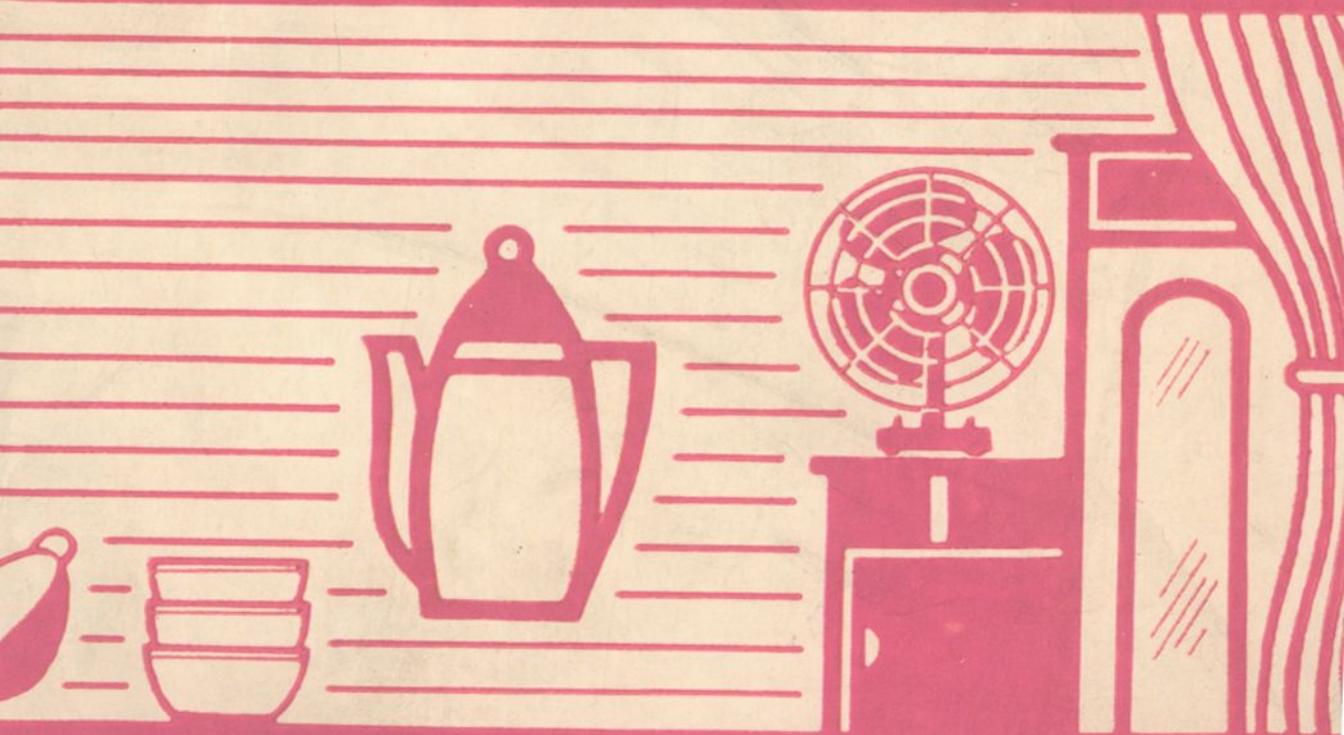


湖北省 供销合作社行业志

生活资料卷



湖北省农村生活资料公司编

湖北省
供销社行业志
生活资料卷

湖北省农村生活资料公司编

《湖北省供销合作社行业志——生活资料卷》

编委会组成人员

阎明光	公司党委书记兼经理
梁茂恒	原公司副经理，现离休
谢果然	公司办公室主任
唐伦	会计师

《湖北省供销合作社行业志——生活资料卷》

编写组成员

唐伦	主编
谢果然	审编

湖北省供销社资料室编

《湖北省供销合作社行业志——生活资料卷》

编委会组成人员

阎明光	公司党委书记兼经理
梁茂恒	原公司副经理，现离休
谢果然	公司办公室主任
唐伦	会计师

《湖北省供销合作社行业志——生活资料卷》

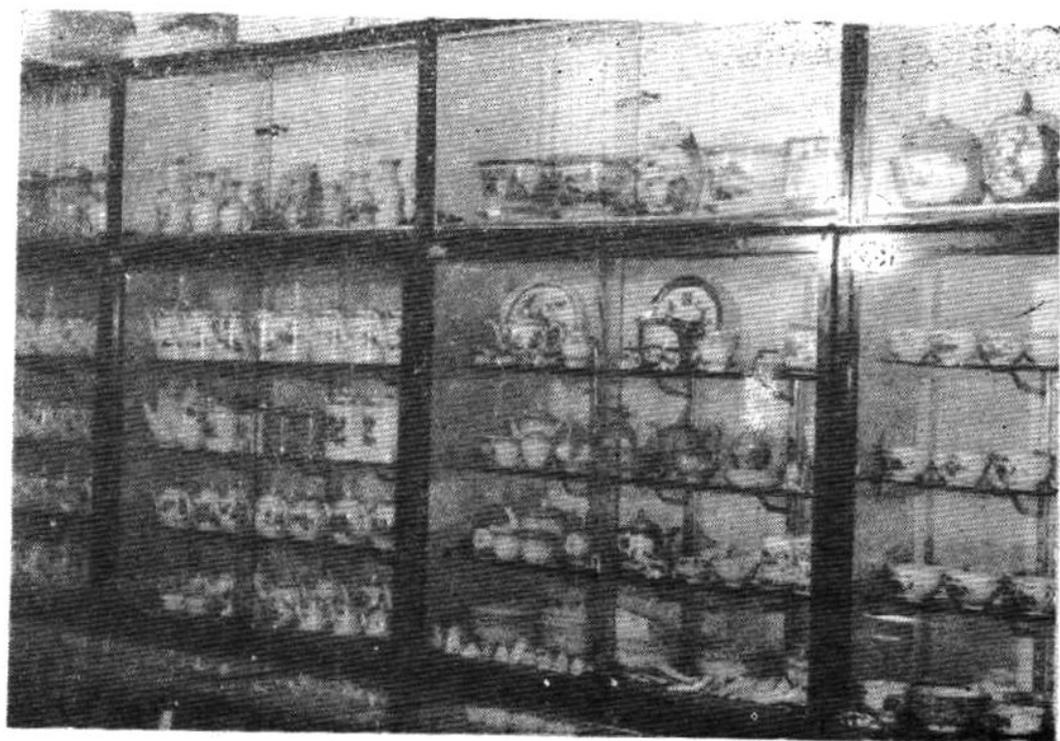
编写组成员

唐伦	主编
谢果然	审编

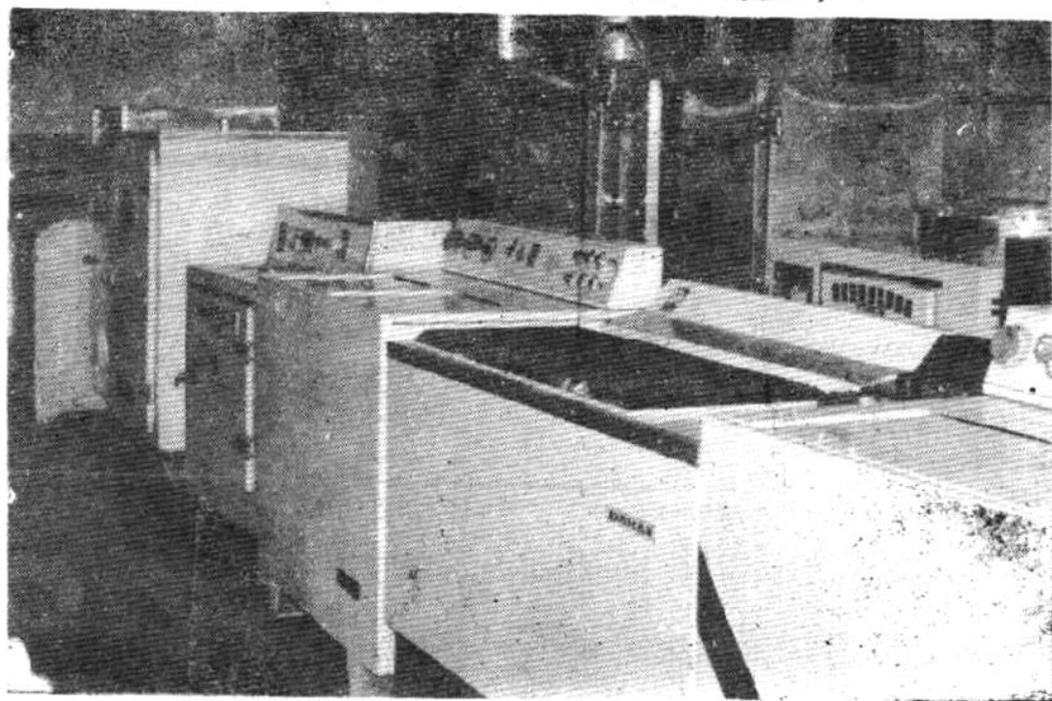
湖北省供销合作社生活资料卷



省公司办公楼（摄影：王光明）



省公司经营的部分瓷器（摄影 王光明）



