

中国珍品典藏



解放前

主编◎樊 瑀 王晓岚

中国火柴老贴画



河北美术出版社

中国珍品典藏

中国火柴老贴画

解放前

下

主編
編寫

樊瑀

王晓嵐

高荃

康艺

胡泽亮

吴文娥

刘鹏程

关鹏玉

黄华东

于雯

董崑晓

李来春

韦繁枝

董小玲

曲英华

张富荣

马淑枝

周建生

张珊珊

李丽萍

于晓飞

刘静



责任编辑 / 康艾苓
责任校对 / 曹玖涛
责任审读 / 杜恩龙
装帧设计 / 丫 丫

图书在版编目 (CIP) 数据

中国火柴老贴画. 解放前, 下册 / 樊瑀, 王晓岚主
编. —石家庄: 河北美术出版社, 2011. 1

(中国珍品典藏)

ISBN 978-7-5310-3584-8

I. ①中… II. ①樊… ②王… III. ①火柴 — 收藏 —
中国 IV. ①G894

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第003723 号

中国珍品典藏

中国火柴老贴画 解放前 (下册)

主 编 樊 瑀 王晓岚

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号
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 10
印 数 1-2000
版 次 2011年1月第1版
印 次 2011年1月第1次印刷

定 价 45.00元

前言

19世纪中叶，火柴从欧洲传入中国，被称为“洋火”和“自来火”。由于火柴来自国外，所以，那时的火柴贴画全都是外文，由于百姓的不认可，而后才加印上了汉字，以此迎合中国百姓的欣赏习惯。火柴贴画作为火柴的附属物，除了提供生产厂家、地址之外，还绘制了精美的图案，从不同侧面反映了社会发展的阶段特征。可以说，这些贴画 就是一部中国火柴发展的近、现、当代史的缩影。

火柴贴画虽小但精巧美观，在方寸之间，可以看到历史故事、绘画书法、金石篆刻、山川日月、鱼虫花鸟、名胜古迹、民情风俗，真是无所不有，囊括其中。难怪人们趋之若鹜般地进行这项收藏，收藏者既增添快乐又增长了知识，何乐不为。

本书收集了民国时期最受人们欢迎的民间祝福、接福纳寿等民风民俗，或是人们口口相传、脍炙人口的历史故事，来向消费者推销自己的火柴产品。其中“状元及第”“三老话沧桑”“孟宗进笋”“姜太公钓鱼”等逸闻趣事，妇孺皆知。比如“状元及第”，状元是中国科举制度中最光彩、最炫耀的名称，也是每位读书人最高的理想，谁都巴望在科举考试中一举成名。得中后的人称作状元。为了提高状元的地位和表示对他们的恩宠，皇帝会让状元打马游街，并派侍卫给状元清道引路。这一切无疑都增加了状元的无上荣耀，给天下读书人以莫大的鼓舞。“状元及第”的贴画既有对消费者的祝福含义，又有厂家的产品是同类产品中的魁首寓意。

本书选编了清末民初时期的“历史故事”“民情风俗”等火柴贴画，其收藏价格日渐攀升，如“三老话沧桑”“孟宗进笋”“姜太公钓鱼”“江湖卖武”“龙马精神”“许褚分牛”

“松老”“天官赐福”“五谷丰登”“织美人”“教子”等单枚贴画价格已达7000元人民币，“状元及第”“当朝一品”“斗鸡”“爱鹅图”“杂耍”“封王”“操琴”“卖油郎”“击鼓骂曹”“跳加官”等贴画售价高达9000元左右。随着打火机基本取代了火柴的发展趋势，火柴贴画越来越难以收集，因此就越发显得弥足珍贵。

火柴贴画不仅张扬着人类对美的希冀，还多了一个观看历史文化进步的窗口。如今的收藏者可以通过火柴的贴画来观看历史文化的传承与进步，真是一大幸事。本书中“百鸟朝凤”“象耕鸟耘”“三兽渡河”“戏彩娱亲”“号寿老人”等火柴贴画再现了中国历史文化的传承与延续。“古钱”“一团和气”“三宝”“百子图”“日月神”“跳加官”“连生贵子”等火柴贴画，则对中国的民风民俗作了尽善尽美的绘制，今天看来还是那样的妙趣横生、引人入胜。

