



严国海 著

ZHONGGUO
JINDAI GUOHUO
MINGPAI DE
CHUANGLI

中国近代国货名牌的创立

立信会计出版社

前 言

本书的写作构想,最初是受到中共上海市委宣传部、上海市经委等部门联合发起和组织的“百万上海市民看上海、看名牌”活动的启发。那年,作为这一活动的主要内容之一,许多单位的职工,大、中学校的学生冒着酷暑,纷纷前往上海一些具有几十年历史的老牌工业企业进行参观和调查,如原申新纱厂、三友实业社等。一方面接受爱国主义的传统教育;另一方面也是通过了解先辈们艰苦创业的奋斗历程,从而树立在当今的形势下提倡和使用国货、振兴民族工业的责任和意识。

随后,从1995年开始,上海为实施名牌战略,开展了上海名牌产品的推荐评审活动,每次评审又有不少近代以来载誉几十年的国货名牌产品入选,如亚字牌灯泡、双钱牌轮胎等等。这些活动的展开,在社会上、在广大消费者心目中,引起了强烈的反响,也促使笔者感到有必要、有责任,适应当前振兴民族工业、发展国货名牌的需要,搜集和研究近代著名国货企业创制名牌产品的历史资料,总结他们的经验教训,向广大读者宣传和介绍他们艰苦创业,塑造国货名牌的生动历史事迹,如此,既能提供给当代企业经营家们作为有益的借鉴,又能振奋民族精神,有助于广大消费者形成爱护国货、使用国货的良好社会风尚。

通过对近代国货名牌形成过程的研究,人们不难发现,每一个名牌产品的背后都是一部民族企业家们的爱国史、奋斗史、创业史。他们生存在近代中国失去政治独立和经济自主的社会环境下,在创制名牌产品的过程中,不仅得不到旧中国历届政府的充分支

持和保护,而且面临着帝国主义强大的经济势力的压制,遭受着舶来品和外资在华企业商品的双重市场压力。但是,这些立志振兴民族实业的爱国企业家们,虽身处逆境,但不畏艰险,不怕困难,紧紧依靠人民群众,抵制外货和提倡国货运动的有力支持,施展经营才智,充分重视人才、技术、管理、产品质量和广告宣传等因素,在同外国资本主义的竞争中,硬是在布满荆棘的创业路上创出了一批令祖国工业生辉的名牌产品。通过这些产品,人们仿佛亲身体验到了著名国货企业奋斗的艰辛,国货企业家们的身影仿佛历历在目。名品、名企、名家有机地结合和贯穿于振兴民族工业的全过程。

回顾和研究中国近代国货名牌的创立历程,具有重要的现实意义。当前,随着我国市场经济体制和现代企业制度的逐步建立,我国企业已从计划体制中挣脱出来,面向多变的市场。适应市场经济新要求,创立名牌产品,实施名牌战略,从而带动企业的发展已成为众多民族企业追求的目标。与此同时,随着我国对外开放步伐的进一步加快,大批国际著名企业入驻中国,大量国际名牌商品也涌入国内。在激烈的市场竞争中,民族企业靠什么生存?靠什么参与国际经济较量?民族企业能否创立名牌就成为竞争胜败的关键。面临国际名牌商品竞销的压力,民族企业如果没有自己的名牌就必然失去消费者,失去市场,也就不会有企业的生存与发展。可以预见,21世纪初,民族企业能否创出一批国际名牌,将直接影响到我国在国际经济中的地位和作用。名牌对我国的企业、我国的经济如此重要,当然就要求我国的企业虚心学习西方发达国家的先进技术和管理经验,以他人之长补自己之短。同时也不能妄自菲薄,也应该从本国近代民族企业创立名牌的历史实践中汲取精神上的力量,获取智慧上的养料,力争早日使祖国的工业诞生出一批使国人骄傲、国际瞩目的世界名牌,扬中华民族的国威。

