

中央研究院近代史研究所集刊  
第17期下冊（民國77年12月），141-194  
◎中央研究院近代史研究所

# 從申報醫藥廣告看民初上海的醫療文化與社會生活，1912~1926

黃克武

## 一、引言

## 二、申報醫藥廣告的基本內涵：廣告主與訴求

### 方式之分析

## 三、申報醫藥廣告反映之醫療文化

## 四、申報醫藥廣告反映之社會生活

## 五、餘論：醫藥傳統與文化變遷

## 一、引言

報紙是現代社會中十分重要的一種傳播媒體，它們的內容一部分為新聞報導，另一部分則為廣告。大部分的廣告都是為了激起讀者消費意願的商業廣告，但是從另一個角度來看，這些廣告不僅具有商業的意義，亦反映出該社會的具體生活與價值取向。大眾傳播學者指出，廣告是廠商和讀者互動的結果，廠商在報紙上投下巨資，將商品塑造成一種偶像，並透過長期的反覆宣傳，使廣告所傳達的訊息溶入人們的記憶，最後在無形中影響到他們的消費抉擇。<sup>①</sup>不過讀者也不是完全處於被動

\* 本文初稿完成後承蒙沈松僑先生、陳勝崑先生、梁其姿小姐、張珣小姐及東海大學社研所的多位好友與本所同仁們的指正，特此致謝。

① 大眾傳播學者對此過程有相當深入的描繪，如 Herbert Krugman 在「電視廣告的影響」一文中指出，正是因為電視廣告多半是無聊而瑣碎，所以人們不會刻意做視覺的防禦，於是讓它學了又忘，忘了又學，如此重複不斷，日積月累，終於像摻泥沙、挖牆腳似的，改變了我們的參考架構；換言之，將之納入了我們的記憶之中。當購物時無形中就受到廣告的影響。例如我們平時並不注意有那些治感冒的藥，但受到廣告的疲勞轟炸，不知不覺也知道有某些牌子存在。直到有一天，因為感冒而病倒，去藥房買藥時，面對林林總總而價錢相當的牌子，無所適從，這時往往會在潛意識中選擇廣告中熟悉的牌子。作者所討論雖是電視廣告，但在報紙廣告方面情況也十分類似。見李金銓，大眾傳播理論（臺北，三民書局，民國72年），頁167。

的接受地位，反之，他們常常是主動地尋找需要的資訊來解決生活問題，而廠商所作的廣告亦須配合消費者的需求，才可能達到宣傳的效果。因此廣告可以說是社會中想像力和願望的濃縮，是社會目標的產物，而有效的廣告訴求正代表了該社會中消費者所認可的生活體驗。觀察報紙廣告雖然無法了解社會的全貌，但卻不失為一個有趣而且有意義的角度，藉此而了解一些透過其它性質的史料所不易觀察到的社會現象。

以一九八〇年代臺灣的報紙廣告來說，不必透過數量的分析，我們立刻可以想到一些常常在報紙上看到的巨幅廣告，如房地產廣告、醫藥廣告（例如各種補藥、人工流產、隆乳、減肥等）、與學習語言有關的廣告（包括英、日語補習班、錄音帶、書籍、語言學習機等）、兒童專用物品的廣告（從玩具、食物、服飾到書籍等）等等，部分這類廣告在幾十年以前的報紙上也有，但在數量上遠不及目前之多；這種情況反映了近年來經濟發展之後，人民物質生活的改善與價值觀念的變遷。在娛樂生活方面，大家樂盛行時期，報紙上出現了許多出售「明牌」的廣告；而在一些晚報之上更可以看到透明秀、牛肉場、俊男伴遊、自助賓館的廣告。上述的每一則廣告都蘊含了相當深刻的意義，我們可以在廣告的背後挖掘到許多具體的社會行為與價值取向。

總之，報紙廣告有相當豐富的意涵，如果我們說神話是一個民族的夢，那麼廣告可以說是一個社會的夢，它有時十分甜美，有時則是一場夢魘。在不同的時期人們會作不同的夢，在不同的時代社會也作著不同的夢。目前臺灣報紙的廣告主要反映的是二十世紀八十年代臺灣的都市社會，在五、六十年代臺灣經濟起飛之前，報紙廣告不是如此，在七、八十年前報紙廣告更不是如此。

報紙在中國社會逐漸盛行大約可以追溯到清末民初時期，翻開當時的報紙，在廣告方面我們看到的是完全不同的景象。例如以1900年前後的報紙廣告為例，常見的廣告有荷蘭水（今日的汽水）、番菜館、馬車出租、馬糞招標、天仙茶園、新到可倫布廠改良留聲機器戲片、安迪生電燈泡、新文牘正續（強調教導如何撰寫國會請願書）等等。這些廣告是我們了解清末民初中國都市社會的絕佳史料。

本文的研究是以民國元年至民國十五年申報的醫藥廣告為基本史料，觀察民國初年上海都市社會的一些現象。這個題目的選擇有以下幾點原因：

1. 申報是民國初年發行量最大的一份商業報紙，它較不受政治勢力的干預，而以市場取向作為經營的重要原則，因此該報廣告所佔的比例相當高，以民國十一年

爲例，申報全張面積爲5,850英方寸，而新聞僅佔1,825英方寸；換言之，新聞只佔31%，而非新聞則高達69%。② 另一面，申報行銷的地區主要是上海，而上海是民國初年最大的商業都市，近代中國社會中的許多變遷是從上海開始，因此從申報來看上海的都市社會，可以了解在西方文化衝擊之下，中國社會所產生的變遷。

2. 本研究本擬對申報廣告作整體的分析，但接觸史料之後發現問題過於複雜，因此選擇「醫藥廣告」先作研究。根據戈公振先生的統計，平均而言民國十一年申報廣告的性質與比例如下表：③

	項 目	次 數	英 方 寸	面 積 比 例
商 務 門	商 事	37	223	10.3%
	商 品	36	243	11.2%
	金 融	16	125	5.7%
	物 價	3	22	1.0%
	機 器	3	32	1.5%
	醫 藥	69	758	34.9%
	奢 侈 品	12	387	17.8%
社 會 門	集 會	11	74	3.4%
	聲 辭	48	106	4.9%
	法 律	21	108	5.0%
	招 尋	34	95	4.3%
總 計		290	2,173	100.0%

從上表可以看出醫藥廣告在次數和面積上都居各類廣告之冠，它很容易使閱報者產生突出的印象。此外醫藥廣告涉及的面向甚多，除了社會經濟史之外，還包括科學史、思想史，甚至文化史的面向，值得仔細考察。

3. 本研究的斷限起自民國元年，終於民國十五年。這樣的劃分是相當武斷的，

② 戈公振，中國報學史（臺北，臺灣學生書局，民國65年，臺三版），頁285-286。該書係民國16年由上海商務印書館印行初版。

③ 同上，頁286，總計與面積比例經作者重新核算。

主要只是就研究方便來著眼。民國元年以後申報由國人自行經營，一直到民國二十四年之前都是由史量才（1880-1935）主持，因此在民國元年至十五年，申報經營與編輯的基本方針並沒有改變，報社的立場不致影響廣告的內容。

擬定上述題目之後，立刻遭遇到「當時有那些人看報」的問題，基本上報紙的讀者必須識字，而且在經濟上必須能負擔每份0.03元（民國元年至十五年八月）或0.04元（民國十五年九月一日以後）的報費。從申報的發行量來估計，據該報所提供的數字，民國二十年（1931）時該報的發行量是150,000份，發行遍布全國各地，扣除郵遞外埠的64,000份，本埠的報紙數約86,000份（因為這些數字係該社所發佈，必須要打一些折扣），<sup>④</sup>如果照林語堂的估計，當時一份報紙約有十個讀者，<sup>⑤</sup>那麼在上海每天約有860,000人看申報，這個數字可能過高，民國二十年上海市人口約有三百三十萬人，保守的估計大約有15%的申報讀者（五十萬人左右），他們可能是上海城市內的商人、學生、政府官員、以及人數較少的新聞記者、工程師、律師、會計師、醫生等等。

針對這個主題，本文提出下列的研究角度與處理方法。

本文將每一則廣告視為一個「真理宣稱」（truth-claim）的陳述（statement），其背後隱含了說話者（speaker）和聽眾（listener）之間的互動關係。因此一方面廣告主希望透過這個媒介，刺激或創造消費者的慾望，但另一方面一個有效的陳述必須提出讀者所樂意接受的理由，就此而言，消費者的集體意向又主導了廣告的內容。

本文的分析方式是歸納這些「陳述」，探討對話的雙方在陳述中所描繪的現實世界，以及所建構出社會行動的可能範圍。並進而探究，是由於那些底層規則的存在，才使得這些宣稱成為可能。

本文以民國元年至十五年申報上的醫藥廣告為史料來作分析，分析時環繞著以下的幾個問題：

1.就醫藥廣告本身而言，其基本的形式為何？有那些類型的廣告主？他們採取何種的訴求方式？

2.醫藥廣告的思想史閱讀：它們反映了何種對疾病與醫療的看法？並希望進而

④ 上海市地方協會編，上海市統計（上海，商務印書館，民國22年），文化事業部份，頁10。

⑤ Lin Yutang, *A History of Press and Public Opinion in China* (Chicago: The University of Chicago Press, 1936), p. 148.

反省在中西文化接觸的過程中上海都市社會中的醫療文化的特色。

3. 醫藥廣告的社會史閱讀：廣告的陳述中是否顯示出了上海都市生活的特殊面貌與變遷？

從申報醫藥廣告所反映出的觀念與行為，究竟是當時社會中十分普遍的現象，抑或只是一小部分人們的想法與作法？這是一個耐人尋味卻又不易解答的問題。從讀者羣的範圍來看，閱報者主要是知識階層，而不包括不識字的車夫、工人、走販等等，但如果說申報醫藥廣告所反映的只是當時知識階層的觀念與行為，似乎又過於狹窄，此亦涉及人類學者所謂的「大傳統」與「小傳統」之分，以及以這種劃分來觀察中國社會的各領域是否適當等問題。由於資料的限制與處理的困難，作者不擬解答這個問題，目前本研究只就醫藥廣告之內容來作分析。

## 二、申報醫藥廣告的基本內涵：廣告主與訴求方式之分析

民國初年申報每日發行八至二十四版（二至六大張），週日或節慶增刊則可能多達三、四十版，醫藥廣告在每一版上都有。申報上的醫藥廣告可以分為醫療廣告和藥品廣告兩類，兩者的基本型式並不相同。醫療廣告的內容包括醫院或醫生的名稱、地址、電話（亦稱德律風）、科別和診療時間與費用，有些醫療廣告並附有介紹人或推薦人的名字。藥品廣告則包括藥物名稱、藥價、購買方式，此外絕大多數的篇幅用來說明適用的症狀與治療的效果，很多廣告還刊登了顧客的銘謝信函。

就性質而言，醫藥廣告包含了兩類的陳述，一類是「事實陳述」，一類是「說服陳述」。前者包括了醫院、醫生和藥房、藥品的基本資料；後者則說明為何讀者應該去某間醫院看病，或應服用某種藥品。針對這二類陳述，本節擬分析：1. 民初申報醫藥廣告有那些類型的廣告主？2. 這些廣告主要採取何種的訴求方式？

### （一）廣告主之分析

申報醫藥廣告之廣告主可分為五大類，分別是醫院、診所、藥房、製藥公司與進口洋行，以下分別說明。

1. 醫院：可分為綜合醫院和專科醫院兩類。

綜合醫院的廣告全為西醫醫院所刊登，並沒有看到中醫醫院的廣告。例如民國五年三月十二日自新醫院的廣告（圖一），其內容十分詳細，廣告上提到診療科目包括內科、外科、產科、眼科、婦人科、小兒科、花柳科、皮膚科、精神科、耳鼻喉科等，此外還兼種牛痘、並戒洋煙。治療方法則強調以打針和新發明的所謂「雷



圖一：綜合醫院廣告

「錠光水」來治病。而門診時間、醫金與各種病房收費狀況也說明得很清楚。門診上午九時至下午四時，初診一元，覆診半元；出診原則上從下午三時起，但如係急診則隨請隨到，出診醫金每次五元，另加車費一元。住院方面病房分為三等，每日費用頭等五元，二等二元，三等一元，帶伴則每日另加五角。從上述的資料，我們可以了解民國初年大型西式醫院之診療與收費的狀況。

當時上海有不少外資設立的綜合醫院，如綿貫醫院、上原醫院、河端醫院均為日人設立，上原醫院的廣告提到，「上原醫士（院長上原宇佐太郎）在中國行道十又二年，熟悉國人起居習慣，且通華語，診問病情更無隔膜之患」（五，3, 4）。<sup>⑥</sup>而合組醫院則係旅滬歐美各國醫生二十二人組成（十二，9, 28）；靜安療病院又略有不同，其中有中國醫生也有外國醫生，如該院江逢治醫生為花柳、肺癆專科，診時是晚間七時至九時，柏男醫生（Dr. Paner）為婦女、小兒、產科，診時是下午二時至四時（十，9, 18）。部份外國醫生並不通華語，看病時需有通譯協助溝通。

一般的私立醫院收費都較貴，公立醫院和慈善醫院則較便宜。如公立上海醫院「施診號金銅錢五枚，不收藥資；例診小洋三角」（八，5, 19）；民國十一年三月開幕的衛生醫院則宣稱「本院以普救同胞濟世活人為宗旨……診金藥費一概不取，每人收號金一角」（十一，4, 20）。

⑥ 括號內的數字代表該廣告出現在申報的時間，國字為年，其次的阿拉伯數字分別是月、日，下同。

專科醫院規模較小，絕大部份亦為西醫，如產科醫院、眼科醫院、牙科醫院、戒煙醫院等。圖二為育麟產科醫院、普明眼科醫院和乃安戒煙醫院的廣告，對於各醫院的診時與診金均有詳細的說明。

綜合醫院在西方是十八世紀末葉，現代醫療體系建立之後才出現的制度，它反映了近代西方醫學中系統化的思考與機械式的宇宙觀，它的特色是以「人」當作研究的客體，採取臨床解剖，並透過精細的分科來治療疾病。綜合醫院是西方近代醫療觀念影響之下所產生的制度構想。

中國醫療傳統也有分科，在官僚組織之內亦設有主要為皇室服務的「太醫院」。<sup>⑦</sup>不過，值得注意的是在民間社會，醫療單位是以「醫家」而非「醫院」的形式出現。這個現象值得進一步分疏，至少有下列幾個因素可以提出來討論：第一，就醫學教育而言，多數民間醫生是個人透過家中祖傳或拜師習藝的方式學習醫術，因此出師之後也以個人為單位懸壺濟世。第二，就醫學理論而言，中醫所採取的是一種有機整體的世界觀，因此在分科觀念之後還有很強烈的整合的傾向，他們認為身體上任何一處的疾病都涉及身體的其它部位，而診治的方法也必須就整體著眼，在這種觀念下，以醫生個人為單位即可就病人整體的狀況著想而給予治療，也因此較不易產生類似近代西方綜合醫院的構想。從中西醫學分科也可以了解兩者由於基本理論的差異而採取不同的方式面對疾病，西醫的分科主要是針對醫療的部位或診治的對象（前者如內科、外科之分，後者如婦科、兒科之分），分科之間的重疊性甚小；而中醫的分科除了上述二種之外還包括「以不同的治療方法」作為分科的標準，例如唐代太醫署分為醫科、針科、按摩科、咒禁科，而在醫科之下才再分為一般內外科、兒科、耳目口齒科等，唐代以後大體而言官方醫療組織的分科趨於精細，但這種異於西方的多重分科原則至清代甚至民國初年都一直存在。<sup>⑧</sup>因此就上述四大分科而言，不同的分科都能各自以本科的方法治療同一種疾病，而且各科也不是很需要「科際的合作」，這種分類方式以及所反映出來的醫療觀念與近代西方醫學有明顯的不同，而連帶產生不同的制度構想毋寧也是很自然的。

