

月份牌廣告畫與近代中國的 煙草業競爭(1920s-1930s)

李培德*

月份牌廣告畫在中國興起於十九世紀末，到了 1920 年代，可謂大行其道，各種新興行業，包括煙草、醫藥、化妝品、保險、食品等，為了推廣產品銷路，無一不利用月份牌廣告畫來大事宣傳。這些集廣告、藝術畫和月份牌三種元素的廣告畫可謂大受歡迎，流通於中國各大城市，甚至遠至海外華人社會。英美煙公司為了雄霸中國市場，一直對具威脅的南洋兄弟煙草公司虎視眈眈，不惜耗用巨大資本，於 1920 至 1930 年代掀起一場激烈的廣告戰，務求把對手擠倒。面對這場激烈的商業競爭，廣告畫的畫師都使出渾身解數，盡量繪畫能吸引消費者注意的廣告畫，創造出與傳統不同的「摩登美女」形象。由於廣告畫和其他的媒體廣告不同，主要標榜的是圖像而非文字，所以畫師們都別出心裁地設計，務求引起消費者的注意，因而運動型、吸煙型、性感型等不同女性形象一一應運而生。這一方面表現了畫師自己本身的藝術措藝，另一方面反映了商業競爭對廣告效果的需求，「摩登美女」的形象可謂完全商業化。過去，學界對月份牌廣告畫並沒有給予足夠的重視，今天這批視覺材料重新被注意，研究的角度多從美術史、視覺文化出發，以討論中國社會現代性、中國的女性形象、女性認同等問題。本文嘗試從不同渠道搜集得來的共 284 種煙草業的月份牌廣告畫，討論煙草業的競爭和月份牌廣告畫發展的關係，在畫師筆下，如何創造不同的「摩登美女」形象。

關鍵詞：月份牌廣告畫、摩登美女、廣告戰、英美煙公司、南洋兄弟煙草公司

* 香港大學亞洲研究中心專職研究員

一、前言

月份牌廣告畫興起於十九世紀末，至民國時期大行其道，成為最主要的廣告宣傳手法之一。月份牌廣告畫可以說是目前了解中國近代廣告史的重要材料，可惜由於缺乏相關資料，我們對這些廣告畫的畫師、制作過程、商業價值等所知不多。從 1990 年代初起，學界對月份牌廣告畫作為研究材料，關注逐漸增多，相關的圖錄、畫冊不斷面世，¹研究成果的數量不在少數，主要集中兩種研究方向：一者，有關中國社會現代性之追求，包括都市文化、婦女地位和社會生活，學者如李歐梵、弗蘭(Francesca Dal Lago)、吳昊、董玥(Madeleine Y. Dong)、安東籬(Antonia Finnane)、張英進、吳咏梅，均可舉為代表；二者，從美術史和視覺文化入手，填補月份牌廣告畫本身的藝術價值及其對中國美術史影響的空白，李世莊(Jack Sai Chong Lee)、蕭春源、梁莊愛倫(Ellen Johnston Laing)、文以誠(Richard Vinograd)、陳瑞林、白露(Tani E. Barlow)等都有相關的著述。值得注意的是，他們的研究並不完全局限於美術史，在他們的研究成果中多夾雜有中國社會現代性之討論。簡單來說，重視月份牌廣告畫的商業成份之研究還不多見，²例如企業的廣告策略、競爭手段等，成為筆者撰寫本文的動機。

筆者從目前已刊的月份牌廣告畫圖冊中篩去重複部分，整理出

¹ 據筆者統計共有 14 種，比較有代表性的包括：張燕風，《老月份牌廣告畫——論述篇》；吳昊等編，《都會摩登——月份牌 1910s-1930s》；ラフンチャイコン寿子、堀川理沙編，《チャイナ・ドリーム描かれた憧れの中国広東・上海》；張佩君編，《摩登戒體——民國仕女廣告畫》。

² 最具代表者首推高家龍(Sherman Cochran)對中國煙草和醫藥業競爭的研究，廣告成為最重要的競爭手段，參見 Sherman Cochran, *Big Business in China: Sino-foreign Rivalry in Cigarette Industry, 1890-1930; Chinese Medicine Men: Consumer Culture in China and Southeast Asia*.

超過五百多種不同的月份牌廣告畫，其中以香煙廣告數量最多，其次為醫藥、化妝品、保險、食品等。本文嘗試集中這批香煙廣告畫作以下兩點的分析：首先，如何從廣告畫去了解商業競爭？其次，在畫師筆下的「摩登美女」形象是如何建立的，有何商業價值？

商業競爭在近代中國並非罕見，早為史家討論。例如十九世紀英美兩國在中國航運業的競爭，二十世紀英美煙公司與南洋兄弟煙草公司競爭，中國電影業的競爭等。³一般而論，廣告往往被認為商業競爭最普遍使用的手段，本文嘗試比較分析近代中國最大的兩家煙草製造商如何採取不同的策略，利用月份牌廣告畫來擊敗對手。

二、本文依據的資料及月份牌廣告畫的特色

月份牌廣告畫作為研究對象，在 1950 年代初曾引起不少注意，但迅即沈寂下來。⁴直到 1990 年代初，月份牌廣告畫的繪畫藝術、畫師生平、月份牌廣告畫本身的藝術和收藏價值等，又逐漸引起學界關注。值得一提的是，這批主要印制於 1920-1930 年代的廣告畫，目前並沒有一個專門的機構統一收藏，而散失於各海內外華人城市包括香港、上海、臺北、澳門，甚至東南亞、北美、澳大利亞的博物館或美術館。從 1990 年代起，多個藝術館和博物館都舉辦相關的專題展覽，據筆者所知，主辦機構計有：香港文化博物館、福岡亞洲美術館、河北省民俗博物館、澳門藝術博物館等。無可置疑，月份牌

³ Kwang-Ching Liu, *Anglo-American Steamship Rivalry in China, 1862-1874*; Sherman Cochran, *Big Business in China: Sino-Foreign Rivalry in the Cigarette Industry, 1890-1930*; 李培德，〈論 1920 至 1930 年代上海電影行業的競爭——以民新和天一兩家電影公司為個案〉，頁 40-41。

⁴ 聞華，〈關於「月份牌」年畫和年畫特點問題〉，頁 18-20；步及，〈解放前的月份牌年畫史料〉，頁 51-56。

廣告畫於藝術收藏的注意力，已遠遠超過它原來的學術價值。

經筆者搜尋所得，共收集超過五百多種不同的月份牌廣告畫，來自十種月份牌廣告畫圖冊。其中以香煙廣告數量最多，達284種，超過總數的一半。⁵下面表一開列這批廣告主的268種月份牌廣告畫，除表內所示的21家煙草公司外，還有16家只收錄到一種廣告畫的煙草公司，包括：華昇、華菲、龍口祥麟、濟東、大昌、華美、天聚福、谷本、中國家庭、福昌、英商煙台、美國駐華、商業牌、東亞、花旗、英國紙煙。從該表可見，絕大部分的廣告畫均出於英美煙系統的公司，其次為南洋兄弟煙草公司、太陽煙公司、華成煙公司、山東煙公司等。從數字上看，以南洋兄弟為首的華資煙公司，在廣告聲勢上遠遠不如對手英美煙公司。

表1 月份牌廣告畫的廣告主

(單位：幅)							
英美煙系統		南洋兄弟系統		東北地區煙公司		其他	
英美	75	南洋兄弟	38	奉天太陽	19	大東南	4
啟東	46	華成	14	哈爾濱北滿	4	秋林	4
永泰和	15	山東	9	大連恒太	4	瑞倫	4
老巴奪	6	大東	6	中俄	3	崑崙	2
聯合	3	華東	6	小計	30	華商	2
小計	145	小計	73			福新	2
總數	268*					中南	2
						小計	20

資料出處：參見註釋5。其他只有一種廣告畫的煙草公司不列入表，總數16家。

⁵ 這裏所指的十種圖冊為：香港藝術中心編，《月份牌王——關蕙農》，張燕風編，《老月份牌廣告畫》；澳門市政廳編，《歲月留痕——月份牌》；吳昊等編，《都會摩登——月份牌1910s-1930s》；益斌主編，《老上海廣告》；宋家麟編，《老月份牌》；梁京武、趙向標主編，《老廣告》；趙琛，《中國近代廣告文化》；ラワンチャイクン寿子、堀川理沙編輯，《チャイナ・ドリーム描かれた憧れの中国広東・上海》；張佩君編，《摩登戒體——民國仕女廣告畫》。

在畫師的量化統計上，284種的廣告畫中，只有27種沒有署名，不到總數的十分之一。從次頁表2可見，杭穉英署名的廣告畫最多，有70種，其次依數量排列分別為：胡伯翔、倪耕野、謝之光、鄭曼陀、周柏生、梁鼎銘等。一般而言，實力雄厚的煙草公司都會聘用專人畫師，為自己品牌設計和繪製廣告畫。例如英美煙、南洋兄弟、華成等。不過，如果畫師技法超人，或具有相當的名氣，一人畫師同時為多家公司繪製廣告畫，並不為奇。例如，杭穉英、鄭曼陀、周柏生、謝之光、丁雲先等，便同時為英美煙和南洋兄弟工作，謝之光更專門為華成設計美麗牌香煙的廣告畫。不過，亦可見到這兩家近代中國最大的煙草製造商所存在的激烈競爭，互相爭奪具名氣的廣告畫師。本文附錄所整理的香煙廣告畫中，只有周慕橋、梁鼎銘、胡伯翔、倪耕野、殷悅明五人為英美煙的專用畫師，而徐咏青、吳志珩、唐琳三人則為南洋兄弟聘用，不曾為對方陣營工作。

至於繪製技巧方面，特別是在繪畫仕女圖像上，絕大部分的畫師都採用「擦筆」法。這種技巧來自於西方，與中國傳統的「工筆」法不同，對繪畫人像而言，能產生陰影之效果。所謂擦筆法是指「用西方寫實繪畫技法，在將對象的形貌準確勾勒起稿以後，用炭粉輕輕擦出明暗，再敷以淡彩，又不使水彩的筆觸和變化明顯表現出來，造成畫面細膩柔和、明快、典雅的效果。」⁶使用這種方法，能使圖像有栩栩如生之效果，畫中的美人「眼睛會跟人跑」，看後會「一見不忘」。⁷需要指出者，這種畫法雖然是普遍，但並不為所有的畫師採用。例如，胡伯翔和梁鼎銘便拒絕使用擦筆法而改用傳統筆墨法，以水彩渲染，逐層上色，同樣收到色彩秀麗之效果。

