

近代上海西服业各阶段的规模及形成原因

丁乾琨¹, 张竞琼^{*2}

(1. 江南大学 纺织科学与工程学院, 江苏 无锡 214122; 2. 江南大学 设计学院, 江苏 无锡 214122)

摘要:为还原近代上海西服业的规模特征并探究其成因,依据上海市档案馆馆藏西服业相关档案和上海市地方志等近代文献史料,并结合统计学、产业经济学、数值分析的相关理论,采用全面调查、最小二乘法和市场集中度衡量法统计分析数据。结果表明:近代上海西服业经历了发端期、发展期与繁荣期3个发展阶段,呈现出从无到有、从少到多的整体趋势;数量规模接近指数增长,在发端期只有几家店铺,而到繁荣期已经达到500多家;资金规模以小额投资为主,独资制企业最多,西服市场集中度低,即垄断程度低,竞争较为激烈;以定制西服业为主,同时现成西服业也占有一定比重。

关键词:上海;西服业;定制;现成;发展阶段;规模

中图分类号:TS 941.712;F 416.86 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-1928(2020)03-0249-07

Scale and Causes of Modern Shanghai Suit Industry in Each Stage

DING Qiankun¹, ZHANG Jingqiong^{*2}

(1. College of Textile Science and Engineering, Jiangnan University, Wuxi 214122, China; 2. School of Design, Jiangnan University, Wuxi 214122, China)

Abstract: In order to restore the scale characteristics of the modern Shanghai suit industry and explore its causes, based on modern literature historical materials such as historical archives of the Shanghai City Archives and Shanghai local records, and combined with the relevant theories of statistics, industrial economics and numerical analysis, a comprehensive survey, least squares and market concentration measures were used to measure and analyze data. Results showed that modern Shanghai suit industry experienced the development stage of a originating period, a development period and a prosperity period, showing the overall trend from nothing to something and from small to large. The quantity scale was close to the exponential growth. There were only a few shops in the originating period, but by the time of the boom, it had reached the peak of more than 500 shops. The capital size was mainly small investment. Most shops were sole proprietorship. The market concentration of suit industry was low, that was, the degree of monopoly was low, and the competition was fierce. The custom-made suit industry was the mainstay, while the ready-made suit industry also had a certain proportion.

Key words: Shanghai, suit industry, custom-made, ready-made, development stage, scale

近代中国掀起了“剪辫易服风潮”,男子服饰除沿袭长袍马褂等旧样式外,也出现西服、大衣、中山装和学生装等新品种。相应地,西服业也成为了一个独立的行业。

目前学术界关于西服的研究以季学源等^[1]、陈

万丰^[2]、刘云华^[3]的红帮服装史研究为主,主要论及红帮西服店的发展,但缺乏对近代上海西服业的系统研究。近代上海西服业中红帮西服店占据了很大一部分,但除此之外由非红帮裁缝开设的西服店,以及生产、销售西服的综合性服装商店和百货

收稿日期:2019-06-24; 修订日期:2020-02-22。
基金项目:江南大学自主科研项目(2019JDZD05)。
作者简介:丁乾琨(1996—),女,硕士研究生。
* 通信作者:张竞琼(1965—),男,教授,硕士生导师。主要研究方向为服饰文化及近代服装史。Email:j. q. chang@126.com

公司等也占据一定比例。

文中查询多种相关史料,包括近代上海市工商行名录、西服业同业公会会员名册及登记表等档案;上海通志、黄浦区志、虹口区志及上海日用工业品商业志等地方志;《申报》《家庭》《上海常识》等近代文献,以期完善对近代上海西服业不同阶段规模的界定及统计。

1 近代西服业分类

西服在广义上指西式的服装;狭义上则把 20 世纪初传入中国的有翻领、驳头、3 个口袋,且衣长遮住臀部的上衣称作西服或西装^[4]。文中的研究对象主要为狭义上的男西服。根据西服的加工方式将西服业分为定制西服业和现成西服业。

1.1 定制西服业

定制西服业即采用定制的方式制作西服的行业。这种方式可以根据顾客体型特征和个人审美爱好来制版、裁衣,能最大限度地满足顾客要求,一般都要经过一两次假缝和试样。因手续复杂,价格较高,定做所需时间也较长^[4]。