武汉市炊事机械电器贸易中心经营的炊事机械（摄影：王光明）



应城县生活资料公司家俱厂生产的组合家俱



江陵县生活资料公司楚都日杂商场外景

前 言

一九八一年十月，原省财办副主任沈以宏同志在省贸易志编纂工作会议上，提出了编好我省第一代社会主义贸易志的任务。

编修地方志是我国历史文化的优良传统，志书具有“资治”作用。我们积极响应上级的号召，一九八一年冬，在公司党委的领导下，根据省贸易志编辑室和省供销合作社的指示，组织专班，拟定编写提纲，翻阅了建国以来省公司全部业务历史档案，走访了部分单位和老职工，还参阅了武汉市及部分县日杂公司的有关材料。经过两年多的时间，到一九八四年三月，写成初稿，作为向上级汇报的业务历史资料。

一九八五年四月，省联社决定所属专业公司都要编出《行业志》并付印成书，我们将原来编写的业务历史资料，进行筛选、修改和补充，写成《湖北省供销合作社行业志—生活资料卷》。全

书由唐伦同志负责编写，谢果然同志负责审稿，刘介村、黄文祥、彭敏恭、徐延寿、李天才、李祖狄、于逢秀等同志均提供了材料和参加了编写、阅稿工作，同时还得到其他同志的大力帮助。