⁶ 陳瑞林，〈「月份牌」畫與海派美術〉，頁474。

⁷ 吳昊等編，《都會摩登》，頁13-17。

表 2 月份牌廣告畫的畫師

畫師姓名 (生卒年)	數量	專為單一煙 草公司繪畫	是否繪畫性 感女性圖像	畫師姓名 (生卒年)	數量	專為單一 公司繪畫	是否繪畫性 感女性圖像
周慕橋 (1868-1923)	7	是	未見	金梅生 (1902-1989)	7	否	是
徐咏青 (1880-1953)	6	否*	未見	倪耕野 (不詳)	28	是	未見
丁雲先 (1881-1946)	8	否	未見	吳志广 (不詳)	6	否*	是
周柏生 (1887-1955)	13	否	是	陳石青 (不詳)	3	否	未見
鄭曼陀 (1888-1961)	19	否	是	殷悅明 (不詳)	2	是	未見
梁鼎銘 (1895-1959)	13	是	未見	唐琳 (不詳)	2	是	未見
胡伯翔 (1896-1989)	38	是	未見	其他	11	-	-
杭穉英 (1900-1947)	70	否	是	不明確	27	-	-
謝之光 (1900-1976)	22	否	是	總數	284		

資料出處：張燕風編，《老月份牌廣告畫》；吳昊等編，《都會摩登》；ラワンチャイコン寿子、堀川理沙編輯，《チャイナ・ドリーム描かれた憧れの中国広東・上海》；福岡アジア美術館月份牌廣告畫藏品。*指不為英美煙公司繪畫廣告畫。

值得一提的是，並非所有的廣告畫都以所謂「摩登美女」為繪畫對象。根據筆者統計，約有三分之一的廣告畫是以古代仕女或古代民間故事為題材。綜合而言，廣告畫的大小，一般為 74-78 釐米高，35-53 釐米寬。在這長方形的紙片上，畫師會使出渾身解數，盡量把商品、美女圖像、年曆等三種元素組合，使傳統的年畫賦予廣告的功能。由於煙草行業有極大的競爭，為了迎合廣大消費者的喜好，月份牌廣告畫多以古代仕女或摩登美女為繪畫對象，以收廣告之效用，因而具有「美人畫」之稱號。固然，這批美人畫印刷精美、圖像吸引，加上是免費贈送，極受市民大眾歡迎。無可否認，月份牌廣告畫的形式與報章、雜誌不同，蓋前者重視圖像，予人有「一看再看」的感覺，後者則着重文字，是以不同的載體去介紹商品。

三、英美煙公司和南洋兄弟煙草公司的競爭

(一) 英美煙對廣告之重視

英美煙公司從 1902 年起便開始拓展中國市場，在發展業務的過程中特別著重廣告宣傳。1915 年又成立美術學校，聘請美、日、英、德等不同國籍石印專家，為英美煙培訓專門人材，替旗下商品設計廣告，謂「此種月份牌等，非具專門學問之高等美術家，不能製成。」美術學校設於上海浦東，初收學徒 25 人，後來增至一百多人，均以七年為訓練期，學習攝影、美術、印刷等與月份牌廣告畫相關的專門知識，使英美煙的廣告流通全國和東南亞等多個海外市場。⁸

從下表 3 可見，僅僅一家大英煙公司，它於 1921 年 4 月單月的廣告費用支出便達 24 萬餘元，約佔其總銷售收入的一成；且這數字還未加入英美煙其他的聯營公司，包括老晉隆公司、和泰煙公司、老巴奪公司、村井兄弟公司、永泰和煙草公司。可以想見，英美煙在廣告費用的支出是驚人的，而且數字一直在上升。到 1923 年 6 月，大英煙公司於廣告費用的單月支出已超過六十萬元。⁹值得一提的是，英美煙花於報章和雜誌的廣告支出從 1924 年開始，數字一直在下降。由該年的 8,600 兩和 131,000 銀元，減少至 1926 年的 6,500 兩和 39,000 銀元，¹⁰表示英美煙的廣告宣傳策略正在改變，逐漸向「圖像畫」傾斜，而減少文字式廣告。正如學者所指，英美煙的廣告宣傳戰可謂無孔不入，絕不放過任何一個人潮眾多而能大事宣傳英美煙產

⁸ 《英美煙公司(有限公司)在華事績紀畧》，頁 27-30。

⁹ 《英美煙公司在華企業資料匯編》，頁 1523。

¹⁰ 《英美煙公司在華企業資料匯編》，頁 705。

品之處，場所包括遊樂場、展覽會、廟會、戲院、其他大小公眾場所等等，並滲透至每一個社會階層，包括目不識丁者。¹¹

表 3 1921 年 4 月大英煙公司的廣告費用

(單位：銀元)

類別	金額
策劃性廣告 (包括獎品、封條、煙包、贈券等回贈)	118,787.00
特別廣告 (包括樣品、海報、年畫、傳單、月曆、紀念品、路標、報紙廣告、櫥窗陳列、電影院廣告)	105,846.00
一般廣告	16,824.00
總數	241,457.00

資料出處：上海社會科學院經濟研究所中國企業史資料室藏英美煙公司檔案，編號 6E-111，1921 年 4 月大英的廣告費用，頁 44。

花耗巨額廣告費的原因並不複雜，目的便是要搶佔市場，當時能與英美煙匹敵的就只有南洋兄弟煙草公司。從 1902 年英美煙成立時起，直到 1937 年中日戰爭全面爆發為止，英美煙所採取的商業策略是不斷收購、注資、與自己業務相關的企業合併。在龐大資本的支持下，英美煙取得不錯之成績，英美煙系統的香煙公司總數達 14 家，包括：大英煙公司、老晉隆公司、和泰煙公司、老巴奪公司、村井兄弟公司、聯合煙草公司、頤中煙公司、永泰和煙草公司、公信煙公司、大美煙公司、花旗煙公司、拱石煙草公司、振興煙葉公司、啟東煙草公司。¹²南洋兄弟當然成為英美煙的收購對象，不過在 1917、1918 年兩次的收購行動均不成功。既然無法收購，南洋兄弟對英美煙又有潛在的威脅，英美煙當然希望把它打垮。¹³英美煙和南

¹¹ Sherman Cochran, "Transnational Origins of Advertising in Early Twentieth-century China," pp. 46-53.

¹² 《英美煙公司在華企業資料匯編》，頁 1484。

¹³ Sherman Cochran, *Big Business in China: Sino-foreign Rivalry in Cigarette Industry, 1890-1930*, pp. 84-96.

洋兄弟勢如水火，而由商業競爭引發的廣告戰，更為激烈。

1924年6月7日，英美煙公司總公司致函上海分公司，檢討了過去公司的廣告宣傳方法，並提出實質建議，該函說：

幾年前，這裏來了一些倫敦和紐約的董事們，他們周遊全國後，他們判定中國唯一真正的廣告是日本仁丹公司做的廣告。他們還判定我們不可能按這些方法來做廣告，因為我們有這麼多不同的牌子要做廣告。在過去的三年中，我們已證明這一判斷是不正確的，……在這樣的情況下，我們決定更進一步發展這一個牌子的計劃——我們要一種除了哈德門捲煙之外沒有其他東西的廣告畫。……我們的看法是以黃色為底色的紅色包裝應在整個華中地區都能見到，它應當像老的仁丹廣告一樣成為環境景色的一個組成部分，這點我想我們是可以做到的。我認為我們所需要的就是樸素的廣告宣傳。¹⁴

從以上函件的內容來看，也正如本文開首所提及的，我們不難明白為何英美煙有大量的單一品牌的廣告宣傳畫。因為，公司的董事們都認為日本仁丹的宣傳廣告最為清晰，只推廣一種牌子。英美煙認為，這種單一商品的宣傳手法最收廣告效用，因而哈德門、紅錫包的廣告畫流傳最廣。

在本文整理的 145 種由英美煙陣營發行的月份牌廣告畫中，有 73 種是以單一品牌為推廣目的，正如表 4 所示，包括哈德門、紅錫包、老刀、耕種等各種牌子，而南洋兄弟則絕少以某種單一品牌為推廣對象，通常是兩種或更多。在眾多華資煙草商中，只有華成主攻「美麗牌」，華成的廣告畫統由謝之光一人繪製。¹⁵由此可見，英

¹⁴ 《英美煙公司在華企業資料匯編》，頁 702-703。

¹⁵ 謝之光曾為華成煙草公司廣告科主任，為美麗牌、金鼠牌繪畫廣告。

美煙吸取仁丹的成功經驗，在以後設計的月份牌廣告畫都只推廣一種品牌香煙。

表 4 英美煙推廣單一品牌的月份牌廣告畫

(單位：幅)

哈德門	36	耕種	3
紅錫包	11	大英	2
老刀	7	金磚	2
美麗	5	其他	12
總數	78		

資料出處：本文附錄。老刀又稱派律托、派律脫、海盜。

(二)南洋兄弟對英美煙的反擊

1914 年，南洋兄弟東北代理商劉藹仁致函簡照南，報告最近之廣告宣傳手法，提到月份牌和其他贈品相同，都可於不同地點向群眾派發，謂：「查招徠之法布貼街招，贈送月份牌及圖畫，沿途派煙，分送酒樓、茶館、學堂、衙署、軍政各界。」¹⁶不過，卻遭遇對手英美煙的阻撓。1916 年 9 月，簡照南親自致函簡玉階，謂：「甚至遣人每晚必到妓院處打茶圍，見有我煙，必排斥之；張掛之月份牌，亦運動收去。」同時，簡照南又向南洋兄弟煙草公司報告，指斥英美煙的蠻劣行為，「又僱十餘人，每晚必到各妓院處打茶圍，凡見我公司之煙必排斥之，至我公司之月份牌掛在妓院處，亦設法落之，偽稱喜歡此月份牌，請妓女送與之。」¹⁷由此可見，吸煙在當時包括妓院的娛樂場所可謂極為普遍，因而妓院也成為兩大煙草生產商必爭的對象。除了廣告戰外，英美煙更封殺南洋兄弟使用的商標，多次向

¹⁶ 《南洋兄弟煙草公司史料》，頁 68。

¹⁷ 《南洋兄弟煙草公司史料》，頁 69。

國民政府申請禁制南洋兄弟使用以下的商標：福祿牌、大洋錢，雙鯉牌、多福牌、玉意、大喜、紀念。¹⁸由此可見，兩家煙草公司的激烈競爭，已到白熱化的階段。¹⁹為了應付來勢洶洶的廣告戰，南洋兄弟在廣告上的花費亦不在少數，於 1923 至 1936 年期間，廣告費用佔總銷售開支的 6.05-11.42%，金額為 261,000 至 481,000 元。²⁰

表 5 1931 年中國香煙銷售市場

(單位：五萬支裝)

分區 / 分段		英美煙		永泰和		其他公司	
		箱數	百分比	箱數	百分比	箱數	百分比
中國東北		118,639	77.08	1,052	0.69	34,217	22.23
天津	蒙疆	11,452	73.30	2,854	18.30	1,321	8.40
	北方	37,029	61.80	10,770	18.00	12,094	20.20
	蘆漢	54,969	74.40	9,350	12.70	9,519	12.90
	北京	14,954	59.50	5,100	20.30	5,088	20.20
	山東	84,908	63.60	29,854	22.40	18,659	14.00
漢口	河南	30,329	60.20	14,294	28.40	5,783	11.40
	湖北	66,735	60.80	26,515	24.10	16,554	15.10
	湖南	15,353	59.50	1,121	4.30	9,323	36.20
	江西	7,767	31.70	4,998	20.40	11,714	47.90
	四川	9,424	57.30	5,615	34.10	1,418	8.60
上海	上海	8,591	6.90	51,774	42.20	62,591	50.90
	東方	51,216	24.50	42,045	20.10	115,617	55.40
	南京	58,652	30.90	18,656	9.90	112,038	59.20
香港	香港	10,346	37.20	0	0	17,481	62.80
	廣州	6,420	8.20	0	0	72,005	91.80
	華南	21,957	36.70	23	0	37,878	63.30
	雲南	2,288	39.13	1,600	27.36	1,959	33.50
	廣西	0	0	0	0	0	0
總數		611,029	44	225,621	16	545,259	39

