

近代阴丹布衣的“符号化”过程

凡天琴, 张竞琼*

(江南大学 设计学院, 江苏 无锡 214122)

摘要:阴丹士林布是近代一种极具代表的纺织国产面料,其工艺简单、风格独特。针对阴丹士林布对近代社会文化的指向性问题,在符号学框架下,以近代期刊、小说、海报等史料为依据,分析阴丹士林系列产品在生产、宣销、流行等阶段的表现特点,探究其由单一事物到综合符号的演变过程。经证实,阴丹布衣作为一种非语言服饰类符号,代表着近代中国“节用”观念、“素雅”形象及“平民”阶层,成为民众眼中的“国服备选”、市场眼中的“畅销商品”和政府眼中的“国货代表”。

关键词: 阴丹士林; 符号; 大众传媒; 商品; 国货

中图分类号: TS 941.12 **文献标志码:** A **文章编号:** 2096-1928(2021)04-0317-06

Process of Symbolization of "Indanthrene Cloth" in Morden Times

FAN Tianqin, ZHANG Jingqiong*

(School of Design, Jiangnan University, Wuxi 214122, China)

Abstract: The "Indanthrene cloth" is a representative textile fabric made in morden China, with simple technology and unique style. In view of its directivity to modern social culture, under the framework of semiotics and based on modern periodicals, novels, posters and other historical materials, this paper analyzes the performance characteristics of Indanthrene series products in the stages of production, marketing and popularity, and explores the evolution process from single thing to comprehensive symbol. It has been proved that "Indanthrene clothes", as a kind of non-verbal dress symbol, represents the concept of "thrift", "simple but elegant" image and "civilian" class in modern China. It has become the "national clothing alternative" in the eyes of the public, the "best-selling goods" in the eyes of the market and the "domestic products representative" in the eyes of the government.

Key words: Indanthrene, symbol, mass media, commodity, China-made good

阴丹士林是一种人工化学合成的棉布染料,20世纪初期由欧洲传入中国。由阴丹士林染出的阴丹士林布原本是极为西式的服装面料,色彩多样且花式简单,多见素色无花布。其经典色 190 号蓝,色泽深蓝而呈现暗紫,是近代中国极具代表性的时尚服色。阴丹士林系列产品风格简练,价格平实,常被裁剪作新式改良旗袍与短袄、短褂等,不限性别与年龄,应用率极高,民国时期大为流行。近年来,学术界对阴丹士林布的研究和探索主要集中于广告宣传等营销方向,着重表现新式传媒对服饰形象形成、服装流行发展的推动作用。除此之外,阴

丹布衣这类服饰从生产、销售到发散、风行,最终转化为多种“近代符号”的过程,极具时代意义和研究价值。

1 符号认知

近代中国自给自足式的小农经济受到冲击后,新式的商品化经济结构得以初步建立,生产速度百倍于手工制作的新型纺织工业,成为服装产品商品化的基础。正赶上近代中国服装工业化批量生产的首发列车,阴丹布衣的商品化成为其符号化过程

收稿日期:2021-03-15; 修订日期:2021-05-25。

基金项目:江苏省社会科学基金后期资助项目(18HQ045)。

作者简介:凡天琴(1998—),女,硕士研究生。

* 通信作者:张竞琼(1965—),男,教授,硕士生导师。主要研究方向为中国近代服饰史与民间史。Email:j. q. chang@126. com

的开端。

1.1 生产工艺

阴丹士林英文“Indanthrene”，以“1”字命名显其坚牢,这种“活性染料”染色牢度高,显色能力好,所染布帛色泽光亮且不易褪色,耐洗、耐晒。

20 世纪 20 年代初期,德国人德恩在上海创办德孚洋行,率先生产并发行了由阴丹士林染成的棉布,成功将其引入中国市场。此后,“西人法郎司先生,诚意地到各厂去任顾问指导之职”,将这种原“极受秘密”的染色技法传播开来,“故其事业能发展至每一个都市,每一个村落。染料及布匹之足迹,也随之而普遍到全国”^[1]。20 世纪 30 年代初,任丰染织厂以丝光白布取代棉布,试染出色泽更为艳丽的样品,后交由光华机器染织厂生产,注册“龙船号”商标,占据阴丹布生产的主导地位。