本书的写作,虽基于爱国主义宣传和振兴祖国民族工业的良好愿望,但能否实现本书的初衷,还要由读者来评判。限于本人的

水平和所搜集的资料,行文错误、遗漏之处在所难免,敬请读者批评指正。在本书的定稿中,复旦大学博士生导师叶世昌教授对本书提出了宝贵的修改意见并推荐出版,上海财经大学经济学院郭庠林教授、姚家华教授和尹协华副教授给予了热情的鼓励和指导,在此一并致以谢意。

作 者

2000. 1. 18

序 言

在中国近代经济的研究中,学术界有关近代民族企业和近代企业家的论著并不少见,但围绕近代国货名牌的产生和发展所进行的专题研究却不多见。这一研究对进一步促进中国近代工业与企业史的研究,具有重要的学术价值和积极的推动作用。本书认为,中国近代国货名牌的创立,既是企业内部因素使然,又离不开企业外部的环境。在近代中国特殊的社会经济条件下,企业外部环境因素对于近代国货名牌的创立,具有举足轻重的影响。本书上篇论述的就是近代国货名牌创立的宏观市场环境。

19世纪末、20世纪初,中国近代国货名牌产生和发展的宏观条件并不具备,这主要表现在:整个国家生存在政治失去独立、经济失去自主的社会条件下,国货企业的发展得不到保障;国货企业面临着外货竞销的巨大市场压力,处境十分艰难;由于西方物质文明的渗透,不少消费者心理上形成了盲目崇拜洋人、迷信洋货的倾向,等等,但是,中国近代国货名牌最终还是产生和发展起来了。这是什么原因呢?最主要的原因是国货企业创立名牌的宏观环境因素发生了变化。首先,中国民众掀起的一系列抵制外货的爱国斗争,为国货企业走出困境、获得发展提供了难得的市场机遇,创造了相对有利的外部环境。这些斗争以1905年抵制美货运动为开端,其中著名的如1915年和1919年的抵制日货运动、1925年的抵制英货和日货运动、1928年和1931年抵制日货运动等,他们都沉重地打击了帝国主义的经济势力,极大地推动了国货名牌的产生和发展。其次,以民族资产阶级为主体形成的提倡国货的运动,

得到了全国各界、各阶层人士和普通消费者的积极支持,这为国货名牌的创立奠定了广泛的社会基础。国货运动中,部分金融资产阶级上层人士对国货名牌的发展给予了资金上的支持;国民政府除了推广国货外,还制定和颁布了一系列扶植和奖励国货企业的政策法规;广大消费者初步形成了爱护国货、使用国货的社会风气等。再次,国民政府废除厘金、实施关税自主和币制改革政策,以及局部统一市场的建立等,这些都为国货名牌与外货竞争提供了有利的经济、政治等外部条件。最后,这一时期外资企业也大量进入中国市场,他们一方面固然对中国社会经济存在着严重的危害,但是,另一方面客观上也有利于国货企业借鉴、吸收西方先进的企业制度、科学技术和管理经验,提高国货的替代和竞争能力,从而创造国货名牌。

在上述这些宏观环境因素(特别是抵货斗争和国货运动)的合力下,中国近代国货名牌得到了产生和发展,但是尽管如此,对这些因素所起的作用也不能估计过高。应当清醒地认识到,中国民众掀起的抵货斗争和提倡国货的运动毕竟不能从根本上改变国货企业和国货名牌发展的前途和命运,不能根除帝国主义和官僚资本主义对中国经济的压迫和桎梏。只要旧中国内外反动势力的统治不变,国货企业及其名牌最终是不可能获得健康而充分发展的。