資料出處：上海社會科學院經濟研究所編，《英美煙公司在華企業資料匯編》，頁 734-746。又，廣西直到 1938 年才有統計數字，英美煙佔 52%，其餘為其他牌子所佔。

¹⁸ 《英美煙公司在華企業資料匯編》，頁 669-673。

¹⁹ 有關彼此割價的競爭，見史全生，〈英美煙公司與南洋兄弟煙草公司之爭〉，頁 93-101。

²⁰ 《南洋兄弟煙草公司史料》，頁 240-241。

正如表5所示，無論英美煙如何努力，始終無法攻佔包括香港、廣東、華南一帶的市場，南洋兄弟仍然穩守在該地區的優勢。不過，經過多年來的經營，英美煙在中國東北的表現可謂一枝獨秀，在華中及華北亦穩佔五成以上的市場。值得一提的是，英美煙通過其聯營公司永泰和，牢牢控制四成以上的上海市場。

英美煙和南洋兄弟勢如水火，由商業競爭而引發的廣告戰，至為激烈。在這場廣告戰中，英美煙可謂花費大量人力、物力，印制數量驚人的月份牌廣告畫，以流通中國全國各大城市。從下表六所見，中國可謂是英美煙在亞洲最大和最被重視的市場，一年間發行的月份牌廣告畫可高達 30 萬張，而東南亞包括新加坡、印尼、泰國等，也有 7 萬 5 千張。

從本文整理的 284 種香煙廣告畫中，不難發現無論在主題、圖案設計、顏色各方面，英美煙和南洋兄弟的廣告畫都有相接近的地方，可謂不相伯仲。當然，在數量上，英美煙是遠遠超過南洋兄弟的。值得一提的是，為求在廣告戰中取勝，英美煙會因應全國各地的不同文化環境，推出不同題材的廣告畫。例如，於內地推出穿着傳統服裝之仕女畫，這些具古代形態的仕女畫，多由周慕橋所繪，大受內地群眾之歡迎。²¹不過，南洋兄弟亦不甘示弱，當畫師潘達微於 1929 年逝世後，便馬上聘請新一批廣東國畫研究會的傳統畫師，以傳統中國畫、金石、書法等方法去繪畫廣告畫，以與標榜時裝女性圖像的英美煙廣告畫相抗衡。²²

²¹ Antonia Finnane, *Changing Clothes in China: Fashion, Modernity, Nation*, pp. 126-127.

²² 陳瑞林，〈城市文化與大眾美術——1840-1937 年中國美術的現代轉型〉，頁 131。

表 6 1925 年英美煙公司月份牌製作數量和流通區域

(單位：幅 / 廣告畫)

國家(地區)	月份牌級別	香煙牌子	分銷區域	數量
中國	高級*	三炮台、白錫包、司令、大前門	華南	6,000
			上海	4,000
			寧波路	3,000
			漢口	5,500
			天津	6,500
			瀋陽	5,000
			小計	30,000
	中級**	哈德門	福州	2,000
			漢口	58,000
			天津	7,000
			上海	3,000
			瀋陽	5,000
			小計	75,000
		歡迎	南中國	50,000
			小計	50,000
		六種中級牌子	天津	65,000
			瀋陽	30,000
			上海	32,000
			寧波路	15,000
			備用	3,000
			小計	145,000
			總數	300,000
新加坡	中級**	六種牌子	新加坡	20,000
			總數	20,000
荷屬東印度群島	高級*	四種特別牌子	海峽殖民地***	5,000
	中級**	六種特別牌子	荷屬東印度群島	30,000
			總數	35,000
爪哇	中級**	六種特別牌子	巴達維亞	10,000
			泗水	10,000
			總數	20,000
曼谷	特制泰文月份牌，去除「中國」字樣	六種特別牌子	曼谷	無數字

資料出處：上海社會科學院經濟研究所藏中國企業史資料室藏英美煙公司檔案，編號 13-I-53，Memorandum for 1925 Calendars (8 July 1924)，pp. 58-59. *英文題為 Fei Yen at Dance。 **英文題為 Fairy on the Tiger，筆者認為是由梁鼎銘所繪的「上山跨虎」，見圖一。 ***海峽殖民地(Straits Settlements)指馬六甲、檳城和新加坡，1824 年前馬六甲為荷屬。

四、月份牌廣告畫與煙草業競爭的互相刺激

(一)集體創作和繪製廣告畫的收入

杭穉英最初於商務印書館工作，於 1922 年自立門戶，為瑞士汽巴化學廠繪畫第一張月份牌畫。²³其後，於上海福州路開設自己的畫室，並招收學徒。²⁴據說，後來由於得到李慕白、金雪塵、何逸梅相繼加入，使穉英畫室每年能繪製 80 張廣告畫之多。²⁵顯然，都是畫室同仁的集體創作，並多以「穉英」名字署名。舉例來說，由「穉英」署名的《木蘭榮歸》圖，便由超過十人的畫師繪製，由鄭梅青設計，周柏生起稿，杭穉英畫花木蘭，吳志平畫雙親，謝之光和金肇光畫木蘭姊弟，金梅生畫孩童，李慕白畫副將元度，戈湘嵐和田清泉畫雙馬、護兵，楊俊生畫背景等，一方面集各家之所長，另一方面顯示出由杭穉英領導的團隊，有細緻的分工。²⁶不可不提的是，有不少畫師是「一筆四棲」的，所謂「四棲」指包括廣告設計、舞台佈景、月份牌廣告畫、中國畫，並不依賴只來自廣告畫的單一收入來源。

當兩家大企業都為爭奪市場而大灑金錢之際，最受惠的莫非是繪製廣告畫的畫師？可惜答案並非如此。下表 7 是一張由杭穉英開給上海三一印刷公司的稿費收據，內裏列明兩張委繪月份牌畫稿 470

²³ 另一說法是為韋廉士藥局繪制的《閑游春閣》月份牌，見李振宇，〈獨領風騷的「穉英畫室」〉，頁 45。

²⁴ 這裏所指的「穉英畫室」，其正式稱法應出於 1947 年 9 月以後，當時杭穉英已去世，團隊由金雪塵和李慕白來領導，見杭鳴時，〈裝潢藝術家杭穉英〉，《裝潢藝術家——杭穉英(1901-1947)》，頁 5。

²⁵ 梁莊愛倫，〈海派繪畫風格在二十世紀早期印刷廣告業中的命運〉，頁 994。

²⁶ 杭鳴時，〈裝潢藝術家杭穉英〉，頁 19。

表 7 杭穉英從三一印刷公司收取的稿費

(單位：銀元)

委繪月份牌畫稿	兩張	470
委繪月份牌畫稿	兩張	470
五十支仁牌香煙(三興)	一張	15
廿支聯運牌香煙(中南)	一張	15
五十支中華萬歲香煙(交盛)	一張	18
廿支大東牌香煙(秋東)	一張	15
三興月份牌花邊(全緣)	一張	44
十支啼笑因緣香煙(中南)	一張	18
十支 PE LUXE 香煙(新民)	一張	15
五十支蝴蝶牌香煙(福昌)	一張	17
十支亞耳美香煙(大東南)	一張	15
十支令香煙(中和)	一張	30
十支別爾亭香煙(崑崙)	一張	15
廿支紅牌香煙(三興)	一張	15
二百五十支人參牌香煙厘面	一張	11
同上花邊	一張	9
十支小煙成功香煙(三興)	一張	15
OLD MAN 鋼印	一張	不計
韋廉士月份牌花邊	一張	30
韋廉士孟母教子月份牌	一張	250
總數	22	1,487

資料出處：成都貽松書店藏品 <http://book.kongfz.com/1594/88369095/>。

元，平均一張是 235 元。值得注意的是，並非每張受委託的廣告畫都可收此高價，在收據內開列更多的反而是一些中小型煙草公司的廣告畫，收費由 11 至 44 元不等。不過，其中也有一些是加工如花邊、厘面等收費。筆者估計，這張收據的日期應是 1935 年 11 月國民政府實施幣制改革之前，因為收據上的貨幣單位是「洋」，表示白銀仍是當時通用的貨幣。從此收據可以證實，杭穉英所收取的稿費是來自於三一印刷公司，而非煙草製造商。根據杭穉英長子杭鳴時的憶述，當時杭穉英的團隊接受來自不同行業和存有競爭關係的不同企業的委託繪製廣告畫，其中尤以煙草公司為最多：

整個畫室以杭穉英、金雪塵、李慕白為核心，其他畫友都能以質量為保證，通力合作，無論是配花邊圖案，寫美術字，畫商

品廣告，設計小商標，從不計較個人得失，互相配合默契，所以業務越來越興旺。許多互相競爭的廠家，如英美煙草公司、南洋兄弟煙草公司，或華成煙草公司，都請杭穉英繪製。……許昌煙廠多，幾乎成群地來委託繪稿，號稱「許昌幫」。再有藥廠、化妝品廠、食品行業等等都願意委託杭穉英繪稿。²⁷

(二)為女性吸煙者而設計的「摩登美女」廣告畫

商業競爭或廣告大戰，都會推動畫師去努力創新、突破傳統。如果沒有得到廣告主的垂青，畫師將無法生存。有趣的是，如何選取繪畫主題、圖像和設計，往往成為畫師絞盡腦汁，急於解決的問題。從本文整理的二百多種香煙廣告畫中，可見畫師多選女性為繪畫對象，分古代仕女和摩登美女兩大類，其中以後者的數目最多。

由於廣告效果良好，女性不僅成為廣告圖像，更成為香煙品牌的商標。據筆者估算，在 1920-1940 年代期間，以女性或女性名字作為香煙商標的，至少有 72 種，分別來自 52 家煙草生產商，取名如：美女、蟹美人、美人、西美女、美妹、美麗(見圖二)等等。²⁸一些名藝人的名字如胡蝶、梅蘭芳(男性反串)、黃慧如、嘉寶等，都成為煙商獵取的目標，甚至鬧出爭奪之官司。²⁹最令筆者感興趣的，到底畫師用甚麼方法去吸引女性吸煙者？

在本文所整理的二百多種香煙廣告畫中，絕大部分的「摩登女性」都是短髮、穿著旗袍或時代服飾，除有亮麗的扮相外，多處身於

²⁷ 杭鳴時，〈裝潢藝術家杭穉英〉，頁 16。

²⁸ 這估算是根據洪林、裘雷聲主編，《中國老煙標圖錄》所收集的 810 種香煙商標整理出來的。

²⁹ 申健，〈「美麗牌」香煙訴訟案〉，頁 27-28。

西方娛樂場景之中。舉例來說，諸如駕駛飛機、高爾夫球、網球、游泳等健康運動；讀書看報、集體結婚等等，無不表現出一副滿足和自信的模式。³⁰1934年劉訥鷗在《婦人畫報》上發表〈現代表情美造型〉一文，談論到他所認為「摩登女性」的含義：