阴丹布生产工艺并不复杂,精细棉布经过验布、缝头、烧毛等预处理工序后,进入多遍漂染,整理后拉幅上浆,最后转至码布机,开布、三摺后,便可钉线、贴商标、包装好入库,由德孚洋行统一质检后上市。除却最为经典的 190 号蓝靛色外,经改变染料比例,阴丹布还可染成浅、中、深等不同蓝色,以及黑、红、棕、绿等各类色彩,按发售顺序标识色号,供顾客选择。

恰逢“西风东渐”时期,故阴丹布衣的主要形制中西兼备,既有衬衫、工装、改良旗袍、短裙、洋裙、校服等新式服装,也有长袍、短褂等传统服装,类型十分广泛。

1.2 宣销方式

近代大众媒体的兴起无疑是推动“阴丹布”符号化的一股东风。近代媒体进行推介的主要方式有两种,具体如下。

1)邀请品牌代言人宣传阴丹士林系列产品。多份阴丹士林海报集合如图 1 所示^[2-5]。其中有娱乐明星“梁家四姐妹”中梁赛珠女士的推荐语,还有“厂商以阴丹士林布三百匹换陈云裳(电影明星)一张照片”的轶事^[6],称作“云想衣裳花想容”。

2)制作广告宣传阴丹士林系列产品。当时阴丹布广告遍布大街小巷以及各大报刊,就连小学生的书皮纸、功课表、文具等也都印有宣传画面,借赠送之由,分发到各个学校。同时,阴丹士林布由厂商批量生产,各大商场统一发售。按德孚洋行的规定,每一匹布均带有“晴雨”标贴,既可以分辨真伪,又更加醒目显眼。在如此密集的广告轰炸下,激发了潜在顾客的消费动机,加之其较为合理的定价,从而引发其消费行为。



图 1 阴丹士林海报集

Fig.1 A collection of poster of Indanthrene

1.3 服装流行

阴丹士林布的流行开始于 20 世纪 20 年代,在 20 世纪 30 年代至 40 年代间迅速传播并达到全盛。作为新式服装面料,阴丹布的流行周期较为短暂,且至今尚未呈现反复性。

阴丹布虽然延续了传统布料的外观特征,但生产效率及质量大幅度提升,颜色更加鲜艳,价格开创新低,自然大受欢迎。与宣传重点相呼应,阴丹布的特质也为它的流行增添了必然性,在其销售过程中,有两大方面消费群体成为主力军。

1)受到家族主妇的青睐。这种美观大方的平价布料结实且耐用,色彩也极为丰富,正如广告所言“可为令郎令媛制衣”。家中手艺精巧的太太购买回来,一家男女老少都能得一套新衣。长者穿着落落大方,孩童穿着也不怕受污渍,经济适用。

2)受到学校师生的追捧。民国中后期,阴丹布衣走入各大校园,凭借文雅持重的服色而广受欢迎。在阴丹士林的广告中,常常可见“下列各色最为合宜文雅而节俭的女学生”“阴丹士林军衣黄色布是最适宜的学校制服材料”等广告语,就是针对这种特定消费者的营销。

2 符号确立

阴丹布衣是一种服饰类非语言符号,以服饰自身属性为基础,传播某一“社会意义”^[7],并在新媒体力量下不断强化这种“标识”或“指代”性功能,促成其由单一事物到标引符号,甚至象征符号的变化。

2.1 符号类型分解

服饰是附属人体的身势语言,具有有机而完整的符号系统,其多项表征的复杂性需要从不同的侧面加以分析。

2.1.1 节用观念 阴丹士林布的流行在 20 世纪 30 年代至 40 年代间达到顶峰,恰属国内外局势浩荡之时。1923 年,国民政府时期青年会第一次节俭大会召开,此后,全国各地兴起不同规模的节俭大运动。到 1936 年,这种自发式的节俭运动上升为国家意志。数年间,民国政府不断推出各项“节约运动实施大纲”项目,将全民节俭落实到方方面面。如针对国民着装,提倡“以整齐、清洁、经济为主,应充分利用旧衣,少制新衣”“革制品及皮毛应力求节用”“应极力避用外国材料,以采用国货为主,国货之可外销者,亦应减少使用”^[8]。

