

MADE IN SHANGHAI

上海制造中的设计

沈 榆 魏劭农 / 著



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社

MADE IN SHANGHAI

上海制造中的设计

沈 榆 魏劭农 / 著

ECNU 人文设计系列丛书

广西师范大学出版社

· 桂林 ·

图书在版编目(CIP)数据

上海制造中的设计 / 沈榆, 魏劭农著. — 桂林: 广西师范大学出版社, 2018. 9

ISBN 978 - 7 - 5598 - 1168 - 4

I. ①上… II. ①沈… ②魏… III. ①设计-工艺美术史-上海 IV. ①J509.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 204883 号

出品人: 刘广汉
责任编辑: 肖莉
助理编辑: 孙世阳
版式设计: 张晴 吴迪

广西师范大学出版社出版发行

(广西桂林市五里店路9号 邮政编码:541004)
网址: <http://www.lbbtpress.com>

出版人: 张艺兵

全国新华书店经销

销售热线: 021-65200318 021-31260822-898

恒美印务(广州)有限公司印刷

(广州市南沙区环市大道南路334号 邮政编码:511458)

开本: 787mm × 1092mm 1/16

印张: 13 字数: 48千字

2018年9月第1版 2018年9月第1次印刷

定价: 158.00元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与出版社发行部门联系调换。

目录

6 前言

6 从商贸口岸到金融、贸易中心

14 计划经济中的上海制造与设计

21 改革开放以来的上海设计

34 日常生活

116 国家形象

142 传播与接受

160 出口贸易

184 交通运输

**MADE IN
SHANGHAI**

上海制造中的设计

MADE IN SHANGHAI

上海制造中的设计

沈 榆 魏劭农 / 著

ECNU 人文设计系列丛书

广西师范大学出版社

· 桂林 ·

目录

6 前言

6 从商贸口岸到金融、贸易中心

14 计划经济中的上海制造与设计

21 改革开放以来的上海设计

34 日常生活

116 国家形象

142 传播与接受

160 出口贸易

184 交通运输

前言

从商贸口岸到金融、贸易中心

上海在开埠以前已经建立起了发达的种植、纺织、制盐、海运等行业，清朝康熙年间，沿海贸易异军突起，使这些行业发展前景更加可观。从地理位置来看，上海处于中国海岸线南北的中点，背倚富庶的长江中下游平原，向东面对广阔的太平洋，是长江流域东南沿海内外贸易的主要港口。1832年2月，英国东印度公司的“阿美士德”号离开尚是江南小镇的上海时，船长马冶平这样记录道：“考虑到这个地方对外贸易的特殊利益，它至今未引起更多的关注真是令人惊讶……上海事实上已成为长江的海口和东亚主要的商业中心，它的国内贸易远在广州之上。……从这里，无数宜行水道彼此沟通，四通八达，纵横交错。外国人特别是英国人如能获准在此自由贸易，所获利益将难以估量。”

商业的繁荣带来了上海的商业制度和组织的兴起，来自五湖四海的人开始到这个冒险家的乐园来闯荡。伴随商业的扩展，大量的堆放货物场地和兑换货币的钱庄应运而生，后者部分发展为近代的本土银行。各行各业分别建立了以地缘关系为基础的“会馆”“公所”，它们就是日后商会的前身。这些商业组织是随后到来的上海现代化的商业文明的重要基础，而他们自身也在上海的商业结构和商业模式的现代化进程中进行着蜕变和革新。

晚清到民国期间，中国的社会经济发生了重大变化，其最显著的特征就是从自然经济到商品经济的转换。19世纪下半叶，上海以外滩和租

界为中心，对外贸易迅速发展，内外贸易共同把上海带入整个世界正在进行的工业文明和全球贸易的洪流中。

上海近代经济格局形成主要表征之一的金融资本在上海加速集聚。第一次世界大战期间，上海相对稳定和有利的投资环境吸引了西方大量的资金涌入，一时间，外资银行和洋行布满了外滩和租界。除了外资银行在中国抢先入驻，中国银行、中央银行、交通银行、农业银行四大中资银行及原在京津地区的北四行（金城银行、大陆银行、盐业银行、中南银行）总部也先后于 20 世纪 20 年代迁入上海。它们与原先活跃在上海的中国通商银行（中国第一家中资银行）一起支配着江浙经济，并联通长江流域的南四行（上海商业储蓄银行、浙江实业银行、浙江兴业银行、四明银行）以及为数众多、此消彼长的中小银行、银号、钱庄、各式交易所等，构成了一个足以与外国金融势力分庭抗礼的中资金融世界。