西方的醫院制度在清代中期傳入中國，道光初年已有英美人士在澳門、廣州設立西醫院；光緒三十二年（1906）在北京也設立「京城官醫院」，院內有中西醫官

⑦ 可參考拙著「欽天監與太醫院——歷代的科學研究機構」，收入劉岱主編，中國文化新論，科技篇：《格物與成器》（臺北，聯經出版公司，民國71年），頁315-339。

⑧ 同上，頁321-322。

乙2538

本院特請  
十時至  
接生  
診金  
特贈  
住院  
門診  
院址  
上

本院特請  
十時至  
接生  
診金  
特贈  
住院  
門診  
院址  
下

乙2539

烟禁實行戒者亟而苦無  
良法近百日來幸相上海  
場東首福和烟公司對弄同  
里貨定合宜屋宇則辦戒烟院  
慶唐先生允擔義務故即以先  
生名標院華於陰歷癸卯正月  
初五日開幕內容劃分甲乙丙  
三區經費以個人每日計  
統計在內無論烟體大小紙須  
住院一星期出院以後即可走  
成西日復診取藥本此外另開女  
界戒成所經費全上一處看設事  
宜俱任女員吉昭姬重資善社  
會求戒者無須住院男女一律承  
接戒費二角給藥至成相為止我  
國人深厭愈先生暨乃安先生居  
仁厚立法周詳現宜一致贊成代  
告烟界同胞其詳細章程到本院  
取閱可也

乃安戒烟醫院廣告

乃安先生  
周金錢  
王一亭  
仙榕卿  
陳松生  
朱保三  
丁欽齋

賛成人  
全啓

乙3564

圖二~2：專科醫院  
(五，5，23)

圖二~3：專科醫院  
(二，6，8)

各四人，採取西式的管理方式。<sup>⑨</sup>此後中國各地亦出現了所謂的中醫醫院，但大體而言並不普遍，在申報上我們並沒有看到中醫醫院的廣告。根據民國二十一年上海市註冊醫院一覽表，共有三十一家醫院在衛生局註冊，這顯然只佔總數的一部份，表內西醫醫院有二十八家，中醫醫院三家（分別是浙寧水木中醫院、謙益傷科中醫院、廣益中醫院），病床數分別是1,823和204，<sup>⑩</sup>可見中醫醫院的數目與病床數均甚少。其實即使是在今日，大多數的中醫師仍是以診所的型式獨立應診，這種現象並非偶然，而是與中醫的理論和教育方式有密切的關係。

2. 診所：診所的規模較醫院為小，通常只有一位醫生。申報醫療廣告中診所廣告數量甚多，其中有中醫的廣告也有西醫的廣告。診所廣告有二個特色：

第一，西醫診所的廣告多半是兼治各科的醫生所刊登（亦有專科），而中醫診所的廣告則多係專科醫生所刊登。例如西醫鍾拱辰的廣告，「統治男婦內外科、小兒科，精醫眼耳科、喉鼻科、皮膚病科，擅醫花柳、毒門、疳疔、淋濁等症，並戒煙癮」（五，2, 28）。女醫生朱彤章的廣告則說，「統治男女大小內外全科，精醫花柳、眼科，兼理接生」（四，8, 13）。中醫診所廣告多為專科，例如「祖傳傷科專家」、「喉科大專家濮鳳笙」、「推拿名醫桑曉初」、「寧波櫟社第一針科李芝光」、「祝由科醫士楊好古」（以辰州靈符治病）等。

西醫診所廣告多半為兼治各科之醫生所刊登，此現象與西醫醫院分科精細的精神截然相對；而中醫診所多為專科醫生利用報紙來作宣傳，也很特殊，這種現象必須就當時的社會情況來理解。西醫診所中的醫師所治療的病通常是較輕微的，而且服務的區域較小，兼治各科可使他們有更多的病人，而專科的醫生多半在較高層次的醫院之中。中醫方面其成因還有待探討，作者認為這是因為是兼治各科的中醫師有固定的病人與傳播方式（如口碑），他們並不習慣於利用報紙廣告作宣傳；而專科醫生較需要超區域的病人來支持，再加上當時上海交通已漸發達，刊登廣告之後他們服務的範圍可以更為擴大；另一個相關的因素是許多專科的中醫師是採取巡迴醫療的方式應診，他們通常會在某一間固定的客棧住一、二個月為人看病，當病人較少之後再轉往它處，這種專科醫生尤其需要在報上作廣告。

第二，上海當時醫生的人數是中醫師多西醫師少，但在診所廣告方面卻是西醫

<sup>⑨</sup> 有關早期西式醫院在中國建立的情形見薛愚主編，中國藥學史料（北京，人民衛生出版社，1984），頁320-322。京城官醫院的資料見朱先華，「清末的京城官醫院」，中華醫史雜誌，卷15，期1（1985），頁31-32。

<sup>⑩</sup> 上海市統計，衛生部份，頁9。

的廣告多而中醫的廣告少。根據統計，民國十六至二十二年上海中醫師有4,681人，西醫師有596人，<sup>⑪</sup> 中醫人數是西醫人數的八倍左右，但在廣告量上中醫廣告大概還不到西醫廣告的一半。顯然在民國初年，較多的西醫開始進入中國社會，不少的西醫師為了增加知名度，於是在報上大力宣傳，希望能藉此而招攬到更多的生意。

3. 藥房：包括中藥房與西藥房兩類，不過有些廣告很難分辨究竟是屬於中藥房還是西藥房。以下分別敘述。

民國初年常在申報上作廣告的西藥房有以下幾家：

名稱	地址	備註
1.科發大藥房	南京路40-42號	
2.五洲大藥房	四馬路棋盤街轉角	創於西元1907年
3.中法大藥房	三馬路	創於西元1897年
4.中英大藥房		
5.中西大藥房	四馬路	創於西元1887年
6.中外大藥房	五馬路	
7.屈臣氏大藥房	棋盤街	
8.太和大藥房	四馬路	
9.羅威大藥房	大新街三馬路北	
10.濟生大藥房	三馬路大舞臺對面	
11.韋廉士醫生藥局	四馬路（後移江西路）	

上海的西藥業濫觴於十九世紀中葉，最初由英商大英藥房銷售家用成藥，後大英藥房職員自行開設中西大藥房，接著又有中英、華美等家；至黃楚九開設中法藥房後，上海才出現由國人自行製造與販賣藥物的西藥房。黃氏業醫，精於眼科，曾發明「艾羅補腦汁」，行銷全國；又創「百靈機」補藥，廣告上聲稱「有意想不到的效力」，宣傳效果甚佳。此外項松茂創辦的五洲大藥房在上海也十分有名，項氏為寧波人，曾用高薪聘請葉漢丞擔任化學工程師，負責研究發展，五洲大藥房的產品如人造自來血、月月紅、海波藥、固本香皂等在各大報章雜誌上刊登巨幅廣告，大

<sup>⑪</sup> 上海市政府秘書處編，《上海市政概要》（上海，上海市政府秘書處，民國23年），第7章「衛生」，頁6。

宜便別特內期價廉季秋藥良病治身補行發房藥大洲主

圖三：大型西藥房的廣告

有名氣。<sup>⑫</sup>從民國十四年五洲大藥房的一則廣告，可以了解這類藥房規模之大（圖三）：

本藥房自製補身治病家用良藥三百餘種，化妝香品數十種，五洲固本香皂、中華興記香皂百餘種，以及工業用藥品……其餘歐美各名廠醫療器械、藥品、照相器材、純牛汁罐、熱水袋、熱氣瓶、暖壺、牛肉汁等應有盡有。（十四，10, 29）

中藥房的廣告量相對之下較少，常在申報上登廣告的中藥房有以下幾家：

名稱	地址
1. 京都達仁堂藥舖	英大馬路
2. 京都天寶齋	二馬路中市西鼎新里內
3. 崔氏瓣香廬	盆湯弄寧波路口
4. 馮存仁藥號	三馬路
5. 廣東接元堂老舖	四馬路
6. 廣東鹿芝館	河南路三馬路口
7. 彭壽堂	河南路
8. 廣東種德園	四馬路老巡捕房對門
9. 胡慶餘藥號	北京路老閘橋西首
10. 采芝堂藥舖	英大馬路

中藥房在名稱上與西藥房有明顯不同，它們多不稱「藥房」，而稱「藥號」、「藥舖」，或稱某某「齋」、「廬」、「館」、「堂」、「園」等。店中販賣的東西也與西藥房大不相同，如民國八年八月十九日胡慶餘藥號的廣告：

本堂開設以來，荷蒙各界賞臨，經營發展，茲當夏令，如諸葛行軍散、八寶紅靈丹、胡氏密製辟瘧丹、痧氣丸，以及各種沙餌花露等諸要藥，特在西湖廠房誦經齋戒，虔誠修合，庶冀發售，即今靈驗無比，賜顧君子認明杭州大井巷、上海北京路老閘橋西首，自建高大洋房，中堂供奉天醫神便是，庶不致誤。

<sup>⑫</sup> 楊德惠、董文中編，上海之工商業（上海，中外出版社，民國30年），頁114；陳定山，春申舊聞（臺北，晨光月刊社，民國44年，四版），頁5、93。

從上述的廣告可以了解當時中藥房的經營狀況，他們製藥的過程講究宗教的儀式與身心的虔誠（甚至有些藥房還講究配藥的時辰），而製成的藥品稱丹、丸、或散等，此外藥號的中堂還供奉了天醫神。

其次值得注意的是，清末民初以來上海的四大中藥店分別是雷允上、童涵春、蔡同德、胡慶餘四家，它們分別設立於1860、1783、1822和1916年，<sup>⑬</sup>然而在申報上除了最晚成立的胡慶餘較作廣告之外，其它的三家老店則鮮少刊登廣告，顯然這些老字號的藥房已經建立了穩固的銷售模式，他們並不覺得需要利用報紙廣告來促銷。

整體而言，無論是中藥房還是西藥房，需要廣告宣傳的藥品絕大多數是成藥，很少生藥。例如人參、當歸等藥材幾乎都不需要作廣告。從經濟學的角度看，成藥為高度「不透明商品」，多數的消費者並不了解隱藏在丹、丸、散、膏、露等名稱之後的成分與成本，因此廠商有一個充份的空間來操縱商品的銷售，換言之廠商可以利用廣告宣傳來刺激商品的需求曲線，然後再不動聲色地將廣告成本加在售價之上，而消費者卻無法發覺。從另一方面來看，生藥的成分和成本卻較透明，大家心裏都有數，可供商人操縱的空間較小，廣告也因此較少。

4. 製藥公司與進口洋行：這兩類廣告主所刊登的廣告是製造或進口的藥品，它們通常會註明本藥品「各埠大藥房均有出售」，或詳列各地的經銷處。這類藥品也是以西藥居多，但有些製藥公司亦生產中藥成藥。常在申報上刊登廣告的製藥公司有美商兜安氏西藥公司、英商第威德公司、美國紐約利亞化學製藥公司、江逢治製藥公司、大生製藥公司等等。其中兜安氏西藥公司廣告量最大，該公司出產的「兜安氏密製保腎丸」，長期在申報上刊登巨幅廣告，堪稱居於民初各類醫藥廣告之冠。

在進口洋行方面，如愛爾白洋行、好時洋行、天經洋行、老晉隆洋行等均進口西藥。而進口的國家包括英、美、德、法、日諸國。各類進口藥品中最醒目的是專治性病的六〇六和九一四，廣告上常會介紹這些藥：

西曆一九〇五年德國愛而立喜氏在其化學室分析砒素，令秦氏試驗動物，始識其第六〇六次之製品有治梅毒特效，當時姑用六〇六之名稱報告，殆發行上市時則定名為沙兒排兒散，其後因用法不便，再製出九百十四號，則新六

<sup>⑬</sup> 吳逸、陶永寬主編，《上海市場大觀》（上海，人民出版社，1981），頁240-242。

○六是也，功效略同。（九，9,3）

以上是醫院、診所、藥房、製藥公司和進口洋行五類廣告主。從以上的敘述，我們可以看到民初上海都市社會中，中、西醫藥傳統並存的局面。大致而言，中醫和中藥房的數量遠超過西醫和西藥房，但在報紙廣告上所看到的景象卻正好相反，後者的廣告量勝過前者，中國近代社會中中、西醫藥勢力的轉移已略見端倪。有一則廣告上曾說「自西學東漸，中醫日晦，潮流所蕩，國粹潛消」（二，6,11）；另一則廣告中則說「泰西醫學輸入中國，社會對西醫漸形信仰」（九，5,14），其中第一則廣告的敘述雖略有誇大，但西醫對中醫造成了強烈的衝擊，卻正是當時部分人們心中的一種感受。西醫、西藥在中國社會的流行，一方面是由於其有效的治療成果，例如種牛痘以預防天花、膀胱結石與眼科手術等，皆中醫所無，自然容易取得國人信任；但無疑地，也與他們在報上所作的大規模的宣傳有密切的關係。

(二)訴求方式之分析

醫藥廣告的目的在促銷，為了達到這個目的，廣告陳述中必須說服讀者相信他們所提供的是一種有效的藥品或服務，歸納這些訴求的方式，大致環繞着以下各項：

1. 治癒之證明：這一類的陳述數量最多，多半是刊登使用者或就醫者的感謝函，通常還附上病前與病後的照片或圖片，以供佐證（圖四）。如民國五年兜安氏密製保腎丸的廣告刊有小學教員何祝齡、陝西郵局魏鏡軒、廣九鐵路車務處陳紫泉等人的謝函，每人都附「小照一張，聊以申謝」，信函內容不外是「自幼多病」，後經「友人勸服」或「閱報消閒無意中得悉」而服用該藥，結果「藥到病除」、「身體強健」、「容貌豐美」。（五，9,3）

2. 名人之介紹：這一類的訴求是借社會名流或軍政要人的名義，在報上刊登介紹信，這是一種訴諸權威的傳播方式，診所廣告最常採取這種訴求方法。例如孫中山先生曾介紹「名醫章君來峰」和「日本名醫高野太吉」，他還現身說法談到高野先生曾治好他的胃病（二，3,31；十一，12,30；見圖五）；又如岑春煊曾介紹內外科醫生朱彥甫（十一，5,13）；蔡元培介紹儒醫杜同甲（一，5,3）。此外常在醫藥廣告上看到的介紹人有虞洽卿、朱葆三、陸伯鴻、王文典、丁福保、丁甘仁等上海名人。其中虞洽卿的名字最常看到，他所介紹的醫生多達三、四十人，裏面還包括一些花柳毒門的專科醫生。

3. 秘方：醫藥廣告中常看到的秘方有祖傳秘方、宮中秘方、古代秘方，甚至還



圖四：治癒者之信函及服藥前後之對照  
（五，11，23）

206

▲抵抗療法之元祖  
高野太吉翁來源  
日本九州人幼學漢法醫術後研究西洋醫學兼破壞精神  
說之大誤乃苦心殫慮考求適當於人體之食品以助  
胃腸之蠕動卒發明人工的蠕動法應用於各種病人無不立  
奏神效翁自名其法曰抵抗療法焉余之譖翁因陳英主  
患胃腸病四年中外名醫束手靡以某人介紹受翁翁治  
療不數月病痊全復余當時亦患胃病延翁診視猶疑信參  
平蓋以翁主張病者之人忌食滋養品宜食堅硬物所說全  
與西醫相反也不期受療未幾著效非常據翁所說力避肉  
類油質而取堅甲蔬菜及能排流动物之硬質食物余依其  
法而行氣體漸次康健一旦復食厚物治病又再叢生至此  
知翁所說全非臆造其後七八年以迄今日廣止肉油等物  
得保迄恒之健康皆翁所賜也元來吾國人民極嗜油肉肥  
酒天質不知凡幾即民身既改良非有高野主義不可爲余  
夙所倡道（詳孫文義說第二章）翁感於余說思有所貫以  
於吾華特提七十老體不辭跋涉來至潮州開設治療院余  
亦譽爲之弁紹於國人翁西美籍文醫師路江星旅館  
辦治療院未開設以前曾在此按論求醫者按址往訪可也

卷之三

有泰西秘方。中國社會長久以來就將秘方視為具有神奇的效力，此種想法至今不衰。如天根月窟丹號稱是「海寧查氏家傳秘製」（二，5, 30）。

4. 異地：聲明藥品來自西藏、印度或非洲等地，異地的宣稱增加了商品的不透明性，使讀者產生一種靈驗的想像。例如永達藥房發行西藏靈藥二十餘種，係「藏中所產著名神藥，御用供品……其功效靈奇，百試百驗，實可稱藥中之王」（五，11, 15）。此外德英藥房發行「印度眼藥」、大同春藥房有「印度草根丸」、五洲大藥房有「非洲樹皮丸」等。其中「非洲樹皮丸」的廣告如下：

