

方寸·云烟

文 | 杨萍



1

据说，最能传神体现民国时期女子风情的不是张曼玉，而是汤唯，她“不论着一袭旗袍，还是在桌子边坐下，手臂支腮轻叹一声，都有一种一逝不返的末世风情”，这种入了骨的风韵不是单单几件旗袍和行头就能做到，她用将近四百天的时间，努力学习穿旗袍、踩高跟鞋、打麻将、唱上海评弹、打眉眼官司，一步一步从内到外，终于到达了那个时代。

当汤唯风姿绰约，旗袍摇曳，步履优雅地出现在镜头中，她朱唇红艳，眉目若画，顾盼生情，老辈的上海人免不了叹息：真真宛如画中人。

这个“画”，指的不是一般的美人图，而是民国时代上海特有的一种产物：月份牌。

2

月份牌，顾名思义，是年历、月历卡。

1883年，著名的《申报》创刊11年后，在头版出告示：“本馆托点石斋精制华洋月份牌。”“随报分送，不取分文。此牌格外加工，字分红绿二色，华历红字，西历绿字，相间成文。”“印以厚实洁白之外国纸，而牌之四周加印巧样花边，殊堪悦目。”此可谓月份牌最早雏形。

清光绪二十二年，也就是1896年，当时在繁华的上海四马路上，有一家叫鸿福来吕宋的大票行，为招揽顾客，随彩票奉送一种《沪景开彩图·中西月份牌》画片，效果出奇的好，自此，“月份牌”这个名词被沿用下来。

在接下来的几十年间，月份牌成为上海人家

家必有的装饰。俏丽大方的女子，健康活泼的儿童，异国风情的家居布置，舶来或仿制舶来的商品……衣食住行、休闲娱乐、婚姻家庭，灯红酒绿里的人生百态、时尚风情都浓缩在了这些月份牌上，方寸里有世界。月份牌制造了一个温馨、西化、新派的氛围，海派文化在其中也可可见一斑。

当时中外厂商投巨资采用月份牌做商品宣传，占据首位的是外资英美烟草公司和国人投资的南洋兄弟烟草公司及华成烟草公司等诸多洋行，亦都精印月份牌馈赠顾客，以扩大自己的品牌宣传。据《南洋兄弟烟草公司史料》记载，1923年，该公司广告费内，月份牌一项预算达四万元。

月份牌虽是广告宣传，但是在画的内容上还是相当注重形式和审美的。其内容涉及了中国传统山水、仕女人物、戏曲故事场面等。后来则发展为画面以表现时装美女为主要形象。闺房淑女的娇羞，银行白领的干练，交际名花两鬓上香艳欲滴的红百合，名校之花西班牙风的摩登衣装，邻家少妇阴丹士林布旗袍上的大朵印花，上海贵妇的时髦烫发……月份牌绝对是那个年代的社会风情画。

3

为了把这些风情万种的摩登女子演绎得淋漓尽致，更好地吸引顾客的眼球，很多商家不惜重金聘请知名画家为自己产品的月份牌操刀，这其中被尊为月份牌画鼻祖的是郑曼陀，他独创了风靡半个世纪的擦笔水彩画法，他让美人月份牌成为一种全新的时尚，是月份牌广告画技法当之无愧的创始人。

郑曼陀出生于杭州，自幼习画。他把从老师那里学来的传统人物技法与从书本中学来的水彩技法结合起来，慢慢形成了一种新画法——擦笔水彩法。他画的时装仕女，面部立体感强，色彩

淡雅宜人，肌肤细腻柔和，观者大有温香软玉“呼之欲出”之感。

1914年，郑曼陀从杭州来到上海。见过上海月份牌中的传统服装仕女形象，他觉得她们远不及自己创造的新式时装美女形象那样悦目。他大胆运用自己的新式画法，为审美书馆画了第一张月份牌《晚装图》。为体现画中美女婀娜多姿、风情万种的姿态，郑曼陀煞费苦心。最后他意识到，美人的眼睛是月份牌的灵魂。于是他特别用心描绘人物的眼珠，从而产生了观众与画中人的视线接触时，“眼睛能跟人跑”的效果，他笔下美女的眼神中流动着富足、悠闲、甜美和奔放的意韵，栩栩如生又顾盼生辉。

《晚装图》一炮打响，引来众多关注。香烟公司、保险公司、印刷厂等诸多商家认定郑曼陀的广告画能产生巨大推动力，纷纷向他订画，一时间，他的约稿定金预收到数年以后，名声大震。

很多画家看到郑曼陀的成功纷纷效仿他的画技，但因天赋和技能有限，很少有人能完全学到手。只有一个人，他不仅领悟了郑曼陀的擦笔水彩法的全部精髓，而且最终超越了郑曼陀，他塑造了上海摩登女郎的新形象，开创了中国最早的现代广告公司，他的作品称雄上海滩30年，他设计的月份牌超过1600种。他就是后来被称为“中国广告之父”的杭穉英。

杭穉英是浙江省海宁盐官人，自幼爱好绘画，家贫无力从师，常在裱画店观摩名作，回家默画。1913年，他随父亲来到上海。他善于多方面吸取新的绘画技巧，不仅向郑曼陀学习技法，还从国外商品广告以及当时已传入中国的迪士尼卡通片中吸收运用色彩的长处，使他的作品细腻柔和，艳丽多姿。

