

歲月舊夢 風靡一時的老月份牌廣告畫(下)

接上期，老月份牌廣告畫曾風靡一時，但由於歷史原因，如今存世較少，品相完好的早已成珍貴之物。本期，記者將介紹河北省民俗博物館館藏月份牌畫精品。那微微發黃的紙頭，動人嫵媚的笑容，彷彿讓時光倒流回上世紀二三十年代的十里洋場上海灘。

文、攝：香港文匯報記者 張帆

老月份牌廣告畫風靡一時緣於擦筆水彩畫法的創造和時裝美女主題的興起。一批由上海土山灣畫館培養出的畫師，相繼成為月份牌畫的中堅力量。其中代表的畫家有胡伯翔、周柏生、周慕橋、杭稚英、徐詠青、鄭曼陀、金梅生、謝之光、葉淺予、李慕白、金雪塵等，他們或受僱於中外廠商，或自營畫室，以畫件為廠商服務並培訓學徒，都有大量作品行世。

擦筆水彩畫法

早期從事月份牌畫的代表有周慕橋，他的畫風保持更多的是傳統工筆技法，繪製的元寶領古裝美女傳統含蓄，體現了民國時期的女性形象。而這種繪畫的方式很快被鄭曼陀開創的擦筆水彩畫法所取代。

擦筆水彩畫法產生了一種與西方油畫技法一樣逼真的寫實性效果，它先以碳粉擦於人物面部，輕輕揉擦陰影部位，產生出一種素描感，並塗上水彩暈染，這就使人物面部既有西洋畫的立體感，又有中國傳統工筆仕女造型的神韻。

鄭曼陀一畫中美女「呼之欲出」

鄭曼陀，原名達，字菊如，筆名曼陀，出生在杭州。曾在杭州育英書院學習英語，曾師從王姓民間畫師學畫人像。後到杭州設有畫室的二兄軒照相館作畫，專門承接人像寫真。他把從老師那裡學來的傳統人物技法與從書本中學來的水彩技法結合起來，慢慢形成了一種新畫法——擦筆水彩法。先用灰黑色炭粉作明暗層次，再加上水彩畫的淡彩，所以他畫的時裝仕女，面部立體感強，色彩淡雅宜人，肌膚細膩柔和。



鄭曼陀

為使畫上人物「呼之欲出」，鄭曼陀特別注意畫人物的眼珠，使觀眾與畫中人的視線接觸時，產生「眼睛能跟人跑」的效果，頓時名聲大振。當時的杭州不及上海繁榮，鄭曼陀身懷絕技難以在當地施展，於是決定挾藝赴滬謀生。

河北省民俗博物館收藏了多幅鄭曼陀代表作，觀其畫，確實感覺畫中美女呼之欲出，眼睛跟着參觀者跑。

據說鄭曼陀剛到上海的時候，見過上海月份牌中的傳統服裝仕女形象，覺得他們遠不及自己創作的時裝美女形象那樣悅目。人生地不熟的鄭曼陀決定到社會名流經常走動的「張園」去試試運氣。

他在張園掛起四幅用擦筆水彩畫成的時裝美女畫，正巧上海有名的善於經營的大商人黃楚九路過，他以商人特有的敏感發現這些美女形象定能用於商業廣告之中，為自己帶來商業好處，於是將鄭曼陀的四幅美女畫悉數買下，用來為他的中法大藥房做廣告，從此開始，鄭曼陀的畫一下子風靡上海灘，各大香煙公司、保險公司、印刷廠等紛紛向他訂畫，後來他成為了民國時最傑出的廣告畫革新者之一。

杭稚英—上海灘時尚界的風向標

提起月份牌廣告畫畫家，杭稚英不得不提。他被譽為中國近代廣告之父，開創了中國最早的現代廣告公司，設計的月份牌超過



蘇州古村圖 作者謝之光

1600種；他以高超的技巧與對當時時尚的敏銳嗅覺，塑造了上海摩登女郎的新形象，作品佔據了月份牌廣告畫的「半壁江山」，稱雄上海灘30年；他為人慷慨仗義，注重名節，拒絕為上海大亨黃金榮和日本人畫像，贏得了世人的尊重。

美不勝收的旗袍畫卷

上世紀20到30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、黎莉莉等都被作為模特進入「月份牌」畫面中。「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。就此而言，「月份牌」的意義已遠遠超出商業促銷的範圍，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。

河北民俗博物館館藏杭稚英創作的老月份牌廣告畫較多且多是身着旗袍的美女。旗袍誕生於20世紀初葉的上海，30年代到達了頂峰狀態，風靡全國各地。成為中國女性獨具民族特色的國服。1931年，中國第一部有聲電影、胡蝶主演的《歌女紅牡丹》在上海的新光大戲院上演後，銀幕上的明星服裝帶動了時尚潮流。因此，各大電影公司都僱有專門的服裝專家，為影片女主角設計新穎別致的旗袍。而杭稚英時尚嗅覺靈敏，善於從電影、國外畫報中汲取營養，他筆下的美女都是當時都市女性的時髦代表，她們身穿最流行的服裝；玩最時髦的消遣；用最新潮的物品。再加以畫家藝術的想像，運用獨特的表現技法，達到了一種至美的境界。他的畫甚至決定了當時女性的穿著打扮。