產自非洲，命其名曰樹皮者，蓋非洲此種樹皮質內含一種養腦固精增力之滋養料，經醫藥專家試驗，的能培養人身，功效偉大，故以化學之法提煉原質，配製成藥。（二，11, 12）

5. 國貨：以民族主義來鼓勵國人愛用國貨，最顯著的例子是中法大藥房的「人丹」廣告，它強調漏卮的嚴重性，認為中國人買中國貨是最好的救國方式，這很可能是為了對抗日本製的「仁丹」所致。以國貨來促銷是民初報紙廣告常用的手法，相對於今日，由於中美貿易逆差，臺灣報紙廣告有所謂「愛國就買美國貨」的說法卻是一個明顯的對比，不過卻足以顯示廣告中的民族主義具有強烈工具性的意味，只要能說服讀者，可以為任何目的服務。下列的廣告也是訴諸提倡國貨而抵制外貨：

欲抵制莫好提倡自製之國產，本堂痛金錢之外溢，思挽救於萬一，自去夏發明靈寶救急丹、回生疫痧散……功能遠勝外來某丹某丸等數倍。（八，7, 18）

同胞注意，完全國貨日要丸……茲值提倡國貨之際，務祈熱心國貨諸君試用，方知名實無欺也，定價極廉，批發尤為克己，望各寶號代為推銷，如荷俯允，非但振興華藥，喚醒國民，則中國富強可立待也。（四，7, 19）

除了藥品廣告之外，其它的商品也常以民族主義為號召，例如申報上有「大愛國牌香煙」、「旅大牌香皂」（提醒國人勿忘收回旅順、大連）等廣告。

6. 外國貨：與愛用國貨相對的一個訴求方式是號稱商品為外國貨，國貨與外國貨均為有效訴求顯示出國人愛憎交雜的心理，一方面希望支持民族企業，另一方面又覺得洋貨比土貨來得好。在醫藥產品之中較能為國人接受的外國貨是德、法、美國貨，以及部分的英國貨，至於日本貨（當時稱為倭貨）在抵制日貨運動興起後還是較受到排斥。

7. 號稱以上選藥材，古法精製：中藥的廣告常用這種方法。例如彭壽堂的產品

是「人參鹿茸、靈芝野朮、海狗腎補血生精如意丸」；瓣香廬的廣嗣金丹則強調「擇天醫良辰，黃道吉日，親自監工督製」；葉樹德堂廣告：

本主人存心濟世，非獨圖利，採辦藥料修合丸散無不虔誠求精，謹擇於六月十一、十二、十三天醫療病良辰，禮懺戒齋，修合辟瘟丹。（一，7, 19）

8. 號稱以西法化學製造，或科學試驗證明：西藥多採此種方法。例如中法大藥房「精神丸」廣告說該藥係以「柏林攜歸最新化學驗器……驗得內含多數普羅台陽納眞及其它種最新發明之滋補藥，確無妨害衛生之弊」。也有廣告結合7、8兩種訴求方式，如新民製藥社「養生液」，強調「純用國產土品補料，以化學格取精華煉成」（一，7, 20）。

9. 以醫師或藥品發明人的學經歷、品德來號召：西醫常用美國或德國的博士學位來做宣傳，中醫則以醫學世家或名醫高足來提高聲望；藥品方面也是如此，如「清毒丸」註明是由德國柏林大學醫學博士江逢治所發明。

10. 以當代的獎勵來提高聲望：如亞東製藥會社的外製淋病藥桿，聲稱獲得「農商部頭等嘉獎」；瓣香廬的廣嗣金丹註明「農商部審察國貨特頒一等獎」。

11. 以打折或贈品的方式鼓勵消費：根據當時的商業習慣，每逢朔望或端午、中秋以及週年慶、國慶時，各藥房會打折扣或送贈品，招攬客人。例如中法大藥房為答謝顧客，「滿洋一元者贈醒獅舞台當晚頭等廂座戲券一張」；五洲大藥房慶祝民國二年的國慶，舉辦大贈送，「買一元者贈西洋牙刷一把，紙包牙粉一包」，而買百元者「贈銀殼寶石鑽表二枚，水晶寒暑表一座」（二，10, 25）。

12. 廠商保證：第一類是藥品內容之保證，例如存濟局醫生周文卿在廣告中發誓，「誓不用清粉水銀，倒提升藥，如用偽藥，終身不振」（二，10, 24）；永壽大藥房的「立好白濁丸」廣告則表示「用上選王道正藥配合，並無升提霸藥在內，如用霸烈之品，雷殛火焚」（二，10, 18）。第二類是醫藥效果之保證，例如保證醫治之後「醫到病除，永不復發」，或者「有病治病，無病補身」、「立保單，包醫包癒」、「如無靈驗，包可退藥還銀」（一，1, 24）；更具體的保證則如「生殖靈」藥，「老翁服回復青春，老婦服還少妊娠，生殖器衰弱者服絕大強壯」（十四 11, 20）。

13. 以某種醫學理論來說服讀者：廣告中常說明某種狀況是「病」，需要預防、服藥或就醫。文化人類學者指出在人類史上有些疾病是普遍性的，受到體質或生理因素的影響；但是也有一些疾病是受文化制約的（culture-bound），或受心理因

素的影響。這種文化制約的病常出現在廣告的陳述之中，腎虧和遺精是申報上最常見的兩個例子，它們往往被描繪成「或不早治，不特有關嗣育，且恐促短壽元」的嚴重疾病，因此需要服用廠商所提供的「補藥」。此外廣告中還有一些陳述和文化制約無關，而是廠商所編造出來東西，它們帶有高度的意識型態的色彩，目的是爲了賺錢。例如粹華製藥廠清血丸的廣告，以課本的形式（假借課本的權威）說明血液和各種疾病之間的關係（圖六）：



圖六：假借課本權威的訴求方式

(十二, 10, 7.)

第九課清血，語云血液一清則百病不生，信然。夫人身之血脈猶江河也，江河淤塞則水溢橫流，血液不清則疾病叢生，皮膚瘡疥其病之發於外者也，宜服清血片，卽能常保吾人之健康。（十二, 10, 17）

這一類以醫學理論來說服讀者的廣告涉及當時社會所流行的對疾病與醫療的看法，在下一節中我們將作較詳細的分疏。

綜觀以上十三種醫藥廣告中常用的訴求方式，可以發現這些一點一滴的廣告陳述結合在一起，正反映了當時社會中複雜的心態。就其訴諸之權威的性質而言，有實證性的權威，如全就醫藥之功效着眼；也有附加性的權威，如名人介紹、政府獎

勵或個人的學經歷等。就權威的來源而言，有來自傳統或中國的，如古法、秘方或國貨；也有來自現代或西方的，如科學製造或外國貨。這些表面看似矛盾，實際卻是相容的想法，巧妙地結合在當時人們的心中，充分顯露當時價值觀的複雜性。

從另一個角度來看，如果將上述的訴求方式和英、日兩國有關醫藥廣告的禁令和報社和或藥商的自律公約作一比較，我們可以發現上述很多項都與這些規定相牴觸。當然國外這些規則多半公布於二十世紀中葉，以之評估五、六十年前的中國社會並不恰當，不過卻不失為一個很有意思的對比。例如日本在一九六〇年代政府的法令規定，廣告中不得刊登醫生之經歷及學位，亦不能以明示或暗示的方式作不實之誇張；1966年日本新聞協會與藥商協會的自律規範及部分報社的自律規範，禁止宣稱絕對有效而無事實根據，或用「最好」、「絕對完美無缺」、「萬病有效」等字眼。英國在1958年由報社與廣告代理商聯合制定「醫藥及治療廣告準則」，規定廣告中不應含有表示可根治任何疾病之肯定詞句、不應允諾無效退款、補藥廣告不應暗示可治療性機能衰退等。<sup>⑭</sup>然而上述為他們所禁止的訴求方式，在民初申報廣告中卻十分普遍。大致而言，英日醫藥廣告的限制來自政府法令、醫藥公會和新聞界三方面，在民國初年卻沒有這些限制，以申報廣告章程為例，只規定廣告的大小、價格與錯誤或延期的處理方式，完全不談廣告倫理與社會責任。<sup>⑮</sup>以上的比較並不企圖批評民初申報的醫藥廣告，而是希望在對比中突顯其特色，然後我們可以進一步問為甚麼在當時這些廣告會被人們認為是一種有效的陳述？這就涉及民初中國社會的醫療文化，下面我們從這個角度來看申報的醫藥廣告。

### 三、申報醫藥廣告反映之醫療文化

從以上的敘述我們可以了解民初上海中醫、中藥的影響力仍然很大，但西醫、西藥的勢力亦逐漸興起，而且後者積極地利用廣告來作宣傳，而造成了彼消此長之勢。中西兩大醫療傳統的並存與競爭是民初上海都市社會中很明顯的現象，除此之外民俗醫療體系 (folk sector)，亦即如乩童之類的宗教性醫療人員在當時也很重要，不過在廣告中很少看到這方面的記載（唯中醫中有咒禁科，以靈符治病，與此十分類似，下詳）。在中、西文化衝擊之下，當時人們對疾病和醫療抱持著怎麼樣

<sup>⑭</sup> 見林煌村，「臺北報紙不良醫藥廣告現狀之研究」，國立政治大學新聞研究所碩士論文（民國60年6月），頁16-32，56-58。

<sup>⑮</sup> 戈公振，中國報學史，頁296-297。

的看法？這是一個很有意義卻又不易探討的問題，事實上我們當代社會中許多對疾病與醫療的觀念正是從這樣的歷史脈絡中產生的。人們對疾病與醫療的看法以及衍生的行為本文統稱之為醫療文化，在本節中我們無法對醫療文化作全面的探討，僅能就史料所及，從思想史的角度討論當時社會所流行的對疾病成因以及醫治方式的觀念。作者認為這些觀念是隱藏在許多醫療行為之後的主導因素。然而無論如何，民初以來中國人對疾病與醫療的看法深受大眾傳播媒體的影響，尤其是報紙上的醫藥廣告經年累月地傳達出來的訊息，都深深地印在不少人的腦海之中，而讀者的看法又反過來促使廠商作這樣的宣傳。誠然我們無法釐清當時社會中到底那些人或多少人持有以下所描述的看法，不過可以肯定的是這些反覆出現的陳述是當時的廣告主與讀者，或說整個結構環境，所共同塑造出來的。

#### (一) 對疾病成因的看法

疾病 (disease) 是指一個人生理或心理功能失調，而無法適應的一套過程與現象。在所有的人類社會都有所謂的疾病，但人們對疾病的看法卻因文化而有所不同，例如某一種現象在某一文化中被認為是疾病，但在另一個文化中可能是正常現象；同一種現象在不同的文化中可能都被視為疾病，但卻給予不同的解釋與不同的名稱。本節不擬討論當時上海流行甚麼疾病，而企圖研究申報醫藥廣告中對疾病成因的看法；換言之，希望了解廣告陳述中認為甚麼是「病」，而這些「病」是怎麼產生的等問題。

從申報醫藥廣告我們可以發現，中醫和西醫兩大醫療傳統對疾病採取完全不同的理論來解釋其成因。中醫理論認為疾病的產生是因為人內在有七情六欲，外在有風寒暑熱，所以「偶一不慎」就會生病；因此生病是由於人類某種器官或能力使用過度或不足，導致身體喪失平衡所致。醫藥廣告中常以臟腑配和陰陽五行或內外環境與行動的失調來解釋各種不平衡的狀態。茲舉數例：

例一，瓣香廬「化痔仙丹」廣告提到痔瘡的成因，「總不外乎濕熱下注，或則地處卑窪，或則色欲過度，或嗜酒操勞，或好食水果，或多坐而運動失靈，或思慮而精氣耗散」。（五，11, 11）

例二，鍊雲大藥房「蓋世耳聾還聰丸」廣告說明耳聾的成因，「皆因腎水下虧，相火上鬱，炎火傷肝，以致耳聾目昏」。（四，7, 5）

例三，漢華製藥公司「腳腫無憂丹」廣告談到腳腫是因為「腎虛陰虧，血液不和，濕熱下注，氣積相蒸」。（十四，9, 3）

以上各例均採陰陽五行、濕熱、虛虧等字眼來描繪病因。此外還有一種常見的病因觀是將疾病歸之於「毒」。毒是一個含意相當豐富的字眼，泛指一切有害身體的東西，但是從申報醫藥廣告來看，「毒」特別用來解釋皮膚病和性病，所以花柳科亦稱「毒門專科」，治性病的藥則號稱「毒門聖藥」。例如京都天寶齋「珠黃八寶化毒丹」，專治「男女楊梅、結毒、橫痃、下疳、小便皮破腫爛，一切毒門」（八，7,4）；老惠和堂「止痛止濁丸」的廣告中談到：

淋濁一症皆由宿娼受毒而致者居多，或濕熱下注，或先天不足體瘦腎虛亦有此症。（四，7,29）

上述廣告陳述對病因的解釋基本上是源於中醫，另一類廣告則以西醫的理論來解釋病因，最常見的是「病菌」的觀念。例如江逢治化學製藥公司「清毒片」的廣告以螺旋菌以及接觸傳染來解釋梅毒：

自從德國名醫蕭定 Schaudin 博士發明梅毒螺旋菌，大家才曉得各種梅毒症狀全由傳染螺旋菌，引起體內組織變化而起的……毒的病源不是甚麼濕氣，實是一種螺菌……一經交合，立即傳染。（十一，6,29）

此外一些有關呼吸系統的疾病或時疫（如鼠疫、霍亂等），在很多西藥廣告上也歸之於細菌作祟，例如英商康德有限公司「滅菌藥餅」的廣告：

微菌彌漫於充滿塵埃之空氣中，到處皆是，此項致人於危之微生物恆藉吾人呼吸而附著於喉管、氣管之裡層，於是疼痛發炎與夫劇烈之喉肺各症即因以生矣！（十二，8,13）

中國紅十字會發行所「避瘟藥水」廣告中談到各種傳染病是由於感染黴菌的結果：

考厥由來大都微生蟲之爲害，微生蟲又名黴菌，體質至微，非顯微鏡不能見之，孳生之繁尤爲可怕，每分鐘化生數萬，隨風飄颻，散佈食物器用中，誤中其毒即爲疫癥。（二，7,7）

以上我們分別敘述廣告中中醫、西醫對疾病成因的看法，可以看出兩者有明顯的差異。但是如果因此而說中醫、藥的廣告都採中醫理論，西醫、藥的廣告都採西醫理論卻又不然。上述「瓣香廬」應屬中藥房，但「鍊雲大藥房」、「漢華製藥公司」從名稱上來看卻像西藥房或西藥的製藥公司。如果後者確屬西藥房，那麼上述現象顯示了兩種可能：第一，當時的西藥房和西藥製藥公司也販賣、製造中藥成藥；第二，西藥房所賣的是西藥成藥，但是他們爲了說服讀者，因此採取了一些讀者可以了解並願意接受的中醫語言來描繪他們的「商品」，因而出現了中、西醫藥

在宣傳時發生理論互借的現象，這與佛學傳入中國時所產生之「格義」的現象很相近。從史料上我們無法加以區別，但顯然這兩種情形在當時都存在，而又以後者西藥借用中醫語彙來作廣告的例子特別多。難怪民國十四年清華大學學生在從事報紙廣告之分析時就感覺到醫藥廣告「中醫和西醫的界線無從區別」。<sup>⑯</sup>因此從中西醫藥分疆劃界的觀點來看醫藥廣告十分困難，因為多數廣告陳述都混雜了源自兩方面的語彙與理念。

拋開廣告主和中醫、西醫的糾纏，直接觀察廣告中的病因解釋，我們發現無論是中醫、西醫方面的廣告往往環繞著三種病因論，亦即性的病因論、腦的病因論與血的病因論。以下分別敘述。

#### 1. 性的病因論

在傳統中國，「性」在社會上特別就是一個不能公開談論的主題，一直到民國初年風氣雖略為開通，情況卻沒有根本的改變，在公開的場合仍諱言房內之事。但是相對地，在報紙醫藥廣告上「性」卻成為一個大家關注的焦點，作者發現在申報廣告上許多的疾病都用與性有關的因素來解釋，這與中國社會中對性的嚴格禁忌形成強烈對比。這一方面是因為性病是一種隱疾，大多數人諱疾忌醫，因此可以免除人與人直接接觸的報紙成為一個很重要的傳播管道；但是當我們發現有許多和性並不直接相關的疾病也用「色欲過度」來解釋時，這種情況就變得很複雜了，它似乎是反映「性」是社會心理上一種揮之不去的煩惱 (obsession)，廠商只要在此稍微著力，立刻可以得到他們所期望的宣傳效果。

