

L A O G O A N G G A O

老

广

告

由
国
庆
编
著



本號營
生自品冬
米半家 願君贊許矣
為防假冒計故由民國



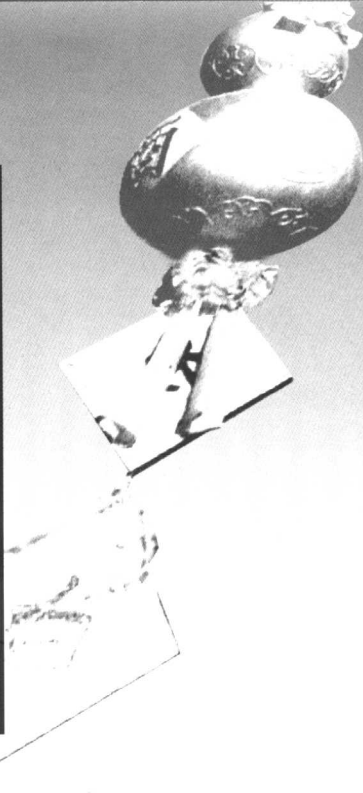
LOGUANGGAO
TOUGUOQINGBIANZHU
TIANJIN
RENMINMEISHU
CHUBANSHE

天津人民美术出版社

老广告

由国庆
编著

天津人民美术出版社



图书在版编目 (C I P) 数据

老广告 / 由国庆编. —天津: 天津人民美术出版社,
2001. 1

ISBN 7-5305-1327-3

I. 老... II. 由... III. 广告-作品集-中国
IV. J524. 3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2000) 第53000号

天津 人民美术出版社 出版发行
天津市和平区马场道150号

邮编: 300050 电话: (022) 23283867

出版人: 刘建平

天津美术印刷厂印刷

新华书店天津发行所经销

2001年1月第1版

2001年1月第1次印刷

开本: 889 × 1194毫米 1/32 印张: 5

印数: 1-2500

版权所有, 侵权必究

定价: 15.00元

谨以此书献给

我的母亲



0AN73/81

还为天津
三字。

的商业招幌

点于

名“幌子”，在我国唐代始有出现。招幌已广泛使用。

1999年5月3日 星期一 第5版

话说老天津广告文化(一)



力特色，走街串巷的张灯，既增

了更为丰富的发展使用，明清

沽上丛话

天津的“广告市场”



风物精华

693年)定“读”万。唐
慧觉《华严经》中记：
“本非汉字，周长约二
万，请吉祥万德之所集
也。”从此，卍在我国传
统文化思想史上便占
据了一定的地位。

“卍”定读为“万”，作
为一数词的概念，具有
极、绝对的含义，象征
浩大世界的无尽丰富
性和力量感。尽管它被
采用作汉字，但在书面
行文中则很少见到使用。至清
代始，文学家李调元的《书

名“卍”，其著作有《卍
子》，形如卍字，故李氏曾在其
著中将其取名为卍果。清代又
有文人述朝字卍

川，钱杜别号卍
士等。在华夏文明
的历史长河中，卍
绝大多数还是以图
案面目出现。

距今4600多
年的仰韶文化与广
类彩陶以图案整体

纹饰、丰富

以谈卍纹样

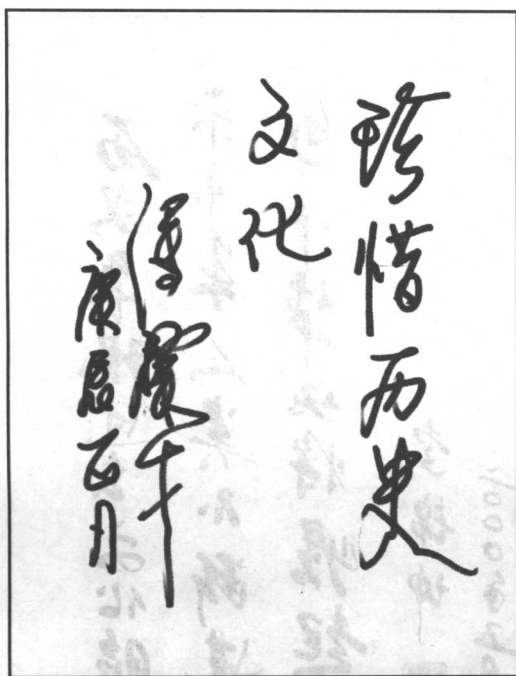
由周庆

活原形是二
拜的观点也是
我国古代
图案是装饰艺
术，忙头图案中
与建筑的稳定感
相在凝重中欲对
的宇宙，以令人
地、生命不息的永
明清时代，不
也以卍之连续纹样
学意义上讲，用卍
“空故纳万”

华世奎颜书匾联

态的多元诠释。街

的“天津劝业场”