1922年，他自立门户，采用擦笔水彩画法专事创作月份牌画，兼作商品包装设计。1923年，



他创立穉英画室，邀师弟金雪尘合作，又吸收同乡李慕白入画室加以培养，均成为得力助手。三人友善合作，从创作设计到画稿制作采用流水线操作，大家分工明确，取长补短，精益求精，使穉英画室成为当时沪上创作设计力很强的机构，广泛承接各类绘制画稿的业务，仅月份牌画每年就创作达八十余种，而当时最盛产的画家也只能画二十多幅。杭穉英最令上海女子追捧的是他另辟蹊径，能画各式新潮旗袍美女，从式样到图案的新颖时髦，从发式、妆式、服饰各方面传递了当时最前沿的时尚风情，让上海城里城外的女子趋之若鹜，以他的画作为时尚范本，学着月份牌上的美女打扮自己。他成为中国最早的商业美术家之一。

杭穉英的早年月份牌画代表作，有为上海华成烟草股份公司、上海中法大药房所作月份牌广告画如《娇妻爱子图》、《玉堂清香》等；沪上名牌商品美丽牌香烟、蝶霜、雅霜，白猫牌花布、阴丹士林布染料、杏花楼嫦娥奔月月饼盒等商品包装设计，均出自杭氏之手；所作年画《牛郎织女》、《八仙过海》、《大观园》等富有传统特色，逐渐形成年画创作中的“杭派”；其作品遍及城乡，甚至远销越南、缅甸、南洋群岛等地，历久不衰。

4

杭穉英造就了月份牌广告画的黄金时代，勾画一种新的上海美女形象。值得一提的是，他的妻子王萝绶给他带来许多创作灵感。他常以妻子的形象为模特，创作形象甜美的少妇题材的月份牌画，获得人们的青睐。

另有一位叫谢之光的画家，他创作的月份牌也多以妻子为模特，他的妻子原本是妓女。在旧上海，一些商业谈判在“堂子”（妓院）里进行，谢之光因此结识了一个当时与玉堂春齐名的妓女芳慧珍，并很快与之交好。后来他的原配谢夫人理智地提出离婚。1930年谢之光与芳慧珍正式结婚，他后期的月份牌以芳慧珍为模特。

杭穉英与谢之光都选择妻子为月份牌模特。这当然是她们形象娇媚艳丽所致，还有一个原因，他们之所以用自家人，也是因为月份牌的模特并不容易找。

月份牌开始时并非作为艺术作品出现，它的创作手法“不入流”。当年，年轻的徐悲鸿到上海谋生，一度穷困潦倒，迫于生计曾为审美书馆和其他公司

画过月份牌，有一幅“读红楼怜罗帕”的月份牌没有署名，行家一度认为是徐悲鸿所画，但是一直没有得到徐悲鸿本人的承认，大概是自己也觉得“不入流”。鲁迅向来不喜风花雪月，他曾经痛批月份牌：“月份牌上的女性是病态的女性，月份牌除了技巧不纯熟外，它的内容尤其恶劣。”

在这种大环境下，大家闺秀，甚至小家碧玉，正经人家的女儿是绝对不能抛头露面去当月份牌模特的。所以，月份牌问世时迫于无奈，曾经还从戏曲班子中找过男旦。1910年，上海一家“双妹”牌化妆品就请了两名秀气的京剧演员男扮女装，创作了一幅月份牌。商家当初的设想很好，“双妹”意指“DIA”和“JIA”气质融合一身，如双生花。DIA是沪语中形容上海女子言谈举止的娇俏柔媚，是骨子里透出的女人味；JIA是沪语描述女子聪明伶俐，果断干练，是上海这座城市独有的女性的精英气质。但是从后来的图片中看出，无论这两个男子装扮多么艳丽，都未能体现商家所要求的风情。后来“双妹”的商家又找到画家杭穉英创作月份牌，这次终于找到了女性模特，两名亭亭玉立的旗袍美女在镜头前并肩而立，留下了活泼大方的笑容，成为上海轰动一时的月份牌，流传至今。

后来虽然风气渐开化，月份牌的模特全部用女性，但是有一个不成文的行规：画家对月份牌上的美女原型都守口如瓶。

1925年，美丽牌香烟以“有美皆备，无丽不臻”为宣传点，推出一组月份牌，先后有六位当红歌星、影星曾经被百姓认作是香烟壳上的美女原型。但是广告画中的美人到底是谁，商家迫于行规一直不肯透露。当年此广告画还惹出了中国历史上广告肖像权的首场官司。

月份牌是当时上海人的一所梦工厂，是浮世中的一幕真实幻影。她们在霞飞路的梧桐光影中摇曳生姿，在百乐门舞池中曼妙芳飞。她们穿着最新潮的旗袍，烫着最流行的髻发，散发着迷人的韵致和风情。这些曾为夺“花魁”而争奇斗艳的妖娆女子，给旧时代的上海甚至中国留下了岁月的痕迹……

张爱玲曾在她的一本小说序言里说，“时代是仓促的，已经在破坏中，还有更大的破坏要来。有一天我们的文明，不论是升华还是浮华，都要成为过去。”承载月份牌的时代已过去，但是月份牌带给我们的那些云烟，不时会隔着时间的碎影，与我们遥遥相望。