

第 1 集

中国珍品典藏  
中国商业老海报

主编 樊 瑀 苏 克



河北美术出版社



中国珍品典藏

# 中国商业老海报

牌牛牧

主编 樊苏 璃克

编写:	葛 苓	务 民	刘 枝	玫 玫	王 亭
	董 元	杜 米	梅 杏	花 蜜	刘 一
	金 余	林 小	媚 多	周 舟	林 山
	李 立	余 东	张 宏		

设计: 动力工作室



## 第1集

河北美术出版社

ZHONGGUO SHANGYE LAO HAIBAO

ZHONGGUO SHANGYE LAO HAIBAO

责任编辑 / 康艾苓  
责任校对 / 王素欣  
责任审读 / 杜恩龙  
装帧设计 / 丫 丫

图书在版编目 (CIP) 数据

中国商业老海报：中国珍品典藏. 第1集 / 樊瑀, 苏克  
主编. —石家庄：河北美术出版社，2010.2  
ISBN 978-7-5310-3506-0

I. 中… II. ①樊… ②苏… III. 商业广告—宣传画—中  
国—图集 IV. J524.3

中国版本图书馆数据CIP数据核字 (2009) 第 183063 号

**中国商业老海报 中国珍品典藏 第1集**  
主 编 樊 瑀 苏 克

---

出版发行 河北美术出版社  
地 址 石家庄市和平西路新文里8  
邮政编码 050071  
制 版 河北九易数字技术有限公司  
印 刷 河北新华印刷二厂  
开 本 787毫米×1092毫米 1/16  
印 张 12  
印 数 1~3000  
版 次 2010年2月第1版  
印 次 2010年2月第1次印刷

---

定 价 55.00元



# 前言

自1840年鸦片战争后，西方列强迫使清政府签订了一系列割地、赔款、开放通商口岸等不平等条约，一时间洋货大肆入侵。西方列强为推销本国产品，纷纷设计印制了内容新奇、色彩艳丽、形象醒目的海报，起到了推销产品的作用。

创建于清末民初的中国民族工业，起初也效仿西方的做法，而后通过不断地改进、提高，创作出大量适合中国国情、让百姓喜闻乐见的海报，促进了民族品牌的确立。


本书是一批年代久远的商业老海报，包括古今人物、历史故事、农耕文化、旗袍美女、风景名胜、天文地理、花鸟鱼虫等，均在海报中一一再现。

这些老海报设计精心。为吸引顾客、宣传商品、刺激顾客的购买欲望，设计者费尽心血：如旧中国广大百姓最为熟悉的“阴丹士林”色布，画面一半为太阳，一半为云雨，寓意是日晒雨淋，“阴丹士林”永不褪色；上海是旧中国最大的工商业城市，该海报选用不同画面的旗袍美女，配有文字，形成系列海报。其间涌现出了大批著名的专业海报画家，如郑曼陀、谢之光、金梅生、杭穉英、胡伯翔等。他们在选材和画风上各有千秋，他们绘制的精美绝伦的海报，深受人们喜爱。

同时，这些老海报印刷也很精良。19世纪末，老海报一般采用中国传统的木版年画形式印制，后来又采用了石版印刷技术。再后来，随着社会进步，老海报采用更为先进的珂罗版印刷技术，使其画面效果比年画更精美、色彩更艳丽，历经百年沧桑，仍光彩夺目。

人们爱好收藏，不外乎两种类型：一种是娱乐型，另一种是投资型。在





商品经济高速发展的今天，后一种类型越来越多。老海报由于年代久远，纸质变脆，不易保管。加之战乱、水火灾害等原因，存世量日趋减少。因此，老海报市场价位在稳步攀升。几年前在市场上花几元、几十元垂手可得的的老海报，如今要越百逾千，个别非常珍稀的品种价格过万也不稀奇。国内知名的嘉德拍卖行，每次纸制品拍卖也少不了老商标海报。据报载，某拍卖公司曾以1.8万元的高价拍出一幅老海报。