上海的本土西服业由定制起步。开埠后有西服裁缝到商船、旅社兜揽生意,称“拎包裁缝”。1896 年浙江奉化人江良通在北四川路(今四川北路)首设和昌西服店^[5],形成专做西服的红帮裁缝店(这些西服裁缝大都为宁波籍)。而后这些红帮裁缝在上海陆续开设了很多的西服店,专门定制与加工西服,其经营模式大多是前门店后工场,产销一体,亦工亦商,并多选择在上海的繁华路段。图 1 为开设在南京路(今南京东路)791 号的王顺泰西服店海报^[6]。

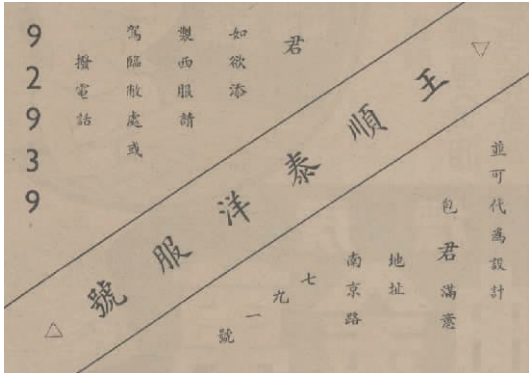


图 1 王顺泰定制西服店海报

Fig. 1 WANG Shuntai custom-made suit shop

需要说明的是,定制西服业虽然以红帮裁缝店为主,但从近代报刊广告和档案史料中可以看出,也有一些不属于这个群体的定制西服店。当时一些百货公司也会相应地开拓西服定制业务。图 2

为惠罗公司“高尚夏季西装”的广告,上面写到:“惠罗西装部特聘富有经验之欧西技师专制各式西装,式样上等,缝工精究,早蒙各界所赞许。”^[7]



图 2 惠罗公司西装定制业务广告

Fig. 2 Huiluo's advertisement for undertaking suit customization

1.2 现成西服业

与定制西服业相对的是现成西服业,该行业销售现成西服,即近代出现的按标准号型成批量生产的西服成衣,由消费者自行选购和搭配,价位可适应不同的消费群体^[8]。

西服的出现推动了男装的现代化变革,现成西服的产生则是西服界的革新。近代报刊文献中记载:“从前考究穿着的人士,必须定制。定制的麻烦,无论在时间经济方面,多受损失,而且和现在的现成西装一比,未必有什么分别。现今世界各国对于现成西装(ready-made suit)非常重视,因为利用科学的方法,大量生产,成本减低,于是购者得着实惠。潮流所趋,我国自不能例外。”^[9]于是,近代上海也出现了许多综合性的服装店铺、百货公司及服装加工厂生产或销售现成西服。现成西服的来源及销售渠道具体见表 1。部分现成西装由国外直接进口,如图 3 所示^[10]。图 3 中西比利亚皮货商店发布广告宣传“最新运到美国第五街荣誉出品全新现成男士春季大衣、西装”。此外,国内较著名的现成西服品牌有 BMK 现成西装和 ADK 标准现成西装等,如图 4 所示^[11]。

表 1 现成西服的来源及销售渠道

Tab. 1 Source and sale channels of ready-made suits

分 类	业 务	代表店铺或厂家
百货公司及洋行	销售欧美进口西服	惠罗公司、杜美洋行
纺织服装加工厂	批量生产现成西服	中国内衣公司、永新汉记雨衣制造厂
综合性服装店铺	销售现成西服	西比利亚皮货商店

