

民国商家对辛亥革命的特殊纪念

——“双十节”广告与“广告”双十节

郭 辉, 罗福惠

(华中师范大学 中国近代史研究所, 武汉 430079)

摘要:民国时期的商业广告铺天盖地。在“双十节”这么一个特殊节日里,商家在报刊上的商业广告则广泛地运用“双十节”符号,包括国家缩影象征的“国旗”、表示十月十日的“十十”以及祝福国家的“万岁”。这些符号的使用,不仅丰富了国庆广告的设计,同时也让国庆广告具有了更加深刻的内涵。商家的“双十节”广告,其实也在“广告”双十节,用商品促销的方式纪念辛亥革命。

关键词:商家;辛亥革命;广告;纪念

中图分类号:K257 **文献标志码:**A **文章编号:**1000-5315(2011)05-0020-07

商业广告是商家的一种促销手段,能够传播商品的信息,激起消费者的购买欲望。所以,广告与消费主义之间的关系最为直接,消费伦理为“广告业所控制,它大肆鼓吹的是得过且过、享乐主义、自我表现、美的身体、异教主义、逃避社会义务、向往遥远国度的异域风情、培养生活情趣、使生活具有独特的格调”^{[1]166}。然而,在特定的时期,消费主义与政治可能联系在一起,成为广告的主要内容^①。学界对于近代报刊广告,尤其是《申报》广告的研究已经不少^②,但是对特定节日的商业广告却少见研究著述。民国成立以后,每年的国庆日亦就是辛亥革命爆发之日,俗称为“双十节”^③,商家在报刊上发表大量的广告,在推销商品的同时,也“广告”了双十节。本文以民国时期《申报》上的国庆商业广告为中心,分析商家在国庆广告中对“双十节”符号的运用和对辛亥革命的纪念。

一 “双十节”广告中的国旗

北洋政府规定,“悬旗结彩”为国庆日应举行事^[2]。所谓“悬旗”就是悬挂国旗。北洋政府时期是将五色旗作为国旗。“双十节”商业广告对于五色国旗的使用,早在第一届国庆纪念日的报纸上就出现了。民国国庆纪念,全国各界开展了隆重的纪念活动,到处呈现一片喜庆之色。报纸上也出现了独具“国庆”特色的广告,许多“双十节”符号被广告主利用来做商品宣传,利用最为广泛者为五色国旗。五洲药房的人造自来血广告,将五色国旗与各国国旗并列在一起,围绕于十八星旗与青天白日满地红旗周围^[3]。其中十八星旗为湖北军政府宣告成立时之旗帜,而五色国旗居于次要的位置。此广告的设计,原为纪念阴历“八月十九日武昌首义期”,而非后来国家确定在阳历 10 月 10 日之“国庆”^④,因此有将湖北军政府成立时之旗帜“十八星旗”悬于主要位置的广告设计。虽然五色国旗于广告中并不显眼,但为首次使用,表明了“国庆”之意,在旗帜之下,标“光

收稿日期:2011-03-12

基金项目:教育部哲学社会科学研究重大委托项目“辛亥革命的百年记忆与诠释”(项目编号为 09JZDW004)系列成果之一。

作者简介:郭辉(1983—),男,湖南益阳人,华中师范大学中国近代史研究所博士生,主要研究中国近现代思想文化史;