火柴贴画是小型、袖珍般的广告宣传，其色彩鲜艳，格调明快，利用方寸之图生动地传播着厂家的商品信息，消费者也十分喜欢观看火柴上所做的广告。民国时期的民族资本家都有自己的火柴厂，他们利用火柴这一得天独厚的传播广告条件，为“美光公司”“益胜公司”“华商鸿公司”“广祥公司”“南昌公司”“万丰隆公司”等多家公司作了产品广告。伴随着火柴的流通，这些公司的产品也销售到了全国各地，这不仅使他们获取了产品的利润，同时又促进了火柴的产量提高，真是一举两得。

本书真实地反映了清末民初时期的火柴传统文化，并对其历史故事做了较为精准的诠释，对每枚火柴贴画进行了“收藏星级”及“市场价位”的大致介绍，以供收藏者参考。

目 录

(页码以图有序)

1……状元及第	43……云童	81……皆大欢喜	118……三兽渡河
2……当朝一品	44……鲤鱼大利	82……平安五福	119……百鸟朝凤
4……刘海戏金蟾	46……杂耍	83……织美人	120……象耕鸟耘
6……三老话沧桑	47……六耳结	84……双仙	121……皇标
7……丁山射雁	48……佛手	85……太白醉酒	122……戏彩娱亲
8……孟宗进笋	49……六合同春	86……道教	123……达摩
9……牛郎织女	50……三羊开泰	87……鱼龙	124……牛童
10……姜太公钓鱼	51……福寿双全	88……千手观音	125……欢天喜地
11……麻姑献寿	52……封王	89……教子	126……汉钟离
12……天女散花	53……燧人氏	90……才子佳人	127……莲童
13……江湖卖武	54……赏菊	91……仙鹤送书	128……文殊菩萨
14……斗鸡	55……金玉满堂	92……渔翁得利	129……老童
16……龙马精神	56……金鼎	93……月老	130……号寿老人
18……蜘蛛	57……操琴	94……百寿图	131……弥勒佛
19……爱鹅图	58……五雷阵	95……人竹为记	132……海狗
20……许褚分牛	59……卖油郎	96……拜月	133……禹
21……丹凤朝阳	60……哪吒	97……哪吒擒龙	134……铁弓订缘
22……松老	61……渔樵	98……莲花	135……游戏图
23……和合二仙	62……蜈蚣岭	99……济公	136……昭君出塞
24……如意	63……三难新郎	100……孔明收姜维	137……“二乔”共读
25……财神	64……贵妃醉酒	101……观世音	138……嫦娥奔月
26……钟馗	65……击鼓骂曹	102……仙草灵芝	139……明月
27……福禄寿星	66……猴戏	103……招财童子	140……孔子降生
28……天官赐福	67……京剧	104……武松打虎	141……如意算盘
29……吉祥五福	68……铁拐李伏虎	105……古钱	142……竹报平安
30……爱莲	69……拐仙	106……马上封侯	143……犀牛望月
31……龙凤呈祥	70……一团和气	107……龙马负图	144……中国象棋
32……福鹿	71……三宝	108……杨贵妃	145……马褂
33……吉祥鹿	72……百子图	109……秋湖戏妻	146……烟袋荷包
34……聚宝盆	73……日月神	110……一本万利	147……蝴蝶
35……吉祥葫芦	74……牧羊卷	111……独钓	148……芦雁
36……海宝珊瑚	75……跳加官	112……采桃图	149……月兔
37……五谷丰登	76……风筝	113……采果	150……鹿角
38……太平有象	77……连生贵子	114……韩信堪辱	151……虎
40……八卦	78……司马光砸缸	115……拱寿图	152……南和
41……麒麟	79……指挥如意	116……三多	153……金蟾
42……寿星	80……随月夜读	117……游龙戏珠	154……平平安安
			155……喜鹊

状元及第

收藏星级：★★★★★
市场价位：8000-9000元

“状元”是中国科举制度中最光彩、最炫耀的名称，每位读书人的最高理想就是能在科举考试中一举成名。

状元称谓是从武则天统治时期开始使用的。“状”取自“投状”，“元”即为第一、居首。唐朝时规定，各州贡送到京城的举子，应试之前要向礼部呈递州里的解状和本人的出身履历等亲状，统称为“投状”，相当于现在的报名。考试合格后，礼部又要将新进士的身份材料及成绩一起报呈给皇帝，称为奏状，排在最前面的就是状头。武则天为达到选拔人才的目的，首创了由皇帝亲自对礼部的考试再复试后的殿试，按成绩排在最前面的人称作状元。

