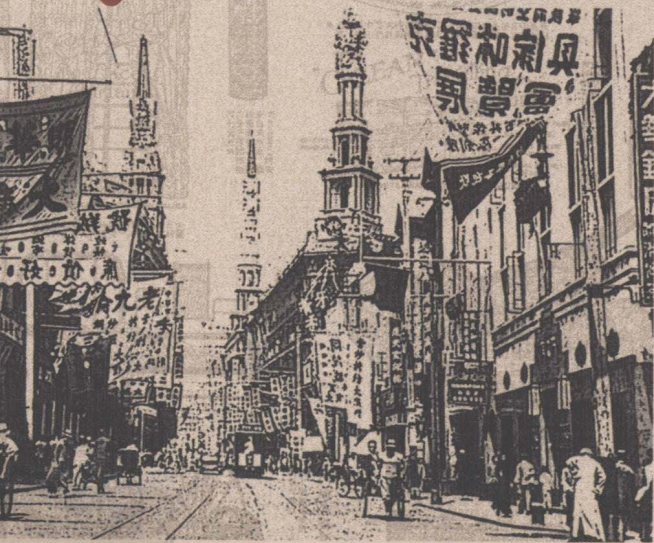


近代上海的

JINDAI SHANGHAI DE
BAIHUO GONGSI YU DUSHI WENHUA

百货公司 与 都市文化

[日]菊池敏夫 著
陈祖恩 译



上海人民出版社

WHITEWAY
LAIDLAW

商
戰
之
真
精
神
在
於
物
品
精
良
價
格
低
廉

近代上海的 百货公司与都市文化

[日]菊池敏夫 著
陈祖恩 译



图书在版编目(CIP)数据

近代上海的百货公司与都市文化/(日)菊池敏夫编;
陈祖恩译. —上海:上海人民出版社,2012
ISBN 978-7-208-10605-5

I. ①近… II. ①菊…②陈… III. ①百货商店—商
业史—上海市—近代 IV. ①F721.8

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第040774号

责任编辑 张晓玲
美术编辑 甘晓培
封面设计 董一瑜

近代上海的百货公司与都市文化

[日]菊池敏夫 编

陈祖恩 译

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路193号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

上海中华商务联合印刷有限公司印刷

开本 889×1194 1/32 印张 9.25 插页 5 字数 200,000

2012年4月第1版 2012年4月第1次印刷

ISBN 978-7-208-10605-5/F·2096

定价 32.00元

序言

高纲博文

(日本上海史研究会会长、日本大学教授)

上海的百货公司行业至今仍在继续扩大发展之中。从 2009 年的销售业绩来看,第一八佰伴、新世界城和久光百货为其中排名前三的佼佼者。为了赢得更多的客户,百货公司除了超市和便利店等新的竞争对手之外,彼此之间的竞争亦如锋刃相接般激烈。支持上海百货公司发展的消费者是一群被称为白领的都市中间层,他们注重生活情趣,对流行相当敏感,也是新型消费生活的主角。随着中国经济的成长,都市中间层在急速并大量地形成,如今,他们替代了原先的“劳动阶级”,成为引领中国未来的新兴阶层而受到了关注。

事实上,日本的上海史研究始终感受到上海的活力并受其动向影响。本书是从历史的角度对急速变容的上海和中国进行理解

的一种尝试,与最近刊行的岩间弘一先生的《上海近代的白领》(研文出版,2011年9月)并举,皆为日本历史学者最新的有关上海史研究的成果。

本书著者菊池敏夫先生是1990年成立的日本上海史研究会的老会员,于神奈川大学附属高等学校执教鞭的同时,开展着以中国近代社会经济史为中心的中国近现代史研究,并取得了诸多优秀的研究成果。菊池先生至今为止发表的论文以阐明史实为主,涉及中国的纺织业、铁道业、造船业及上海的职业史和劳动史,2010年发表了论文《民国时期上海的百货公司和都市文化》,获得日本大学综合文化社会学系的博士学位。本书及日语版《民国时期上海的百货公司和都市文化》(研文出版,2012年2月)以其博士论文为基础,融合了迄今为止的研究成果,重点聚焦曾经出现在上海南京路上的中国民族资本的百货公司,从其具有的都市机能的多样性角度对百货公司的历史进行了分析。