老海报的价位一般是以存世量来定的。“物以稀为贵”，老海报同种的存世量过千的几乎没有，过百的也很少，大都是几十张、几张，其中不乏珍品、孤品。作为不可再生的收藏品，老海报的升值空间很大。作为投资，历经百年沧桑的老海报，升值潜力究竟有多大，收藏者一定非常明白。

老海报收藏的等级，业内人士一致认为应根据其存量、年限、题材、大小、品相等五个方面来综合权定，如划分五个星级较为合适。存世量稀少、年代久远、画幅大、品相佳的海报为五星级；相反，存世量大、年限短、画幅小、品相差定为一星，其他品种星级介于二者之间。

老海报收藏除了在网上或拍卖行购得外，往往要走南闯北付出艰辛，交流交换，寻觅购买。每当淘宝收藏归来，其喜悦心情是无法言表的。等到初具规模，进行系统整理归类，可从中了解历史变迁、文化演变、民风民俗、社会发展等，令人激动、陶醉和赏心悦目。

收藏商业老海报，既能增强审美情趣，又能促进怀旧情感，意义非凡，其乐融融。

# 目 录

(页码以图为序)

- |          |                |           |           |
|----------|----------------|-----------|-----------|
| 1……天仙图   | 50……轩辕图        | 94……观瀑    | 146……碧玉书香 |
| 2……三星牌   | 51……象星牌        | 96……美君子   | 147……鼎发财  |
| 3……魁星    | 52……三星高照       | 98……双财神   | 148……神云   |
| 4……九松亭   | 53……四季发财       | 100……多福多寿 | 150……裕丰箔庄 |
| 6……海蟾    | 54……鼎美人        | 101……状元及第 | 151……唐僧图  |
| 7……爱莲牌   | 55……福寿挂面       | 102……上寿图  | 152……五路进宝 |
| 8……春香闹学  | 56……单刀赴会       | 103……一品蓝布 | 154……捷报图  |
| 10……张良拾履 | 58……甘露寺        | 104……机房训子 | 155……天姬送子 |
| 12……八仙   | 60……九龙山        | 106……京兆画眉 | 156……聚贤村  |
| 14……苏武牧羊 | 61……游春园        | 107……贤孝子  | 158……邓九公  |
| 16……老子骑牛 | 62……红玉得胜       | 108……老菜子牌 | 160……爱菊   |
| 18……金虎图  | 64……古城会        | 110……重九登高 | 162……荷美图  |
| 20……聘贤   | 66……蟠桃会        | 112……苏小妹  | 163……黄鹤楼  |
| 22……白牡丹  | 68……唐王游月宫      | 114……杨贵妃  | 164……采菱图  |
| 24……二仙图  | 70……麻姑献寿       | 115……桃园牌  | 165……松乐   |
| 26……织女牌  | 71……天女散花       | 116……自强图  | 166……进宝图  |
| 28……天河仙牛 | 72……题松汀驿       | 118……华容道  | 168……仙壶延筵 |
| 29……五鹿牌  | 74……神童图        | 120……凤仪亭  | 169……满堂彩  |
| 30……越国大夫 | 75……木兰从军       | 122……达摩渡  | 170……爵禄图  |
| 32……大富贵  | 76……送子观音       | 124……唐寅画佛 | 171……青女素娥 |
| 34……状元   | 78……奇才女        | 126……梨园乐  | 172……孟丽君  |
| 36……麟吐玉书 | 80……鸾凤图        | 128……金满庭  | 174……蔡文姬  |
| 37……嫦娥牌  | 81……董小宛与<br>冒襄 | 129……牧牛牌  | 归汉        |
| 38……金莲妙舞 | 82……黛玉葬花       | 130……老家庭  | 176……陈塘关  |
| 39……荷花女  | 83……西厢记        | 132……四喜图  | 178……三英图  |
| 40……秦良玉  | 84……正天官牌       | 134……长乐   | 180……独木关  |
| 42……登坛拜将 | 85……双鹅牌        | 135……五子夺魁 | 181……朱砂痣  |
| 43……一丈青  | 86……洗耳图        | 136……罗汉图  | 182……西湖主  |
| 44……天水关牌 | 87……雪景         | 137……郭巨牌  | 183……乌龙院  |
| 46……喜报三元 | 88……半月牌        | 138……春秋图  | 184……刺王僚  |
| 47……老将军  | 90……分金图        | 140……第一篮  | 185……牧虎关  |
| 48……国本图  | 92……桃源图        | 142……钟无盐  | 186……虹霓关  |
| 49……鲤鱼   |                | 144……财神   | 187……落马湖  |

