

# 民国广告与民国名人

由国庆 著



閩閩名媛均愛穿  
一百九十號顏色  
之陰丹士林藍布  
因其最漂亮最鮮  
艷

# 民国广告与民国名人

由国庆 著

山東畫報出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

民国广告与民国名人 / 由国庆著. — 济南: 山东画报出版社, 2014.9

ISBN 978-7-5474-1250-3

I. ①民… II. ①由… III. ①广告—史料—中国—民国  
IV. ①F713.8-092

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第068616号

- 项目统筹 徐峙立  
责任编辑 怀志霄  
装帧设计 王芳  
主管部门 山东出版传媒股份有限公司  
出版发行 山东画报出版社  
社址 济南市经九路胜利大街39号 邮编 250001  
电话 总编室(0531) 82098470  
市场部(0531) 82098479 82098476(传真)  
网址 <http://www.hbcbs.com.cn>  
电子信箱 [hccb@sdpress.com.cn](mailto:hccb@sdpress.com.cn)  
印刷 山东临沂新华印刷物流集团  
规格 160毫米×230毫米  
18印张 142幅图 220千字  
版次 2014年9月第1版  
印次 2014年9月第1次印刷  
定价 39.00元

如有印装质量问题,请与出版社资料室联系调换。

# 序

王稼句

由国庆先生是位兴趣广泛的学者，于风俗、饮食、市廛、游戏、语言等方面都有猎涉，特别是对老广告的研究，成绩卓然可观，已出版专著十余部。今年七月，国庆将新著《民国广告与民国名人》交付出版社，就来信让我写点什么，做副药引子，放在书前。

如今广告已成为一门学问，不少大学都设广告专业，不但有广告学教授，还招博士生，可见这是与时俱进的学问，也是前景很看好的学科。我对广告知道得很少，正像我一点不懂医道，连江湖郎中、赤脚医生那点知识也没有，如何会做这副药引子。虽说药引子只起调节药性、增强药效的辅助作用，但其中窍脉，常人往往不得其解。如鲁迅《呐喊·自序》回忆父亲病重之际，“因为开方的医生是最有名的，以此所用的药引也奇特：冬天的芦根，经霜三年的甘蔗，蟋蟀要原对的，结子的平地木……多不是容易办到的东西”。有的药引却很平常，如元曲《薛包认母》第二折写道：“我要吃一服儿药，可无引子，你

去东庄姑姑家取些蜜来做引子。”刘鹗《老残游记》第三回说，高公小妾害了喉蛾，老残给开了一帖“加味甘橘汤”，用“鲜荷梗做的引子”。用蜂蜜和鲜荷梗来做药引，即使不起什么作用，也吃不坏人。国庆让我来做这副药引，几经推谢未得获准，无可奈何，只能从一个普通广告受众的角度，随便谈谈对广告的认识，那是受了老残们的启发，取来更其平常的甘草，即使做不成药引，还可以用来做梅饼、橄榄、陈皮等小食。

“广告”一词是外来语，源自日语“广告”，读如“koukoku”，传入中国并开始流传大概已在清末，至于现代意义上的广告，那就更晚了。其词虽无，实已久存，当商品交换市场出现，应该就有广告。《易·系辞下》说：“日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所。”相传这还是神农氏时代，既有集市贸易，广告就应运而生，大凡有两种情形，一是招幌，二是市声。招幌，即实物性质的广告，《晏子春秋·内篇·杂下》记晏子语曰：“君使服之于内而禁之于外，犹悬牛首于门，而卖马肉于内也。”酒帘在先秦时已很常见，《韩非子·外储说右上》说：“宋人有酤酒者，升概甚平，遇客甚谨，为酒甚美，县帜甚高。”市声则包括叫卖吆喝、韵语说唱、器乐音响等，相传最早的是姜尚操刀卖牛肉，《楚辞》有“师望在肆昌何志，鼓刀扬声后何喜”（《天问》）；“吕望之鼓刀兮，遭周文而得举”（《离骚》）。韩非说的“自相矛盾”，自然是广告史上的典型，而伍子胥“吴市吹篪”，则吹奏成调，声音悠扬，不管是广告史上的一大进步。《史记·范雎蔡泽列传》记道：“伍子胥橐载而出昭关，夜行昼伏，至于陵水，无以糊其口，膝行蒲伏，稽首肉袒，鼓腹吹篪，乞食于吴市，卒兴吴国。”子胥吹的是篪，后人也有写作竿、篥、箫的，吹箫或许更晚，虽然《诗·周颂·有瞽》有“既备乃奏，箫管备

