

# 智 永安、先施的“潮”品

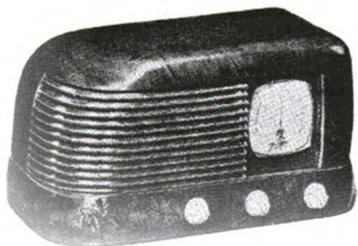
機音收型小尊至波短長

MODEL 5-S-313

元伍拾捌百壹

售均行料電司公

司公務事學科··



“增你智”长短波至尊小型收音机广告  
(刊于《永安月刊》第三期)



润肤香皂雏形制造厂广告  
(刊于《永安月刊》第一期)

1920~1930年代，是上海城市发展史上最引人瞩目的时代。人们把上海比作魔都，用以指称其现代、繁华，“摩登”一词风靡全市，市民的观念呈现昂扬向上的进取和开放。

摩登时代的上海，涌入南京路熙熙攘攘的人群，你可看到在西方世界流行不久的发型、时装、提包、鞋帽和佩饰。你可从拂面而过的熏风中，嗅到新近巴黎流行的香水气味。你还会发现，行走在南京路的女性个个顾盼自如，每个人似乎都力求标新立异，与众不同。同样是旗袍，面料不同，袖口长短不同，滚边不同。南京路不愧是上海财富的象征，时尚的象征。

对于南京路的繁华、摩登，永安、先施等公司作出了突出贡献。可以说，没有永安、先施，没有四大公司，就没有南京路的盛名。诚如时调所唱的：“南京路繁华谁冠，永安和先施。”永安、先施等百货公司因长期坚持以中高档商品销售为主，对南京路的繁盛、浮华影响尤大，凡西方市场流行的商品，它们大都聊备一格，以满足特殊人群。从1918年开张，永安长期以销售环球百货标榜，公司派出人员，常年在世界重要商埠巡梭，搜求流行而又适合国内消费者的商品。可以毫不夸张地说，永安、

先施等公司货柜上的热销商品，长期引领着上海摩登人士的生活时尚。

## “夫罗克”外套

西服，一般指男性装束，女性的类似装束则区别为“女西服”。在西方，男装的正式晚礼服称作“燕尾服”，白天的正式礼服称作“晨服”。现代男性日常所穿着的西服源于一种名为“夫罗克(frok)”的外套。由于这种服装符合自然、理性、平等、自由的时代思潮，诞生后迅速流行，并随着殖民势力的全球扩张，开始西服东渐。鸦片战争后，西服随外国侨民一起传入上海，并随在华势力的扩大，逐步流传。

1894~1895年甲午战争中国惨败，中国出现了更大规模的改良运动，改良派在要求政治制度改革的同时，也提倡教育、风俗等一系列改革，“放足、剪辫、易服”成为风俗改良的重要内容。民国诞生，政府曾发布法令，重定服制，男子大礼服和常礼服，均采用西式服装，西服的传播在法律上得到保障。

对西服的传播，上海洋服店起了一定作用。惠罗公司1920年代初，从国外聘用两名西装裁缝驻店，按顾客要求，用本店的面料，缝制各式西装。其他外资百货公司泰兴、汇司、福利公司等也

都出售西装面料或成衣。此外，上海的外资洋服店1920年代曾多次举行西装时装表演，交流西装制作技艺。1927年，鸿翔时装店应邀参加这一从未向华商服装店开放的活动，所制西装以精湛手艺获奖，名声大噪。以后鸿翔还多次应邀参加，屡获好评。

西装传播的另一重要因素是上海红帮裁缝的脱颖而出。红帮裁缝，即宁波西装裁缝。成衣制作原系当地手工业之一，以此谋生者甚多，上海开埠后，宁波裁缝大批移居上海，巨大的西装市场，为宁波裁缝提供了绝佳的发展机遇。自第一家红帮裁缝店开设之后，商人开设的西装制作店就迅速发展，1930年增至68家，1940年代增至340家。不少红帮师傅前往日本等国学习西装制作技术，同时参以中国的服装缝制技术，逐步形成红帮制作特色，不断推陈出新。上海红帮裁缝的生产活动，极大推动了西装的传播。

永安公司设西装部专售男女西装服饰，如美国金叶牌衬衫、美国羊毛领带，英国开领衬衫、德国什色丝围巾，英、美国制皮大衣，毛衫有老牌四条厚绒衫裤、英国毛布连领衬衫、英国老牌灰色全羊毛衫裤、英国本牌女装色边白羊毛衫、英国马牌上等羊毛衫裤、英国飞轮