中国近代国货名牌创立过程中的企业微观经济活动是本书下篇研究的主要内容。由于帝国主义的经济侵略,中国近代工业十分落后,外货充斥和垄断了中国市场,但是不甘沉沦的近代国货企业家们,在人民抵货斗争和国货运动的推动下,出于“实业救国”和“求富”的愿望,经过艰苦创业、积极抗争,最终创立出了一批国货名牌。本书所论述的名牌,只是其中的一部分,他们主要分布在28个著名国货企业中,涉及纺织、食品、卷烟、化工、医药、电器、造纸、搪瓷、火柴等近代主要消费品行业。这些名牌通过竞争要么是力克外货,要么是与外货并存,更有不少则把外货赶出了中国市场,显

示了国货名牌顽强的竞争力。

通过对中国近代国货名牌的研究,可以发现,他们既具有一般名牌产生和发展的共同特征,又具有自身的特点。就共同特征而言,近代国货企业家们创业、创牌的意识十分强烈,普遍重视人才和技术,追求产品质量和创新,讲究信誉和促销,以及强调提高企业的管理水平等,这些在本书中都有大量的叙述,这里不再赘述。下面就近代国货名牌创立的自身特点作一初步的探讨。

第一,近代国货名牌产生之初就是以外货作为竞争对象的,这不同于一般资本主义国家的名牌首先产生于国内企业之间的竞争。许多国货企业的商标以与外货抗争而取名便是明证。出现这种现象主要是因为中国近代工业是在外国资本主义的经济侵略后产生和发展起来的,近代国货企业从一开始就面临着舶来品和外资在华企业商品竞销的双重的市场压力。由于外国资本主义企业拥有较先进的生产力,又不断加强对国货企业的压迫,就使得国货名牌的创立活动异常艰难。第二,近代国货名牌的创立是与国货企业学习和引进外国的现代企业制度、先进科学技术和管理经验密切联系的。这种联系有多种方式,许多国货企业家和工程技术人员本身或者是留学生、或者是买办、或者是华侨商人,即使不属于这些人,也都十分注重引进外国的技术、设备,或者是向外国企业学习、取经,等等。第三,近代国货名牌的创立得到了民众爱国热情的支持。所谓名牌就是赢得了消费者忠诚的品牌,从理论上来说,这种忠诚来自消费者对不同品牌的甄别、选择。但是,在近代中国市场上,在民众抵货斗争和国货运动的感召下,即使外货(如日货)质好价低,许多消费者出于爱国热情,也不愿意购买。广大消费者对国货名牌的偏好倾注的是一种爱国感情的投入。第四,近代国货名牌主要分布于消费品工业的国货企业,地区主要分布在沿海大中城市,特别是集中在上海。从国货名牌分布的行业和企业来看,这既与中国近代工业结构畸形有关,又与国货私人企业的产权制度、

经营机制有关。从所处的地区来看,沿海城市商品经济比较发达,工业企业比较集中,消费者的购买力水平也相对较高。第五,近代国货名牌发展进程的中断源自非经济因素的干扰。一般来说,名牌的发展有一个产生、成长、成熟、衰退的正常生命周期,如果是经济因素的影响,例如企业兼并、破产等,名牌发展进程的中断不足为奇。但是,当近代许多国货名牌的发展即将进入鼎盛阶段时,他们却夭折了,原因就是日本帝国主义在1937年7月发动了全面的侵华战争。近代许多国货名牌没有败在与日货竞争的经济战场上,却不幸葬送于日本帝国主义的军事强暴之下。日寇对中华民族所犯下的滔天罪行,的确是罄竹难书。

近代国货名牌的创立活动,为中国近代工业与企业史的谱写增添了光辉的篇章。当然也要看到,这些名牌中有些只是地区性的名牌,还谈不上是全国性的,因而影响有限;有些尽管声势很大,但只是名噪一时;有的在创牌的过程中可能还采取了一些不适当的竞争手段等。然而,瑕不掩瑜,这些都无损于中国近代国货名牌的光辉。

