

# 枣庄抗日老兵韩典信揭秘: 神秘“仁丹广告” 竟是侵华日军行军标记

在上世纪初,一种日本的药品在全国风靡一时,它就是“仁丹”。这种在当时充斥中国市场的日本药品,不仅承载着日本人显而易见的经济目的,更是担负着一种特殊的使命,被纳入到日军侵华战争的谍报网络之中。

观日本“仁丹广告”图,有个穿着大礼服的翘胡子将军像,它就是“仁丹”的注册商标,浓浓的日本风格,怪异的神态给人印象十分深刻,将军像的翘胡子便被人称为“仁丹胡”。后来,在众多抗日题材的影视作品里,也频频地出现翘胡子形象,也被认为是日军形象的典型标志。

那么“仁丹广告”究竟隐藏着怎样的秘密呢?



曾经遍布大街小巷的“仁丹”广告



二战抗日老兵韩典信,今年90岁,滕州市级索镇前韩庄人。他的父亲是抗日游击队老战士,在一次抗击日寇的激战中英勇牺牲。为继承父亲遗志,报仇雪恨,韩典信毅然弃学从戎,接力卫国抗日,于1940年在滕县参加山东警备第二旅,参加抗日战争。在战火纷飞的时代,他转战南北,英勇杀敌,屡建功勋。1942年韩典信参加中国远征军,从云南开赴缅甸。在缅甸三年,他出生入死,在战斗中负伤。1945年日本投降、二战胜利后,他转业回国,被输送到中央警官大学,毕业后,他参加了解放战争。为解放徐州,他由山东省公安厅派遣,打入国民党中统特务情报机关内部做地下工作。徐州解放后,韩典信被华东公安部安排做侦潜工作,时任侦察科科长,并参加了淮海战役,亲自参加捕俘国民党最高司令官杜聿明的行动,立下赫赫战功。后又参加渡江战役解放南京,并在解放上海后,在我党公安战线肃反侦潜工作中作出卓越贡献。

今年的八一建军节前夕,韩典信老人来到了枣庄晚报编辑

部。老人腰身弯曲九十度,但步履稳健,思维清晰,声音洪亮,谈笑风生。一进门就向记者说:“我是一位二战抗日老兵,以我的亲身经历揭示一件鲜为人知的‘战秘’”。

1944年,缅甸,我抗日远征军为歼灭日军第十三师团,展开了一次围歼战斗。在同后东山林地区,我十二集团军左右前后兵分四路,韩典信所在师担负穿插敌后,埋伏山林,袭击日军后撤之路的任务。战斗开始后,我军士气高昂,杀声阵阵,战斗异常激烈,一举歼灭了日军一个师团,获得胜利。战斗结束后,韩典信奉命带领侦察连到前沿阵地清理战场。此时,发现一名负伤被俘日军,他自报姓名叫小林,是日军前线作战顾问。随即,战士们把他带回侦察连部,由韩典信亲自审问。在审问中,发现小林随身携带的一个军用公文包,里面有一本“仁丹广告图”,上面标有中文、日文符号,韩典信感觉这张图非同一般,于是便对小林继续展开审问。据小林交代,在1938年至1940年年间,他在侵入我国沿海一带作战时,必须使用“仁丹图”先作参

考依据,然后进行研究再制订作战计划,方能取得胜利。后来,日军又把“仁丹图”带到缅、印、支那作为指挥作战的标识。据小林进一步交代,日本的“仁丹图”与“仁丹广告”二者合一,有一致性,确为日军侵华作战时的重要专用标识地图。

所谓仁丹,本来是日本森下仁丹株式会社所贩售的一种口服成药,外观为直径约2毫米的银色小珠,气味芳香,味道清凉,有提神醒脑、消毒杀菌的功效,常数百粒一起服食,用来清新口气、消除宿醉、治疗搭乘交通工具所引起的恶心、晕眩等等。然而,在抗日战争爆发前,中国各地莫名其妙地出现了大量这样的仁丹广告,看似普通的广告,实际上是日本特务机关为日军侵华做的路标暗记。日军按照“仁丹”指引,能够很快找到攻击的对象。日本很早以前就为侵华作准备,派遣了大量间谍到中国收集情报。这些间谍以销售仁丹为名,在重要设施、桥梁、道路等处用“仁丹”广告标记下来。

