

故纸堆里觅茶香

——记中国传统茶叶广告

姚晓燕

摘要:岁月无痕,中国传统广告文化尘封于历史资料中,而茶叶老广告也散落在那些历经沧桑的故纸堆里。作为一个茶文化的爱好者和推崇者,作者从这些故纸堆里翻查出琳琅满目的茶叶广告,浩瀚的文献史料中四溢的茶香,值得我们去欣赏、去研究。

关键词:茶叶;市声;招幌;招贴;报刊

中图分类号:K203 文献标识码:A 文章编号:1006-2335(2017)05-0091-07

开门七件事,柴米油盐酱醋茶。茶是人们生活中不可缺少的必需品,是人们闲情雅趣的生活体现。中国饮茶历史源远流长,而茶叶的广告宣传随着长期的经营活动而丰富多彩。茶叶广告经历了早期口头叫卖的有声广告;到实物陈列、旗帜、幌子、招牌、灯笼等媒介广告;以及图画标识、报刊杂志等无声广告。中国广告史的发展,促进了中国茶叶传统广告的繁荣。从古至今,形形色色的茶叶广告,讲述了一段别具风格的茶文化发展史。

一、以声乐人——史料中的茶叶有声广告

市声作为中国古代商业广告的主要表现形式之一,那些从事商品交易的小摊贩,用口头语言,让顾客了解自己出售的商品,主要体现为通过叫卖和用响器来招徕顾客。对于茶叶来说可能有茶叶交易开始就存在市声广告。西汉时期,王褒在《僮约》中提到:“烹茶茶具”“武阳买茶”^{[1](P203)}的内容,这是王褒与奴婢约定每天的劳役任务。可见西汉时,茶叶已成为商品并在市场上买卖,武阳也成为当时四川产茶及买卖茶叶的市场。卖什么吆喝什么,是最原始的有声广告,一

般在集市上,就会出现叫卖、实物陈列等广告形式。《广陵耆老传》记载:晋元帝时有老姥,每旦独提一器茗,往市鬻之,市人竞买。自旦至夕,其器不减……^{[2](P10)}。这则“提茗鬻市”的故事中老姥手中盛放茶粥的器皿具有广告效应,一定程度上也算一则茶叶实物广告。

宋代商贩用叫卖招揽生意的方式十分普遍,宋代市声广告丰富多彩,“京师凡卖一物,必有声韵,其吟哦俱不同。”^{[3](P496)}田汝成在《西湖游览志余》中记载:“杭州三百六十行,各有市语,不相通用”。^{[4](P734)}可见不同行业的市声广告各有不同。

宋时杭州城内,除有固定的茶坊茶楼外,还有茶担,一种流动茶摊,也叫“浮铺”^{[5](P169)},以挑担或以推车的方式,至大街小巷或闹市区。《梦梁录·茶肆》记载:“巷陌街坊,自有提茶瓶沿门点茶,或朔望日,如遇吉凶二事,点送邻里茶水,倩其往来传语。”^{[6](P140)}这种“提茶瓶沿门点茶”的服务非常周到,不仅送茶上门,还可以传话带口信。穿梭在大街小巷的茶担、茶摊,为普通百姓提供物美价廉的茶水,使得饮茶更便利,深受欢迎。形形色色在街上叫卖的小贩,以及市场街角的摊贩,都有自己的

姚晓燕,女,中国茶叶博物馆副研究馆员,研究方向为茶文化宣传。

叫卖声,有的还用金属或木片来敲击,达到吸引顾客的目的。如宋代就有“敲响盏”的方法招徕生意,就是敲打茶盏发出声音以吸引顾客的注意力,如《梦粱录·夜市》中载:“并在五间楼前大街坐铺中瓦前,有带三朵花点茶婆婆,敲响盏,掇头儿拍板,大街游人看了,无不哂笑。”^{[7](P119)}还有“茶肆”条也记载:“今之茶肆……敲打响盏歌卖。”^{[6](P140)}