著名作家
冯骥才先生 题词

历史展现过去文化昭
示未来人类不断进
步中华必将崛起

李锦坤



二〇〇五年五月

天津社会科学院院长
李锦坤先生 题词

史中術史所長既是商佑
 又是良佑的班禪亮點。點
 子的研究有功德。

張仲
 四庚辰



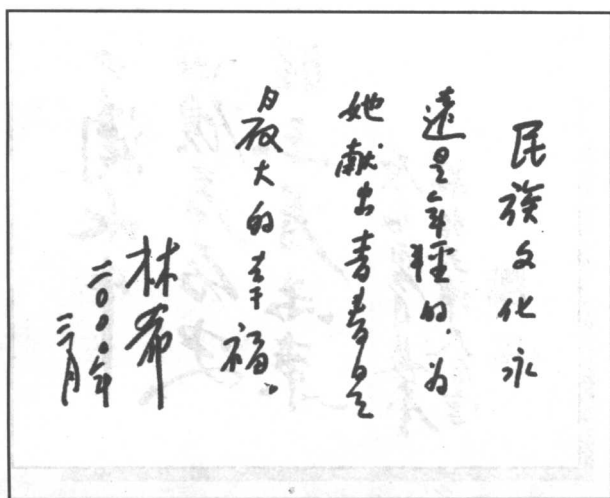
天津市修志委員會顧問
 炎黃文化研究會天津分會
 副會長
 天津市文史研究館館員
 民間文艺家協會名譽主席
 張仲先生 題詞

发掘天津商业文化
俾流功在当代利
国利民

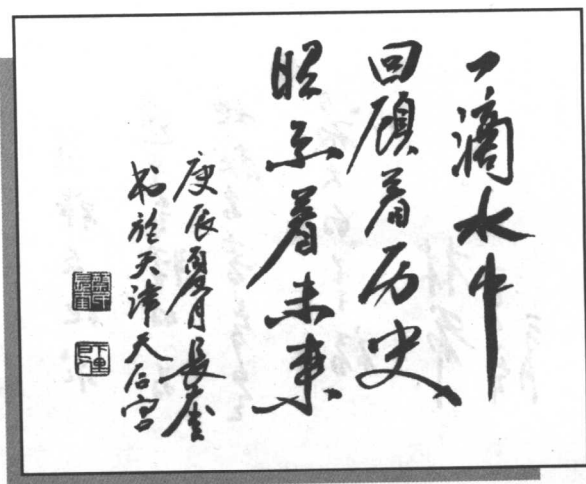
罗澍伟
二〇〇〇.五.廿五.



天津社会科学院
历史研究所原所长
研究员
罗澍伟先生 题词



著名作家 · 林希先生
林希先生 题词



天津民俗博物馆馆长
副研究员· 蔡长奎先生 题词



壹 繁华商市

- 万商辐辏天津卫 (1)
- 老城繁华市亦佳 (7)
- 不必东京说梦华 (18)
- 商铺萃集估衣街 (23)
- 车水马龙围城路 (27)

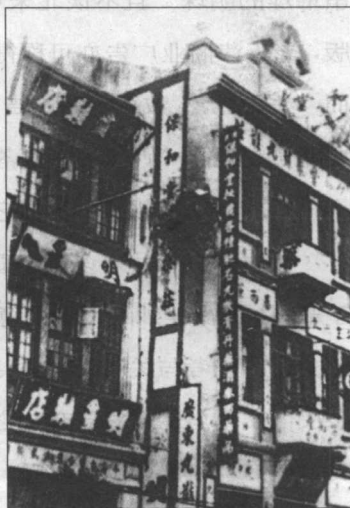
贰 百业说俗

- 百年老店再撷英 (36)
- 商家行话传家宝 (46)
- 行家里手经纪人 (49)



叁 广告沧桑

- 朝花夕拾写华章 (54)
- 市声鼎沸报君知 (58)
- 金粉招幌耀眼明 (66)
- 流光溢彩老牌匾 (77)
- 炫目广告路牌画 (90)
- 油墨散香印招贴 (95)
- 眼花缭乱入橱窗 (102)
- 图文并茂现报刊 (107)
- 爱国情结注商标 (120)
- 靓丽新服换旧装 (127)
- 五色缤纷施奇术 (131)
- 智者英才永流芳 (140)
- 后 记 (144)