和合二仙是民间传说中的主婚姻神仙。海报中和合二仙，一个手持荷花，另一个手捧圆盆，盆中飞出五只蝙蝠。他俩和睦相处、笑容满面。二仙手中所持之物有中国传统文化的理念：莲花取意并蒂莲，盒子象征好合意愿，五只蝙蝠则寓意五福临门。海报力图通过民间传说来传达对消费者的美好祝愿。

海报年画风格突出，采用套色制作，刻工、色彩和造型具有精细秀雅的江南民间艺术风格。画面色彩饱满，人物造型谐调。正是这种“不

讲形似而求神似”的写意笔调，让人看后有亲近感和喜爱之意。海报为上海崇新染织厂所作，画面正下方注明了企业名称和厂家地址。为吸引更多的民众关注，画面突出了装饰作用，让百姓悬挂在厅堂之中，以此达到提高企业知名度的效果。



上海五角路六十八号五批所附设厂内

## 天仙图

收藏星级：★★★★★

市场价位：600-900元



顺泰德记制作的三星牌宣传海报很吉祥。用“三星老”作为品牌名称，用“福禄寿”传说中的神仙作为品牌的“代言人”，起到了较好的产品宣传效果。

海报中的三个神仙，神态慈祥、笑容可掬，他们分别是福星、禄星和寿星。其中，福星专司人的福分，禄星专司俸、财禄，寿星专管人的寿命。数千年来，福、禄、寿三星一直是老百姓最喜爱的神仙。福、禄、寿三星照耀，人间才有喜悦祥瑞之气。企业用福、禄、寿三星作为品牌，以引起消费者的关注和欢迎。为了让品牌

有灵魂、有个性、有特征，企业注重品牌效应，给人留下记忆，以吸引更多的消费群体。

招贴画是顺泰德记所作，通过海报的宣传，企业表达了“人人都得享长寿，个个拥有无上福气，家家户户官运亨通”的祝福。

**三星牌**

收藏星级：★★★

市场价格：300-500元



魁星是读书士子的守护神，是我国神话中主宰兴衰的神。他是北斗七星中成斗形的四颗星，这四星为魁，其余三星为杓。传说魁星是天上的文曲星下凡，魁星连续三次考中状元都未被录用，原因在于他的相貌极丑。传说皇后在他的头上簪花时，被他的相貌吓得昏了过去，所以，皇后不同意魁星当状元。魁星一怒之下将装书的木斗踢掉，然后就投了江。魁星虽然连中三次状元而未能当上状元，但黎民百姓却承认这个相貌丑陋的状元，大家都仰慕他的才华，就把他塑造为神，借“魁星踢斗”之题，以求文运高照。

海报虽然在色调上一冷一暖，但较细腻地刻画了“魁星踢斗、独占鳌头的情形”：头部像鬼一般的魁星一脚站鳌头，一脚向后踢起，动感极强，如“魁”字的大弯钩；一手捧斗，如“魁”字中间的“斗”字；一手执笔，寓意用笔点定中试人的姓名，画面上还点缀着七星北斗，来说明魁星能给文人指明方向。企业通过魁星的形象来表明自己处于行业中“独占鳌头”的老大地位，品质十分有保证。大有“使用我产品，能让你文运高照，仕途舒畅”之意。