此时的阴丹士林布由国人注资经营,国有工厂生产,以本土棉花为主要原料,仅少量进口部分染料,按 1928 年工商部所发布的国货标准^[9],属二等国货。民国 21 年,经国货审查委员会核实,获实业部国货证明^[10]。此外,阴丹士林布工艺简单,经济实用,有“永不褪色”的耐用性能,恰好迎合国民与政府对“节用观”的要求,成为“节用类服饰”的代名词。1928 年工商部所发布的国货标准节选见表 1。

表 1 1928 年工商部所发布的国货标准节选
Tab.1 Excerpt of national product standard issued by the ministry of industry and commerce in 1928

级 别	资本来源	经营者	原料来源	工作者
一等国货	国人	国人	完全本国	国人工作
	国人	国人	大部分 本国	国人工作
二等国货	国人	国人	大部分 本国	外国技师

2.1.2 素雅形象 摒弃了以往清式服装的“十八镶”“十八滚”,阴丹士林类的服装不加纹样,鲜作添饰,以简单沉静的单一色彩俘获人心。庄重艳丽的蓝、高贵雅洁的紫、清新浅淡的藕粉或草绿,随意择一组色彩裁布,便可制成经典大方的服装样式。

王安忆在《长恨歌》中写道“王琦瑶总是闭花羞月的,着阴丹士林蓝的旗袍,身影袅袅,漆黑的额发掩一双会说话的眼睛”^[11]。将阴丹布衣所造就的这种温婉迷人的小家碧玉形象描绘得十分细致。

民国元年,教育部制定学校服制规程中,规定“女学生即以常服为制服,寒季用黑色或蓝色,暑期用白色或蓝色”,且强调“制服材料以本国制造品之坚固朴素者为主”^[12]。

北伐革命后,民国政府再一次对校服实施统一管束,规定上衣浅淡,下裙深暗,表现出知识女性严肃静穆、高雅文明的风度。与此同时,身着阴丹士林旗袍的女学生形象不断在广告中亮相,向一般消

费者传递女学生的素雅形象。

2.1.3 民众阶层 阴丹士林布以丝光白布或棉布为主要用料,原料成本低,生产过程中一般不采用复杂工艺。发展到 20 世纪 30 年代,国内各大纺织厂都可染织,产量较大,属市场常见的平价布料。与本土棉布相比,阴丹士林布衣颜色鲜艳,款式别致,更加时尚大方,是专属于大都市的风情,但同丝绸、绫罗、皮毛等各类高档面料相比,阴丹士林布的定价却又朴实得多。由此可见,阴丹士林布的消费者多为大都市中的工薪阶级,扮演民国社会中的平民角色。重庆阴丹士林布与大绸趸售价比较如图 2 所示^[13]。

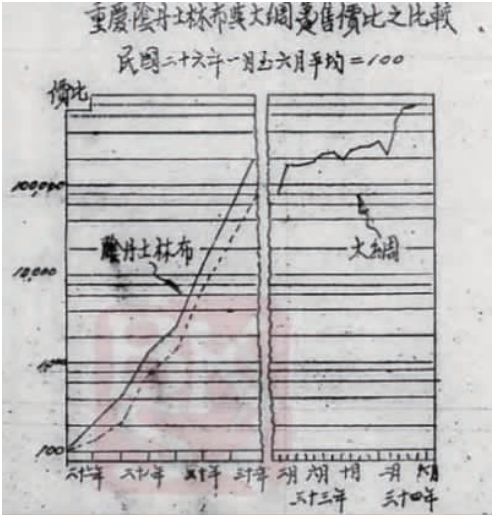


图 2 重庆阴丹士林布与大绸趸售价比较
Fig.2 Comparison of single price ratio of Indanthrene textile and big silk in Chongqing