民国时期的上海南京路上出现过四家中国民族资本的百货公司,分别是1917年创设的先施百货公司、1918年创设的永安百货公司、1926年创设的新新百货公司以及1936年创设的大新百货公司。本书从近代上海的都市发展与百货公司的关系角度对百货公司的存在及活动的意义进行考察,对先行的从经营史及企业史研究角度进行的百货公司研究进行批判性论证的同时,阐明了上海的百货公司曾经以怎样的都市机能和娱乐机能引领了20世纪20~30年代“摩登上海”的消费文化和都市文化发展,并且,作为一种富有都市多功能性的商业设施,如何对上海的都市发展作出了贡献。本书为我们阐明的内容主要可以归纳为以下五点:

第一,作为一种富有都市多机能性的社会设施,上海的百货公司是如何引领了 20 世纪 20~30 年代“摩登上海”的消费文化发展,并对上海的都市文化及娱乐文化的形成和发展作出贡献的。

第二,代表西洋近代商业制度的百货公司是怎样被近代中国的社会所接受的,是怎样经香港、广州传播到上海,与中国本土传统的商业习惯及文化相融合,逐渐完成了中西合璧这一过程的。

第三,阐明了百货公司和广告之间的关系。如果仅有能够支撑大量生产的技术力量,而没有能够购买商品、进行消费的都市大众消费者的存在,大量消费的文化是无法产生的。同样,如果没有广告这一媒体的存在,要将产品和消费者有机地连结在一起也是非常困难的。20 世纪 20 年代,上海的百货公司不仅有自家制作的小型报纸,还利用发行量约为 10 万份以上的大型报纸对其商品、促销信息、游乐场的节目及上演剧目进行宣传。此外,百货公司典型的宣传手段还有橱窗和霓虹灯。通过这些事例,具体地分析了上海百货公司的广告媒体及其产生的影响。

第四,通过比较 20 世纪 20~30 年代前半期以及中日战争时期、太平洋战争时期的上海百货公司的状况,阐明了上海百货公司存在方式的变迁。上海的百货公司所处位置为上海公共租界内,抗战年代由于租界内相对比较安全,众多的难民和大量的资金涌入租界,使百货公司迎来了超预期的繁荣。1941 年底爆发太平洋战争后,百货公司所处环境发生变化。随着日军对租界的占领,百货公司也沦于日军的管理之下。

第五,叙述了 1949 年中华人民共和国成立前后上海百货公司的变化。总体概观内战时期上海百货公司的状况,同时,对 20 世纪 50 年代前半期上海百货公司的都市机能性的显著衰退,以

及原来作为大都市商业设施所具有的商业性及文化性空间意义的丧失这一过程进行了具体的描述。

菊池先生的研究,其独特性不仅在于他非常彻底地收集了上海和香港等地的相关史料,利用现存于上海图书馆、上海档案馆等处的当时的报纸杂志,相关人员的回忆录等多方面的史料,从商业机能的角度对百货公司进行分析,更在于他能够从都市机能和娱乐机能的角度寻找到上海百货公司和上海城市发展的接合点,并从此角度对上海的百货公司进行了分析和阐明。他的观点不仅大大改变了人们原先对百货公司留有的印象,更是明确了上海百货公司在近代上海的商业都市文化发展过程中所起到的重要作用和核心地位。立足上海的现在,展望上海的未来,真挚地与过去对话的日本历史学者所取得的最新的研究成果在中国的学界也一定会同样获得高度的评价。我对此深信不疑。

目录

序言 高纲博文(日本上海史研究会会长、日本大学教授)	1
第一章 上海百货公司研究的理由和意义	1
一、研究题目选定的理由和依据	2
二、先行研究的总结	18
三、研究意义和各章梗概	31
第二章 香港、广州的百货公司——以先施百货 公司为中心	37
前言	38
一、香港先施公司的创设	41
1. 20 世纪初期的香港	41
2. 先施公司的先驱	44
3. 百货公司的都市娱乐、文化机能	51
二、广州的百货公司	56
1. 广州先施公司的创设	56
2. 先施公司附属设施:工厂	62
3. 百货公司的娱乐机能	64
结束语	70
第三章 上海百货公司的创设	73
前言	74