举”，那是宫廷内警者奏乐，不是叫卖，郑玄注道：“箫编小竹管，如今卖饧者所吹也。”那应该是汉代才有的事。

上述都是先秦广告的案例，以后随着商品经济发展，广告的传播样式越来越多，接受层面越来越广泛。时至今日，更进入广告大潮汹涌的时代，满目皆是，充耳皆是。由于广告已成为一个重要的社会生活内容，也就被学者所关注，建立起这个学科，专业著作也层出不穷。但一个学科的建立，开始总会有点不完善、不成熟。我看过一本广告史，将军队的旗纛作为悬帜广告，将烽火台的狼烟作为警示广告，将青铜器、瓦当铭文作为标识广告，将告示、榜文、碑刻等作为政治广告，这些自然都是“广而告之”的，但是否可以算作广告，还是很有疑问的。如果以此类推，凡雕塑、牌坊、路牌、寺塔都是公益广告，出丧的白幡自然是殡仪广告，死囚身后插的斩标，也应该叫做行刑广告才是，那就太宽泛、太滥泥了。如果要将广告作为一种学问来研究，就要界定它的范畴，明确它的概念，这应该是广告学者们首先要关心的问题。

我的兴趣不在广告学，然而广告记忆了历史，记忆了时代，闲来翻读杂书，那些记录着古人日常生活内容的招幌和市声，就常常让我怦然心动，让我走进那已非常遥远的历史生活场景。

就以敝乡来说事。北宋时，朱勔的父亲朱冲是个串街叫卖日用物品的小贩，赵彦卫《云麓漫钞》卷七记道：“朱勔之父朱冲者，吴中常卖人，方言以微物博易于乡市自唱，曰常卖。”至于朱冲唱卖些什么，今已无从考证了。乡贤范成大晚年居住城内西河上，他将听到的各种市声记入诗中，《自晨至午，起居饮食，皆以墙外人物之声为节，戏书四绝》有曰：“巷南敲板报残更，街北弹丝行诵经。”“菜市喧时窗透明，饼师叫后药煎成。”“早餐欲到须巾里，已有重来晚市鱼。”夜来卖卜人在深巷里经过，叫卖声凄凉悲切，《夜坐有感》曰：“静

夜家家闭户眠，满城风雨骤寒天。号呼卖卜谁家子，想欠明朝余米钱。”苏州城内河道成市，小贩一边摇船一边唱歌叫卖，《咏河市歌者》曰：“岂是从容唱渭城，个中当有不平鸣。可怜日晏忍饥面，强作春深求友声。”他更有《雪中闻墙外鬻鱼菜者，求售之声甚苦，有感三绝》，“啼号升斗抵千金，冻雀饥鸦共一音”之咏，令人感慨低徊。明清苏州是商品经济高度发展的大都市，广告业十分发达，康熙时人章法《苏州竹枝词》咏道：“酒担豚肩匝地过，香甜柔脆到门多。五簋一点挑来卖，不买些吞待若何。”自注：“其物可欲，其香触鼻，其涎直挂。”可见那叫卖声往往会惹起听者的食欲。嘉庆末佚名者作《韵鹤轩杂著》，卷上说：“百工杂技，荷担上街，每持器作声，各为记号。修脚者所摇折叠凳，曰对君坐；剃头担所持响铁，曰唤头；医家所摇铜铁圈，曰虎撑；星家所敲小铜锣，曰报君知；磨镜者所持铁片，曰惊闺；锡匠所持铁器，曰闹街；卖油者所鸣小锣，曰厨房晓；卖熟食者所敲小木梆，曰击馋；卖闺房杂货者所摇，曰唤娇娘；卖耍货者所持，曰引孩儿。”苏州商品包装，很早就采用仿单，需求量很大，都由年画铺承印。《点石斋画报》记载了一个“赛行致病”的故事：“苏垣尧峰山施某与同村人马某相善，日前万寿圣节期内，闻城中灯景之盛，马自夸捷足，与施约曰：‘愿限二刻往返六十馀里，违则倍罚，能则汝以英饼一枚酬我。’施诺之，对准日晷，奋步疾行，不逾时而马已归来。施以为诳，马出城中稻香村茶食示之，凡稻香村售物必印日期于纸裹之上。施见其非妄，如约酬之，同赴酒家买醉。甫入座，马即口吐鲜血，一息奄奄，施大惊，急延伤科某医，索酬多金始肯施治，戏真无益哉。”那是光绪二十年六月德宗生辰前后，苏城举行灯会。尧峰山马某向施某夸口，以二刻时间去苏州并返回，赌以英磅一枚，马某真如“神行太保”，但归来时已累得吐血。这个故事的真实性姑且不论，