這個新型可以拿電影明星嘉寶(Greta Garbo)、克勞馥(Joan Crawford)或談瑛[按：均為著名電影明星]做代表。她們的行動及感情的內動方式是大膽、直接、無羈束，但是在未發的當兒卻自動地把它壓制着。克勞馥的張大眼睛，緊閉着嘴唇，向男子凝視的一個表情型恰好是說明着這般心理。……現代的男子是愛着這樣一個不時都熱熱地尋找着一個男人來愛，能似乎永遠地找不到的女子。把這心理無停地表露於臉上，於是女子在男子的心目中便現出是最美、最摩登。³¹

若要做到「眼睛會跟人跑」的效果，上文劉訥鷗所提到的「表情美造型」，便最合畫師心意。

筆者贊同學者的說法，月份牌廣告畫對「摩登美女」的構思，多源自清末盛行一時的《點石齋畫報》和《飛影閣畫報》。這兩份畫報的最大特點莫過於：第一，充分表達上海的都市風情，完全滿足了上海市民的好奇心理。第二，畫報採用石印方法，色彩艷麗，令人耳目一新。³²不少畫師如關蕙農、胡伯翔、杭穉英、謝之光、倪耕野、梁鼎銘等，都以吸煙的動感來刻劃廣告畫中的人物，使之變得

³⁰ 據學者指出，基本上和1933年創刊的《婦人畫報》所描繪的「新女性」形象相同。參見徐明瀚，〈翻譯現代美——郭建英畫報與漫畫中的摩登女性論述〉，無頁碼。

³¹ 劉訥鷗，〈現代表情美造型〉，頁16。

³² Richard Vinograd, "Visibility and Visuality: Painted Women in Late Nineteenth-century Shanghai," pp. 1073-1101.

活龍活現。(見圖三)根據 1935 年出版的《中華全國風俗志》所記：

近數年來，閨人竟尚吸煙。開風氣之先者，厥為上海。各地效而尤之，幾蔓延全國。推原上海女界吸紙煙之開山鼻祖，實為曲院中人。所吸率舶來品紙煙，其莖絕細，迨不逮纖指之半。一吐吸間，恒耗青蚨二三十翼。大家婦女爭試焉，咸以此為時髦。一煙之微，必盛以金盒，配以金門，蘭房粉閣間，幾以吸煙為正課。在昔閨中韻事，日焚香讀書，日然脂寫韻，今則悉以吸煙代之。吾人如涉足梨園及遊戲場所，可見粉白黛綠者流，十之七必以紙煙實其櫻唇，恣吸若狂。昔人之所謂口脂香者，悉變為煙臭矣。³³

在 1930 年代，女性吸煙者的人數可謂有增無減，引起了煙草商的注意，同時也促使畫師去大膽嘗試。³⁴不過，只要能吸引女性吸煙者，達到原來宣傳效果，相信沒有畫師會放棄任何一個可大展身手之機會。³⁵從下表 8 可見，包括英美煙和南洋兄弟，以及華成煙公司無不希望以「女性吸煙」的圖像來吸引女性消費者，從而提高銷量。

(三)英美煙和南洋兄弟以外的競爭

月份牌廣告畫師為求取得廣告主的垂青，可謂使出渾身解數，甚至繪畫性感、裸露的女性圖像去吸引注意。如下表九所羅列的性感、裸露廣告畫，全出自於五人畫師之手筆，包括鄭曼陀、杭穉英、吳志厂、金梅生和金肇芳。舉以金梅生的《豔女圖》為例，美女

³³ 胡樸安編著，《中華全國風俗志》，卷 2，頁 115。

³⁴ Madeleine Y. Dong, "Who is Afraid of the Chinese Modern Girl?" pp. 194-219.

³⁵ Weipin Tsai, *Reading Shenbao: Nationalism, Consumerism and Individuality in China, 1919-37*, pp. 36-37.

表 8 吸煙的女人

畫師	煙草公司	畫名/圖案	年份
關惠農	英美煙草公司	二女吸煙看報	缺
杭穉英	中國南洋兄弟煙草有限公司	美女吸煙	缺
杭穉英	英美煙公司	美女坐姿(吸煙)	缺
杭穉英	英美煙公司	美女站姿(吸煙)	缺
杭穉英	啟東煙草股份有限公司	美女吸煙	缺
杭穉英	啟東煙草股份有限公司	二女吸煙	缺
杭穉英	華成煙公司	美女坐姿(吸煙)	缺
謝之光	華成煙公司	美女坐姿(吸煙)	缺
謝之光	華成煙公司	美女坐姿(吸煙)	缺
謝之光	華成煙公司	美女坐姿(吸煙)	缺
謝之光	華成煙公司	美女坐姿(吸煙)	缺
謝之光	華成煙公司	美女吸煙(半身)	缺
倪耕野	英商啟東煙草股份有限公司	美女坐姿吸煙	缺
缺	英商啟東煙草股份有限公司	二女吸煙	缺

資料出處：本文附錄。

身穿低胸透視衣，營造出若隱若現的特別效果。³⁶到底，畫師為何繪畫女性裸露的廣告畫，(見圖四)目前學界對此有不同評價。筆者認為理由簡單，都是利字當頭。根據畫師金雪塵於晚年時的憶述：

當時南洋一帶的商人也來邀稿，並要求畫裸體美女。杭穉英畫室的畫家們沒有畫裸體畫的經驗，不知如何下手。因此買了許多印有西洋裸女的外國精美掛曆來作參考。將畫中裸女「中國化」，將身子比例縮短後，再按上一個中國美女頭就可交差，這種混合的趣味，卻意外地受到歡迎。³⁷

金雪塵願意繪畫裸體美女，可謂完全着眼於金錢，商業成份超越一切。早於 1919 年 2 月 9 日，丁雲先在《申報》上曾刊登《美人譜》廣告，謂「稱圖畫計十六幅，其中四幅為『裸美人』」，並且說明作品不太雅靜，宜秘藏或作閨閣裝飾和新婚禮品。還說『現在繪畫當

³⁶ 蕭春源，〈月份牌廣告畫拾遺〉，頁 16-30。

³⁷ 張燕風，《老月份牌廣告畫——論述篇》，頁 92。

以時裝美人為最寶貴，每幅定價多者數百金少亦數十金。』」³⁸這種被稱為「春畫」的作品，可謂有價有市，能為畫師增加可觀收入。從下表9可見，有不少畫師為煙草商繪畫裸露女性圖像。從目前的資料來看，應以1919年由鄭曼陀繪畫的「楊貴妃出浴圖」為最早，(見圖五)比起劉海粟在上海以真人模特兒繪畫裸體人像只晚兩年。

表9 性感、裸露的女性畫像

畫師	廣告畫	煙草公司	年份
鄭曼陀	楊貴妃出浴圖	大昌煙草公司	1919
杭穉英	美女照鏡	中國大東南煙公司	缺
杭穉英	穿泳裝美女與小孩	中國華東煙公司	缺
杭穉英	倚望*	中國三興煙草	缺
杭穉英	黃昏夢*	華東煙草公司	缺
吳志仁	玉體情花園	中國瑞倫煙公司	缺
吳志仁	蘭湯浴龍圖*	太陽煙公司	缺
金梅生	豔女圖*	華成煙公司	缺
金肇芳	美女半身	青島中國山東煙公司	缺
缺	美女袒胸	中國瑞倫煙草公司	缺

資料出處：本文附錄。*者筆者未見。

正如學者所分析，以「摩登美女」作為月份牌廣告畫繪畫對象的道理簡單，全為刺激銷路，畫師無不以「新女性」形象來吸引，甚至糾正中國女性身材「身長腿短」的弊端，模仿外國模特兒的身體造型去繪畫中國裸露女性的圖像。³⁹這種大膽的表現手法，比之當時的日本，甚至美國都顯示出特色。(見圖六)⁴⁰

有一點必須指出的是，對於這些性感和裸露的廣告畫，英美煙和南洋兄弟可謂絲毫不感興趣，只有如上表9的中小型煙草商，為了

38 陳瑞林，〈城市文化與大眾美術〉，頁134-135。

39 李振宇，〈獨領風騷的「穉英畫室」〉，頁51。

40 田島奈都子，〈わが国におけるポスターの登場とその展開〉，頁9-12；Chris H. Beyer, *Coca-Cola Girls: An Advertising Art History*, pp. 15-82.

搶奪市場不惜使用任何方法去爭取顧客。不過，1930 年代初中國民族主義情緒高漲，國貨運動興起，南洋兄弟便率先調整自己的廣告策略。⁴¹這種以「摩登美女」為圖像的廣告畫，雖然受歡迎，但經調整後，美女的位置再不放於廣告畫的當中，代之而起的是以激起國人愛國情懷的「民族主義」圖像。⁴²當南洋兄弟在推銷「愛國牌」時，「摩登美女」已不再是必須的了。針對競爭對手的弱點調整競爭策略，利用「愛國主義」作為商標、廣告宣傳手段，南洋兄弟的做法並非罕例。1898 年成立的日本井村兄弟商會，利用與美國煙草公司合作的機會，引進美國的煙業、機器和技術，生產「英雄牌」(Hero)香煙，在日本、中國、朝鮮等亞洲各國大行其道，卻遭遇岩谷松平以標榜使用國產煙葉生產的「國益天狗」和「愛國天狗」兩種品牌的追擊。據考究，井村兄弟和岩谷松平無論在商品的包裝、招牌、宣傳海報、報紙和雜誌廣告、贈品等各方面，都存有激烈的競爭。⁴³

五、結語

英美煙能夠成功在中國拓展市場，除了靈活的經營策略，如在中國栽種生產所需的煙葉，採用本地華人代理之外，有效和大規模的廣告宣傳，當扮演重要的角色。英美煙為求打敗對手，不惜耗費巨資，與南洋兄弟掀起一場激烈的廣告戰。不過，經過一場激烈的競爭，英美煙始終無法搶佔原為南洋兄弟長期駐守的香港、廣東、

⁴¹ 桐原貴夫，〈中華民国期における煙草の新聞広告と販売活動〉，頁 1-20。

⁴² Francesca Dal Lago, "Crossed Legs in 1930s Shanghai: How 'Modern' the Modern Woman?" pp. 140-141.

