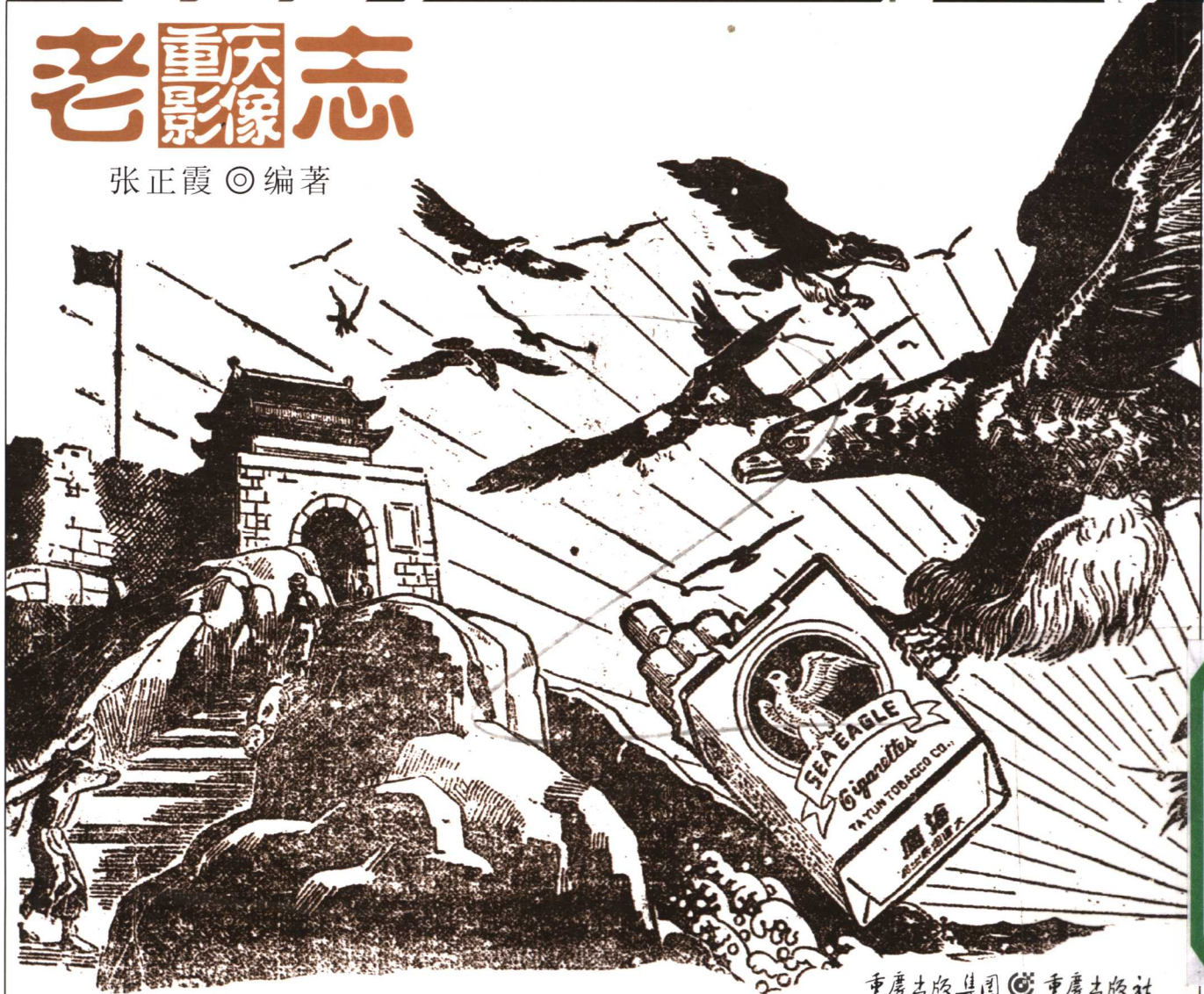


老重庆

老重庆影像志

张正霞 ◎ 编著



重庆出版集团 © 重庆出版社

陆与华盛顿——伦敦、莫斯科齐名的老重庆、老山城

F713.8/436

2007

《老重庆影像志》



广告，随商品交换而生，随商业兴旺而盛。

广告，从奴隶制时代的物品叫卖起，一路吆

喝下来，旗帜招摇，鼓乐相伴，「歌叫于

市，买者欣然」。至近世，声、光、形、色、

动……林林总总，形形色色；平面、立体、

影视、活物……异彩纷呈，蔚为大观。

老广告，无不印证着经济发展的潮涨潮落，

无不唤起你陈年往事的记忆碎片。

张正霞
编著

重庆出版集团 © 重庆出版社

图书在版编目(CIP)数据

老广告 / 张正霞编著. — 重庆: 重庆出版社, 2007.11

(老重庆影像志 / 王川平主编)

ISBN 978-7-5366-8577-2

I. 老… II. 张… III. 商业广告—历史—重庆市—图集

IV. F713.8-092

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 035551 号

老广告

LAO GUANGGAO

丛书主编 王川平

丛书副主编 邵康庆 刘豫川

编 著 张正霞

资料提供 重庆图书馆 石 曼 邓晓茹 士 伏

出版人 罗小卫

策 划 郭 宜 邓士伏

责任编辑 郭 宜 夏 添

封面设计 郭 宜 刘 洋

版式设计 郭 宜 夏 添

责任校对 娄亚杰

电脑制作 廖晋华



重庆出版集团 出版
重庆出版社

重庆长江二路 205 号 邮政编码: 400016 <http://www.cqph.com>

重庆市开源印务有限公司印制

