

古代社会生活丛书

伊永文 著

古代中国札记

中国
社会
出版
社



古代中國札記

伊永文

著

古代中國札記

以豐贍精雅之圖文，

再現古代多彩生活

宋代市民生活

伊永文 著

宋代市民生活

以豐贍精雅之圖文，

再現古代多彩生活

清人生活漫步

馮爾康

著

以豐贍精雅之圖文，

再現古代多彩生活

清人生活漫步

馮爾康 著

古人生活剪影

古人生活剪影



伊永文 著

古代中国札记

古代中國札記

伊永文 著
古代中國札記

宋代理氏生活

宋代理氏生活
再現古代多彩生活

清人生活漫步

清人生活漫步
再現古代多彩生活

古人生活剪影

古人生活剪影

伊永文 著

伊永文 著

伊永文 著

伊永文 著

伊永文 著

伊永文 著

伊永文 著

伊永文 著

伊永文 著

伊永文 著

伊永文 著

伊永文 著

伊永文 著

图书在版编目(CIP)数据

古代中国札记/伊永文著. —北京:中国社会出版社, 1999. 1

(古代社会生活丛书)

ISBN 7-80146-037-5

I. 古... II. 伊... III. 社会生活-中国-古代 IV. K207

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 36839 号

古代社会生活丛书

古代中国札记

伊永文 著

中国社会出版社出版发行

北京西城区二龙路甲 33 号 邮政编码 100032

北京牛山世兴印刷厂印刷

各地新华书店经销

开本: 850 × 1168 毫米 1/32 印张: 10.25 字数 210 千字

1999 年 1 月第一版 1999 年 1 月第一次印刷

印数: 1—6000 册 定价: 16.00 元

ISBN7-80146-037-5/C·26

古代社会生活丛书



古代中國札記

伊本·阿拉比 著
古代中國札記

宋代市民生活

以豐饒精緻之圖文，再現古代多彩生活
伊本·阿拉比 著

清人生活漫步

以豐饒精緻之圖文，再現古代多彩生活
瑪麗·羅蘭 著

古人生活剪影

以豐饒精緻之圖文，再現古代多彩生活
瑪麗·羅蘭 著

责任编辑 周葵
封面设计 钟嵘



古代社会生活丛书

ISBN 7-80146-037-5



9 787801 460370 >

ISBN 7-80146-037-5/C·26 定价：16.00元

目录

推销艺术.....	(1)
徽商文化	(12)
商标招幌	(21)
鬼市子	(33)
批判金钱的文学	(43)
洗澡	(53)
头发风习	(65)
唐宋文身	(78)
厕所与便器	(89)
最早的暖水瓶	(99)
千刀万剐话酷刑.....	(109)
快餐	(119)

辽金食俗·····	(128)
李开先与笑话·····	(142)
弄虫蚁·····	(151)
“叶子戏”的演变·····	(163)
北方民族马术·····	(173)
宋元玩具·····	(185)
高尔夫球源何在·····	(194)
象声·····	(203)
迎神赛会·····	(214)
冰花与冰灯诗词·····	(228)
“汉文化圈”的交流·····	(238)
官场口诀·····	(251)
俗雅的借鉴·····	(263)
图画、小说中的“般载”	
与船舰·····	(272)
金明池里的船坞·····	(283)
烟火略谈·····	(291)
后 记·····	(321)

推销艺术

烟草自明末传入中国后，便以燎原之势，迅速传遍中国。许多省份，追逐利润，毁田种烟，一时间，全国上下，千千万万的老幼男女，均走入了嗜好烟草的行列。于是有人专门钻研吸烟技巧，以此为谋生的手段。

《古今笔记精华录》曾记有一位能吐出山水楼阁，人物花木禽兽的烟伎者，被一官僚推荐到另一官僚家，专充吐烟表演之职。破额山人《夜航船》，以更细致的笔调，记述了更复杂的吐烟技艺：

云气滃然，奇态层出，楼台城池，人物桥梁，隐约像蓬莱的“海市”。其中奇花瑶草，异鸟珍禽，宛如蕊珠阆苑，鱼龙蛟鳄，喷涛喷露，恍似重洋绝岛，一会儿，炮焰怒发，千军万马，破阵而至，玉山银海，颠倒迷离……