許多這類廣告是採用中醫的說法，例如上述瓣香廬「化痔仙丹」廣告即指出色欲過度是痔瘡的一個成因；「腳腫無憂丹」則以腎虛陰虧說明為何會有腳腫，而在中醫的理論中腎是藏精之所，腎的虛、虧是表示性能力的不足。此外咳嗽和氣喘等病也有廣告認為是色欲過度的結果，彭壽堂「半夏露」的廣告引治癒者的感謝函：

僕少傷於酒色，致患咳症，百計醫治，始獲痊可。（四，7,15）

瓣香廬「哮喘氣急救命仙丹」：

夫精生氣，氣生神，神氣充足則百病不侵，人過中年以後精血漸滯，真氣不足，故有哮喘氣急之患，如少年色欲過度，精髓內虧，先起咳嗽，漸成喘急。（七，5,6）

<sup>⑯</sup> 余湘林、黃元熙，「五種報紙的廣告分析」，清華學報，卷2，期2（民國25年），頁646。

誠然中醫理論有很強烈的「有機整體論」，身體上任何一部分的不正常都會影響其它部分，就此而言以上的陳述是可以理解的。但醫藥廣告上「性」的因素似乎被過度強化了，我們可以在與性有關的醫藥廣告中進一步地看到當時社會心理上的「性的煩惱」，性的毛病被描繪為幾乎是百病之源。中法大藥房「精神丸」廣告提到：

精腎虧損乃生病之根，以精神丸培補必得良效。（三，3, 29）

廣嗣金丹的廣告也說，由於手淫與遺洩，結果「非惟膝下猶虛，百病因之俱起」（一，3, 31）。

在有關「性」病的廣告中，治「遺洩」或稱「遺精」、「夢遺」一症狀的廣告數量甚多，它們都談到遺精的成因與影響，茲舉數例：

例一，大生製藥公司「遺精新藥」：

遺精之症由於腎經缺乏，精關不固，或勞心過度相火妄動，以致遺洩精液，日久身體消瘦，四肢無力，腰酸背痛，耳鳴眼花等症隨之而起。（十四，9, 27）

例二，鍊雲大藥房「立癒夢遺金剛百鍊丸」：

吾人之禍福全在精，精固則強，精竭則亡，關係何等鄭重，世人之患夢遺者實因相火妄動，或濕熱蘊結，心腎不交，以及中年憂慮操心，致有精關不固，夢遺滑洩從此起矣。明知精乃養身之源，豈任常洩，若不早治，不但有礙嗣續，且從此精神疲倦，腰膝痠軟，百病叢生，甚至促及壽限。（五，8, 19）

例三，京都天寶齋「包癒立止夢遺聖藥」：

凡患遺洩病症，皆因腎水虛耗，命門受損，或思慮太甚以至心腎不交，久之而面黃肌瘦，腰酸腿軟，四肢無力，虛損勞傷由此起矣。（八，6, 18）

例四，華僑製藥公司「遺精可畏」廣告：

每年由遺精而致痼亡者不勝其數，人類為之減少，國運因之不振，其害若虎，焉得不畏。（十二，7, 16）

遺精（nocturnal emission）在「現代」醫學中被認為是正常的生理現象，但在不同的時期與不同的文化中對之卻有不同的構想。例如中古歐洲時人們認為遺精的一個原因是遇到夢魔，它會在夜間侵入生人的床舖和他作愛。因為遺精和生育無關，在基督教的觀念中被視為一種罪行，而且是神職人員經常要處理的一種罪；當時認為遺精之後當事者需立刻起身，唱七篇懺悔詩，第二天早上再補三十篇，不過

如果是在教堂睡覺而夢遺，那麼要罪加一等，需吟誦整個詩篇。十七世紀時歐洲人認為精液的喪失是一種疾病的先兆，1642年一本義大利出版的書上說，「浪費精液會導致痛風、便秘、駝背、呼吸濃濁和鼻子紅腫」；十八世紀一位日耳曼醫生認為「精液的損耗會帶來倦怠、衰弱、動作無力、昏沉、發熱、口乾舌燥等」；十九世紀歐洲的醫生會告訴人們，一再流失精液會導致精神、肉體和道德的崩潰，最後死於腦子枯竭。<sup>⑯</sup>

在申報醫藥廣告中對遺精的看法與十七世紀之後歐洲所流行的看法有些類似，不過基本上是源於不同的理念，在上述理論中（不論是中藥房所作的廣告或西藥房所作的廣告），特別以腎虧來解釋遺精，腎和精的關係在下一則廣告中說得很清楚：

五行之中腎屬水，其形如豆，其系貫脊，部屬於腰之左右，分左腎右腎，先天之本也。夫腎生精，爲五臟之本源，精生髓，爲百骸之主體，精足則髓足，髓足則骨強，智巧才力必有大過人者。（這一則廣告是上海當時一間著名的西藥房，五洲大藥房，爲其產品「人造自來血」所作之廣告的一部分）

（九，10, 19）

從傳統中國的性觀來看，「精」是人體中最寶貴的物質，精的充沛就代表了生命力的旺盛，而喪失則代表生命力的枯竭，所以「房中術」特別強調「固精」或「多御女而少洩」，因爲洩精會損失陽氣，有傷身體。反之，如果在性活動中，男性能在陽精動搖之時，閉目閉口張鼻吸氣，將陽精重新吸回，並使之順著脊髓上升至髓海（腦），則能滋補身體，上述的過程被稱爲「還精補腦」。<sup>⑰</sup>在這種觀念下，喪失寶貴物質的遺精成爲一種嚴重的「病」，它是腎虧的一個徵兆，也與腦力的衰弱有直接的關係；而基於同樣的理由，手淫很傷身體，也是導至腎虧的一個重要原因。

腎虧是一個更複雜的病，它是一個典型的文化制約的產物，幾乎在所有華人社會中都存在這種病，人們（尤其是男子）在性方面的問題，無論是生理上或心理

⑯ 見李意馬譯，Reay Tannahill 著，人類性愛史話（臺北，野鵝出版社，民國75年），頁88、218。書名原爲 *Sex in History*，此書係節譯本。

⑰ 參考翟本瑞，「中國人『性』觀初探」（未刊稿）。原始資料見醫心方，卷28，「房內」，此書爲唐代的著作，如至理第一云「……宜知交接之法，法之要者在於多御少女而莫數瀉精，使人身輕，百病消除也」；和志第四云「但接而勿施，能一日一夕數十交而不失精者，諸病甚愈，年壽日益」；還精第十八云「仙經曰，還精補腦之道，交接精大動欲出者，急以左手中央兩指，却抑陰囊後大孔前壯事抑之，長吐氣並喚齒數十過，勿閉氣也，便失其精，精亦不得出，但從玉莖復還上入腦中也」。有關醫心方一書的來源見高羅佩（R. H. Van Gulik），*Sexual Life in Ancient China* (Leiden, 1974), pp. 122-123. 目前臺灣的書攤上很容易可以買到醫心方卷28的白話譯本，但書名改爲珍藏古本中國回春秘傳奇書。

上，統稱爲「腎虧」。<sup>⑯</sup>廣告上一致地指出，腎虧主要是由於性方面縱慾所致，光華堂藥房的「保精丸」廣告很詳細地說明了「精虧腎虛」的四大原因：

凡青年無知，誤犯手淫爲第一原因；文人用腦過度，遺精滑洩爲第二原因；破身太早，濫耗精水爲第三原因；縱情狂欲，五淋白濁爲第四原因。（四，3, 7）

愛華製藥社「實驗保腎固精丸」也舉出類似的三大原因：

君知身體衰弱之原因乎？吾輩身體衰弱，其最大之原因有三，一思慮過度，二幼年斲喪，三不知節欲，有一於此即足以使腎虧精耗。（十四，11, 12）

腎虧時常會出現的症狀除了遺精之外，廣告中還提到腰膝酸痛、四肢倦怠、夜不成眠、面色萎黃、口乾舌燥、神昏意憤、胃呆食滯、肌肉消瘦等症，幾乎身體上各種不易找到原因的輕微不適都被說成是腎虧的徵兆。在這種疾病觀之下，報紙上出現了大量「補腎固精」藥的廣告。

在中醫理論上腎虧是不分性別，男女都有的，但在申報醫藥廣告上卻特別訴諸男性讀者，這似乎反映男子在性方面的煩惱要比女子爲甚。因爲房內之事不太適合與朋友討論，當時人們性知識的來源仍不外乎房中術之類的秘笈或春宮畫、春宮小說等，而這些書中所描繪的情節多數是超乎尋常，比較之下男性讀者自然覺得相形見绌。同時若是因爲年齡漸高或諸事繁雜，偶不順意之後便產生了「腎虧恐懼症」。

除了中醫、藥談腎虧與補腎之外，一些西藥公司的藥品也借用這種觀念，如前述「兜安氏秘製保腎丸」即係美商兜安氏西藥公司發行的，它的廣告雜有中、西醫的各種理論，常常會訴諸腎虧病因論，一方面該藥以保腎爲名，另一方面它在廣告上明言「腎虧百病叢生，腎強一身舒泰」（三，3, 17，圖七）、「此丸專治腎虧各症，效驗夙著」，以及：

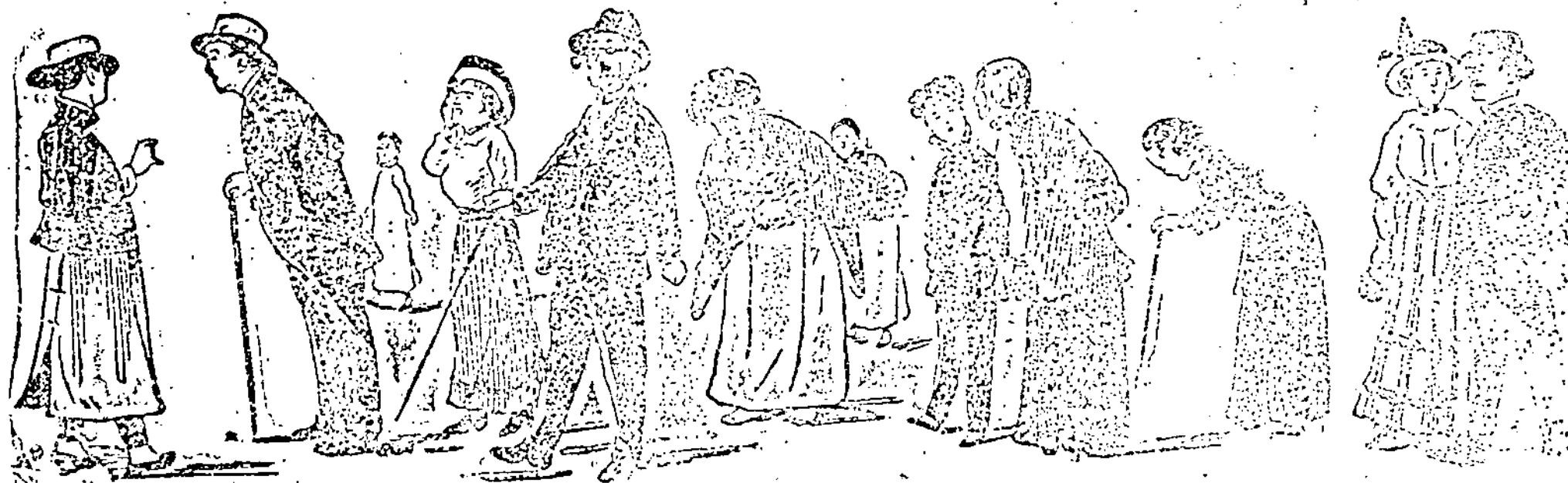
背脊疼痛、頭痛心悸、沙淋石淋、腰穴酸痛、耳鳴眼花……上列諸症皆由腎虧而來，兜安氏秘製保腎丸，治補並行，奇效卓著，洵腎弱致病者之至寶也。（四，8, 25）

不過該廣告所謂的「腎」，顯然較接近西醫理論中的腎：

<sup>⑯</sup> 文榮光等人曾研究過這一個問題，見 Jung-kwang Wen and Ching-lun Wang, "Shen-K'uei Syndrom: A Culture-Specific Sexual Neurosis in Taiwan", in Arthur Kleinman and Tsung-yi Lin eds., *Normal and Abnormal Behavior in Chinese Culture* (London, 1981), pp. 357-369.

丸腎保製 DOAN'S PILLS 秘氏安兜

腰酸  
筋脈  
利頭  
腫脹  
便不  
腰痛  
脚水  
眼風  
腫濕  
小便  
肢浮  
風濕  
病皆  
腫脹  
所致  
內腎  
膀胱  
諸疾  
之經  
驗良  
藥也



各處大藥房均有出售每瓶

洋二元二角每打洋十二元

上海江西路兜安氏西藥公司敬

圖七：兜安氏秘製保腎丸訴諸腎虧的病因論（三，3，17）

腎形如扁豆，居背脊骨之兩旁，職司濾血，譬之沙濾水然，緣人身之血，每三分鐘必經腎濾清，純淨之血液復行週身，榮養百體，其提出之尿酸污毒約有三磅之多，輸入膀胱而爲小便，若腎稍有虧耗，必減其滌血之功用。由是血液不清，尿酸污毒逐漸停蓄，迨尿酸量足，則性命危險矣！（二，3, 15）

兜安氏秘製保腎丸的廣告透露了二個重要的意義，第一，民國初年中西文化的衝擊與融合有許多不同的型態，在不同的層次往往有不同的融合方式，上述的廣告一方面借用中國社會所流行的腎虧恐懼症，另一方面又將之與西醫對腎的看法結合在一起。第二，上述中醫補腎丸廣告中的「腎」與「兜安氏秘製保腎丸」廣告中的「腎」並不相同，換言之在中、西醫理論中雖然都將一個器官叫腎，但實際上兩者分屬不同的理論體系，絕不可相提並論。在西醫理論中腎是形成尿液的器官，它與其它器官形成很複雜的關係；然而在中醫理論中，腎是藏精之所，它不單只代表腎臟，還泛指有關的神經機能，特別是性神經機能，並涉及內分泌作用。因此從西醫的觀點來看，腎與性能力並無關係，腎虧之說荒誕不經；但從中醫的理論來看，卻是可以說出一番道理。總之，中醫的腎和西醫的 kidney 不可同日而語，它在不同體系內具有截然不同的意義。

從廣告上來看女子在性方面有另一類型的困擾，報紙上最常出現的是治月經不調和白帶的醫藥廣告。這兩種症狀也被解釋成諸病之源，如五洲大藥房月月紅藥丸的廣告指出：

女界中有月信不信，紅潮不紅，非但生育艱難而且終生病累。（五，9, 6）

京都天寶齋「婦科降生丹」廣告：

夫婦人固無不育之理，不育者卽有病也，然病多起於月經，月經不調則非受孕之兆，氣血不和必致經候失常，諸恙所以並生也！（八，12, 21）

白帶爲陰道排液，是由陰道粘膜滲出物以及上皮脫落細胞等物所構成，在正常情況下排液的質與量隨月經周期而變，只有當白帶的色、質、量發生異常改變才是生病的徵兆。在以下的三則廣告中白帶被描述成癆症的初期徵兆：

婦女白帶一症大傷元氣，此症因濕熱滯積，月經愆期，或憂怒思鬱，動卽洩精，寒痰凝聚，膀胱〔疑爲膀胱〕受濕，以致脾胃不和，腰酸肚痛，面黃肌瘦，頭暈眼花，久則百病叢生，漸成癆症。（彭壽堂「秘製婦科白帶靈丹」，二，5, 25）

凡婦女赤白帶下，淋漓不止，面黃肌瘦，腰酸腿軟，四肢無力，醫治不早必

成癆症。（濟生藥房「體虛白帶丸」；十，4, 14）

世上婦人患白帶者居多，故曰十女九帶，所流者乃經血也，變成白帶時，常腰背酸痛、面黃肌瘦、四肢無力、體虛挾濕者多，大抵瘦人多火，肥人多痰，瘦人流白帶體虛挾濕，肥人流白帶濕痰下流也。如久久常流，經血大虧，變成癆症。（德法藥房「立止白帶丸」；十，4, 14）

