

從上世紀九十年代初開始，在出版界、收藏界、娛樂休閒界出現了一股經年不褪的「月份牌」懷舊熱，人們寫文章，出畫冊，印掛曆，辦展覽，活動頗多，影響不小，與「老照片」一起構成了一道頗具特色的懷舊風景線。儘管今天的人們已不再嚮往「月份牌」畫中的生活，但是，人們對逝去的民風民俗的懷舊情思卻綿綿不絕……

——編者語——



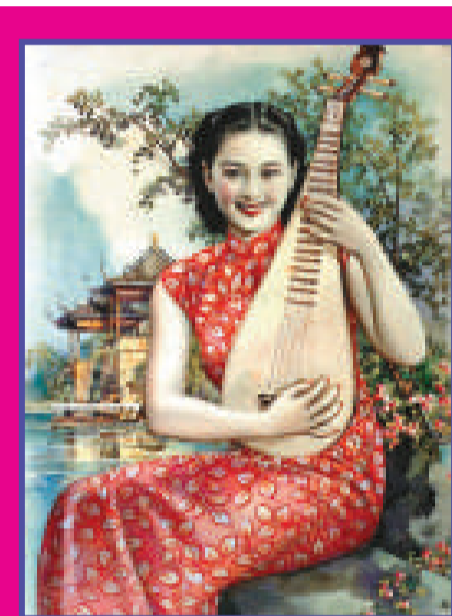
# 摩登月份牌

嘉祺

廿世紀初葉，在世界向現代社會邁進的時候，中國這個國土遼闊、人口眾多的古老國度也隨大勢所趨，方方面面都發生着變化。上海在當時不僅是工業、商業和金融中心，還因其文化現象和在電影、時尚界的領先地位而婦孺皆知，成為現代中國商業文化的一個完美典型。

在流傳至今的漢語詞彙裡，「摩登」是最具有那個時代特點的詞彙之一。它是直接從英語音譯成中文的，意思大概是流行的、新潮的或者前衛的。這麼一個音譯詞，本來只被少數知識分子小範圍使用，卻在特定的社會條件下，很快成了一個在大眾之中流行甚廣的高頻詞彙。「摩登」在當時代表着高級、時尚和令人嚮往的異國情調。電影、咖啡館、高爾夫、交際舞……，許多從西方傳入中國的事物在當時都被認為是非常「摩登」的。而這些「中國摩登」的事物，在攝影和攝像還不足夠發達的時代裡，連同最追求「摩登」的美女們，都被記錄、保存在一種特殊的媒體中，它就是月份牌。

月份牌作為一種十分靈活的流動廣告媒體，與當時的照片、報刊相比，它要鮮艷、醒目、漂亮得多，既可以贈送顧客，也可被當成招貼或櫥窗廣告。它可以深入市民生活各個角落，無論貧民區還是高級住宅，張貼月份牌都是相宜的——因為它時常可以發揮計時工具的作用，如有特別設計亦可兼記事之用。當時，月份牌在全中國都廣泛流行，在華僑聚集的南洋、印度、南美也有不小的發行量。受市場的引導，進入月份牌的形象是非常有特點的，而且往往在一定時期內成批出現，呈現出那個時代的特有痕迹。



看到這「月份牌」那微微發黃的紙片，動人嫵媚的微笑，不禁勾起了我的懷舊之情。

## 「月份牌」的興起與衰敗

提起「月份牌」，恐怕上了些年紀的人都會記憶猶新：「老刀牌香煙」、「老人頭刮鬍刀」、「雙妹牌花露水」、「飛鷹牌煉乳」、「仁丹廣告」……這一張張「月份牌」畫彷彿帶我們走進了二十世紀初的時光隧道。它是西學東漸、西洋廣告畫中國化的產物，開創了中國近代商業廣告的先河。傳達出20世紀前半葉中國都市文化的韻味，折射出中國逐漸進入現代社會的文化特徵。