重庆出版集团图书发行有限公司发行

E-MAIL: fxchu@cqph.com 邮购电话: 023-68809452

全国新华书店经销

开本: 787mm × 1092mm 1/16 印张: 11.75 字数: 237 千

2007 年 11 月第 1 版 2007 年 11 月第 1 次印刷

印数: 1-4 000

定价: 29.00 元

如有印装质量问题, 请向本集团图书发行有限公司调换: 023-68809955 转 8005

版权所有 · 侵权必究

老广告

目 录

总序	1
前言	4
古韵沧桑：传统广告	8
漫声摇播的叫卖广告	8
名副其实的实物招幌	14
寓意深刻的形象招幌	20
自我标榜的文字招幌	23
古韵沧桑的仿单	31
时尚摩登：现代广告	34
美艳绝伦的月份牌	34
价廉物美的报纸广告	39
城市向导的路牌广告	84
浮华声色的电影、广播广告	88
风起云涌的话剧广告	100
都市窗口的橱窗广告	111

美轮美奂的霓虹灯广告

欣欣向荣：广告行业

群星灿烂的广告画家

蓬勃发展的广告公司

民国时期的广告管理

形形色色：广告折射的世态

香烟广告背后的故事

商俗雅趣话招幌

名人与广告

后记

178

173

166

139

139

136

133

118

118

117

总序

《老重庆影像志》

王川平

方面，尤其是对老重庆的个性与嬗变、老重庆的灵性与魂魄、老重庆的根与源，力图以图文并茂的表述引起读者的注意，与读者作寻根之旅。本丛书的作者与编者，都是从事文物、图书、档案、出版、历史和文化研究等方面工作多年的优秀人选，既有丰富的实际经验，又有专门知识方面的学术积累，并尽可能在文字处理上通俗、生动、准确。丛书使用的两千多张历史照片，许多是第一次公开出版，足见其珍贵和罕见。