有趣的是在其中一例中分泌物被解釋成經血，而經血的喪失則出現上述各種病症。因此「調經止帶」是各種婦科補藥最常聲稱的功能。

總之性在中國社會中是隱諱之事，與性有關的疾病也成為難以啓齒的隱疾，廣告廠商掌握了社會心理上這一個特點，在醫藥廣告上大作文章，而形成了上述形形色色以性為中心的病因論。進一步地觀察，在民初上海都市社會中，性似乎是人們心中煩惱的焦點，不少男性擔心腎虧，不少女性害怕白帶，這種內心的煩惱正是「性的病因論」之所以會出現的根本原因。

## 2. 腦的病因論

腦是當時醫藥廣告關懷的另一個焦點。傳統中醫理論主要是以五臟六腑為中心，腦（稱為髓海）相對於臟腑來說仍居於從屬的地位。<sup>20</sup>然而在西醫理論中腦司記憶、思考，地位十分重要。申報醫藥廣告中對腦以及腦與疾病之關係的看法基本上源於西醫的理論，不過偶爾也雜有中醫的語彙。

首先廣告中指出西醫較重視腦：

治腦之法中醫向不講求，自泰西醫學傳入，始知腦之功用於人身有極大之關係。（中西大藥房「坦晏拿補腦壯陽」；一，7, 12）

嘗考中華論病偏重心血，西醫論病偏重腦筋。（中法大藥房「艾羅補腦汁」；七，6, 6）

我國醫家向誤腦為心，故謂思想之發生皆屬於心，自解剖學說倡行於世，而腦之功用大顯。（中法大藥房「艾羅補腦汁」；十二，2, 2）

其次它們指出腦是身體健康與否的關鍵，影響至鉅，如維亞兒藥房「渣普多補腦丸」廣告：

腦為髓海即為一身主宰，其腦氣筋環繞周身、四肢、百體、腑臟內外及耳目口鼻等處，曲折皆到，故全體皆賴，運動無不從令，其或腦筋力弱，則疲

<sup>20</sup>. 項長生、汪幼一，「祖國醫學對『神』與腦的認識」，中華醫史雜誌，卷16，期2（1986），頁93。

痲、麻木、痛暈、癲狂、癱瘓等症在在難免，如或腦力充足則聰明、智巧、才識、學問、康強等福隱隱自致，蓋腦之關係一身富貴祿壽者大。（一，5, 28）

中法大藥房「艾羅補腦汁」的廣告：

腦爲全身之總機關，猶爲一國之有元首，發號司令唯此是賴。元首無能，全國紛亂，腦筋衰弱，一身麻木，百病由之而起，肝胃不和，腰酸骨痛，面黃肌瘦，手足無力，婦女則經痛白帶，小兒則疳積瘦弱，此則腦之關係於身體之健衰者。（十二，11, 20）

有些廣告則以腦和身體其它部位的配合來說明疾病，例如腦與血或精血的配合，天經洋行「不死藥」的廣告說：

吾人得生活於世者，純賴乎血氣……因氣乃由腦筋所分布，故西醫稱腦氣筋，而血乃由心經所發行，凡血薄氣虛者卽腦弱心虧之表狀也，故世人欲得健康而長壽命，必須腦強血足，二者少一不可。（三，4, 6）

中法大藥房「精神丸」廣告則表示由於精血雙虧導致腦筋衰弱，接著會胸悶、胃呆、心臟虧弱；而該藥可以生經補腦助血運行，治療虛弱諸症（三，2, 13）。

### 3. 血的病因論

在申報醫藥廣告的陳述中，血也是影響身體健康的一個關鍵。許多廣告談到血多則身體強健，血少則身體衰弱、百病叢生：

人不充其血則體不強，血也者爲營養五臟之原料，流通百脈之主體也，人之周身凡四肢七孔二十四脊椎三百六十五細骨，在在均恃血以爲作用，卽外至指甲毛髮，亦無非以血養成，故天下未有血液枯涸而身體反強者，亦未有血液豐富而身體反弱者。（中西大藥房，「血中血」；一，10, 23）

夫人之體質以血爲宗，血多則百體強壯，血少則百體虛弱，血枯則百病叢生，以致連綿不癒。（民立公司，「保強丹」；一，5, 2）

亦有廣告以爲血的新鮮和乾淨與否影響很大：

人身百體全賴血液營養，血陳老則百病叢生，血新鮮則百體活潑。（科發大藥房，「科發新血」；十四，11, 20）

江河淤塞則水溢橫流，血液不清則疾病叢生。（粹華製藥廠，「清血片」；十二，8, 2）

在民初申報醫藥廣告中，特別強調這種病因論的廣告有五洲大藥房的「人造自

來血」廣告，廣告中血液成爲生死攸關之物：

吾人起居動作昬夕勤勞，其身體健康與否，固不視血液盛衰爲標準，故血盛則精強力富，能戰勝環境一切困難，血衰則體弱身虧，必致百廢莫舉；質言之，吾人有血卽生，無血卽死，生死關係間不容髮。（十一，10,26）

五洲大藥房爲西藥房，但有時它的廣告卻雜有一部分中醫語彙：

五行之中心屬火，其形圓，上闊下尖……又有一總管，運血出行遍于週身，回轉於心，此卽內經心主血脉之說也，是故心血足則氣體充實，精神活潑，其人未有不康健勝常者；反是而或患驚悸怔忡，夜不安寐，甚且面黃肌瘦，腰酸骨痛，疲倦乏力，索然無生氣者也。（十，6,18）

另一個常用血的病因論來作廣告的藥是前述兜安氏西藥公司發行的「兜安氏秘製保腎丸」，該藥雖名爲保腎，是訴諸腎虧病因論，但細繹其內文可以發現有時是藉腎與血的關係強調血的病因論：

血之清濁惟腎是賴，腎強則血清人健，腎弱則血濁人病。（十二，9,28）

血乃身中至寶，肢體百骸強壯活潑，視聽言動之聰明敏捷，皆血液榮養之功也。然非恃有強壯之內腎以濾清血液，不能享康寧之幸福。……若內腎虧耗，濾血功失，血含污毒，留滯百脈，累及它臟，由是強者弱、弱者衰，種種疾病起矣！（二，9,16）

血的病因論常常會和性的病因論與腦的病因論結合在一起，例如「艾羅補腦汁」的廣告：

腦主使百體，需有清潔之血液營養之，腦部貧血或積血過多，則生各種腦病。（十四，12,12）

「性」與「血」的關係就更密切了。廣告中常常談到「生精補血」或「精血相生」，認爲缺乏血會導致性能力的衰弱與身體的不適：

勞心則耗血，勞力則耗神，血神既衰，於是萎頓疲乏腰酸背痛面黃肌瘦耳鳴頭暈盜汗寒熱夢遺滑精等虛發現，治療之法惟用補血生精之劑。（太和大藥房，「人中寶」；十四，9,13）

腎爲藏精之所，精血相生，精虛不能灌溉脈絡，血虛不能營養筋骨，以致腿足不能行動。（五洲大藥房，「人造自來血」；五，11,8）

終夜不還陽，這不是血的原故麼？……因血少運行全身就失其滋養之力，所以面黃肌枯、腦力拴弱、失眠、遺精、癆療諸疾相繼而起。（五洲大藥房，

「人造自來血」；三，1, 12)

下一則廣告將夢遺、腦筋衰殘與缺血等症連結在一起解釋病因：

夢遺滑精爲腦筋衰殘所現病狀之一也，腦筋衰殘由於缺乏清潔稠紅之新血所致。（韋廉士醫生藥局，「紅色補丸」；二，9, 13）

以上是以民初申報醫藥廣告探討其中所反映的對疾病成因的看法，很明顯地當時中醫「陰陽五行論」與西醫「病菌論」同時並存，但是更普遍的則是中、西醫藥理論互相交雜的情況。進而言之，在報紙廣告上由於商業因素的影響，使中、西醫藥在宣傳時發生互相採借理論與語彙的現象，許多西藥的廣告採取中醫的理論或語彙來作宣傳，這些廠商企圖透過國人所熟悉的語言而達到促銷的目的；至於中醫、藥方面這種情形較少，至多只是說參用西法。在這種情況下，當時人們對疾病成因的看法也呈現中西交雜的現象。

撇開中西理論的糾結，申報醫藥廣告所反映的病因論環繞著性的病因論、腦的病因論與血的病因論。性的病因論涉及十分複雜的中醫理論與傳統中國的性觀，它所反映出來的想法是：腎是藏精之所，而精代表身體中最純粹、最寶貴的物質，也可以說象徵著生命力，因此腎強則精固，精固則體健；反之腎虧則精衰，精衰則百病叢生。因此許多疾病的發生都與性能力的衰弱有關，而直接與性有關的夢遺、手淫或腎虧等現象，則被視為是足以致死的危險疾病。中醫理論本身並不那麼強調性的病因論，但在報紙廣告上卻被扭曲成上述的情況，其中所反映的社會心理頗堪玩味。腦的病因論較與西醫理論有密切的關係，而血的病因論則可在中、西醫雙方面找到根據，二者均被認為是身體健康與否的關鍵。申報醫藥廣告的陳述常常是從腎（或精）、腦、血三者（或其中二者）來解釋疾病的發生。

就申報醫藥廣告反映的情況而言，民初上海都市社會中大致主要有三類對疾病成因的看法，第一類型完全採取中醫的陰陽五行論，而不接受西醫的看法；第二類型純採西醫的理論，而視陰陽五行，濕熱、虛虧等說法為無稽之談；第三類型則為兼容並蓄型，同時接受中醫與西醫的理論，某些疾病採取中醫的解釋，某些疾病則接受西醫的看法；例如遺精是因為腎虧，喉痛是因為火氣大，但肺病或時疫則是空氣中細菌作祟。作者推測在民初上海持第二、三類看法的人似乎愈來愈多。

## （二）對醫療方式的看法

病因論是醫療行為的核心，在此影響之下產生了與之對應的對醫療方式的看法。民初上海有下列三種類型的醫療觀念。第一種類型相信中醫，排斥或不知道西

醫，這些人生病時會依一些自己熟悉的藥方至藥店抓藥，或購買中藥成藥，自我治療無效之後則向中醫師求診。第二種類型相信西醫而排斥中醫，這些人生病時會先到西藥房購買成藥，無效的話則至西醫診所或醫院看病。第三種類型較複雜，他們並不清楚區別中醫與西醫，而是普遍地從外界吸收參差不齊的醫療觀念，再依不同的病況採取不同的措施；例如一旦當他自我診斷是腎虧之後，患者較傾向於服用中藥補藥或者找中醫師治療，但如果是得了梅毒，他可能會請西醫師為其注射六〇六；總之，他們會記住何種方法有效，下次生病時再依樣使用，若不靈則換別種醫療方法，並將自己的經驗告訴親朋好友。就申報史料來觀察，第三種類型的醫療觀念在民初上海十分普遍。此外，求神問卜的醫療方式在當時必然有其重要性，但因史料性質的限制，在此不予討論。

大致而言，當時對醫療方式的看法環繞著服藥與就診兩方面。當人們感覺不適時，他們會依文化中對病的定義與分類，判斷病症並給予病名；其次再決定自行調理或服用成藥；當這些措施都無效之後則前往診所或醫院就診。

從申報醫藥廣告來看，生病初期依本身所有的疾病觀念而自行診治的現象十分普遍，其間又受人際關係網絡與大眾傳播媒體的影響，像親戚、朋友、同學、鄰居等人都會提供各種醫療訊息，而報紙亦刊登了許多醫療選擇，最後生病者或他的親人會決定服用某種家中現成的藥，或去藥房購成藥服食。下列兩個例子一個是妻子吃先生曾吃過的藥，一個是媳婦吃公公吃剩的藥，有趣的是竟然都因此痊癒，這二則廣告所敍述的事情不一定真有其事，而且很可能是廠商偽造的，但值的注意的是在廠商的觀念中卻認為這樣的敍述是合理而且人們可以接受的：

余妻自于歸後常疾病，屢受月信不調之苦，有時遲至十禮拜之久，稍食微物便即嘔吐，腦筋衰弱異常，不能任其獨居，當其未病之前，余曾服韋廉士大醫生紅色補丸而得奇效，余亦以是丸與之試服，數瓶之後體漸復原。（二，11, 5）

鄙人由北回南為患肝胃心痛……幸商務書館謝省三兄相訪，述徐氏乙癸丹……購服痛果隨止，連服三瓶未完，痼疾從此脫體，次媳患行經腹痛，翻覆痛極，屬欲覓煙自盡，舉家無措，因將鄙人服剩藥服之，頃刻痛止安睡。（八，8, 24）

也有廣告提到有人偶爾看到報紙上的藥品廣告，發現所述醫治之現象與本身症狀類似，因而購買服用：

逆旅中整檢行裝，瞥見衣物堆中有舊報紙包面真憑實據四大字，略閱數行……極言自來血養陰培元，確有靈驗之效力，鄙人多病之軀頗為感觸，憶自甲辰患陰虧失音之症，時癒時發……遂就近向貴分銷處購買。（五，10, 16）余與內弟俞珮珊君同患夢遺之症……乃相顧無策，去秋俞君檢視申報，攜來相示，指為上海三馬路對面鍊雲藥房，秘製金剛百鍊丸善治夢遺滑洩，功效非常，適與爾我之病相似，盍然試之，當投郵局匯洋四元購得一料。（五，5, 31）

總之，在患病初期採取自我治療在民初上海甚為普遍。這一方面固然是由於醫院與診所的收費較高，一般人民負擔不起；另外一方面則因為購買成藥十分方便。根據上海市政概要一書，民國十六年七月至二十二年六月，在衛生局註冊有案的藥房計中藥房二十二家，西藥房五十三家，<sup>②</sup> 實際上應不只於此；此外在一般的百貨公司和煙紙雜貨店都經售「家用成藥」，圖八的廣告顯示科發藥房家用良藥的經售處有二百多家，因此對民初上海市民而言，購買成藥是一件十分方便的事。

成藥的種類很多，有中藥也有西藥，但是我們發現無論是中藥還是西藥，當時社會存有一些很普遍的對藥的看法。首先認為服藥的效果可能是「有病治病，無病強身」，例如「人中寶」的廣告宣稱：

有十補之功能，誠人中之至寶……有病治病，無病強身，男女老幼無不相宜。（十四，11, 3）

「百靈機」的廣告表示：

本公司秘治之百靈機，補精補血補腦，開胃健脾潤腸，病人服之，其病即癒，常人服之，加倍強壯。（十二，12, 20）

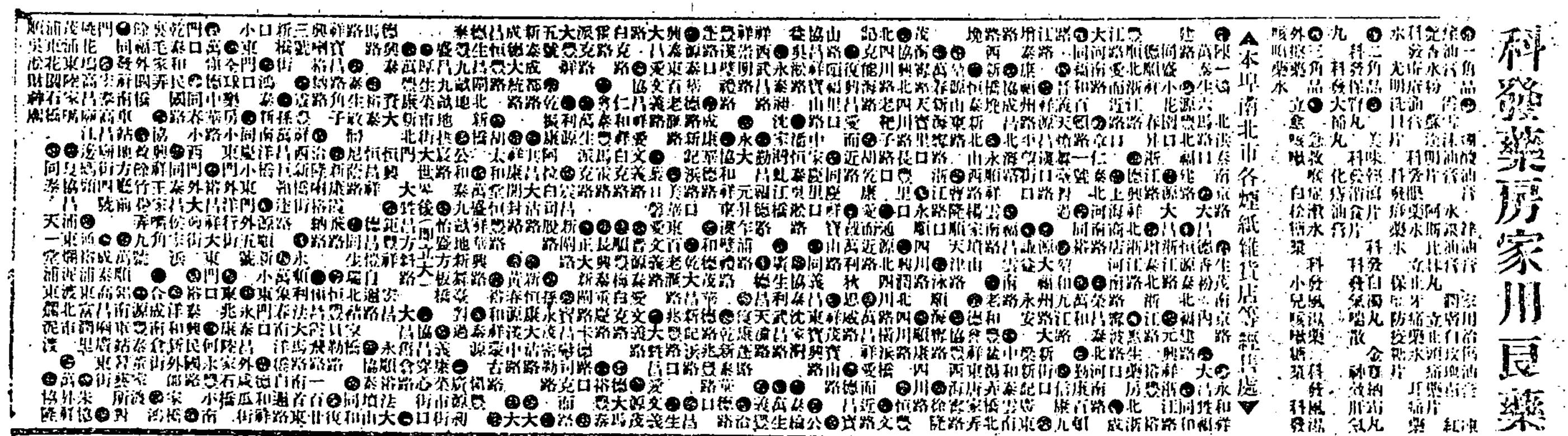
上述廣告中透露出的一個想法是，將服藥視為一個滋補的過程，藥物即為補品，所以無病之人服之可以強身。中國社會中補藥的盛行其來有自。從廣告上來看，當時人們認為身體上最須要補的是腎（或精）、腦、血。報紙上強調可以強精補腎的醫藥廣告數量甚多，例如京都天寶齋「補腎衍慶丸」：