牌羊毛衫裤。1930年代，永安设立新装部，制售各类西装。

## 鼓书艺人的长袍

旗袍本系满族女性服装，清朝覆灭，旗袍不仅没有退出历史舞台，反而向南方流行，最终成为举国接受的民族服装。在旗袍从满服到民族服装符号的变迁中，上海扮演了关键的角色。

旗袍什么时候在上海流行？尚无被一致认可的准确时间。实际上，旗袍流行的确切年份，可推定于1918、1919年间。1920年5月《晶报》发表的丹翁《服妖》一文指出，鼓书艺人刘翠仙自来上海登台奏艺后，许多女性因喜爱刘之艺术，爱屋及乌，纷纷流行刘翠仙所穿之旗袍。后有读者指出，刘所穿非旗袍，乃男子长袍。但这位读者没有否认女子着袍1919年已经流行。又有人指出，在刘之前，1918年来沪的北方鼓书艺人小黑姑娘、英姑娘登台时，穿的也是长袍。据此可知，1910年代末，已有一段汉族女子将男子长袍误作旗袍流行的时期，直至流行广了，人们才知道长袍与旗袍的不同。满族旗袍一是不开衩，二是宽袖，男子长袍则是开衩的。但男袍被误作旗袍已约定俗成，女子着袍从此被称作旗袍。

因气候不同，旗袍有单夹之别，春夏着单袍，秋冬换夹袍，夹袍有的衬里棉絮，有的外加毛衣。与原来的旧式服装相比，据说旗袍最大的优点是更能御寒，加之旗袍的制作比旧式服装省料，其流行是很自然的。

旗袍流行以后，它的袖口、开衩、领口、下摆日新月异地变化着，以旗袍长短的变迁最为频繁。自民国十五年，旗袍自小腿处起，日渐缩短，至1930年，短到膝盖。到1936年，旗袍之长度，达至于到顶点，近乎拖地。同时两面衩也开得高。一直到1940年代，停留在膝盖的上下。至于袖子，在旗袍向下长的时候，袖子都日渐在缩短，到1938年，袖子缩到全部取消。当然冷天的旗袍仍

以长袖为主。旗袍的领口，自盛行以来到1936年间，一直呈向高的趋势，所相差的，只是高的程度不同而已。此外，初期，旗袍的领口虽高，但仅有一挡纽扣，而民国二十三四年间之领高，已达到顶点，纽扣亦自一挡增至五挡。

为增加美感，旗袍的领口、袖口和下摆的滚边极尽点缀之能事，花式层出不穷，改革后的旗袍能尽显女性身材的婀娜之美，受到都市女性的喜爱。并传播到海外，得到美国、法国著名影星的大力追捧，又反过来促进了旗袍在国内的流行。

旗袍的流行，对绸缎商家来说意味着巨大的商机，惠罗百货公司、福利公司纷纷以进口西洋绸缎来招徕顾客。上海华商绸缎商老牌商家老九和、老介福等也不遗余力，推销国产绸缎。一般来说，西洋的绸缎制作工艺超过国产绸缎，穿着舒适，但国货绸缎的图案更符合上海女性的审美爱好，也有自己的市场。

永安公司的匹头部，销售各类旗袍面料，有丝绸、呢绒等类，既有舶来品，也有国产货。舶来品以英国、法国为主，先后销售过加阔花旗条格冲维也纳绒、英国杂色棉纺绒、意大利鹰登旗袍花呢等。

## 告别“小马甲”

中西服装的最大差别不仅在外套，内衣尤其是女子内衣也完全不同，这里牵涉如何看待女子的身体。传统中国，女子的胸部是被束缚的，用当时的说法即“束胸”，任何展现女性身体天然美的想法都违反封建礼教，是淫荡的。女性束胸的方式经历了几个阶段，最初用抹胸，后来改用小马甲，是一种比抹胸更具压迫力的束胸内衣。使用小马甲后，女性的胸部基本上被抹平了，有一篇《新式肚儿》的文章对女子内衣的千年变迁作了提纲挈领的说明：

今之有心人，皆提倡解放女子乳部矣，故继天足运动以后，而有天乳运动，然女子胸



《永安月刊》封面女像

前无论如何，必有物焉以为之障，今故分三个时代言之：

旧式肚兜时代。此旧式肚兜，想已行千年矣。其运命最长，而制度最劣，征之历史，颇多记载，以为是一最香艳之物也。至近一二十年，遂有起而革命者，则代之以小马甲。

小马甲时代。熟知小马甲之残酷，胜于旧式肚兜，旧式肚兜仅在压迫乳部，未侵及胸部也，而小马甲则压及胸部，女子之乳部丰满者，以对襟之小马甲不足以束之，乃则为胸前之纽，而扣其于腋下，于是束缚至于呼吸亦不足以舒适。而打倒小马甲之呼声遂起。