20 世纪初，由于贸易的带动，伴随着资本的积累，上海民族工业发展迅速，并很快发展成一个巨大的制造业中心。1902 年至 1911 年的《海关十年报告》中记载：“近年来上海的特征有了相当大的变化。以前它几乎只是一个贸易场所，现在它成为一个大的制造中心。”华人资本开始投入到制造业中，起步时规模虽小，但增长很快。1914 年到 1920 年初，中国民族工业迎来了一个“黄金时期”。由于西方国家陷入第一次世界大战，对华资本输出和商品输出大大减少，民族工业产品的国内市场陡然扩大，商品价格上涨，使工业的利润大增，刺激了各界的竞相投资。这种繁荣的局面与 1912 年后，制定、推行的各种经济法规也

有密切关系,《商业注册章程》《公司条例》《商标法》《商会法》《暂行工厂通则》《会计条例》《奖励工业技术暂行条例》这些经济法规种类比较齐全,内容比较详尽,而且既参照了西方的资本主义经济法规,又较多地吸收了工商界的意见,体现了鼓励资本主义经济的导向。近代中国的资本主义经济法制建设,起始于清末新政时期,开展于民国初年,完成于南京国民政府时期。其中民国初年的经济法制建设处于承上启下的地位,且基本奠定了近代中国资本主义经济法制体系,也得到了进一步的贯彻执行,这对整个近代中国的资本主义经济秩序,促进资本主义经济的发展,均具有重要的意义。

上海独特的、优越的地理环境为民族实业的发展建立了一个自由的商业平台。上海开埠初期,除官办的江南制造局以及食品、丝绸等传统产业外,上海就是一个外商与中国货品流通的中转站,几乎没有本土的制造业。随着西方制度、文化思潮的全面涌入,特别是外资和外商的大量进入,不仅给上海这个城市带来了西方现代的生产技术、管理方法,也带来了现代商业模式、商业经营理念、营销手段,大大加速了这个城市内在的现代化的转变。参与其中的中国人,由于耳濡目染,逐渐了解了现代经济的运行规律,学习了西方商业文明的精髓和管理营销方法,他们将所学经验付诸行动,成就了第一代本土的民族工商业企业家。

在这个城市现代化的进程中,报馆、翻译馆、画报社、唱片公司、电影公司等起着非常重要的作用。出版物和大众媒体首先向公众提供了一

个全面了解世界先进科学技术的平台。1872 年中国现代报纸《申报》创立, 1884 年《点石斋画报》创刊, 这是中国最早的图文并茂的读物, 并随着《申报》附送, 被视为晚清最重要的“新闻画报”, 对中国乃至世界各地最新发生的新闻事件、科技和风俗都进行了图文式说明报道。报中对近代自然科学知识以及国外文化样式、社会制度、风土人情等新知的介绍, 拓宽了国人的视野, 开辟了近代中国向西方学习的时代新风气。这些媒体把上海推上了现代中西文化大融合的高峰。上海的商人、企业家也非常会利用这些现代媒体和传播工具, 他们刊登广告、拍摄电影、邀请明星代言、搞促销和各种有助商业的宣传活动, 这些对上海商业文化的传播起到了重要作用, 也将这种“海派”文化的影响带到了中国的其他地方。为了传播更加专业的科学、技术、制造、设计知识, 我国第一个近代工业企业江南制造局于 1876 年设立了“翻译馆”, 并创办了《格致汇编》杂志, 由西方传教士傅兰雅主持编辑, 内容涉及西方科学、技术, 也介绍了西方各种现代化生产的机械设备。傅兰雅于 1839 年出生在英国肯特郡海斯镇, 是英国圣公会传教士, 在馆 28 年与同事合作译书共计 77 种, 129 部, 占全馆总数三分之一以上, 曾被清政府授予三品官衔。而中国近代造船工业的开拓者徐寿是最早倡导设立江南制造局翻译馆的人, 也是中国造船史上第一艘由专家设计和制造的机动轮“黄鹄”号轮船的发明人之一。另一位参与试制工作的华衡芳则是数学家, “黄鹄”号的机械制图均出自他手, 他们的设计知识来源于西方传教士在中国的各类翻译文献。



