

东北老幌



于学斌 编著

上海書店出版社

OLD SIGNBOARD OF NORTHEAST

东北老招幌

于学斌 编著



18066/2
上海書店出版社

图书在版编目(CIP)数据

东北老招幌 / 于学斌编著. —上海: 上海书店出版社, 2002. 5

ISBN 7-80622-895-0

I. 东... II. 于... III. 商店—招牌—概况—地区 IV. F729

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第012943号

东北老招幌 DongbeiLaoZhaohuang

编 著 于学斌

责任编辑 那泽民

整体设计 那泽民

技术编辑 吴 放

出版发行 世纪出版集团

上海书店出版社

地 址 200001 上海福建中路193号 www.ewen.cc

制 版 上海精英彩色印务有限公司

印 刷 上海市印刷七厂

开 本 890 × 1240mm 1/24

印 张 7.75

印 数 1 3000

版 次 2002年5月第一版

印 次 2002年5月第一次印刷

书 号 ISBN 7 80622 895 0/J · 307

定 价 30.00元



开篇

中华民族在漫漫历史长河中创造了光辉灿烂的文化，
在世界文化发展史上占有重要的地位。
在中华民族的百花园中有一朵灿烂的小花，
它是那么普通，
以致在过去的每个中国人，
不管是老人还是小孩，
不管是男人还是女人都熟悉它；
它又是那么高深，
以致我们今天的人们阅读它就如同在捧读一部天书。
然而若细细品味，
这朵小花其姿彩和芬芳是那么耐人寻味，
以致我们踟躅其中竟流连忘返。
这，
就是幌子文化。



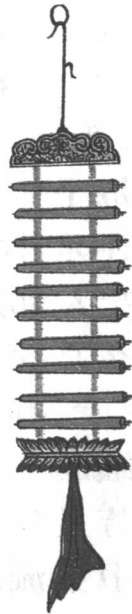
这



就



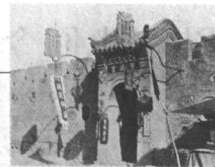
是



幌子



文



化

目 录

东 北 老 招 幌

开头篇	1
餐饮篇	23
副食篇	32
食杂篇	34
调料篇	41
粮食篇	45
烟酒糖茶篇	47
服饰篇	52
客栈旅馆篇	63
车马篇	67
畜产品篇	73
日杂篇	78
金属篇	94
贵金属·金融篇	98
文体篇	104
乐器篇	111
娱乐服务篇	113
医药篇	118
丧葬占卜篇	125
主要参考文献	
后记	



关于幌子的学问

1、幌子及幌子文化

幌子对于东北人来说每一个人对它都不陌生，在今天的东北各地各种档次的饭店门前都挂着幌子，红幌是汉族开的，蓝幌是穆斯林开的，一个幌的是小吃店，两个、四个幌的是比较大的饭店，能承担大宗酒席，有单间雅座……但是现在的幌子仅见于餐饮业和理发业等少数几个专门的行业，而其它行业则没有了幌子。事实上在旧时的中国，主要是解放以前的中国，不光东北地区，全国各地的每一个行业均有挂幌子的习惯，它是我国各族人民在商业活动中创造的独特的商业符号。幌子作为中国商业文化的重要组成部分具有覆盖面大、流传范围广的特点，它是旧中国商业活动必不可少、不可或缺的重要内容，它是一种最古朴、最原始的商业广告形式，在贸易交往中发挥着重要的作用。然而由于历史的发展，绝大部分幌子已经退出了历史的舞台，成为了博物馆的收藏品，今天饭店、酒店、理发店的幌子仅仅是我国旧时幌子的遗留，现在我们只能通过前人的著述、依然存于世上的少数的幌子藏品、老人的回忆中回味、体会、了解幌子文化的风采。让我们穿越时间的隧道，跨越历史的时空，置身其间，探讨幌子所反映的历史文化背景，研究幌子中所蕴藏的内容。

