“到公司去” 上海四大百货公司的消费时尚

◆ 邢建榕

四大公司是澳大利亚华侨借鉴国外经营理念，先后在上海南京路上兴建的寰球百货公司，具体指先施(今时装公司大楼)、永安(今永安百货大楼)、新新(今食品一店大楼)、大新（今第一百货大楼)。这些百货公司独有的商业文化，一定程度上促进了上海经济社会的发展，为这座城市提供了与众不同的商业面相，同时也引导着上海的消费时尚。

当年在上海人口中，常能听到“到公司去”，其实就是高端消费的代名词。公司并不是漫无边际的泛称，而是专指南京路上的四大公司，以及由此引领的消费时尚。血拼之乐，始于“公司”，消费潮流，亦始于“公司”。

壹 消费环境耳目一新

自古以来，我国商业多以“只此一家”为标榜，经售货品单一，且不允顾客入内挑选货品，而大型百货公司则以“综合百业，包罗万有”为宗旨，专营高档名牌寰球百货，场面宏大，设施先进，顾客可以随意挑选。

根据欧美百货公司的模式，上海四大百货公司如法炮制，商场格局截然不同于以前的传统店铺，底层铺面商场，多为日常用品、化妆品和文化用品等，顾客进门，边逛边看，总要随手买上几样可用可不用的东西，如罐头伙食、糖果饼干、水果洋酒、雪茄香烟、中西药品、化妆香品、礼券鲜花。

二楼多为服装部，敞开式陈列，如纱罗绸缎、呢绒布匹、细毛布货、中西服装，或者草帽呢帽、棉毛内衣、手帕毛巾、丝毛线袜、女手提夹等，任顾客随意挑选选购，多了一层亲切感。

三楼专卖珠宝首饰、钟表瓷器等，环境高雅清静，亦较安全；诸如银质用具、象牙珐琅、各国钟表、乐器玩具、福州漆器、玻璃洋瓷等无一不备。

四楼则售电器料器、中外家私和各地大件商品，顾客可乘电梯上下，东西买好，由公司负责送往家中。

这样的经营格局沿用迄今，令人耳目一新，上海市民一时趋之若鹜，刮起了一股西式消费的风潮。加上附设诸多娱乐、餐饮设施，以至于有人戏言道：“只要来到永安公司，凡是人生所需要的，都能得到满足。住的、吃的有大东(指永安公司附属经营的大东旅社和餐厅)，穿的、用的有商场，玩乐则有游乐场，只要有足够的金钱花用，即使不走出永安公司的大门一步，也可以在这个小天地醉生梦死地过上一辈子。”

四大百货公司内首先使用的空调、电梯，以后成为高档商业形态的基本条件，数九寒天、炎夏酷暑，许多人借购物名义到百货公司内孵空调，买好商品，再到茶室坐坐，一天就过去了。

上海第一部箱式电梯，是汇中饭店（现和平饭店南楼）内引进的奥的斯牌，其时距奥的斯先生发明电梯不过七八年。而上海第一部手扶电梯又在哪里呢？就在大新公司内，也是奥的斯牌的。大新公司是四大百货中出现最晚的一家(1936年)，那么它出于商业营业的需要，至少在硬件上需要出其不意，后来居上。

现将该公司开幕日档案中，新闻记者有一段手扶电梯的描述，摘录如下：

“还有一座电动扶梯，形式同普通楼梯一样，乘客只要立在蹬级上，便可扶摇直上，或急趋直下，既没有头晕的感觉，而且是便利灵快。每一级上，只容一人，一小时内，可载乘客四千余人。这时，承造这座自动滑梯的外国工程师，刚巧在旁边，据他对我说，在外国百货商店或大机关内，应用这自动扶梯的地方，已经很多，可是在中国，这是大新公司第一家首先来装置应用。说着他便导引我们试乘，一直经过二楼而达三楼，的确叫人感觉便利、新奇。预料开幕的一天，一定有很多人好奇地去试乘。”