寧可借債度日 也要保存氣節

杭稚英為人慷慨仗義，注重名節。親友有困難相求者無不解囊相助，有的甚至接到家中長期供養，但對上海大亨黃金榮的門徒求畫黃的肖像，燒在瓷器上以為祝壽，則婉言拒絕。1941年，太平洋戰爭爆發，日軍進佔上海租界，以重金為酬，要他繪製月份牌。稚英謝絕，並從此擱筆，靠借債度日，改學國畫以自娛。1945年抗戰勝利後，重操舊業，粉筆不已，二三年間把債還清。終因勞累過度，患腦溢血逝世。追悼會上，有近千人前來向其遺體告別。

據介紹，稚英畫室業務繁忙，杭稚英、金雪塵、李慕白三人作為畫室的三大支柱，逐漸形成了年畫創作中的「杭派」。有些署名「稚英」的作



床半倚圖

作者：張荻寒

張荻寒，著名月份牌畫家，學習與商務印書館圖書部，受聘於華成煙草公司。其代表作為民間故事題材連環畫《三笑緣》。



游春圖 作者謝之光

品，由李慕白畫人，金雪塵畫背景，杭稚英負責創意與最後修繕。

原河北省民俗博物館館長常素霞介紹說，隨着時代變遷與歲月流逝，並經「文革」十年浩劫，當年鋪天蓋地、俯拾即是「月份牌」大量被毀和流失，保存至今且品相良好的越來越少，至於名家繪製的「月份牌」原稿更屬鳳毛麟角。中國內地收藏月份牌風氣形成較晚，大約在上世紀八十年代初期。目前專門收藏月份牌的藏家人數已經多了，月份牌成了一種較為搶手和難尋覓的收藏種類。

在藝術品拍賣市場上，早期的精品月份牌畫原稿是藏家熱捧的珍品，其根本原因在於與中國書畫等傳統藝術品相比，價格較為低廉。但是，月份牌畫作為一種民族繪畫形式，記錄着一個時代的歷史與文化，自然有重要的史料價值，收藏價值與很高的觀賞價值，且存世量又少，其未來的升值潛力不容小覷。

小鏈接：

月份牌廣告畫的獨有魅力和特點：

1. 早期廣告畫大都配有傳統節氣或中西對照年曆表，具有很強的實用性。
2. 採用新式石印或者膠印技術，畫面豐滿逼真，生動感人。
3. 老月份牌廣告畫運用的擦筆淡彩畫法，形象地、細膩地體現了當時東方女性動人的魅力。筆法細膩傳神，畫中美人有「眼睛能跟着人走」、「呼之欲出」的誘人神韻。
4. 審美與廣告功能進一步彰顯，商品廣告是它生存的動力和依據。但有趣的是，老月份牌廣告畫自問世以來，作為主角的商品只被處理在邊框等不大顯眼的地方。
5. 在相當長一段時間裡，月份牌廣告畫是隨商品免費贈送的。
6. 「月份牌」的用紙有卡紙與銅版紙兩種，早期多用尺幅較小的硬卡紙印刷，將月曆表印在背面。當大尺幅的銅版紙成為主流以後，上下兩端還鑲有銅邊，上端銅邊居中穿孔，可以掛掛。



閒情

作者：胡伯翔

藝訊

「遷想妙得一饒宗頤書畫欣賞」展覽下月舉行

保利香港拍賣有限公司繼「亞洲不安之旅 IV」後，與香港集古齋畫廊攜手舉辦「遷想妙得一饒宗頤書畫欣賞」展覽，並於2014年2月13日至28日假香港保利藝術空間隆重舉行。此次展覽囊括了饒宗頤教授逾30幅書法及繪畫作品。

饒教授早年在書法上用力於碑學，尤能表現魏碑的

險絕風采，譬如書坡翁名句「無事此靜坐，有福方讀書」對聯。據悉，是次作品主要來自私人收藏，當中以書法為主，也有山水、人物、花鳥等繪畫作品，對饒宗頤近十年來較少見市的荷花畫作亦有呈現。

是次展覽中的《金荷》，寥寥幾筆既勾勒出荷花的照怡清淨，亭亭靜植，豔而不俗。配以朱砂四言對

聯。另有一幅《銀荷》，純用銀色表現荷花，配以「奇石千年壽，好花四時開」的五言對聯，映襯銀荷之奇秀照怡。《吃茶去》為饒教授與沈覺初先生合作。畫中紅泥小壺與紅梅交相呼應，逸趣橫生，得禪道於意象之外。《山谷幽居》源自嵇康之千古名句。畫中山高屋隱，隱士悠然撫弦，略點綴歸鴻款款。



《金荷》 饒宗頤作