幌子，亦称招幌、望子，是店铺或作坊的行业标识，是以赢利为目的的生产作坊和商铺以及娱乐服务等部门向消费者宣传自己生产或经营的商品品种、特点以及店铺规模、档次和服务对象、服务方式等内容的标识性标志物。因此幌子作为一种商业符号，蕴藏着丰富的内涵，它与同样是商业符号的商标和招牌不同，商标是商品的标识，招牌是店铺的标识，二者均强调专用性、不可替代性，而幌子是行标，是同一行业的从业者共同的标志符号，讲究通用性。幌子的基本功能有三条，一是广告宣传作用，通过不同形制的幌子宣传自己，招徕人们来此购物，二是引导消费的作用，人们走在街上可以根据



盛水的工具成为水馆儿的标志

行旅肩挑的箩筐成为旅馆的标志



幌子的昭示选择店铺，三是装饰性，幌子有很强的装饰性，每一种幌子均是一种艺术品，上面绘制雕刻有吉祥图案和祥禽瑞兽，其摆放和悬挂讲究对称性、夸张性，因此既装点了门面，也烘托了商业气氛。

旧中国每一商品从业者店铺作坊门前均悬挂幌子，以此“广招徕”，以实现生意的红火。中国有句古语叫“酒香不怕巷子深”，这话只说对了一半，若没有幌子的招引，人们亦难识别哪家是酒馆，酒馆也很难兴隆起来，幌子在过去的商业活动中作用是巨大的。它既是商家共同遵守的习俗惯制，也是普通百姓习以为常，一看便知的标识。商家要根据自己经营的品种、规模、特点、档次选择与己相称的幌子。幌子有着较为固定的形制，为大家所共同认可，具有很强的社会性，对于我们今天的人们来说，许多幌子已无法凭直观感知它的内涵，但对于过去的中国人来说，这些琳琅满目的幌子却是再普通不过的大众文化，是老幼皆知的一般性常识，小孩从能打酱油时开始就通过大人的指点认知各种幌子，幌子是过去家庭启蒙教育的重要内容。不晓得幌子便无法购物。因此幌子在过去的中国是非常重要的大众文化。

倘佯于古商业街，便进入了幌子世界，面对琳琅满目的幌子，我们每一个研究者都不免试图给它划分类型。但是幌子的划分不是件容易的事，在诸多著作及文章的类型划分中，我们能看出简单的分类是不可取的，细细推敲，有许多是自相矛盾和难圆其说的。曲彦斌先生在其论著中，在将幌子分为实物招幌、模型招幌、象征招幌、特定标志招幌、文字招幌等几种类型之后亦说：“上述以形制构造为本划分出六种基本招幌类型，均系相对其主要特征而言的，事实上很难对它们截然划分”（曲彦斌《中国招幌与招徕市声——传统广告艺术史略》第51页）。因此我们不能给幌子进行简单的分类，只能根据其“形制构造”以其表现手法来划分。关于幌子以表现手法划分，清代的徐珂就做了尝试，他认为幌子“有用字兼绘形者，更有不用字、不绘形，直揭其物于门外，或以象形之物代之”（《清稗类钞·农商类·市招》），对幌子的几种表现形式作了初步的揭示。旧中国的幌子很多，但具体有多少种谁也没给出具体的答案。若按行业来算，则旧时有三十六行、七十二行、三百六十行之说，但这些数字是“就其分工而约计之……俗为之一一指定分配者，罔

也”(《清稗类钞·农商类·三十六行》);若按店铺来数,根据《清稗类钞·农商类》记载,流行于清代北京的店铺种类甚多,文中仅“略举之”就有十六类一百余种;若按商品品种来算,更是不可胜数。事实上旧时中国都是货有专卖,每一种商品都有专门经营者,商品有多少种幌子就有多少种,而每一种幌子又有多种表现形式,所以过去的幌子是不计其数的。就目前能见到的图片、实物和文字资料,中国幌子约有近千种。综合考察各业幌子,共有以下几种主要表现手法:

1、以实物为幌。就是以所经营的商品或相关物品为幌。以实物为幌又分三种情形,一种是以所经营的商品为幌,即经营什么悬挂、陈放什么,以此为幌;二是以商品附属物为幌,或者是包装物、或者是生产工具等,如水馆几门前悬一把大茶壶作幌子,也有悬一串水壶的,幌子上悬挂的水壶就是营业时使用过的水壶;三是以所经营内容相关的物品为幌,如旅店是以罗圈为幌,这是因为过去行商旅客远游都挑一副装有行李的圆型笼子,因此用罗圈象征箱笼(魏长海:《牌幌》,《黑龙江文史资料》第18辑),它利用了借代的手法,具有象征意义,因此有人将这种幌子又称象征招幌,亦有称其为形象类招幌。以实物为幌具有直观性,一目了然,因此在幌子中所占比例最大。

2、以实物模型为幌。这种幌子是以所经营的商品模型做幌子,或以木制或以铁皮制成,也有以纸、绸布、皮革、竹子、铜、铅、锡制做的。为了实现更好的招徕效果,模型一般都经过夸张性处理,把原物形状放大,如烟袋铺幌就是一个特制的大烟袋,月饼店幌杆上挂一个木制的大月饼,上边写着“中秋月饼”四个大字,豆腐店门前悬挂着一长串方块形白纸片或木板。

3、以图板为幌。即将所经营的商品画在木板或铁板之上悬挂或陈放于店前。如镶牙铺即是在木板上画着牙床,立在门前。

4、字幌。用一两个字概括说明店铺经营品种、经营范围,写于木板之上作幌子。最常见的字幌有三种,即当铺幌子、茶馆幌子、茶庄幌子。后来字幌逐渐增多,如收生婆原来仅挂一只箴制大鞋,后来也改成字幌,上书“×氏收洗”等字样,更有趣是有的还在“×氏收洗”之上写上“警厅批准”的字样,以示得到政府许可。此外像书籍局、印刷所、卖盐店、糕点铺等也都



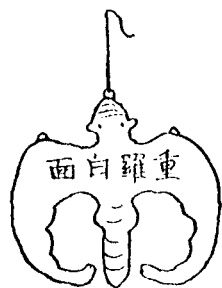
木制的月饼模型是月饼店的标志



接生婆幌

经警厅许可的接生婆标志





蝙蝠形的白面铺幌



贴有“福”字的酒馆幌

以字幌为主。字幌和招牌不同,二者虽同为在木牌上书以文字,但有着本质的区别,字幌是行标,凡是从事这一行业的均挂同一种字幌,而招牌是店标,是某一店铺的特殊标志,上书店铺的名称和字号,如果说幌子以其形象为标志,那么招牌便是用简明的文字来说明。招牌出现较晚,但字幌和招牌后来有二和一的趋势,经常出现,在字幌之上题有店铺名称和字号的现象。

5、以特殊标志为幌。这是一种具有特定标识作用的幌子,幌子的形状同店铺特点和经营范围等没有直接的直观的联系,如现在饭店用罗圈包红布下缀以红布穗为幌,清真饭馆则外包蓝布缀蓝穗为幌,从表面上看并不能看出它同饭店有什么必然联系,但人们看到饭幌即能知道饭店的经营品种、服务对象、档次等不同内容,这就是约定俗成,这就是特殊标志幌。事实上,饭馆的罗圈幌最初是由实物幌箩筐演变过来的,箩筐是过去行旅所用的担载工具。后来这种实物性逐步淡化,变成了一种特殊的标志,箩筐变成了罗圈。特殊标志幌最常见的是旗帘幌和灯幌。还有一些由于特定的历史条件形成的具有特定意义的幌子。