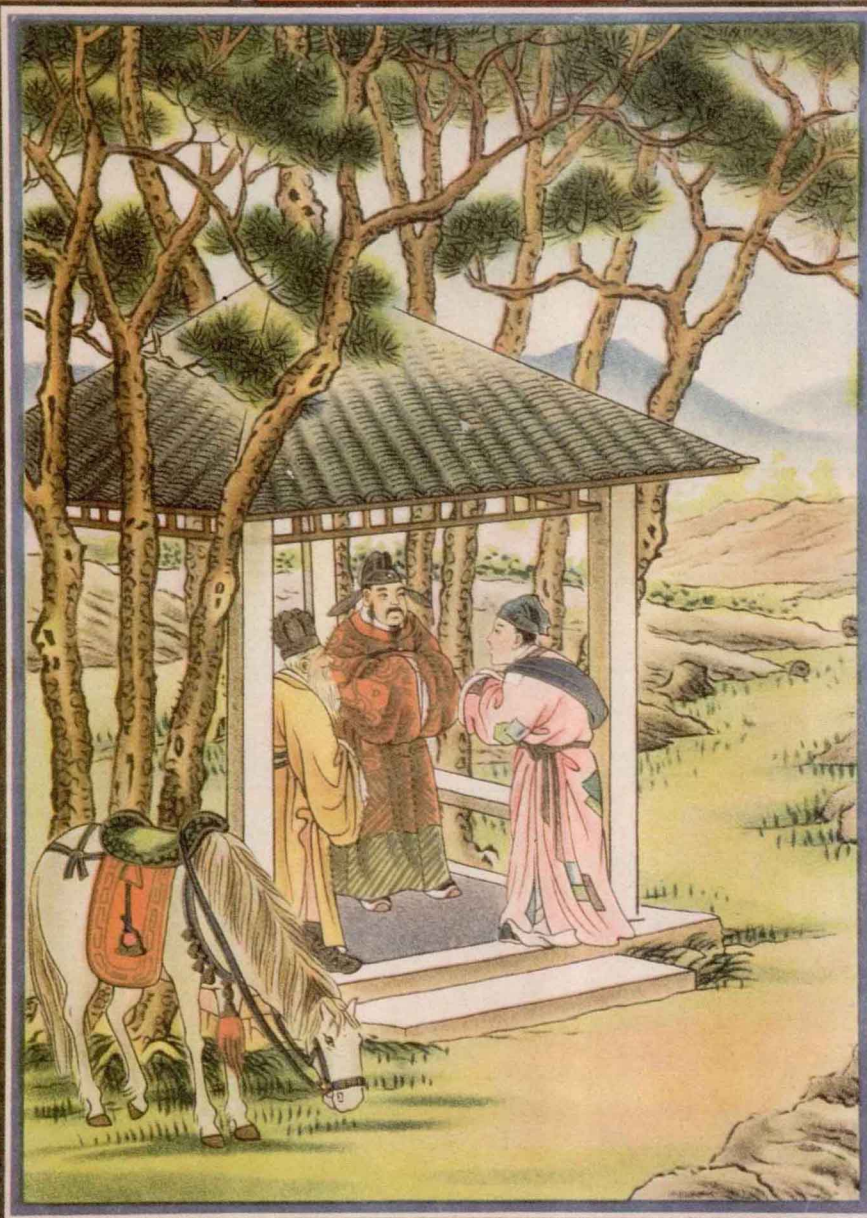
溯自我祖六九公在安徽涇縣西鄉小嶺地方設廠（即老廠）製造宣紙行銷國內外已百有餘年後因西鄉溪水用者過多水質濁濁產品稍欠純潔本號有鑒於此爰於民國十年另擇水源於東鄉之慈坑地方開設第二廠加工製造所產宣紙潔白精良有口皆碑而且色澤歷久不變譽滿中外東鄉新廠即第二廠現歸老二房獨家經營深恐顧家對於後來居上之慈坑第二廠出品未明原委豫防他家以次貨混充起見特此聲敘如右尚希公鑒 本主人謹啟