罗福惠(1945—),男,湖北武汉人,华中师范大学中国近代史研究所教授、博士生导师,主要研究中国近现代思想文化史。

复纪念大赠品”，并有商品促销手段之具体说明。这一广告，将国旗与产品销售联系在一起，为日后许多国庆广告提供了蓝本。

国旗作为“国家的旗帜、国家的缩影、国家的标志”^{[4]181}，越来越受到商家的重视，成为国庆广告中被利用的十分重要的象征符号。1913年，国庆日的仁丹广告中，五色国旗高悬于核心位置，各国国旗悬于各处，气势异常雄伟壮观，右上角为仁丹商标图案和产品说明^[5]。1916年，国庆日出现的中法药房有限公司的广告，将国旗设计得光芒四射^[6]，很容易引起注意，达到吸引国人的目的。1919年，上海中国银行的国庆广告，则在标有上海中国银行招牌的建筑屋顶上悬一五色国旗^[7]。这样将商家品牌与国庆纪念结合起来，也就是“中国银行”实物插图与“五色国旗”情景插图融为一体，达到一种很好的渲染国庆纪念的效果。1921年，中国烟公司的国庆广告，为一国人手执五色国旗奔跑，并有“大中国人吸大中国牌烟，时时刻刻莫忘我大中国”的广告词^[8]，其“国庆”、“国货”之意显露无遗。1925年，申报的一则国庆广告则格外显眼，国旗占整个广告版面的2/3^[9]。此类利用国旗进行商品宣传的广告不胜枚举。

对于众多外商来说，他们在国庆广告中也利用了五色国旗。如大前门香烟广告，将五色国旗、英国国旗、美国国旗三旗交叉，五色国旗居于最中间，四周用“大前门”和“前门”牌香烟烟盒作为“花边”^[10]。虽然广告的主画面是国旗，但此设计既体现了利用“国庆”为产品做宣传，同时满足了中国消费者的心理需要——将五色国旗置于最中间，还表明了此公司的性质——驻华英美烟公司。尤其是国货运动在中国兴起后，中国商家普遍打“国货”牌，在产品说明中高唱“购买国货就是爱国”之类的口号。此时，外商利用国旗则表示出一种友好姿态。像1921年美国奇异电器公司的国庆广告，将五色国旗与美国国旗交叉悬置，并附文字说明：“奇异电器公司历年来于中华物质方面之发展，得以建设的方法，共同合作，此至以为欢欣愉快者，物质方面之发展，今则日益紧要，本公司之目的，乃欲与之更为亲密有益之缔结”^[11]，将中美之间的友好关系表现得淋漓尽致。在外商的国庆广告中，国旗的交织成了合作的象征表达，同时不失时机地在广告核心位置对公司产品种类、性质等作出说明。1922年，美国驻华沙德烟公司的国庆广告，在两国国旗交叉之下，有一中国人

与一美国人互相鞠躬作揖，两人中间则有“总厂在美国纽约，出品纯用美国最上等佛及尼埃烟叶制造”的产品说明^[12]。此广告之图片表意，较前之文字说明更妙。

由于1927年之后国民党逐渐取得全国的统治权，青天白日满地红旗作为国旗与青天白日旗作为党旗，在国庆广告中普遍出现。1927年，中国中和烟公司的国庆广告，为许多孩子手举巨大烟盒制作而成的灯笼，上面标有该公司生产的各种香烟品牌名称，而为首者一手持“青天白日满地红旗”，一手持标有“国庆纪念”字样的灯笼，在推广产品的同时，意含对国庆的纪念^[13]。虽然此时全国尚未统一，但商家在广告媒体上惯用的“国旗”快速地被转换成了青天白日满地红旗，这种快速转换，与国民党人的国旗政策密切相关。孙中山一直反对将五色旗作为中华民国的国旗，并在1913年二次革命失败之后到日本组织中华革命党时就明确规定：“青天白日满地红旗为国旗”，此后还几次宣布青天白日满地红旗为国旗^{[4]178-179}。商家广告内容的快速转换，显然符合孙中山与国民党的一贯政策，是商家政治敏锐性的迅速体现。