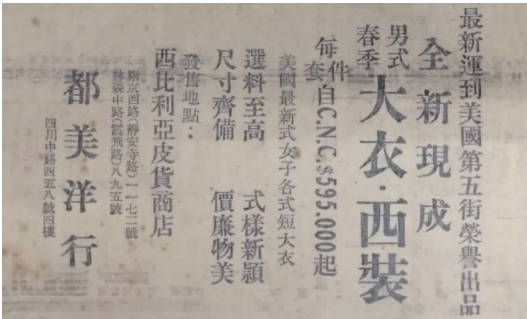


图 3 西比亚皮货商店现成西装广告

Fig. 3 Sibilia leather goods store's advertisement for ready-made suit

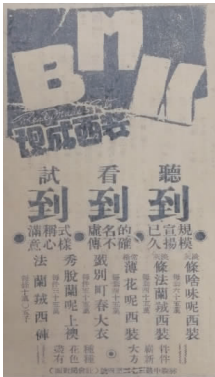


图 4 BMK 现成西装品牌广告

Fig. 4 BMK ready-made suit advertisement

2 近代上海西服业各阶段的规模

2.1 发端期(19 世纪末—20 世纪初)

上海西服业发端于 19 世纪末 20 世纪初,此阶段行业规模较小,生产以仿制为主,从业者或由拎包裁缝起步或出国学习西服制作工艺归来,外商与华商兼有。为了满足日益增长的市场需求,1843 年外商爱德华·霍尔(福利公司前身)开始销售西服、马夹、长裤及零剪法兰绒等纺织品。1844 年隆泰洋行也经营西服、童装以及各种纺织品。1862 年外商宜丰洋行开业,专营西服成衣。于此同时,黄浦江沿岸一带有不少中式裁缝上船为洋人修补洋服,并在拆洗和修补过程中逐渐学会了洋服缝制技术。之后他们又借鉴国外流入的服装式样样本,拎着包裹到外轮上承接洋服加工生意。这些人被称为“拎包裁缝”或“红帮裁缝”,当他们积累了一定资本之后,便在黄浦区、四川北路和虹镇老街一带(靠近港口码头)开设洋服店,主要承接来料加工业务^[12]。由此本土的西服店陆续开业,上海市的西服业渐呈规模。

1896 年上海出现了首家西服专营店——和昌

西服店,20 世纪初荣昌祥呢绒洋服店在南京路西藏路转角处开设。这些早期的红帮西服店发展轨迹相似,他们或出国学艺归来,或跟随已经掌握技术的老乡学习西服制作工艺,集资开店后又注重培养学徒,之后很多的红帮西服店都是由最初的这几家店派生而来。

综上,上海西服业起源于 19 世纪末期,最初只有零星的几家。外商的洋行店铺主要销售现成西服,属于现成西服业;而本土的西服业从“拎包裁缝”的修补业务起步,积累资本后便自设店铺承接西服来料加工业务,属于定制西服业。

2.2 发展期(20 世纪 10—20 年代)

20 世纪 10—20 年代是上海西服业的发展期,此阶段行业规模逐步扩大,开始出现驰名本外埠的西服品牌与店铺。民国初,亨利西服店设立,随后南京路和静安寺路(今南京西路)一带又陆续成立了王兴昌、裕昌祥、王荣康、王顺泰、汇利和培罗蒙西服店^[12]。20 世纪 10 年代开始西服店越来越多,根据上海档案馆藏上海历年的工商行名录文件^[13]整理统计,1918 年上海的西服店有 17 家,到 1924 年已经发展到 77 家。几年时间内西服店数量增长了 4 倍多,可见此阶段是上海西服业规模的拓展期。

同时期的报刊文献中也有大量对西服流行现象的记录,从中可见当时西服行业的发展契机。如 1928 年《上海常识》第 57 期记载:“自欧风东渐,国人之衣西装者,日益增多”“上海之西装店,遍地皆是”,同时列举了上海裁制西服知名的 8 家店,这些店大部分为男西服店,具体见表 2^[14]。说明此时上海西服业的规模不断扩大,且部分本土西服店已经具备了完整精湛的西服制作工艺,出现了不少西服名店。

表 2 近代上海知名西服店	
Tab. 2 Famous suit shops in modern Shanghai	
店 名	地 址
荣昌祥	英界南京路新世界对面
生泰	法界霞飞路恩派亚影院西首
陈友昌	英界静安寺路同孚路口
王兴昌	英界南京路巡捕捕对面
华康	英界西藏路跑马厅四马路口
唐元亨	英界北四川路仁智里
王荣康	英界南京路西藏路
鸿翔	英界静安寺路 1860 号