“歌叫于市”,小贩们将自己所卖商品编成简单歌句,沿街叫卖之歌更能吸引人注意,叫卖与音乐的结合这一广告形式在当时很受人们的喜爱。宋代都市繁华,到处有酒楼茶馆,瓦舍勾栏等商业场所,形形色色的唱卖广告已经十分普遍。商人们懂得利用音乐、音响、说书这种增设娱乐项目的广告形式来招揽生意。把人类原始的吆喝叫卖声与歌谣、词曲相结合,《梦粱录》记载:“今街市与宅院,往往效京师叫声,以市井诸色歌叫卖物之声,采合宫商成其词也。”^{[8](P193)}当时南宋效仿北宋东京的叫卖声,配上乐曲歌辞,沿街吟唱叫卖。可见这种音乐广告早在北宋就已经出现,利用说唱的方式,结合音响和音乐,更具艺术特色,更易打动顾客。

明清时期经济繁荣,全国各地商肆遍布,广告形式丰富多彩。招徕市声广告比以前更有韵味,更具有吸引力。明清两代的传统广告在形式和内容上比宋元时期更为成熟。清代的小商贩、手艺人种类繁多,他们挑担、提篮、推车,都有各自的货声。清代的《燕市货声》记载了几百种老北京的吆喝广告,如“热茶呀”“吆茶汤嗽!”“换茶碗咧饭碗哪!”^{[9](P213)}等等,这些叫卖声都极富有地方韵味。

直到近代,许多城市的小摊小店及肩挑小贩,那种拿腔拿调如同唱小曲似的吆喝声,仍然是一种市声广告。

二、以幌示人——茶叶招幌广告

招幌广告是“招牌”和“幌子”的复合通称,种类繁多,形式多变,主要用于店铺的标识。作为一种信息传播工具,招幌广告是店铺招徕顾客的店标,是古代商贾使用最普遍的一种广告形式。招幌广告具有明显的招徕和宣传作用,不同形式的招幌,在市井中争奇斗艳,不仅增添了市井的文

化氛围,同时又吸引了顾客。

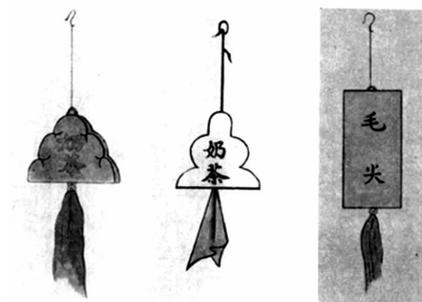
幌子,指用布帛制成的帘幕、帷幔。旧时店铺用来招引顾客的标志,大致分为形象幌、标志幌、文字幌三大类^{[10](P9)}。主要标明店铺经营的特点,一般会放在店铺外的显眼位置。例如形象幌中以商品或特定容器为特征,突出经营范围,以实物为幌。在市井生活中,那些挑担的流动商贩就是以实物为幌子,清代风俗画中就展现了很多流动招幌,如“卖紫砂壶”和“卖茶壶桶”(图1)的挑担小贩,他们担子的两头盛满商品,这些挑筐内



采自:《图画日报》(1909.8-1910.8)·第二册·第84号及91号的营业写真(俗名三百六十行)。

图1 “卖紫砂壶”和“卖茶壶桶”

的茶壶或茶壶桶就是实物幌。行商招幌品种较多,除了卖茶具的,也有直接卖茶汤的,各种与茶有关的实物招幌五花八门。文字幌是一种原始的招牌,也是最直接、最经济实惠的一种广告,如茶馆会挂“茶”字或茶叶铺会挂“茶名”的幌子(图2),言简意赅,让人一看便知是喝茶、卖茶的场所。幌牌设计成如意形、蝙蝠形、方形等传统吉祥文样,有些还下坠流苏,起到了装饰及广告宣传的作用。



采自:林岩等编《老北京店铺的招幌》,博文出版社1987年版,第22-27页。

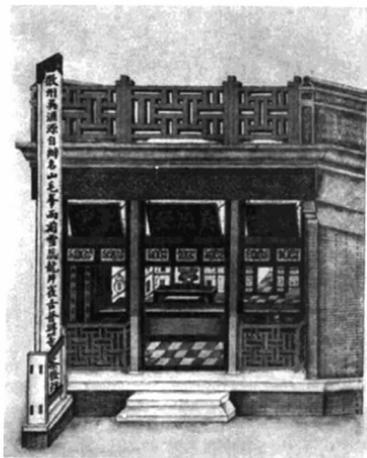
图2 奶茶铺幌子及茶叶铺幌子

招牌是写有店铺名称、字号等广告性词语的牌、匾、联等等,摆放在店铺门前。宋代招牌的使用已经非常普遍,如《梦粱录·茶肆》中记载:“更有张卖面店隔壁黄尖嘴蹴球茶坊,又中瓦内王妈妈家茶肆名一窟鬼茶坊,大街车儿茶肆,蒋检阅茶肆,皆士大夫期朋约友会聚之处。”^{[6](P140)}还有周密《武林旧事》卷六载有茶肆:清乐茶坊、八仙茶坊、珠子茶坊、潘家茶坊、连三茶坊、连二茶坊等。这些茶坊店铺的名字招牌放在显眼处,使人一看就明白茶坊的性质,有很好的广告作用。