中国近代国货名牌的创立,使人们了解了近代国货企业成功地反对外国资本主义商品侵略的重要一幕。它不仅有利于振奋民族精神,树立民族自信心,而且对今天民族企业如何同外国商品展开竞争、创制当代国货名牌也提供了有益的启示和借鉴。

目 录

序言	1
----	---

上篇 外货竞销与提倡国货

第一章 中国近代消费市场上外国商品的进口	3
一、1840~1894 年中国市场进口商品概述	3
二、1895~1949 年中国市场进口商品概述	8
第二章 中国近代消费市场上的主要外资企业	12
一、1894 年前外资在华设立的轻工企业	12
二、1895~1913 年外资在华举办的纺织、面粉、卷烟等 企业	14
三、“一战”后外资加强在华棉、毛纺织企业的投资	17
四、20 世纪 20~30 年代外资在华面粉、卷烟、橡胶、造纸等 企业的扩展	21
五、国际托拉斯公司对中国日化、电器、火柴等工业的垄断	27
第三章 外货竞销对中国近代社会经济的影响	34
一、外货竞销对中国经济的严重危害	34
二、外货竞销对中国经济的某些积极作用	39
第四章 中国民众抵制外货和提倡国货的斗争	42
一、20 世纪初抵制美货、日货斗争中民族工业的成长	42
二、“五四”时期抵制日货推动民族工业的蓬勃发展	46
三、20 世纪 20~30 年代不断掀起的抵货运动延续了民族 工业的发展	49
第五章 中国近代国货运动中的著名国货团体	55

一、中华国货维持会等团体支持国货企业的发展	55
二、以著名国货企业为核心的上海机制国货工厂联合会	60
三、国民政府举办中华国货展览会	62
四、银、企合作共同推进国货事业的发展	65
五、国货运动的广泛参与性和历史局限性	71