本行业志所取资料及各种数字，时间上从建国以前直至一九八四年止，少数地方涉及一九八五年情况。由于建国以前以日杂行业（商品）为内容见诸报刊文字极少，搜集历史材料确实有不少困难，故只能作简要叙述。

编写行业志的工作我们过去没有搞过，这次作为初步尝试，错误和遗漏之处在所难免，敬希读者发现问题及时指正。

湖北省农村生活资料公司《行业志》编写组

一九八五年十二月

日用杂品是城乡人民日常生活必需品，属于“衣、食、住、用、行”五项基本经济生活方面“用”中的部分商品。人们从早到晚，从生到死，从厨房到卧室，从家庭到单位，处处都离不开日用杂品的使用。

日用杂品多属轻、手工业和农副业产品，具有品种繁多、规格复杂、生产分散、供求变化较快等特点；一般体重、价低、易碎，经营中不宜长途调运，中转环节不宜过多，而且市场需要具有较明显的季节性和地方性。大部分日用杂品属于三类小商品，过去习惯上称为“土、小、杂”。随着科学技术的进步，工农业生产的发展和人民生活水平的提高，日用杂品不断更新换代、推陈出新，其内涵和外延的概念也在不断发展变化，日杂行业与其它行业的交叉经营现象日渐普遍。在供销社体制改革深入发展的形势下，我省日杂行业逐步演变成“立足本业，综合经营”的农村生活资料经营系统。