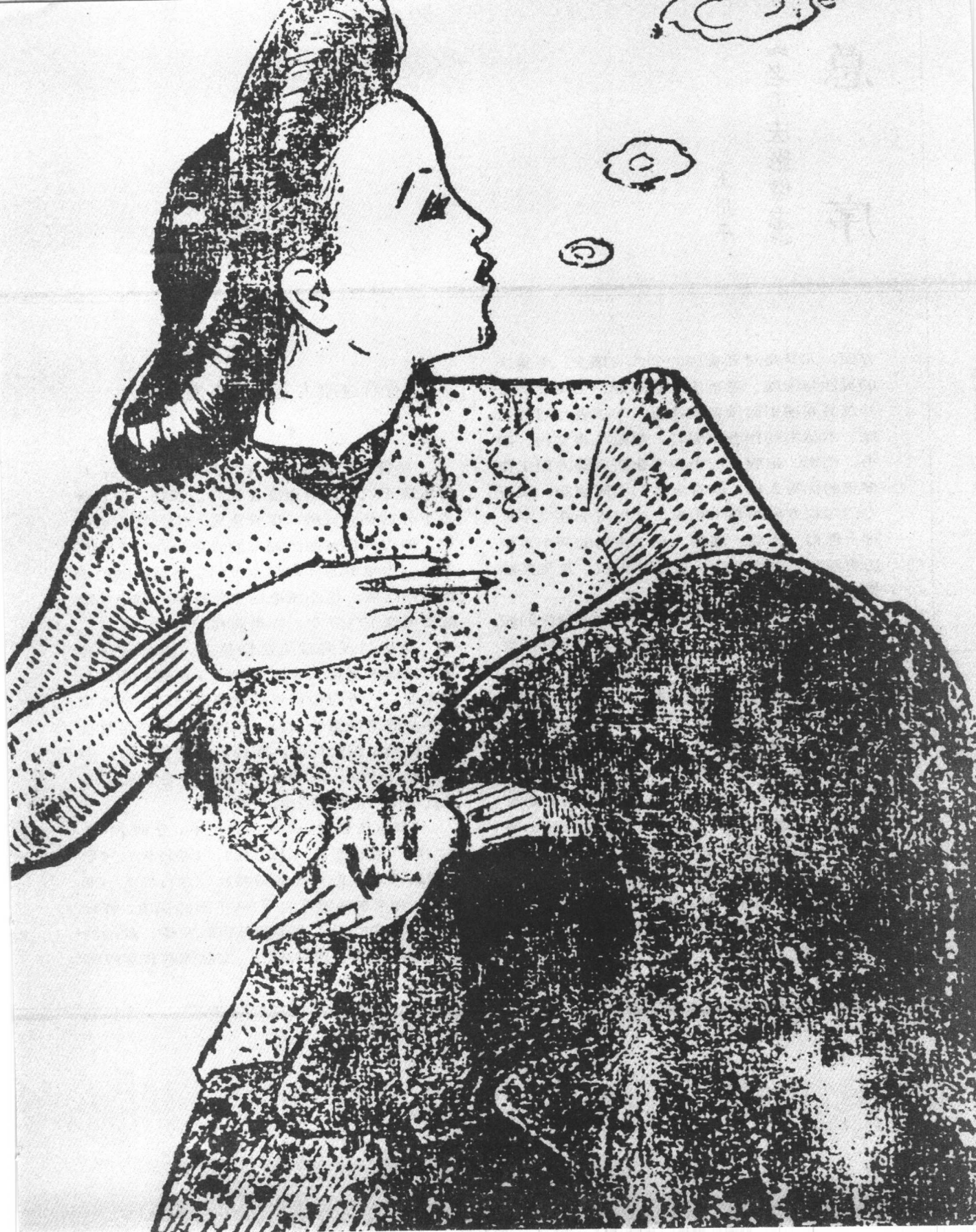
重庆是一座具有世界历史与文化价值的城市，对于这一点，笔者在主编该丛书及撰写《老房子》的过程中坚信不移。这不是直辖后的文化自大，而是遵循“实史求是”的原则准确对待重庆历史得出的结论，是依据古为今用的原则建设重庆新文化的需要。可惜的是我们总以为自己的文化家底不够厚，其实是我们现时的努力离目标还有较大的距离。令人高兴的是直辖之初，笔者提出把重庆建设成为与长江上游经济中心相适应的文化中心的文化建设远期目标，已经为越来越多的市民所接受，正在成为这座城市的规划和行动。从这个意义上说，《老重庆影像志》丛书的出版，确实是一件可喜可贺可敬之事。

