三江月/乐活/

责编/李青 美编/周斌
2020年2月29日 星期六

# 广告“摆渡人”的收藏趣事

1960年的挂历广告

在刘强教授的微信圈里，亮相最多的就是各式各样、带有浓浓岁月感的老式广告。在这个非同寻常的悠长假日里，他也没有闲着，每天忙着整理、研读所收藏的各式广告，浸润其中，乐此不疲。

如果把人类发展史比喻成一条浩荡长河，那么广告传播就是其中一条支流，从古代的实物广告、叫卖广告，到后期的印刷广告，再到当今的互联网广告、植入式广告，这条支流蜿蜒前行，连绵不绝。在广告支流中，刘强就好比一位“摆渡人”——他穿过层层迷雾，竭力寻找中国广告的历史演进和坐标，他在宁波创建了一个藏品6千余件的广告博物馆，涵盖了从清代到近现代各时期，尤其是新中国初期的广告藏品，填补了中国广告史的空白。

刘强是宁波财经学院广告专业教授、中国广告协会学术委员会常委。春节之前，记者来到宁波财经学院，探访了这个特别的博物馆，聆听馆主的收藏趣事。

## A 建馆缘起：访日参观的震撼

中国作为一个文明古国，自秦汉时期就出现了广告。先来一道广告知识问答题：

问：市井街衢，酒旗猎猎，彩楼高悬，店招林立，叫卖声此起彼伏，请问这些场景显示了哪些广告形式？

答：酒旗是旗帜广告，彩楼是彩楼广告，店招是招牌广告，叫卖是口头广告。先秦时期，《楚辞·天问》就有“师望在肆，鼓刀扬声”的记载。

一间约50平方米的收藏室，是广告博物馆的所在，为遮光保温，室里挂着厚厚的窗帘。随着窗帘徐徐拉开，在墙壁上、展示柜里，琳琅满目的各式广告仿佛“苏醒”过来。印刷广告、报刊广告、目录广告、样品广告、幻灯广告等，展品众多，花色混杂，让人眼花缭乱。

“建立广告博物馆，源于一次访日参观带来的震撼。”高大、爽直的刘强向记者侃侃而谈。

2006年春，刘强随中国广告协会赴全球著名的广告公司——日本电通访学，参观了亚洲首家广告博物馆——日本广告博物馆。

“中国古代广告源远流长，当今中国广告经营额全球第二，却没有一个广告博物馆”，当时带给刘强的内心震撼是巨大的。他暗暗下定决心，马上筹备一个中国广告博物馆！

在半年访学期间，在日本友人的推荐之下，刘强每个周末都流连于东京各个古董市场，收集了一批广告藏品。日本的广告同行给刘强起了个“古董先生”的外号。从日本回国后，刘强开始系统地收藏中国各时期的广告。

2013年，从浙江传媒学院调到宁波工作，刘强在学院的支持下，创建了一个小型的广告博物馆。根据我国广告史研究的状况，刘强把收藏重点放在新中国广告、公益广告和晚清广告上。目前国内的广告博物馆有三个，一是东北大学赵琛教授创建的广告博物馆，收集藏品6千多件，主要以清末民初和各国广告为主；二是中国传媒大学创建的中国广告博物馆，主要收藏了央视的电视广告片，其他广告形式较少，第三个就是宁波的广告博物馆，三个广告博物馆互为错位，各具特色。

## B 『眼光毒辣』收藏趣事多

著名收藏家马未都说，做收藏需要三种条件：眼力、财力和机缘。眼力是收藏的第一要义。没有眼力，不仅会花冤枉钱，而且会失去很多机会。

刘强告诉记者，在整个中国收藏界，广告收藏是一个冷门，2000年之前，没有人做过系统的收藏，所以民间散落了大量的珍贵藏品。国内广告收藏者主要关注月份牌广告，因其经济价值较高，对新中国成立以来的广告完全漠视。

刘强说，新中国初期的广告不仅有重要的学术价值，更有文化价值。许多历史文化现象，都可以从新中国广告史的变迁中找到答案。比如，今天大家熟悉的上海光明乳业，其前身是“美女”牌。新中国成立后，当时很多人认为，“美女”带有小资产阶级的痕迹，新中国给人民带来光明，不如改名叫“光明牌”。如今，早期的“美女”牌和“光明”牌广告几乎绝迹，刘强得知上海一藏家有藏品，专程赴沪寻宝，圆满而归，为这段历史佳话提供了史料。

由于长期从事广告研究和教学，刘强对广告藏品的价值有比较准确的认识，被国内著名商标和广告收藏家樊禹戏称为“眼光毒辣”。2018年，刘强赴苏州参加“第六届商标广告收藏文化节”，趁兴去藏友家中寻宝，吃惊地发现了三件1859年英国在中国销售缝纫机的目录广告。这是他所见到的中国最早目录广告，也是中国最早的缝纫机广告！实际上，1850年伊萨克·辛格设计生产出世界上第一台商业缝纫机，1859年英文版目录广告就出现在中国，印上了“烟台德顺兴”的标识。由于上海藏家不了解其价值，刘强以较低价格全部“吃”下，至今引为趣事。

1859年的缝纫机广告

## C 重新定位广告史的坐标

刘强坦言，过去很多传统的历史观点与事实相差较大，广告史需要改写章节。如一种观点认为，上世纪六十年代中期到七十年中期，中国没有商业广告。其实不然，主要是研究者大多数未曾见过实际藏品。一次，刘强在某电商平台上看到一幅1967年广州进出口商品展览会的广告藏品，不禁眼前一亮，凭他多年的感觉，这件藏品极其珍贵！但当时网上卖家要价很高，刘强静待半年后如愿拿下该藏品。

一天，刘强无意中得知广东一位藏友手中有一批上世纪五十年代中期的广告藏品，是从档案馆流出来的。看到藏品照片后，他心中一阵惊喜，这是对开的系列广告海报，一共八张，品相完美。值得称奇的是，该系列广告上半部分是公益广告，下半部分是产品广告。这种把公益广告与商业广告结合起来的广告形式，在世界广告史上极其罕见，在我国也是首次发现。

去年10月，中国传媒大学、中央电视台举办“大国品牌——新中国七十年广告展”，由于缺乏1950—1960年的广告藏品，中国广告博物馆馆长黄升民教授特意找到刘强“救急”，刘强将馆藏的80件珍品送至该广告展，并应邀参加了这一重量级展会，广告珍品引起了全国广告业界的聚焦。

如今宁波的广告博物馆已经小有名声。暨南大学博士生为了写中国公益广告博士论文，专程来宁波“取经”，韩国、中国台湾的师生来宁波学术交流时，也特意前来参观。今年春节，他又收藏到新中国第一部宪法、婚姻法的公益广告，如获至宝。刘强坦言，建立这个博物馆，一方面是个人爱好，另一方面也为广告教学提供了丰富、珍贵的实证。

记者 周晖 文/摄

刘强和他的藏品