

那些年

租界建筑

1843-1918
公和洋行



开在先施公司对面的永安公司,竞争意味不言而喻。



建筑顶层是巴洛克风格的“绮云阁”。

永安公司

郭乐导演的大众狂欢

当南京路还是红油马路

1918年的9月5日,气象表明这是一个晴朗的日子,上海秋天也开始悄悄地探出了它的脚步。

那日,与一年前相似,南京路上再次万人空巷,与先施公司也就咫尺之遥,一街之隔的对面,又一幢对20世纪10年代的上海来说算得上“巨厦”的建筑凌空而起,它便是至今还遐迩闻名的永安公司。

可以设想,在汹涌的人潮中,应有多少黄阿根、李彩娥们麇集于此,他们抬头仰望的片刻,情景完全类同80年后,上海市民麇集外滩隔江眺望世界第三高楼金茂大厦的盛景。

看风景永远是人类的的天性,而看西洋景更是上海人的特征。对我们来说,一个有意思的想象是那日万众攒动时,是否也有哈同在列?88岁的哈同,此时已是如日中天,早已不复1873年站在沙逊洋行门前开关大门的那个穷酸模样,作为一个商业奇才,他是整个东西方世界中最早感觉到南京路巨大潜力的人之一,倘若不说他是第一人的话。还在1914年,他便扔下60万银元,在南京路的某一段路面铺设上了印度铁轨木,这让南京路在上海数以百计的马路中独领了风骚。为此,当年儿歌如此唱道:“北京的蓬尘伦敦的雾,南京路上红油马路。”

耸立在先施“对面的永安”

站在这幢巨厦前,无论你只是一个身无分文的苦力还是一个腰缠万贯的大班,凭着审美的直觉,你都会发现马路两边巨厦的相似性。

首先都是西方人带来的建筑风格,先施的设计者为德和洋行,永安的设计者为公和洋行,这种建筑风格若宽泛地说来,便是欧陆风格,说得更细一点是折中主义风格。

如同先施一样,在永安六层的庞大立面上,你可以读到粗壮的牛腿、窗框上的雕刻山花,门洞两边的古希

腊柱子,有时是爱奥尼,有时是科林斯,以及种种繁复缤纷的线脚,最后则是表征着新时代到来的、带着铸铁栏杆的阳台,新时代气息不在阳台上,巴洛克时代也有阳台,而从铸铁的栏杆看来,钢铁与玻璃这两样材料将要逐渐地取代曾经的石头。

1917年的先施拥有五层楼面,1918年的永安则是六层楼面,所不同的是,公和洋行的设计中,将第六层楼面放上了一个贯通的长阳台,这比后来的建筑奇才拉斯洛·邬达克在诺曼底公寓中的实践,整整要早上6年。

双方的楼顶,都有一个高高耸立的塔楼,也全都是巴洛克的风格。先施叫摩星楼,永安叫绮云楼,这是一个不同,另外一个不同的是,先施塔楼由方而圆,永安塔楼则是一方到底,但全都逐层收分,在1918年的南京路这一带,成为一个标志。

两幢大楼的建筑面积也几乎相同,先施为3万平方米,永安则为3.2万平方米。



第六层楼面的长阳台是贯通的。

那永安的铺面商场,全都铺上了老上海人耳熟能详的马赛克地坪,二层以上的楼面则全都为打蜡地板,入夜之后,永安高楼上的霓虹灯特别璀璨夺目,红色英文字,绿色中文字,交相辉映,将上海这座城市装点得格外绮丽。

惊人相似的发迹之路

如同永安公司大楼在建筑学意义上与先施公司大楼有许多的相似之处,那创建永安公司的郭乐,与创建先施公司的马应彪也许多的重合。

他们两人全都来自珠江口外一处偏僻岛屿叫作香山的地方。在19世纪中后期,全都仗着一腔热血而前往域外淘金。他们到达的地方又都是澳洲。在澳洲他们做的又是同一桩生意:在果栏中买卖水果,最主要的水果是香蕉。1902年,未来中国的两个商界巨子,在悉尼合办了同一家商号:生安泰公司,年龄相差有数十岁的两人,都在生安泰公司的经营中发迹。

当马应彪于1900年在香港开设了先施百货公司,七年之后,郭乐与他的兄弟郭泉,在香港也开设了永安百货公司,开张那日,皇后大道中167号前锣鼓喧天、鞭炮齐鸣,手拿开业请柬的马应彪,从自己的先施公司一路走到永安公司,他与郭氏兄弟握手道喜的那一刹那,历史没有记载他内心的真实想法,他预感到日后两人会在上海作一番龙虎斗的大戏吗?