一、早期西洋资本的“四大百货公司”	77
二、中国人(广东)资本的“四大百货公司”	81
1. 作为先驱的先施百货公司	81
2. 上海的百货公司大楼	86
3. 百货公司培育的街	100
结束语	104

第四章 民国时期上海百货公司的诞生与都市

文化	107
前言	108
一、上海百货公司的商业活动	111
1. 南京路的创成：“摩登上海”的诞生	111
2. “大减价”：面对都市中产阶级“摩登生活”需求的 对策	122
二、“摩登”上海的都市机能	134
1. 作为百货公司的公共空间	134
2. 游艺场	135
3. 游艺场的电影馆	150
4. 旅馆和酒楼	153
5. 跳舞场	155
6. 先施公司的“浴德池”	158
7. 溜冰场(时称“跑冰场”、“旱冰场”)	159
8. 画厅	161
9. 儿童世界	163
结束语	166

第五章 战时上海的百货公司	169
前言	170
一、“孤岛”时期的百货公司	171
二、亚洲太平洋战争时期的百货公司	183
三、战时的附属设施	189
结束语	194
第六章 新中国成立前后的上海百货公司	
——商业空间的广告	197
前言	198
一、上海的百货公司和广告	201
二、内战时期上海的百货公司	211
1. 百货公司经营的概况	211
2. 橱窗和霓虹灯广告	216
三、中华人民共和国成立初期的上海百货公司	222
1. 新中国成立初期百货公司概况：掌控“货源”	222
2. 政府对批发及零售业的统一管理：不要商品 广告	224
3. 橱窗、霓虹灯	228
结束语	234
第七章 总结	237
参考文献	268
后记	279

第一章

上海百货公司研究的理由和意义



一、研究题目选定的理由和依据

首先,说明将《近代上海的百货公司与都市文化》设定为研究题目的理由和依据。

一般来说,百货公司由股份制公司的形式构成,具有规模大、资金雄厚的优势,以提供优良服务、会计合理化和便利顾客为目的,经营以日用生活品为中心的多种类商品,成为在同一个商业设施中配置多种类销售部门的综合性运营的大型零售业。同时,百货公司也是应对工业大生产时代的来临,为大销售、大消费而设立的商业设施。在历史上,1852年设立的法国巴黎“Bon marche”(玻马舍百货公司)是世界上最早创立的百货公司。在日本,百货公司出现于1904年,是从江户时代就有的吴服店“越后屋”改称为“三越吴服店”开始的。

上海在1843年开埠以及1845年外国租界设立后不久,西洋资本的杂货商店就开始营业,至19世纪末,发展成福利、泰兴、汇司、惠罗等4家百货公司。它们被称为上海“早期的四大公司(当时的‘公司’中含有百货公司之意)”。其中,上海最早的百货公司福利公司是英国人Edward Hall于1847年在南京路、四川路交叉

口西北角开设,是一家销售欧美食品、家具和加工西洋服装的商店,同时进口各种西洋商品。其后随着事业的扩大,于1892年改组为有限公司,以“环球百货公司(销售高级舶来品牌商品的百货公司)”为标榜,从日用生活品开始,从世界各地进口品牌商品进行销售。在这些西洋百货公司中,能够扎根于上海的社会风土,积极吸收上海的商业习惯、上海人的喜好和时髦,至20世纪30年代还与中国人社会保持良好关系的是惠罗公司。惠罗公司的洋名是Whiteaway Laidlaw & Co. Ltd, 1882年创设于印度东北部的加尔各答,后来在南美和南洋的大都市设有许多分店,是一家具有世界规模的连锁百货公司。1907年,惠罗公司在南京路、四川路交叉口东北角开设分店。^①虽然当时这些西洋资本的百货公司主要向居住在上海的西洋人顾客提供高级商品,但是,这些商店的初期状态类似于杂货商,是否能用大消费时代的“百货公司”概念来对其进行分析还是留有一定疑问的。尽管这些百货公司后来也将销路扩大到一部分中国人的富裕阶层。然而,这些外国百货公司均未能准确地把握清末以来上海的中国人社会急速扩展的消费能力,特别是作为其社会中心力量的资本家阶级和都市中产阶级的登上历史舞台及其人数增长所带来的消费能力的变化以及这一社会阶层日益向上的强烈的消费心理。