此丸補腎益髓，健體壯陽，並治諸虛百損，五癆七傷，夢遺滑精，腰酸骨痛，四肢無力。（十四，12, 21）

永壽大藥房「生精丹」：

<sup>②</sup> 上海市政府秘書處編，上海市政概要，第7章「衛生」，頁7。

圖八：科發藥房經售處有二百多家。



此丹功能固精益髓，滋陰補腎，又能治濁驅毒，真可謂九牛二虎之力也。（三，4, 22）

愛華製藥社「實驗保腎固精丸」：

能培養貞元，補益臟腑……尤妙在有病去病，無病補身，男女可服，四時咸宜，服一盒有一盒之功，服一打得一打之效。（十四，11, 12）

有趣的是當時有不少外國的製藥公司或進口洋行也製造或販賣這一類的藥，如美商上海飲和室公司「育亨賓丸」啓事：

本公司獨家經售德醫博士斯壯額爾氏所發明之老牌育亨賓丸……功能補腎生精，強身益腦，固精壯陽，此丸行銷全球，最得中外人士之歡迎。（十五，4, 6）

愛爾白洋行進口德國著名奇喜藥廠「補腎丸」廣告（圖九）：



圖九：洋補腎丸之一（三，3, 19）

此丸耑治體質虛，操勞過度，如腎虛、腦虛、氣虛、精衰、血虧、胃呆、目眩、力疲，耳〔疑爲或〕陽痿遺精，或婦女經期不調，赤白帶下等症，凡服此丸，無不強筋堅骨，立見其功。（三，3, 19）

此外還有英商第威德製藥公司發行「第威德補腎丸」，廣告上特別宣稱「治遺精症」以及「英國製造」（圖十）。以上這些「洋補腎丸」的廣告顯示，民國初年補腎丸之類的藥不只是中醫師或中藥房才製造、販賣，許多外商與西藥房也訴諸中醫理論中「補腎生精」的觀念來銷售他們的商品。這些洋補腎丸的內容我們不得而知，不過大多數恐怕和以「人參、鹿茸、靈芝、野朮、虎筋、海狗腎汁」製成的土



圖十：洋補腎丸之二（十二，10，6'）

產補腎固精丸大不相同。

除了腎之外當時認為腦和血也很需要補，報紙廣告上專門補腦的藥有「艾羅補腦汁」、「補腦密鱗粉」等；補血的藥就更多了，有「人造自來血」、「九造真正血」、「科發新血」、「利亞婦女補血汁」等，此外「韋廉士紅色補丸」名為紅色，正是訴諸一種血的聯想，所以它宣稱「補血健腦」，而且專治「血薄氣衰」。

補腎、補腦、補血的觀念明顯地反映在羅威藥房「三素」廣告之上，它號稱「腎素即補腎精，腎水之母；腦素即補腦精，精神之母；血素即補血精，心血之母」（二，4,5）；而中法大藥房的「第一總統牌精神丸」也宣稱治療「腦力衰弱、房勞過度、男婦血虛」（二，6,24，；圖十一）。

在這三補之中補腎或補精似乎最受人們重視，我們發現幾乎所有的補藥，甚至一般的藥都明白或暗中表示有增加性能力的效果，例如中外大藥房所售「保壽丸」，「健陽保腎……能令陽衰者，自然精液生濃厚，得以續嗣」（四，4,21）；光華堂藥房「珍珠牛髓粉」，「大有驅寒活血，補腦充髓，固腎生精之功」（四，12,18）；華大寶利魚肝油，「能治一切房勞過度，咳嗽吐血」（三，5,6）；甚至專治咳的瓣香廬「驥製半夏」也聲稱：

能將已成之痰淘汰，化為精液，以補天一之水，其汰出之痰或走大腸，或從口吐。（一，3,22）

總之，從申報醫藥廣告來看，在身體感覺不適的初期，多數人們會以其所具有之疾病觀念判斷、診治這些「病」，並就近至藥房購買成藥服用；如果在服用成藥之後，病情並未改善，病人會前往醫院或診所就診。

在當時的觀念中，中醫和西醫有不同的分科與互異的診療方式，西醫方面分科計有：內科、外科、小兒科、婦產科、牙科、耳鼻喉科、皮膚科、花柳科、時疫科、精神病科、X電科等，而診治方法是：

聞症箇以辨其病因何狀，行敲診錘板以定其病體何級，施顯微鏡、診脈表、探熱針、量肺尺以審其病根何由，驗病既真方行療治，或有藥石之不達者，則用注射法、水療法、電療法、空氣療法、營養療法，及各種衛生法補助其功，排除其害。（唐拾義醫生廣告；五，9,18）

中醫方面分科有男婦方脈（診療男女成人）、兒科、傷科（專醫跌打刀砲傷，並有接骨）、男婦花柳毒門、瘋科（治療四肢癱瘓、麻木不仁）、眼科、喉科、針灸科、推拿科（以按摩法治病）、祝由科（以符咒治病）等；中醫的治療方式主要是

第一總統牌精神丸

士張修齋君鑒定

人身疾苦世人以爲不可療或不易療者甚夥自近世醫藥發明探微抉奧而此種困難逐漸消除蓋西藥之效速實是恩起服者之信用故聲價高出於中藥之上實有理由也夫精神丸之靈效雖服者經驗之談亦半由於精深之研究而成故邇來著名醫藥專家述及凡服此丸不愈之疾實已鮮聞足見探微抉奧之功除此藥外更有何求耶爰將功用后列閱者注意

腦力衰弱

往往人皆有之其運帶關係如思想不能敏捷精神日短心經不寧胃部消化力減以飲食增加其神經各病逐漸消除蓋藥性平和補助力健故有除病增智之神效也

房勞過度

洩精過多凡成年者無不易得此症雖初起時虧弱之勢輕重各有不同而腰酸腿軟則精液自能培補是以使陰火減輕血旺精足顏紅膚白人不畏勞誠強壯續命之金丹也

男婦血虛

因房勞過度或年老氣虛獨在飲食中所含之營養及氣素滋養身體則萬難致其消耗能以精神丸兼治則如精神丸病大腦收縮精血冷降痛經自帶脾胃不和風濕骨痛心臟諸病不特可以日漸見效並能可以預防諸病不生因此丸內實含有飲食中之營養及氣素等滋養料故其能力有使精血充足血脉流通其治療之真憑確有藥到之妙

目價

中瓶一元 每打十元  
小瓶二角 每打二元

大瓶五元 每打五十元

總發行所上海三馬路

中法大藥房

圖十一：腦、性、血三者是醫療的重點

(二, 6, 24)

望聞問切，不過有些專科會用一些較特殊的治療方式，如瘋科醫生以針灸治病：

余患風症，初則四肢痠楚，繼而遍身麻木不仁……赴寓請瞿先生診治，即用神鍼按穴艾灸，畢並給黃色圓藥二十一服。（「鳴謝瞿鼎彝先生治瘋聖手」；五，8,30）

祝由科醫士楊好古：

辰州靈符治病，五雷正法圓光，凡久病不癒，服藥不效以及身體虛弱之人，無謂沈疴痼疾，本醫士概以極水靈符治之，或用推拿手術、古法針灸，統治咳嗽、氣喘、吐血、勞傷、筋骨疼痛……小兒急慢驚風、婦女胎前產後、內外一切雜症。（三，11,15）

在送醫診治方面，前文談到三種型態的醫療觀，其中第三種不分中醫、西醫而追求實效的醫療觀是一種很普遍的想法，亦即認為生病時可依情況先看中醫，或先看西醫，若醫治無效再換另外一種，廣告中常提到：

余患氣痛六年，未嘗一日間斷，苦楚萬狀，幾不欲生，延請中外醫士不下數十人，服藥達數百帖。（「敬謝湯美琳醫士」；九，5,2）

鄙人拙荆……近年來邀延中西各醫，服藥時好時反，不堪其苦。（「感謝推拿名醫桑曉初」；六，6,10）

總之，中醫、西醫在當時的觀念中具有不同的分科與診療方式，但多數人並不覺得兩者是互不相容的，反之他們採取的是追求實效的醫療觀，何者有效就採用何種方法治病。

以上分別敍述申報醫藥廣告反映之對疾病成因與醫療方式的看法，其中最顯著的現象是這些觀念明顯地受到中西兩大醫療傳統之互相衝擊的影響。過去學者研究民國初年的醫療文化多著重中西醫療傳統的衝突面，如中醫、西醫之爭或廢止中醫等問題；然而在本研究中我們發現，民國初年都市社會中更普遍的是，中西醫療傳統在生活層面的密切結合，無論對病因的看法、對醫治的態度，二者都能毫不衝突地結合在一起。上述的融合是在緩慢而且不知不覺的過程中逐漸形成的，大眾傳播媒體在這個過程中扮演了十分重要的角色。從申報醫藥廣告中我們明顯地看到，廠商為了達到宣傳的目的，不論他們賣的是中藥還是西藥，在廣告的陳述中交雜地使用來自中西雙方面的語彙與理論，這些陳述基本上出於商業的動機，目的是以一套「知識」遂行社會控制，希望賺取讀者口袋中的金錢；然而在這個互動的過程中，逐漸地孕育出一種異於傳統的病因觀與醫療觀，目前臺灣社會所流行的一些看法，

有很重要的一部分正是從這個脈絡而來。

其次，我們發現無論是疾病成因還是醫療方式的看法，都環繞著性、腦、血三者，而其中又以「性」的角色特別突顯。前文曾將廣告比喻為社會的夢，如果借用佛洛伊德心理分析的觀念來看，以性為中心的醫藥廣告在民國初年以來中國社會中長期存在，這種現象似乎反映了人們集體潛意識裏對性的壓抑，以及連帶產生的心理焦慮。

民國初年中國社會的醫療文化仍是一個有待開發的領域，本文所述只是冰山的一角，以上所觸及的一些問題希望能引發其他學者投入更多的關注。

#### 四、申報醫藥廣告反映之社會生活

報紙廣告與社會生活息息相關，許多社會上流行的事情都表現到廣告之上。本節嘗試就民初申報醫藥廣告，探討當時上海的都市生活。誠然這些史料所顯示的只是當時生活的點點滴滴，並非全貌，而且許多重要的變遷在廣告史料中可能完全看不到，然而無疑地，這些材料所展露的視野也是其它史料所罕見的。

##### (一)時疫與救治

民初上海由於人煙稠密，夏秋之際常有傳染病。1843年上海的人口只有二十七萬人左右，至1910年人口高達1,185,895人；1930年更到達3,114,805人。就人口密度而言，1910年時每平方公里約有1,413人；至1930年每平方公里平均人數，上海市是3,440人，公共租界是44,595人，法租界是42,544人。<sup>②2</sup>由於人口密度的增高，上海都市成為疾病傳播的溫床，一則發售「衛生避疫香」的廣告很生動地描繪了這種情況：

今年天時入夏以來涼燠不均，以致近來痧疫發生，蔓延日廣……推原其故，皆因上海一埠居民擁擠，人煙繁密，而沿路垃圾污濁之物未能掃除清潔，行客居民聞此穢氣，不久即有眩暈、昏厥，吐瀉諸症，此皆穢氣由鼻竅而入肺腑，由肺腑而轉筋絡，所以醫治稍遲多成不治。（八，8,11）

所謂的痧疫主要即指霍亂，此病在夏季時傳染甚速，甚至有人「兄弟姪輩內眷計大小八人，先後同染痧疫」（一，3,24）。

曾任職於中國公立醫院紅十字會分醫院的侯光迪醫生，在民國元年七月二十四

<sup>②2</sup> 上海的人口數字參考全漢昇，「上海在近代中國工業化中的地位」，收入中國經濟史論叢（香港，崇文書店，1972），冊2，頁702。人口密度的統計見上海市統計，人口部份，頁1。

日申報之上，發表「夏令時疫種種及其預防法」一文，對上海夏令時疫發生的原因與疾病的種類有很詳細的介紹，可以補充我們對這個問題的了解。根據他的分析，時疫發生的原因主要有四點：第一，地理因素，「滬地為濱海之區，氣候多變，寒暖無定」；第二，人口擁擠，幾有人滿之患；第三，環境衛生欠佳，通衢要道尚屬整潔，而閭巷之內卻是遍地垃圾，加上中式房屋光線與通風都不足，蚊蠅聚集，最易致病；第四，個人衛生習慣不良，一般人喜歡吃惡劣之瓜果、生冷之蔬菜、不煮之飲料，甚至有人晚間席地而臥，裸腹睡眠；所以夏天常常發生霍亂、赤痢、瘧疾與鼠疫等傳染病。

在當時治療時疫可服用中藥或西藥，中藥中如諸葛行軍散、八寶紅靈丹以及十滴藥水等最為普遍；西藥則有避疫臭藥水、樟腦丸、金鷄納霜片、奎寧餅等等。夏秋之際報上有許多防疫藥品的廣告，這些廣告一方面希望患者能夠購買，另一方面更鼓勵慈善家大批購買施捨貧民，施藥救疫是當時慈善活動中的重要項目，而各藥房對施捨之藥在價格上也格外從廉：

本藥房盡衛生之天職，選用療痧避疫經驗方劑，製水煉丸，以供社會之需求，家居旅行均宜常備，夏秋多癘，猶不可不預防也……慈善家如欲大批購備施送，取價格外克己，以答誠意，而表歡迎。（五洲大藥房；八，7, 28）

奉勸衛生家無論家居外出，或在公共場所，總宜常將痧藥水攜帶身邊，遇災施捨功德無量，如慈善團體富貴大家定購大宗為施捨之用，本藥房當照批發價，再與特別折扣，以示濟世同情。（十，6, 5）

此外因為病患衆多，成立了許多治療時疫的專科醫院，亦有些醫院在夏季開辦時疫科或臨時治疫所支援救治，英界時疫醫院的廣告談到該院自六月二十日開辦，到七月二十九日，已醫癒二百餘人（一，7, 28, 29），通常要到九月底或十月初時疫病患才逐漸減少。時疫醫院的經費大多依靠慈善捐款，因此收費十分低廉，貧者就醫甚至不取分文，不過在數量上仍不敷使用。

下列敬謝時疫醫院的廣告很詳細地描繪了一位患者發病、急救、住院到康復的過程，有助於我們了解當時的狀況：

余室人在舍親處，於前月念二日晚八點鐘，忽患癟螺急痧，上吐下瀉，四肢厥冷，兩目塌陷，指甲發黑，命在垂危，敝戚速至時疫醫院，告知帳房，蒙以象皮臥車來接，到院求治，蒙柯師醫生、亨司德峨利生醫生、王培元醫生等竭力救治，開刀兩次，始獲更生。承會計房、藥水房諸君相慰問，以及女

僕看護之周到，飲食之清潔，大有樂不思蜀之境。（一，8, 15）

上述情景顯然是富裕之家遇病時的處理方式，至於一般貧民多半是「際此米珠薪桂，衣食維艱，勢不能預防，及此一旦身染時疫，命在頃刻，鮮不束手無方」（十一，7, 18）。

## （二）隱疾與郵購

申報醫藥廣告中篇幅最多的類別無疑地是有關男女性病的廣告，林語堂先生在民國二十五年出版的 *A History of the Press and Public Opinion in China* 一書，對當時申報上的性病廣告大加誅伐，他認為觸目所及的這類廣告對人們的心理造成嚴重損傷，這是隨着現代新聞媒體成長而出現的新興的罪惡；<sup>23</sup> 羅家倫更將之描述為「血肉模糊一大片」。<sup>24</sup> 撇開道德判斷的問題不談，性病廣告在民初社會的泛濫有相當複雜的因素，例如缺乏專業性的醫學倫理與新聞規範等，此外從心理上來看，性病為一種隱疾，不少人因此諱疾忌醫，這種心理使治療性病的醫藥成為一種高度依賴廣告的商品，廠商自然在報上大作廣告；再其次，上海都市社會中有不少人罹患性病顯然也是一個重要的因素。

男性的隱疾從廣告上看主要是梅毒、白濁、下疳、橫痃等，病因則多因接觸妓女遭病毒感染，下列幾則廣告中的敘述反映出當時男子狎妓的快樂與患病的悔恨：

僕旅遊滬江，誤狎邪僻，引入柳巷，花天酒地，詎樂極悲生，竟染楊梅毒瘡，痛苦萬分，眠食俱廢……花柳悔過生。（二，9, 28）

鄙人於民國八年因公赴滬，適遇譜弟王介梅君，因闊別多年，一時所見以談久隔之情，非常莫逆，將看戲請酒，不料酒後糊塗，誤入妓院，大有樂而忘返，是此旬日，不意號信催歸，隨即乘車回京，詎料未及數日，忽覺小便刺痛，濕濁淋漓。（十，5, 8）

嘗見富家子弟，學校青年，平日家庭約束，非不周至，或朋好過從，暗相牽引，或星期放假，言不及義，鼓酒後茶餘之興，生冶遊娛樂之思，去足花叢，在所難免，沉溺日久，惡疾釀成，又復隱忍不言，顧全顏面，此在身受者，其痛苦為奚如耶！（五，10, 16）

婦女的隱疾則如赤白帶症、月經不調、子宮發炎、梅毒等。由於性格的影響，女子對隱疾的避諱較男子為甚，亞東製藥會社「婦人白帶藥球」的廣告談到：

<sup>23</sup> Lin Yutang, *A History of the Press and Public Opinion in China*, p. 143.