看着这座古老的城市慢慢长大

尽管重庆直辖才十年，但它却很古老；尽管重庆正以惊世的速度在长高、长壮，但它曾经十分古朴而低矮；尽管重庆一天天在变得靓丽，但它灰蒙蒙而沉甸甸的底色仍存留在记忆之中。当楼房的样式和市民的生活越来越趋于类似的时候，这座城市的文化性格与城市品质就变得像空气和水一样重要和宝贵。

历史与现实就是这样复杂，这样磕磕碰碰。重庆的文化人一方面惊讶于这座城市成长的速度，一方面惊讶于在此速度拉动下消逝了的那些值得保留的东西。这种惊讶同样是复杂和美好的，因为他们不因惊讶而停住手脚，停止思考与行动。眼前这套《老重庆影像志》丛书就是他们这种努力的一部分。

《老重庆影像志》丛书共十本，分别是《老城门》、《老房子》、《老街巷》、《老码头》、《老地图》、《老广告》、《老档案》、《老行当》、《老风尚》和《老钱票》。它们从不同的视角，管窥这座城市的昨天，内容涉及市政变迁、政治演变、经济发展、市井生活、文脉流转传承等等



又年新 財發喜恭

康君祝 磚金吸常

吸請

金香牌磚金

品出司公草烟北西國中

前言

老广告

牛匠吹奏唢呐，长此以往，只要一听到如此声响，人们就知道什么行当来了。

鸦片战争后，尤其是随着西方列强的不断入侵和通商口岸的不断增加，外国商品在中国大肆倾销。为了占领广阔的中国市场，洋商输入了新的、现代的广告宣传手段。从此，中国开始了现代广告业。泱泱中华民族经历了屈辱的鸦片战争，有识之士投身到实业救国的洪流中，他们开工厂、建市场、修马路，尚在少年中的民族工商业迎面遇见的却是资深的外国资本主义。“短兵相接，勇者胜”、“败者寇胜者王”的古训尽人皆知，“用其人之道还治其人之身”。竞争中他们明显感到原始的招数不灵了，诚信勤俭以外，又学会了招摇和吆喝。酒香也怕巷子深，便学那西法，硬是要把店铺开在大马路通衢大道边，把货物一溜儿摆开，显摆，琳琅满目，金招牌银招牌高高挂着。在20世纪30年代，出现了运用新材料、新工艺的广告媒介，如月份牌、报刊、路牌、霓虹灯、橱窗、电影等。由于广告媒介多样化，丰富化，出现了专营广告的商业公司。当社会经济日益发展，广告也伴随着经济发展而不断丰富变化。年轻的广告

广告是商品经济的产物。在原始社会后期，畜牧业和手工业先后从农业中分离出来，社会生产极为丰富。产品出现剩余，产品成为商品，社会出现了商品经济。人们为了把所生产的剩余产品及时卖出去，在来往行人多的路边或人们时常聚集的场地，席地陈列产品以示出售、交换。为了招徕人们的注意，有人开始大胆地吆喝起来，这便产生了最原始、最古老的广告形式——叫卖广告。

进入奴隶社会与封建社会，商业活动日趋频繁，由先前形成的“日中为市”，逐步向贸易中心迈进，出现了集市与城镇。工商各业为招徕生意，在店铺前悬挂着幌子与招牌。陈列实物已渐渐演化为卖什么悬挂什么的实物招幌，而后是形象招幌、文字招幌。中药铺门前悬挂一串三角形的木制膏药或一个葫芦模型，以此向人们显示店号、字号及店铺的种类、经营范围，店铺的等级关系。这时期，原始的叫卖形式仍然继续着。为了更好地招徕顾客，吸引人们注意，以期生意更好，走街串巷叫卖的也利用一些能发出声响的器具，响器广告出现了。剃头匠敲着剪子，发出清脆的声音；骗猪匠、骗