據考證，「月份牌」誕生於清道光年間。當時，中國門戶洞開，洋商洋貨開始湧入中國最大的商埠上海，同時也把近代西方廣告帶入中國。起初，洋商們為招徠顧客，印刷了西方的廣告畫來推銷商品，豈知，因畫法和畫意不為中國人接受，反響寥寥。洋商們頓悟要入鄉隨俗，便改用中國傳統年畫製版，僱用中國畫家為他們指定的題材作畫，然後配上月曆牌和商品廣告，隨商品發給給顧客，由於上面的月曆為生活所需，因而受到了廣泛歡迎。迄今發現最早的「月份牌」，是清道光二十年香港屈臣氏藥房發送的《屈臣氏藥房》「月份牌」。這張畫中間是一個繁體「華」字，裡面為故事性的畫面組成，頗為生動，與蘇州桃花塢年畫極其相似。1896年即清光緒二十二年，上海鴻福來呂宋彩票行隨售賣彩票贈送的《中西月份牌遠景開彩圖》，曾被認為是現存最早正式標明「月份牌」的實物，但不斷發現的新資料使這種論斷遭受質疑。有學者考證，1889年即清光緒十五年由上海《申報》館印送，附中西日曆對照、旁印二十四孝圖的《中西月份牌二十四孝圖》，才是現存所見最早的「月份牌」（現收藏於上海圖書館）。之後，一些附有年月曆法的畫冊，便襲用了「月份牌」的稱謂。為了同洋商展開競爭，中國民族資本家也採用了這種做法。當時，香煙廣告在「月份牌」中佔到了60%，其中，英美、南洋兄弟和華成3家煙草公司印發規模最大，其次是保險行業。這種形式新穎、寓意吉祥的「月份牌」一經誕生，便以雅俗共賞的格調贏得人們的喜愛，不僅風靡上海灘，還廣為流傳到國內各省市和香港、澳門地區以及南洋、印度、南美等華僑聚集地。

最初，「月份牌」的畫面除了商品宣傳外，表現的大多是中國傳統題材的形象，如中國傳統山水、仕女人物、戲曲故事等，後來，則發展成以表現名媛淑女為主要形象的畫，作為主角的商品反而被安排在毫不起眼的邊緣位置，連月曆也取消了。在多變的社會時尚之中，美女形象是永恆的主題，因而，「月份牌」又俗稱「美女月份牌」。畫面儘管脂粉氣偏重，但相當美艷，充滿了柔和優美的質感。這類「月份牌」開始多是些仕女圖，帶點清代的柔弱病態；上世紀二十年代以後，畫中的美女明顯豐腴嬌艷起來；三十年代的美女則表現為珠圓玉潤、柳眉鳳眼的時髦女郎；四十年代的美女多以城市生活圖景為襯托，彈鋼琴、騎摩托車、戴手表、打高爾夫、穿西式婚紗……形象的變化反映了社會審美趣味和潮流的變遷。上世紀二、三十年代是「月份牌」最鼎盛的發展時期，當時的電影紅星如胡蝶、阮玲玉、黎莉莉、楊耐梅等都作為模特走入「月份牌」畫中。「月份牌」當時既滿足了商業促銷的需要，又滿足了市民的欣賞要求，還帶動了人們追尋美好新生活的步伐，是對民國年代上海灘的民眾生活、時髦心理最準確、最典型的歷史寫照。就此而言，「月份牌」的意義已遠超商業範圍，而成為當時民間接受現代文明生活宣傳的最大眾化繪畫出版物。

據史料記載，當年「月份牌」由於美觀實用，不但老百姓拿回家中張貼懸掛，即使大人物之間也以此當作禮物互贈。如1910年蔡元培留學德國，張元濟春節期間寫信向他拜年問好，並附上「月份牌」十份：「乞分致同人為禱」。甚至國民政府為了日常公開需要，特地印刷其部門「月份牌」派作名片用。

上世紀四十年代，由於日本入侵，上海淪陷，民族工業大量外遷，「月份牌」受到很大影響，發行幾乎停頓。抗戰勝利後，「月份牌」畫又曾一度興旺，卻出現繪製抄襲拼湊、印製粗糙的狀況，但很快又因戰爭而中斷。