图 01 上海新华化学工业厂染织工厂的“白菊花”牌商标

图 02 福新面粉厂的“花园”牌商标

图 03 上海五和织造厂“金鸡”牌商标

图 04 上海永安纺织有限公司的“大鹏”牌商标

现代经济和商业规模的扩大,促使上海产生更多的现代行业类型:如洋行、保险、机械修理、通信服务等,商业人口的总数也在迅速增长,各种新的行业人群不断涌现:大班、通事、买办、裁缝、银行职员、贸易商人等都是这个刚刚兴起的现代城市最有生命力的人群,包括他们在内,

上海形成了现代城市和商业文明中所必须拥有的消费人群和商业文化的传播对象。据统计,到1900年上海有多达一万名买办。他们主要在洋人的洋行里协助洋人进行贸易和其他工作,类似于现在的经理人和商业代表的角色。他们是最近距离接触外国资本的群体,也是西方现代商业文明最早的实践者和传播者。他们中间的很多人在洋行里摸爬滚打许多年,积累了一定的资产和丰富的经验,于是开始自己进行商业贸易,并因其华洋交织的复杂的社会关系,让他们在商界得以呼风唤雨。买办大部分都抱着“实业报国”的理想,许多人后来都开设了工厂,创立了自己的品牌,是后来上海制造业的基础,也进一步促进了“上海设计”的发育。

在以后很长的一段时期,上海制造通过引进西方先进生产技术,并通过移植西方的现代设计回应着市场的需求,并以市场跟随者的身份奋起直追,从品牌跟随到品牌竞争,通过民族资本战胜外国资本,为中国消费者提供了更为廉价但同样可靠的产品,也从精神层面收获了极大的鼓舞。当时上海的制造是以轻工业、纺织工业为主的。由于技术要求相对简单,所以制造成本较低,其产品又与老百姓的生活息息相关,因而市场需求量大,对工厂而言可以迅速回笼资金投入再生产。在以纺织、印染、食品、化妆品、文化体育用品、小型电器等各类产品的制造过程中,产品的设计重点是解决技术运用和批量生产的可能性,在外观造型方面主要是移植西方的同类产品,而标志、品牌形象设计、包装设计、海报广告设计已经显得比较成熟了(图01、02、03、04)。

成长于 19 世纪末 20 世纪初的民族工业制造者在与外资的资本搏杀中成长，在不断的失败中逐渐摸索出一套适合于近代中国，尤其是上海的商业传播模式，上海制造从一开始就具有比较全面的现代品牌意识。企业家们充分研究市场和国外产品的营销手段以及品牌传播方法，他们头脑灵活，开明而积极地进行品牌推广活动，不仅将产品广告渗透到所有生活领域，并能恰当利用中国人的民族感情，结合时事，巧做文章。“抵制”是中国经济史上独特的经济武器。中国近代历史中第一次“抵制外货”始于 1894 年中日甲午海战爆



图 05 1925 年第一国货商场与上海制造工厂共同开设的商店

发后，而在之后漫长的 40 年中，“抵制日本、美国产品”成为一种民意，为中国长期被压制的本土制造业制造了发展机遇。1925 年上海总商会开设“第一国货商场”，联合上海的制造工厂、品牌共同经营（图 05）。而国民政府也于 1927 年开始有组织、有计划地实施对日本的“经济绝交”政策，长达三年的“绝交”让日资在华的火柴、棉纺品等产业被彻底清除，上海制造的轻工业产品开始取代洋品牌占领了大部分中国市场。企业家们也充分利用现代商业手段，趁着民族感情高涨的时期，把民族品牌深深扎根到老百姓心中。

图 06 1936 年杭樾英画室出品的广告



20 世纪 30 年代初，随着中国与德国关系的发展，民国政府派遣不少官费生前往德国学习、研究自然科学和工程学科目。德国为了争夺在华权益，不断扩大对中国高等教育的影响。1925 年，德国重建洪堡基金会，用于资助外国科学家和博士研究生在德国学习。一直到抗日战争爆发，中国与德国的技术交流中断前，德国的工业制造技术深深地影响了上海制造，大量的德国产品进入上海市场，其中包豪斯式的家具在上海市场上被称为“摩登家具”，受到广泛的欢迎，作为现代化生活的标志被画家画在海报中（图 06）。到第二次世界大战结束后，特别是在无线电技术、汽车制造方面，国民政府更加全面地与美国的技术企业合作，而市场上