

## 视觉传达设计

# 20世纪二三十年代月份牌广告中的包装设计

赵绍印

(徐州工程学院, 徐州 221008)

**摘要:** 通过分析20世纪二三十年代月份牌广告中绘制的商业产品包装, 归纳出此时产品包装的种类, 并结合当时社会生活的经济和政治状况分析得出: 不同种类的商业产品包装在造型、色彩、商标、版式和文案设计中体现出了共同的时代性特征, 即造型单纯, 多用三原色, 版式较满, 商标多具象, 文案多具爱国寓意等鲜明特征。

**关键词:** 月份牌广告; 包装设计; 设计特征

**中图分类号:** J524.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)14-0001-04

## Packaging Design in the Calendar Advertisements in the 1920s to 1930s

ZHAO Shao-yin

(Xuzhou Institute of Technology, Xuzhou 221008, China)

**Abstract:** Through analysis of business packaging in calendar advertisements in the 1920s to 1930s, it arranged the kinds of product packaging. Combined with the economic and political status of social life, it drew a conclusion from the packaging design in the models, colors, format and copywriter design with intuitive, specific, lifelike and patriotic moral.

**Key words:** calendar advertisements; packaging design; design feature

清末民初, 中国上海成为了较早的对外开放的通商口岸, 允许外国人居住和进行商业贸易, 随之使得上海的商业经济很快发展和繁荣起来。20世纪30年代中国上海的现代化进程, 已经可以与当时法国的巴黎、美国的纽约等现代都市比肩了。1930年的上海确实已是一个繁忙的国际大都会——世界第五大城市, 她又是中国最大的港口和通商口岸, 一个国际传奇, 号称“东方巴黎”, 一个与传统中国其它地区截然不同的充满现代魅力的世界<sup>[1]</sup>。如1926年创刊的描绘大众日常生活的《良友》画报, 在第85, 87, 88, 89期上连续刊登了取名为“都会的刺激”、“上海的现代便利”、“上海之高阔人”和“大都会上海的魅力”等生活照片, 展现了现代化的高楼、洋房、商场、百货公司。家居环境装潢精美, 街道拓宽, 路灯广设, 铁路纵横, 汽车穿梭; 现代化的广场、运动场和公园等公共空间供人们休闲; 新型的歌舞厅、电影院、戏院、咖啡厅等上演着充满现代气息的歌舞表演, 展示着电影明星的风采, 供人们娱乐, 满足人们的精神需求, 在上海一派现代化商业繁荣的生活景观<sup>[2]</sup>。月份牌广告画就是在这个背

景中产生的一种商业促销媒介。

## 1 月份牌

月份牌是产生于清末民初, 盛行于民国时期上海的一种广告形式或者说是一种广告信息媒体。它属于一种二维的特殊绘画种类, 画中主要题材有传统绘画, 风俗年画, 吉祥图案, 风景人物, 时尚美女, 民间传说, 历史故事等。它是一种独立的现代商业插画的种类, 更确切地讲它属于现代意义上的广告设计<sup>[3]</sup>。在月份牌画幅的边沿: 或上部, 或下部, 或左, 或右标注商品名称、商号或产品包装图片<sup>[4]</sup>。开始的时候, 此种广告画面中都印有月份日历, 后来随着此种广告形式的市场流行和大众的喜爱, 月份日历的内容逐渐消失, 只保留公司名称和产品形象内容, 由原来具有日历性质的广告形式改成主要进行产品和企业的宣传, 但是月份牌的名称也被流传开来, 成为这个时期的中国特有的一种广告形式。因为月份牌的产生原因主要是当时中国商品经济发展的需要, 所以其主要的功能是公司借用

收稿日期: 2011-03-17

作者简介: 赵绍印(1978-), 男, 山东菏泽人, 硕士, 徐州工程学院讲师, 主要从事平面艺术设计理论研究。

它进行产品或服务宣传,以此来吸引消费者购买而开展的一种促销活动。这样在月份牌广告中就少不了绘制或印刷有大量商品包装的图片。这也为研究中国现代包装设计发展史打开了一扇窗户。

