

# 老北京 的招牌

THE SIGNBOARDS OF OLD BEIJING

范  
纬  
•  
著

文物出版社

「老北京」

的招幌

THE SIGNBOARDS OF OLD BEIJING

范 纬 • 著

文物出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

老北京的招幌/范纬著. - 北京: 文物出版社, 2004.12

ISBN 7-5010-1589-9

I. 老… II. 范… III. 商店-招牌-史料-北京市-图集  
IV. F729-64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 019690 号

**老北京的招幌**

范 纬 / 著

文物出版社出版发行

(北京五四大街 29 号)

http: //www. wenwu. com

E-mail: web@wenwu. com

北京美通印刷有限公司印刷

新华书店经销

787×1092 1/24 印张:  $5\frac{2}{3}$

2004 年 12 月第一版 2004 年 12 月第一次印刷

ISBN 7-5010-1589-9/F·7 定价: 28 元

文物出版社

保存着一批二十世纪三十年代末四十年代初拍摄的老北京的照片，迄今没有发表过。

它真实生动地反映了这个时代的北京和北京人，

是研究北京历史、民俗、商业、手工业和建筑的珍贵资料。



图版说明：范 伟

资料收藏 本 社

英文翻译：杨 磊 金 力

责任印制：张道奇

英文校对：何 芳

装帧设计：柳 泉

责任编辑：李 颀



## 老北京的招幌

十几年前，文物出版社出版了一本《老北京店铺的招幌》，书中将清代至民国期间分散在北京各处的有关招牌、幌子的图画和文字资料，汇集起来作了介绍，并进行了初步分析。今天，我们又将文物出版社保存的20世纪30年代末40年代初北京店铺招幌的图片资料汇集成册，可算是《老北京店铺的招幌》续篇。



招幌是招牌和幌子的统称，是我国商业习俗表现形式之一，也是商业广告的常见形式。

幌，是传统的店铺标记，原指用布帛做成的帘幕帷幔，《玉篇》云：“幌，帷幔也。”后来被引申为酒旗的专称，也叫酒帘，唐末称为望子。《广韵》：“帘，青帘，酒家望子。”“望”，向远处看。古代酒家，开门第一件事，就是将酒旗高悬于店门之外，远远就能望见，用以招引酒客。张籍《江南行》：“长干午日沽春酒，高高酒旗悬江口”，李中《江边吟》：“闪闪酒帘招醉客，深深绿树隐啼莺”，描写的就是这个景象。当酒店的酒售完以后，店家要把望子拽下来，免得顾客空手而归，如孟元老《东京梦华录》所说：“中秋节前，诸店皆卖新酒，……市人争饮，至午未间，家家无酒，拽下望子。”有望则来，无望则止，用望子来称呼酒旗是很贴切的。后来望子逐渐发展为各行各业标记的专称，而它的称谓渐渐为幌子所代替。对此，清翟灏在《通俗篇·器用》中作了如下解释：“今江以北，凡市贾所悬标帜，悉望子，讹其音，乃云幌子。”幌子主要表示经营的商品类别，是行业的标记。

招牌是商店摆在门前作为标志的牌子。“招”，召唤的意思，“招者，召也，以手曰招，以言曰召。”（见《楚辞·招魂序》王逸注）招牌最初是无字的布帘，以后也有题写名号者，继而以木牌代替，大多是题写店铺的名称和字号，是店铺的标记。有的店铺招牌也题有商品的名称，如清代苏州一些店铺招牌写着“定织细布”，“本客自制布匹”，“杂货老店”等，表明了经营的范围、内容。

招幌，是社会生产和交换发展到一定阶段的产物，其历史是相当悠久的。交换最早发生在原始社会后期氏族部落之间，当时由于生产力极其低下，剩余产品不多，物品交换是偶然的，而且交换的权力掌握在部落首领手里，传说舜就曾“贩于顿丘”。当时进行贸易的标志是太阳和井。“日中为市”（见《易·系辞下》），“古未为市，

若朝聚井汲水，便将货物于井边货卖，故云市井。”（见《史记·平准书》）到了夏代，物资交流有了进一步发展，当时有名的商族人最擅长于交换。据说，商族的先人王亥，曾驾着牛车，载着帛，到黄河北岸进行贸易。远古的贸易，以物易物，无须招幌。

随着社会的进步，商业成为社会经济的一个独立部门。生产的发展，商品的增多，集市贸易已相当活跃。据《周礼》记载，西周新兴的城市，有以商贾为首的“朝市”，也有以贩夫、贩妇为主的“夕市”，正午时还进行大市。政府还派专人指挥贸易活动，“上旌于恩次于令市”。用旗指示集市的开闭和市场的位置，可以说是幌子的雏形。