▲ 先施公司是四大公司中最早开设的一家

▲ 先施公司屋顶乐园

► 抗战后美国水兵在上海百货商店选购物品

▲ 大新公司新大楼雄姿

▲ 建造新大楼前的大新公司原址

► 上海第一架手扶电梯，就在大新百货公司内

◄ 永安公司开设的大东跳舞厅，一支外国女子乐队正在演出

贰 带动流行风气转变

大百货公司卖什么，往往通过传媒、广告或口口相传，引起社会上诸如太太、小姐和白领等中产阶级的追捧，从而带动消费风气的流行转变，尤其是一些洋品牌，洋款式，像西装、婚礼服，以前有身份的男士多穿长袍马褂，女士大都穿传统旗袍，自从大百货公司引进出售西式服装后，人们就逐渐以穿新式服装为荣，在结婚或其他喜庆活动时，更是必穿，以示庄重和气派。

永安公司进口货占很大比重，如英国的呢绒、法国的化妆品、瑞士的钟表、德国的电器，你说得出的商品，几乎应有尽有，其中又以英国货居多。像打蛋器、木勺、刷子这样的小货品，外商百货公司不屑经营，一般商店难以保证质量，永安公司就专门派人去国外定制，务必精益求精。

当时一般企业或商店都是男性，百货公司却雇用女职员来推广商品，这在当时也是新鲜事，如百货公司的烟草柜台，大多是女职员，个个长相秀气、略施粉黛；相反化妆品柜台却多英俊潇洒的男营业员。美国金笔康克令(Conklin)公司在永安一楼铺面设专柜，聘请年轻、漂亮又懂英语的上海小姐促销金笔。当时女性职员还极少见，因此这些女职员的风姿，服务礼貌，穿着打扮和化妆，都引起上海人的兴趣、效仿。

1936年著名记者徐铸成从汉口来上海时，曾慕名去永安一探究竟，发现柜台上的一位“康克令”小姐，果然明眸皓齿，而且“发现那个金笔柜台的顾客也特别多”。

在当年，在上海，形形色色的大小公司何止数千家，可在小姐或太太口中，公司并不是漫无边际的泛称，却是专指南京路上的四大公司。

“侬格件衣裳啥地方买的？”一位太太问另一位太太。“前几天女儿陪我到公司里买的。”另一位太太回答。“蛮好看的！”她心里就想着也去一趟公司，看看有否更新潮的款式。这样的问答，在不熟悉这种情形的人听来，真不清楚那个公司在哪里，但喜欢消费的上海人明白，公司就是公司——先施、永安、新新、大新而已。其中以永安公司影响最大，公司先指永安，再及其余。

逛南京路百货公司的，大多是高级职员和家境优裕的太太小姐，尤其是后者，一副麻将放下，几个搭子便去公司消费，消费后连人带货，再由公司的车子送回，一天活动便告结束。轻轻松松，哪里有现今的“血拼”之累？当年出租汽车公司的大幅广告宣传画，画着出租汽车司机恭候开门的样子，主角往往是一俏丽女子，手拎大包小包，包袋上印着永安、先施等公司的招牌。

叁 百货公司兜兜白相

确实，上海人视到百货公司购物为一大享受。百货公司内，一般附设有旅馆、游乐场、影戏院、跳舞厅、茶室等等，永安公司附设的大东舞厅，开创了商业与娱乐结合的先例。这家舞厅也是上海首先挂出“舞厅”招牌的。百货公司以舞厅作为号召，并公开营业，连前来购物的顾客，也可花钱跳舞娱乐一下，带动了上海新的海派娱乐文化。至此，舞厅这一洋玩意儿，堂而皇之地进入上海市民的生活中，成为新兴又大众化的商业性的娱乐活动。当时，“到公司去”，成为上海人出外白相、娱乐的代名词。