<sup>24</sup> 轉引自賴光臨，七十年中國報業史（臺北，中央日報，民國70年），頁57，原文未註出處。

此種藥球專供外治，納入陰內，藥力直達病所，而且勿須醫生著手，患婦可以自己取用，靈效非常，簡便非常，況吾國婦女，得此病者，十人而九，因病屬下體，羞以告醫，終身隱忍而不治者，比比皆是。（八，7,24）

由於諱言隱疾的心理，有不少藥房提供郵購藥品的交易方式，根據當時的習慣通常買者不必另付郵費，但如果用郵票的話，只能照面值的九折或九五折計算；郵購使買賣雙方不必透過面對面的接觸而完成交易。從社會變遷的角度來看，傳統中國社會是一種面對面的社會，人與人互相熟悉，用費孝通的話來說是一種「禮俗社會」，但是隨着都市化的發展，逐漸由禮俗社會轉變為「法理社會」，<sup>25</sup>郵購正是促成法理社會形成的一股力量。從另一個角度而言，根據醫療人類學者的分析，在傳統中國生病是整個家族為單位參與疾病的防治，而不是病人單獨應付，<sup>26</sup>從郵購的現象我們發現，在上海都市社會中，已經慢慢地出現較多以個人為單位自行處理疾病的情形。

### 三 戒煙

吸食鴉片是清末民初中國社會的一大弊病，對各方面的影響至深且鉅，而沿海的都市社會中此問題較內地尤為嚴重。根據林滿紅的研究，1906年江蘇省人口二千一百萬人，使用鴉片二十四萬擔，平均每十萬人使用的鴉片量是114擔，消耗量在全國僅次於浙江和福建兩省；該省鴉片的來源包括進口的外國鴉片，以及四川、雲南等地產的本國鴉片。<sup>27</sup>上海吸食鴉片的風氣似乎較江蘇其他地方為甚，光緒二十四年（1898）時有人曾估計上海有百分之五十的苦力、百分之三十的工人與百分之四十的商人吸煙，<sup>28</sup>至民國初年，目前雖然沒有找到精確的統計數字，估計普遍吸食的情況並沒有改變。上海鴉片煙的流行，有幾項促成因素，首先都市社會中商人數目較多，他們在經濟上有能力購買鴉片，而吸食高級的進口鴉片又是社會地位的象徵，因而形成社會風氣；其次對為數甚多的工人與苦力而言，吸食鴉片使他們能忘卻繁忙的勞力工作，暫時舒解身心，因此他們雖無力購買進口鴉片，卻願意花錢購買較便宜的土產鴉片。而上海又是水陸交通中心，外國鴉片由此進口，國內鴉片

<sup>25</sup> 費孝通，鄉土中國（上海，觀察社，民國37年），頁5。

<sup>26</sup> 張珣，「臺灣漢人的醫療體系與醫療行為：一個臺灣北部農村的醫學人類學研究」，中央研究院民族學研究所集刊，期56（民國73年12月），頁39。

<sup>27</sup> 林滿紅，「清末社會流行吸食鴉片研究——供給面之分析（1773-1906）」，國立臺灣師範大學歷史研究所博士論文（民國74年7月），頁341、363。

<sup>28</sup> 王樹槐，中國現代化的區域研究（1860-1916）：江蘇省（臺北，中央研究院近代史研究所，民國73年），頁605。

運至此地也很方便，因此在上海購買鴉片並不困難。另外一個原因則是禁煙工作推行不徹底，尤其上海存有租界，租界之內禁煙更不徹底，成爲吸煙者的樂園。<sup>②9</sup>以上的因素使得清末民初以來，政府與民間雖屢倡禁煙運動，而上海吸食鴉片的風氣並未改善，甚至有書記載上海在當時是全國最大的毒窟。<sup>③0</sup>

民國初年的禁煙運動可分爲兩個階段，民國五年以前爲官民合禁；民國五年至北伐之前，政府無力控制鴉片，軍閥又常包運煙土，因此毒害再盛，這時禁煙工作主要由民間組織的拒毒委員會等機構來推動。

從申報醫藥廣告來看，民國元年至十五年之間，戒煙藥丸和戒煙醫院的廣告一直不斷。廣告中提到當時人們沉溺煙癮，無法自拔的情況：

僕幼染煙癮，已歷三十餘年，日吸兩餘，屢欲戒除，輒因體弱，又患氣喘，老症中止不果，自問常爲廢人。（七，5,6）

僕因病吸煙，二十年矣，體瘦胃弱，爲禁煙期迫，就報載……往戒之，每至中途腰酸骨軟，舊疾復作，如是受害不下十次。（五，10,31）

戒除煙癮可至戒煙醫院求診（部分綜合醫院亦設戒煙專科），或購買戒煙丸服用。醫院方面的情形可以以佳新戒煙醫院爲例來說明，該院位於拋球場恒生里，有房舍十數幢，治療時間該院號稱「戒期輕則二星期，重則三四星期」，即可脫離「黑籍」；診治方式有三種，第一種是住院，第二種是走戒，第三種是醫生到府就戒（二，10,18）。另外一家保德天然戒煙醫院則採白天自由出入照常辦公，晚間至院住宿的方法：

本院……開設法租界大馬路口黃浦灘，延請法國著名良醫李古監視，其藥每天服三次，服藥後照常吸煙，其癮自然減少，隨吸隨戒……所有煙具煙膏，以及被褥均須貴客自備，日間仍可自由出入，照常辦公，惟服藥吸煙時刻，必須到院，其夜間須至本院住宿，俾可休息涵養……戒絕後煙具須留本院以免後患。（二，1,22）

戒煙藥的情況較爲複雜，當時市面上所售的戒煙藥多達二、三十種，其成份不一，有的號稱以林文忠公古方配製，有的則說以中西貴重補品提鍊；但無疑地有不少戒煙藥含嗎啡、煙灰等毒品，實際上是鴉片的代用品，服用之後祇有抵癮之效，卻無

②9 同上書，頁622。其實租界也取締鴉片，只是並不嚴格，如民國十四年十月二日申報本埠新聞版記載，許某攜帶煙土一皮箱，行經法租界，因形色慌張，爲巡警抄出煙土帶入捕房，後被判罰洋三百，煙土沒收。

③0 于德恩，中國禁煙法令變遷史（上海，中華書局，民國23年），頁181。

法斷根，許多廣告都批評含毒質的偽藥，但購買者實在無從分辨孰真孰假：

邇來售戒煙藥者，皆自稱是良方妙藥，百發百中，謗他人則嗎啡煙灰，偽藥欺人……此丹純是中國貴重藥材，生剋相宜，君臣相配，出類拔萃，辟易羣芳，絕無嗎啡煙灰等品。（一，1,2）

市上藥品僅能抵癮，不能斷癮，一因貪其價賤，不知服後無效，一因藥品龐雜，大都攬入毒質，故有服藥數年，而宿癮仍未脫離者。（五，11,11）

鴉片流毒中土，受其害者，無慮恒河沙數，然吸而思戒，難若登天，因市上戒煙之藥，俱含煙毒，抵癮則可，戒除則不足。（十，12,7）

仔細閱讀戒煙丸的廣告，我們發現部分的廣告的確十分可疑，如「槍上戒煙膏」號稱以參苓等藥製成，可在槍上吸食，味道與鴉片無異：

此膏純用華產參苓貴重藥品煎熬成膏，裝在槍上燈吃，能收癮除化之功，而奇者呼吸與鴉片無異。（一，12,21）

所以當時想戒煙的人特別感覺到「戒煙易而難守，服煙丸而難斷丸」（五，11,9），也有人感嘆地說「代煙藥丸其毒害人實有甚於鴉片也」（一，5,1）。

總之，民國元年至十五年之間，上海鴉片吸食的風氣仍然盛行，禁煙運動的失敗一方面固然由於戒除不易、社會制裁力量薄弱與租界等因素的影響，另一方面市面上攬毒偽藥的充斥也是一個重要的原因。

#### 四女性生活

清末民初以來婦女在中國社會所扮演的角色發生了很大的變化，從男尊女卑逐漸走向男女平等，婦女地位的提高得力於纏足風氣的革除、女子教育的發展與女子就業的普遍等因素，使她們在生理和心理雙方面都突破了傳統的束縛。尤其是五四運動以後，不少女子力爭平權，在各方面都不讓男子專美於前。

女子生活的改變從醫藥廣告中也透露出一些消息，例如五洲大藥房出產一種放腳藥，其標題為「婦女們快快放腳」，內文是：

天足快樂纏足苦，女界中盡人皆知，況中國衛生學漸漸普及研究，放腳之法必須經驗輔助之藥品，本藥房精製一種極妥良之藥水，凡婦女已經纏足者，按法試用莫不贊為驚奇，此藥活血壯筋，日常用之非但放腳有效，大益衛生，且能輔助生育。（六，6,15）

民國初年上海也出現了不少女醫生，她們多半專精於婦產科，其中有中醫，也有西醫，有些人是在國內拜師習醫，也有人接受過國外的醫學訓練。如張希孟女士

「係蘇州胥門外，老針瘋科尤松泉先生入室弟子」（二，9,22）；陳沈麗生女士「乃蘇州天師莊婦孺醫院美醫生卜明慧先生之弟子」（三，3,8）；龐織文女醫士則是一位留日學生：

畢業於日本東京女子醫學專門學校，曾在帝國大學附屬病院及著名產婦濱田醫院實習，精究女科、產科、內科、兒科。（八，8,11）

女西醫朱彤章是國內的醫學堂畢業：

先生醫學優富，曾在廣州法國高等醫學堂畢業，領有法國政府發給醫學博士證書。（三，3,24）

也有一位汪人傑女醫士自幼學習歧黃，年長又拜兩位西醫生爲師，而成為一位兼貫中西的醫生（四，10,4）。當時在上海的女醫生不外上述這五種出身。

另一種和女性生活有關的廣告是美容藥品的廣告，從這些廣告所關懷的重點，我們可以了解當時女子對美的看法。大致而言美容藥品環繞着兩個重點：一個是皮膚，尤其是臉部的皮膚；另一個是頭髮。沈製「鏡面散」是當時很流行的美容藥，專治雀斑、粉刺、煙容、瘡疤等，此外「嫩面玉容散」、「的的嬌」、「皮膚白嫩色」、「兜安氏美容膏」都是使皮膚細膩、潔白、粉嫩的藥品。在頭髮方面，當時以「潤澤光潔」、「烏黑亮滑」爲美，「玫瑰香油」、「生髮香水」、「生髮膠」、「婦女生髮水」等是常見的藥品。民國十年科發大藥房進口一種「滋養指甲的佳藥」，叫古德克斯，號稱可以使閨閣淑女得到美麗、可愛、清潔、舒適之指甲，美的領域又有一個新的焦點（十，10,7,28）。

民國初年大多數人仍秉持着多子多孫的理想，下列「盧普安女科丸」的廣告記載了二位女子的對話：

姊姊：你的福氣真好呀，容顏如此美滿，子女如此衆多，我實在羨慕得很。  
妹妹：我從前的身體還不如你，現在能夠到這樣的步驟，全是服了盧普安女科丸的效果。（十四，11,21）

在廣告的插圖上被稱爲妹妹的女子，身邊圍繞了四個小孩。這種多子多孫的理想在民國十一年以後也逐漸開始轉變，近世提倡生育節制最力的美國山額夫人，在民國十一年四月應北京大學的邀請，演講「產兒限制的什麼與怎樣」，由胡適翻譯，當時聽講者甚多，講稿傳出後更是轟動一時。<sup>③1</sup>此舉播下了生育節制之觀念的種子。

<sup>③1</sup> 陳東原，中國婦女生活史（臺北，臺灣商務印書館，民國66年，臺五版），頁408。

在民國十四年的申報之上，我們看到好幾則有關避孕法與避孕藥的廣告，前者是由位於上海北京路鹽業銀行樓上的中華制育會所刊登：

防妊新法，不用藥品、器具、灌洗，及其它一切麻煩手續，可以操縱防妊娠期限之久暫，一切手續可親到或附郵致函詢問。（十四，11，9）

後者有二類，一爲藥錠，一爲避孕球：

文化日漸頓悟，繁產爲人生之疣累，倣行供時世之要求，運銷哈德富制育良友藥錠，專功〔疑爲供〕節制生育，大受社會歡迎。（十四，9，13）

多子多累古有明訓，蓋產兒過多，小之足以影響家庭生計，大之足以阻止人類改良，此山額夫人所以有提創產兒限制之舉也，本公司前由美國運到萬應避孕球一種，功能節制生育，屢試不爽……凡抱有多子多累之苦痛者，請及早購用，勿再自貽伊戚。（十四，12，5）

這些避孕方法是否普遍爲人們所接受我們不得而知，但可以確定的是從民國十四年前後開始，上海的都市社會中已經有人運用現代的科學方法實施避孕。

#### （五）買藥與看病

申報醫藥廣告中對於藥品的價格與就醫的診療費用也有相當豐富的資料，從這些記載，我們可以了解民國初年都市社會中醫藥的價格。大體來看，在我們研究的時間範圍內醫藥價格並沒有很大的變化。以前文所述五洲大藥房之人造自來血爲例，民國元年時「大瓶洋二元，每打二十元；小瓶一元二，每打十二元」，至民國十四年還是這個價格，甚至到民國二十二年時也是如此。兜安氏密製保腎丸的價格略漲，民國二年時每瓶一元二角，五年時一元四角，十四年時一元五角。以下略述數種藥品的價格。

例如感冒咳嗽，可服用瓣香蘆驥製半夏，這是一種很有名的止咳中藥，大盒二元四角，小盒一元一角，每料六大盒十三元二角，該藥在廣告中宣稱，「尋常之症只須一小盒立奏奇功，雖至重至危症，如一息尚存，連服一料，包可立起沉疴，斷根不發」（二，10，18）；或者服用唐拾義久咳丸，每瓶一元，半打五元（四，1，1）；這兩種藥價格也一直沒變。如服西藥，可購五洲大藥房的助肺呼吸香膠，「隨時服化一二片，立能咳止氣舒」，小匣每盒洋二元，每打二十元（二，5，10）；此外大生製藥公司有感冒藥片，號稱「服後能於三點鐘內立見效驗」，每大瓶大洋一元，小瓶六角（十四，11，18）。

兒科藥物方面較有名的有五洲大藥房的福幼丹，此藥係中醫師朱少坡所製，

②統治兒科各症，每瓶一元，小瓶五角（八，5,5）；瓣香廬有小兒百病無憂散，也是大瓶一元，小瓶五角（八，7,15）；韋廉士醫生藥局賣嬰孩自己藥片，一瓶六角，六瓶三元（十四，12,31）。

婦科方面五洲大藥房的月月紅、女界寶是通經補血之藥，價格都是每瓶一元，每打十元。中藥則有廣東鹿芝館的參茸白鳳丸，可調經種子，治療諸虛百損，價格「雙料每盒五丸，大洋一元；單料每盒十九丸，大洋一元」（八，7,16）。至於上述名為哈德富制育良友的避孕藥，「每盒一打價一元，每十二打價十元」。