但由“稻香村售物必印日期于纸裹之上”一句，可见当时稻香村的仿单上，已印有茶食生产和销售的日期。

凡此种种，都是苏州的昔年烟景，正因为有这样具体的细节，就会觉得这一道道消逝已久的风景，仍然是亲切的存在。知堂在谈到闲园鞠农的《一岁货声》时说：“著者自序称可以辨乡味，知勤苦，纪风土，存节令，此言真实不虚，若更为补充一句，则当云可以察知民间生活之一斑，盖挑担推车投摊赶集的一切品物半系平日日用所必需，其闲食玩艺一部分亦多是找不到一二的。我读这本小书，深深地感到北京生活的风趣，因为这是平民生活所以当然没有什么富丽，但是却也不寒伧，自有其一种丰厚温润的空气。”这种民间生活史料，历来不受重视，也很少有人去关注，知堂在介绍约瑟夫·阿狄生等写的《伦敦的叫卖声》之后说：“我不知道中国谁的日记或笔记里曾经说起过这些事情，平日读书太少实在说不出来，但如《越缦堂日记》《病榻梦痕录》等书里记得似乎都不曾有，大约他们对于这种市声不很留意，说不上有什么好恶罢。我只记得章太炎先生居东京的时候，每早听外边卖鲜豆豉的呼声，对弟子们说：‘这是卖什么的？natto，natto，叫得那么凄凉？’我记不清这事是钱德潜君还是龚未生君所说的了，但章先生的批评实在不错，那卖‘纳豆’的在清早冷风中的小巷里叫唤，等候吃早饭的人出来买她一两把，而一把草苞的纳豆也就只值一个半铜元罢了，所以这确是很寒苦的生意，而且做这生意的多是女人，往往背上背着一个小儿，假如真是言为心声，那么其愁苦之音也正是无怪的了。”可见广告并不完全是物质交流的需求，其间含有非常丰富的民俗意蕴，且由此反映出人间的情感。

国庆这本书，提供了民国时期人物和广告的故事。辛亥以后是广告史上的重要转折期，无论内容还是形式，都由传统向现代过渡。书



中梳理、记录、叙述的这一时期的广告现象，乃是丰富的社会生活史料，况且又以人物牵出故事，使得这历史场景更其鲜活灵动。这本书既可作为广告学的辅助读物，也可让读者更多地知道这一时期的日常生活琐碎，那是社会史、经济史、风俗史等专业著作不能替代的。正因为如此，它的价值也就不言而喻了。

二〇一三年十一月十二日

# 目 录

## 一 政要名人与广告

孙中山现身医家广告 / 3

青年毛泽东亲笔撰写广告 / 6

周恩来与《觉悟》广告 / 11

章炳麟登报征婚 / 14

李大钊注重广告的作用 / 17

邹韬奋广告观“约法三章” / 18

马占山将军牌香烟 / 19

蔡廷锴倡导民族品牌 / 22

李散人创办天津首家广告社 / 23

袁世凯与烟草广告上的“爱国军” / 25

- 政要为华商保险业鼓劲 / 27
- 陈默庵为烟草商题词 / 28
- 《申报》上的名人广告 / 29
- 脂粉魅惑是《良友》 / 33
- 美孚公司月历上的中外名人 / 36
- 黄培英与恒源祥广告宣传册 / 39