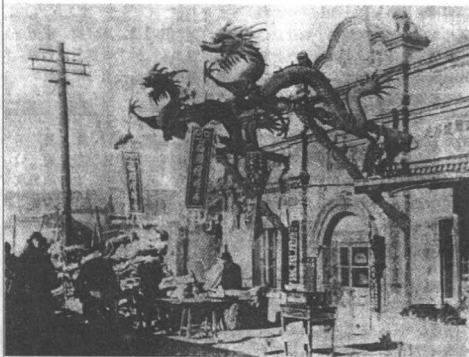
幌子的形制主要有以上五种表现形式和方法,有些幌子是单一的表现形式,有些幌子则综合了多种表现形式,如呼兰的铜器铺幌是在幌杆上横挂着一支巨型大烟袋,烟袋锅子和烟袋嘴都用黄铜制成。两边各悬着一块木板。一块上写着字号、画着铜锁、铜盆、铜勺,另一块板上画着两支又细又长的烟袋。有的在铜器画板一侧悬挂两只铜锣。这种幌子就是以实物为幌和以画为幌结合的产物。因此幌子从类型上划分是很难的,若从表现形式和方法手段上划分则能更好地说明幌子的种类。

幌子从其陈放方式来看分为坐幌和挂幌两种。坐幌是将幌子放在门前,或置于特制的幌坐上或直接立于地上,如蜡烛铺即是作一个特大的蜡烛模型立于门前,直冲云天。挂幌是将幌子挂于幌杆或房檐之下。幌子的构造或构成,除了其主体而外,尚有幌杆、幌座、幌架、幌挑、幌挂等辅助物。幌杆是用来悬挂幌子的,有些行业特别注重幌杆的制作,尤其是金融部门、贵金属部门的幌杆特别豪华,以此显示其资金和实力的雄厚。幌座是用来陈放幌体的。幌架是用来架放比较小的实物幌。幌挑是幌杆顶端的横杆或悬出屋檐之外的杆子,或以木制或以铁制,也有铜制的,幌杆上的横称也是幌挑。幌

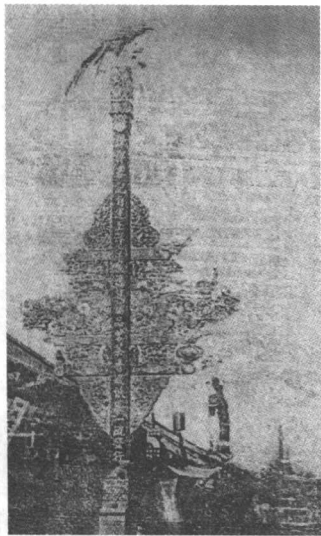
挑一般都雕以龙头、石榴等形态，若是铁丝则卷以云卷纹、寿挑等形状。幌挂是用来悬挂幌子的，以铁制居多，固定在幌挑之上，下端成钩、圈等状。这些辅助物不是每一个幌子必备的，如坐幌就无须幌杆、幌挂、幌挑，挂幌则不需要幌座，有些挂幌是从房檐上直接用幌挑挑出，因此亦不需要幌杆。

商家都非常珍视幌子，把它看成是自己的门面，幌子的好坏代表着商家的成败，亦能反映出商家的经营思想和经营理念。好的幌子表明商家是在用心经营买卖，是一种诚信的标志，坏的幌子是店铺破败的标志，既然破败，则很少有人光顾。因此每一个商家都非常注重幌子的加工，为了引起顾客的注意，在它的上面花费相当大的功夫，不仅做工精良，而且装饰性强。在幌子或其附属物上都饰以龙、麒麟、桃、莲花、葫芦、石榴、蝙蝠、双鱼以及云纹、钱纹、兽纹、福字等吉祥图案，以此寄托对生意、对生活的美好祝福。