男性專門購買的藥一為治療性病的藥，一為強精補腎的壯陽藥。太和大藥房賣的六〇六分內服與外抹二種，前者每瓶洋一元七角五分，後者每盒一元（十二，10,23）。伯庸大藥房的新六〇六藥片價格略便宜，每瓶是一元五角（十，6,9）。補腎丸方面價格並不便宜，彭壽堂海狗腎補血生精如意丸，單料每瓶一元，雙料每瓶二元，大瓶四元（二，9,15）；瓣香廬的廣嗣金丹，每盒二元，雙料五元（八，6,5）；英國製的第威德補腎丸，大瓶裝藥一百粒，每瓶二元七角五，小瓶四十粒，一元五角（十一，11,11）。

大致而言藥品價格每盒（或瓶）是一至二元左右，若買整打則以十盒的價錢計算。至醫院或診所看病收費就略貴了，一般而言西醫是門診一元，出診五元或面議，另加號金一角；門診時間也有固定，有的是上午十時至十二時，下午二時至四時，有的則為十時至三時，天氣炎熱時還有醫生開放夜間門診；出診不限時間，隨請隨到，但深夜往診費用要加倍。茲舉數例：

遊美畢業西醫陳仲篩內外科，門診一元一角，上午十時至十二時，下午二時至四時，出診五元四角，下午四時以後，早晚加倍。（二，10,6）

西藥周邦俊，門診下午三時至五時，診金一元，號金一角；出診五時以後，診金五元，號金二角，提早逾時加倍。（四，10,4）

杏林醫院西醫符研輝，門診隨到隨診，診金一元一角，貧病送診，出診隨請隨到，診金四元，覆診一律減半。（八，7,28）

顧君皋武孟河名醫費哲甫老先生之內弟也……診例上午十時起，門診一元二角，出診六元六角。（十四，9,14）

有些醫院或診所收費很有彈性，如綿貫醫院，軍警界看病減收四分之一，西醫

③ 朱少坡曾參加民國15年創辦的一個中醫團體「上海醫界春秋社」，確知係中醫師，見張贊臣講述，王慧芳整理，「上海醫界春秋社創辦的概況」，中華醫史雜誌，卷16，期4（1986），頁202。

湯美琳與一琴醫院廣告中都表示「貧病不計」；此外還有醫生定期義診：

女西醫朱彤章……每逢星期二四六上午九點至十點施醫贈藥，祇收號金一角。（四，8, 13）

或以醫術行公益，不求賺錢：

泰西醫學輸入中國，社會對西醫漸形信仰，唯生計困難，一家數口已有招呼不易之歎，遇有疾病，醫費繁重，竭蹶狀況更堪憐憫，爲特訂以最廉之醫例，門診收洋五角，出診收洋一元，時間門診上午九時至十二時，出診下午二時至九時。（九，5, 14）

中醫方面情況與西醫不太相同，從廣告來看，多數中醫師只規定診療時間卻沒有訂收費標準，如傷科秦秋濤先生，「常寓南市施家弄前，午後門診，逢禮拜日午後二時至五時，設期英租界寶善街中來安旅館」（四，10, 2）；祝由科醫士楊好古「門診上午九時起二時止」（三，11, 15）。甚至有些醫生診時與診金都不規定，中醫在這方面彈性顯然較西醫爲大。中醫師中規定較清楚的是針灸科，如金針醫士魏指南：

診所設在天津路致遠街開泰客棧，定於陰曆三月初三日開診，惟恐就診人多，仍請先期到該棧掛號，以便約定鐘點，隨到隨診，診例仍舊，門診一元二角，自上午九時起，下午五時止，出診六元二角，均不論針數。（八，5, 5）

李培卿針科廣告也詳細談到時間地點與診金：

本醫生自舊曆九月起，馬家廳診期已停，惟英大馬路華商總會內，每逢四五六日上午九點開診，下午二點止，後在三馬路望平街同生公，二點至四點，診資門診一元，掛號一角，拔號加倍，出診另有規目。（六，11, 14）

總之，當時去醫院或診所看病一次約要花費一至二元，請醫生出診則至少要五、六元。

對照當時人們的收入狀況，我們可以更清楚地了解這些價格的意義。民國九年至十四年，上海一般商業企業的「經理薪水普通三十至五十元，跑街帳席二十至三十元，少則五、六元」；<sup>③</sup>大公司的高級職員薪水較高，但一般的店職員收入卻很低，以規模最大的永安百貨公司爲例，下表爲民國十四、十五年各類人員平均工

<sup>③</sup> 引自上海社會科學院經濟研究所編著，《上海永安公司的產生、發展和改造》（上海，人民出版社，1981），頁97。

資：<sup>④</sup>

項 目	1925 (元／月)	1926 (元／月)
管 理 長	135.40	148.18
帳 房 間 職 員	58.94	66.69
一 般 店 職 員	63.35	72.10
技 勤 工	22.22	24.05
染 工	21.00	19.83
練 習 生	11.92	12.69
	2.77	3.06

工人和農人的收入目前只找到較晚的資料。民國十七年上海各業工人每月平均收入，男工從十五元到四十四元，女工從五元到二十九元，童工從六元到十五元不等。<sup>⑤</sup> 農民方面，民國二十一年曾對上海市陸行等八區農戶作實地調查，各地農戶全年之農產物、副產物與副業合計，平均的收入如下：<sup>⑥</sup>

區 别	平 均 每 戶 收 入 (元)
陸 行	365
三 林	286
漕 澄	307
顥 橋	391
真 如	204
七 寶	301
殷 行	220
劉 行	443
平 均	314

<sup>④</sup> 同上。

<sup>⑤</sup> 上海市統計，勞工部份，頁2。

<sup>⑥</sup> 同上，農業部份，頁44。

從表中可見農戶平均收入全年是 314 元，平均每月只有 26 元，如果一戶以五人來說，其收入比工人差甚多。

從當時的收入標準來看，民初上海的醫藥價格並不便宜，一個月看一次病或買一瓶補丸，大約就花費掉中等人家十分之一的收入。

以上我們分時疫與救治、隱疾與郵購、戒煙、女性生活和買藥與看病等五方面，看醫藥廣告所反映的上海都市生活，作者不否認廣告陳述所呈現的世界可能與真實的生活有一段差距，也同意有很多重要的社會現象在廣告中完全看不到，但這些記載卻多少可以幫助我們更具體地了解當時的社會。整體而言，西方文化的影響逐漸地深入日常生活的層次，這種現象在都市中尤其明顯。人們進補時除了吃海狗鞭、補腎丸，也吃魚肝油和牛肉汁；人們生病時除了吃草藥、針灸、推拿之外，也可以接受注射、開刀等西醫的治療，這時雖然不少人腦子裏面還是存著「補腎固精」等傳統觀念，但西方文化所提供的各種新選擇已經逐漸地改變中國社會的面貌。而對內陸的許多地區而言，民初上海的都市生活正是它們未來的縮影。

## 五、餘論：醫藥傳統與文化變遷

以報紙廣告作思想史與社會史的分析是一個新的嘗試，其實盈天地之間任何過去所留下來的片紙隻字、一磚一瓦，只要善於發掘都可能透露出一個鮮活的歷史世界。廣告史料是一個有趣而又複雜的東西，其背後帶有廣告主與讀者之間的權力運作，前者企圖藉著廣告的陳述創造或強化後者的消費意願，但更重要的是無論是廠商的動機或是讀者的心態都受到文化的制約，他們是在文化所許可的範圍之內活動。因此廣告中一些習以為常的陳腔濫調 (*cliche*)，其實正展現了文化的特色。基本上本文是從「文化」的觀點探討申報醫藥廣告，思索近代中國在西方文化的衝擊之下，「中國人」在心態與生活層面所發生的變遷。

近代中國在西方文化的衝擊下，從沿海的都市社會開始發生變化，今日看來這是一場波瀾壯闊的巨大變遷，然而在當時卻是一點一滴逐步凝聚而成的。首先在物質生活的層次，西方文化提供了許多新的選擇，無論是外國廠商在華投資，本國商人進口外國貨品，甚至留學國外的學生返國服務，都將一些新的東西帶到中國社會。剛開始這些新的事物並不立刻為人們所接受，因此廠商利用報紙廣告大作宣傳，他們甚至訴諸於中國傳統的世界觀來說服消費者，使消費者願意接受他們所販賣的「商品」，前文曾提到許多西藥廠商運用傳統中國補腎的觀念來推銷他們的藥

物，就是很好的例子，於是逐漸地，西方的物品成爲人們生活的一部份。

物質生活的改變步調很緩慢，但影響卻很深遠。法國年鑑學派學者布勞岱 (F. Braudel) 在文明與資本主義：十五世紀至十八世紀中的第一冊「日常生活的結構」指出：人乃其所食，麥、稻米、玉米三種主要作物代表了三種不同的文明型態，人吃的東西同時也象徵了在這個背後有與食物相配合的社會組織與思想觀念，因此歷史發展要對文明有所作用，必須能改變物質生活的結構，才具有實質的意義。<sup>⑦</sup> 從這個角度來看，吃補腎丸的行爲背後有一套與之相應的世界觀，而吃魚肝油或維他命的人則有另一套想法，因此物質生活改變在不自覺之中也同時隱含了心態的變遷。歷史的複雜性往往超乎人類的想像，近代中國在西方文化的影響下，民國初年的都市社會中，有人專吃補腎丸，有人專吃魚肝油，更有人二種都吃。前文提到三組對應的對疾病成因與醫療方式的看法正可說明這種現象。我們無法統計某一類型有多少人，但同時接受中西二種醫藥傳統的人顯然愈來愈多。這種情形又與大眾傳播媒體上中、西醫藥界線不明有密切的關係。

中、西醫藥在報紙廣告中以及日常生活中雖然沒有清楚的劃分，但在理論上卻是截然不同的，前文分別談到中醫、西醫具有不同的分科原則、不同的制度構想以及不同的病因與醫療觀，甚至中醫觀念中的「腎」和西醫觀念中的 kidney 也不可同日而語；這顯示中醫和西醫是二個不同的醫療體系。因此從一個醫療系統的觀念去看另一個系統的觀念，常常是扞格不入。在中西文化融合的過程中，醫藥方面出現二種完全相反的現象，一種是前面所述在廣告和生活層面中西醫療傳統密切結合，毫不衝突；但是在學術領域兩者有時卻水火不容，這確實是很有趣的現象。從五四時代的傅斯年到當代的李敖、陳永興等人不斷地抨擊中醫是不「科學」、必須廢止或認爲應該選擇性地融入「現代醫學的潮流之中」，<sup>⑧</sup> 這種看法的基本預設是一種線性史觀，認爲世界醫學的發展，不論地域與文化的差異，是由「野蠻」進步到「理性」與「科學」的一個過程，而西方現代醫學是屬於這條直線發展的最前端；所以他們認爲沒有中醫、西醫之分，只有傳統醫學與現代醫學之分。胡適本來也持這

<sup>⑦</sup> Fernand Braudel, *The Structure of Every Day Life*, vol. 1 of his *Civilization and Capitalism: 15th-18th Century* (New York, 1981), pp. 104-182; Fernand Braudel, *Afterthoughts on Material Civilization and Capitalism* (Baltimore, 1977), pp. 11-12. 中文方面的介紹參考翟本瑞在思與言雜誌發表的多篇文章。

<sup>⑧</sup> 傅斯年的意見主要見獨立評論115、116號（民國23年）中「所謂國醫」與「再論所謂國醫」等文。李敖，「修改醫師法與廢止中醫」，收入傳統下的獨白（香港，中華圖書出版公司，民國69年），頁140-175。陳永興，醫療·人權·社會（臺北，新地出版社，民國74年），頁144-152。

樣的看法，民國十年他患腎病，西醫束手無策，結果北平的名中醫陸仲安治好了他的病，他才逐漸改變觀念。<sup>39</sup>本文不擬討論中、西醫之爭的問題，但基本上認為必須放棄線性史觀的思考模式，承認不同的系統各自有其本身的系統性，中西醫療傳統的差異不是「傳統——現代」一言可以蔽之的。因此，作者認為以西方醫學的標準將中醫「科學化」，或者將中醫納入西醫系統之內，都是很值得反省的路。當然我們並不否認中醫、西醫有互相採借、學習的可能，但是中醫的改良必須從其本身理論做起，再配合醫療組織與教育方式的革新，可能這才是一條值得嘗試的路，在這個過程之中，西醫的理論只能提供有限的協助。

本文的研究主要是針對民國元年至十五年之間，上海都市社會中的各種現象，這些現象和當代之間的關連也是一個十分吸引人的問題。以大陸的情況來說，中共政權建立後，上述對疾病與醫療的看法是否有相當大的變遷？作者抽樣地檢索五〇年代以來人民日報上的醫藥廣告，發現它所呈現的景象的確與民初申報上的情況很不相同。在報紙上我們幾乎完全看不到環繞著性的醫藥廣告，大部份的醫藥廣告都是「國營」製藥廠所出產之西藥的廣告。上述醫藥廣告的變遷涉及許多複雜的因素，從經濟的層面來說，廣告基本上在資本主義社會特別重要，許多所謂「不透明的貿易」都需要利用廣告來刺激需求曲線，然而在中共政權下，醫院、藥廠、報社全為公營企業，這種經濟結構的變遷使舊的醫藥廣告消失殆盡。從思想層面來看，中共的意識型態認為與性有關的疾病是資本主義社會下的惡習，必須完全革除，在一本1982年出版的家庭醫學全書（內容包括中醫與西醫，是針對家庭的需求，提供衛生保健之知識的一本書）中，我們看不到「腎虧」這種病，而在男子性功能障礙一條下，書中提到：<sup>40</sup>

常見的男子性功能障礙有陽萎、早洩、遺精等……陽萎、早洩、遺精的防治，主要在於端正革命思想；樹立正確的世界觀，發揚革命樂觀主義精神，解除顧慮，克服一切不良習慣，正確對待性生活。

以端正革命思想來治療遺精的想法有一點令人匪夷所思，然而卻傳達出中共「正統」思想對這個問題的看法。不過傳統的影響根深柢固，並非想改變就可以徹底改變的，在1986年2月19日的人民日報上，有一則吉林省長春人民製藥廠發行老君牌

<sup>39</sup> 見鄭曼青、林品石編著，中華醫藥學史（臺北，臺灣商務印書館，民國71年），頁408-411。此事在胡適的日記上有詳細的記載。

<sup>40</sup> 上海第一醫學院家庭醫學全書編輯委員會，家庭醫學全書（上海，上海科學技術出版社，1982），頁694-695。

「鞭寶」一藥的廣告，談到：

鞭寶是採用多種動物的鞭與腎爲主藥，配伍梅花鹿茸、人參、鹿尾朶和幾十種中國馳名藥材精工細做而成。該藥具有補腎益精、壯陽的功能。用於治療腎虛陽萎、腰膝疼痛、性神經衰弱等症。

似乎傳統的醫藥觀念並沒有完全消失，它們在蟄伏多年後，因爲社會環境的改變，又重新冒了出來。

轉而觀察臺灣的情況，我們發現六十多年來的確改變了很多，例如西醫由於日新月異的進展，在社會上已經取得優勢地位，他們較少在報上刊登廣告，反而中醫的廣告變得較多；此外新聞界與政府法令對醫藥廣告也有比較多的限制；但是類似民初申報上的醫藥廣告還是很普遍，尤其地方性的報紙和調幅廣播臺，以及一些隨報附送的廣告單，充斥著各種補藥與中醫診所的廣告，以一份民國七十六年底夾在報紙中，散發於南港地區的中醫廣告單爲例，裏面反覆地談到：

腎爲五臟之首，人生主命，妥善保養才能精旺神足，否則精氣枯竭，會誤了寶貴生命……所謂「精」並非單指精液這樣簡單，廣泛來說是指人體內一切活動的精力而言。

人到中年難免腎虧，補養之道審慎將事。

這類廣告陳述的出現有非常複雜的文化與社會心理的因素，並非法規罰則所能徹底解決的。

當代大陸和臺灣的醫藥廣告與醫療文化，需要另作研究，不是本文所能處理，不過本文以民國初年的史料所作的分析，或許可以視爲一個參考點，而做爲進一步研究之基礎，近代中國的許多變遷在這種比較研究之下可以充分地展現。