科举制度设有许多科目，按种类可细分成十几种，其中贡举中的第一人称状元，其他考试第一的人不能称为状元。为了提高状元的地位和表示对他们恩宠，皇帝会让状元打马游街，并派侍卫给状元清道导路。这一切无疑都增加了状元的无上荣耀，给天下读书人以莫大的鼓舞。

“状元及第”的及是“落”，第为“家”，就是说“您家出了状元”。火柴公司使用“状元及第”作火柴主图，有祝福消费者的含义，也有表示厂家的产品是同类产品中的魁首寓意。



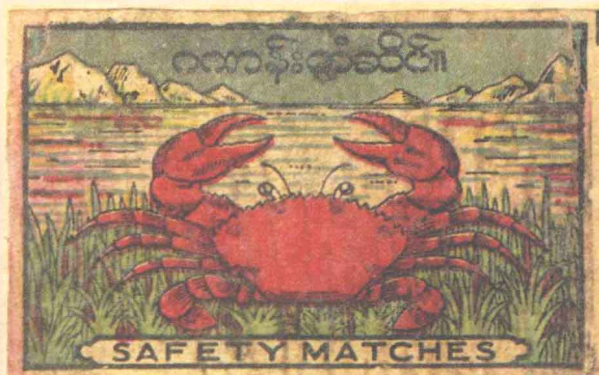
当朝一品

收藏星级：★★★★★

市场价位：8000-9000元

从隋朝开始直至清末，科举制在中国实行了一千三百多年。

科举制度虽然是从隋朝开始，但真正得到完善和发展还是在唐朝。从唐代女皇武则天“策问贡人于洛成殿”开始，最高级别的



考试就是殿试。皇帝坐在殿廷上，对经过数次考试后被选拔上来的优秀人才亲自做最后的测试以定甲第。殿试录取分为三甲：一甲三名，赐“进士及第”的称号，第一名称状元也称鼎元，第二名称榜眼，第三名称探花；二甲若干名，赐“进士出身”的称号；三甲若干名，赐“同进士出身”的称号。一、二、三甲统称进士。一甲当即授官职，其余二甲参加翰林院考试，学习三年再授官职。所以，在中国读书人的心目中，读书只有中进士才算是个了结。

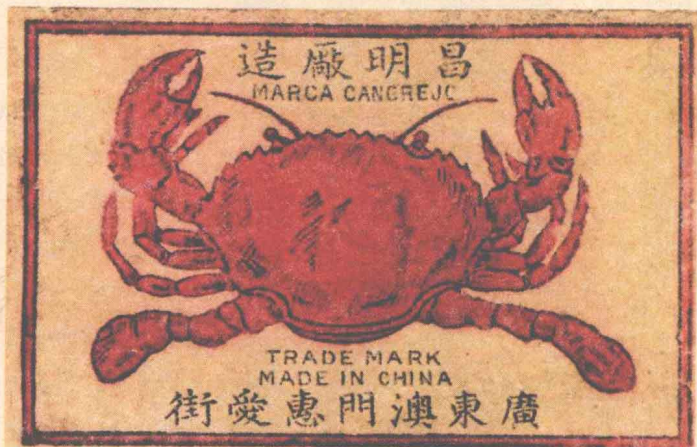
朝廷把中了进士的人按能力和资历分为九品，一品是最高的政府官员，管理国家政要，百姓称一品大官员。明清两代，每逢中央官员

外巡，无论该官员是几品官，地方官员都会送上“一品当朝”或“一品清廉”的吉祥画。

螃蟹象征着科甲及第的意思，在百姓家里也有把这个吉祥物刻在房间的梁柱上，或用各种材料雕刻螃蟹作摆设，摆在家具上的习俗。这些都是百姓祈求自己的家庭连中三甲的含义。

“中甲”做“一品”官员是中国读书人的一辈子追求和终极目标，所以，民间“当朝一品”的吉祥图案比比皆是。图案以三个孩童组成，中间大孩高举冠盔，表示得中状元，旁边两个小孩手持如意、喜报，表示庆贺。还有的图案是戴冠童子手持如意骑在龙上。童子戴冠，是期望着孩子长大后出人头地，骑龙就如同鲤鱼跳龙门一样光宗耀祖。能够“状元及第”自是几辈子修来的福气，故有“天上麒麟子，人间状元郎”之美誉。