## 見證了歷史發展的進程

新中國成立後，「月份牌」也獲得了新生，雖然因計劃經濟的實施，在商品宣傳方面的功能迅速消失，但卻成為表現新中國新人、新事、新風尚的重要年畫樣式，出現一批較高水平的作品，包括《菜綠瓜肥產量多》、《親密的友誼》、《全民族大團結》、《毛主席視察黃河》、《和平萬歲》、《新中國的女航海員》等等。上世紀六十年代，「月份牌」又一次進入鼎盛發展時期，在題材與技法上獲得了長足進步，並逐漸擺脫了廣告的束縛，成為早期大眾藝術的組成部分，並為當代美術發展提供了可資借鑒的經驗。許多畫家紛紛採用「月份牌」的畫法，創作了大量反映社會主義建設的新年畫，成為一個深受人民群眾喜聞樂見的繪畫藝術品種，一些優秀作品甚至累計印數達到數百萬張。「文革」時期，「月份牌」被視為「四舊」而遭到禁止。打倒「四人幫」後，「月份牌」畫家無比興奮，佳作迭出，金雪塵、李慕白合畫了「忽報人間會伏虎」、「楊開慧光榮就義」、「吳剛捧出桂花酒」、「嫦娥仙翩起舞」等優秀畫作。

到上世紀七十年代末，隨着賀年卡、台曆、掛曆的流行，以及燈光廣告、噴繪廣告等新的傳播手段的相繼出現，「月份牌」完成

了其肩負的使命，悄然退出了歷史舞台，留給我們的只有微微發黃的絢麗和已然陳舊的面容。

作為那個特定時代的歷史遺存，「月份牌」的促銷功能早已隨時光的流逝而退去，但它所蘊含的豐富的社會內涵仍為世人所注目。它是我們了解近代中國經濟、社會發展的一個窗口。我們不僅可以從中窺探到當時老上海市民的消費心理、民族意識，也可以看到老上海無論在物質上還是精神上的現代化過程，因而具有極高的研究價值。

首先，表面上看去風花雪月奪人眼球的「月份牌」，背後演繹的卻是殘酷的商戰。它清晰地再現了民族資本主義在半封建半殖民地社會中，遭多重壓制、排擠而艱難發展的軌跡。簡氏兄弟於1905年創辦了南洋兄弟煙草公司，在和帝國主義壟斷資本、英美煙草公司的競爭中，廣泛運用「月份牌」作為宣傳工具，在很多「月份牌」中有這樣的口號——提倡國貨、挽回利權、完全國貨、吸「愛國牌」香煙等。為了民族經濟發展，他們同洋商做了針鋒相對的鬥爭，抵制着外國資本的入侵，在中國的煙草發展史上留下了光輝的一頁。再有一個事例是，民國十二年印發「大中國水火保險股份有限公司」的「月份牌」，展現了為改變外商憑藉特權宰制中國保險市場的局面，消除對華商保險公司的歧視，華商與外商奮力抗衡的場景。

其次，「月份牌」是舊中國百年商業文化的翔實記載。其中一個重要的價值就是保存了許多「老字號」的廣告註冊商標，從中可窺見上海的經濟發展史。許多「老字號」廠家在解放前的檔案中已無記載，而「月份牌」則起到了「老字號」的天然檔案作用。它還記錄了英美洋行、日資洋行在清末民初怎樣利用廣告去吆喝，宣傳自己的產品打開中國市場大門。舊上海出現了替洋人辦事的官僚買辦，各種洋行「月份牌」足以說明作為「東方巴黎」的上海當時的商業繁榮和競爭激烈。

另外，「月份牌」為研究中國近代服飾的發展和變遷提供了寶貴的歷史資料。作為民國時期的百科全書，由上世紀二十年代初的對上襖下裙式的傳統服裝的改良到三十年代旗袍的百花齊放，「月份牌」記錄了女性服裝設計發展的潮流趨勢，是當時女性服裝改良與發展的一面鏡子。當年影星胡蝶不僅在「月份牌」上演繹着旗袍的高雅風情，而且將旗袍的絕代風華傳播到了國外。連世界著名時裝設計大師皮爾·卡丹也毫不掩飾地說，其晚裝靈感得自於中國早期的旗袍。可以說，影星的服飾不僅反映着時尚的變遷，也深深地影響着人們的審美走向。近日，由黃強編著，展示100年間服飾風尚變遷的專著——《衣儀百年——近百年中國服飾風尚之變遷》一書中，用較大幅幅展示了民國時期「月份牌」旗袍廣告的藝術魅力。

## 開創了中國西洋畫先河

很顯然，作為中國現代平面設計的先聲，「月份牌」造就出了人數頗為可觀的設計群體，這些畫家或獨立創作或僱於專業公司，他們為中國二十世紀的前半葉保留了珍貴的視覺遺產，填補了中國美術史中關於現代通俗藝術研究的空白。

