

# 从《国货周刊》解析“国货年运动”

张光华

(南开大学历史学院 天津 300071)

Native Product movement in modern China can be divided into different periods and developed from low level to high level. The academic circle paid more attention to certain aspects of a whole body and less attention to contrast of different stages. Native Product Weekly went along with the Native Product Year Movement and reflected it's characters focusly. From this we can see: the tightness of organization, diversity of form of propaganda, universality of participation and depth of movement surpassed any previous movements, and the Native Product Year Movement became the peak of Native Product movement in modern China.

Key words: Native product weekly Native Product Year movement Peak of the movement

**内容提要** 近代国货运动阶段性明显,呈现由低级到高级渐次发展的趋势。学界偏重对整体中的某一侧面进行考察,纵向比较分析虽偶有着墨,但都比较笼统,史料也欠详实。《国货周刊》与30年代的国货年运动相始终,集中反映了这次运动的历程与特点。从中可以看出,国货年运动是近代国货运动的最高峰,无论是组织领导的严密性、宣传形式的多样性,还是社会参与的广泛性、运动开展的深入性等方面都远远超出以往的任何一次。

**关键词** 国货周刊 国货年运动 运动最高峰

**中图分类号** K26 **文献标识码** A

20世纪30年代,西方各国受经济危机的影响,加大向殖民地倾销商品的力度,给脆弱的中国民族工业造成巨大压力,同时也使国民政府财政处于崩溃边缘。为缓和这种局面,国民政府和国货界决定把1933年定为“国货年”<sup>[1]</sup>,把国货运动推向高潮。与国货年相应,新闻出版界行动起来,积极充当运动的喉舌和开路先锋。《中央日报》、《大公报》等纷纷刊载相关消息,专门刊物陆续出版。而《申报》作为全国发行量最大的报刊之一,辟出专门篇幅,出版《国货周刊》,与整个国货年运动相始终<sup>[2]</sup>,影响更为深远。它所刊载的文字和记录的信息,集中反映了这次运动的历程和特点。因此,本文拟以《国货周刊》为中心探讨国货年运动的特点。

20年代以前,国货运动多伴随政治运动产生,具有偶发性质,如1905年因华工问题引发抵制美货,1915年因“二十一条”签定引发抵制日货

等等。20年代,在政府的支持下取得一定成果,但各地各自为政,相互之间缺乏联系,尚未形成全国统一的国货运动。与以往相比,30年代的国货运动在组织领导的严密性、宣传形式的多样性、社会参与的广泛性、运动开展的深入性等方面都远远超出以往的任何一次。其表现归纳起来,有以下几个方面。

## 一 组织领导趋于严密

当时人对以前的国货运动就颇有微词:“中国人高噪狂喊‘提倡国货’的历史是由来已久,但是要有组织、有主义、脚踏实地去干一番的确是很少很少”<sup>[3]</sup>,而国货年运动基本改变了这种混乱局面。首先,这次运动提出了明确的口号。为配合国货年运动,“国货年标语”在《国货周刊》前十期连续刊出,以期普通人耳熟能详:“提倡国货,是国民的天职。提倡国货,是强国的根本……提倡国货,可以解决民生。提倡国货,可免利权外溢。提倡国

货,就是战胜敌人……”<sup>[4]</sup>。该口号直接指出国货运动的宗旨与目的,并鼓励国人积极参与,对于运动的推进意义非同寻常。

其次,每一主题年都有纲领式的文章发表,对全年应当进行的工作、实施的步骤作出具体的规划。1933年伊始,国货周刊发表潘仰菴的《国货年应有之工作》一文指出:“我们希望国货年的十二个月,都负有使命而不使虚设,因需要和程序的先后,分别研究”<sup>[5]</sup>。为此,他提出12项工作,每月进行1项,以期整个运动能有计划、分步骤有序推进。1934年的“妇女国货年”,中华国货产销合作协会成立计划委员会,潘仰菴作为委员之一再次发表《妇女国货年应有之工作》,提出12项重点工作与实施方案<sup>[6]</sup>。其后的“学生国货年”、“市民国货年”、“公务员国货年”均有类似的文章发表。这种文章对各国货团体虽没有严格的约束力,但其作者为国货界家喻户晓的名人,对国货运动仍有很强的指导意义。