春秋战国时期，中国古代社会的生产力发展到一个新的阶段，新的封建生产关系逐渐代替了旧的奴隶制关系，私营商业逐步取代官营商业，个体商人的活动增多。郑国有贩牛的弦高，齐有经商致富的陶朱公。个体商店也出现了，《吕氏春秋·召类》中说，宋相国司马子罕的邻居有一家鞋店，“特为鞞以食三世”。随着个体商店的增多，为了需要，真正的幌也就应运而生。《晏子春秋》载有一篇寓言，说宋国有一家酒店，为招揽顾客，“悬帜甚高”。《韩非子》也载有相同的故事内容，说那家酒店“其表甚长”。“帜”和“表”就是酒旗。由此可见早在两千多年前的春秋战国时期，幌子就已经出现了。

虽然如此，但自秦至北宋初期，由于政府的抑商政策和专利措施，城市的贸易地点只能在市场进行。据《长安志》记载，唐代的坊，除坊门外，都围着墙，如无特许，不能随便向大街开门。《唐会要》卷八六记载，太和五年七月左右巡使上奏文：“非三品以上，及坊内三绝，不合辄向街开门。……如非三绝者，请勒坊开门，向

街门户，悉令闭塞。”这种坊市制度，使城市的街头上很难见到招幌。

坊市制度一直延续到北宋初期，该制度解体之后，招幌才重新在街头出现。从张择端《清明上河图》上，可以看到北宋京师的繁荣景象，各式酒旗和字招琳琅满目。而据《东京梦华录》和《梦粱录》等城市笔记的描述，南宋首都都有几百家店铺名号，这些名号很可能是作者根据当时店铺的招牌加以笔录的。众多招幌的出现，反映了宋代城市经济的发达。其时东京，富商大贾云集，从事贸易活动，据《续资治通鉴长编》卷八五载王旦言：“京师资产百万者至多，十万而上，比比皆是。”元明清各代招幌，除沿用宋代的招幌形制外，还融合其他民族习俗，从城市到乡村，招幌随处可见。

北京自13世纪金代开始至20世纪初清王朝被推翻，一直是中国封建王朝的首都，政治、文化的中心。特别是明清时代的北京城，还是封建社会商业发展的一个缩影。各地商贾云集，店铺林立。起广告宣传作用的招牌、幌子，四方荟萃，很有特色。

最早描述北京幌子的古籍是《析津志》，书中列举了元代都城的剃头、蒸造、中医小儿、收生婆、兽医、灌药等行业的幌子。如：“市中医小儿者，门首以木刻板作小儿，儿在锦棚中若方相模样为标榜。”“收生之家，门首以大红纸糊箴筐大鞋一双为记。”“医兽之家，门首地位上以大小木刻作壶状，长可一丈，以赭石应之。”

明代，成祖迁都北京，商业极其繁盛。有猪市、羊市、牛市、马市、果子市、煤市、灯市、庙市等等，而以大明门前最为热闹。蒋一葵在《长安客话·皇都杂记》中说：“大明门前棋盘街，乃向离之象。……天下士民各以牒至，云集于斯，肩摩毂击，竟日喧嚣。”到了清代，北京工商业种类既杂，名号亦多。以手工业而言，有木作、石作、土作、漆作、火药作、婚礼作、东行漆作、西行漆作等

十作。行业的分化，不同类型的店铺并立街头，店主为招徕顾客，不惜巨资，装饰门面，悬挂精致的招幌。《寄云寄所寄》说：“都城市肆初开，必盛张鼓乐，户结彩绘。贺者持果核堆盘，围以屏风祀神。正阳门东西街，招牌有高三丈余者，泥金杀粉，或以斑竹镶之，或又镂刻金牛、白羊、黑驴诸形象，以为标帜。酒肆则横匾连楹，其余或悬木罍，或悬锡盏，缀以流苏。”又《燕京杂记》云：“京师市店，素讲局面，雕红刻翠，锦窗绣户。……夜则燃灯数十，纱笼角灯，照耀如同白昼。其在东四牌楼及正阳门大栅栏者，尤为卓越。中有茶叶店，高甍巨桷，细榻宏窗，刻以人物，铺以黄金。绚云映日，洵是伟观。”

招幌作为商业的标志，用以指明店铺经营的商品类别和服务项目，可以说三百六十行，行行有自己特定的招幌。这些招幌形态各异。以幌子而言，主要分为形象幌、标志幌和文字幌三种。形象幌多以实物、实物模型或图画表示。标志幌主要是旗幌和灯幌。文字幌是用简单的文字作经营商品的宣传。