宋代,茶肆很多,竞争激烈,茶叶广告形式多样,其中包括灯幌广告,一种悬挂的灯笼,写上“茶坊”等字样,表明店铺性质,夜间点亮,十分引人注目,灯幌广告也是标志招幌中的一种。灯幌广告早在五代就已出现^{[11](P19)},特别是一些酒家、客店等,后来茶肆也加以效仿。南宋吴自牧《梦粱录》写道:“如酒肆门首,排设杈子及椀子灯,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。”^{[6](P141)}从这里可以看出,店铺利用灯笼吸引顾客,既作装饰也是一种广告。宋代还有一种装饰广告,商家把店铺门面、店堂进行精心装饰,主要以插花挂画为主,店内做到整洁醒目,力求吸引茶客。如宋人王明清《摭青杂说》中提到:“京师樊楼畔,有一小茶肆。甚潇洒清洁,皆一品器皿,椅桌皆济楚,故卖茶极盛。”^{[12](P6)}还有《都城纪胜》也记载:“大茶坊张挂名人书画,在京师只熟食店挂画,所以消遣久待也。今茶坊皆然。”^{[13](P85)}茶肆装饰既美化了饮茶环境,又吸引了顾客的眼球,广告效应显著。

到了明清时期,招幌广告的内容、形式较前几代更成熟,商家都很善于宣传,招牌制作也很讲究。清代规模较大的店铺对招牌、门面及厅堂的装饰很是重视,如北京的一些店铺,铺面装饰雕梁画栋,金碧辉煌。据记载:“中有茶叶店,高甍巨栊,细栊宏窗,刻以人物,铺以黄金,绚云映日,洵是伟观。总之母钱或百万或千万,俱用为修饰之具。茶叶则贷于茶客,亦视其店之局面,华丽者即无母钱存贮亦信而不疑。倘局面黯淡,虽积千万亦不敢贷矣。金玉其外,败絮其中,所由来也。”^{[14](P121)}可见,铺面装饰豪华,不仅可以吸引顾

客,还可以显示雄厚的财力,使人有信任感,以便生意往来。清代茶铺还有直式招牌,上面标明茶名等宣传内容,比较直观地来介绍自家商品,视觉效果强烈。如北京吴汇源茶庄(图3),门前置一巨型长条木牌,写着“徽州吴汇源自办名山毛峰雨前雪蕊龙井雀舌普洱等名茶发行”,既表明该号籍贯,又广告所售茶品,属“通天坐地招”^{[15](P81)},招牌气势庞大。



采自林岩等编《老北京店铺的招幌》,博文出版社1987年版第27页。

图3 北京吴汇源茶庄

在我国的一些风俗画卷中不乏表现繁华街市中各行各业的招幌,如宋代张择端的《清明上河图》,明代的《南都繁会图卷》《金陵繁胜图》,清代的《乾隆南巡图卷》等画作中,茶、酒等商贾的招幌遍布街巷,琳琅满目。

三、以纸动人——传统纸媒中的茶叶广告

中国是造纸术和印刷术的故乡,印刷广告随着印刷技术的更新而不断发展,早在宋代就已有印刷广告。印刷广告内容丰富,有招贴、包装纸广告、报刊、书籍等广告形式。中国古代广告无论是听觉广告还是视觉广告,吆喝叫卖、响器、招幌等传播方式都有很大的局限性。到了近代,随着印刷术的流行,印刷广告开始成为中国广告的主要形式和手段。

(一)茶叶老广告

从实物陈列广告、叫卖广告等原始的推销手法,到招幌广告、招贴广告及报刊广告等传统的

促销手段,正是通过这些传统广告的不断演进、改良,才有了现代广告的新生。而传统的招贴画广告、仿单、年画广告等逐渐消失在人们的视线中,如今只能从一张张泛黄的老广告中去探寻它昔日的辉煌。

