

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2013.04.017

# 宋代招幌的美学特征及其对现代广告设计的启示

张红颖, 张宗登

(湖南工业大学, 包装设计艺术学院, 湖南 株洲 412007)

**摘要:** 招幌是宋代工艺美术的典型代表, 当时的民间艺人通过对行业 and 商品元素进行提炼、概括, 以富有生活气息的造型和色彩、丰富深刻的寓意与各种自然材质相结合, 使招幌呈现出淳朴、率真的艺术特征。其在以下方面给现代广告设计提供了启示: 鲜明直观地传递信息, 含蓄清新地搭配颜色, 装饰元素融入传统文化。

**关键词:** 宋代; 招幌; 美学特征; 广告设计

中图分类号: J524.3

文献标志码: A

文章编号: 1674-7100(2013)04-0073-04

## The Aesthetic Characteristics and Inspiration of Chinese Signboards in Song Dynasty

Zhang Hongying, Zhang Zongdeng

(School of Packaging Design and Art, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

**Abstract:** Chinese Signboard is a typical representative of Arts and Crafts in Song Dynasty. By refining and summarizing the industry and commodity elements with modeling and colors full of vitality, combining morals with various natural materials, traditional folk artists endowed the signboards with simple and forthright artistic characteristics. The signboards of Song dynasty are inspirational to today's designers in the aspects of simple shapes, direct and clear information communication, simple but elegant color employment of implicitness and freshness, natural decoration and element infusion into traditional culture.

**Key words:** Song dynasty; Chinese signboards; aesthetic characteristics; advertising design

招幌是伴随着商业贸易、商业信息传播而出现的一种传统广告形式, 用今天的语言来解读, 它包含着招徕和牌幌两个层面的意思。招幌与今天广告领域所能见到的招牌、商标有较大的区别: 招牌是商业店铺的标志, 商标是产品的标识, 而招幌是手工作坊时代的一种行业标识, 其范畴比招牌和商标广得多<sup>[1]</sup>。作为一种广告形式, 宋代各式招幌大多具有相似的本质, 那就是招徕顾客, 吸引受众, 达到扩大商业营销的目的。

## 1 宋代招幌概述

招幌源于古代最原始的实物广告。最早的实物广告起源于何时, 由于史料的缺乏, 现在已难以考证。但有一点可以确信, 招幌的产生与坐贾(“贾”, 读“gǔ”)的出现有直接的关系。坐贾的出现, 是社会经济发展和商品交易日益频繁, 集市和城市逐渐形成的结果。早在春秋时期, 我国古代商人已有了行商和坐贾的区分。班固《白虎通义》曰: “商、贾何

收稿日期: 2013-06-26

基金项目: 湖南省哲学社会科学基金资助项目(12YBB077), 湖南省教育厅科学研究基金资助项目(13C048)

作者简介: 张红颖(1982-), 女, 河北安新人, 湖南工业大学讲师, 硕士, 主要从事视觉传达设计方面的教学与研究,

E-mail: zhangzongdeng@163.com

谓也？商之为言商也，商其远近，度其有亡，通四方之物，故谓之商也。贾之为言固也，固有其用物以待民来，以求其利者也。行曰商，止曰贾。”<sup>[2]</sup>可见，“贾”即为有固定场所的坐商，由此可以推断，招幌的出现应该在春秋时期，距今约2500年的历史。

宋代是招幌真正得到繁荣与发展的关键时期，这主要基于两方面的原因：一是秦至唐朝，不同朝代都颁布了以抑商为目的的坊市政策，城市的贸易地点只能在固定的场所进行（如今天的集贸市场），所有商品实行分区销售，所售相同物品的商家较少，基本没有商业竞争，城市街头较难见到招幌。如《长安志》记载，唐代的坊，除坊门外都围着墙，如无特别允许，不能随便向大街开门<sup>[3]</sup>。抑商为主的坊市政策一直延续到北宋初年，该制度解体后，以招徕顾客为目的的招幌才得以大规模在街头出现。宋代官办坊市的传统逐渐取消后，商人可根据需要，自行开办商铺进行贸易，因而市场经济活跃。二是宋代人口数量的增多，城市化不断扩展。据宋史文献记载，到了宋代，有40多个城市的人口超过了10万，有的城市人口甚至超过100万。如北宋时期的开封，人口已经达到150万，其规模已经与现代中等城市不相上下<sup>[4]</sup>。以上两个因素，促进了宋代城市经济的迅速发展，也促进了招幌种类、形制、色彩和材料的不断丰富。从宋代张择端所绘《清明上河图》可以看到北宋京师的繁荣景象，各式招幌、酒旗和“字招”琳琅满目。《清明上河图》中招幌有近30多处，这些招牌或悬挂于门上，或立于铺门前，分为竖招、横招、坐地招、墙招，为香料店、药店、旅店、酒舍、纸马铺、卦肆、绸缎店、装裱店等店铺的标识<sup>[5]</sup>。