实物幌，是最早的商业标记，其特点是“直揭其物于门外”，即将商品实物挑出门外或摆在门前作为幌子。宋《梦粱录》载：“彩帛铺堆上的细匹缎”。明代的南京染坊则将所染的五颜六色的绸布高高挂在染房上。清代北京以实物为幌的有成衣、绸布、伞、毛巾、乐器、木桶、线麻等等。实物幌显得真切，顾客一目了然。

模型幌，用商品的模型为幌，用木、布、纸、皮革、铁等材料做成。宋《太平广记》引《野人闲话》记载，有一个姓李的卖鼠药

商贩，“以一木鼠为记”。《清稗类钞》记载：“都中袜店，门首往往悬一巨袜。”可以看出，模型往往大于商品本身，如王麻子剪刀铺挂造型不同的大剪模型，烟袋铺挂大烟袋，鱼店悬大木鱼。模型幌做得逼真，能突出商品的特点，又经久耐用，而且醒目，为店家广为采用。

画幌，用图画表示所经营的商品和项目。有画在布帘上、木牌上，也有直接画在门墙上。元《析津志》载京师“剃头者，以彩画牙齿为记。”又如茶店绘壶为幌，鞋店绘靴，刀剪铺绘刀剪。画幌色彩鲜艳，制作简单，多为一些规模较小的店铺采用。也有的商店所绘装饰画与所经营的项目无直接关系，为的是装点门面，久而久之，也就成为该店独特的幌子。如《析津志》所载京师酒槽坊，“门首多画四公子：春申君、孟尝君、平原君、信陵君。以红漆阑干护之，上仍盖巧细升斗，若宫室之状。两旁大壁，并画车马、驺从、伞仗俱全。又间画汉钟离、唐吕洞宾为门额。”

标志幌，是以约定俗成的特定物象或图形作为标记。如旗帜，是最为常见的标志物，很早以前就作为酒旗。“青旗沽酒有人家”，在唐宋时已很普遍了。北宋东京的酒楼以锦条旗为标志。清代北方酒店则多用红蓝相间的飘带状酒旗。除酒店以外，北京的官车铺也以旗为标志。红杆黄旗，上面是一条飞跃的青龙。另外还有灯幌，以灯作为商店的标志。灯幌在宋代已很常见，宋吴自牧《梦粱录》卷一六酒肆载：“如酒肆门首，排设杈子及梔子灯等，盖因五代时郭高祖游幸汴京，茶楼酒肆俱如此装饰，故至今店家仿效成俗也。”以灯为幌，美观气派，对于营业至深夜的酒楼来说，也很实用。深夜沿街叫卖的小贩，也常常以灯作为幌子。根据《东京梦华录》卷五所载：“市人卖玉梅、夜蛾、蜂儿、雪柳、菩提叶、科斗园子、拍

头焦铤，帷焦铤以竹架子出青伞上，装缀梅红缕金小笼子，架子前后亦设灯笼。”

文字幌，以简单的文字表达店号，或经营的货物种类。如“当”，表示典肆；“堂”，表示澡堂。还有“茶”、“书”、“酒”、“帽”、“药”、“花”，等等。字幌的悬挂方式与幌子相同，而表达的方式与体态，则同于招牌。

招牌，前面已经说过，是摆在商店门前作为标志的牌子。摆设的方法有多种多样，或挂于墙、门、柱上，或置于铺门前，或搁于柜台上，也有直接题写于门前牌坊或店墙上。依摆设方法不同，可分为竖招、横招、坐地招和墙招。招牌的文字内容极其丰富，可以表达任何商业信息。一可用于表达字号，在宋代和明代，字号多半以姓氏为别，如张家老铺、王家、李家等。北京许多旧店铺，还保留这种习俗，如王麻子之类。二是可以表达商店的合资人数，如双合、三义、四美。三可以表达经营商品的内容，如毛尖、风箱、赤金、建皮丝(烟)、雪花白(酒)、丹九转、富阳冬笋、佛手青梅等等。四可以表达商品的质量，如重罗白面、真正豆面、赛雪欺霜。五可以表达商店的信誉和一些吉祥语，如童叟无欺、公平交易、招财进宝之类。有的文字招牌多达一二十字，如北京的德爱堂药铺的冲天招上面题有二十二字：“德爱堂沈家祖传七代小儿七珍丹只此一家别无二处”，表示德爱堂药店是沈氏开办的，主要经卖祖传七代七珍丹，专治小儿的良药，而且是独家经营。