目 录

第一章 建国前日用杂品行业概述	(1)
第一节 日用杂品行业的起源.....	(1)
第二节 部分商品产销沿革.....	(2)
第三节 历史名牌商品.....	(9)
第二章 建国后专业机构网点的设置	(15)
第一节 省农村生活资料公司(本单位)的建制沿革.....	(15)
第二节 二级站的建立与发展.....	(18)
第三节 县(市)农村生活资料(日用杂品)公司 的建立与发展.....	(19)
第三章 日用杂品的经营方针和经营范围	(21)
第一节 日用杂品经营方针和工作任务.....	(21)
第二节 日用杂品经营范围.....	(23)
第三节 日用杂品商品目录.....	(27)
第四章 扶持日杂地方产品的发展	(32)
第一节 基本情况.....	(32)
第二节 扶持地方产品的政策措施.....	(39)
第三节 扶持地方产品的基本作法.....	(46)
第四节 我省优质商品.....	(50)
第五节 商办工业.....	(54)
第五章 购销业务和市场情况	(56)
第一节 基本情况.....	(56)
第二节 主要品种的市场变化.....	(65)
第六章 计划管理和物价管理	(103)
第一节 计划管理商品的演变.....	(103)
第二节 计划收购、合同订购和选购.....	(104)

第三节	计划管理的实施.....	(105)
第四节	物价管理权限及作价办法.....	(110)
第五节	物价管理要点.....	(124)
第六节	主要日杂商品同稻谷历年比价情况	(125)
第七章	经营成果	(128)
第一节	财务管理体制的变化.....	(128)
第二节	省公司企业整顿、改革情况.....	(130)
第三节	经济效益.....	(133)
第八章	仓储运输和基建情况	(146)
第一节	省公司(本单位)仓库概况.....	(146)
第二节	市内储运情况.....	(149)
第三节	仓储工作要点.....	(150)
第九章	大事记	(156)

第一章 建国前日用杂品行业概述

第一节 日用杂品行业的起源

新中国建立以前，我省无独立的日杂行业。日用杂品分散在山货和土产行业中，故山货、土产行业的起源，也就是日杂行业的起源。

市场上所谓山货包罗极广，凡属山生土产之物都叫山货。我省武汉市的山货行业，远在清朝乾隆时期（1711年）就有“周天茂山货行”龙贴的传说。据一九三六年《汉口商业月刊》上记载，“本市之山货行业始于前清光绪年间”（1871年），距今一百年左右。当时营业范围狭小，以后山货来源增多，销路日益开广，营业逐渐趋于发达。清末民初山货行业的营业额多达百万元以上，与其他行业比较，并无逊色。

民国二年（1912）以后，武汉山货行业逐渐形成八大帮口；到民国十九年（1930）正式联合组织山货同业公会。这八大帮是河街帮、黄州帮、土垆帮、武昌帮、硃口帮、沈家庙帮、宝庆帮、益阳帮。在八大帮之中有四个帮都经营日杂商品。

（1）土垆帮：位于市内土垆，以经营鸡、鸭、纸张为主。

（2）硃口帮：系就市内地域区分，以经营草绳、药材、篾货为主。

（3）宝庆帮：店主多为湖南宝庆人，以经营夹板纸为主。

（4）益阳帮：店主多为湖南益阳人，以经营益阳土纸为主。

我省山货行业，很早以前是由一些农民在农闲季节，筹集少量资金，肩挑日用百货、布匹等物，深入襄阳、老河口、郧阳、竹溪、房县、保康等山区，远的甚至到云南、贵州、陕西、甘肃

等地，换回山货药材，摆在武汉街头巷尾，最早在武昌鲇鱼套一带，唐宋之时，移至鹦鹉洲，清末又移到半边街一带（即今统一街）。山货买卖，由“经纪人”从中撮合；生意成交后，按交易总额抽提百分之三、四的手续费（即“行佣”）。随着贸易的发展，农民由农闲时的肩挑贩运，发展成为专门商人，并用车装船运。为了适应这些商人的需要，原有的“经纪人”也发展成为有固定行号牌名的山货行，这种山货行，还为客商专门设有住宿房间。