## 魁星

收藏星级：★★★

市场价位：200-300元

九松亭



萬源染織廠

# 九松亭

收藏星级：★★★★

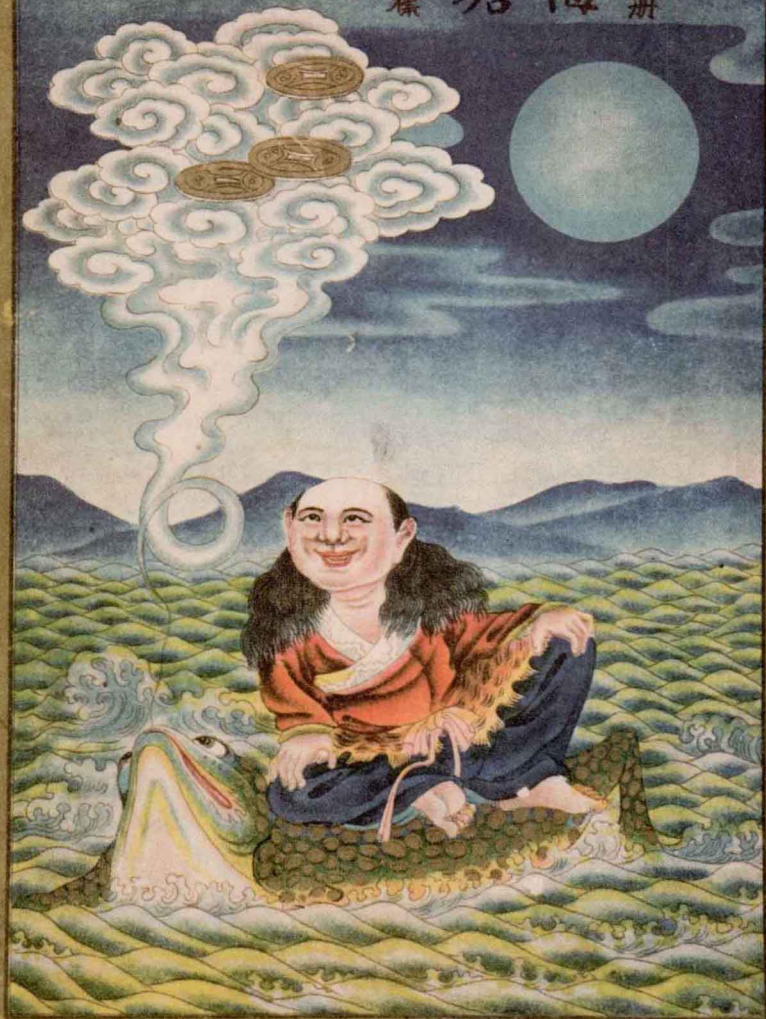
市场价位：500-900元

海报画面取材于锡剧传统剧目《珍珠塔》中的一幕。《珍珠塔》的故事重要的一幕就发生在九松亭：方子文是河南人，家中数代为高官，但他父亲被冤而死，又遭火灾，家贫如洗。御史陈璉是他的姑父，已经隐退，家住襄阳。陈璉生日将到，杨氏命子文前去贺寿，并借些银两。陈府总管陈宣，将子文引入内花园，并报告夫人。陈夫人是子文姑母，见子文衣衫破旧，话语间露出不满言语。子文饱学多才，心高气傲，不愿受姑母轻视，本想拂袖而去，又想受母命前来，不得已说出借钱之意。陈夫人一口拒绝，子文愤然告辞。陈璉之女陈翠娥知书达理，更有一婢女采萍有侠义心肠。见子文愤怒欲行，采萍追出，留住子文，带来见翠娥，说出了夫人苛待子文的事，翠娥也觉不平，于是把珍宝、珍珠塔放在食盒中，藏在子文行囊中与他辞别。陈宣把子文来府的消息告之陈公，陈公大喜欲去接见。见到采萍问及子文住处，采萍实言禀报。陈公大怒，本想进去责备夫人，又怕子文去远，于是骑马追赶。子文刚走到九松亭，腹中饥饿，便取出翠娥所赠食盒就食，发现珍珠塔及珍宝，甚为感动。陈公追上子文，劝子文回归，子文执意要走，陈公赞子文有志气，当面把翠娥许配给子文。陈公回家向夫人说许亲事，夫人颇为不满。子文走到黄州，夜宿一古庙，见一大汉睡在香案下，以为盗贼，奔出古庙，迷失路径，失足落入水中，随身行囊则丢失断桥之上。大汉名邱六桥，为人敦厚，卖柴奉养母亲，夜宿庙中。