1.木刻印板广告

中国雕版印刷历史悠久,中国茶叶博物馆藏有大批晚清民国时期木刻印板,即雕板,大部分是“茶庄”或“茶食店”印刷广告的底板,如民国“恒庆昌茶庄”广告印板(图4),印板中都标明了开设的地址、出售的商品及提醒认记购等内容。还有晚清江南振业茶食店“中秋月饼”茶食印板(图5),用枣木制成,上篆刻“江南振业茶食店”“中秋月饼”“本店开设在定县清风店北街路西认明本店字号为记”。在中国的饮茶生活中,茶食点心用来搭配饮茶,很受欢迎,亦是不可或缺。通过这些印板印刷出大量印票,分发宣传,提高店铺的知名度,招睐顾客。



图4 民国“恒庆昌茶庄”广告印板
(中国茶叶博物馆藏)



图5 晚清江南振业茶食店“中秋月饼”广告印板
(中国茶叶博物馆藏)

2.茶叶包装纸广告

茶叶商品包装主要包括图案和文字的广告

宣传。从留传下来的茶叶纸质广告来看,内容主要有包装纸广告、广告单、茶票、仿单等等,除了广告效应外,还有打假的功能,如“认记购买”“并无分设”“货真价实”等等,表明商家非常注重自己的招牌,打造自己独特的标识,来维护商家信誉,广告意义凸显其中。



图6 民国“婺北麻珠”包装纸
(中国茶叶博物馆藏)



图7 民国“婺北凤眉”包装纸
(中国茶叶博物馆藏)

为了达到更好的广告宣传功能,作为雕版印制的茶叶包装纸广告,主要以文字为主,配以精美有特色的插画。如民国“婺北麻珠”包装纸(图6)和民国“婺北凤眉”包装纸(图7),以蓝色青花印刷,装饰性强,中有宣传广告内容。“麻珠”“凤眉”都是当时徽州绿茶的品种,这类包装纸主要贴于铅罐、里箱和套箱等上面,用来标明茶号和花色品种。这些历史实物证明,各茶商为防混同和假冒,往往会在包装好的商品上附加印刷精美的广告。因此,它的功能更加多样,集包装、仿单、招贴的作用于一身,既有标记识别作用,又有广告宣传效果。

3.茶叶招贴广告

到了近代,随着雕版印刷术的不断完善,招贴画、年画等传统广告大量出现,丰富了中国传

统广告的表现形式。历史悠久的年画是一种古老的宣传形式,清代颇为流行,深得大众喜爱。

招贴广告历史悠久,一般俗称海报。是中国传统的年画和西方海报相结合,形成了颇具中国特色的近代彩色招贴广告。茶商们为了推销自己的商品,迎合消费市场的需求,也印刷了各种形式的招贴画广告。这些招贴画把茶庄位置、销售的茶叶品类等相关信息与画面巧妙地结合在一起,创造出了无数精彩的广告佳作,至今都让人叹为观止。如烟台“福增春茶庄”广告纸(图8)、“复兴茶庄”招贴广告(图9)等,广告从描绘传统美人到表现时尚女性,体现当时追求时髦的风尚。以近代美女作为广告来招揽客户是当时流行的手法,易唤起人们对商品的购买欲。招贴广告有其他媒体广告不易替代的功能,它多以图画为主,能给人以视觉上美的享受,同时又可以张贴,一举多得,深受茶叶经营者的青睐。



图8 烟台“福增春茶庄”广告纸
(中国茶叶博物馆藏)



图9 “复兴茶庄”招贴广告
(中国茶叶博物馆藏)

茶叶老广告以包装纸广告、仿单、内票、招贴画广告等这些中国传统商业宣传手段,或以文字详细说明,或以图文并茂的形式将茶叶商品信息传达给顾客。在相当长的时期内经久不衰,它以宣传商品为主题,加上富有创意、富有特色的画

