

賣野人頭只
能欺騙小孩子



世间俗话

老香烟牌子

沈国平 主编



上海文化出版社



老香烟牌子

沈国平 主编

沈国平/张杰 藏品录



上海文化出版社

图书在版编目(CIP)数据

如烟画痕. 8, 世间俗话/沈国平主编. --上海:

上海文化出版社, 2013.7

ISBN 978-7-5535-0149-9

I. ①如… II. ①沈… III. ①卷烟-商标-中国-图集IV. ①J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第170130号

出版人

王 刚

责任编辑

周雯君

特约编辑

张 杰

版面设计

上海云何广告有限公司

封面设计

徐敬佳

书名

世间俗话

出版、发行

上海文化出版社

地址: 上海市绍兴路74号

网址: www.cshwh.com

邮政编码: 200020

印刷

凯基印刷(上海)有限公司

开本

787×1092 1/32

印张

6.75

版次

2013年7月第1版 2013年7月第1次印刷

印数

1-3300册

国际书号

ISBN 978-7-5535-0149-9/J.030

定价

30.00元

告读者 如发现本书质量问题请与印刷厂质量科联系

T: 021-51870080

目 录

- 一、香烟牌子的前世今生 / 4
- 二、香烟牌子上的世间俗话 / 8
- 三、世间俗话烟牌系列
- （一）成语与格言 / 10
- （二）成语与谚语 / 90
- （三）谚语典故 / 108
- （四）歇后语 / 126
- （五）土语 / 160
- （六）朱柏庐先生治家格言 / 170
- （七）二十四孝 I / 186
- （八）二十四孝 II / 196
- （九）二十四孝 III / 204
- 后记 / 214





世间俗话

老香烟牌子

沈国平 主编

沈国平/张杰 藏品录



上海文化出版社

图书在版编目(CIP)数据

如烟画痕. 8, 世间俗话/沈国平主编. —上海:

上海文化出版社, 2013.7

ISBN 978-7-5535-0149-9

I. ①如… II. ①沈… III. ①卷烟—商标—中国—图集IV. ①J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第170130号

出版人

王 刚

责任编辑

周雯君

特约编辑

张 杰

版面设计

上海云何广告有限公司

封面设计

徐敬佳

书名

世间俗话

出版、发行

上海文化出版社

地址: 上海市绍兴路74号

网址: www.cshwh.com

邮政编码: 200020

印刷

凯基印刷(上海)有限公司

开本

787×1092 1/32

印张

6.75

版次

2013年7月第1版 2013年7月第1次印刷

印数

1—3300册

国际书号

ISBN 978-7-5535-0149-9/J.030

定价

30.00元

告读者 如发现本书质量问题请与印刷厂质量科联系

T: 021-51870080

目 录

- 一、香烟牌子的前世今生 / 4
- 二、香烟牌子上的世间俗话 / 8
- 三、世间俗话烟牌系列
- （一）成语与格言 / 10
- （二）成语与谚语 / 90
- （三）谚语典故 / 108
- （四）歇后语 / 126
- （五）土语 / 160
- （六）朱柏庐先生治家格言 / 170
- （七）二十四孝 I / 186
- （八）二十四孝 II / 196
- （九）二十四孝 III / 204
- 后记 / 214



一、香烟牌子的前世今生



图 1



图 2



图 3

所谓香烟牌子，其实就是依附于香烟的一种画片。清末至民国年间，一些香烟厂商为了推销香烟，将一张小画片放置在烟盒内送给消费者，称“香烟画片”。由于是外国传入，又叫“洋画儿”。

香烟牌子虽然尺幅很小，但是内容丰富、题材广泛，涉及政治、经济、军事、历史、文化等各个方面，烟画大多画面优美、色彩绚丽、印制精致。许多香烟牌子以传统文化、民间风俗、生活百态、花卉植物、飞鸟走兽以及古典名著人物为描绘主题，具有很强的知识性、艺术性和实用性，称得上是一部微型百科全书。因为其有着较高的观赏价值和稀缺性，现时已成为人们竞相寻觅的收藏品。作为一种特定的文化载体，香烟牌子可以说是中国近代社会经济发展的一个缩影。