2.3 繁荣期(20 世纪 30—40 年代)

到 20 世纪 30—40 年代,上海西服业已经达到繁荣期,此时的特征有:①规模庞大。民国末期上

海西服店的数量达到 500 多家。②技术成熟。如被誉为“西服王子”的培罗蒙西服公司因西服制作工艺精良而闻名海内外,其店高薪聘请工艺名师,并配备得力助手,能缝制各种流派的男西服,技艺特点是做工考究,量体裁衣,经两次试样,缝制一件西服上装需 60 h;精心熨烫,使内衬定型不走样;辅料经过热缩、水缩两次,确保贴合且不开裂,使西服久穿不走样^[15]。③行业自律。成立了西服业同业公会,管理与协调整个行业的发展。④现成西服业占有一定比重。此阶段上海的现成西服业达到了上百家的规模,民众对于西服的选择更加多样化。⑤竞争型行业。近代上海西服业的资金规模以小规模、独资为主,西服市场集中度低,西服店铺众多且竞争较为激烈。

2.3.1 数量规模 20 世纪 30 年代初,上海西服店“大大小小的共有数百家,职工约有万人之数,集中的地段,可分为上中下 3 等,上等的大都集中在静安寺路、南京路及四川路;中等的集中在北四川路及霞飞路;下等的则集中大新街,以及小西门。”^[16]由此可见,当时上海西服业已出现高度繁荣景象。

另据《上海通志》记载,1930 年全市已有西服店 420 家,大部分附设工场^[5]。1937 年西服业同业公会成立,此时已经形成了一个西服独立自然行业^[12]。1948 年 3 月重编的《上海西服商业同业公会会员名册》^[17]显示,此时加入上海西服业同业公会的西服店铺总计有 436 家,再次证明了民国末年上海西服业已达到了空前繁荣的阶段。

同时整理《上海西服商业同业公会会员登记表》^[18]得出,截止 1949 年 9 月底,加入同业公会的西服店共有 501 家,说明近代上海西服业在繁荣阶段有 500 多家店铺从事西服相关业务。从会员登记表的具体信息看,有的专做定制西服,有的销售现成西服,还有的既销售现成西服又承接定制西服业务。近代上海西服业分类规模如图 5 所示。

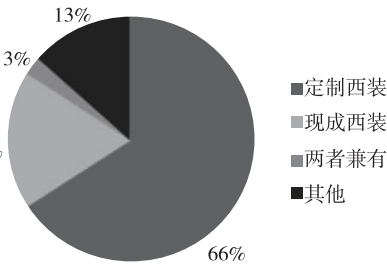


图 5 近代上海西服业分类规模

Fig. 5 Classification scale of suit industry in modern Shanghai

由图 5 可知,定制西服店所占的比例最大,有 330 家,占比 66%,这和西服的制作工艺要求以及当时西服店铺大多会自设作坊的实际情况相符合;其次是现成西服店有 92 家,占比 18%;剩下的为两者兼做以及因登记信息不全而无法判断类别的西服店,占比 16%。

2.3.2 资金规模 由《上海特别市经济警察第一大队关于各西服时装业商店调查表》^[19]整理得出,1944 年上海新成分局、老闸分局和黄浦分局辖区内被调查的西服商店总计 144 家,其资本组织方式见表 3。由表 3 可知,上海西服店以独资为主,占比 60.14%,其次是合资,占比 38.41%,只有两家为公司制(注:有 6 家店铺未记录组织方式)。1944 年上海西服商店的公称资本(即资本额)规模见表 4。由表 4 可知,公称资本不超过 10 万元的店铺,占到总数的 61.15%(注:有 5 家店铺未记录公称资本),说明近代上海西服业的资金规模以小额投资为主,同时从资本合计看,中等规模的商店市场资本占有率最高,达到一半以上。