幌子作为一种概念化的符号有着较为固定的形制、色泽、装饰等外貌特征，商家要视自己店铺的规模、特点、经营范围悬挂不同的幌子，如“旧时东北乡镇的大车店，招幌简单而有多种区别。专门招徕穷过路的脚夫、货郎、乞丐等客人的鸡毛小店，挂的是笊篱头小幌。招徕一般过往客人但不留乞丐的小店，悬挂一只箩圈下缀几根布穗为幌。招徕车把式、赶牲口的店家，悬挂梨包为幌，店里备有马槽、料缸供客人喂牲口使用。挂两只箩圈的店家，表示既招徕车马住店，又留一般过客。而悬挂五只箩圈的大车店，饮食不仅比一般店好，还兼备酒和草料。最为阔绰的，是挂柳罐斗子外加一串箩圈下缀红布条的店，这种店不仅饭菜较好，还设有单间客房，有的还免费留有民间艺人为客人消闲解闷”（曲彦斌：《古今招幌》，《百科知识》1990年第11期）。哈尔滨呼兰一带，“车店院中竖一根很高的幌子杆，上端钉着一条木制的大鱼，鱼嘴衔着一个倒放着的柳罐斗子，下垂蒙半边红布的罗圈。用鱼表示昼夜不停止营业，柳罐斗子是饮马器具，罗圈代表能住客商。本店的大小，也要看挂罗圈多少来确定，一般是挂一个、三个、五个，最多是七个。挂一个罗圈的车店是大筒子屋，一铺大炕，上有炕席，并每个住客有一米的固定铺位；挂三个罗圈的车店，设有行李；挂五个和挂七个罗圈的车店，分别设有仓库和寄存处，供寄存货物和随身带的钱物。挂七个罗圈的车店还有单间。车店为方便赶大车的人就餐，都兼营饭馆”（盖世忠主编《呼兰史话》第75页，



雕有飞龙或龙头的幌挑举不胜举



摄于1915年今沈阳四平街上的京广杂货铺幌柱高高耸立，几条雕龙腾会驾雾，非常气派。

黑龙江人民出版社, 1990年。)。再如旅店业, 哈尔滨呼兰一带的习俗是“挂贴有半边红布的罗圈幌子的旅店, 如呼兰‘同升广店’, 是住来往行客的。半边红布是代表旅客半夜来或半夜走都可以的意思。倒挂破梨筐的旅店, 住的是挑八股绳贩卖山货的老客。一般从挂箩圈的数量, 能确定旅店规模的大小。挂一个箩圈为伙房小店, 进屋是一铺大炕, 上面没有炕席, 住客挤着睡, 一宿收费两角。住这样小店的一般是卖长工的、脚行以及瞥目术士等; 挂两个箩圈的旅店有炕席; 挂三个罗圈的旅店备有褥子; 挂四个箩圈的设有全套行李, 并每个人有一米宽的固定铺位; 挂五个箩圈的有简单饭菜, 以一饭一菜为主; 挂六个箩圈的就有熘炒菜了; 挂七个箩圈的旅店, 实质上是旅店兼营饭店, 或饭馆兼营旅店, 当时称这样的旅店或饭馆为‘饭店’”(《呼兰史话》第75页)。从这些实例中我们不难看出, 简单的幌子中蕴藏着丰富的文化内涵, 商家在幌子制作过程中必须合于规则, 绝不能张冠李戴, 否则顾客将无从选择。顾客选择店铺就是根据幌子所反映的内容, 结合自己的需要, 根据自己的经济实力来作出决策的。因此, 幌子的选择和制作一定要同店铺的实际相符。若将幌子挂错, 出现“挂羊头卖狗肉”的事情, 就会引起商业秩序上的混乱, 而且遭罪的往往是店家。关于这一点在东北地区有许多这方面的传说。

一说, 有位尚未出师的厨子自视有本事, 不听劝阻, 自行开业, 并挂出去六只饭幌。这天来了位客人, 见其挂了这么多饭幌, 便点了一道菜叫“刀切生鸡蛋”, 顿时难住了。在当时, 遇上这种情况被客人砸了馆子也无处伸冤, 衙门都不管。无奈, 只好恳求客人息怒稍候, 连忙跑回去请教师傅救急。师傅闻讯赶来, 先把刀在炉火上烧红、抹上油, 然后朝盘中的鸡蛋一刀猛切下去, 一瞬间, 既烫熟了切口的表面使之不致于淌出来, 而挨壳的另一面仍然是生的。从此, 他不再说大话自以为什么手艺都会了, 又悄悄的摘回四只门幌, 只留下两个挂在那里。