面及文字,使人印象深刻,起到广告宣传的作用。

(二)报刊中的茶叶广告

报纸很早就已存在,但报刊广告却直到鸦片战争前后才出现^{[16](P154)},晚清开始流行,报刊上的茶叶广告也伴随着报刊的发行而出现在人们的视线中。《上海新报》于1861年11月在上海成立,是近代中国较早刊登广告的中文报纸^{[17](P106)}。随着近代商业贸易活动的进一步发展,人们认识到信息传播对商业活动的重要性,纷纷利用报刊这个信息载体,大做文章。茶商也充分利用报刊这个平台,宣传自己的茶叶。如在1863年3月7日《上海新报》就刊登一则“茶叶出售”广告(图10),内容为:启者新德记洋行有熙春砖茶一百篮,每篮六十斤,现欲出卖此茶,系本行自在湖北芙蓉名山……。这是“新德记洋行”出售茶叶的一则报刊广告,纯文字介绍,简洁明了。又如《上海新报》在1872年5月11日刊登的一则“广东新茶”的广告(图11)亦是如此。这些广告体现了早期商业广告的形式、内容等特点,类似于如今



图10 1863年3月7日《上海新报》
刊登一则“茶叶出售”广告

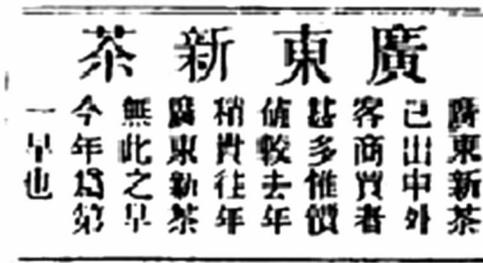


图11 1872年5月11日《上海新报》
刊登一则“广东新茶”广告

的豆腐干式广告,内容文字简短,以标题吸引读者。

民国初年,报刊广告的表现形式多样,广告采取图文并茂的手段吸引消费者。广告设计和版式更为讲究,不像早期的报刊广告,以文字为主,而是配以相关图画、图形,以不同的字体、排列来提升视觉效果,有些甚至直接以图片广告或连载广告等形式,使广告更活泼生动,起到很好的宣传效果。随着商业发展,商贾们认识到在发行量大的报刊刊登广告影响更大,效果更佳。

《申报》1872年在上海创办,是中国近代历史上时间最长,发行面最广,影响最大的中文报纸。作为一份商业报纸,它也是较早刊登广告的报刊之一。《申报》刊登了大量茶叶市场行情、售茶信息、运输情况及推销茶机、茶叶的广告。如上海汪裕泰作为老字号茶庄,经常在《申报》上刊登售茶广告。其中1930年《申报》中的一则广告(图12)内容为:“上海汪裕泰茶号,茶质优美,价格低廉,日用必需,贮久不坏,装璜美丽,携带便利,赠亲馈友,尤为适宜。”同时还有茶叶种类及相关茶叶包装图,并告知出售地址。整个广告茶号名称醒目,设计的茶罐图案跃然纸上,且置于中央位置,版式编排恰到好处,宣传效果极佳。上海汪裕泰茶号的这则广告,在1930年的《申报》中几乎月月刊登,可见其经济实力雄厚。上海汪裕泰茶号在1933年11月10日刊登的另一则“卢全祁门红茶”的广告(图13)也很有特色,图文并茂,十分生动。民国期间利用报纸刊登广告的茶商逐渐增多,广告形式五花八门,让人目不暇接。



图12 1930年3月2日上海汪裕泰茶号在《申报》中的一则广告

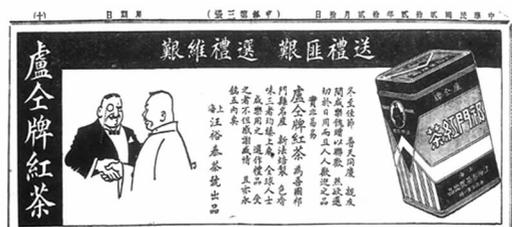


图13 1933年11月10日上海汪裕泰茶号的“卢全祁门红茶”在《申报》中的广告

天津《大公报》于1902年由英敛之创办,是刊载商业广告的知名报刊之一。天津的各大茶庄如正兴德茶庄、元兴茶庄等都曾在《大公报》刊登广告。由于业务不断发展,正兴德茶庄在徽州、杭州、福州、苏州等地都设制茶厂,采购新茶,就地加工,再运往天津销售,并推出了“绿竹”牌商标。20世纪二三十年代,茶叶市场竞争激烈,各茶庄加大了广告宣传,正兴德茶庄有着灵活的销售手段,注重宣传,扩大影响,在报刊上频频刊登广告。作为天津的知名报刊《大公报》,是正兴德