表 3 1944 年上海西服商店的资本组织方式

Tab. 3 Capital organization of Shanghai suit shops in 1944

组织方式	数量	占比/%
独资	83	60.14
合资	53	38.41
公司	2	1.45
总计	138	100.00

表 4 1944 年上海西服商店的公称资本规模

Tab. 4 Capital scale of Shanghai suit shops in 1944

公称资本 X/万元	商店数 量/家	占比/ %	资本合 计/万元	占比/ %
0 < X ≤ 10	85	61.15	412.36	18.33
10 < X ≤ 50	46	33.09	1 216.70	54.10
50 < X ≤ 100	8	5.76	620.00	27.57
总计	139	100.00	2 249.06	100.00

美国经济学家贝恩根据产业内前 4 位和前 8 位的行业集中度指标对市场结构^[20]做了划分,具体见表 5,市场集中度越高,说明垄断程度越高,反之垄断程度越低。市场集中度可以用集中度系数(CR_n)来衡量,其计算公式为:

$$CR_n = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{\sum_{i=1}^N X_i}$$

式中:CR_n 为行业内规模最大的前 n 家企业的集中度;X_i 为行业内第 i 家企业的资产额;N 为行业内企

业总数; n 为行业内规模最大的前 n 家企业数。

表 5 贝恩的市场结构分类

Tab. 5 Bain's market structure classification		
市场结构	CR ₄ /%	CR ₈ /%
寡占Ⅰ型	CR ₄ ≥75	
寡占Ⅱ型	75 < CR ₄ ≤85	CR ₈ ≥85
寡占Ⅲ型	50 ≤ CR ₄ < 85	75 ≤ CR ₈ < 85
寡占Ⅳ型	35 ≤ CR ₄ < 50	45 ≤ CR ₈ < 75
寡占Ⅴ型	30 ≤ CR ₄ < 35	40 ≤ CR ₈ < 45
竞争型	CR ₄ < 30	CR ₈ < 40

1944 年上海 139 家西服店的资产总额为 2 249.06 万元,其中公称资本额最大的 8 家店见表 6,前 4 家的资本总额为 360 万元,前 8 家的资本总额为 620 万元。代入集中度系数的计算公式,其中 $N=139$; $n=4,8$, 得出 $CR_4=16.01\%$ ($<30\%$), $CR_8=27.57\%$ ($<40\%$)。对照表 5 可知,1944 年上海西服业的市场集中度低,垄断程度低,属于竞争型行业。由此可知,20 世纪 40 年代上海西服店铺众多且竞争较为激烈。

表 6 资本规模最大的 8 家西服店

Tab. 6 8 suit shops with the largest capital		
店名	资本额/万元	组织方式
新丰呢绒西服号	100	独资
咸昌呢绒号	100	合资
裕昌祥呢绒西服号	80	合伙
中一服装公司	80	合伙
泰兴西服号	70	独资
大同西服号	70	独资
永新汉记呢绒西装发行所	60	独资
天昌祥号	60	独资

3 近代上海西服业规模总趋势

近代上海西服业的规模随时间的变化呈现出两种趋势:从无到有和从少到多。参考上文提到的《上海西服商业同业公会会员登记表》^[18]的原始档案,根据每家西服店的开设时间分析近代上海西服业的规模发展趋势。

3.1 从无到有

会员登记表中的首家西服店为 1896 年开设于南京西路 4078 号的“和昌号”,这与上海通志中的记载一致,标志着上海西服业的发端。上海西服业在 19 世纪末期起步后,形成了产品完全不同于中式服装、店铺也不同于苏广成衣铺的西服行业。这些店铺经营方式灵活,采用现代广告、促销等营销手段;在技术和管理等方面也更加现代化,引进国外的缝纫和熨烫设备,又形成了科学规范的行业管

理组织。

3.2 从少到多

经过发端期与发展期,上海西服业的第 1 次繁荣期出现于 20 世纪 30 年代初,此时西服店已达到三四百家的数量规模;之后由于受到战事影响,西服业一度停业,后又经历复业,到 40 年代出现了第 2 个繁荣期,民国末年上海西服店的数量超过 500 家。