又传说, 关东山有家夫妻小店, 生意做得不错, 便在门前并排挂出了四只饭幌。这天隆冬时节, 来了位客人, 说其菜单上缺了一样菜。跑堂的嘴硬说大话: “你点吧! 单上没有心里有, 不然也不敢挂四个幌。要啥有啥, 要活人脑——现炸!” 客人说: “活人脑要不起, 来碗油炸冰溜子吧!” 跑堂的登时傻了眼, 掌柜的闻讯赶忙给客人跪下赔礼讨饶。来者笑笑说: “既挂四个幌, 就不能有名无实。来, 我教你油炸冰溜子怎么做!” 说完, 拿过一个盆, 抓了两把面走出门去。只见他从屋檐上抓下一把冰溜子折碎扔到盆里, 滚上面。然后进屋把裹了面的碎冰块倒在翻开的油锅, 随即

取菜篱捞出来，蘸着酱油葱花吃。大伙纷纷上前品尝，都说好吃。等回头看时，那位客人已经悄然走了。店主很是羞愧，立即摘下四只幌，改挂两只。（曹保明《中国东北行帮》第319—326页）

另传，一家饭店掌柜的以为自己饭馆门面大，多挂幌招引顾客，便吩咐挂八个幌，菜谱上写着要啥有啥。幌一挂出，就来了一位老者，点名要菜谱中没有的定心疙瘩汤，一下难住了饭店掌柜的。老者一见，自己撸胳膊挽袖子以面包冰块，做起菜来。待汤做好后，老者早已无影无踪。掌柜的一见怕再惹麻烦，赶紧往下摘幌。打这以后，饭馆挂一幌是标志小吃，两个幌是炒菜，挂四个幌是包办酒席，再没有超过四个幌了。（《关东文化辞典》第459页，辽宁教育出版社，1993年）

关于幌子能够表示店铺不同档次的作用宋代就已经出现，宋代洪迈在其《容斋随笔》续笔卷十六“酒肆旗望”中记述，当时高档酒馆的幌子“皆揭大帘于外以青白布数幅为之”，而小酒馆“随其高卑小大，村店或挂瓶瓢标帚杆”。吴自牧在《梦粱录》卷十六“酒肆”中也记载了南宋临安的酒幌子，大酒楼“设红绿杈子，绯彩帘幕，贴金红纱栀子灯”，而小酒馆则“挂草葫芦、银马杓、银大碗，亦有挂银裹直卖牌”。到明代的酒幌子仍然有“揭布帘、挂瓶瓢、标帚杆、系木牌”等的区别（周梦阳《常谈考误·酒望》）。

幌子除能代表店铺的经营范围、性质、档次、规模而外，亦能反映店铺的资金和实力，如过去哈尔滨呼兰一带，“杂货铺门前竖一根很高的幌杆子，悬挂着一丈八尺长，一尺宽的一幅红布，布四周镶着二寸半宽，用青大绒剪成的云字卷作为幌子，独挑一幅红布叫做红幌，凡是挂这样幌的商店，铺底和资金都比较雄厚”（魏长海《牌幌》，载《黑龙江文史资料》第18辑）。诸如钱庄、当铺、贵金属店等金融部门的幌子从幌柱到幌体均设计的气势浑宏，给人以厚重、富丽堂皇之感。

幌子有时会因季节改变而有所变化，如过去哈尔滨傅家甸一带，草料铺幌子是一把扫帚，夏天的招牌是草帽，冬天的招牌则是椅垫。这是由于因季节不同经营品种亦不同的缘故。

琳琅满目的幌子，作为标识符号，人们一看便知是什么店以及其中的详细内容。幌子挂出即表示开始营业，若将幌子摘下即表示关门闭店。商家都注重幌子的摆放，不能轻率摘下或挂出。幌子的常挂不落被商家寓为生意兴