新式肚兜时代，然而女子乳部，终必蔽以一物，中国女子如此，外国女子亦如此，而新式肚兜者，形如围裙，而束于乳部之上，再以两带挂肩上，使不坠下，此固舶来式也。





景綸衫襪廠廣告（刊于《永安月刊》第一期）

女子內衣品牌可與舶來品頡頏。

與女子內衣一起流行的還有普通市民的內衣，這與晚清西方舶來品的進口以及衛生觀念的普及有關。人活動時容易出汗，不及時揩干，易形成汗漬和污垢，有礙皮膚衛生。汗衫則將汗漬隨時吸干，給人以清爽感，也可減少皮膚感染，因此汗衫也稱作衛生衫。上海的華商大約自1905年開始生產內衣，但質量較差，直到1910年代才慢慢被國人接受，從此汗衫成為百貨公司棉紡織品銷售的大宗。

和內衣一樣，近

代中國人所穿的襪子式樣也經歷了很大變化。男襪有長統、短統之分，長統者襪口齊膝，短統沒胫而止。洋布未進口前，男襪多以大布及廣東之竹布製之。同光年間，制襪始用洋布。中國女性在封建禮教的約束下，被迫纏足，一雙天足被裹成三寸金蓮，女子之襪，皆短及踝，謂之“襪套頭”，而不曰“襪”，皆婦女自制，以白竹布為多。19世紀末，一些開明人士感覺到纏足的危害，提倡天足，不纏足會在全國各地紛紛組設，例如端方任兩江總督期間就頒布了禁止纏足的布告，表示了開明的態度。不纏足從少數人的提倡，到社會組織參與，到成為民眾的實際行動，經歷了數十年。五四運動對女子纏足再施痛斥，經此一戰，天足在上海逐漸成為潮流，洋襪市場由此形成，舶來洋襪很長時間壟斷了中國的消費市場。1905年前後，上海開始出現了華商投資的電機織襪廠。20世紀初，廣東南海縣旅滬商人余稚敬家族

開設的花樣雜貨店廣升祥生產織襪獲得成功，所產襪子在華南市場贏得消費者青睞。廣升祥先後開設了六家織襪廠，成為最著名的織襪集團。此外，上海的內衣工廠大多衫襪兼產，整個產業每年的產量達數百萬打。但舶來的襪子在用料和式樣上仍有相當的吸引力，上海的外國四大百貨公司以及華商百貨公司依然都銷售進口襪子，以滿足上等華人的需求。永安的襪子部經售英法等國的著名品牌，如英國的雷雲娜小方跟真絲女長襪，英國各廠男女羊毛襪、Kayser最薄全絲女襪、Holeproof厚薄長統女襪、Rosaine全絲最薄摩登女襪。

## 巴黎美容聖品

化妝品是女性不可或缺的消费品，中國有着悠久的化妝品生產歷史，形成了畫眉、點唇、搽脂、撲粉等四大化妝方法及宮、黛、胭、粉等化妝品系列。開埠後，外洋化妝品大量輸入，引起激進人士的严厉批评，斥責女性使用舶來化妝品造成了巨大漏卮。有的文章則強調化妝無助於女性美容，只是虛糜錢財。

針對上述干涉女性化妝消費的言論，一些作者對化妝的價值作了有力辯護。如有人認為人有妍媸之分，人不美，再怎么化妝也無用。針對這種美人不需化妝的說法，一位作者指出，女性美與不美，肌膚都受自然界的侵襲，“寒冷空氣，炎烈日光”同樣對美貌的女性產生不利影響。“皮膚吹了風，應撫摩，干燥了，應敷油，”只有天天照此力行，細膩的皮膚，才可常保細膩。也有作者指出，實際上完美無缺的美人是沒有的，“雖是天生的麗質，大醇小疵，有時也是免不了的”，美麗的女性同樣需要化妝。另一位作者將化妝比作文章寫完後的修改潤飾，“婦女的修飾也正是這樣，要使丑陋的地方修飾成不丑陋，不丑陋的地方修飾成美，美的地方修飾成更美。好像一篇文章，需要刪改，剔去茺蔓，使它通順、流暢、醇美，沒有敗筆。婦女們需要修飾，也同樣地有必要的”。