到夏天，南京路上的永安、先施等公司的游乐场，就搬到楼顶，号称屋顶花园。它们地处闹市中心，交通便捷，居高临下，放眼四望，上海滩尽收眼底。懂得生意经的公司掌门人，在楼顶开辟露天游戏场，招揽游客，生意很兴隆。这些屋顶花园门票便宜，每人四角，有时还买一送一。场内遍设花卉盆景，游戏多种，还有演出：说书、大鼓、滩簧、戏法、杂技、滑稽、女子新剧等。

集观景、看戏、享受空中阵阵凉风于一身的屋顶花园，成为人们新的时尚消暑方式，一经开辟，便受人们青睐。夜晚，太阳落山，暑气全消，“屋顶花园”的霓虹灯闪烁，成了纳凉好去处，人们来这里小吃、打牌、喝茶、看戏或欣赏焰火。上海当年的“女招待”就是屋顶花园服务员特有的名称。

新新公司是继先施、永安后，在南京路设立的第三家大型百货公司，为吸引顾客，新新公司开设了一家被称为“玻璃电台”的广播电台，设在新新公司六楼，电台四周都是玻璃墙，顾客通过玻璃可以看到里面播音，看到平时难得一见的名演员和名主播。广播内容除新闻、音乐外，还日夜不停地为新新公司及其商品大做广告，很像今天的“消费指南”。来这里的顾客可以边购物边观看播音和演出的情形。电台这一招果然管用，喜欢新奇的上海人一传十，十传百，纷纷相邀前来光顾。

大型百货公司开设的游乐场、屋顶花园、溜冰场，百戏杂陈，节目丰富，寓商于乐，成为上海市民娱乐活动的好去处。很多游客都会在游乐、观景后，顺道逛逛商场，促进了商场营业额的增加，当然也有游玩后又去购物的，总之相得益彰，开创了寓商于乐的现代商娱合一的经营模式。

肆 顾客永远都是对的

上世纪30年代著名的大陆银行在南京东路兴建大陆商场（解放后改名东海大楼，今为353广场)，原想与四大百货公司一争高低，起初也的确热闹了一段时间。但大楼内部格局狭小，功能混杂，所售商品虽琳琅满目，但货色定位中档，较杂乱。一般市民买不起，富裕阶层不愿来，更吸引不了专程到南京路来购物的市民。加上租金仍较高昂，厂家、商家望而却步，经营情况一直不佳。

而南京路上大百货公司的经营者，原先都是澳大利亚华侨，与国外贸易商、厂商联系广泛，本着人无我有、人有我精的原则，进口大量国外高档商品，深受上海富裕家庭的欢迎。那些服务生懂英文、广东话和上海话，对所售商品极熟悉，如绸缎部的营业员，往往来自丝绸之乡的苏杭一带，介绍起商品如数家珍。更重要的是，公司的服务理念引领上海商业服务走在全国前列，顾客进入百货公司，往往先映入眼帘的是一条霓虹灯做的英文标语：Customers are always right(顾客永远是对的)。

当时热水袋是医疗用具，一女顾客来永安时提出可否帮她改制一下，以便随身携带取暖，公司立即看到商机，专门去美国定制一批为妇女日常取暖用的热水袋。为满足部分阔太太喜好洋货名牌的心态，公司在美国注册商标，并在报纸上做广告，结果销路极好。笔者曾在档案中读到上海各大百货公司接待顾客的规章，具体细致，可操作性强，如“每部分都设备小型木凳，以便招待顾客坐下拣货”，“代顾客送货至门口，并代雇车辆”，“在圣诞节前后各一个月左右的期间，特别备有白色加印五彩花纹的包货纸和五彩丝带，用以包扎售出的商品，不另收费”等等，可以看出当年百货公司的服务理念和手段，迄今仍有我们值得借鉴和学习的方面。