再次,组织工作基本结束了20年代各自为政的局面,各地国货运动互通声气,形成全国规模的整体运动。这一时期国货界影响最大的团体是国货介绍所和国货公司。1932年3月,中国银行总经理张公权发起“星期五聚餐会”,是年八月,以聚餐会成员为主体成立“中华国货产销合作协会”。淞沪抗战结束后,该协会在上海设立“国货介绍总所”,并在各地建立分所。除推介国货外,它的职责是沟通生产、消费环节:“好比婚姻中介绍人一般,生产界与消费者的连络,多靠着介绍所作媒介”。同时,国货精英们已明确认识到这是一项全国性的工作:“各地国货界果能通力合作,同时作采集的工作,并且相互参考”<sup>[7]</sup>,才能收到较好的效果。“提倡国货,不是限于一隅,是要全国各地,一齐起来努力一下,才有效力”<sup>[8]</sup>。1933年2月2日,上海中国国货股份有限公司的成立,给全国起了示范作用。到1937年5月,全国大中城市普遍建立国货公司或类似机构,总数已达到40家。这些国货公司虽没有隶属关系,但基本能互通有无,取长补短,针对特定情况采取一致行动。国货介绍所和国货公司是各地运动的核心机构,它们不定期举办国货展览会,组织国货推销团,深入各地活动,从空间和时间上构成全国性的国货网络,有效地推动国货运动的开展。

## 二 宣传形式更加多样

30年代,国货宣传的形式趋于多样化。除博览会、演讲会、推销团、劝用国货团等常见形式外,

出现几种新的宣传方式。让普通人介绍使用国货的心得体会。如《戛嫂嫂的经验》介绍了一位聪明伶俐、富有爱国心的女子。她穿着入时,但因使用国产布料自行裁制,所以并不铺张浪费,但购买同样的外国布料而不自己缝制,往往要花三倍的价钱<sup>[9]</sup>。《戛之服用国货经验谈》介绍自己如何养成使用国货的习惯及辨别国货与舶来品的基本原则、基本方法<sup>[10]</sup>。这类例证贴近一般社会成员,很容易引起他们的共鸣,而产生购用国货的想法,其效果比之单纯说教式的推销更为显著。家庭访问和工厂访问是该阶段宣传方式的新创造。主妇是家庭经济支出的主要规划者,和国货产品的前途息息相关。家庭访问的目的向主妇说明提倡国货的重要性,通过介绍国货的优点帮她们树立使用国货的信心与决心。工厂访问的目的在于详细了解国货的生产过程、特点、性能与优势,为家庭访问或其它形式的宣传奠定基础。这一时期还出现了奇特的国货宣传方法:跪哭。《国货周刊》记载:“近日本市忽现跪哭团,其团员仅有数人,专在马路徘徊,瞥见国人购买洋货者,即上前跪求哀告,请用国货,以救危亡”<sup>[11]</sup>。虽然形式稍显极端,但拳拳爱国之心却让人无法不为之动容。