与前不同的是，国民党党旗“青天白日旗”在国庆广告中受到欢迎^{[4]179}，国旗与党旗经常一起出现，此正为“党国化”国庆日之表现^{[14]224-239}。纬成股份有限公司的广告在背景处理上悬挂有众多的青天白日满地红旗与青天白日旗，称自己为“中国最雄厚最伟大之丝业工厂”^[15]。1928年，中国振益烟公司的容髦牌国货香烟的国庆广告，就是将两面青天白日旗交叉，并有“恭祝国庆”字样，下则有商标“时髦牌香烟”、“容髦牌香烟”，并有“双十佳节，薄海同庆，时髦香烟，到处欢迎”的广告语^[16]。1930年，上海及各省中华书局的国庆广告，就是青天白日旗与青天白日满地红旗交叉^[17]。1940年，上海啤酒国庆广告也是党国旗交叉^[18]。这样的广告在当时十分常见，显示出党与国之间的关系，也成功地推销了商品。不过，应该注意的是，虽然党旗受到了重视，但是对于多数国庆广告来说，国旗的运用还是占主导地位的。

外商的政治嗅觉十分灵敏，将原来的五色国旗换成青天白日满地红旗，虽然是换汤不换药，却表明他们顺应时代、转变政治立场，以迎合统治阶级的意愿和需要，也是对自身生存的一种寻求。同样是美国奇异电器公司，其1928年的国庆广告，为青天白

日满地红旗与美国国旗交叉,广告说明文字也变为:“北伐告成,南北统一,从此战事结束,全国尽力建设,不久百业兴盛,民生富裕,敝公司可为预祝者也,惟当兹建设伊始,各种物质上之需要,刻不容缓。故敝公司愿尽力贡献,以副各界之愿望。”^[19]可见,其态度转变之迅速,表明该公司对新政权的认同。外商注重对利润的追求,他们只是想方设法取得中国人的支持,尤其是在国货运动的热潮中,尤为关注如何与中国商家进行竞争以及如何吸引中国人对其产品的注意。所以,在商家的众多国庆广告中,外商的广告并不占优势,这或许与他们本身对产品质量、性能等方面的自信有很大的关系。但不可否认的是,对于“国庆”来说,外商可资利用的资源远不如中国商家,因为国庆本身就有一种民族主义的内涵,容易成为中国商家宣传国货的重要渠道。

二 “双十节”广告中的“十十”

国庆广告中,除了国旗的普遍使用之外,还有“十十”符号的出现与广泛运用。该符号为“双十”形象的表达,且在广告中的表现手法更为灵活。这是因为国旗的样式是固定的,而“十十”符号可以填充各种质材。

“十十”符号在国庆广告中的最早出现,应该是1921年的国庆十周年纪念。比如,永泰和烟行的双十牌香烟广告,就有“爱中国者不能忘这‘十十’字;不忘‘十十’者必须吸‘十十’香烟”,永泰和烟行注册的双十牌香烟的标志就是“十十”,此“十十”用两个十字架并列以表示^[20]。美国奇异电器公司的广告,似乎也在无意之中用到了“十十十”符号,因为在这个符号之上,分别有“年月日”,将之称为“三十节”^[11]。上海中华皮鞋有限公司的国庆广告中,一自由女神像站在“十十十”符号之上,表示为“十年十月十日”,指第十周年十月十日国庆纪念,其下有皮鞋式样图标,旁缀“上海中华皮鞋有限公司”字样,给人的印象似乎是自由女神穿的“上海中华皮鞋有限公司”出产的“式样精美,构造坚固,价格又廉”之皮鞋^[21]。“十十”符号的出现,除了永泰和烟行的广告之外,其他还为一种偶然,只因此年国庆为一特殊纪念年份。永泰和烟行所以会出现“十十”符号,也与其“十十”香烟品牌有重要联系,我们不知道“十十”牌香烟是不是应“双十节”之“十十”灵感设计,它或许只是一种巧合,但却是一种现实。