旺发达的象征，如旧时北京典当业，幌子“被看成神圣不可亵渎的。平时不让它落地，如有落地即被视为大不吉利。每天开门，由更夫用幌杈挑起，挂在旗杆上，名曰‘请幌子’。关门时，将幌子挑下来挂到门洞内房梁的铁环上”（高叔平《旧北京典当业》，载《文史资料选编》（北京）第23辑）。若是由名人题字的幌子则更被商家视为珍宝，据说，北京六必居酱菜园“其匾额为严嵩所书，苍劲异常。康、雍间，曾遭火，居主人以五百金雇人摘出其匾，别摹一方悬之，原额已搥碎而藏矣”（《清稗类钞·艺术类·六必居主人藏严嵩字》）。虽说的是招牌，但亦折射出商家对幌子的珍视。

幌子是城镇街道上的一道瑰丽的风景。幌子所反映的内容不仅仅在幌子本身，而且折射出历史的发展、城镇的兴衰。千姿百态形态各异的幌子给古老的城市带来的是生机和活力，在黑黑的、高高的砖瓦墙环绕的城市里，各种各样的幌子，下面悬着红布，这是城市繁荣发展的标志。它是城市发展的晴雨表。

2、幌子的发生及流传和衍变

幌子是商业贸易活动的产物，是随着商品交易活动的发展、适应商品交易过程中宣传自己的店铺、向公众展示自己的商品以实现其促进销售而产生的。幌子是商品经济高度发达的产物。在人类的原始社会因没有商业因此亦没有幌子。只有生产力提高到一定水平的时候，社会有了剩余产品，有了商品交换的需要，只有到了这个时候才出现了幌子。

幌子的原生形态应是以所卖商品为幌，即卖什么商品就在店前悬挂什么商品。但是随着商业的发展，以原物为幌对于有些商品越来越不方便，有些商品无法直接展示，如酒水等液体商品，有些商品直接展示既不持久，也不雅观，如肉类。因此幌子就出现了其它几种表现形式，无法直接展示的就以商品附属物为幌，或以与商品相关的物品为幌，如酒水酱油醋等均以其容器坛、篓、葫芦等为幌。有些较小的商品摆放起来不显眼，为了实现更夸张的效果就以放大的实物模型为幌，如烟袋铺就是一只特大的烟袋。画物为幌也是一种有效的方法，在木板或旗帘上绘制所售商品具有直观性，而且用图画



烧酒作坊悬挂的幌就是右下方的酒篓

更容易体现所售商品的特点，所以深受商家的喜爱。实在无法以物为表现形式的，就不得已以字为幌。以字为幌是晚近才出现的幌制，由于过去广大劳动人民受教育的机会很少，只有很少的人识字，所以以字为幌很少见，但有逐步增长的趋势。这就是幌子形成的思路历程。