总之，由于各地区风俗的差异，店铺经营规模大小不同，门面的装饰和招幌的悬挂也不尽相同。以北京而论，绝大多数店铺都有两个以上的幌挂于门前，有的商店实物幌子竟有十几个，如灯笼铺，尤其是一些大商店，将实物、模型和标志幌与装饰字画及各式

招牌巧妙地配合在一起，将商店装饰得格外雅致，招幌交相辉映，如同一幅立体的广告画。

招幌，作为物象广告，设制的精奇，并不只是为装点门面，它在流通领域里，起着相当重要的作用。商人不惜巨资，争奇斗胜，目的只有一个——吸引观者，留连顾客。元曲《后庭花》有两句唱词：“酒店面前七尺布，过来过往寻主顾。”道出了酒旗的作用。《宋朝事实类钞》记述了一则有趣的故事：福州有一卖酒的老妇，因为在酒旗上题写了太守王逵的酒望子诗“下临广陌三条阔，斜倚危楼百尺高”，从而吸引了大批食客，“自此售酒数倍”。

不仅如此，许多名牌招幌，对于商家也有督促的作用。为了不砸招牌，商品要保质保量。老北京的“金驴儿”香皂、“铜老倭瓜”白荞麦面、“黑猴儿”帽子、“王麻子”剪刀，在顾客中都享有盛誉。那些注重商品质量，牌子响当当的店家，也因此而致富。据陆元辅《菊隐纪闻》记载，北京的“勾栏胡同何闺女家布，前门桥陈内官家首饰，双塔寺李家冠帽，东江米巷党家鞋，大栅栏宋家靴，双塔寺赵家煮酒，顺城门大街刘家冷淘面，本司院刘鹤家香，帝王庙街刁家丸药，皆著名一时，起家巨万。”

店铺的招幌，多数是由民间艺人、工匠设计制作的，采用的花纹图案也是百姓喜爱的，常用的蟠龙纹、蝙蝠纹、寿字纹、莲花纹

等，均是一些祈致吉祥、富贵的题材。许多招牌，又多为名家手笔。如：清代南京留存明代名人题写的匾额中，牛市口的肥皂香粉店，直匾“古之敬家”四字，是刘青田写的。三仙街的氈货店，横匾“伍少西家”，是顾起元所书。行口大街南货店有长方匾，“杨君达家海味果品”八字，是学士余孟麟杰作。北京的“六必居”，相传为严嵩所题。“都一处”是乾隆皇帝亲笔。这些招牌的书写，或雅致，或朴拙。

老北京很多店铺的铺名含蓄，耐人寻味。如：位于地安门外的茶叶铺，叫“金山”。安定门外的茶肆，叫“鸡鸣馆”。有的茶社名曰“半亩园”、“水乐庄”、“柳莲居”、“绿意轩”、“怡性斋”、“萃园别墅”等。又如本书中的“知乐鱼庄”，可能取意于鱼和熊掌不可兼得，有鱼知乐。而“瑞蚨祥”取名时，请来不少文人墨客，经仔细推敲而定。蚨，指的是青蚨，古人对钱的别称。据《搜神记》载：“涂钱各八十一文，每市物，或先用母钱，或先用子钱，皆复飞归，轮转无已。”用蚨为名，含意钱花出去，又能飞回来，财源茂盛。

这些民间精心设制的招幌，是标志物与装饰物的统一体。豪华美观的门饰，配上具有浓厚民间色彩的招幌，更增加商店的魅力。



20世纪30年代末40年代初期，北京的招牌、幌子，仍沿袭了明清时期北京店铺招幌的形制。如清慎斋裱画店用的竖招，与明清时期这类招牌无甚区别。招牌用白底，上部书店名，下部一侧写“苏裱名人字画册页手卷法帖”，另一侧绘一卷轴画，表明承接活计的内容和工艺水平。又如“稻香村”、“南味店”，用了两块横招，几

个简单的字标明商店字号和属于哪种类型的店铺。本书所介绍的幌子，如加工面粉的作坊用形象幌，店门外对称悬挂白色粉团(馒头模型)为幌。粗饭铺挂的幌，藤圈外糊金银纸，下端系稀疏的红色纸穗，是典型的形象幌。铜铁铺用的是实物幌，在店门外摆放铜壶、铁桶。马鞍铺的门外用绣花的马腹带和做工精细的马鞍为幌，这些马腹带上面的花纹融合了蒙古族民间喜爱的图案和色彩，非常别致、新颖，也属实物幌的一种。

本书收录的照片，拍摄于上世纪三四十年代。尽管拍摄的招幌只是北京店铺招幌的一部分，但它却是历史上北京城商业的真实写照，它对于喜爱和研究北京民俗学、商业史和文化史的人们，不啻为一本有珍贵价值的资料。

林 岩  
范 纬