值此时期,服装原有的封建等级属性已不复存在,故而此处的“阶层”更多是一种新国民身份的象征。就阴丹布而言,着这类面料所制服装的国民多属于中产阶级与城市平民,既脱离了中式的旧衣旧俗,又习得了西式的着装潮流,在城中有固定工作及收入。

2.2 符号可复现性

就符号学角度而言,阴丹士林作为单独符号的能力是有限的。受特定的社会规约及风俗习惯影响,其所带的象征意义也极易呈现出不同的解释。由此,限定单一符号在时间、空间或特征上的属性,获取该符号在不同环境中的同一性特点,能够增强其复现可能,保证符号可复现特征,提高其作为“符号”在不同情境下的普适性。

阴丹士林时尚仅短暂存活于近代民国,这种时空上的限制构成了其与民国服饰之间的共生关系。也就是说,阴丹士林类服饰是极具代表性的民国服

饰。在此基础上缩小服装范围,限定其款式,将研究对象设定为最常见的“阴丹士林旗袍”,符号与所指对象的关系便清晰起来,成为“民国时期女性知识分子”的代表。如汪曾祺所著《金岳霖先生》一文中证实“那时联大的女生在蓝阴丹士林旗袍外面套一件红毛衣成了一种风气”^[14]。诸多民国小说、影视中也表明“阴丹士林旗袍是民国女知识分子的首选,体现出阴丹士林布所包含的文静气质与内涵”。

限定其颜色,将研究对象设定为最经典的 190 号阴丹士林蓝,既是阴丹士林布的代名词,也是民国服色的代名词。林斤澜在矮凳桥系列《丫头她妈》中,形容“她是阴丹士林蓝,从来不是新鲜,也经得起日晒雨淋,不显褪色”^[15]。表明了阴丹士林布在包含有文静内涵的同时,也包含有坚毅的品性。

3 符号意义

符号的意义和内涵就是符号的所指问题,作为非语言符号的阴丹布衣,以着装者为载体,凭借服饰上别致的造型、色彩、工艺、装饰等表现出来,多角度树立形象,实现审美与表意的交融共生。

3.1 民众角度

人体是服装符号的载体,服装借人体表象价值,人体亦借服装表象自我。穿绫罗可见其富贵,着粗麻可知其贫寒。个人对他人服装的解读,实质上就是一种“以貌取人”了解他人的过程,而其解读的依据也正是依靠着这种服装符号的象征性。

《舆服志》以“衣”治“礼”,管束对象多为权贵,对君臣着装之记载极尽详述,平民衣裳之记载却寥寥几笔,且多为禁制。近代中国国民的主体由君、臣、庶民变成了一律平等的“人民”^[16],过去以服装来标识等级的做法已失去意义。

民国要革新,从思想到仪容都树立起一番崭新风貌,并试图推出近代中国的国服。事实上政府力推的男子中山装就具有国服的地位,而女子国服则建立在改良旗袍上,尤其是用阴丹士林布改良的旗袍。因为阴丹士林布朴素的品种、适中的价格等元素确实匹配这个条件。从民众角度看,用阴丹士林布制作的服装适用范围较广,符合大众的消费水平,再加上时尚多元的设计,紧跟潮流又独具一格,让人爱不忍释。

3.2 市场角度

博德里亚符号学理论中,将商品看作被资方、生产方所支配的可控“客体”,通过不间断的设计与改良,最大限度满足目标消费者要求^[17]。依照该理论,阴丹士林布在投入消费市场前先成为符号,并在之后的广告制作中被设定为有“等级差异”,强调产品独一性。这种对“符号”的市场“预设”主要通过 3 个阶段来实现。

1) 在产品开发阶段,敏锐探取市场需求,精准定位目标消费者。阴丹士林布具有广泛的适用性:适用款式广,有旗袍、短衣等多种样式;适用人群广,男女老少均可穿着;适用场合广,既可日常穿着,又可作正装。综上,阴丹布与近代城市中兢兢业业且体面讲究的中产阶级人群具有极高的匹配度,即中产阶级、平民阶层是这类布料的目标消费者。