重庆正式开埠。英商立德乐在陕西街设立立德洋行，雇佣陈锦颜、卢序东、阎春荪、周云浦为买办，收购猪鬃等山货，贩卖洋布等。“美趣时”染店开业，店主高志敏经销德商爱礼司洋行和英商卜内门洋行的染料、颜料，垄断市场，成为川省颜料巨商；“颐中洋行”总经销英美烟草公司的“哈德门”；此后，美国、日本、德国等在重庆开设工厂、矿山、洋行，垄断山货土产，贩卖洋货。1896年，宋育仁在重庆设商务局，兴办各类实业公司，其目的在“保地产占码头、抵制洋货、挽回权利”。川商卢干臣从日本引进火柴生产的化工技术、工艺流程，创办了森昌泰火柴公司。生产硫黄火柴，与德、日、瑞等国的“洋火”抵抗；川商白汉周赴日学习织毛巾技术，回重庆开办了“昌华毛葛巾公司”。1904年10月，重庆成立“总商会”，旨在保护民族资本，抵抗外国资本。“总商会”买下原重庆府署开设商业场，成为重庆繁华的商业中心。从此，重庆成为内陆商业贸易中心。

当重庆成为通商口岸后，外国工商业资本和商品大肆输入到重庆，同时也输入了现代商品的宣传手段。重庆人最早见到的洋广告是街

从新闻学中成长、独立成一门新兴的学科，专门研究它的规律、方法及培养专业人才。社会上有了专业的广告队伍。由于广告商业成本低，利润丰厚，同业之间竞争日渐激烈。为了维护行业的秩序，政府制定法律法规来约束行业的无序竞争，出现了广告管理以及相关的管理机构。

重庆经历着中华民族相同的轨迹。公元前6世纪，巴族进入重庆，畜牧业与农业相分离，手工业从农业、畜牧业中分离出来。开始出现最早的商业活动，即物物交换。《华阳国志·巴志》“巴国立于龟亭北岸，今新市里也。”董其祥《巴史新考》：“龟亭就是今天巴县的小南海，现在当地船工仍称为‘车亭子’。龟亭北岸的冬笋坝，正是巴人立市的新市里。”这里是重庆市场的开始。公元前314年，秦置巴郡，建重庆城，设市场或站、居民区、官府。历经风雨，到清代时，“重庆当二江合流，有舟航运输之利，蜀之西南北旁及康藏以至滇黔之一隅，商货之入输会必于重庆。故重庆者，蜀物所萃，亦四方商贾辐凑地也。”1890年，根据中英《烟台续增专条》正式规定“重庆即准作通商口岸”。1891年3月，

家和工艺设计家活跃在广告界。太平洋广告社、现代广告社这样拥有100人以上专业人才的公司有30多家，三五人的“皮包公司”遍地都是。重庆的商业广告日渐丰富，国民政府不得不插手管理。1941年，国民党重庆市政府公布了《重庆市管理广告规则》，开始了有序的管理。抗日战争胜利后，随着国民政府还都南京，重庆的工商业日渐衰落，休戚相关的广告业也日落西山，到1949年，重庆的广告公司已寥寥无几。中华人民共和国建立后，重庆人民政府首先对旧广告进行改造，取缔反动、色情有伤风化的广告，批判地吸收和借鉴了旧中国遗留的广告形式和手段，充实了新内容，倡导民族风格。1951年，重庆市政府设立了广告管理所，制订了《重庆市广告管理规则》。从此，重庆的广告和广告业开始了新篇章。

头宣传和洋货赠送。日商大阪公司刊登在《广益丛报》的添船广告；美商亚细亚火油公司的路牌广告；“省油灯”灯具橱窗广告；英商“秤人牌”香烟的月份牌广告、电影广告。重庆工商业者也不甘落后，在沿袭传统的广告方式时，又借鉴和发展了外国现代广告手段。1906年，重庆出现了最早的报纸广告，滇南回天堂天官牌戒烟丸药广告出现在《广益丛报》上；20年代，“有美皆备，无丽不臻”、“饭后一支烟，赛过活神仙”之类广告词在月份牌、报刊上随处可见；30—40年代，冠生园的月饼广告时常出现在橱窗里，公共汽车的尾部醒目的是“八百壮士”香烟的广告；“重庆鲜牛奶”的霓虹灯广告高高耸立在山城夜空；国民党中央广播电台不断地广播着“国货精品、中国民族品牌华生电扇为您消暑解凉”。重庆时尚摩登的广告文化得益于广告业的发展。重庆商余百货公司广告部的蒲丁侠、高仙白不仅能制作平面广告，还能制作户外广告，设计商场店堂布置、货物陈列等。之后，有专门经营广告的“西南广告公司”。抗日战争时期，重庆的广告业迅速发展并达到鼎盛的黄金时期，高龙生、赵振华等著名的广告画