“一品为记”出品的火柴，其贴画中“当朝一品”四个大字的绘制红光耀眼，是厂家对读书人科举中第的祝福；同时也是宣传自己的产品如同状元一样独占鳌头，天下无双。



刘海戏金蟾

收藏星级：★★★★★

市场价位：4000-5000元



刘海是我国民间供奉的一位财神。因为他戏的金蟾是一只三足的金蟾，能口吐金钱，给百姓带来财运，所以，刘海戏金蟾是百姓最流传的故事之一。

刘海本名刘操，是我国古代辽国的宰相，权倾一时。有一天，道士陈抟见到了他，向他借了一枚金钱和十个鸡蛋，然后将十个鸡蛋一个接一个地竖立于金钱

眼儿之上，蛋摇摇欲坠。刘操惊恐地说：“这太危险了！”道士陈抟说：“你手握重权，身居高位，早已到了危若垒卵的境地，可你还是执迷不悟！”刘操被他的话深深触动，决定弃官不做，尽散家财，上华山与道士陈抟一起修炼去了。陈抟给刘操起了道号“海蟾子”。民间将刘操散金钱修道一事演绎为“刘海蟾撒金钱”，继而又演绎为“刘海戏金蟾”。

美光公司是一家日资公司，所出品的“刘海”火柴，从宣传用语“安全火柴，在华制造”中就可以得到了解。这枚贴画沿用了中国百姓喜欢的题材“刘海”的故事来做主题。可这位刘海与中国传统中的模样有些不同。他头梳双髻，身着日式松散衣衫，裤子的条纹色彩更具日本服饰特色，让人观后感觉不是中国正宗的“刘海”。



但就其少年活泼灵动的身姿，与中国的刘海毫无两样。画面中的刘海已经用钓线钓住了三足金蟾。金蟾嘴中吐出的大大金钱，已被刘海舞动的钓线紧紧地套住。刘海双臂高举，用力拉线，金蟾被紧紧地套在钓线上。画面布局匀称，活泼可爱，用笔简洁，喜气洋洋。



合昌洋行出品的“刘海戏金蟾”火柴，其贴画单色印刷，用色简练。画面中刘海单脚踩在三脚金蟾背上，他高兴地举起金蟾吐出的铜钱，似在向人们展示：我可以让你财源滚滚，大发其财。贴画虽然设计简陋，但有生活气息，刘海与金蟾相互呼应，非常讲究节奏与韵律感，很符合中国人的审美欣赏习惯。

合昌洋行出品了“刘海戏金蟾”的火柴，其贴画表现了刘海骑在硕大的金蟾身上，手中伸出钓蟾的钓钩，钩着金蟾最爱吃的蜻蜓。傻傻的金蟾两眼发直，跃跃欲试地看着钓饵，似乎要张开红红的大嘴一口吞掉。画面十分有趣的突出了一个“戏”字。其画面生动活泼，情趣盎然，妙趣横生。



然，妙趣横生。

所有的厂家都利用了“刘海戏金蟾”的传统文化表达着自己的希望：一是希望消费者多多购买产品，销售量大增，取得丰厚的利润；二是希望厂家财源广进、富达三江。

三老话沧桑

收藏星级：★★★★★

市场价位：6000-7000元



民国时期著名的大中华火柴公司发行了“三老”火柴，其贴画引人注目。画面中三位老人席地而坐，衣着光鲜、神态安详，正在进行品茗闲聊。

宋代苏轼《东坡志林·三老语》中曾讲了这样一个故事：古代有三位老人相遇，互问年龄。一个说：“我现在已记不得自己到底有多大岁数了，只能回忆起少年时代与盘古是老朋友，交情很深。”第二个说：“远古时代，沧海变良田时，我就放下一根竹筹，到现在，所放竹筹已满十间屋。”第三个老人说：“我也不记得自己的年龄了，只知道我吃蟠桃的时候，就将桃核抛在昆仑山下，现在桃核所堆积的高度已经和昆仑山一样高了。”这三位老人的话可谓惊世骇俗，中国人最大的希望不过是“彭年姬子”，像彭祖一样高寿，可彭祖也只活了八百多岁。按照这三位老人的说法，他们的年龄只怕可以做彭祖的高祖了。所以，后人常用“海尾添筹”为祝寿的吉祥语，来祝福人的长寿。