图14 1932年9月8日正兴德茶庄在《大公报》上刊登的广告

茶庄广告宣传的重要阵地。如1932年9月8日正兴德茶庄在《大公报》上刊登广告(图14),整体以确保茶叶质量为宗旨,利用科学检测说明问题,标明经营方针。广告采用数据说话,配合图案,让人们在不经意的视觉中接受广告内容,以此吸引消费者。另一则1932年12月24日的正兴德茶庄在《大公报》上刊登的广告(次页图15),广告语简洁清楚:“冬至礼品,茶叶最宜,装潢美观,中外欢迎。”1932年9月至12月,正兴德茶庄在《大公报》上几乎每天都刊登广告,围绕茶庄形象,始终保持自己的风格,设计精致的宣传广告,这种广告连续刊发且版面设计新颖有



图 15 1932 年 12 月 24 日正兴德茶庄在《大公报》上刊登的广告

趣,在人们心中留下了深刻印象。天津其他茶庄如元兴茶庄、泉祥鸿茶庄等也都有投放广告,但数量远不如正兴德茶庄,或因资本财力不及或因墨守成规,不作广告等因素,故其生意不敌正兴德茶庄。

民国时期在天津创刊的《北洋画报》刊登了很多图片资料,为研究当时天津及北方地区的政治、社会文化提供了珍贵的历史资料。实力雄厚的正兴德茶庄在 1932 年 9 月 27 日的《北洋画报》中刊登了一篇“从正兴德说到中国茶业”的文章,其中配有“天津正兴德茶庄之门面及其内部”、“正兴德茶庄福州工人之筛茶”“正兴德福州工人摊晾茉莉花”等大量图片。茶庄一方面通过照片及文字宣传,使读者对“正兴德”有进一步的认识,从而树立品牌形象,提高知名度;另一方面也为我们后人了解正兴德茶庄提供了可靠的历史图像资料。

诸如《申报》《大公报》等报刊中的茶叶广告,是我国近代报纸广告的一个缩影,广告内容丰富、创意新颖,采用图片广告、连载广告等多种形式,如今看来也很有意思,别出心裁。

总之,我国茶叶广告有着悠久的历史。繁盛的商品经济带动了广告文化的发展,商家采用丰富多彩的广告招揽生意,同时也创造了这么多的中国传统茶叶广告。故纸堆里的茶文化信息很多,终不能一一解读,然还是以史为线,选取历史

长河中的精彩片断,串联起中国传统茶叶广告之路,感受这些老广告的时空魅力。

[参考文献]

- [1]陈祖棻,朱自振.中国茶叶历史资料选辑[M].北京:农业出版社,1981.
- [2]阮浩耕,等点校注释.中国古代茶叶全书[M].茶经·七之事.杭州:浙江摄影出版社,1999.
- [3](宋)高承,(明)李果.事物纪原(卷九之“吟叫”)[M].金圆,许沛藻点校,北京:中华书局,1989.
- [4](清)翟灏,陈志明.中国历代风俗史料丛刊·通俗编(下册)[M].“市语”.北京:东方出版社,2013.
- [5]傅立民,贺名仑.中国商业文化大辞典(上)[M].北京:中国发展出版社,1994.
- [6](宋)吴自牧.梦粱录(卷 16 之“茶肆”)[M].杭州:浙江人民出版社,1984.
- [7](宋)吴自牧.梦粱录(卷 13 之“夜市”)[M].杭州:浙江人民出版社,1984.
- [8](宋)吴自牧.梦粱录(卷 20 之“妓乐”)[M].杭州:浙江人民出版社,1984.
- [9]曲彦斌.中国招幌辞典[M].上海:上海辞书出版社,2001.
- [10]范伟.中国古代广告设计[M].长沙:岳麓书社,2004.
- [11]汪洋.中国广告通史[M].上海:上海交通大学出版社,2009.
- [12]王云五.摭青杂说及其他三种[M].上海:商务印书馆,1939.
- [13](宋)孟元老.东京梦华录·都城纪胜·西湖老人繁胜录·梦粱录·武林旧事[M].北京:中国商业出版社,1982.
- [14](明)史玄,(清)夏仁虎,(清)阙名.旧京遗事·旧京琐记·燕京杂记[M].北京:北京古籍出版社,1986.
- [15]林岩等.老北京店铺的招幌[M].北京:博文出版社,1987.
- [16]苏士梅.中国近现代商业广告史[M].郑州:河南大学出版社,2006.
- [17]刘悦坦.世界广告史[M].武汉:华中科技大学出版社,2014.

责任编辑:王建平