不管怎么说,正是由于一种巧合或者说有意为

之,中国汉字的魅力得到充分体现,“十十”符号表示“十月十日”,在国庆广告中受到商家越来越多的肯定。1923年,先施公司的国庆广告,为一巨大“十十”符号,上书“先施公司同人敬祝”^[22],一目了然,十分形象,同时也让人们记住了“先施公司”。1925年,上海中国利兴烟公司的国庆广告,其主画面就是“十十”符号,上书“上海中国利兴烟公司全人敬祝”,两边分别为利兴烟公司的两种烟品牌:大乾坤香烟和一字牌香烟^[23]。“十十”符号的运用,不像国旗那样受到政权的影响而变更。它强调的是一种“表形”而不是表意,所以不管是在北洋政府统治时期,还是南京国民政府统治时期,都可以使用它来表示“十月十日”,本身具有稳定的一面。南京国民政府时期的国庆广告中,对“十十”符号的运用更多,像1928年五洲大药房、广昇谱丝袜、同昌车行的国庆广告中都有鲜明的“十十”符号^[24]。1936年,南洋兄弟烟草公司出品的白金龙牌香烟国庆广告,用“十十”符号做背景,上书“恭祝国庆”字样,下有多对男女正在跳交际舞,并冒出“我最爱的是白金龙香烟”的广告语^[25]。

“十十”符号在国庆广告中的运用比比皆是,十分灵活。除了前述简单的“十十”符号,也有不少“十十”符号被装饰以丰富的图形,更加引人注目,吸引着广告的阅读者。像1925年南洋兄弟烟草公司的国庆广告,将两个“十十”符号放置在一起,上面点缀有一个大的“♥”符号,为爱国之表示,有“时达双十节,大众俱喜悦,好将国货烟,劝君爱国热”的文字在“心中”,“十十”符号作为框架被利用来支撑“♥”,围绕此主画面的是南洋兄弟烟草公司出品的各种牌子香烟,包括大联珠、长城牌、双喜牌、大爱国、宝塔牌、白金龙、红金龙、大长城等^[26]。1932年,万国储蓄会的国庆广告,将两个“十十”符号交织作为整个广告背景,在“十十”符号之上就有一“白日”广告插图,最中间为广告文字,将公司的历史与国庆挂钩,称“双十节为国庆,宜乎举国所共庆也,惟今年之双十节与本会更有关系,因本会自开办至今已历二十年,是又本会之双十节也”,以达到推广储蓄会之目的^[27]。储蓄会成立二十周年纪念,其中“二十”就是两个“十”,所以亦称为“双十”。

有些商家在国庆广告中将其产品拼成“十十”符号,可谓用心良苦,这很好地体现出国庆之主题,产品与国庆完美结合。1938年,白金龙牌香烟国庆广

告就是将白金龙牌香烟盒拼成“十十”符号,附以简单的“请吸白金龙香烟”文字^[28]。整个广告画面简单明洁,因其形象化的表现手法,能够收到很好的商品促销效果。此后用商品拼成“十十”符号的广告时有所见。1940年,金鼠牌香烟的国庆广告,也将香烟盒拼成“十十”符号,不同的是其“十十”符号为一立体图形,简直是活灵活现,让人见之,顿生感觉,最上面还缀以“家家庆祝,人人幸福”的广告语^[29],更能激起消费者的购买欲望。1941年,上海宇宙药厂的国庆广告,将其名为介力牌的良药药盒拼成立体“十十”符号,此“十十”符号表示为一扇门,男女老少众多人等正通过此门,意含服用此良药,就能为“国家多一健康国民”^[30]。1948年,红高乐香烟的国庆广告,则是将三支红高乐香烟组成“十十”符号立于一个蛋糕之上,因红高乐香烟乃“烟中权威”,蛋糕光芒四射^[31]。这些广告的制作,别出心裁,在利用“十十”符号推销商品上用尽心思。