我省土产行业也始于清朝光绪年间。据清朝光绪二十五年（1899）《湖北商务报》第二册记载：“湖广督宪张饬设商务公所，陈列土产货物”，并称：“汉口之白铜器皿，兴山之瓷器，沙市之木器，江夏、荆州之竹器，兴国之纸等物，皆有可观；此外，有益民用，可以贩运远方之物，尚复不少。”可见当时土产行业较为发达。民国三年（1914），武汉市土产已发展到22个行业，计1,013户，其中有瓷器、陶器、土纸、鞭炮、席、帽、扇、木器、家俱、盆盘、藤器、棕品、竹篾、竹木、油布纸伞等日杂行业。

第二节 部分商品产销沿革

一、陶瓷

（一）陶瓷集散地——武汉

新中国建立以前，我省瓷碗产量极少，只有恩施地区的恩施、利川、咸丰县，郧阳地区的郧西县，襄阳地区的南漳羊角山等地生产少量的粗瓷碗，全省年产量约150万件（个）。陶器主要是汉川县马口镇产品较为著名，其它各县只有少量农副业陶的生产。但是我省是陶瓷器的重要销区，武汉居长江中游，处于汉水汇入长江要隘之地，自古汉口为我国四大名镇之一，水陆交通畅通，商贾云集。自京汉铁路通车后，武汉商业之繁盛，更可称为国内市场的中心，素有“九省通衢”之称，历史上、地理

上形成了武汉为得天独厚的商品集散市场。省外陶瓷运来武汉以后，大部分转销外省和省内各地，小部分内销武汉。

武汉陶器，主要来自湖北省的汉川马口、江苏省的宜兴、湖南省的湘阴、铜官。马口产品多属管类、壶类，由汉水下行至汉；江苏宜兴陶器由镇江入长江，上行至汉；湖南湘阴、铜官陶器由湘江进长江下行至汉。陶器运输多选择水路船运，以减少商品损耗和运费成本。

武汉瓷器，主要来自江西省景德镇、萍乡和湖南省的礼陵、衡阳等地。来自景德镇者为西瓷，来自湖南各产区的为南瓷。南瓷以姜湾为总汇之区，由水路淶口上船装运经洞庭湖入长江到武汉；或由陆路萍株湘鄂铁路运汉。西瓷由景德镇运汉，须经半月之久，景德镇至饶州有一百八十里之西流，水势颇浅，大船不能直接受载，由小船或竹牌过驳再经过鄱阳湖到都昌，出湖口，入长江逆水上行经九江入鄂境。

陶瓷销售（去向）则因地区和季节而异。大型商户如源记、松茂、王锦源、罗德昌等资金雄厚，在景德镇设坐庄，其销售对象是河南、陕西、宝鸡、天水、兰州、太原等地。又如陈和顺、李义兴、万兴隆、和永丰、黄源兴、汉新、同德、德胜等店，资金少于上述四家，销售对象是汉水下游及府河各埠商店。又如周协记、黄方顺、鲁三太、永记、黎铭记等店，资金又少于陈和顺等八家，销售对象是黄陂、孝感、咸宁、新洲、麻城宋埠、大悟、潢川、息县等地。

民国十二年（1923）洋瓷输入武汉，最初进口额为57,000两黄金，民国十三年，一跃至149,857两黄金。其中，日本瓷器占百分之八十，英国及其他国家瓷器占百分之二十。欧战以前，输入瓷器以英德为最多，日本瓷亦不少。欧战时，英德无暇注意远东市场，日商于焉崛起，锐意改良造型，使其适合我国人民需要。日本瓷商经汉口批发内地，运销湖北、湖南、河南、山西、陕西等地。日商批发予华商时，华商一般不给现金，只给六十天期票

一张，货物即运往内地销售，如货物能在六十天内脱手，则华商以此款付给日商，再照上法进货，于是华商可以不需要资本而获巨利。日本瓷商利用这个办法推销瓷器，这就是他们的生意经。