2) 在产品阶段,保证面料的高级质感,通过多遍漂染及固色,提高面料防晒、耐洗、永不褪色等性能,力求成品鲜艳美丽,穿着体面。除此之外,对每一匹面料检验贴标,在确保产品产量的同时,打击其他仿制品,商标设计将晴雨作为关键要素,进一步突出产品优势,强调商品属性,指明阴丹布与不褪色之间的符号对应关系^[18]。晴雨商标设计如图 3 所示^[18]。

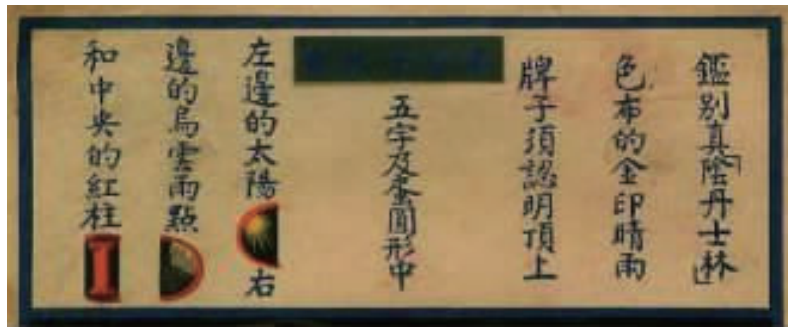


图 3 晴雨商标设计详解

Fig. 3 Detailed explanation of the trademark design of Qingyu

3) 在产品宣传阶段,强调差异性。阴丹士林系列产品着力于营造一种得体大方、素雅美观的着装形象。代言人均光鲜亮丽,颇有身份,女子是有才

有貌的知识女性,男子是带有文人氣息的儒雅先生。阴丹士林布与其他布料广告对比如图 4 所示^[19]。在阴丹布的广告中,常采用与一般布料相对

比的方式来抬高自己,如图 4 中“劣等颜料所染之布,经洗晒立即褪色,故其金钱等于掷诸水中”,而“阴丹士林布永不褪色,经久耐穿故得节省金钱”,便是以“虚废金钱先生”的不幸,衬托“阴丹士林先生”的快乐与智慧^[18]。



图 4 阴丹士林布与其他布料广告对比

Fig.4 An advertisement for the comparison of Indanthrene with other fabrics

3.3 政府角度

为宣传贯彻民国政府注重“平等”、注重“民生”等治国理念,民国政府先后于 1912 年、1929 年、1939 年 3 次颁布《服制》或《修正服制》,强调人人平等,否定封建服制,大大削弱了服装符号中的阶级属性。

作为一种新兴的服装面料,阴丹士林布既不是正统的封建服色,也没有陈旧的纹样装饰,是新时代背景下新颖的服饰原料,它的出现向民众展现出新政府所设想的新国民面貌,成为新政府政治意愿可视化的表达方式,即“新民主”“平等观”“节俭观”等意识的综合体现。

与此同时,为战胜强敌、以塞漏卮,民国政府主张“爱国先爱国货”“衣食住行一切所需,都用国货”^[20],然而在民族工业起步之初,其商品质量并不十分理想。面对“货爱美价爱廉,此人情之长”的实际情况,政府提出“提倡国货,不如改良国货”^[21],主张提升国货的质量,避免一味依靠国人爱国之心来推动国货发展。作为广受群众喜爱的日用品,阴丹布论出身为国货,论质量是良品,正所谓物美价廉又合乎国情,是最适合被推崇的面料品种。

同时在《资源委员会公报》《财政部财政公报》等各大经济报刊中,详细记录各省每月阴丹士林布的价格涨落情况,销售数据可观。同时,准财政部

代电中,又责令“以现在战争胜利,物价多已回跌,布价亦趋下落,川陕两省阴丹士林及安安两种蓝布,无再予管制必要……”^[22],以点解面,亦可见政府通过管控来保证阴丹士林适当的性价比。

3.4 发展角度

时尚产业制度运作的核心必然是对其所处时空资源的高度整合和有效配置。究其根本,阴丹士林类服饰的流行主要得益于近代时期的两大飞跃,一是产业结构的进步,二是大众传媒的发展。