⁴³ 津金澤聰廣，〈煙草廣告合戰——岩谷松平と村井吉兵衛〉，頁 114-129；たばこと塩の博物館編集，〈広告の親玉・赤天狗参上——明治のたばこ王岩谷松平〉，頁 47-65。

華南一帶市場，只可雄霸華中、華北、東北的龐大市場，生產全中國所需三分之二的捲煙。這並不是整場煙草業競爭的唯一結果，其中因廣告戰而推進了月份牌廣告畫的發展，實不容忽略。這一進步表現於多個方面。首先，繪畫技術由傳統的工筆法轉變為擦筆法，使人物圖像更加逼真、具層次感。其次，原來的石印方法逐漸被新式膠版印刷所取代。第三，畫師由個人創作進化為團隊式的集體創作，釋英畫室的出現便是一個很好的例子。今天流傳最多的月份牌廣告畫，也是以「釋英」兩字署名的廣告畫最多。很可惜，由於戰爭的影響，釋英畫室最終並沒有發展成具規模的現代廣告公司。

為了應付這一場激烈的廣告戰，廣告畫的畫師可謂使出渾身解數，務求盡量滿足廣告主的要求。畫師通過不同的手法，成功營造中國「摩登美女」的形象去吸引女性吸煙者。不過，魯迅並不喜歡這些「摩登美女」的廣告畫，他批評這些畫是「媚俗的，墮落的，病的」，看來魯迅並沒有真正了解這場由英美煙和南洋兄弟扮演主角的廣告戰之來龍去脈。⁴⁴當然，扮演配角的中小型煙草公司為了生存，可謂用盡一切方法，不惜以出奇制勝的方法去吸引消費者。如果沒有這場激烈的廣告戰，這些被視為大膽和露骨的設計便無法出現，可以肯定的說，商業競爭有助於廣告設計的進步。

最後，回應本文於開首所提出的，過去月份牌廣告畫只被看作廣告用途的贈品，大大忽略了其原有的藝術和研究價值。相信本文的探討，可使我們重新審視廣告背後所深藏的時代意義。

(本文於 2011 年 3 月 7 日收稿；2012 年 3 月 30 日通過刊登)

⁴⁴ 魯迅於 1930 年 2 月 21 日在中華藝術大學的演講記錄，《學習魯迅的美術思想》，頁 2-3。

圖一



說明：1925 年梁鼎銘繪「上山跨虎」，英美煙曾大量印制。

圖二



說明：美麗牌是華成煙公司的主攻品牌，曾因被告使用明星呂美玉的玉照而出名。

圖三



說明：吸煙的女人，此形象曾為英美煙吸引大批的女性消費者，由杭穉英所繪。

圖四



說明：吳志厂為中國瑞倫煙公司繪畫的「玉體情花圖」，是筆者所見最大膽的女性裸露廣告畫，正如畫師金雪塵所指，此畫是由中國人的頭像和西方人的身體合成。

圖五



說明：鄭曼陀繪「楊貴妃出浴圖」，為最早期的裸露廣告畫，畫中女性胸部若隱若現。

圖六



說明：二十世紀初美國可口可樂公司已開始使用美女為廣告日曆的圖像，但一直保持保守的形態，從沒有性感和裸露。

附錄 本文整理的 284 種香煙月份牌廣告畫

畫師	商品公司	畫名/圖案	年份	出處
周慕橋	英美煙公司	古代仙庭	1908	書 6，頁 12
周慕橋	英美煙公司	美女與小孩	1914	書 3，頁 35
周慕橋	英美煙公司	古代乘船出游	缺	書 6，頁 10
周慕橋	英美煙公司	古代園遊	1911	書 7，頁 15
周慕橋	英美煙公司	古代園遊	1912	書 6，頁 11
周慕橋	英美煙公司	古代河景	1911	書 6，頁 17
周慕橋	英美煙公司	二女與小孩	1914	書 6，頁 16
徐咏青	南洋兄弟煙草有限公司	樹影鐘聲	1922	書 8，頁 262
徐咏青	南洋兄弟煙草股份有限公司	虎丘	1924	書 6，頁 28
徐咏青	南洋兄弟煙草股份有限公司	淨因慧業圖 (上幅湖景，下幅由鄭曼陀所作)	缺	書 7，頁 21
徐咏青	南洋兄弟煙草股份有限公司	法寶祥光	缺	書 6，頁 30
徐咏青	中國南洋兄弟煙草股份有限公司	美女站姿 (與鄭曼陀合作)	缺	書 8，頁 82
徐咏青	上海大昌煙公司	二女在河邊	缺	書 2，頁 88
關蕙農	英美煙草公司	二女吸煙看報	缺	書 1，頁 18
丁雲先	英美煙公司	美女站姿	1920	書 4，圖 13
丁雲先	南洋兄弟煙草股份有限公司	昭君出塞圖	缺	書 2，頁 95
丁雲先	南洋兄弟煙草股份有限公司	古人讀書	缺	書 6，頁 106
丁雲先	南洋兄弟煙草股份有限公司	古代二女站姿	缺	書 6，頁 107
丁雲先	南洋兄弟煙草股份有限公司	美女坐姿	1921	書 7，頁 78
丁雲先	中國大東煙草有限公司	醉八仙圖	缺	書 6，頁 108
丁雲先	奉天太陽煙公司	八仙圖	缺	書 8，頁 78

丁雲先	美國駐華沙德煙公司	古代美女站姿	1924	書 5，頁 102
周柏生	南洋兄弟煙草有限公司	古代婦行圖	1924	書 2，頁 83
周柏生	南洋兄弟煙草股份有限公司	滿室生香	缺	書 2，頁 71
周柏生	南洋兄弟煙草有限公司	美女站姿	缺	書 6，頁 97
周柏生	南洋兄弟煙草公司	晴雯撕扇圖 (古代美女坐姿)	缺	書 8，頁 220
周柏生	廣東南洋兄弟煙草公司	二女吹笛	缺	書 9，頁 104
周柏生	英美煙公司 (哈德門)	美女站姿	缺	書 6，頁 98
周柏生	啟東煙草股份有限公司	仙女抱孩	缺	書 2，頁 95
周柏生	啟東煙草股份有限公司	古代小孩生活四條屏	缺	書 6，頁 100-1
周柏生	啟東煙草股份有限公司 (哈德門)	雀屏中選	缺	書 8，頁 81
周柏生	奉天太陽煙草公司	古代岳母刺背	缺	書 8，頁 163
周柏生	大連恒太煙公司	三笑姻緣圖	缺	書 8，頁 222
周柏生	中國大東煙草公司	聖猴鬧宮圖	缺	書 8，頁 223
周柏生	商業牌香煙	古代美女划船彈琴	缺	書 7，頁 31
鄭曼陀	南洋兄弟煙草股份有限公司	美女坐姿	缺	書 2，頁 71
鄭曼陀	南洋兄弟煙草有限公司	美女坐姿 (戶外)	缺	書 6，頁 20
鄭曼陀	南洋兄弟煙草有限公司	美女坐姿 (戶內)	缺	書 6，頁 24
鄭曼陀	南洋兄弟煙草股份有限公司	美女站姿	1938	書 2，頁 79
鄭曼陀	南洋兄弟煙草股份有限公司	淨因慧業圖 (下幅美女坐姿，上幅由徐詠青所作)	缺	書 6，頁 29
鄭曼陀	中國南洋兄弟煙草公司	二女跳舞	缺	書 4，圖 47
鄭曼陀	中國南洋兄弟煙草公司	結婚美女與小孩	缺	書 8，頁 185
鄭曼陀	中國南洋兄弟煙草有限公司	古代美女站姿	缺	書 6，頁 26
鄭曼陀	英美煙公司 (紅錫包)	美女坐姿	缺	書 3，頁 60
鄭曼陀	駐華老巴奪父子煙草有限公司	櫻花記事圖 (美女坐姿)	缺	書 10，頁 31

鄭曼陀	華成煙公司	美人站立照鏡	缺	書 2，頁 18
鄭曼陀	中國華成煙公司	美女坐姿(半身)	缺	書 8，頁 85
鄭曼陀	中國福新煙公司	負兒戲鏡	缺	書 2，頁 17
鄭曼陀	中國大東煙草公司	美女站姿	缺	書 6，頁 25
鄭曼陀	青島中國山東煙公司	美女坐姿	缺	書 2，頁 88
鄭曼陀	青島中國山東煙公司	美女坐姿	缺	書 6，頁 23
鄭曼陀	英商煙臺和記洋行	美女坐姿	缺	書 2，頁 56
鄭曼陀	瑞倫煙公司	美女站姿	缺	書 10，頁 27
鄭曼陀	崑崙煙公司	美女坐姿	缺	書 10，頁 30
梁鼎銘	英美煙草公司	上山跨虎	1925	書 2，頁 96
梁鼎銘	英美煙公司	古代二女站姿	缺	書 6，頁 142
梁鼎銘	英美煙公司(老刀牌)	洛神	缺	書 6，頁 143
梁鼎銘	英美煙公司(哈德門)	貴妃侍宴	缺	書 6，頁 144
梁鼎銘	英美煙公司(哈德門)	雲裳羽衣舞	缺	書 6，頁 146
梁鼎銘	英美煙公司(哈德門)	古代虞美人舞劍圖	缺	書 8，頁 87
梁鼎銘	駐華英美煙公司	美女站姿(交叉腳)	1922	書 8，頁 86
梁鼎銘	英商駐華英美煙公司	龍姐(古代二女站姿、彈琴)	1924	書 8，頁 272
梁鼎銘	英商駐華英美煙公司	古代二女彈琴	1924	書 7，頁 35
梁鼎銘	永泰和煙行(紅錫包)	弄玉	缺	書 6，頁 145
梁鼎銘	英商老巴奪父子公司	昭君出塞	缺	書 6，頁 148
梁鼎銘	英商老巴奪父子公司	斬蔡陽兄弟釋疑圖	缺	書 6，頁 141
梁鼎銘	倫敦惠斯民煙公司(司令牌)	古代岳飛出戰	缺	書 8，頁 162
胡伯翔	英美煙公司(哈德門)	美女坐姿(交叉腳)	缺	書 3，頁 62
胡伯翔	英美煙公司(哈德門)	美女站姿	缺	書 3，頁 63
胡伯翔	英美煙公司(哈德門)	冷豔(美女半身)	缺	書 3，頁 64