（见1925年银行杂志第3卷第3号汪若霖著汉口瓷器输入之状况一文）

汉口陶瓷销售，受政局影响甚大。抗日战争之前，瓷商总资金约50余万元（银元计算），年销售约18万担（买卖以担数计算，菜碗（三大）六支一担，每支36个，饭碗八支一担，每支50个），职工约150余人；抗日战争期间，由于物价波动，人心惶恐，总资金降至十万余元，年销售约二万余担；抗日胜利后，人心振奋，营业渐趋活跃，这时资金、职工与抗战前大体相同而年销售量一跃至20余万担；一九四九年武汉解放后，交通无阻，市场繁荣，陶瓷商店总资金5,338,600万元（旧制人民币），员工430人，陶瓷年销售量达到59万担。（见武汉市档案馆工商联文件）

（二）经营陶瓷的种类

武汉经营的陶瓷，分为陶器类和瓷器类。陶器通常分为缸、钵、坛、罐、盆、壶、管等七小类；瓷器分为圆器、琢器二大部分，碗、杯、盃等为圆器，瓶、壶、帽筒、人物为琢器。圆器、琢器因品质及花色之不同，又分为可器、冬青器、先花器、彩器、白胎器、定器、苗器、龟边器、写意器、混水器、吹红器、金玉器、珊瑚金兰器、兰边器、常器、吹青器、渣青器、龙泉器等。凡瓷器之面涂葵花者属可器，素而无花者属冬青器，青色莲花属先花器，红绿花色属彩器，纯白兰边属白胎，粗青花属定器，细青花属苗器，龟形花纹属龟边器，花卉禽鸟属写意器，山水人物属混水器，红面白花属吹红器，白面金边属金玉器，红面金花属珊瑚金兰器，粗花属于常器，兰色属于兰边器，兰色无花属于吹青器，兰色白花属于渣青器，清青色带青花而有玻璃釉或泉釉者属于龙泉器。

（见1937年《银行杂志》第3卷5号黄既明论汉口之瓷业）

（三）经营方式及特点

建国以前，私营瓷商的经营方式，不是千篇一律，而是灵活多样。瓷商根据其资金大小、人力强弱、店址条件，制定企业的经营方式，有的批发兼零售，有的专做门市生意。门市交易概系现款，并无折扣；批发则按货款作九七折计算，以示优待。批发分现款与记帐两种，无论门市或批发交易，各商店均可按货值向顾客抽费，名叫出店费。批发每元抽八厘，门市每元抽一分，此项出店费另行分配。门市作十成分配，店员得七成，股东得二成，同业公会得一成；批发只作八成分配，除去股东二成，余均同。（见1936年《中外经济周刊》第135期）

在商业经营活动中，“销”是目的，“购”是关键，过去陶瓷行业中有句术语，即“先买出手，后买入手”，采购一批商品首先考虑的是适销对路，否则就会造成商品积压；其次是价格和费用的测算，以销地与产区的同类商品比质比价，再结合销售习惯和市场变化，决定购进商品的品种规格和数量。

在旧社会商场中流行着“顾客乃衣食之父母”、“信誉通商、童叟无欺”、“态度和霭、礼貌待客”、“生意不成仁义在”、“今天是看者，明天是买者”等一些术语。中心思想是重视“信誉”与“礼貌”，无论业务成交与否，都得起身迎送，对顾客以宾客相待。无论什么买卖，只要点头成交，就得遵守信约。对批发商品一定要按照定单上的品种规格数量，按质按量打包，负责运到车站、码头，精心办理。这是旧社会资本家的生意经，招揽生意的手段。

（四）行帮之战

清朝末年，陶器商多是挑贩，其货源是向行商进货。瓷器商因其籍贯的不同，自觉组成各种帮派。当时只有划帮（后改为华帮）、马口帮、汉帮，以后逐步发展分为汉帮、马口帮、江西帮、湖南帮等。

（1）汉帮：以汉口及葛店人较多，设有正式商店，资本一千至一万数千两不等，出售商品有粗瓷细瓷两种。多数商店，专