下篇 创立名牌与外货竞争

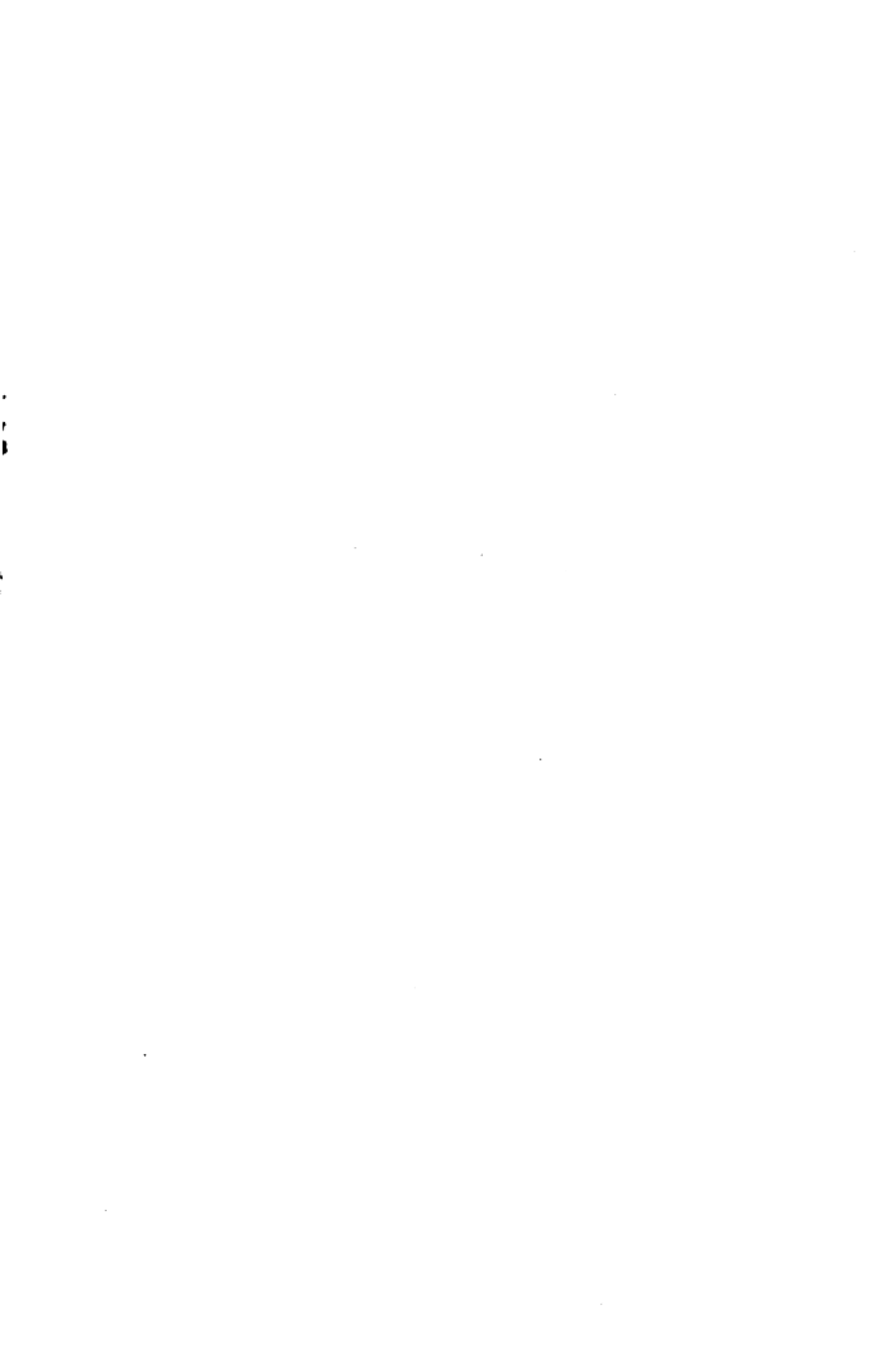
第六章 棉纺织工业国货名牌的创立	77
一、状元办厂,出手不凡	
——大生纱厂魁星牌棉纱	77
二、名牌起家的“棉纱大王”	
——申新纺织系统人钟牌纱、布	81
三、敢与日货匹敌	
——永安纺织公司金城牌棉纱	86
四、“征服东洋货”、“无敌于全球”	
——大成纺织染公司征东、蝶球牌细布	91
五、股东、职工、顾客齐心搬走“铁锚”	
——三友实业社三角牌毛巾	96
六、挤占外货高档针织内衣市场	
——五和织造厂鹅牌汗衫	101
第七章 毛织、丝织工业国货名牌的创立	107
一、“国人,汝其忘九·一八之耻乎?”	
——章华毛纺织厂章华牌九一八薄哔叽	107
二、抵制洋货中驰名成誉	
——东亚毛纺厂抵羊牌绒线	111
三、展现与“蜜蜂”争胜的英雄本色	
——安乐纺织厂英雄牌绒线	118
四、重现中国丝绸的灿烂	

——美亚织绸厂美亚牌绸缎	123
第八章 食品、卷烟工业国货名牌的创立	130
一、荣氏实业的奠基石	
——茂新、福新面粉系统兵船牌面粉	130
二、称雄于洋酒市场	
——张裕酿酒公司金奖白兰地	139
三、折断“飞鹰”的翅膀	
——百好炼乳厂白日擒雕牌炼乳	144
四、敢于同国际烟草托拉斯抗争	
——南洋兄弟烟草公司双喜、飞马、飞艇牌香烟	151
五、“华商办厂必成”	
——华成烟草公司金鼠、美丽牌香烟	164
第九章 化学、医药工业国货名牌的创立	170
一、打破卜内门洋碱的垄断	
——永利化学工业公司红三角牌纯碱	170
二、“味精”取代“味之素”	
——天厨味精厂佛手牌味精	182
三、赶走“野猪”，巧改“剪刀”	
——中国化学工业社三星牌蚊香、箭刀牌肥皂	188
四、日货金刚不坚，美货三花不香	
——家庭工业社无敌牌牙粉与蝶霜	197
五、固本超祥茂，自来血胜健身素	
——五洲固本皂药厂人造自来血、固本牌肥皂	203
六、西药市场斗智斗勇	
——中法药房系统艾罗补脑汁与龙虎牌人丹	215
第十章 电器工业国货名牌的创立	223
一、模仿、创新斗“奇异(GE)”	
——华生电器厂华生牌电扇	223