在藝術手法上，「月份牌」初期以中國傳統工筆淡彩或重彩來表現，後來發展成以西洋擦筆水彩為主的寫實手法，兩種不同的畫法逐漸融合在一起，使畫面色彩更加明淨鮮麗。在「月份牌」畫家群中，每個時期都有典型的代表：二十世紀初期以周慕橋創作的溫婉可人的清代仕女形象為代表；一、二十年代以鄭曼陀創作的清純女學生形象為代表；三、四十年代則以杭樞英創作的新潮女子形象為代表。

## 收藏界異軍突起的「黑馬」

毫無疑問，原為推銷洋貨而製作的「月份牌」，卻無意間成為老上海歷史變遷的珍貴「見證人」，瀟灑着一個時代的文化氣息，因而，不僅具有深厚的歷史內涵和藝術韻味，還具有很高的收藏價值。當年，連魯迅、鄭逸梅那樣的大家也熱衷於收藏「月份牌」畫。而俄羅斯科學院民族學博物館珍藏的描繪傅儀、黎元洪、孫中山等政治人物的「月份牌」畫稿，已被該館列為一般級藏文物。台灣、香港、新加坡、日本，甚至歐美的一些「月份牌」愛好者，更是不辭辛苦，多次往返上海、杭州等地尋覓「月份牌」珍品。

當國內藝術品拍賣興起後，「月份牌」原稿就開始頻頻露面拍壇。國內拍賣「月份牌」大戶上海國際商品拍賣有限公司，從1997年至今已拍賣了50餘幅「月份牌」畫原稿，其中周慕橋的一幅「月份牌」畫以3.3萬元（人民幣，下同）落槌；金梅生的一幅《柳塘綺紅》拍賣成交價3.3萬元，《戲水》拍至1.9萬元，另一幅《抱狗的女人》拍出1.65萬元；金雪塵的《木蘭辭》拍到3.5萬元；杭樞英的《彩樓配》則被競拍者以4.18萬元收入囊中。

受上海國拍影響和高利潤的驅使，國內其他一些拍賣行也紛紛推出了「月份牌」原稿拍賣。在2004年翰海拍賣會上，周柏生的《雙燕飛》拍到3萬元。2006年由北京九歌推出的周柏生《江東二喬》拍出3.52萬元。尤其值得一提的是，在2005年北京榮寶齋春拍會上，謝之光《孔雀》竟拍出了132萬元的成交價，令世人矚目。

近年來，「月份牌」的價格呈日漸上揚的趨勢，只要品相七成以上的，售價均在數千元以上。杭樞英的《美女月牌年畫四條屏》的四張年畫價格達5000元以上。此外，李慕白、金梅生、金雪塵等名家創作的，反映當時政治、軍事、生活等題材的作品及其他品相較好的「月份牌」，特別是第一次印刷或第一次發行的，都具有一定的收藏價值。一張南洋兄弟煙草公司的「月份牌」，2002年100元左右就可成交，現在已經飆升到2000元。儘管如此，一些行家認為，與香港、台灣及國外的收藏品市場相比，「月份牌」（特別是煙草類）目前的價格仍然沒有到位，還有比較大的上升空間。

由於目前「月份牌」的拍賣行情扶搖直上，所以市場上的贗品也日益猖獗。贗品「月份牌」畫有亂真、高仿、拙劣之分，有香港造、天津造、上海造之別。其中以天津造贗品「月份牌」水準最高。有專家指出，「月份牌」的真偽可以從畫紙的厚薄、色彩、氣味等幾方面去辨別。一般來說，正品的紙張由於經過歲月的洗禮，紙質較薄，手感柔軟，氣味溫和，即便有磨損的地方也是黃黃色的，不像贗品會出現「外黃內白」的情況。

據了解，因為「月份牌」正品太貴，所以形式風格接近的贗品也有一定的市場。時下，對於一些懷舊情調的咖啡館、茶館、酒樓、飯店、娛樂場所來說，「月份牌」的設計風格正合他們的胃口，因此，掛「月份牌」仿製品用來裝飾的店家越來越多；還有不少美術愛好者，專門買來仿製品欣賞、臨摹；也有許多初涉收藏的新手，希冀從便宜的贗品入手漸入佳境。誰會想到，當年鋪天蓋地、俯拾即是彩色畫片，百年過後竟青雲直上地成為今日收藏界、美術界、廣告界和服裝行家的搶手藏品，成為異軍突起的「黑馬」。