这种吸、吐烟可以表演成“烟戏”的伎艺者，在清代是很多的。像纪晓岚《阅微草堂笔记》、吴友如《点石斋画报》，都有这样的描述。“烟戏”的表演，客观效果是促进了烟草的销售，表演“烟戏”者莫不如说是烟草的推销

者更为合适。

在扬州，有一卖水烟的匡子，常驾艇游湖上，他吸十数口水烟不吐，慢慢地像线一样渐引渐出，盘旋天空，再茸茸如髻，色转绿，微如远山，风来势变，隐隐约约像神仙，像鸡，像犬，须眉衣服，皮革羽毛，无不毕现，过了一會兒，色变深黑，犹似山雨欲来……当时的人们将此称为“匡烟”，匡子自称其船为“烟艇”。



清代吐烟表演

此记载出自李斗的《扬州画舫录》，它反映了卖烟者投人们吸烟之所好，将伎艺形式赋予烟草之中，使烟草的

销售达到了出神入化，升华到了一种艺术的境界。而这种将货物艺术化的倾向却不自清代始，只是在清代体现得比较成熟。

如像唱歌一样的唱卖“估衣”。它最早在《太平广记》中有其迹象，宋代称为“喝故衣”。喝，即唱也。对商贩来说，唱是一个被反复证明了极能煽情的表现形式，只有通过高声的唱，才能在商品贩卖之洋露出水面，引人观顾，以至“喝故衣”成为了一专门的伎艺。《武林旧事》就记载了这方面著名的“故衣毛三”的名字，想是毛三“喝故衣”的伎巧相当的高，否则不会列入“诸色伎艺人”的排名榜上。



清代布店招牌

宋代“喝故衣”对后代影响是巨大的，它开启了伎艺与商贩结合的闸门，引来了无尽的叫卖伎艺化的春水。试看明代陈铎《坐隐先生精订滑稽余韵》就有一阙《故衣》散曲：

不分旧剪与新裁，一律都收在。绿绿红红自搭派，诉明白。宽窄长短随心爱，源流好歹。吉凶货卖，减价买将来。

其中“诉明白”、“源流好歹”，正是卖故衣通过喝唱，将故衣向顾客作生动绵长的介绍实录。



清代绸缎布庄招牌

在清代，佚名《燕市百怪歌》，已把“唱故衣”推为北京的一怪：

远闻叫声卖，宛转颇可听。
衣服两大堆，件件来回经。

即使以儒雅自重的名士才人，也拿起笔写了一首又一首“卖估衣”的诗句。栎翁《燕台新咏·唱估衣》这样写道：

衣无长短量凭尺，腔接高低巧转喉。

真眼好磨看入骨，长安人海口如油。

蒋士铨《京师乐府词》中亦有《唱估衣》：

数人高立声虚呵，唱衣价值如唱歌。

“卖估衣”之所以倍受青睐，无非是“卖估衣”那通俗而又顺畅的词句，加上旁边有一帮衬的小徒弟，俩人一唱一和，特别吸引人。传统相声《卖估衣》将清代这种“京估衣”生动地再现出来——

甲 谁买这一件皮袄啊，原来当儿的啊。

乙 不错。

甲 黧的油儿的黑呀，褙绫缎的面呀。

乙 不错。

甲 瞧完了面儿，翻过来再瞧里儿看这毛。

乙 是呀！

甲 九道弯亚赛罗丝转儿呀。

乙 不错。

甲 上有白，下有黄，又有黑，起了一个名儿呀三羊开泰的呀。

乙 不错。

甲 到了“三九”天，滴水成冰点水成凌，别管它多冷，穿了我这件皮袄，在冰地里睡觉，雪地里去冲盹儿吧，怎么会就不知道冷啦。

乙 皮袄暖和——

通俗而又顺畅的词句，像歌唱一样的声调，撩拨着人的心弦，使人陶醉。然而，优美的叫卖声，绝不止“卖估衣”者。明代史玄《旧京遗事》记北京的五月——



清代成都小商贩

佳蔬名果，也是随声唱卖的，人们听唱一声就能分辨出是何物品，是什么样商贩担卖的。有卖犁的，只有四句，竟叫成诗。其它卖物，其词不止一句，这是慢声为招，以此感耳。

而且，明代北京的叫卖还分季节，三月桃花初出，满街唱卖，其声艳羨。数日花谢将阑，叫卖声则慢慢长叫，这是为了表达桃花不堪经久的情绪……

清代的叫卖杂物，也很有独特之处。如提包卖胡梳零件者，叫卖声调极高，店门一唤，能使顾客皆惊，叫卖的词句，有腔有板，而且此词语最末二句，正是口中的叫卖语。倘非长期揣摩市声和娴熟俗曲，无论如何也不会叫卖到不亚于曲艺表演的地步。难怪兰陵忧患生《京华百二竹