众所周知，香烟已有一百七十余年历史，但香烟牌子的出现只有一百多年，世界上最早的香烟牌子是 1894 年英国韦尔斯出品的《世界陆军》（图 1）共 100 片。中国产最早的香烟牌子是 32 片一套的《清末仕女牌九》（图 2），由上海三星纸烟有限公司于 1904 年发行。

香烟牌子在中国流行的鼎盛时期是 20 世纪二三十年代，几乎每个烟厂都附赠香烟牌子。然而好景不长，1945 年后，由于原料缺乏、货币贬值，香烟牌子的印刷成本大幅度提



图4



图5



图6

高，故烟草厂商纷纷停止了香烟牌子的发行。民国时期我国最后的一套香烟牌子是上海裕华烟草公司出品的 80 片一套的《抗战八年胜利画史》(图 3)。

香烟牌子的类别

按作用分类 香烟牌子初始只作为广告宣传和艺术欣赏之用，本身并无实用价值。随着烟厂之间的竞争激烈，出现了可换取实物的香烟牌子，如长丰烟公司发行的三钱牌香烟牌子就附有赠品，其背面印有“积满五张换烟壹包”等字样(图 4)。另一些烟商别出心裁，发行可直接兑换现钱的奖券，如华品烟草公司发行的奖券，最高奖可得大奖一万元，这是奖券中兑换数额最高者(图 5)。

按规格分类 香烟牌子的常规尺寸有两种：一种为 60×35 毫米，放在 10 支装香烟盒内；另一种为 65×50 毫米，放在 20 支装香烟盒内。最大规格的香烟牌子是中国利兴烟草公司发行的 10 片一套之《京剧折子戏·空城计》(图 6)，尺寸为 270×190 毫米；最小尺寸是 30×20 毫米的《京剧名旦》(图 7)。

按材质分类 香烟牌子的材质以纸为主，也有绒布片、丝缎片、油画片、布片、瓷质片等的香烟牌子，这些材料价格较贵，生产成本较高，所以印量小，市场上极为少见。例如，美国烟草公司发行的绒布片香烟牌子，尺



图 7



图 8



图 9

寸为 210×140 毫米，画面是国民党党旗（图 8）。又如，英国烟草公司发行的世界名画香烟牌子，其材质分别为油画片和丝缎片（图 9、图 10）。更加罕见的是美国烟草公司发行的《仕女像》，它是用铁皮贴纸制作的香烟牌子（图 11）。

按印刷工艺分类 香烟牌子最早是由石印技术印刷完成的。石印印刷是根据石材吸墨及油水不相容的原理印制的。后来又有珂罗版印刷（玻璃版印刷）、照相版印刷和凹凸版印刷。当时只有英、美、日本等国家掌握凹凸版的印刷工艺（图 12）。

香烟牌子的价值

史料价值 如上所述，香烟牌子的内容表现丰富多样，真实而直观地反映了中国社会生活的世情百态，具有不可替代的史料价值。例如，通过《清末仕女》画面，可以看到清代服饰式样的变化，女性的衣服长至过膝，采用大镶滚装饰，裙上有时加一些飘带，衬托出清末妇女清秀和娴静的形象。又如，从《民国美女》的着装中可以看到，民国初期女性的服饰式样比清末更为窄小，其衣领增高，甚至掩住面颊，如同马鞍形状，并且产生了中西合璧的旗袍造型。上世纪 20 年代，流行上衣下裙，满足了当时女性追求个性美的强烈愿望。其后，随着“西风东渐”，服饰开始多样化，女性不但穿中式旗袍，而且还着西式女裤和制

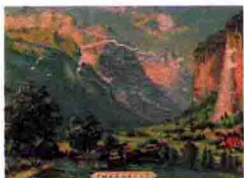


图 10



图 11



图 12

服、运动服以及新潮摩登的洋装。

审美价值 香烟牌子基本上是以绘画或摄影的方式来表现“方寸天地”，追求艺术的审美价值。作为大众文化的重要组成部分，香烟牌子上的形象塑造具有鲜明的时代特征与雅俗共赏的艺术效应。注重各种绘画形式的运用，如传统的中国画表现，写意的、工笔的以及年画或漫画等样式。讲究各种绘画技巧的融合，如融会贯通中西绘画技法，将国画与油画的不同技法巧妙地融入烟画的整体表现中去。此外，一些新型绘画材料的运用，也使得香烟牌子的画面更加绚丽多彩，设计制作呈现了一定的艺术水准，形成了独特的艺术风格。