## 二 文化名流与广告

- 梁启超率先使用“广告”一词 / 45
- 汪汉溪为“广告报”殚精竭力 / 46
- 丁福保的信函变广告 / 50
- 蝶仙主编卖牙粉 / 50
- 报业巨子、广告大王史量才 / 53
- 鲁迅写书籍广告 / 56
- 徐卓呆登报求火花 / 62
- 柳亚子的“三卖”广告 / 63
- 太虚法师为调味品题词 / 64
- 胡适与“博士茶” / 66
- 郭沫若为内联升题诗 / 67
- 叶圣陶为书籍广告笔耕不辍 / 68

- 林语堂夸酒店 / 71
- 《子夜》里的霓虹灯 / 72
- 《志摩的诗》被炒作 / 74
- 张静庐：书刊销售需要宣传 / 79
- 老舍风趣幽默写广告 / 84
- 徐调孚“开明”的广告理念 / 85
- 谢楚桢发广告招来“笔墨官司” / 88
- 胡风为《七月诗丛》写广告 / 91
- 还珠楼主与祥顺合水果店 / 92
- 刘云若与天津大陆广告社 / 93
- 巴金用心写广告 / 97
- 施蛰存推介名著 / 103
- 刘雪庵的广告妙曲《何日君再来》 / 106
- 翁偶虹喜欢香烟牌 / 110
- 张爱玲：能写善画的“广告人” / 111
- 欧阳文彬提倡图书广告 / 115

### 三 书画名家与广告

- 康有为登广告鬻书 / 121
- 广告让吴稚晖成为“书画托拉斯” / 123

- 中国广告艺术的开创人—李叔同 / 125
- 既卖字又戒烟的袁克文 / 127
- 徐悲鸿与蒋碧微的启事 / 130
- 丰子恺为汽水画广告 / 132
- 谢之光笔下的朱元璋与沈万三 / 134
- 张光宇任职广告绘图员 / 138
- 杭穉英在迪士尼卡通画中获得灵感 / 140
- 蒋兆和为百货公司画广告 / 144
- 一稿难求的陈其华 / 146
- 叶浅予的广告生涯 / 148
- 张乐平供职三友实业社画广告 / 153
- 老上海漫画家妙论广告 / 156
- 名人名墨的润例广告 / 159

#### 四 演艺明星代言广告

- 似与梅兰芳同在一室相谈 / 165
- 影后张织云赴美推销茶叶 / 171
- 胡蝶：最具魅力的广告大赢家 / 174
- 阮玲玉代言“女界福”与“可乐” / 179
- “金鼠”明星顾而已 / 184

- 从唱片传单说到龚秋霞 / 186
- “美人鱼”杨秀琼推销牙刷 / 188
- 吕美玉：广告肖像维权第一人 / 189
- 潘雪艳促销“芳华”香烟 / 193
- 陈云裳：云想衣裳花想容 / 195
- 连阔如开办京城首家广告社 / 200
- 马三立的广告相声 / 203
- 侯宝林播报广告 / 206
- 韦廉士药房妙用京剧名家亲笔函 / 207
- 电影美女？发型名模？广告明星？ / 209
- 香气四溢的女星 / 212
- 光闪在手腕上的名表 / 217

## 五 商界闻人打造广告

- 孟雒川与瑞蚨祥 / 223
- 宋则久与中华百货售品所 / 225
- 广告营销大亨—黄楚九 / 229
- 唐拾义的广告花样多 / 236
- 章瑞廷推出“蓝虎”商标 / 239
- “万金油大王”胡文虎的亲民广告 / 241

冯福田打造“双妹” / 247

方液仙投拍歌舞广告片 / 251

金鸿翔与明星时装广告 / 254

王克敏推行“八马”品牌 / 257

董竹君：君若满意，请告诉朋友 / 260

傅秀山让“金鸡”唱响三北 / 261

后记 / 265

| 一 |

政要名人与广告