胡伯翔	英美煙公司 (哈德門)	美女坐姿	缺	書 3，頁 65
胡伯翔	英美煙公司	西山放鶴	1939	書 5，頁 98
胡伯翔	英美煙公司 (哈德門)	美女半身	缺	書 6，頁 113
胡伯翔	英美煙公司	五老圖	缺	書 6，頁 118
胡伯翔	英美煙公司	隱居圖	缺	書 6，頁 118
胡伯翔	英美煙公司	煙與水光廓	缺	書 6，頁 119
胡伯翔	英美煙公司	斜陽歸路	缺	書 6，頁 119
胡伯翔	英美煙公司 (哈德門)	美女坐姿	缺	書 8，頁 181
胡伯翔	英美煙公司 (哈德門)	美女站姿	缺	書 10，頁 50
胡伯翔	英美煙公司 (紅錫包)	美女站姿	缺	書 10，頁 49
胡伯翔	永泰和煙草股份有限公司	秋波一轉 (美女半身)	1926	書 2，頁 14
胡伯翔	永泰和煙草股份有限公司 (紅錫包)	二女化妝	缺	書 2，頁 27
胡伯翔	永泰和煙草股份有限公司	國畫四條屏	缺	書 6，頁 116-7
胡伯翔	永泰和煙草股份有限公司	單騎歸漢圖	1929	書 6，頁 124
胡伯翔	永泰和煙草股份有限公司	曹阿瞞許田打圍圖	1936	書 6，頁 124
胡伯翔	駐華英美煙草公司 (哈德門)	秋水伊人 (美女在河邊)	1930	書 2，頁 18
胡伯翔	駐華英美煙草公司 (哈德門)	閒情 (美女坐姿)	1929	書 3，頁 46
胡伯翔	英商駐華英美煙公司 (哈德門)	秋夜弄笛 (美女坐姿)	1927	書 8，頁 259
胡伯翔	英商駐華英美煙公司	龍華春色	1928	書 8，頁 276
胡伯翔	英商駐華英美煙公司	巫峽曉雲	1928	書 8，頁 277
胡伯翔	英商駐華英美煙公司	閩江遠眺	1928	書 8，頁 278
胡伯翔	英商駐華英美煙公司	燕郊霽雪	1928	書 8，頁 279
胡伯翔	英商駐華英美煙公司	紅酥欲融 (美女坐姿)	1931	書 10，頁 48
胡伯翔	啟東煙草股份有限公司	古代麗娟 (康德 4 年)	1937	書 3，頁 54
胡伯翔	啟東煙草股份有限公司	靈岩	缺	書 6，頁 125

胡伯翔	啟東煙草股份有限公司	靈峰	缺	書 6，頁 125
胡伯翔	啟東煙草股份有限公司	虢國夫人 (康德 2 年)	1935	書 8，頁 52
胡伯翔	啟東煙草股份有限公司	鹿洞秋雨	缺	書 8，頁 281
胡伯翔	啟東煙草股份有限公司	五老積雪	缺	書 8，頁 281
胡伯翔	永泰和煙草股份有限公司 (紅錫包)	曹操煮酒論英雄	1931	書 8，頁 71
胡伯翔	英商啟東煙草股份有限公司	關雲長義釋曹操圖	1934	書 6，頁 114
胡伯翔	英商啟東煙草股份有限公司	楊貴妃酒醉還宮圖	1933	書 8，頁 88
胡伯翔	英商啟東煙草股份有限公司	美女站姿 (半身)	1934	書 8，頁 201
胡伯翔	英商啟東煙草股份有限公司	美女站姿 (半身)	1936	書 8，頁 202
胡伯翔	第一牌香煙 (永泰和煙草股份有限公司)	在水之湄 (美女坐姿、交叉腳)	缺	書 10，頁 51
杭穉英	南洋兄弟煙草公司	美女與小孩	缺	書 2，頁 69
杭穉英	南洋兄弟煙草有限公司	二女站姿	1924	書 7，頁 38
杭穉英	南洋兄弟煙草股份有限公司	美女站姿	缺	書 10，頁 66
杭穉英	中國南洋兄弟煙草公司	美女與小孩	缺	書 4，圖 35
杭穉英	中國南洋兄弟煙草公司	美女站姿	缺	書 6，頁 81
杭穉英	中國南洋兄弟煙草有限公司	美女吸煙	缺	書 4，圖 46
杭穉英	中國南洋兄弟煙草有限公司	二女相坐	缺	書 5，頁 82
杭穉英	中國南洋兄弟煙草公司	古人遊樂	缺	書 6，頁 94
杭穉英	中國南洋兄弟煙草股份有限公司	古人出遊	缺	書 6，頁 93
杭穉英	中國南洋兄弟煙草股份有限公司	王寶川本事 (古人出遊)	缺	書 8，頁 135
杭穉英	英美煙公司 (哈德門)	美女坐姿	缺	書 3，頁 67
杭穉英	英美煙公司 (哈德門)	美女坐姿	缺	書 3，頁 70
杭穉英	英美煙公司 (哈德門)	美女坐姿 (吸煙)	缺	書 3，頁 78
杭穉英	英美煙公司 (哈德門)	美女站姿	缺	書 3，頁 87
杭穉英	英美煙公司 (老刀牌)	呂布戲貂蟬	缺	書 5，頁 97

杭穉英	英美煙公司 (哈德門)	美女坐姿	缺	書 6，頁 60
杭穉英	英美煙公司 (哈德門)	美女站姿	缺	書 6，頁 82
杭穉英	英美煙公司 (哈德門)	玉指弄纏綿圖 (美女坐姿)	缺	書 6，頁 91
杭穉英	英美煙公司 (紅錫包)	美女站姿 (半身)	缺	書 10，頁 65
杭穉英	英美煙公司 (老刀牌)	美女站姿 (吸煙)	缺	書 7，頁 62
杭穉英	啟東煙草股份有限公司	美女坐姿	缺	書 2，頁 16
杭穉英	啟東煙草股份有限公司	古代美人四條屏	缺	書 2，頁 22
杭穉英	啟東煙草股份有限公司	晴雯撕扇圖 (古代美女坐姿)	缺	書 2，頁 28
杭穉英	啟東煙草股份有限公司	美女坐姿	缺	書 3，頁 71
杭穉英	啟東煙草股份有限公司 (哈德門)	美女吸煙	缺	書 3，頁 72
杭穉英	啟東煙草股份有限公司 (紅獅)	二女吸煙	缺	書 3，頁 82
杭穉英	啟東煙草股份有限公司	美女坐姿	缺	書 3，頁 88
杭穉英	啟東煙草股份有限公司 (哈德門)	古代美女點燈	缺	書 6，頁 68
杭穉英	啟東煙草股份有限公司	現代美人四條屏	缺	書 6，頁 78-9
杭穉英	啟東煙草股份有限公司	古代二女站姿 (秉燭達旦)	缺	書 8，頁 53
杭穉英	啟東煙草股份有限公司	古代美女站姿 (傾銀盆兩笑留情)	缺	書 8，頁 103
杭穉英	中國華東煙草有限公司	美女坐姿 (讀航空術)	缺	書 4，圖 32
杭穉英	中國華東煙草股份有限公司	木蘭從軍圖	缺	書 8，頁 151
杭穉英	中國華東煙草公司	東吳入贅 (美女坐、站姿)	缺	書 8，頁 135
杭穉英	中國華東煙公司	美女與小孩 (穿泳裝)	缺	書 4，圖 37
杭穉英	中國華東煙公司	美女坐姿 (半身)	缺	書 6，頁 57
杭穉英	中國華東煙公司	古代美女出遊	缺	書 6，頁 95
杭穉英	中國華成煙公司	唐伯虎點秋香	缺	書 9，頁 129
杭穉英	中國華成煙草公司	古代家庭	缺	書 6，頁 67
杭穉英	華成煙公司	美女坐姿 (吸煙)	缺	書 10，頁 64

杭穉英	中國華昇煙草公司	二女騎馬	缺	書 4，圖 40
杭穉英	中國大東南煙草公司	美女與小孩	缺	書 4，圖 53
杭穉英	中國大東南煙公司	美女照鏡 (性感但沒裸露)	缺	書 2，頁 21
杭穉英	中國大東南煙公司	八仙	缺	書 9，頁 130
杭穉英	中國大東煙草有限公司	集體結婚	缺	書 4，圖 55
杭穉英	中國大東煙草公司	二女站姿	缺	書 6，頁 90
杭穉英	中南煙草股份有限公司	古代馬戰	缺	書 8，頁 131
杭穉英	華非煙公司	美女坐姿	缺	書 3，頁 79
杭穉英	山東煙公司	美女坐姿 (交叉腳)	缺	書 3，頁 81
杭穉英	秋林煙草公司	美女坐姿	缺	書 5，頁 67
杭穉英	秋林煙草公司	美女坐姿	缺	書 5，頁 68
杭穉英	秋林煙草公司	結婚美女與小孩	缺	書 5，頁 69
杭穉英	秋林煙草公司	美女與眾小孩	缺	書 5，頁 69
杭穉英	奉天太陽煙公司	現代美人四條屏	缺	書 2，頁 24
杭穉英	奉天太陽煙公司	二女抱小狗與小孩	缺	書 6，頁 86
杭穉英	奉天太陽煙公司	晴雯撕扇 (古代美女坐姿)	缺	書 8，頁 105
杭穉英	奉天太陽煙公司	古代美女站姿	缺	書 8，頁 111
杭穉英	奉天太陽煙公司	古代美女站姿	缺	書 8，頁 113
杭穉英	奉天太陽煙草公司	呂洞賓散戲白牡丹	缺	書 2，頁 26
杭穉英	奉天太陽煙草公司	古代郊遊	缺	書 6，頁 66
杭穉英	奉天太陽煙草公司	美女照顧小孩	缺	書 6，頁 76
杭穉英	奉天太陽煙草公司	美女與眾小孩	缺	書 6，頁 85
杭穉英	奉天太陽煙草公司	結婚美女與小孩	缺	書 8，頁 187
杭穉英	奉天瀋陽煙草公司	美女抱小孩	缺	書 6，頁 75
杭穉英	哈爾濱北滿煙公司	美女站姿 (半身)	缺	書 6，頁 83

杭穉英	哈爾濱北滿煙公司	美女坐姿	缺	書 9，頁 110
杭穉英	哈爾濱北滿煙公司	二女打高爾夫球	缺	書 6，頁 84
杭穉英	哈爾濱北滿煙公司	美女坐欄	缺	書 6，頁 87
杭穉英	駐奉中俄煙草公司	美女站姿	缺	書 9，頁 115
杭穉英	龍口祥麟號香煙	美女坐姿 (半身)	缺	書 6，頁 55
謝之光	南洋兄弟煙草有限公司	美女站姿	缺	書 3，頁 89
謝之光	中國南洋兄弟煙草有限公司	美女坐姿	缺	書 4，圖 14
謝之光	啟東煙草股份有限公司	村童鬧學圖	缺	書 2，頁 94
謝之光	啟東煙草股份有限公司	潘安仁擲果圖	缺	書 8，頁 95
謝之光	英商老巴奪父子煙草有限公司 (海燈牌)	美女站姿	1928	書 6，頁 45
謝之光	華成煙公司	二女海浴	1927	書 9，頁 120
謝之光	中國華成煙公司	美女抱小孩	缺	書 6，頁 50
謝之光	中國華成煙草公司	木蘭榮歸圖	缺	書 8，頁 153
謝之光	美麗牌香煙 (華成煙公司)	美女坐姿 (吸煙)	缺	書 5，頁 54
謝之光	美麗牌香煙 (華成煙公司)	美女坐姿 (吸煙)	缺	書 5，頁 54
謝之光	美麗牌香煙 (華成煙公司)	美女坐姿 (吸煙)	缺	書 5，頁 54
謝之光	美麗牌香煙 (華成煙公司)	美女坐姿 (吸煙)	缺	書 5，頁 54
謝之光	美麗牌香煙 (華成煙公司)	美女吸煙 (半身)	缺	書 5，頁 55
謝之光	大連恒大合記煙草公司	美女坐姿	缺	書 6，頁 43
謝之光	中國大東煙草公司	美女抱小孩	缺	書 6，頁 44
謝之光	濟東煙公司	美女坐姿	缺	書 6，頁 48
謝之光	中南煙公司	美女站姿	缺	書 6，頁 49
謝之光	駐奉中俄煙草公司	美女站姿	缺	書 8，頁 96
謝之光	中國福新煙公司	明洪武豪賭圖	缺	書 8，頁 93
謝之光	奉天太陽煙公司	古代美女與小孩	缺	書 8，頁 93