随着“十十”符号代表“双十节”的出现,“双十”这一符号也受到了商家越来越多的关注。符号的“双”,不仅仅指字面,而且指其形象,表示两个成对的一种意象。1917年的国庆广告中,有名为“双十”的医馆出现^[32]。在“十十”符号流行之后,“双十”作为商标就更为常见。广东佛山梁新记牙刷庄有“双十”牌牙刷,此牙刷原以“十字牌为记”,但是因为各地假冒极多,于是就改用为“双十”牌^[33],同时从一个侧面反映出利用“十”作为商标者不乏其人。1926年,上海模范工厂在国庆广告中就提倡“双十牌”国货,广告词称:双十节国庆,应该纪念;双十牌国货,也希望大家提倡;要永久纪念国庆,必须想根本救国的方法;提倡国货,所以爱国诸君时常应该用双十牌各种国货;上面三种出品是双十牌国货之一部,尚有地毯车胎等均为应用货品,请惠顾参观,无任欢迎^[34]。此应该不是上海模范工厂注册的品牌,而只是其给“国货”命名而已。元兴茶社有“双篮茶”,于1932年的国庆广告中称“双十节是中华民国的国庆纪念,双篮茶是中华民国的优秀国货”^[35]。大中华橡胶厂兴业股份有限公司则推出“双钱”胶鞋,很直观地将两枚铜钱与“十十”符号交错在一起,称为“国庆国货立国之源,双钱双十永远相连”^[36],该橡胶厂到20世纪40年代更推出了双钱牌(为两枚铜钱交错标志)“三轮车、汽车、人力车、自由车胎、力士套球、胜利鞋”^[37]等产品。广生行则有“双妹老牌”雪

花膏,商标图为两个妙龄少女并肩在一起^[38]。“双”作为一种符号象征,被用来作为商标名。

三 “双十节”广告中的“万岁”

文字是广告构成要素中的主要组成部分。广告学理论认为,广告文字能够“传达广告信息,塑造企业形象和限定画面的内涵等。不同的文字可以传达不同的情感、内容和经营理念”^[39]。语言文字作为一种符号,在民国时期的国庆广告中,国人将国庆与商品促销相结合。语言文字本身是丰富多彩的,此处只分析能够很好表达出“国庆”含义的“万岁”一词。

闫廷亮在其《古代“万岁”一词含义的演变》中,明确地揭示出“万岁”曾经所包含的三种意义:一是它的字面含义,即祝福长寿长生的歌颂词;二是表示致敬赞叹的欢呼语;三是表示“死后”的讳称^[40]。国庆广告中,“万岁”一词使用很多,显然主要是指第一层意思,也就是“万岁”一词的本意,为对国家的祝福,希望国家能够“长寿长生”;但亦有强调第二层意思者,为一种致敬赞叹;整体而言,多是第一、第二两层意思的综合含义。具体落实到国庆广告的用词与搭配,有的直指“国庆”,称“国庆万岁”、“双十节万岁”。1925年,香港上海冠生园食品公司的国庆广告称:“双十节来到,大家齐唱国庆歌,愿同胞努力救国”,以“恭祝国庆万岁”,而其主旨应该是“少用舶来货,欲塞漏卮,提倡国货为最要,本园各种食品,件件价廉,色香味好,万众欢迎,口碑载道,谨敬祝我中华民国万岁,万个不了”^[41]。1928年,国民党北伐统一全国,多福食品公司的国庆广告为“全国统一,国庆万岁”^[42]。1929年,花旗呢绒绸缎商店国庆广告语为:“庆祝双十节万岁,纪念国庆要取消一切不平等条约,中华民国万岁!”^[43]1938年,香港大华饭店的国庆广告为“中华民国双十国庆万岁”^[44]。此类广告直接点明“国庆”。

“万岁”有时候与国家或者国家的内涵联系在一起,更深刻地体现出“国庆”的本质。像中央大药房1913年的国庆广告,在最核心的位置书有“民国万岁”的大号毛笔字体,接下来介绍其药房:“本药房开设上海,将及二十年,专运西国地道药材驰名药品,承办大批,向蒙政学军商信用,所有医生物学,照相镶牙,一切物料,尤为各界欢迎,其丸散、膏丹、水酒、油露以及闺阁助妆、香艳各种唐制家用良药,又美而特益寿胶等补品,无不特别精良,效验久著,兹当国