总兵毕云显，调任黄州，坐船夜泊江上，忽见江中有物漂下，命仆人捞起，却是子文。毕云显与子文本为世交。云显因考期将近，劝子文随他一起赴京应试，不必回家。子文欣然随去。邱六桥早起入山，发现子文行囊，见到珍珠塔，不识为何物，拿回家中，其母见是珍宝，命六桥追寻失主送还。六桥追寻不到，邱母怕留家中有失，又命六桥典于襄阳，而典铺恰是陈公所设，得珍珠塔心疑，拿回家中，留六桥于典铺。翠娥见塔色变，告父赠塔之事。塔在人失，于是六桥被捕入狱。翠娥因惊得病，陈公急派陈宣赴子文家中查看，发现方家无人。原来杨氏因子文久出不归，决意前往寻找。杨氏行至九松亭，得儿子失踪消息，悲愤之极，欲跳水自杀。亭主救起，安排杨氏住进白云庵中。这时，子文得到毕总兵之助，改名毕廷，中殿元，被任为七省巡按。一天翠娥到白云庵，与杨氏相认，回家告诉陈公，说子文已不在人世。陈公恰好接到毕云显来信，翠娥见信心喜。子文乔装成道士再次来到陈府，以唱道情的方式讽刺姑母。在姑母悔过之后，子文与翠娥完婚。

海报写实风格突出，人物、场景刻画细腻到位，整个画面协调朴实。企业想通过陈培德的形象，告诉消费者，自己绝不会用嫌贫爱富的势利心态对待消费者，不论贫富贵贱，一律以诚相待，以此求得和气生财。

## 商標 海蟾 註冊



传说南海龙王有个女儿叫巧姑。她趁龙王外出，偷偷地变做一只金色的蟾蜍，跃出了桃花溪中的白龙潭。在游玩中遭遇险情，幸亏被勇敢的刘海救下。从此，巧姑对刘海念念不忘，再次变做金蟾爬上荷叶，扔给刘海一串金钱。刘海牵动金钱的丝线，金蟾就变成了漂亮的姑娘，并与刘海结为了夫妻——民间关于“刘海戏金蟾”故事的版本很多，这是流传最广泛的一个。

“蟾”在古代神话中是“三足”的灵物，金蟾是人们心目中招财进宝的吉祥之物。

这幅海报形象生动，表现了“刘海戏金蟾，步步

钓金钱”的情景。海报运用了工笔写实的画法，画面中碧波荡漾的海水、青黛的远山、湛蓝色的天空和皎洁的圆月，采用柔和的冷色调，衬托出鲜明的人物形象和闪闪发光的金钱。海报借助了民间所喜爱的传说，来祝愿老百姓发财、富贵，同时也祈求自身能够发展壮大。

## 海蟾

收藏星级：★★★★

市场价位：400-600元

# 爱莲牌

收藏星级：★★★

市场价格：200-400元

售貨處  
雜縣東關魚店街公興布莊

## 牌 蓮 愛



製造廠  
雜縣東鄉北平旺同盛湧

### 回 來 管 色 實 價 真 貨

宋代名家周敦颐写的《爱莲说》，是一篇脍炙人口、经世不衰的赞莲佳作。莲花一直是古往今来文人笔下高歌咏叹的对象，大多数文人都是惊叹于它的清姿娇容。而周敦颐却独辟蹊径，通过对莲“出淤泥而不染，濯清涟而不妖”和“中通外直，不蔓不枝”的形象和品质的描写，歌颂了莲花傲然不群的君子品性，借以表现作者本人洁身自爱的高洁人格和洒脱的胸襟。这幅“爱莲牌”海报，正是刻画周敦颐静坐在池塘旁欣赏荷花的情景。