枝词》感叹：“可谓奇绝，可谓特别”，用“叫卖出奇声彻霄”给以赞誉。

又有闲园鞠农《燕市货声》所说的卖小盆小罐者，他们把自己所卖的小盆小罐编成歌谣似的吆喝：

卖小盆呕，卖小罐呕，喂猫的浅呕，舀水的
罐呕，澄浆的盆啊嘴。

有的卖盆罐的商贩则在叫卖中兼学老鸪打架，先叫早后争窝，末像一群乌鸦对谈，嬉笑怒骂，中间有解和之意，听者无不开心大笑……

这样的商贩不愧为货物艺术家，他们将自己贩卖的物品用曲艺清唱或口技形式表达出来。而且察买者之言，观买者之色，随机应变，投其所好，使你不得不买。明代玉霜移生万历戏剧钞本《钵中莲》，就刻画了一位在南方卖水果的商贩，当买者要买甘蔗，他就说：

甘蔗圆又长，发火又兴阳。
香甜真可口，节节有商量。

这水果商贩还向买者建议吃橄榄，买者认为味涩不要，他就又说：

橄榄刃头尖，一见便流涎。
入口带酸涩，越嚼越香甜。

他还建议买者将橄榄和甘蔗一齐吃，“甘蔗是长个，

橄榄是尖个，阴阳相配起来”，“叫作和合双美丸，大有补益”，“其味美不可言”，并要当买者面试试。

清代唐英《古柏堂戏曲集》承《钵中莲》余韵，刻画了另一位在北方卖水果的商贩，他卖西瓜的吆喝是“蜜蜂错搭窝，两钱”。买者问他为什么这样唱，他回答：“这不过说这个西瓜甜的这么个意思嘎。”

的确，蜜蜂搭窝是酿蜜，它把窝错搭在西瓜上了，这不等于是说西瓜和蜜一样甜吗？据研究老北京民俗文化的专家认为，这种吆喝富有音乐性：

05 6 5 3 3 5 3 5 6 4 2 5 6
蜜 蜂 儿 错 搭 窝 嘞 ， 两 个 大 嘞

卖水果的商贩还向买者推荐藕，买者问他有什么好处，他就以诗句歌唱：

白花藕，圆又长。
能通气，有清香。
粉嫩真可口，是节节有商量。

这引来了买者的夸奖，卖水果的商贩还向买者推荐莲蓬，买者认为莲蓬不好吃，卖水果商贩又说道：

莲蓬两头尖，又不涩又不酸，剥了皮儿吃良
好，好歹别整咽。况医家说得好，莲蓬藕一块儿
吃，叫做莲蓬和合丸。

这真是左右逢源，说得买者不由得不信，不由得不买，这就是商贩研究买者心理，深谙推销货物艺术的结果。

古代推销货物的艺术，还体现在印刷术应用以来的广告之中。由于这种广告是印在纸上的，所以它比商贩的口头歌唱显得典雅。1840年鸦片战争以前在广州居住的一位美国人亨特，在他的著作《旧中国杂记》里，就曾收录了当时广州这样五种不同的广告。一则是一位个体匠人制作的墨块，用一张印好的广告纸包着，盛放在绢面盒子里。亨特将广告纸上的文字比喻为“一种唱戏的调子”，例如：

地质坚实，选料上乘。

墨质细腻，无与伦比。

色泽纯黑，举世无匹。

墨质优良，不惜成本。

别家仿效，纯属徒劳。

万甲难逢，本铺良墨。

别家为得利，本号为美名。

一则是“万寿堂极品午时茶”。作这一广告者，为了调起饮此茶的胃口，先将此茶特点娓娓道来：

气味纯正芳香，性质温和，不寒不热，健脾开胃，止渴生津，祛寒去湿。总之内疾外感，本茶一概适用，岂不神奇？