## 2 月份牌中的商品包装种类

根据目前笔者所统计到的月份牌资料,其画面中绘有的产品包装设计的种类包括:香烟包装、食品包装、药品包装、布匹包装、生活日用品包装、工业产品包装等。由于当时上海是中国最早的对外开放商埠,所以上海当时的商业发展比较繁荣,国内外公司企业众多,不少国际上的企业在中国上海设立分公司,进行产品销售。当时的企业产品中一个公司可以拥有多个标志,同一个公司生产的产品可以使用不同的商标进行促销,所以产品的包装设计上也就手法多样、内容丰富,这有利于商品包装实现多样化,满足不同消费者的需求。例如1926年胡伯翔绘制的永泰和烟草公司的月份牌广告中,出现的香烟标志有:第一号香烟、桥牌香烟、帝国牌香烟、胜利牌香烟等。

香烟类包装中就有美丽牌香烟包装,老刀牌香烟包装,大前门香烟包装等数十种之多。食品类包装中有麦乳精包装,啤酒包装,月饼包装等。药品包装中有阿斯匹灵药品包装,万金油药品包装和花露水包装等。日用生活用品包装包括,牙膏包装,蚊香包装,女性化妆品包装等。工业产品包装有灯泡包装,手电筒包装等。文具用品包装有颜料包装等。月份牌广告中的商品包装见图1。月份牌广告中的商品包装种类



图1 月份牌广告中的商品包装

Fig.1 Commodity packaging in the calendar advertisements

见表1。

## 3 月份牌中的商品包装设计特征

月份牌中的产品包装设计种类繁多,特别是产品包装中的标志,一个公司根据需要可以申请不同的标

志,一个标志就是一种包装设计。包装的造型单纯,几何形状较多,色彩多暖色,版式元素手法多为写实,图形直接表达包装的标志,具体、形象、直观易懂。

### 3.1 商品包装的造型以方形和圆桶形为主

通过表1可以看出当时商品包装的种类比较多,品牌也很丰富。统计当时月份牌中出现的包装品牌就不低于35种。特别是当时的香烟种类,虽然品牌繁多,但是其包装大都是以10支装方形和30支等以上装的圆桶形2种造型为主。牙膏、香皂、肥皂盒药皂等包装基本都是扁方形和长条方形。其中蚊香的包装和现在市场上的蚊香包装造型基本差不多,有扁方形和圆饼形。当时的商品包装造型特点如下:

1) 方形和圆桶形较多。典型的是香烟包装,还有药品包装,如日本仁丹、中将汤、人造自来血、英商源来盛第威德补肾丸等;食品包装,如冠生园饼干、飞鹰老牌炼乳、勒吐精代乳粉等。

2) 包装造型多以产品形状为基准进行设计,也有根据产品的功能特点进行包装造型的,这一点多体现在女性化妆品包装的设计中。例如柏内洋行三塔牌化妆品系列包装,其中双妹牌白玫瑰香水包装、兰花香水包装和甜橙香水包装的造型就是3种式样,花露水包装、爽身粉包装、雪花膏包装等都有各自的造型。

### 3.2 商品包装的色彩多用三原色

由于受当时印刷技术等其它工艺水平的限制,商品包装中的色彩清淡雅致,不是以渐变的光影变化取胜,而是以平涂的装饰性图案见长。例如香烟、药品、化妆品和日用品的包装色彩都是平涂为主;图形轮廓和造型多为具象,这样的组合便产生出直观浓郁的装饰艺术性。除此之外,月份牌中的产品包装的色彩运用还有一个明显特点,就是在产品外观包装中使用最多的色彩是红、黄、蓝三原色。例如香烟包装中使用红颜色的品牌就有哈德门、月宫牌、老刀牌、第一牌、胜利牌、双鹤牌、白马牌、爱国牌、大婴孩、福星牌、中和牌和雀屏牌等。哈德门香烟见图2。日用品包装中