企业采用“三老”做商标，祝福自己的企业昌盛不衰、永远旺盛；祝福消费者像“三老”一样身体健康、长寿无比。

收藏星级：★★★★★

市场价位：5000-6000元

丁山射雁

薛仁贵是唐初著名大将，因臂力过人、武艺出众、英勇善战而赫赫有名。唐太宗出征高丽时发现了他的能力，就封他为游击将军。唐太宗说：“朕不喜得辽东，喜得卿也。”薛仁贵出征突厥时，曾三箭将三个突厥挑战者射落马下，其余的将士吓得下马投降。唐军中流传着“将军三箭定天山，壮士长歌入汉关”的歌谣。一次，薛仁贵率军和突厥军队在云州相遇，突厥问：“唐将是谁？”唐军回答说：“薛仁贵！”突厥军不相信，说薛仁贵已被流放到象州死了，难道死人还能复活？薛仁贵听后脱去头盔让突厥人来观看，突厥将领相顾失色，下马一拜后率军逃走。

“丁山射雁”讲的是薛仁贵回家省亲的故事。薛仁贵投军后妻子柳迎春就生了孩子叫丁山，丁山长大后打雁奉养母亲。十八年后，薛仁贵功成名就被封为王回家探亲。当行至汾河湾时，见一小孩打雁，弹弓技艺纯熟，他心中十分喜爱。忽然，山前跑来一只猛虎，薛仁贵恐怕小孩受虎伤害，用袖箭射虎，不想反将小孩射死，薛仁贵仓皇逃回家中。夫妻相会后互诉离别情景，薛仁贵忽然发现窑内有双男鞋，怀疑柳氏不贞。柳迎春告诉他，是他们的儿子丁山的鞋，薛仁贵欲见儿子，才知道在汾河湾射死的孩子就是丁山，夫妻俩悲伤不已。

这枚“丁山射雁”的火柴，约在1880年间出品，即光绪年间日商在我国行销的火柴。那时，因为使用不符合中国人欣赏习惯的火柴贴画其销售不好，日本商人就改用了“丁山射雁”为题材。使用了这样的设计商标后，逐步打开了销路。



孟宗进笋

收藏星级：★★★★★

市场价位：6000-7000元



“孟宗进笋”是流传于我国民间的“二十四孝”中的故事：三国时候，吴国江夏有个孝子叫孟宗。很小的时候父亲就死了，母亲年老后生了重病，想要用鲜笋煮羹吃。这时即将冬至，数九寒天的哪里有笋？孟宗没有办法就跑到竹林中，双手抱着枯毛竹哭了起来，他的孝心感动了天地。突然，脚下的土地裂开了一道裂缝，从裂缝中露出了几枝尖尖的笋芽。孟宗高兴万分采了下来拿回家去，做了笋羹给母亲喝，母亲的病很快就好了。

“孝”是千百年来中国家庭维系的社会道德准则。“百善孝为先”的古训，是说一个人若想成为一个高尚的人，首先要有孝心；判断一个人的善恶，首先要看他是否孝敬父母。不少人为谋求利益在与人交往中往往会伪装成君子，但在父母面前却是个忤逆不道之徒，即使他做了几个好事也不能说他是一个高尚的人。《围炉夜话》里有：“常存仁孝心，则天下凡不可为者，皆不忍为，所以孝居百行之先。”所以“仁孝”的人一定会善待父母，能善待父母的人就一定会善待别人。所以，这样的人是值得交往和信赖的人。

上海益盛火柴厂出品的“孝子”火柴，其贴画是孟宗的形象：头扎双髻，身穿彩衣，手捧一只装了三只肥嫩鲜笋的托盘，喜庆可爱，颇具年画神韵。商家选用“孟宗进笋”做贴画进行销售，说明厂家想做消费者信赖的产品，善待消费者，让消费者放心使用。

牛郎织女

收藏星级：★★★★★

市场价格：5000-6000元

织女是中国神话中天帝的孙女，她每天的事情是编织云彩。因羡慕人间生活，同情善良忠厚的牛郎，私自下凡与他结合，并生下了一男一女两个孩子。西王母发现后，立即将织女招回天庭，牛郎携儿女追至天庭，王母用发簪在牛郎与织女中间划了一条天河，从此他俩天地相隔。天上的喜鹊同情牛郎织女的遭遇，每年农历的七月初七在天河上搭建一座鹊桥，让他俩在桥上相会，俗称“鹊桥会”。经过历年的延续，“七夕”就成了中国传统节日中最具有浪漫色彩的节日。据说，七夕夜深人静之时，人们还能在葡萄架下听到牛郎织女的脉脉含情细语。因织女是在七月初七和牛郎相会，这一天也被人们称为“七巧节”。每逢“七巧节”这一天，凡间的妇女便会向美丽聪明、心灵手巧的织女乞求智慧和巧艺，也少不了向她求赐美满姻缘。所以，“七巧节”又叫“乞巧节”。牛郎织女这段天人合一的爱情故事，是人间追求幸福的心声与写照，织女和牛郎的故事充满着甜蜜的人间情调，为少年男女所羡慕。所以，男女青年就托信天上的织女来实现自己美好幸福的婚姻。

