”[注 30]

小小的烟画既非金镶玉质，又非石室秘藏。无非是烟

包里的赠品,儿童们的玩意儿,形式上俗之又俗,实为大家所不屑。但是,它一旦成了广告、奖券,成了商业文化中的一员,成了“经济—文化”的载体,就出现了本质的变化。“四大名著”的导入,更为如日中天的烟画虎肋添翼,为烟商们赢得了巨额利润。这一层,是罗贯中、施耐庵、曹雪芹等人在著书之际,所根本无法想到的。

“四大名著”烟画的艺术特色:“四大名著”烟画系列中,在绘画形式上主要分为两大类,一类是传统风格的人物绣像;另一类,则属于“彩色连环图画”。这两种形式,其实都是承袭了我国传统绘画的表现方法,但从风格、技巧方面,又有着许多重大的突破和变化。

人物绣像画是我国特有的一种插图艺术形式。这种艺术形式是从我国早期的人物画、仕女画、功臣像和民间灶王码[注31]、门神画等,逐步演变而成。“绣像”二字,顾名思义,就是要“精雕细绘”、要用精细的绘画手法来塑造人物。不仅要完整地描绘出文艺作品中各种人物的音容笑貌、性别体态,还要画出他(她)的须眉发式、衣着穿戴、簪环饰物,以及手执器物、环境陈设等等。而且,通过对神态、动作、衬景、衬物的精心刻画,要表达出人物的职业、地位、性格和他的内心世界。优秀的绣像作品所描绘的人物富有典型性,使人一看便可过目不忘。不仅使人知其体貌,而且获知该人物的典型特征、性格、经历。我国古典文学作品中的许多人物绣像,都给人留下了极其鲜明深刻的印



簪环饰物,以及手执器物、环境陈设等等。而且,通过对神态、动作、衬景、衬物的精心刻画,要表达出人物的职业、地位、性格和他的内心世界。优秀的绣像作品所描绘的人物富有典型性,使人一看便可过目不忘。不仅使人知其体貌,而且获知该人物的典型特征、性格、经历。我国古典文学作品中的许多人物绣像,都给人留下了极其鲜明深刻的印

象,并成为戏曲人物出场亮相[注32]和造型的依据。

“四大名著”自刊行问世以来,出版了无数种带有绣像插图的刊本,如:世德堂本《新刻出像官板大字西游记》、《鼎锲京本全像唐僧取经西游记》[注33]、《精刻绣像三国演义》、《全像水浒全传》、《绣像水浒传》、《绣像脂砚斋评点石头记》、《精绘百二十回红楼梦》种种,不计其数。为妇孺皆知的唐僧、八戒、孙悟空,刘备、张飞、关云长,宋江、吴用、卢俊义,宝玉、黛玉、薛宝钗……这些著名人物,不知绘制出多少画像。其中,还颇不乏大家之作。如,明代大画家陈老莲的《水浒叶子》[注



34],尽管是当时的“酒牌”,但个中的梁山好汉们的造像,一个个个惟妙惟肖、活灵活现。清乾隆时期的画家上官周[注35],他所绘的《晚笑堂画传》、《大明功臣谱》,其中的人物一个个眉目传情、跃然纸上;晚清著名画家改琦[注36]的《红楼梦图咏》五十幅,王墀[注37]画的《增刻红楼梦图咏》一百二十幅。晚清民俗画家吴友如[注38]的《十二钗图》、李菊侪[注39]的《石头记》都是脍炙人口的妙品。与这些作品相较,烟画上所表现“四大名著”的人物绣像,应该说也是环肥燕瘦、各有千秋。

尽管烟画中有些作品,是经过广告艺术家们的二度创作(如英美烟公司出品的《金边西游记》改自金蟾香之原作),有的是“移步换形”,有的是“更名改姓”(如南洋兄弟烟草公司出品的《三国志》,改自上官清的《晚笑堂》),但仍不失其精绝而独步。这些作品在设色敷彩上,表现出高超的艺术技巧,彩色的搭配在和谐中,间以对比跳跃;在天真朴实之间,曲尽艳丽奢华,甚至汲取了佛教艺术中的彩塑贴