## 2 宋代招幌的美学特征

宋代初期，经济和政治制度的转变对当时社会经济的发展产生了重要影响。北宋政权的建立，结束了多年的割据纷争，统治者实行了轻徭薄赋、招徕流亡、奖励生产、鼓励兼并、不立田制等一系列休养生息的政策，使得宋代经济得到迅速发展<sup>[6]</sup>。宋时的民众奉行自然，崇尚理性，以天地为本源，在生活上追求素雅平淡，舍弃刻意雕琢的美，这一特点也反映在工艺美术领域。招幌是宋代工艺美术的典型代表，具有典雅平正、内敛纯真的艺术风格。招幌在装饰上不事雕琢，以质朴取胜，给人清淡雅致、含蓄淳朴之艺术美感。

### 2.1 形制简单质朴

宋代招幌沿袭了秦汉以来招幌的主要特征，在

形制上却又表现出其所独有的特点。宋代招幌在形制上可以分为两种类型：一类是写实性招幌，一类是写意性招幌。招幌的使用在当时已经有了明确的规范：横幌一般挂在店铺的门楣上方，竖立的招幌悬挂于店铺入口右侧，坐幌放置在店铺内部的商用展台上，内幌则挂在店铺内部的墙壁上，作为装饰墙体之用。不论是横幌、立幌，还是坐幌、内幌，既可以是写实性的，也可以是写意性的。

写实性招幌形制构成主要有以下形式：1) 用所销售的商品进行直接悬挂或摆设，如卖鞋的店铺悬挂一只靴子。2) 将所销售商品进行放大、缩小，或夸张、变形，进行悬挂或摆设，如卖针线的店铺悬挂一根形体较大的木针。3) 使用与所销售商品相关联的物体进行悬挂或摆设，如卖包子的店铺，在门口挂一个小型的蒸笼。写实性招幌形象直观，普通民众只要根据自身的生活经验，就能很好地判断出店铺所销售的是哪一种商品。写实性招幌造型大多简洁优美，讲究形与比例的协调。不管是包子铺悬挂一个竹制蒸笼，还是“白麻”商铺悬挂的数缕麻线，招幌在形制上都是非常简洁的。这种形制的简洁正是招幌造型上共通性的体现。

写意性招幌的形制构成主要有以下形式：1) 使用图画内容作为招幌的主体，反映经营的品种、类型，如五金工具类招幌使用工具的图案来展示行业信息。2) 使用抽象化、概念化的象征性符号作为招幌的主要构成元素，如酒铺的招幌，大多在门口悬挂一个葫芦来展示店铺信息。3) 在幌旗上面书写所销售商品的名称以招徕顾客（与今天的商业招牌相似），如在酒铺的幌旗上书写一个“酒”字，让人一看就很明了。

从写实性招幌与写意性招幌的构成主体来看，二者均具有简洁、典雅的特点。宋代招幌的设计制作清除了多余的装饰并紧紧与其本质相伴。这种简单质朴的造型，让人们体味到轻松活泼、简洁明快的愉悦感，传达出一种质朴纯真、清淡雅致的生活态度。

### 2.2 色彩素雅明快

宋代招幌的用色多注重美观悦目，色彩明度高，往往给路人以清新的视觉吸引力，从而达到了广告宣传、引导消费和装饰店铺的目的。宋代招幌在色彩的运用上侧重使用比较素雅的蓝、黑、白色，同时也会采用具有吉祥寓意的红色或黄色，而在具体招幌的制作过程中，惯于使用单一色彩。招幌在材料自然呈色的基础上，追求视觉美感效果，整体显现出简洁、明快、素雅、生动的特点，体现了这一时期招幌鲜明的形象特征。

宋代招幌的色彩是宋代色彩文化的构成部分。以蓝、黑、白为主的素雅色彩,可以展现淡雅、朴素的色彩观念;而以红色或黄色为主的吉祥色彩,可以表现喜庆吉祥的心理寓意。从色彩心理学的角度讲,从唐代浓烈的色彩转向宋代清雅色彩的变化,正是这一时期人们内在心理需求的转变,这种内在心理需求的外化,将宋代浑然天成、自然朴素的美学思想体现得淋漓尽致<sup>[7]</sup>。