国货宣传形式多样化还集中体现在报刊栏目的设置上。除“国货论坛”、“国货讨论”、“国货介绍”、“国货消息”等常规栏目外,《国货周刊》把目光集中于社会普通成员,开辟了不少大众化的系列栏目。歌谣是最为群众喜闻乐见的形式,如《国货谣》:“中国货,样样好,带古风,占时髦,价钱既公道,用来三倍牢。中国货,样样好,随处有,易买到,服用中国货,置办弗劬劳。中国货,样样好,陶瓷纯,丝茶妙,舶来假面具,骗来造枪炮。中国货,样样好,中国人,用不了,何必送钱洋鬼子——提倡国货把国保”<sup>[12]</sup>。这些歌谣多用质朴的语言、简明的风格叙述国货的优点和使用国货的意义,揭露西方国家经济侵略的实质,读来琅琅上口,倍感亲切。国货周刊还刊登了为数不少的漫画,或讽刺一心以洋货为尚的“洋货推销员”,或表达对民族工业发展的良好愿望。这种形式寓深刻的道理于幽默欢笑之中,尤能促人猛醒,一组描绘年轻夫妻购物的漫画体现了这一点。他们走到一家写着“完全国货春大衣每件十元”的店铺门前说:“邪气蹙脚,走吧”。老板急中生智把招牌换成“英国××呢大衣,每件一百元”,衣服不变,但这对夫妇说:“货色不差,一百元不贵”,于是欣然购买,神气十足的走了<sup>[13]</sup>,对社会盲目崇洋心理进行辛辣的嘲讽。

此外还有鼓词、短剧、对白、短篇小说等名目繁多的形式,甚至附登的广告也不吝笔墨宣扬使用国货的意义<sup>[14]</sup>。这些宣传方式雅俗共赏,尤其适于社会的中下层,对国货运动的广泛开展功不可没。

### 三 注意整个社会的广泛参与

“天下兴亡,匹夫有责”,只有全体国民以国货为荣,使用国货,才能获得最佳效果,所以该时期国货运动充分关注各个阶层、各种人群和不同地区。鉴于妇女在家庭消费中的主体地位,国货界把1934年定为“妇女国货年”,旨在以妇女为中心,带动整个家庭服用国货。于是上起白发老妪、职业女性,下至襁褓幼儿、山野村妇,均成为国货运动的一员,甚至地位卑贱的女佣、妓女也在国货界的注意之中。在大力提倡国货的环境下,多数老年妇女“身上穿的,大多数是国货士林竹和白色土布裤子,脚上着的,是黑色斜纹布和黑缎子的尖头鞋”,虽然看来老旧迂腐,但她们深知“只有埋头去干,才能奏效”<sup>[15]</sup>的道理,正是服用国货的榜样。至于“撑着黑阳伞,手里提着‘杭州式’的小篮子,脚上的花缎鞋……腰间都挂着自绣的大手帕”<sup>[16]</sup>的普通村妇,因为完全使用国货,成为提倡国货的真正生力军,更是值得钦佩和效仿。一位目不识丁的女佣张妈,将误买的舶来品当作孩子的尿布,再去购买价钱稍高的真正国货,爱国之心让自视摩登的青年女郎为之汗颜<sup>[17]</sup>。大学生是知识分子的核心,国家的主人翁和未来的领袖,如果这部分人沾染爱用洋货的恶习,国家前途难以设想。因此有人主张“大学校长教授们倡导于上,大学生奉行于下,作一次大规模的国货运动”<sup>[18]</sup>。但“每一个大学生都是初小学生造就,所以要纠正大学生这错误心理与不良习惯,应自它的根苗时代的初小学生做起”,开展一场“初小国货运动”<sup>[19]</sup>,从幼儿时期就努力培养其爱国心和购用国货的习惯。正是因为学生在国货运动中的重要性,国货界定1935年为“学生国货年”,旨在以学生为主体推进国货运动。

20年代以前,人们主要关注城市国货运动的开展。30年代中期,国货界把更多的注意力投到农村。《国货运动中的农村问题》一文较早注意到农村、农民对于国货运动开展的重要意义:“中国有三分之二的土地是农村,百分之八十五的人是农民,所以工商作主体的国货运动,却也不能忽视了农村和农民”<sup>[20]</sup>,只有农村才是国货原料的主要产地和国货的最大销售市场。此后,黄玄万发表《推销国货与救济农村》一文,提出“金融界实业界竭力设法援助农村,放还农村所需要的生产资金,