基巩固,薄海胪欢,敢效嵩呼,藉符华祝,所愿咸叨,幸福永享,和平更期,凡属同胞各跻仁寿云尔。”^[45]在介绍药房的同时,亦表示对节日的庆祝。1921年,百代公司的国庆广告就以“恭祝中华民国万岁”作为广告的标题,置于整个广告的最顶端,十分显眼,并称“惟百代公司有这许多最有名望的艺员唱片”^[46]。1925年,亚洲保险公司的国庆广告标题为:“庆祝中华民国万岁,先生广厦千楹”,并在广告词中称:“国庆令节,皆大欢喜,谋国家建设,祝中华万岁。国有政府,民有家庭。政府之优劣,有关一国之盛衰。家庭之设置,能定人生之忧乐。家庭之设置,首在建筑家宅。建筑家宅,既需巨款,复费筹措。普益地产公司,专营地产、押款、投资及保险等业。无论先生有多少现金,可使先生得舒适之住宅,谋家庭之快乐。”^[47]此无非是用“民国万岁”、“中华万岁”等口号表示对国家祝福的同时所进行的商品宣传。

因中华民国乃“民主共和国”,因此国庆广告中也可见“共和”与“万岁”相搭配称“共和万岁”的情况。国庆广告中“万岁”的最早使用,就是与“共和”连缀在一起的^[48]。1921年,友邦人寿保险公司的国庆广告称“恭祝中华民国共和万岁”^[49];上海商业储蓄银行的广告亦是“共和万岁”,其字体俊美流畅,居于整个广告的右边,并用“聚沙成塔”点明广告之“眼”所在^[50]。南京国民政府统治时期的国庆广告,很少见“共和万岁”的表述,且“万岁”一词的使用虽可见,但就其使用频率而言,明显比北洋政府时期减少。

虽为减少,但是在特殊的年代,却出现了“万岁”比较特殊的用法。1927年国庆之际,南京国民政府刚刚成立,纬成股份有限公司的国庆广告有“恭祝党国万岁”的字样^[51]。此意最明显不过,乃是指“国民党”万岁。而1928年三德洋行的国庆广告称“恭祝返老还少新中国万岁”^[51],此处强调了一“新中国”,言外之意乃是与“旧中国”相对应。此种广告主题旨趣:一是拉近自身与政府之间的距离,更有利于产品价值的推广;二是对南京国民政府的一种特定表示与期待,揭示出商家对国民党执政下的南京国民政府的承认。从北洋政府到南京国民政府的转

折时期,国民党新政权建立,所以有“党”、“新中国”的“万岁”。1945年的国庆广告中,出现了不少“中华民国万岁,蒋委员长万岁”字样^[52],还有“河山光复,中华民国万岁;普天同庆,蒋委员长万岁”^[53],“庆祝国庆,中华民国万岁,蒋主席万岁”^[54],甚至有称“联合国万岁,中华民国万岁,蒋主席万岁”^[55]者。1945年的国庆是日本投降、抗日战争取得胜利后的第一个国庆纪念日,而蒋介石领导下的国民党军队在抗日战争中作用十分巨大,此时全国军民对于蒋介石的拥护与崇拜应该达到历史空前水平,所以出现了民国少见的对领袖直呼“万岁”的情况;同时由于联合国为抗击法西斯的组织,对中国抗战胜利帮助甚大,所以也有“联合国万岁”的呼声。此种“万岁”的表达,更多的是一种致敬赞叹的欢呼,其出现与民国社会政治转折有着密切关系。

还有的国庆广告使用了“万岁万岁万万岁”,似亦较特殊。笔者所见有二:一是1913年东亚公司仁丹部国庆广告,此广告占了报纸的整整一个版面,篇幅巨大,其广告词称:“正副总统已举定,国内已平静无忧,列邦已一致承认,中华民国已得完全成立,万岁万岁万万岁”^[5];一则是1938年烟台啤酒公司、张裕酿酒公司驻沪联合发行所国庆广告,其广告词是:“我们的口号是中华民国万岁!万岁!!万万岁!!!”^[56]此亦为一种赞誉与修辞。