如果将这些外国百货公司作为一个整体来看,给人的强烈印象是它们都是与租界都市上海的特殊历史相连结的商业企业,主要是为在租界生活的西洋人服务的。其商业设施的规模与19世

^① 拙稿《战时上海的百货公司和商业文化》,高纲博文编:《战时上海1937—1945》,研文出版,2005年,第170~172页。

纪末南京路的中国个体商店相比也大得多,对解读上海百货公司的历史而言,它们是不可或缺的存在。但是,它们与 1920 年代以后,作为大消费时代的新型商业设施而出现的百货公司,以及引领被讴歌为“摩登上海”的上海都市娱乐和文化、并在上海第一商业街南京路的形成过程中起到极大作用的中国(广东)资本的百货公司相比,无疑还是有很大差别的。

另一方面,除了把握官僚、政治家、地主和与外国企业相关的买办等既有的中国人富裕阶层以外,能够正确把握清末民初新登台的资本家阶级和中产阶级的需求、志向以及心理,引领上海独特的“摩登上海”近代都市文化的是广东省香山县(今中山县)出身的澳大利亚华侨们开设的广东资本的大型百货公司。这些百货公司具有非常大型的商业大楼,不仅销售商品,更是广泛地提供了近代都市生活所必需的娱乐和服务,并根据商业服务的原理进一步扩充了上海这个城市的都市功能,起到了进一步提升都市舒适生活功能的文化设施作用。正是这个作用显示出了南京路广东资本的百货公司具有的显著的独特性。而且,这些经营者是早在 1900 年以来就在华南的大都市香港、广州的百货公司经营中拥有同样出色业绩的企业家们。

在考察以澳大利亚华侨为代表的广东资本家在南京路设立的大型百货公司之前,必须概观作为这些百货公司诞生背景的上海近代社会的历史特征。

上海是位于中国海岸线中点、长江出口处的都市。因 1842 年的南京条约,于 1843 年开埠以来,一直都是一个时刻关注世界的开放港口。1845 年中英两国签订第一次《上海租地章程》后,上海因开辟外国租界而成为“租界都市”。从政治的角度来说,上海是

以租界这一贯彻欧美列强政治统治力的政治空间为主轴开始进入它的近代的。上海有英租界和美租界,1848年又开设法租界。前二者在1863年太平军进攻上海的过程中合并成“公共租界”。由于租界的存在,上海不仅从西洋各国输入大量的商品,伴随其流入的还有资本、各种制度、技术、思想和文化等,上海因此而进入近代化。上海成为控制长江流域及其广阔腹地的中转贸易基地,与外国之间的贸易和商业发展是促进上海人口集中和都市大发展的重要因素。而且,对本研究课题而言更为重要的是,租界成为了外国人与中国人共同生活的场所。即公共租界并不仅仅是以英、美为首的各国居留民的生活地,从1850年代后半期到1860年代初期,由于不断扩大的小刀会势力和太平天国军队对上海的进攻,大量难民涌进租界避难。最初租界是勉强逐步允许中国人居住的,后来进入租界的中国人与外国人相比占压倒多数。其后,在贸易、工商业、文化等多种领域,外国人与中国人以各种方式共同生存,外国文化与中国文化或是复杂地冲突、融合,或是多样性地重叠,构成被称为“华洋杂居”的具有独特文化风土的近代都市的空间。

于是,作为租界都市和中转贸易都市的上海在19世纪末期就成为中国在国内对外贸易和工商业领域占据第一地位的大都市。由于租界各国的规划,从19世纪末到20世纪初,上海城市基本设施的建设工作有很大进展。此后百货公司林立的南京路在1880年代进行了柏油马路的施工,开始展现出近代都市的模样。随后,马车和电车等都市交通逐步发展,同时,上海在都市消费文化及大众文化等领域,都呈现出在中国最进步、最成熟的状态。开埠初期的1852年,上海人口约有54万人,1910年约130万人,但是仅仅5年