该海报的整体布局刻意突出了画面部分，使主题明确；画面运用淡蓝色的冷色调，意在表现周敦颐淡泊名利的人格和洒脱的胸襟；人物面部神态的刻画，突出了不随世俗的心性。周敦颐光风霁月的形象，一直被知识分子所推崇。企业借用他的形象并把商标注册为爱莲牌，意在表现在“无商不奸”的商业氛围里，自己能够洁身自爱，恪守信用，为消费者提供货真价实的产品。海报画面底部的文字说明，也很直白地作了注释。海报起到了两种宣传效果：百姓喜爱海报的人物形象，更应喜欢企业对商品品质作出的承诺。

# 春香闹学

收藏星级：★★★★★

市场价位：500-800元

春香闹学



天津永興榮記機器漂染廠



《春香闹学》是昆曲《牡丹亭》中的一折《闺塾》的通名，也叫《闹学》或《学堂》。春香是杜丽娘的丫鬟，陪伴她读书。她直率地揭露陈最良的道学面貌，与杜丽娘的反抗性格相映衬。在《春香闹学》这一画面中，分明杜丽娘对陈最良“依注解书”不满，但只能委婉地说“这经文偌多”，春香却直接向传统的经解挑战。春香从中插科打诨，以诗中的“君子好逑”，故意问君子为什么要“求淑女”，弄得先生非要把她赶走不可。

两幅海报是由不同的企业进行的宣传，可见这样的题材是深受百姓欢迎的。两幅画面人物安排巧妙，动态和表情都刻画的栩栩如生。春香的乖张，陈最良的无奈，杜丽娘的窃喜，都跃然纸上，整个画面充满了调笑喜剧色彩。以这样的故事做海报宣传，必然引起百姓的喜爱，并能在市井中得以广泛地流传。这样既能吸引消费者，又使企业通过海报暗示消费者：使用我们的产品，能给你带来更多的欢乐。

張良拾履





## 张良拾履

古语云：“出谋划策，决胜千里，我不如张良。”据传，张良是韩人，他刺杀秦始皇失败后，逃到了下邳。一次，张良在闲暇时到下邳县桥去游玩。有一老翁，穿着麻布衣服，来到张良的面前，把自己的一双鞋子扔到了桥下，他对张良说：“小子，快下去把我的鞋子取上来！”张良很惊愕，本不想搭理他。可看他年老体弱，强忍住不满情绪，到桥下的河水里取回了鞋子。老翁看他提着自己的鞋子又说：“给我穿上！”张良觉得既然已经替他取回了鞋，给他穿上也没有什么大不了的，就跪下给老翁穿上。老翁伸着穿好鞋的脚，点着头，大笑着走了。张良非常惊奇，目送老翁很远。老翁走了大约一里路，突然又转了回来，对张良说：“小子，可教诲。五天后黎明，与我在此相会。”张良听后跪在地上，说：“好，我一定前来。”五天后的黎明，张良来了。老翁已经先到了，看到张良后大怒，说：“和老人家约定会面，却后到，为什么？”并说：“五天后再来。”五天后，鸡刚啼鸣，张良就到了桥上。老翁又先到了一步，老翁又怒道：“为什么又晚来？”并指着他说：“五天后看你如何早来。”五天后，张良不到半夜就到了。过了一会儿，老翁才到。见到张良后，他高兴地说：“孺子可教。”便拿出一本书，说：“读这本书就能做皇帝的老师。十年后你将会发达。十三年后你会在济北见到我，谷城山下的黄石就是我。”随后没有再说别的话，飘然而去。天明后，张良看清楚了这本书是《太公兵法》。张良在艰难的西逃途中日夜攻读，受益匪浅。后来做了刘邦的谋士，并帮他夺得了天下。

海报画面用虚化的背景，衬托出鲜明的人物形象，桥上的黄石老人正在观察张良的表现；张良则仔细地在桥下湍急的河水中寻找鞋子。企业借用老百姓熟悉的传说，向消费者表明，自己拥有良好的商业道德和发展潜力，会和张良一样，真诚地对待所有顾客，愿意接受顾客的考验，希望产品得到消费者的喜爱，从而使企业得到发展壮大。

收藏星级：★★★★★

市场价位：600-1000元