由会员登记表整理得出,开设于 20 世纪 10 年代的西服店有 7 家,20 年代有 44 家,可见 20 年代新开的店铺为 10 年代的 6 倍多,呈现出明显的拓展趋势;30 年代新开的西服店有 123 家,40 年代又新开了 326 家,增长率达到 165%,该行业进入高度繁荣的阶段。根据 1919 年、1929 年、1939 年以及 1949 年上海西服业的规模数据,在 Matlab 软件中采用最小二乘法拟合上海西服店数量随年份的增长关系,可以得到二者服从指数函数:

$$y = 1.088\ 5 \times 10^{-81} \times e^{0.098\ 9x} - 19.189\ 9$$

式中: x 为年份; y 为西服店数量; $1.088\ 5 \times 10^{-81}$, $0.098\ 9$ 和 $-19.189\ 9$ 均为拟合参数。

20 世纪 10—40 年代上海西服店的数量变化如图 6 所示。图 6 表明近代上海西服商店的数量增长趋势呈指数增长,特别是从 20 世纪 30 年代末开始猛增,说明在这一阶段上海西服业迅速扩张,在 1949 年达到最高值 501 家。

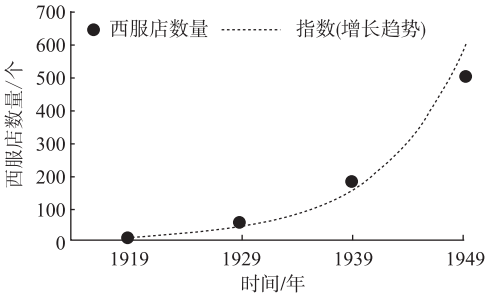


图 6 1919—1949 上海西服店数量变化
Fig. 6 Number changes of suit shops in Shanghai from 1919 to 1949

综上,从分类上看,近代上海西服业以定制西服店为主,同时也有现成西服店以及既能定制西服又销售现成西服的店铺;从数量上看,近代上海西服店开设数量增长迅猛,到后期行业的规模庞大;从资本上看,近代上海西服店基本为独资或合伙制,公司制极少,资金规模以小额为主,中等资本规模的西服店占有的市场总资本率最高;从市场结构上看,近代上海西服业属于竞争型市场,西服店之间竞争激烈促使他们积极打造自身的竞争优势,因而很多店铺营业种类丰富,经营方式灵活,产品有

各种不同的档次可供目标顾客选择。总体而言,除了战争和不确定因素干扰之外,近代上海西服行业一直保持稳定发展。

4 近代上海西服业发展原因分析

4.1 外部环境——需求市场

4.1.1 开埠带来的发展契机 近代上海开埠后,缝纫机、呢绒和现成西服的涌入为西服行业的发端提供了物质基础,而此时来到上海的外国侨民成为最初西服消费群体。据统计,1880 年在沪的外国人有 3 504 人,到 1900 年有 7 396 人,人数翻了一倍多^[1],此阶段正是上海西服业的发端期;至 1946 年,在沪的外国人已有 6.54 万人^[21],较之 1880 年增加了十几倍,说明 20 世纪以来在沪的欧美侨民人数猛增,由此带来巨大的西服需求量,为上海西服业的繁荣发展提供契机。

4.1.2 租界带来的发展契机 近代上海西服业集中的路段都曾为外国租界区域,这和西服是从国外传入的服装品种及当时的社会背景相吻合。租界也为近代上海西服业的发展带来两次契机。

租界为上海西服业发展带来的第 1 次契机是在西服业的发端期。早期的“拎包裁缝”正是在为这些洋人服务的过程中学会西服制作技艺并积累了开设店铺的原始资本。第 2 次契机是在西服业的繁荣期。在战争阶段,租界作为一个相对安全的区域吸引了很多上海及外地的富商名流前来避难,租界由华洋分居变成华洋共居,西服消费者的增多刺激了上海西服业的“畸形”繁荣。西服店分布最多的淮海中路曾是法租界,主要经营中低档西服;其次是南京路和四川中路,都曾是英美等国的公共租界。南京路上主要是高档西服店,消费对象大部分是官僚买办阶级和富商子弟;四川中路上的西服店,消费对象大部分是银行和洋行的高级职员。