从前店后场式的小规模作坊,到资本管控式的工业化纱厂,阴丹士林布流行期间,近代纺织业一路高涨,成为民国时期支柱性产业。1912—1936 年,仅华商纱厂纱锭就由 50 万余锭增至 270 万余锭,盈利暴增,生产数量亦成倍上涨^[23],保证了阴丹士林系列产品在全国范围内的销售库存;与此同时,以报刊为首的大众传媒迅速发展,成为时尚发散的蒲公英种子。1927—1937 年间,近代出版业“黄金十年”开启,年均出版期刊数高达 1 483.3 种^[24]。不仅有刊登大量服装资讯的《新青年》《申报》《时报》等综合报刊,更有专职于时尚行业的《良友》《时报图画周刊》《玲珑》等服装杂志,保证了阴丹士林系列产品在各大渠道中的营销推广。

步入 21 世纪,现代服装产业再次飞跃。服装智能化生产系统日益完善,服装产品生产操作朝全机器化模式发展;崭新的电子信息化时代开启,服装商品宣销方式向全球化线上模式发展,时尚生产全球性分工重组,时尚消费者主动意识高涨。在此机遇下,强调服饰特征,标榜文化价值,构建本土品牌,发展以“符号生产”为核心的时尚产业,紧握时尚消费者的这种主动意识,成为国内时尚产业发展的必由之路。

阴丹士林类本土文化符号,是中式与西式相融合,传统与现代相连接的结果。这类符号的建立,是对传统服饰文化的发掘、近代时尚魅力的重塑。在宣传方面,这种着装形象的标签化可以增强服饰记忆点,强化品牌风格,提升品牌文化内涵和竞争力;在生产方面,这种特征产品的同质化可以提高产品相似度,降低服装纸样结构的复杂性,促成服装产品批量生产实现的可能性,迎合现代服装大批量定制、自动化生产的趋势。

4 结 语

阴丹士林布的流行绝非偶然,这种装饰朴实简单、色彩沉静温婉、性能耐洗防晒的面料,是传统土布外观上的延续、质量上提升的结果。作为近代流

行的代表性面料,阴丹布的销售足迹遍布全国,具有极大的普遍性。阴丹士林布的出现,恰赶上大众审美不断进益、现代传媒高速发展、平等意识深入人心的近代中国。自“西”而来,改“西”为“中”,变“洋布”为“国货”;一脉相承,变旧为新,从禁制到包容。在政治、经济、文化等多重因素影响下,实现自身“符号化”的过程。

作为单一符号存在的阴丹布衣,代表着民国“节俭”型社会观念、女性“素雅”式着装形象以及近代“平民”属性的社会阶层。作为综合符号存在的阴丹布衣,具有至少 3 个不同的角度:于民众,它是近代中国民众着衣思维和生活理念的产物,象征着中西一体的新式“国服”;于市场,它是近代经济市场不断调控商品并引导消费的结果,展现出新式传媒对服装流行的影响;于政府,它是近代民国政府多种政治意识的可视窗口,发展为政府、社会积极推崇的代表型“国货”。

阴丹布衣是一种大众符号,也是一种政治符号,以国民形象为载体,由市场选取、设定并推向消费者,结合旗袍等各类服装样式,显现出大方、朴素的东方式淑女形象。阴丹布衣符号化过程的研究是服饰类符号研究中极具时代魅力的典型特点。近代阴丹布衣的流行以上海国际大都市为中心,向其他商业城市发散,形成以“时尚之都”为核心标识的时尚生产格局。以古鉴今,面对当下时尚文化全球共享,时尚产业全球调控的崭新格局,建立基于自身产业基础,把握中国文化特征,发扬传统代表服饰的本土品牌成为以“符号生产”为核心的时尚产业发展关键。

参考文献:

- [1] 乃浦. 阴丹士林制作方法[J]. 机联会刊, 1948(217): 6-8.
NAI Pu. The method of making Indanthrene[J]. Machine Association Journal, 1948(217): 6-8. (in Chinese)
- [2] 黄仁达. 中国颜色[M]. 北京: 东方出版社, 2013: 114.
- [3] 孙孟英. 影记沪上: 招贴画[M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店出版社, 2017: 29-34.
- [4] 廖军, 许星. 中国设计全集: 卷 5[M]. 北京: 商务印书馆, 2012: 202-203.
- [5] 由国庆. 老广告里的岁月往事[M]. 上海: 上海远东出版社, 2010: 141-143.
- [6] 金老山. 陈云裳轶事[J]. 新上海, 1947(90): 7.
JIN Laoshan. Anecdote of CHEN Yunchang[J]. New Shanghai, 1947(90): 7. (in Chinese)
- [7] 卢德平. 论符号的分类问题——皮尔士研究札记之二[J]. 南京师范大学文学院学报, 2002(3): 153-157.
LU Deping. On the classification of signs[J]. Journal of School of Chinese Language and Culture Nanjing Normal University, 2002(3): 153-157. (in Chinese)
- [8] 佚名. 节约运动实施大纲(中)[N]. 申报(香港版), 1938: 10-12(3).
- [9] 中国第二历史档案馆. 中华民国史档案资料汇编: 第五辑第一编·财政经济(八)[M]. 南京: 江苏古籍出版社, 1994: 743-744.
- [10] 陈公博. 命令[J]. 实业公报, 1932(62-63): 19.
CHEN Gongbo. Order[J]. Industrial Bulletin, 1932(62-63): 19. (in Chinese)
- [11] 王安忆. 长恨歌[M]. 北京: 人民文学出版社, 2005: 32.
- [12] 佚名. 服制: 教育部制定学校服制规程[J]. 政府公报分类汇编, 1915(36): 169-170.
Anon. Apparel system; regulations on school apparel system formulated by the ministry of education[J]. Classified Compilation of Government Gazette, 1915(36): 169-170. (in Chinese)
- [13] 佚名. 通告: 重庆阴丹士林布与大绸趸售价比之比较[J]. 物价旬报, 1945(101): 0.
Anon. Notice: comparison of the price ratio between Indanthrene cloth and big silk in Chongqing[J]. Ten Day Price Report, 1945(101): 0. (in Chinese)
- [14] 汪曾祺. 汪曾祺代表作[M]. 北京: 华夏出版社, 2008: 195-196.
- [15] 林斤澜. 矮凳桥风情[M]. 杭州: 浙江文艺出版社, 1987: 15.
- [16] 商务印书馆. 中华民国临时约法[M]. 上海: 商务印书馆, 1916: 1.
- [17] 博德黑亚. 符号政治经济学批判[M]. 夏莹, 译. 南京: 南京大学出版社, 2009: 27-28.
- [18] 樊瑀, 苏克. 中国商业海报: 中国珍品典藏(第四集)[M]. 石家庄: 河北美术出版社, 2016: 67.
- [19] 毛溪, 孙立. 品牌百年: 沪上百年轻工老品牌[M]. 上海: 上海锦绣文章出版社, 2014: 65.
- [20] 佚名. 国货标语[J]. 国货运动报, 1934(增 1): 20.
Anon. National product slogan[J]. National Product Movement, 1934(Sup. 81): 20. (in Chinese)
- [21] 远. 由提倡国货谈到改良国货[J]. 铁血月刊, 1934(2-3): 16-17.
YUAN. From advocating domestic products to improving domestic products[J]. Iron Blood Monthly, 1934(2-3): 16-17. (in Chinese)
- [22] 佚名. 命令: 代电: 管一字第一五七九号[J]. 四川省政府公报, 1945(346): 32.
Anon. Order; Substitute electricity; Guan Yi Zi No. 159[J]. Official Gazette of Sichuan Provincial Government, 1945(346): 32. (in Chinese)
- [23] 许涤新, 吴承明. 中国资本主义发展史: 第 2 卷[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2007: 868-870.
- [24] 叶再生. 中国近现代出版通史[M]. 北京: 华文出版社, 2002: 7, 1032. (责任编辑: 张 雪)