### 2.3 装饰自然传统

宋代招幌大多去掉了多余装饰,以匀称的造型、合适的比例、润泽的表面来传达一种含蓄之美。宋代招幌中有的运用祥、盛、益、隆、和、福、泰、兴、恒、昌等具有祝福意味的吉祥字语,有的在招幌上绘制如蝙蝠、蝴蝶、石榴、桃、莲花等吉祥图形;也有些将文字和图案结合,甚至在招幌的幌杆、幌挑、幌挂、幌盖、幌披、幌架、幌体、幌座、幌坠上装饰一定的纹样,使得招幌的整体造型和寓意紧密结合,表现出对大众心理与传统观念的尊重和喜爱<sup>[8]</sup>。在装饰纹样上,宋代商家们偏爱钱纹、龙纹、云纹、如意纹、覆莲纹、夔龙纹、聚宝盆、福字等代表吉祥、富贵的元素,体现了热闹喜庆、大吉大利的主观愿望;在装饰图案方面,有寓意吉祥的凤凰、龙、鹤、喜鹊、佛手、竹、鱼、梅、葫芦、灵芝、万字、双喜、寿字、福字等,如行医与药店的招牌,大多有葫芦、串铃、鱼符等元素<sup>[9]</sup>。

## 3 宋代招幌对现代广告设计的启示

宋代招幌是坊市制度瓦解、商品贸易繁荣、市民文化兴盛、商品经济高度发展的产物,也是中国传统招幌的典型代表。宋代招幌形制古拙朴实,式样活泼生动,千百年来,以大众熟悉的方式,传达淳朴与率真的民间美学理念,鼓舞着社会的生存和创造的活力<sup>[10]</sup>。宋代招幌形制简洁,信息传递鲜明直接;色彩素雅,颜色搭配含蓄清新;装饰自然,元素融入传统文化,给现代广告设计以启示。

### 3.1 鲜明直观地传递信息

经过长期的动乱,到了宋代,人心思定,人们奉行自然,强调“天人合一”。受这种思想的影响,宋代商家和民间艺人在招幌的制作上,善于师法自然,通过对自然淳朴的自然美学进行抽象概括,使招幌成为简约直观、鲜明生动的视觉传达符号。宋代招幌遵循质朴的生活规范,通过对行业 and 商品元素进行提炼、概括,把民众对生活的热爱、对幸福的憧憬和具有传承性的造物理念,以富有厚重的生活气息的造型和色彩、丰富深刻的寓意与各种自然材质

相结合,构成了宋代招幌淳朴、率真的形态特征。这种形制简洁、质朴率真的造物法则,在当时社会具有广泛的认同性和高度的共识性。

招幌具有商业宣传和引导消费的功能,这与今天的商业广告在本质上没有太大不同。然而,在传达方式上,二者却有较大差异。宋时招幌的造物原则融合了当时普通民众的思维方式和精神追求,信息传达鲜明直观。而当前繁华的都市却到处可见所悬挂的低俗商业广告,给人一种压抑、光怪陆离的视觉感受,显示了当前商家的浮躁和功利,也给生活压力较大的都市民众带来一种莫名的厌恶感。反观宋时招幌简约概括和识别性较强的形式,可以让消费者在素雅淳朴的元素中,直观地感受商品的信息、商品的类别和服务项目。

### 3.2 含蓄清新地搭配颜色

在商业信息传播的过程中,色彩最具有说服力和吸引力。民众的审美情趣、文化素养、精神情感等,都可通过色彩在同一时间进行传播。同时,色彩能刺激人们的感官,吸引受众的注意力。现代都市琳琅满目的商业广告和色彩各异的霓虹灯,使市场经济浓厚的商业气息充满了城市的每一个角落。色彩夸张、艳丽斑驳的商业广告虽然达到了吸引消费者眼球的目的,但同时也给人带来了躁动与压力。宋代招幌用色以蓝、黑、白为主,搭配少许红、黄色,使其具有清新、明快特点,这种色彩可给人带来心灵的宁静。宋代招幌在色彩上的素雅与含蓄,充满了浓郁的民族特色和吉祥寓意,对今天的商业广告设计的色彩选择,具有重要的参考价值。

在今天的广告设计中,色彩素雅明快的广告设计往往能获得消费者的好感。如德国著名雨伞品牌BRELLA的门头广告设计(如图1所示),采用比较素雅的冷色调,门头采用3个可爱的立体雨伞的造型,跟宋代传统写实性招幌有异曲同工之妙。