对于广告的巨大作用与重要性,时人有比较清晰的认识,有人称之为“攻城略地之工具。盖商人以诚信为壁垒,以广告为战具”^[57]。所以,民国商家才会抓住机会,利用诸多鲜明的、大家都熟悉的“双十节”符号,如国旗、“十十”、“万岁”等来装点广告,以吸引更多人的目光,让更多的人知道其产品,更好地提高商品的销售量,取得在商业竞争上的优势地位。同时,国庆广告对“双十节”符号的运用,也起到了广告“双十节”的宣传作用,能够让人们在阅读广告的同时,潜移默化地接受广告中所具有的“双十节”符号和语言,加深对双十节的理解。从这一角度来说,商家利用国庆“双十节”广告这一特殊产品促销方式表达着他们对辛亥革命的纪念。

注释:

①比如说王儒年对二三十年代《申报》广告的研究,就揭示了广告中的享乐主义人生观、美的理想和认同等思想内涵。参考王儒年《欲望的想像:1920—1930年代〈申报〉广告的文化史研究》,上海人民出版社2007年版。

- ②参见陈昱霖文章的学术史回顾,见《〈申报〉广告视野中的晚清上海社会》,苏州大学2005年硕士学位论文,第1-5页。
- ③中华民国国庆日就是武昌起义爆发之日,为阳历(公历)10月10日,吴稚晖最早使用“双十节”指代之。参见吴稚晖《答客问革命纪念日应有之盛况》,《民立报》1912年9月22-24日。
- ④北洋政府于1912年9月28日才正式确定在阳历10月10日举行国庆纪念,停止在9月29日即阴历八月十九日(武昌起义爆发阴历之日)纪念武昌起义为时已晚,所以在1912年阴历八月十九日全国也举行了不少纪念活动,所以五洲药房10月10日的国庆广告就直接使用了原本设计使用于阴历八月十九日的广告。

参考文献:

- [1]费瑟斯通.消费文化与后现代主义[M].刘精明译.南京:译林出版社,2000.
- [2]总统命令[N].民立报,1912-09-30(5).
- [3]人造自来血总发行所五洲药房[N].申报,1912-10-13(7).
- [4]陈恒明.中华民国政治符号之研究[M].台北:台湾商务印书馆,1986.
- [5]庆祝[N].申报,1913-10-10(16).
- [6]恭祝国庆[N].申报,1916-10-10(1):国庆日增刊第二.
- [7]上海中国银行敬祝[N].申报,1919-10-10(7):增刊.
- [8]中国烟公司恭祝国庆纪念[N].申报,1921-10-10(19):增刊.
- [9]恭祝国庆[N].申报,1925-10-10(19):增刊.
- [10]民国万岁[N].申报,1919-10-10(1):增刊.
- [11]谨祝远东中华大共和国万岁[N].申报,1921-10-10(44):增刊.
- [12]女映牌星月牌[N].申报,1922-10-10(7):增刊.
- [13]恭祝国庆[N].申报,1927-10-10(2).
- [14]周俊宇.塑造党国之民——中华民国国庆节的历史考察[D].台北:国立政治大学硕士班学位论文,2008.
- [15]纬成股份有限公司广告[N].申报,1927-10-10(3):增刊.
- [16]中国振益公司广告[N].民国日报,1928-10-10(4):双十增刊.
- [17]恭祝国庆[N].申报,1930-10-10(2).
- [18]华商总理处[N].申报,1940-10-10(20).
- [19]美国纽约奇异电器公司广告[N].申报,1928-10-10(9).
- [20]双十牌香烟[N].申报,1921-10-10(1):增刊.
- [21]上海中华皮鞋有限公司广告[N].申报,1921-10-10(34):增刊.
- [22]国庆纪念[N].申报,1923-10-10(18):增刊.
- [23]恭祝国庆[N].申报,1925-10-10(9):增刊.
- [24]申报,1928-10-10(6,8):增刊.
- [25]南洋兄弟烟草公司出品[N].申报,1936-10-10(3):国庆特刊.
- [26]中国南洋兄弟烟草公司谨启[N].申报,1925-10-10(11):国庆增刊.
- [27]双十之双十[N].申报,1932-10-10(3).
- [28]庆祝双十[N].申报,1938-10-10(3):特刊.
- [29]金鼠牌[N].申报,1940-10-10(3).
- [30]上海宇宙药厂[N].申报,1941-10-10(1).
- [31]国寿年丰[N].申报,1948-10-10(3).
- [32]佳节延厘[N].申报,1917-10-10(1).
- [33]双十节节日之双十节牙刷[N].申报,1922-10-10(1):增刊.
- [34]提倡双十牌国货[N].民国日报,1926-10-10(4):国庆增刊.
- [35]双十节与双篮茶[N].益世报,1932-10-10(7).
- [36]大中华橡胶厂兴业股份有限公司[N].申报,1934-10-10(2):国庆特刊.
- [37]经久耐用[N].民国日报,1946-10-10(6).
- [38]双妹老牌雪花膏[N].申报,1934-10-12(14).