使他们可努力从事和增加生产”<sup>[21]</sup>,以提高农民的购买力,为国货产品打开销路。唐增庚发表《提倡国货与复兴农村》一文,提出使国货深入农村、复兴农村的三种办法:把国货工厂建到农村,使闲散农民获得生活的凭藉,创办国货服务社,使农民乐用国货;设立国货讲习所,使农民获得国货的知识<sup>[22]</sup>。这些提法都有很强的现实意义和实用价值,虽然由于特殊的社会环境而无法付诸实施,但毕竟表明国货界已经有了更为开阔的视野,国货运动较之以前有了长足的进步。

### 四 运动的开展更加深入

没有深入的理论,就不可能有深入的实践,所以国货运动推向深入的关键,首先在于解决相关的理论问题。从《国货周刊》看,基本每期都设有“国货论坛”、“贡献话”或其它相似栏目,专门讨论重大理论问题,相关文章不胜枚举。国货年刚刚开始,《国货周刊》就连载杜重远的《在重重压迫下国货应该怎样谋出路》一文,探索民族工业极度衰落的根本原因,并试图为国货工业的发展确立基本方针<sup>[23]</sup>。《国货教育运动》一文探索教育与国货运动的关系,把教育看成国货运动的前提:“在国货年中,教育界得负起责任来,从事国货教育运动,使大家认识国货,爱用国货,信仰国货。更使一批批的技术人才,从学校中训练出来,使中国国货工商界获得新的力量,增加新的应援”<sup>[24]</sup>。其它诸如《法币政策与国货的前途》、《原料涨价与国货问题》、《非常时期与国货救国》、《俭约运动与国货》、《产销运合作》、《罗斯福白银政策与我国国货业之前途》等都有较强的理论色彩,对解决国货运动中出现的具有指导意义,对此可参阅国货周刊相关文献,本文不再详述。

国货运动趋于深入的另一表现是,改变了以往仅注重销售的缺点,开始重视从原料采办、生产加工到产品销售的所有环节。关于原料的采办,国货界提出国货要用国货原料的观点。因为用外国原料加工成的产品“表面上是国货,不过因为它是国内工厂的出品,而实际上它的原料,却是‘舶来品’这一点利权,依然是外溢”<sup>[25]</sup>。生产环节,国货界已经意识到振兴民族工业的根本出路不在于空头的提倡,而在于实实在在提高国货品质,增加技术含量。为此,凡属发明创造或改进生产技术的大小事件,《国货周刊》都尽力褒扬。“该厂工程师胡君融达,鉴于我国每年漏卮至巨,悉心研究……嗣经数年之实地经验,始告成功,可与外国货相埒”<sup>[26]</sup>,《俄国最近的三大发明》介绍了真空自来水笔、速感影印



术、自动针织机三种技术上的新突破<sup>[27]</sup>。销售环节上开始改变以往说教式的推销,更注重方法的科学性和销售人员素质的提高。《科学管理法下之推销问题》、《推销浅说》等文着重探讨科学推销的意义和科学的推销方法。金颂唐则撰文指出必须具备“态度品行之端庄,意志知识之坚富,眼光手腕之灵活,谈话审查之价值,耐劳茹苦之精神”<sup>[28]</sup>等五种素质才能成为一个合格的推销员。

另外,这一时期的国货运动能密切结合社会消费趋势,推介产品,并把国货意识灌注到人们日常生活的各个方面。产品销售有旺季、淡季的区分,季节的转换,重大节日、纪念日的来临,往往是产品销售的最佳时机,国货人士已经充分注意到这一点。夏季来临,国货周刊出版夏令国货用品专号,秋冬来临,则有《秋与国货》、《冬与国货》之类的文章发表。节日期间,有《妇女节与国货》、《中秋与国货》、《母亲节与提倡国货》、《伍九与提倡国货》等文章应时出现。国货运动不是仅凭一时兴起就能完成的事业,必须于生活中时时注意,才能收到实效。敬烟是社交场合的常见现象,但“敬烟要用上等国货”<sup>[29]</sup>才符合科学、礼貌的原则。一日三餐,再普遍不过,但“我们吃鱼翅的,大家想想,是吃的什么,吃了以后,仿佛替人家造了许多兵舰,来轰炸我们……如果用了国货味精,天厨厂便捐造了一架飞机……此外冬菇、干贝、海参,仿佛是迫击炮、机关枪,我们也要留心”<sup>[30]</sup>。这种无孔不入的宣传,对灌输国货意识、培养爱国精神有其它方法不可替代的作用。