4.1.3 外来文化的影响 上海开埠后列强在上海建立租界的同时也将西方文化输入上海,其中包括现代化的生活习惯。随着上海城市的发展,大量中外移民涌入,上海成为五方杂处、移民众多的都市。中国传统文化与西方文化、外地文化与本地文化在上海交汇,逐渐形成与中国传统城镇市民生活不同的却与都市经济文化特点相适应的“海派”特色的社会生活。特别是黄浦、徐汇、静安及卢湾等中心区原为法租界和公共租界,区内集中大型商厦和商业街,且洋派特色浓厚,西方文化最早从这里传入并不断渗透。

随着近代上海城市的发展,生产方式从传统男

耕女织转变为机器时代的工业生产,西服成为更适应上海人工作与生活的选择。许多工作需要穿着与世界接轨的西服,如从事文教与工商业的职员等,同时人们的生活方式和社交方式也开始西化。城市中充斥着交际舞厅、咖啡茶座及电影院等娱乐场所,穿着西服更能符合西方文明礼仪的需要,亦代表着现代与摩登。

总之,在外来文化的影响下,人们的职业和生活方式都发生了巨大变化,除了最初穿西服的洋人和买办外,越来越多的学生、职员等普通市民们也纷纷穿起西服,由此形成了巨大的西服市场需求,从而刺激了西服生产行业的发展。

4.2 内部原因——行业自身

4.2.1 技术培养

1) 注重培训。近代上海西服店重视员工业务素质培养,培训方式主要有以下几种:①师傅带徒弟。新进学徒时,企业主确定 1 人为其先生,学徒在学艺期间向指定的先生学习商品知识、柜台接待、计算技术及有关业务经营和企业管理知识等,边做边学,直至学艺期满。②组织集体学习。规模较大的店铺会聘请专业行家向员工讲课,传授业务知识,如荣昌祥洋服商店创始人王才运对学徒管教严格,除亲自传授西服技艺外,还在业余时间请教师教授国语、外语和会计知识,学徒进店后须先到服装工场学习技艺;又如隆茂西服店请外语教师为店员上课,以便他们日后能接待外国顾客。③送店员上业余学校学习。学杂费用由商店支付,如王才运的继承人王宏卿,在 1930 年前后派技师蒋月卿去日本学习西服技艺^[5]。

2) 工艺传承。西服对于制作工艺的要求很高,近代上海知名西服店往往以制作精良著称。如“西服王子”培罗蒙经过几代技师的努力,形成了一套特色的工艺流程,在操作上能做到“4 个功,9 个势,达到 16 字标准”^[12]。同时不少店铺还高薪聘请从哈尔滨等地及朝鲜、日本等国家学艺回来的高级名技师来提高本店的制作水平。按照西服制作工艺特点,可分为罗宋派、英美派、日本派、犹太派及中国派(即海派)等。

4.2.2 经营管理 就经营方式而言,近代上海西服业以备料定制和承接来料加工为主,少量备有现货供应。在南京路一带西服“南六户”等大户,其资金雄厚,备料充足,选料高档,做工精细,工价较高,主营备料定制。其进货渠道一般是自行采购,直接向“洋行”大厂定货,或者向批发商订购成套不同颜色的高档面料,以丰富门市面料定货选择。四川中

路西服店较为集中,但规模较小,以备料定制和来料加工为主。进货渠道是向呢绒批发商购买成套高中档呢绒面料,进货数量少,品种多,有高档精纺呢绒,也有低档粗纺呢绒,还可以打期票,因此经营比较灵活,资金调头较快。福州路湖北路一带服装商店比较集中,有西服、时装、雨衣等服装店,备料一般都是中、低档,产品注重外表美观与挺括,可以讨价还价,满足不同层次消费者的需要。

就经营品种而言,最初的西服店备料定制品种比较单调,但会销售衬衫、领带、领夹等西装附属品,后来随着百货商店的出现,不少西服店从多种经营逐步转为专业性商店,西服质量相应提高,品种也随之增加。西服按不同形制可以分为双排扣、单排扣;平驳头、枪驳头;燕尾服、礼服等。