图1 BRELLA 雨伞的门头广告设计

Fig.1 “BRELLA” advertising design at the door

### 3.3 装饰元素融入传统文化

宋代招幌的装饰元素以具有吉祥寓意的民间图案为主,装饰材料大多为自然材质,带有浓郁的传统特征和民俗文化色彩。自然材质如木、石、藤、布、棉、麻等,承载着人与自然之间淳朴的情感,拥有温和质朴的质感,传递着自然和谐的力量。招幌设计制作中自然装饰材料的运用,使招幌显得质朴自然,同时使消费者心理上感受到一种原始的召唤以及温暖的关怀。

宋代招幌大多采用能反映普通民众生活习惯与审美情趣的吉祥元素(如本文2.3所述),以传达出宋代民众丰富的情感,蕴含了宋代民众趋利避害、祈福纳祥的美好愿望。直至今日,这些寓意吉祥的传统文化元素仍然对当代设计师充满着诱惑,并在设计中进行借鉴和吸收。对现代广告设计而言,选择自然材料,可打破当前无机材料一统天下的局面。同时,融入寓意吉祥的传统文化元素,将广告设计的内涵变得生动和丰盈,从而唤起消费者内心的丰富情感,并最终促进销售。

## 4 结语

宋代招幌具有淳朴、素雅、简洁、含蓄的艺术特点。这种淳朴之风是多方面的,既是形式、风格的,又是精神、情感的。至为重要的是,宋代招幌的淳朴与率真是民众质朴心理的外在体现,这种外在形式的质朴源于普通群众质朴率真的人格。宋代的艺人遵循着质朴的生活规范,通过对行业 and 商品元素进行提炼、概括,把民众对生活的热爱、对幸福的憧憬和具有传承性的造物理念,以富有厚重生活气息的造型和色彩、丰富深刻的寓意与各种自然材质结合的方式表现出来,构成了宋代招幌淳朴、率真的艺术特征。

宋代艺人将招幌的外在表现形式和内在寓意完美结合,使其不但具有推广产品的实用价值,而且还寄寓了人类美好的情感和愿望,表现出了设计者精心的艺术构思,这些都值得现代广告设计者学习和借鉴。

### 参考文献:

[1] 吕伟. 幌子: 中国传统商业广告文化的明珠[J]. 苏州大

学学报: 工科版, 2004, 24(3): 73-75.

- Lü Wei. Signboards: The Pearl of Chinese Traditional Commercial Culture[J]. Journal of Soochow University: Engineering Science Edition, 2004, 24(3): 73-75.
- [2] 舒小坚. 古代招幌广告媒介的艺术[J]. 文艺争鸣, 2011(8): 89-91.
- Shu Xiaojian. The Art of Advertising Media for Traditional Signboards[J]. Literature and Art Debate, 2011(8): 89-91.
- [3] 范纬. 老北京的招幌[M]. 北京: 文物出版社, 2004: 4-5.
- Fan Wei. Signboards of Old Beijing[M]. Beijing: Cultural Relic Publishing House, 2004: 4-5.
- [4] 包伟民. 意象与现实: 宋代城市等级刍议[J]. 史学月刊, 2010(1): 34-35.
- Bao Weimin. Image and Reality: City Level Discussion in Song[J]. Journal of Historical Science, 2010(1): 34-35.
- [5] 许大海. 《清明上河图》中的招幌艺术与现代店铺标志设计[J]. 民族艺术研究, 2011(1): 153-157.
- Xu Dahai. Signboards Art of Qingming Shanghe Tu and Modern Logo Design[J]. Studies in National Art, 2011(1): 153-157.
- [6] 谭凤娥. 试论宋代的市民文艺和商业[J]. 贵州文史丛刊, 2003(3): 35-38.
- Tan Feng'e. A Tentative Study of the Civil Literature and Business of the Song Dynasty[J]. Guizhou Culture and History, 2003(3): 35-38.
- [7] 庞绮, 李亚洁. 宋代色彩风格探析[J]. 装饰, 2009(11): 46-51.
- Pang Qi, Li Yajie. The Analysis of the Song Dynasty Color Style[J]. Art & Design, 2009(11): 46-51.
- [8] 曲彦斌. 中国招幌[M]. 沈阳: 辽宁古籍出版社, 2000: 87.
- Qu Yanbin. Chinese Signboards[M]. Shenyang: Liaoning Ancient Book Press, 2000: 87.
- [9] 钟福民. 传统招幌与现代商业视觉设计[J]. 包装工程, 2008, 29(5): 180-182.
- Zhong Fumin. Traditional Poster and Modern Commercial Visual Design[J]. Packaging Engineering, 2008, 29(5): 180-182.
- [10] 王行恭. 中国传统市招[M]. 台北: 台湾艺术家出版社, 1995: 25.
- Wang Xinggong. Chinese Traditional Signboards[M]. Taipei: Taiwan Artist Press, 1994: 25.

(责任编辑: 蔡燕飞)