图2 哈德门香烟

Fig.2 Hatamen cigarettes

表1 月份牌广告中的商品包装种类

Tab.1 The kinds of packaging design in the calendar advertisements

| 种类        | 月份牌中的产品品牌包装   | 绘制时间或生产经销商       | 月份牌绘制          |
|-----------|---|------------------|----------------|
| 药品        | 健胃固肠丸包装   | 民国二十年谷回春堂发售      | 谢之光            |
|           | 花露香水、花露香粉包装   | 林文烟公司            | 谢之光            |
|           | 花露香水、花露香粉包装   | 1927年,英商老晋隆有限公司  | 谢之光            |
|           | 花露水、超口香、爽身粉包装   | 广生行有限公司          | 杭稚英            |
|           | 姑嫂牌调经姑嫂丸包装  | 1920年,香港天寿堂药行    | 杭稚英            |
|           | 鱼人商标鱼肝油包装   | 司各脱乳白鲨鱼肝油公司      | 杭稚英            |
|           | 月桂香皂、兰花香皂、富贵白头牌香皂、项上礼香皂、中华卫生药皂、人造自来血;海波药;月月红、非洲树皮丸、助肺呼吸香胶包装 | 五洲大药房            | 杭稚英            |
|           | 鸪菜包装  | 宏兴鸪菜药房           | 杭稚英            |
|           | 孩儿面、赐尔福多延年益寿粉、丹人、咳停、胃宝产品包装                                  | 上海中法大药房          | 杭稚英            |
|           | 生活日用品   | 白日牌灯具包装          | 民国18年,中华美大煤油公司 |
| 条皂包装、肥皂包装 |   | 祥茂洋行,北忌央行        | 杭稚英            |
| 阴丹士林布包装   |   |                  | 杭稚英            |
| 苦林雪花膏包装   |   | 兴隆洋行             | 杭稚英            |
| 香烟        | 海盗牌、孔雀牌、pin head、Sweet、Atlas 包装                             | 清末民初,英美烟草公司      | 周慕桥            |
|           | 飞虎牌、邮政牌、香宾牌、大东牌、美丽牌、醒狮牌、红梅牌、爱民牌、景山牌、四鲜牌香烟包装                 | 1920年左右,中国大东烟草公司 | 谢之光            |
|           | 爱国牌、双喜牌香烟包装   | 中国南洋兄弟烟草公司       | 郑曼陀            |
|           | 大长城牌、圆桶装40~50支和盒装10支香烟包装                                    | 1921年,中国南洋兄弟烟草公司 | 郑曼陀            |
|           | 墨西哥牌香烟包装  | 1924年            | 梁鼎铭            |
|           | 第一号、桥牌、帝国牌、胜利牌香烟包装  | 1926年,永泰和烟草公司    | 胡伯翔            |
|           | 白马牌、足球牌香烟包装   | 奉天太阳烟草公司         | 杭稚英            |
|           | 钦差牌、金砖牌、哈德门牌香烟包装  | 启东烟草股份有限公司       | 杭稚英            |
| 食品饮料      | 建筑牌、鱼叉牌、织女牌香烟包装   | 东亚烟草公司           |                |
|           | 冠生园食品包装   | 冠生园食品公司          | 杭稚英            |
|           | 勒吐精代乳粉包装  | 英瑞公司             | 杭稚英            |
|           | 汽车牌糖果、奶糖、软糖包装   | 京城制果奉天工厂         |                |

的月桂牌香皂,顶上檀香皂,兰花牌香皂,中华卫生药皂,三塔香粉,利华日光肥皂、药皂、牙膏、皂粉,第威德补肾丸,人造自来血,永备牌手电筒,大无畏牌小灯泡,冠生园饼干、杨梅和勒吐精代乳粉等的包装不是使用大面积的红色就是蓝色或者黄色,也有的是红黄蓝按照比例需要搭配使用<sup>[5]</sup>,见图3-4。

### 3.3 商品包装的版式设计和视觉元素

无论是香烟包装,还是食品包装和药品包装,它们包装的版式设计和视觉元素都具有明显的时代特色。其视觉元素的种类和现在产品包装区别不是很大,不外乎商标、广告语、企业名称、底色和版式。最具时代特色的是体现在这些元素的大小、表现和组合上,其特征归纳如下:



图3 利华日光肥皂

Fig.3 Lever sunlight soap

1) 排版较满,字体大而多。由于印刷技术的限制,当时的摄影技术还不能直接在包装中充分地体现出来,虽然在摄影的表达方式上受到了限制,但是这并不影响产品包装信息的传达,主要就依靠字体和手绘图形的组合来实现。在没有插图的包装版式中运用大号的字体设计传达出产品的信息,如:勒吐精代