古韵沧桑：传统广告

“千里莺啼绿映红，水村山廓酒旗风”，这是唐代诗人杜牧描写酒肆招幌的著名诗句，可见，我国传统广告历史悠久，源远流长。

漫声遥播的叫卖广告

俗话说“卖什么吆喝什么”。直截了当地吆喝所卖之物，是最简单之事。据说，古代的雅典有一种管理日常生活的半官方人物，他经常在大街上叫喊，用语言告诉民众关于货物上市行情。由于条件所限，今日难保留古已远去的叫卖声，但我们依然能从浩如烟海的文学作品中觅到这种广告形式的踪影。孟元老《东京梦华录》：“是月季春，万花烂漫，牡丹芍药，棣棠木香，种种上市，卖花者以马竹篮铺排，歌叫之声，清奇可听。”吴自牧《梦粱录》：“卖花者以马头竹篮盛之，歌叫于市，买者纷然。”清涂宁舒：“酬神几日唱秧苗，看戏人将比户邀。椒眼竹篮珠万颗，声声唤卖紫樱桃。”清末，四川简阳人傅崇矩曾撰《成都通览·七十二行现相图》，形象地描述了七十二行的商人销售方式。“更夫打着灯笼，鸣锣而叫；收荒的挑着担子吆喝；端公一手执扇表演，一手拿着许多成品；卖膏药的打小伞一把，伞之角都挂着一串膏药，口中还吆喝着；卖花生的挑着担子的小贩也是吆喝招揽；线箱子则摇着货郎鼓；卖瓜子花生胡豆者则大声吆喝；卖糖人者则在架上插满了糖人；换椅子的以手做喇叭状；卖皮梁子的一手展示商品，一手持响器而吹奏；卖吹簧者在表演；瓮器担子做大声吆喝状；醋担子肩挑两桶，挂着



清朝末年走街串巷卖翠花的人



老广告

家形月
的式修
广一牌
告般画
为是
有中
的间画
主是一
下画
镇为
有画美
铜西女
条色一
清广
有日告
的历
仿表
中画
国画
画的
的合
装或
样下
方方
式印
化

家形月
的式份
广一牌
告般画
为是
有中给
的间画
上是一
下画复
镜为美
有画女
铜两也
条一
常广
的日告
的所知
仿来年
中国画
画相结
的合
装或的
裱下商
方业
式印化
与有户