特殊标志幌的形成较为复杂，不同的幌体有不同的成因，有些特殊标志幌是由实物幌演变而来的，饭店是为行旅远游准备的临时的就餐场所，而行旅远游都以箩筐为担载工具，所以过去的客栈以及由客栈演变而来的饭店都以倒扣箩筐为幌，久而久之由箩筐演变为罗圈，再如理发店的带有波浪纹的棋帘幌实是由诏书演变过来的，清朝时颁布剃头令，各理发店为了招揽生意，把诏书贴于门前，久而久之便演变为棋帘幌。特殊标志幌的产生有些是出于方便和便于展示的考虑，如以旗帘或灯笼为幌就是如此。有些特殊标志幌的出现则纯属偶然，如黑猴帽店以黑猴为幌即是如此，关于黑猴帽店店标形成的过程在民间有许多传说，传说明代后期山西的杨小泉在北京鲜鱼口内开了一家帽店，杨小泉好养猴，他养了一只全黑的猴子，这只猴子通人性，白天在店里帮助主人拿取商品，夜晚看家，由于杨小泉的毡帽料实工精，价钱又公道，因此生意日渐兴隆，黑猴就成了它的标志。杨小泉死了以后继任者为了突出店标就在门前做了一个黑猴模型。关于黑猴帽店的来历还有另外一个传说认为，明末清初时，北京一个猎民为给母亲治病，到山上打猎，他带着钢叉弓箭以及干粮冒险进山，打到了一只黑油黑亮的猴子，这个猴子与众不同，不仅毛皮油黑透亮，而且火眼金睛，经有经验的猎民鉴定是只黑猿。他将皮卖给一个大官后发了财才开了帽店，为了感谢黑猿便在店前做了一个黑猿模型，人们便叫其黑猴帽店，由于信誉好，质量高，因而声名远扬（王永斌：《杂谈老北京》第79页。中国城市出版社，1999年12月）。黑猴帽店生意越来越好，许多人慕名而来，与此相对应的是，同行业从业者则门庭冷落，所以同行从业者为了争取客户，实现生意兴隆，纷纷仿效，在门前铸黑猴以混淆真假，以致于出现了“鲜鱼口内砌砖楼，毡帽驰名是黑猴，门牌招牌皆一样，不知谁是老猴头？”的局面（《老北京店铺的招幌》，博文书社，1987年）。因此，黑猴是由店标转化为行标的。还有的特殊标志幌是在特定的历史条件下形成的，如理发店的红白蓝三色灯柱幌即是如此，它是由欧洲传进来

的，中世纪的欧洲理发店同外科诊所是合一的，理发师又兼做外科医生，承担拔牙、切痔疮、包扎烧灼伤口、放血等小型外科手术。三色柱即表示可兼做外科手术，红色代表动脉，蓝色代表静脉，白色代表包扎伤口的绷带。后来外科手术虽然分离出来，但理发店仍然沿用了这一标志。

一种幌子的形成并不难，难的是如何推广。不靠行政命令，是什么因素促成各种幌子的形制辐射到全国呢？综合幌子形成和发展的思路历程，我想归纳起来主要有三方面因素，一是逐渐演变。许多幌子都是偶然间形成和不经意间得到推广的，尤其是实物幌，它起源于商品的随意摆放和悬挂，逐渐演变为标实性的幌子，并为公众共同认可。二是摹仿。当一种幌子形成以后起到招徕生意的作用，立即会引起同行的仿效。由于摹仿，一种幌子由一家辐射到全村、全镇乃至一县、一州、一府，以致于全国。如宋代汴京“酒肆门首排设杈子及梔子灯，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”（吴自牧《梦粱录》卷十六，“酒肆”）三是竞争。商业竞争是无情的，优胜劣汰，适者生存。在商业竞争中每个商家都要树立自己的品牌意识。一种品牌得到青睐以后，其标识必然是同行们争相使用的对象，其标识因此而蔓延开来。如，清朝时，苏州一带的熟食店都挂着“陆稿荐”的招牌。为什么呢？相传早先有一陆姓人家在吴阊卖熟食，有一个乞丐天天来白吃，“不名一钱”，后来干脆住在店里，白吃白喝白住，老板“亦不以为嫌”。乞丐身无长物，唯有一稿荐（手杖）。忽然有一天乞丐弃稿荐而去。过了许久，店里没了柴薪，于是店主人将稿荐辟开做柴薪用。结果用它烤出的肉食，“香闻数十里，因此驰名”。“继此凡营业者，即非陆姓，亦假托其名以冀重于时”（《清稗类钞·农商类·苏有陆稿荐熟食店》）。再如，“京师门前有针刀剪铺，门竖高坊，上大书三代王麻子。而外省多有冒之者，所悬市招，犹大出矢言……”（《清稗类钞·农商类·京师针刀剪铺市招》）。

每一种幌子的形成都不是凭空臆造的，其背后都有着深刻的历史背景和文化背景，是劳动人民抽象化、概念化的总结。每一种幌子在流传和使用过程中，人们也不断给其增加许多新内容，赋予许多新内含，其形制有时也会发生衍变和变异。