謝之光	華商煙公司	美女站姿	缺	書 10，頁 56
謝之光	華商煙公司	美女站姿	缺	書 10，頁 57
金梅生	啟東煙草股份有限公司	呂布戲貂蟬	缺	書 6，頁 38
金梅生	啟東煙草股份有限公司	雀屏中選	缺	書 8，頁 115
金梅生	奉天太陽煙公司	唐伯虎點秋香	缺	書 6，頁 39
金梅生	奉天谷本煙公司	美女坐姿	缺	書 6，頁 34
金梅生	大連恒太煙公司	美女與小孩玩耍	缺	書 6，頁 35
金梅生	青島中國山東煙公司	美女家庭與小狗	缺	書 6，頁 37
金梅生	上海中國崑崙煙草股份有限公司	紅梅思春 (美女半身站姿)	缺	書 10，頁 80
倪耕野	英美煙公司	美女站姿	缺	書 4，圖 50
倪耕野	英美煙公司 (哈德門)	美女半身	缺	書 3，頁 85
倪耕野	英美煙公司 (哈德門)	美女坐姿	缺	書 6，頁 127
倪耕野	英美煙公司 (哈德門)	美女坐姿	缺	書 6，頁 130
倪耕野	英美煙公司 (哈德門)	一幅春容不易描* (美女坐姿、交叉腳)	缺	書 6，頁 131
倪耕野	英美煙公司 (紅錫包)	無限相思意 (美女坐姿)	缺	書 6，頁 138
倪耕野	英美煙公司 (紅錫包)	美女照鏡	缺	書 6，頁 134
倪耕野	英美煙公司 (哈德門)	美女站姿	缺	書 8，頁 203
倪耕野	英美煙公司 (哈德門)	美女坐姿 (彈琴)	缺	書 8，頁 261
倪耕野	永泰和煙草股份有限公司	美女打傘	1928	書 2，頁 10
倪耕野	永泰和煙草股份有限公司	美女坐姿	1932	書 9，頁 115
倪耕野	永泰和煙草股份有限公司 (紅錫包)	戴帽美女	缺	書 5，頁 73
倪耕野	永泰和煙草股份有限公司	美女站姿	缺	書 8，頁 177
倪耕野	永泰和煙草股份有限公司 (大英牌)	美女站姿	缺	書 8，頁 179
倪耕野	永泰和煙草股份有限公司	玉潔冰清 (美女坐姿)	1933	書 10，頁 41

倪耕野	啟東煙草股份有限公司	美女乘飛機 (康德 5 年)	1938	書 3，頁 55
倪耕野	啟東煙草股份有限公司	美女坐姿	1938	書 3，頁 55
倪耕野	啟東煙草股份有限公司 (哈德門)	美女坐姿	缺	書 6，頁 135
倪耕野	啟東煙草股份有限公司 (金磚牌)	紅樓韻事 (古代美女站姿)	缺	書 8，頁 101
倪耕野	啟東煙草股份有限公司 (耕種牌)	木蘭從軍 (古代美女站姿)	缺	書 8，頁 161
倪耕野	啟東煙草股份有限公司 (哈德門)	美女持花	缺	書 10，頁 46
倪耕野	英商啟東煙草股份有限公司 (哈德門)	美女持花	缺	書 2，頁 20
倪耕野	英商啟東煙草股份有限公司 (三獅牌)	美女吸烟 (交叉腳)	缺	書 5，頁 106
倪耕野	英商啟東煙草股份有限公司 (大前門)	美女坐姿	缺	書 5，頁 107
倪耕野	英商啟東煙草股份有限公司 (哈德門)	美女坐姿	缺	書 5，頁 108
倪耕野	欽差牌香煙 (英美煙公司)	美女坐姿	缺	書 6，頁 129
倪耕野	耕種牌香煙 (英商老巴奪父子煙草有限公司)	古代美女持扇	缺	書 6，頁 137
倪耕野	耕種牌香煙 (英商老巴奪父子煙草有限公司)	美女坐姿 (交叉腳)	缺	書 8，頁 189
吳志厂	中國南洋兄弟煙草股份有限公司	美女拉狗	缺	書 2，頁 99
吳志厂	南洋兄弟煙草公司	古代牛郎織女	缺	書 8，頁 273
吳志厂	奉天太陽煙公司	玉虹橋	缺	書 8，頁 280
吳志厂	奉天太陽煙公司	萬壽山	缺	書 8，頁 280
吳志厂	中國山東煙公司	考而夫美女圖	缺	書 10，頁 89
吳志厂	中國瑞倫煙公司	玉體情花圖 (裸露)	缺	書 2，頁 87
陳石青	中國華美煙公司・上海煙公司	美女與小孩	缺	書 2，頁 97
陳石青	中國大東南煙草公司	美女坐姿	缺	書 3，頁 97
陳石青	天聚福煙公司	電影皇后胡蝶	缺	書 4，圖 42
唐銘生	奉天太陽煙公司	二女彈琴唱歌	缺	書 4，圖 43

唐銘生	青島中國山東煙公司	美女與小孩	缺	書 5，頁 104
殷悅明	英商啟東煙草股份有限公司 (紅錫包)	美女坐姿	缺	書 10，頁 93
殷悅明	英商啟東煙草股份有限公司 (金磚牌)	美女坐姿	缺	書 10，頁 92
唐琳	南洋兄弟煙草有限公司	美女坐姿 (交叉腳)	缺	書 2，頁 97
唐琳	南洋兄弟煙草有限公司	美女坐姿 (交叉腳)	缺	書 10，頁 91
王逸曼	中國瑞倫煙草公司	美女騎馬	缺	書 2，頁 96
胡維敏	中國福昌煙公司	古代二喬圖	缺	書 2，頁 98
虞俊夫	英美煙公司 (老牌派律托香煙)	古代美女園遊	缺	書 8，頁 5
楊琴聲	英美香煙公司	美女坐姿	1915	書 4，圖 1
吳少雲	大連恒太合記煙公司	美女戲水	缺	書 2，頁 101
林達	中國家庭煙廠	二女坐姿	缺	書 2，頁 102
金肇芳	青島中國山東煙公司	美女半身 (裸露)	缺	書 3，頁 100
王承勳	英美煙公司 (老牌派律托香煙)	古代書齋 (美女讀書)	1909	書 8，頁 11
蟬聲	啟東煙草股份有限公司	古代美女站姿 (一騎紅塵妃子笑)	缺	書 8，頁 54
康年	英美煙公司 (哈德門)	蘭閣試鞋圖 (美女站姿)	缺	書 8，頁 173
缺	英美煙公司 (老刀牌)	王祥臥冰	1909	書 8，頁 214
缺	英美煙公司 (藍老刀牌)	西遊記第一回	缺	書 8，頁 222
缺	英美煙公司 (哈德門)	古代二女站姿 (王昭君圖)	缺	書 8，頁 41
缺	英美煙公司 (大英牌)	美女站姿	1920	書 8，頁 173
缺	英美煙公司 (芙蓉鵝牌)	美女玩雀	缺	書 8，頁 233
缺	英美煙公司 (紐約牌香煙又名藍錫包)	二女站姿 (一人持傘)	缺	書 8，頁 232
缺	英商駐華英美煙公司 (雞牌香煙)	小孩玩雞	缺	書 8，頁 263
缺	駐華英美煙公司 (老刀牌香煙)	美女站姿	1921	書 8，頁 175
缺	總行倫敦英美煙公司分莊上海	湖邊遊園圖	1912	書 8，頁 209
缺	英商啟東煙草股份有限公司 (雙鶴牌)	二女吸煙	缺	書 2，頁 15

缺	英商啟東煙草股份有限公司	關雲長	缺	書 5，頁 93
缺	啟東煙草股份有限公司	大禹清廉	缺	書 8，頁 212
缺	啟東煙草股份有限公司	孔子盡禮	缺	書 8，頁 213
缺	啟東煙草股份有限公司	勾踐知恥	缺	書 8，頁 213
缺	青島中國山東煙公司	美女騎馬	缺	書 3，頁 92
缺	青島中國山東煙公司	美女坐姿 (半身)	缺	書 5，頁 103
缺	中國華成煙公司	古代李白書詔	缺	書 5，頁 105
缺	中國瑞倫煙草公司	美女袒胸 (裸露)	缺	書 2，頁 85
缺	永泰和煙草股份有限公司 (紅錫包)	美女站姿讀信	缺	書 7，頁 39
缺	英國紙煙公司	古代小孩上課	缺	書 7，頁 79
缺	東亞煙公司	美女彈琴 (康德 3 年)	1936	書 2，頁 19
缺	花旗煙公司	三古代美女	缺	書 2，頁 82
缺	英商駐華聯合煙草有限公司	古代美女騎麒麟	缺	書 8，頁 221
缺	英商駐華聯合煙草有限公司	古代仕女坐姿	缺	書 8，頁 285
缺	英商駐華聯合煙草有限公司	美女抱狗 (半身)	缺	書 10，頁 100
缺	駐泰中俄煙草公司	美女站姿	缺	書 9，頁 106
缺	奉天太陽煙草公司	雙美晨妝圖	缺	書 10，頁 95

說明：各書編號分別為：1. 香港藝術中心編，《月份牌王》；2. 張燕風編，《老月份牌廣告畫》；3. 澳門市政廳編，《歲月留痕》；4. 吳昊等編，《都會摩登》；5. 益斌主編，《老上海廣告》；6. 宋家麟編，《老月份牌》；7. 梁京武、趙向標主編，《老廣告》；8. 趙琛，《中國近代廣告文化》；9. ラワンチャイクン寿子、堀川理沙編輯，《チャイナ・ドリーム描かれた憧れの中国広東・上海》；10. 張佩君編，《摩登戒體》。

徵引書目

一、傳統文獻

《英美烟公司(有限公司)在華事績紀畧》，上海：英美煙公司，1925。
中國科學院上海經濟研究所、上海社會科學院經濟研究所編，《南洋兄弟煙草公司史料》，上海：上海人民出版社，1958。
日本福岡アジア美術館月份牌廣告畫藏品。
上海社會科學院經濟研究所中國企業史資料室藏英美煙公司檔案。
上海社會科學院經濟研究所編，《英美煙公司在華企業資料匯編》，北京：中華書局，1983。

二、近人論著

人民美術出版社，《學習魯迅的美術思想》，北京：人民美術出版社，1979。
干谷編，《上海百年名廠老店》，上海：上海文化出版社，1987。
山本武利、津金澤聰廣，《日本の広告——人・時代・表現》，東京：日本經濟新聞社，1986。
中國人民政治協商會議浙江省海寧市委員會文史資料委員會編，《裝潢藝術家：杭穉英(1901-1947)》，海寧：海寧市政協，2002。
左旭初編著，《老商標》，上海：上海畫報出版社，1999。
史全生，〈英美煙公司與南洋兄弟煙草公司之爭〉，《南京大學學報》，1998：3(南京，1998)，頁93-101。
田島奈都子，〈わが国におけるポスターの登場とその展開〉，收入寺本美奈子編集，《美人のつくりかた——石版から始まる広