老广告



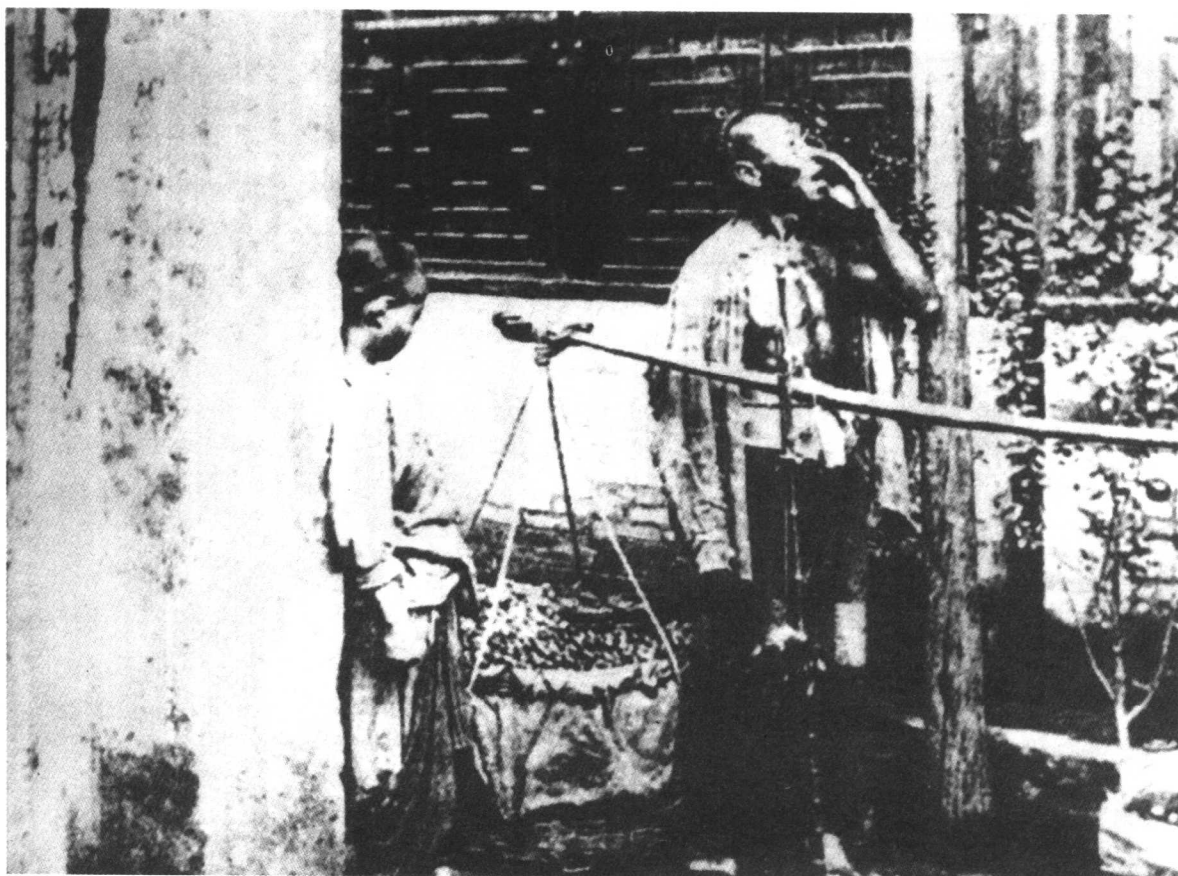
剃头挑子

陈醋二字牌；卖咸牛肉的案前插着写有牛肉字样的牌子；卖蒸饽者头顶盘案并吆喝；糖饼摊子架上插着制作精巧的糖模型；卖零星油的敲击梆子类响器；卖白麻糖的颈上悬吊装糖之盒，左手持铁片叶，右手持敲糖之小锤；卖蚊烟者，用板凳肩担，手摇铃号，灯上写着药料蚊烟、卫生蚊烟字样；卖线牌子的，肩立一线牌，如大掌扇形，沿街摇小鼓；换手饰的，身负小木箱沿街呼唤……”

重庆挟两江之利，舟楫运输便利，商贾行人云集，自古就宜经商，但因城中道路坎坷，运输不便，深弄里巷多靠肩挑背扛方能到达。那些本钱少，货物一般的贩夫走卒就走街串巷，沿街叫卖，薄利多销，赚点力钱。他们贩卖的往往是蔬菜、水果。民国时期，重庆有两处水果批发地，一是江北沙嘴河，此处是橘子甘蔗的批发地；二是临江门、金紫门，这两处是桃、李、杏、苹果的批发地。那时，重庆靠贩水果过日子的人很多。大水果商人，在河边搭木棚，用船运输大河小河的水果，然后批发给小商贩，俗称“啄燕”。小水果贩从大水果商的船上批发一些水果，本钱要得不多，用具也简单，往往就是一副挑子，挑着水果，也不拘时地在大街小巷沿途叫卖。“李子，相因(便宜)卖，吃了不打瞌睡”；“葡萄，葡萄，相因卖……”，遇见调皮的顽童，乱叫成“红不了，红不

造製司





在市井中流动的行商小贩，沿街吆喝着



可怜的街头小贩



老少皆爱的冰糖葫芦

[illegible]