据韩典信老人回忆,他10多岁时,在老滕县县城就曾亲眼看到大街小巷、马路旁边、车站等交通路口,都张贴或悬挂着日本药业“仁丹”广告牌,高宽不一,有的高达四五米,宽三四米。“仁丹”广告看似普通却暗含玄机,广告上有长着“仁丹胡”的

洋老头形象,通过胡子的画法表示前面的路是不是通畅等信息。如八字胡子微微向上起,则证明此路畅通无阻;若八字胡子的左角向下垂,则表示左转弯不通,应向右行。相反,八字胡子的右下角下垂,即应向左转;如八字胡两边都向下垂的话,就证明此路不通,不可前进。

关于日本“仁丹”广告的真实意图,1994年第11期《科技文萃》中的一篇文章做了最早的印证,后又有2001年9月由《军事文摘》刊载的《日本“仁丹”广告的秘密》做了类似的说明。

抗日老兵韩典信在缅甸亲自缴获“仁丹”广告图、审问日军小林的事实,铁证如山,全面真实印证日本“仁丹”广告确为日军侵华行军路标的事实说法。从“一二·八事变”到南京大屠杀,日本人能在中国大地上发动无数次精准的主动出击,这小小的“仁丹”广告作孽不小。今天我们再一次把它公布于世,从而为揭露日本帝国主义侵华罪行提供最为有力的证据。

韩典信老人回忆这段经历时,他义愤填膺,泪水满盈,无比愤慨地说:“今天我们揭秘的这张图,就是它,沾满了多少中国人民的鲜血啊!日本‘仁丹’商标广告就是血淋淋的杀人指路牌!” (记者 杨军 文/图)



老人开始回忆起74年前,他参加中国远征军,在缅甸反法西斯抗日战场的一幕。

## ■ 链接

据资料记载,中日甲午战争后,日本侵占了我国的台湾,当时一个叫森下博的日本军人在台湾岛上看到了一种药丸,这种药丸是用来治疗暑热眩晕、恶心呕吐的,而森下当时看了后觉得是一个商机,于是他将制作方法“偷”到后带回了日本,并联合药学专家开发出了升级版的“药丸”,取名“仁丹”。仁丹不光在全日本行销无阻,而且很快打回了中国市场,以其低廉的价格和明确的药效迅速攻陷中国市场。

抗战时期,日本仁丹的宣传攻势一度又来,开始不惜血本,疯狂在中国广大城市乡村各地的城墙、民房、桥梁、山体上刷仁丹广告,很奇怪的现象是越是交战区域,粉刷量就越大。国民政府后来注意到了这种现象并及时加以破解,用刷到哪儿涂抹到哪儿的方式予以覆盖。

日本除了利用广告大肆入侵中国市场,另外仁丹的价格也极大地俘获了人心。这可以从另外一份档案中得到证实,那是当时成都的一张药价单。记者从这份药价单上看到,单子中的“仁丹”,根据分量的不同,给出了五种价格。但其中420粒装的大包“仁丹”仅售9毛,而最小包装的“仁丹”更是标出了1毛的超低价。与同在一张药价单上的其他药品相比,“仁丹”的价格优势立马凸显了出来。

从这里我们可以发现几个疑点:当时油漆价格不菲,为什么要在原有的“仁丹”广告上再涂?日本“仁丹”为什么要以倾销式的价格在中国销售,只是为了占领市场的商业目的?

面对日本人的这一异常举动,国民政府也逐渐觉察出了“仁丹”广告的异样。1936年6月25日,四川省国民政府致相关部门的一份密令中这样写道:有日人一名着中国衣裳,率领人员多名在黄冈城险要处所,大做其“仁丹”广告,以此为标识。抗战爆发以后,日本人利用“仁丹”广告作路标暗记的惊天阴谋完全暴露了出来。于是,中国各地开始大肆涂抹“仁丹”广告。还有地方的居民把墙上的仁丹胡子重新画了一下,与原来的标志相反了。这样日军来时,照着仁丹胡子的指向,结果迷了路。