图4 大无畏牌小灯泡

Fig.4 Great dreadnought lights

乳粉、利华肥皂等的包装版式设计。

2) 多用底色增强视觉冲击力。在当时印刷技术的限制下,摄影图片的清晰度无法充分地实现,但为了使包装增强视觉冲击力,使用的方法除去字体的大小对比外,还有一个重要的方法就是产品包装中多用底色,基本上都是全部涂满色彩,并且都是色彩较纯的三原色,也巧妙地同时使用蓝色和黄色2种补色,形成强烈的视觉效果和产生较强的冲击力。例如:利华日光皂包装、五洲大药房助肺呼吸香胶产品包装的设计等。

3) 元素组合的形式美法则多是对称和均衡。无论是药品包装还是香烟和食品包装,其字体、插图元素的平面构成法则多使用对称均衡式。例如第一号香烟,以伸出的大拇指为视觉中轴,“第一香烟”四字分布在左右上下四角,上面两小字“大号”安排在大拇指上部左右两边,形成典型的对称式构成形式。冠生园食品中的饼干包装上也是以冠生园的“生”字标志为中轴线,形成左右对称。化妆品、饮料等包装中的元素构成更是典型的左右对称。香皂包装的外观版式设计见图5。



图5 香皂包装的外观版式设计

Fig.5 The format design of soap packaging

4) 包装中的商标设计多是具象图形。为了便于区别不同厂家和不同产品,更有利于促销,所有产品基本上都注册了商标,并且无论何种产品的商标,在设计的手法上都具有一个共同点,就是商标设计基本都是比较直观、易懂,使用具象的图形,以手绘表达为主,或线描,或平涂,或二者的结合。商标的轮廓都是具象的,是以实物为参照进行适当地加工概括后设计

而成,没有现在标志的符号化的表达方式。这也许是艺术设计发展中标志设计的图形化阶段。

### 3.4 包装中商品名称或广告文案的社会寓意

19世纪末20世纪初期,中国正处于内忧外患的水深火热之中,一些仁人志士纷纷团结起来发起爱国运动,民族企业家也踊跃加入爱国运动行列,兴办企业,抵制洋货,倡导国货为口号,号召大家团结起来,抵制侵略,这种利用爱国情感的广告方式,在响应爱国运动同时也达到了产品的促销目的。这些品牌和文案的爱国性语言多在香烟上体现,如南洋兄弟烟草公司生产的香烟产品“爱国牌”、“小长城牌”和“大联珠牌”等<sup>[6]</sup>,华商烟草公司的“胜利牌”香烟,中国大东烟草公司的“飞虎牌”、“醒狮牌”和“爱民牌”等<sup>[2]</sup>。

## 4 结语

艺术设计是紧跟时代存在而发展的一项造物性活动,因此它具有明显的时代性特征。20世纪二三十年代的包装设计也不例外,在当时以已经融入世界经济市场的上海为代表,所出现的商品包装设计也具有那个时代的鲜明特征。灯红酒绿的上海滩时代已经成为历史,商品的包装实物相对很难保存到今日,而具有艺术性、广告性和娱乐性的月份牌中依然保留着它们的模样,通过考察其中插图中所绘制的一些产品包装,看到了那个时代的鲜明特色,从中也看到了中国现代艺术设计中的包装设计发展,当时似乎也没有和世界失去联系。这些也许对中国包装设计的今天有些借鉴和启发,并能增强设计师在进行设计探索过程中的自信心。

### 参考文献:

- [1] 陆慧.试论英画室对中国现代商业设计的意义和价值[J].商场现代化,2008,30(6):173-174.
- [2] 郑立君.场景与图像——20世纪的中国招贴艺术[M].重庆:重庆大学出版社,2007.
- [3] 林家治.民国商业美术史[M].上海:上海美术出版社,2008.
- [4] 李广,杨虹.上海“月份牌广告”的启示[J].包装工程,2006,27(2):254-258.
- [5] 李锋,郭承波.中国20世纪二三十年商业美术设计探议[J].装饰,2004(2):65-66.
- [6] 郭恩慈,苏珏.中国现代设计的诞生[M].上海:东方出版中心,2008.