夜巴黎香水廣告 (刊于《永安月刊》第三期)

但中国传统的化妆品制作技术粗糙，易使皮肤产生不适感，这是西方化妆品能垄断中国市场的主要原因。中国海关年报很早就有胭脂、香水等化妆品的输入统计，很长时间法国香水位居进口首位，但因法国香水用天然花朵如紫罗兰、玫瑰及动物香液龙涎香、麝香、香狸等制作，售价很高。1930年代化工合成的美国香水输入中国的数量逐步超过法国，市场充斥美国化妆品。

上海的百货公司，无论华洋，化妆品都是营销重点。先施公司1931年曾聘请美国交际明星及化妆专家来商场表演化妆术，盛况空前，预定结束日期到了，又延长了十四天。

永安公司是舶来化妆品的销售重镇，长期经销法英美等国著名品牌的化妆品。据1931年12月15日《申报》报道，永安公司新近从法国进口的化妆品达万余种，其中最有特色者，为巴黎道士各厂出品之爱情花香水，每套售价375元。这种香水是首次在亚洲市场面市，上海成了这款巴黎香水亚洲之行的首次秀城市。1930年11月冬季大减价

期间，永安又进口法国雪花膏名牌百炼霜500箱，“巴黎妇女均视为美容圣品，既可保护皮肤，不使粗老，并能除斑灭累，嫩肤美容，堪称空前圣品”。永安销售的化妆品种，还有一款德国的香水也相当著名，即“4711香水”，在上海化妆品中，“久已首屈一指”，“4711”除香水外，尚有香粉、香膏等。

## 时髦“高科技”

科技产品的出现，极大地改变了人们的生活，尤其是电的发明，人类生活的改善速度大大加快，至今未有穷期。电灯的发明，让人类与黑暗告别，活动时间得以延长。电话的发明，使咫尺天涯成为可能。

收音机的发明，多方面改变了人类的生活，既是新的传播工具，人们可从收音机中得到各种资讯，如新闻、名人讲话、宗教福音传播，还可收听戏曲、音乐等娱乐节目。收音机还是特殊的学堂，如广播英语的播出，使在家学习外语成为现实。在特定年代，播音和收音机还有许多特殊的功能，向前线将士致以慰问和鼓励，或通过播音寻找失散的亲友等。

收音机约于1920年代初传入上海，美商开洛公司在南京路12号开张，专售美国产收音机，当时叫无线电话，价格昂贵，一架四管带全套喇叭的收音机售价288元，一架最新式不用天地线不用线架RFL七管机售价1100元。为提供播音广播，开洛公司特设播音台，播音内容有弹词、京剧小曲、粤调雅乐，后又发展到名人演说、外国汇率、轮船航行船期等，还能收听日本大阪、东京、名古屋、朝鲜、大连、天津等处播音，神奇的“话匣子”使上海人的都市生活发生了巨大变化，拥有收音机成了许多家庭的梦想。

至1930年代，收音机以较快的速度在上海流行，每当西方有新款收音机上市，不久就可上海市场看到。美商美昌洋行、惠勒公司等开始代理销售美制收音机，售价较前有所下降。这一时期，上海流行的收音机款式有美国史德华无线电、美国无线电公司33号收音机、亚尔西爱5-T式收音机、爱美声(Emerson)长短波收音机。据介绍，爱美声可接收全世界各种长短波节目、远东各国广播节目、欧洲特别长波节目，可接电留声机。

永安公司销售收音机可能晚于先施，直至1930年代初，才看到永安销售RCA牌收音机的广告。1935年后，公司加强了收音机销售，成立了无线电部。抗战时上海租界成为孤岛，市民对国内外的战局发展十分关心，高级收音机，尤其能清晰收听欧美短波播音的收音机成为市场抢手货。这一时期创刊的《永安月刊》显示，公司销售多款高档收音机，如增你智收音机、百来牌长短波收音机、胜利爱尔西亚收音机等。《永安月刊》在介绍时，特别指出，能清晰收听短波广播，以促进销售。

## 小众康克令

文化用品在永安等公司的销售中所占比例不高，但门类齐全，品位高，满足了大都市一部分特别市民的需要。和

康克令笔廣告  
(刊于《永安月刊》第二期)