- [39]广告构成要素[N/OL]. (2011-02-02). [2011-03-10]. <http://wenku.baidu.com/view/05f94b0a79563c1ec5da7146.html>.
- [40]闫廷亮. 古代“万岁”一词含义的演变[J]. 政府法制, 2010, (26).
- [41]冠生园广告[N]. 民国日报, 1925-10-10(2).
- [42]多福食品公司广告[N]. 中央日报, 1928-1-10(1).
- [43]花旗呢绒绸缎商店广告[N]. 益世报, 1929-10-10(11).
- [44]香港大华饭店广告[N]. 申报, 1938-10-10(1): 双十节特刊.
- [45]民国万岁[N]. 申报, 1913-10-10(4).
- [46]恭祝中华民国万岁[N]. 申报, 1921-10-10(32): 增刊.
- [47]亚洲保险公司广告[N]. 申报, 1925-10-10(7): 国庆增刊.
- [48]共和万岁[N]. 申报, 1912-10-09(5).
- [49]友邦人寿保险公司[N]. 申报, 1921-10-01(8): 增刊.
- [50]共和万岁[N]. 申报, 1921-10-10(19): 增刊.
- [51]三德洋行广告[N]. 申报, 1928-10-10(3): 增刊.
- [52]华安合群保寿股份有限公司广告[N]. 天发祥皮货局广告[N]. 恒昌永金号广告[N]. 干发垣皮货局广告[N]. 民国日报, 1945-10-10(2).
- [53]德胜咖啡进口行广告[N]. 民国日报, 1945-10-10(2).
- [54]万顺床厂广告[N]. 民国日报, 1945-10-10(2).
- [55]上海南京路先施公司永安公司新新公司大新公司联合庆祝[N]. 民国日报, 1945-10-10(3).
- [56]烟台啤酒公司张裕酿酒公司驻沪联合发行所广告[N]. 申报, 1938-10-10(5).
- [57]徐启文. 商业广告之研究[J]. 商业月报, 1934, 14(1).

The Businessmen's Special Way of Commemorating the 1911 Revolution During the Time of Republic of China

GUO Hui, LUO Fu-hui

(Institute of Chinese Modern History, Huazhong Normal University, Wuhan, Hubei 430079, China)

Abstract: During the time of the Republic of China, commercial advertisements were wide spread, in the special day of the “Double Tenth Day”, commercial advertisements used the symbol of the “Double Tenth Day” widely, which includes the national flag, the double cross symbols as well as the long live blessing. The use of these symbols enriched the profile of the National Day advertisements and gave it a much more meaningful connotation. The “Double Tenth Day” was taken as an advertisement tool while made itself widely known at the same time, through which the 1911 Revolution was widely commemorated.

Key words: the businessmen; the 1911 Revolution; commercials; commemorate

[责任编辑:凌兴珍]