家刊月
的式份
广一牌
告一画
者一画
为是
有中
的间
下
有日
的历
何和
来三
中防
国画
画相
面信
的合
装或
下商
方业
式印
主有

老广告

造製司



酸甜解渴的冠生国果子露广告



随身携带的杂货摊



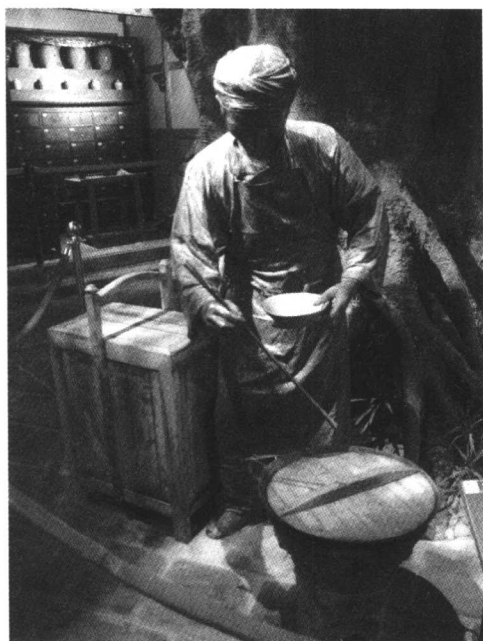
包医百病的走方郎中和举着牌子擦皮鞋的沿街招揽生意

了”。

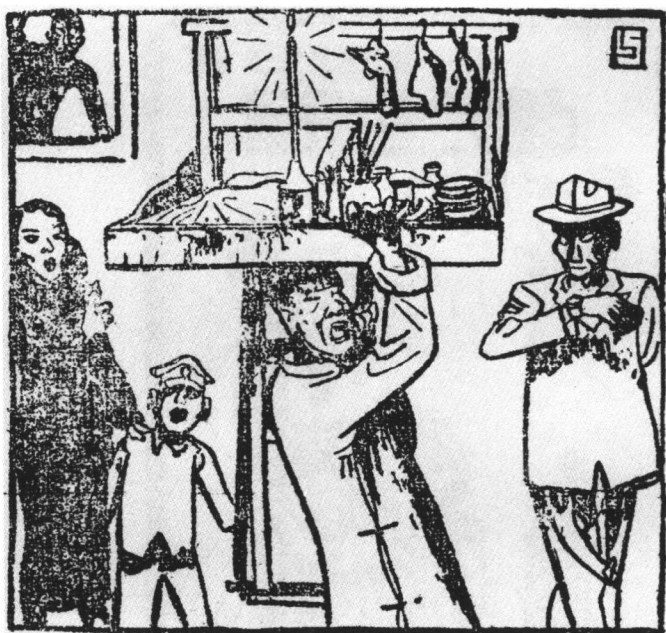
深弄里巷的家庭妇女，只要听见小贩的叫卖声就知道是什么季节了。春季，有提篮叫卖梔子花的；端午节，街头巷尾，到处有叫卖艾叶菖蒲的；夏季，有沿街叫卖“果子露”、“老荫茶”的。

老辈人记忆的走方郎中，总会出现现在重庆城市的小角落里、僻静的街道小巷、乡下赶集的日子。人们一定会见到他们有的肩上挂着褡裢或是手里提着一个什么篮子，有的还背上木箱，手里摇着铜铃，他们口里会喊“妇孺老幼，诸般杂症包治包好”。

让人不能释怀的是卖担担面和炒米糖开水的。卖担担面的，走街串巷，沿街叫卖，前担为炉子和铁罐（吊子），后担为一木柜，屉中分别放着甜水面和抄手，柜上放置瓶碟，满盛作料酱醋，作料多切成细末，另用一小篾担儿，放置当季蔬菜。每煮一碗面，将蔬菜放进沸水中滚一下，放在面里，所有作



—— 山城的大街小巷黄葛树荫下是小吃摊云集之处



—— 一更二点铜锣敲，凉面豆鱼吼声高



—— 抗战胜利的消息传到山城人民的耳朵里，人们便举着条幅在大街上庆祝



老广告

宗形月的
的式传
广一牌
告一版
是
为是
有中经
的间画
主是
下画
深有美
有画女
铜两
条边
一
有日
有的
的历
仿来
中画
画相
的立
的合
装或
样下
方商
式业
印代
主产