以后,即1915年就增加了70万人,超过了200万。^①上海人口中占多数的是生活在租界及其周边被称为“华界”地区的中国人,特别是“华界”的中国人大多是工商业劳动者、码头工人和人力车夫等属于类似苦力劳动者阶层的人们。上海的人口,既包含生活数量庞大的社会最底层的苦力劳动者和失业者,也包含生活在租界的外国人和因躲避内陆的动乱而进入那里的地主、富豪、官僚等富裕阶层的人们。富裕阶层的人们除了社会地位和名誉外,还拥有许多财富。商人和事业家们因此而集中来到上海淘金。进入20世纪后,租界的经济方面,中国人和中国人社会的发展是非常显著的,除了清朝官僚和政治家、外国企业的买办、地主和社会名流等传统的社会强势力进行企业投资外,新登台的中国人创业者、资本家阶级,还有企业职工、技术人员、劳动者阶级上层等工薪阶层为中心构成的都市中产阶级的比例正在不断增加。^②1910年代以后,无论从经济层面上来看,或从其购买能力而言,中产阶级在上海市民中逐渐占有了重要的位置。因为租界的存在,上海受到外国列强的统治是一个不争的事实,但同样由于租界的存在,上海在与西洋各国的对抗和协调的过程中,积极融入西方的政治、经济和文化价值观,为自身的城市发展而活用。

因此,在1910年代,上海的中国人社会的经济得到了高速发展。根据一些研究,1909年由于跑马场准许中国人入场,赛马券收入激增,1909年以前为2万余两白银,约10年后的1920年达到

① 邹依仁:《旧上海人口变迁的研究》,上海人民出版社,1980年,第90页。

② 岩間一弘:《一九四〇年前後の上海における職員層の生活状況》,《東洋学報》,第84卷第1号,2002年6月,第124页。根据顾准《上海职员与职员运动》推定,都市中产阶级的职员数量约有20万~30万人。

400 余万两白银,增加了约 200 倍。此外,根据上海税务司的统计,上海外国企业的股份中至少有 40% 是中国人投资的。^①这些事实显示了上海的中国人社会的经济力量增长和社会地位的上升。从百货公司研究的观点来看,上海都市居民身上反映出的中国人经济及社会地位的上升,说明中国人在购买能力和购买心理上也发生了大变化。中国人社会的这种变化为 1910~1920 年代作为上海大型零售业的百货公司的诞生准备了社会、经济以及历史的各种条件。进入 1930 年代后,上海人口超过 350 万,名副其实地成为世界大都市,其面貌发生了巨大的变化。^②与 1910 年代相比,作为新的社会阶层登台的资本家阶级、都市中产阶级、劳动者上层已经有了更加厚重的力量积蓄,作为大消费时代的大众消费者,他们已经成长为带动上海消费文化和都市文化发展的重要力量。正是由于他们这股中坚力量的存在,推动了 1930 年代被讴歌为“摩登上海”的自由并且繁华的上海大众都市文化、消费文化的形成。

根据上述事实,本书将 1910 年代后半期最初出现在上海南京路的西端,在 1920 年代至 1940 年代的 30 多年间作为零售业界中枢力量在上海大显身手的中国广东资本的百货公司作为研究对象进行考察。这些百货公司是 1917 年 10 月创设的先施百货公司(The Sincere Co. & Ltd. 当时称新亚)、1918 年 9 月创设的永安百货公司(The Wing On Co. [Shanghai] Ltd.)、1926 年创设的新新百货公司(The Sun Sun Co. Ltd.)、1936 年创设的大新百货公司(The Da Sun Co. Ltd.)等 4 家百货公司(以下简称“先施公司”、“永

① 汤伟康、杜黎:《租界 100 年》,上海画报出版社,1991 年,第 148、154 页。

② 邹依仁:《旧上海人口变迁的研究》,上海人民出版社,1980 年,第 90 页。