陈树林

国际广告协会个人会员
中广协学术委员会委员

作为老广告人，我自然是读过几本广告书籍的，但对于一位年轻作者的文字读得这么认真，这么津津有味，却是不多的。我想，是书的内容深深地吸引了我。

商业广告是人类历史长河中的奇葩，集文化大成之精粹，它需要殚精竭虑，需要激情洋溢，同样需要从继承中汲取发展创造的养分。就现代广告而言，学，大可不必一味躬身西技，更不可小视国人。广告是门艺术，越是民族的，才更能赢得世界。中华悠久的商俗广告文化史恰似串串璀璨的明珠。且不谈北宋年间济南刘家针铺的广告印版，老天津商业广告亦可称得上琳琅满目，美不胜收。然而，岁月无痕，数百年的广告文化足迹却只散见或尘封于典籍资料之中，俨若疏星寥落。看来，这确需要我们从一个全新的视角审视它，发掘它。

我与作者曾共事多年。国庆素以美术设计见长，且勤于笔耕，不少佳妙的设计创意颇具影响。或许是基于对传统文化的思考与关注，他一头钻进故纸堆里，悄然辟蹊径于民俗文化与传统广告文化之间，东访西寻，钩沉鉴往，在大量的旧影遗风中撷英采珍，结集成册。

《老广告》上下数百年，洋洋十多万言，书稿文图之间我们不难发现，在中国商业文化的历史大环境中，老天津商俗与广告发展的脉络是清晰的。自明永乐二年建卫城，到康乾盛世的经济重镇，又至晚清民国的北方经济中心，繁盛的商品经济发展为这座城市的生命注入活力，也必然带动了广告文化的活跃。她品物浩繁，商张辐辏，百业争利，老天津商俗的文化特性为人所瞩目。叫卖语词，悬帜招幌，牌匾门额……随着市场的发育和经济的发展而不断成长进步，无不体现着传统文化的博大与精深。尤其是一些名匾，可谓书法艺术的瑰宝，为全国之冠。关键在于，一个城市的历史文化不仅仅是属于她自己的，更属于整个中华民族。

人言，“经济是历史的骨骼”，我们从流通经济、商俗广告的文化视角，展示这种历史的精髓，可研究、可借鉴、可怀旧、可憧憬。商贾学人，市场竞争，广告创意，各取所需，百用而无一弃。

2000年6月8日

壹

1

万商辐辏天津卫



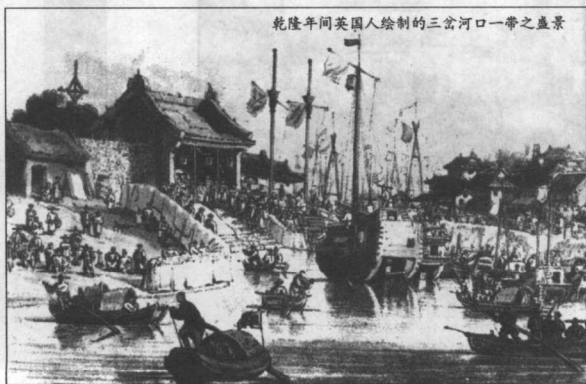
经意与不经意间,20世纪就那样按自己的分秒步伐离我们而去。我案头堆放的许多天津近代传统商业民俗和广告文化发展的文献资料,不曾想又平添了岁月之痕。

其实,岁月就是一种延续。

新世纪的曙光映照着岁月的沧桑。对于一切新事物,人们总习惯抱有太多的憧憬与梦想,即便对岁月的延续或初始也同样如此。温故方能知新,朝花夕拾,再一次拥抱历史,重寻传统商业文化那尘封的华章,让记忆一点点清晰、鲜亮起来,孰料竟如此美丽。

天津位于华北平原东部,海河流域下游,濒临渤海,地理位置极为优越,早在战国时代就有“村舍相望,鸡犬相闻”的记载。就天津市区而言,最早可追溯到金代的直沽寨。百姓俗话说,“先有娘娘宫,后有天津卫”。《元史》记载:“泰定三年(公元1326

年)八月筑天妃宫于海津镇。”那时的津门已是百货交集,鱼虾充溢的



重镇。此时，有元代诗人张翥“晓日三岔口，连樯集万艘”的诗句可鉴。明永乐二年（公元1404年），成祖皇帝朱棣因军事防御之需在此设置天津卫，转年初筑建土城，城亘长九里十三



清末天后宫旧影

步，高二丈五尺。自1421年明王朝迁都北京后，津沽已是“商贩往来之所聚”，“四方百货倍于往时”了。1490年至1493年城垣改用砖石包砌。

一般认为此时即形成天津卫城。1900年八国联军攻占天津城后，由联军组成的督统衙门于1902年下令拆除了这座近五百年历史的古城城墙。

海河是天津的母亲河，为津沽提供了得天独厚的地理条件，她“会南北舟车，集八方商贾，迎海运漕粮、越吴百货”。

海河三岔口一带漕、商运输繁盛，清乾隆五年（1740年）曾任天津知县的张志奇在《津门新八景》中“帆帆叶叶下津门，乱水纵横海气昏”的



清末三岔河口一带的渡口