上海大明火柴公司生产的“七巧”火柴，其贴画传神地勾勒出了牛郎织女相会时的情景。成群的喜鹊搭着鹊桥，他俩在桥上倾诉着离别之情。画面色彩淡雅，人物情态真挚，将牛郎的痴心和织女的多情表现得恰到好处。采用牛郎织女题材作火柴贴画，表示了祝天下有情人终成眷属的美好祝愿。



姜太公钓鱼

收藏星级：★★★★★

市场价位：7000-8000元

“姜太公钓鱼，愿者上钩”的歇后语，取材于“姜太公钓鱼”的民间故事。周朝建立以前，周族的著名领袖周文是个很有作为的政治家，他通过发展农业生产，节制征收贡赋的办法治理好周族，使百姓生活安逸，因此受到百姓的拥戴。当时的统治者商纣王残暴失政，不得人心，文王希望有朝一日

推翻商朝。姜尚（字子牙）才华出众，虽满腹治国安邦的才学，却英雄无用武之地，七十多岁贫困潦倒。当姜尚听说周文王广求贤人的消息后，便来到周文王统治的地方隐居起来，并天天到渭水边钓鱼，希望能引起文王的注意。

姜太公钓鱼的鱼钩是直的，在钓竿上装了直钩后，他一边举起钓竿离水面三尺高，一边自言自语：“鱼儿呀，你们自己来上钩吧！”别人看到劝他说：“老先生，像你这样，一百年也钓不到鱼。”太公说：“我不是在钓鱼，我在钓王与侯。”周文王听说太公钓鱼的事情觉得奇怪，就派士兵去叫他来，太公不理。又派官员去请，太公依然不去。文王意识到这个钓者必

是位贤才，就亲自去请。于是，文王带着厚礼来到渭水边聘请太公。从此，姜尚辅佐周文王把国家建设得非常强大。周文王病死后，姜太公继续辅助文王的儿子周武王灭了商朝。

使用“姜太公钓鱼”题材作贴画，表达了厂家的意愿：产品如同姜太公一样不同凡响，请消费者使用后不要忘记给厂家扬名。





相传农历三月初三是神仙西王母的寿辰，麻姑用灵芝草酿成仙酒，与百花、牡丹、芍药、海棠几位花仙，采集了各色鲜艳芬芳的花卉同往蟠桃会，给西王母祝寿。因此，民间就有了麻姑献寿的传说。

同茂泰洋行出品的“麻姑”火柴，其贴画色彩绚丽，造型传神，画面中的麻姑右手扶着在肩的莲花和香甜无比的寿桃，笑容可掬，与梅花鹿翩然而至人间，给天下百姓送福、送寿。

南昌公司出品的火柴，其贴画是衣着华丽的麻姑和一只身驮满鲜花的梅花鹿在一起相映成辉。贴画中书写着“麻姑晋爵”大字，以麻姑的身份将“加官晋爵”的祝福送进千家万户。百姓乐于观看这样的产品贴画，同时给厂家也带来了丰厚的利润。

麻姑献寿

收藏星级：★★★★★

市场价位：6000-7000元

麻姑是我国道教神话人物，她在牟州东南姑馀山修道成仙。东汉时，江苏吴县一个名叫蔡经的人预备了丰盛的酒菜宴请神仙王远。王远又请了仙女麻姑赴宴，麻姑就带着水果下凡了。原来麻姑是个十七八岁俏美的姑娘，她前发打髻，后剩余长发垂至腰际随风飘扬，仙风荡漾。麻姑和王远说：

“自从上次和你见面后，我亲眼见到东海三次变为桑田，不久前我又去了一趟蓬莱，那里的水比召开群仙大会时少了一半。我想，不多久就会变成陆地吧？”因为麻姑曾有亲眼看见东海三次变为桑田的经历。所以，她又有了长寿的象征。