综上所述,30年代中期的国货年运动,不论从宣传、组织,还是从广泛性、深入性方面来说,都堪称国货运动的最高峰。“八·一三”事变以后,由于严峻的政治、军事形势,国货运动基本陷于停顿。虽也有国货相关消息偶尔见诸报端,也仅仅是30年代的余波而已!

[1] 周石峰：《国货年运动与社会观念》（《中国经济史研究》2007年第1期）一文把1933年~1935年的国货运动称为“国货年运动”。其实,1933年~1937年,国货界给每年都确定一个主题,如1933年为“国货年”,1934年为“妇女国货年”,1935年为“学生国货年”,1936年为“市民国货年”,1937年为“公务员国货年”等。因此这几年的国货运动可统称“国货年运动”。

[2] 《国货周刊》创刊于1933年1月5日,逢星期四出版。1936年3月25日起逢星期三出版,随后易名《国货专刊》。至1937年8月4日,共出版226期。

- [3] 周成勋：《从中国国货公司归来》，《国货周刊》1933年2月16日。
- [4] 《国货年标语》，《国货周刊》第1至10期，1933年1月5日至1933年3月16日。
- [5] 潘仰霖：《国货年应有之工作》，《国货周刊》1933年1月12日。
- [6] 潘仰霖：《妇女国货年应有之工作》，《国货周刊》1934年1月11日。
- [7] 潘仰霖：《贡献于国货介绍所》，《国货周刊》1933年1月19日。
- [8] 仰霖：《告热心国货的各地人士》，《国货周刊》1934年1月25日。
- [9] 伊灵：《裁嫂嫂的经验》，《国货周刊》1933年5月18日。
- [10] 范珧：《裁之服用国货经验谈》，《国货周刊》1934年5月24日。
- [11] 张彰：《值得钦佩的跪哭团》，《国货周刊》1934年10月25日。
- [12] 国危：《国货谣》，《国货周刊》1933年5月25日。
- [13] 参见1937年5月5日《国货周刊》漫画。
- [14] 参见1933年1月19日《国货周刊》广告词“郑正秋先生之甜蜜谈”。
- [15] 芮寿松：《老太太的国货时装》，《国货周刊》1933年5月11日。
- [16] 竹君：《乡村妇女们的一般夏令国货用品》，《国货周刊》1933年7月13日。
- [17] 赵孝扬：《女佣的爱国心》，《国货周刊》1934年3月1日。
- [18] 谷园：《伙学国货运动》，《国货周刊》1933年3月16日。
- [19] 陈警愚：《初小国货运动》，《国货周刊》1933年5月25日。
- [20] 潘仰霖：《国货运动中农村问题》，《国货周刊》1933年2月23日。
- [21] 黄玄万：《推销国货与救济农村》，《国货周刊》1933年5月25日。
- [22] 唐增庚：《提倡国货与复兴农村》，《国货专刊》1936年7月29日。
- [23] 杜重远：《重重压迫下国货应该怎样谋出路》，《国货周刊》1933年1月5日。
- [24] 俞治成：《国货教育运动》，《国货周刊》1934年10月25日。
- [25] 怡怡馆主：《提倡国货原料》，《国货专刊》1936年11月25日。
- [26] 甘纯权：《参观洪达艺花厂瞥记》，《国货周刊》1935年5月9日。
- [27] 菱湖昭：《俄国最近的三大发明》，《国货周刊》1935年5月23日。
- [28] 金颂唐：《怎样是一个健全的国货推销员》，《国货周刊》1933年3月23日。
- [29] 徵：《敬烟三部曲》，《国货专刊》1937年8月4日。
- [30] 仰霖：《我们吃的时候想想》，《国货专刊》1937年8月4日。