二、无所畏惧战“永备”	
——汇明电池厂大无畏牌电池	228
三、电光源之战中崛起	
——中国亚浦耳电器厂亚字牌电灯泡	232
第十一章 橡胶、造纸工业国货名牌的创立	242
一、打败“地铃”，挑战“老人头”	
——大中华橡胶厂双钱牌胶鞋与轮胎	242
二、扬帆起航，抵御洋纸	
——民丰造纸厂船牌纸品	251
第十二章 搪瓷、火柴工业国货名牌的创立	258
一、远销南洋的国产搪瓷	
——中华珐琅厂立鹤牌搪瓷制品	258
二、“火柴大王”左右“洋火”	
——大中华火柴公司宝塔牌火柴	263
主要参考文献	273

上 篇

外货竞销与提倡国货



第一章 中国近代消费市场上 外国商品的进口

一、1840~1894 年中国市场进口商品概述

在历史上,外货与国货具有特定的含义,它与近代工业密切相关。外货,又叫洋货,是指外国生产的机制工业品,包括进口商品和在华外资企业制造的商品。国货是指中国生产的机制工业品,广义上也包括我国传统的手工业制品,或者叫土货。中国近代消费市场上出现的外货竞销和提倡国货的经济现象和活动,反映了外国资本主义对我国经济侵略的加深,以及我国人民对这种经济侵略的坚决反抗,抵制外货和提倡国货成为近代历史上中国人民反帝爱国斗争的重要组成部分。

15 世纪以前,中国无论在社会生产力或古代文化和文明方面,均走在世界各国的前列。但遗憾的是,此后随着近代资本主义的崛起,中国落伍了。到 1840 年,当英国殖民主义者发动了侵略中国的鸦片战争,用大炮轰开了中国闭关自守的大门,“天朝帝国万世长存的迷信受到了致命的打击。”^①鸦片、大炮、商品成为英国 19 世纪侵略中国的三种武器。从鸦片战争失利开始,积弱至贫的中国只能倍受欺凌,逐渐坠入半殖民地半封建社会的苦难深渊。

自鸦片战争后屈辱的《南京条约》始,外国资本主义侵略者通过历次不平等条约,攫取了开埠、轻税、割地、赔款、领事裁判、片面最惠国待遇、沿海贸易、内地通商等特权,部分控制了中国的通商

^① 马克思:《中国革命和欧洲革命》,《马克思恩格斯选集》第 2 卷,人民出版社 1972 年版,第 2 页。

口岸、海关、对外贸易和交通运输,把中国变为它们的商品销售市场和原料购买基地。甲午战争后,外国帝国主义通过《马关条约》等不平等条约,进一步攫取了设厂权、贷款权、扩大通商权、筑路开矿权、广设银行权等特权。帝国主义国家凭借这些新老特权,对中国实行大规模的资本和商品输出,从而牢牢地控制了中国工业品市场。进入20世纪后,帝国主义经济势力在中国扎下了根,已完全控制了中国的财政经济命脉。