收藏价值 随着人们对香烟危害的深入了解，抽烟人群不断萎缩，香烟牌子也渐渐地退出了历史舞台。香烟牌子已经非常稀少，人们只能偶尔在收藏品市场上觅到一些零散的单片，品相好、成系列的珍品精品难得一见，收藏价值变得很高。例如 2000 年，有一片 1909 年发行的棒球明星韦纳的美国香烟牌子，在拍卖市场以 185 万美元成交，创下香烟牌子拍卖史上的最高价，凸显了香烟牌子的收藏价值和投资价值。随着时间的推移，香烟牌子稀缺性的特点将更加明显，其升值空间会更大。

二、香烟牌子上的世间俗话



世间俗话是广泛流传于民间的通俗话语，它言简意赅，富有哲理，大多数俗语反映劳动人民在生活中所积累的经验，而且一般都是以口语形式的短句来反映深刻的道理。俗语主要分成语、格言、谚语和歇后语四大类。上世纪20年代，各大烟草公司纷纷出品以俗语为题材的烟画，这些烟画一经问世，旋即受到市民热捧。本书精选了多套以成语故事、谚语典故、歇后语、土语等俗语为题材的烟画，以社会教化为主，传播为人处世之道。这里特别推荐朱柏庐《治家格言》的一套珍稀烟画，以及三套各有特色的《二十四孝》系列烟画，反映当时的烟画又兼具了引导伦理道德的社会功能。

英美烟草公司出品的《歇后语》烟画，一套50枚，金边铜粉印刷，画工精巧，前图后文。这套烟画最大特点有许多歇后语是用沪语来表达，如“瞎子点灯——借弗着光”，“麻子搽粉——蚀煞老本”，“猢猻戴帽子——像煞有介事”，这些沪语歇后语，文字简约生动，读来朗朗上口，包含着不少生活哲理和幽默讽刺意味，颇受上海人亲睐，时至今日仍常常被人引用。虽然烟画已成为收藏品，但它在研究民俗文化方面，亦有着特别之功，在学习推广沪语的当下，似也可作为参考资料。

《朱柏庐先生治家格言》烟画由中国华东烟草公司出品。朱柏庐系明末清初著名的理学家和教育家，所作《治家格言》内容涉及持家，伦理，自律，敬业等方面，全文仅五百多字，以警句、箴言形式呈示，集儒家



为人处世方法之大成，含义博大精深，甫一问世，即不胫而走，流传甚广，被尊奉为“治家之经”，清至民国年间一度还成为童蒙必读课本之一。民国初期，上海三友实业社在出版《治家格言》时，还在书前登出一则“启示”号称读此书可胜他书百卷，可增知识，明真理。足见其当时声望之高。中国华东烟草公司的《朱柏庐先生治家格言》烟画，全套60枚，印刷精美，图案色彩绚丽，层次分明。将朱柏庐的治家格言和通俗易懂的图案相结合，极具知识性与观赏性。时至今日，这套烟画虽已成稀罕物，但其有关人才培养及家庭教育的思想与认识，仍具有实际的积极意义。

三、世间俗话烟牌系列

(一) 成语与格言

1. 主要视点：收集了宣扬为人处世之道的成语与格言
2. 出品单位：华成烟草公司
3. 发行年代：20世纪30年代
4. 画面尺寸：60×36毫米
5. 全套数量：250枚
6. 收藏品级：★★★★☆



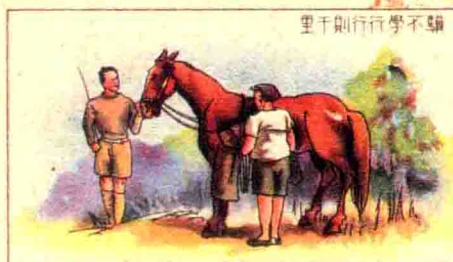
師農為可不田於精農



河江為終塞不涸涸



里千則行行學不驕



魚群則滿至水



行不頭無蛇



狼豺如不免構駒使