- 告ポスター》，東京：印刷博物館，2007，頁 9-12。
- 吳昊等編，《都會摩登——月份牌 1910s-1930s》，香港：三聯書店，1994。
- 吳昊，《都會雲裳——細說中國婦女服飾與身體革命(1911-1935)》，香港：三聯書店，2006。
- 吳咏梅，〈モダニティを売る——1920～30年代上海における「月份牌」と雑誌広告に見る主婦の表象〉，收入《いま構築されるアジアのジェンダー——人間再生産のグローバルな再編成国際シンポジウム》，京都：国際日本文化研究センター，2010，頁 43-63。
- 吳咏梅，〈アジア・モダニティ——一九二〇—三〇年代の中国と日本のポスターに見る「新女性」のイメージ〉，收入谷川建司等編著，《サブカルで読むセクシュアリティ——欲望を加速させる装置と流通》，東京：青弓社，2010，頁 65-95。
- 李培德，〈論 1920 至 1930 年代上海電影行業的競爭——以民新和天一兩家電影公司為個案〉，《東方文化》，39:1(香港，2005.6)，頁 23-51。
- 李歐梵，《上海摩登——一種都市文化在中國，1930-1945》，香港：牛津大學出版社，2000。
- 步及，〈解放前的月份牌年畫史料〉，《美術研究》，1959:2(北京，1959)，頁 51-56。
- 宋家麟，《老月份牌》，上海：上海畫報出版社，1997。
- 金有成，〈憶「三一」的月份牌和《美術生活》〉，《朵雲》，1982:42(上海，1982)，頁 136-137。
- 洪林、裘雷聲主編，《中國老煙標圖錄》，北京：中國商業出版社，2001。

- 香港藝術中心編，《月份牌王——關蕙農》，香港：香港藝術中心，1993。
- 胡樸安編著，《中華全國風俗志》，上海：大達圖書供應社，1935。
- 高郁雅，〈從《良友畫報》封面女郎看近代上海的「摩登狗兒」(Modern Girl)〉，《國史館館刊》，復刊 26(臺北，1999.6)，頁 57-95。
- 孫秀蕙、陳儀芬，〈被框架的女性意象——上海月份牌廣告畫的圖像符號分析〉，《廣告學研究》，24(臺北，2010.7)，頁 25-63。
- 桐原貴夫，〈中華民國期における煙草の新聞広告と販売活動〉，《近きに在りて》，31(東京，1997.5)，頁 3-20。
- 益斌主編，《老上海廣告》，上海：上海畫報出版社，1995。
- 徐明瀚，〈翻譯現代美——郭建英畫報與漫畫中的摩登女性論述〉，《文化研究月報》，45(臺北，2005.4)，無頁碼。網址：http://csat.org.tw/csa/journal/45/journal_park348.htm。(擷取日期：2012 年 9 月 19 日)
- 徐鼎新，〈二十至三十年代上海國貨廣告促銷及其文化特色〉，《學術季刊》，1995：2(上海，1995)，頁 166-174。
- 素素編，《浮世影——老月份牌中的上海生活》，北京：三聯書店，2000。
- 常素霞編，《歲月舊夢——河北省民俗博物館藏老月份牌廣告畫》，石家莊：河北美術出版社，2008。
- 梁京武、趙向標主編，《老廣告》，北京：龍門書店，1999。
- 梁莊愛倫(Ellen Johnston Laing)，〈海派繪畫風格在二十世紀早期印刷廣告業中的命運〉，收入《海派繪畫研究文集》，上海：上海書畫出版社，2001，頁 953-1003。
- 張佩君編，《摩登戒體——民國仕女廣告畫》，澳門：澳門藝術博物館，2009。

- 張錫昌，《美女月份牌》，上海：錦繡文章出版社，2008。
- 張燕風，《老月份牌廣告畫——論述篇》，臺北：漢聲雜誌社，1994。
- 陳瑞林，〈「月份牌」畫與海派美術〉，收入《海派繪畫研究文集》，上海：上海書畫出版社，2001，頁 466-480。
- 陳瑞林，〈城市文化與大眾美術——1840-1937 年中國美術的現代轉型〉，《清華大學學報(哲學社會科學版)》，2009：4(北京，2009)，頁 124-136。
- 黃克武，〈從申報醫藥廣告看民初上海的醫療文化與社會生活〉，《中央研究院近代史研究所集刊》，17 下(臺北，1988)，頁 141-194。
- 聞華，〈關於「月份牌」年畫和年畫特點問題〉，《美術》，1958：4(北京，1958)，頁 18-20。
- 鄧明、高豔編，《老月份牌年畫——最後一瞥》，上海：上海畫報出版社，2003。
- 趙琛，《中國近代廣告文化》，長春：吉林科學技術出版社，2001。
- 劉訥鷗，〈現代表情美造型〉，《婦人畫報》，1934：18(上海，1934)，頁 16。
- 澳門市政廳編，《歲月留痕——月份牌》，澳門：澳門市政廳，1994。
- 鄭立君，《場景與圖像——20 世紀的中國招貼藝術》，上海：重慶大學出版社，2007。
- 蕭春源，〈月份牌廣告畫拾遺〉，《澳門雜誌》，11(澳門，1999.8)，頁 16-30。
- たばこと塩の博物館編集，《広告の親玉・赤天狗参上——明治のたばこ王岩谷松平》，東京：たばこと塩の博物館，2006。
- ラワンチャイクン寿子、堀川理沙編輯，《チャイナ・ドリーム描かれた憧れの中国広東・上海》，福岡：アジア美術館，2004。
- Barlow, Tani E. "Buying in: Advertising and the Sexy Modern Girl Icon in

- Shanghai in the 1920s and 1930s,” in The Modern Girl Around the World Research Group ed., *The Modern Girl Around the World: Consumption, Modernity, and Globalization*. Durham and London: Duke University Press, 2008, pp. 288-316.
- Beyer, Chris H. *Coca-Cola Girls: An Advertising Art History*. Portland, Oregon: Collectors Press, 2000.
- Cochran, Sherman. *Big Business in China: Sino-foreign Rivalry in Cigarette Industry, 1890-1930*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1980.
- Cochran, Sherman. “Transnational Origins of Advertising in Early Twentieth-century China,” in Sherman Cochran ed., *Inventing Nanjing Road: Commercial Culture in Shanghai, 1900-1945*. Ithaca: East Asia Program, Cornell University, 1999, pp. 37-58.
- Cochran, Sherman. *Chinese Medicine Men: Consumer Culture in China and Southeast Asia*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2006.
- Cox, Howard. *The Global Cigarette: Origins and Evolution of British American Tobacco, 1880-1945*. Oxford: Oxford University Press, 2000.
- Dal Lago, Francesca, “Crossed Legs in 1930s Shanghai: How ‘Modern’ the Modern Woman?” in *East Asian History*, 19(June 2000), pp. 103-144.
- Dong, Madeleine Y. “Who is Afraid of the Chinese Modern Girl?” in The Modern Girl Around the World Research Group ed., *The Modern Girl Around the World: Consumption, Modernity, and Globalization*, Durham and London: Duke University Press, 2008, pp. 194-219.
- Finnane, Antonia. *Changing Clothes in China: Fashion, Modernity, Nation*. New York: Columbia University Press, 2008, pp. 126-127.
- Johnston Laing, Ellen. *Selling Happiness: Calendar Posters and Visual*

- Culture in Early Twentieth-Century Shanghai*. Honolulu: University of Hawai'i Press, 2004.
- Jack Sai Chong Lee. "A Study of Calendar Poster Paintings in the Early 20th Century Canton and Hong Kong," in *Beisdes: A Journal of Art History and Criticism*, 1 (1997), pp. 91-110.
- Liu, Kwang-Ching. *Anglo-American Steamship Rivalry in China, 1862-1874*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1962.
- Tsai, Weipin. "Having it All: Patriotism and Gracious Living in Shenbao's Tobacco Advertisements, 1919 to 1937," in Peter Zarrow ed., *Creating Chinese Modernity: Knowledge and Everyday Life, 1900-1940*. New York: Peter Lang, 2006, pp. 117-145.
- Tsai, Weipin. *Reading Shenbao: Nationalism, Consumerism and Individuality in China, 1919-37*, London & New York: Palgrave, 2010.
- Vinograd, Richard. "Visibility and Visuality: Painted Women in Late Nineteenth-century Shanghai," 收入《海派繪畫研究文集》，上海：上海書畫出版社，2001，頁 1073-1101。
- Zhang, Yingjin. "Artwork, Commodity, Event: Representations of the Female Body in Modern Chinese Pictorials," in Jason C. Kuo ed., *Visual Culture in Shanghai, 1850s-1930s*. Washington D.C.: New Academia Publishing, 2007, pp. 121-162.

三、網路資源

- <http://book.kongfz.com/1594/88369095/> (擷取日期：2012 年 9 月 18 日)
- http://csat.org.tw/csa/journal/45/journal_park348.htm (擷取日期：2012 年 9 月 18 日)

Calendar Posters and Business Rivalry in the Modern Chinese Tobacco Industry, 1920s-1930s

Pui-tak Lee

Centre of Asian Studies, The University of Hong Kong

Calendar posters did not appear in China until the late nineteenth century, and it was not until the 1920s that major new industries emerged. These included tobacco, medicine, cosmetics, insurance and food. Big business thus coincided with the heyday of calendar posters. These posters were usually composed of three major elements: the advertisements for the merchandise; the artwork; and the actual calendar. They became popular in almost every Chinese city and even in overseas Chinese communities. When British American Tobacco, Ltd. (B.A.T.) started to operate in China in 1902, it developed a strategy to eliminate all potential competitors. Therefore, an advertising war was declared with its rival the Nanyang Brothers Tobacco Co., Ltd.

In order to cater to the needs of their clients, painters of calendar posters wisely created different new images of the “modern Chinese girl,” which successfully drew the attention of the general public. These images promoted Chinese girls as sporty, healthy, scholarly, successful in business, and even sexy, all regarded as revolutionary qualities for women. Since

calendar posters differed from other modes of advertising such as newspapers, as they relied heavily on graphics rather on text, painters had to use their designs to project their image of the “modern girl.” For example, the image of the “smoking girl” was used to attract female smokers. This tactic on the one hand reflected the art talent of the painters, but on the other indicated the design was completely driven by commercial reasons.

In the past, little attention was given to these calendar posters, but they have now become one of the major visual art materials for the study of Chinese modernity and the history of Chinese women. Based on 284 selected calendar posters of the tobacco industry, this article discusses how the images of “modern Chinese girl” were created from the keen competition between the two tobacco giants in modern China.

Keywords: calendar poster; modern girl; advertising war; British American Tobacco Ltd. (B.A.T.); Nanyang Brothers Tobacco Co., Ltd.