就服务水平而言,近代私营西服店都十分重视服务质量,要求每一个营业员接待好每一个顾客,做好每一笔生意。对于营业员的要求首先就是要有过硬的服务本领,要具备量、算、试、设多种技能。只有先到工场学习几年,既熟悉业务又善于接待顾客的营业员才能上柜。不少营业员都有自己的老顾客,当店铺有新面料、新款式时就主动上门服务看样定制,并到处搜集面料为顾客出样,按顾客心理要求定制称心满意的新款式服装^[12]。

5 结 语

近代上海西服业的规模总体上呈不断上升趋势。首家西服店出现于 19 世纪末,至 20 世纪 30 年代西服业规模已经达到三四百家,到 40 年代后期发展到五六百家的空前规模。就业务分类而言,定制西服店最多,其次是现成西服店,少数两者兼有;就资金规模而言,基本上都是独资或合伙型,公司制极少,以小资本投资为主;就市场结构而言,近代上海西服业属于竞争型行业,西服店数量众多,竞争激烈。开埠、租界及外来文化的影响都为近代上海西服业在不同阶段的发展带来了契机,同时行业内部也在技术和经营管理等各个方面积极完善自身,形成了行业组织来维护共同利益,这些因素共同促成近代上海西服业的繁荣发展。

参考文献:

[1] 季学源,陈万丰.红帮服装史[M].宁波:宁波出版社,2003.
[2] 陈万丰.中国红帮裁缝发展史:上海卷[M].上海:东华大学出版社,2007.

[3] 刘云华.红帮裁缝研究[M].杭州:浙江大学出版社,2010.
[4] 李当岐.西服文化[M].武汉:湖北美术出版社,2002.
[5] 上海通志编纂委员会.上海通志:第三册[M].上海:上海社会科学院出版社,2005.
[6] 佚名.定制西服广告[J].凤藻,1941(21):103.
Anon. Customized suit advertising[J]. Fengzao, 1941(21): 103. (in Chinese)
[7] 佚名.高尚夏季西装广告[J].申报月刊,1943,1(6):2.
Anon. Noble summer suit advertising[J]. Shen Bao Monthly,1943,1(6):2. (in Chinese)
[8] 张渭源,王传铭.服饰辞典[M].北京:中国纺织出版社,2011:60.
[9] 乔.现成西装[J].家庭(上海1937),1944,10(6):80.
JOE. Ready-made suit[J]. Happy Home (Shanghai 1937),1944,10(6):80. (in Chinese)
[10] 西比利亚皮货商店.全新现成男士春季大衣西装广告[N].申报,1947-04-16(3).
[11] BMK 现成西装.西装大衣广告[N].申报,1947-04-19(1).
[12] 上海市黄浦区商业志编纂委员会.上海市黄浦区商业志[M].上海:上海科学技术出版社,1995:329-344.
[13] 上海市档案馆.上海市历年工商行名录[A].档案号 Y9-1-47、Y9-1-48-69、Y9-1-51、Y9-1-53-303,1918—1942.
[14] 沈梓青.西装[J].上海常识,1928(57):26.
SHEN Ziqing. Suit[J]. Shanghai Knowledge,1928(57):26. (in Chinese)
[15] 上海日用工业品商业志编纂委员会.上海日用工业品商业志[M].上海:上海社会科学院出版社,1999.
[16] 陈新民.西服业[J].职业生活,1939,1(16):12-13.
CHEN Xinmin. Suit industry[J]. Professional Life, 1939,1(16):12-13. (in Chinese)
[17] 上海市档案馆.上海市西服商业同业公会会员名册[A].档案号 Y4-1-411,1948.
[18] 上海市档案馆.上海市西服商业同业公会会员登记表[A].档案号 S241-4-8、S241-4-9、S241-4-10、S241-4-11、S241-4-12、S241-4-13,1950.
[19] 上海市档案馆.上海特别市经济警察第一大队关于各西服时装业商店调查表[A].档案号 R27-1-101、R27-1-103、R27-1-104、R27-1-105,1944.
[20] 卢安,郝淑丽.服装产业组织学[M].北京:人民出版社,2013:81-85.
[21] 邹依仁.旧上海人口变迁的研究[M].上海:上海人民出版社,1980.

(责任编辑:张雪)