毛纺织品是西方国家输入中国最早的商品之一,19世纪初期,每年输入的金额达300万元^①左右。英国是主要的输出国,在其输入中国的商品中,毛纺织品所占的比重仅次于鸦片和棉花。如果除去鸦片、棉花等由印度、南洋各地转贩而来的东方货物,单就英国本国运来的制品而言,呢绒约占80%~90%。19世纪30年代,由于英国机器棉纺织工业的迅速发展,棉布开始输入我国,逐渐代替了原来占优势的毛纺织品的地位。但是直到60年代,在鸦片、棉纱、棉布等主要进口商品中,除鸦片外,棉纱、棉布等机制品增长缓慢,并时有减少,还不能在中国市场上畅通无阻,仍受到小农业与家庭手工业紧密结合的中国传统经济结构的顽强抵抗。相反,中国丝茶的出口出现大幅度增长。毒害中国人民将近一个世纪的鸦片,继续成为西方国家弥补对华贸易逆差的唯一手段。这期间中外贸易以英国占据统治地位,美国相对活跃,而首要通商口岸方面,则由广州北移上海。

从70年代到甲午战争前夕,随着西方科学技术发展的突飞猛进,西方列强扩大资本主义世界市场的欲望日益强烈,对中国市场

^① 元,即银元,明代万历年间由外国流入中国,1888~1889年中国正式开始自铸银元;两,即银两,是一种以银锭为主要形式的称量货币,开始于汉代,盛行于明、清两代。19世纪末、20世纪初,在商品交易和货币流通上,银元、银两并行使用。计价结算用银两,支付用银元,同时两者的比价也极不稳定,骤涨骤落。1933年3月,国民政府实行“废两改元”,规定市面通用银两以银元(上海通行的一种记账货币,有一定的含银量,并无实物)7钱1分5厘折合银元1元,并规定银本位币定名为元,重量为25.6971克,成色为银88%,铜12%,此后,银两不再使用。

的商品输出迅速增长。1870年中国净进口总值为4 000万海关两，1894年上升到1.29亿海关两，^①25年中，进口增加了2.22倍。从进口的商品来看，传统的棉纺织品有了显著增加。例如，属于工业制品棉纱的进口，1870年仅5万余担，价值不到200万海关两，而25年以后，进口量、值分别上升到116万多担和2 140万海关两，进口数量增加了22倍，货值增加了10倍。^②在棉布的品种上，则有本色市布和漂白市布，较粗重的标布、斜纹布和本色粗布，以及各种杂色布匹等。在销售的地区上，东北三省是粗布的重要销场，美国布控制了市场。但是，在地处温带、社会成员中包含大量商人、职员和学生等中下层消费者的上海及其贸易腹地，英国细布由于价廉质薄，拥有最大的市场。^③造成这一时期中国市场上进口棉纺织品销售峰回路转的重要原因之一，是商品价格的急剧下跌。1872~1890年，从西方进口的棉纱棉布价格大约下跌了24%，其间价格最为低落的年份，下跌达35%以上。^④可见，正是外国机制棉纺织品的“价廉物美”，使中国传统经济的抵御能力大为削弱。

这个时期，除了进口棉纺织品发生上述变化外，还新增了所谓“进口杂货”的项目，并且在进口商品结构中的比重十分突出。1873年，该项在进口商品中仅占8%，1883年上升到21%，1893年则增长到30%。这些“杂货”，其实多半是工业制品。它们价值虽然不大，但是品种繁多，令人眼花缭乱。熟悉当时中国对外贸易的郑观应，对此有过一番议论，不妨摘录如下。他说，进口杂货“如洋药、水药、丸药、粉药、洋烟丝、吕宋烟、夏湾拿烟、俄国美国纸卷烟、鼻烟、洋酒、火腿、洋肉脯、洋饼饵、洋糖、洋盐、洋果干、洋水果、咖啡，其零星莫可指名者尤夥。此食物之凡为我害者也。洋布之外，又有洋

①、② 姚贤镇：《中国近代对外贸易史资料》，1840~1895，中华书局1962年版，第1591、1602页。内不包括鸦片。

③ 丁日初主编：《上海近代经济史》第1卷，上海人民出版社1994年版，第172页。

④ 严中平：《中国棉纺织史稿》，科学出版社1955年版，第72页。