## 《档案春秋》为耄耋老人续写因缘

我在今年第8期《档案春秋》上发表《我和第一套人民币的情缘》一文，介绍了新中国第一套人民币的设计、制版者及票面人物原型之一——杨琦先生的故事。9月上旬，《档案春秋》编辑给我来电：江苏省委宣传部的一位离休老干部看了此文后十分激动，提出想与作者及杨琦先生见面的迫切愿望。据编辑介绍：这位老同志是中共江苏省委刊物《群众》杂志社的老领导、原主编马秋海先生。马老是一位钱币收藏的爱好者，长期来对我国第一套人民币颇为关注。

按理说一位八旬老人提出的愿望立刻可以同意，但杨琦先生也己是一位年近九旬的老人，他身体状况如何，是否愿意见面？第二天我来到杨老家，将马老想见面的愿望告之，杨老一口答应：

可以，可以，没问题。

9月14日上午，马老特意从南京赶到上海，两位八旬老人在马老下榻的华夏宾馆见面了，一番互致问候后，马老首先说：“过去50多年来有关新中国第一套人民币10元、50元工农图票券的雕刻制版、工农人物原型等说法有多种版本，其中影响较大的《中华人民共和国第一套人民币大全》一书对此的描述是：据黑龙江张新知先生介绍，这两位工农人物原型分别是原东北银行造币厂的工人白景瑞与李宝林，原版制作作为中国人民银行第三印制局（济南印刷厂）。”讲到此处，马老十分激动地说：“几十年来我对这种说法一直是心有疑虑的，有关资料也没有一个权威的说法。胡先生发表在《档案春秋》上的文章和杨老

的亲身经历澄清了事实，还原了历史。”讲到此，马老小心翼翼地拿出了两张珍藏了60多年的第一套人民币10元、50元工农图票券的试模钞，深情地说：“该物归原主了。”此时此刻，杨老手捧这两张60多年前自己亲手雕刻制版并印出自己图像的试模钞，激动万分地说：“想不到，想不到！”

围绕着人民币的历史以及中国近代革命史，两位老人持续了将近两个小时的交谈，他们的惊人记忆与敏捷的思维让在座的人们都惊叹不已。分别之际，老人们仍意犹未尽，并相约只要身体允许下次再见面。这正是：《档案春秋》架起一座桥，为耄耋老人续写因缘。



文化用品有关的有3个部，即音乐部、文房部、运动部。文房部主要销售金笔、铅笔、扑克、图书等，曾长期代理美国金笔康克令。按康克令金笔本非名牌钢笔，质量不如派克，但永安公司作为金笔的代理商，有商品的定价权，故利润较厚。永安公司为推销康克令投入过大笔广告费，在各大报纸上常可看到康克令的图文广告，每逢季节大减价，康克令更是推销重点。代理康克令，永安获利不少。

文房部另一值得注意的销售商品是西洋画材料。上海是西洋画的重镇，土山湾被喻为中国西洋画的摇篮，培养了一批有造诣的画家。清末民初，上海的西洋画教学加快发展，先后出现了多

所西洋画学校，为中国的西洋画创作奠定了坚实基础。由于从事西洋画的画家多，对油画材料的需求也较大，永安公司的美术部是上海西洋画材料的销售点之一。从广告中看，永安销售的西洋画材料如画笔画布和颜料大多从法国进口。1926年11月8日的《申报》载，永安公司大减价期间，打折销售“世界最著名的法国黎佛朗厂各种油画颜色，油画笔一概八五折，新式大号画架连皮带五元八角，此外还减价销售上等亚麻仁油、松节油等”。另有报道称，自发售法国油画材料以来，“久为学界及艺术家所赞许”。<sup>①</sup>文房部还销售外文原版图书，计有小说及时政读物。

音乐部是永安和先施公司的特色部

门，外国四大百货公司似未设此部。销售商品有三类，唱机、唱片及乐器。永安销售过多种舶来名牌唱机，也销售过百代、高亭、璧架、物克多、大中华等公司的唱片，既有西洋音乐，也有京剧、苏滩、粤剧、申曲等。公司为粤商开设，经理郭琳爽又酷嗜粤剧，可能因这一层关系，永安音乐部经常有粤剧唱片售出。如1926年7月4日《申报》报道，永安音乐部自美国进口一批粤调物克多唱片销售，内有肖丽章之《爱娜姑娘吊影》、牡丹苏之《唐明皇醉酒》、曾瑞英之《聚珠崖》及《司马相如柳摇金》等，皆印有唱词，随片奉送。

（本文图片选自上海市档案馆馆藏）



① 1926年11月8日《申报·本埠增刊》。