果然。也就八年之后,1915年的7月,上海正是七月流火季节,那马应彪的先施工地正在紧张施工,但不远之处,南京路与浙江路口,来了两个身着白马褂的年轻人,一人站路北,一人站路南,从清晨起一直站到深夜,戏院散场干净,他们对身边走过的任何一个人,都会往手提的袋子里放进一粒豆子,这豆子代表的便是每一个路人。几天下来,坐在日升茶楼内的郭氏兄弟,基本清楚了南北人流的差异,那郭氏兄弟便相互击掌,拍板决定永安大楼坐南朝北,就造在先施公司的对面!

由郭乐亲自监工的永安公司大楼的建造耗时整整3年,1918年9月5日,开业那日,上海天色晴朗,气温适中,而门前看“西洋景”的上海男女,可以形容为水泄不通。那之中,应有无数个黄阿根们,那之中,会有哈同之辈吗?那之中,肯定也有五味杂陈的马应彪,因为尽管先施开张第二年,

马应彪便拿到了相当于投资额的两倍回报,但他也听到永安来势汹汹的脚步声。

互为对手的百货大王

开张不出20天,郭乐的永安公司创造的成绩着实说炫目:从香港采购而来的一万多种货品,原先准备用于一个季度销售,却在20天中销售一空。此等盛况,别说是惠罗为首的四大洋公司,即使马应彪的先施也只能自叹不如。

先施与永安,早就埋伏着龙争虎斗的杀机。

1915年,当先施获悉永安也与哈同谈起了地块,并且有可能建造的是六层高楼,便要德和洋行将方案立马改动,由原先的5楼改为6楼,先施岂能让他人时刻俯视永安得知这一情况,立即针锋相对地立即让公和洋行将设计图在顶层加上了巴洛克风格的“绮云阁”。那先施,不依不饶,亦在顶层加上了“摩星楼”。

在对付惠罗时,先施与永安应是同仇敌忾,但相互比拼当儿,却是谁也不可能让着谁的,这是人性使然,它们要抢的是上海滩百货老大这个角色。

一年之后,那是1919年的秋季,两家终于白刃相见。

事情起源于商场秋季大减价,先施为与永安搏杀,将规矩打破,通过赠送礼品拉拢上海市民,“价格同盟”弃之不顾。这让永安方面意识到这么一点,与先施立约,多是阳奉阴违”。第二年,再次秋季,再次大减价促销,先施方面故伎重演,将公司礼券按九五折出售。却不料,那郭氏兄弟更是人精中的人精,派出人员,不作声响地用现款将先施礼券悉数吃进,复又用礼物大量收购先施公司热销的等物品,再在永安原价销售,这一来一往,先施便吃了老大的一个亏,还只能打碎牙齿往肚里吞。

当然永安也不可能处处占得先机,在兵不厌诈的搏杀中,总有失算失策的时候。只有一点是肯定的,那永安,对公司的运作是到了百密而无一疏的地步。其他不说,仅商场部门,便有四十个之多,对顾客,又有这样的铁律:顾客永远是对的,这就如同多少年后的上海百货,将顾客便是上帝”作为自己的天条。

永安的五个楼层布局,颇费一番心思的。它的底层,销售的是日常用

品;二楼,则用来出售布匹、绸缎;三楼,陈列的尽是珠宝、首饰、钟表;四楼的商品,更是专为上海中产阶级或真正的富人所提供。

先施在百货公司中率先推出女售货员后,永安加以拷贝,甚至更加的变本加厉,把样貌出众的女店员,比如销售康克令金笔的康克令小姐当做明星般地宣传,是它销售中的又一种策略。不得不赞叹那郭乐的精明。

永安又不止百货这一条路径。说到永安副业,首提便是天韵楼。那是一个综合性的游戏场,里面有小剧场,有电影院,有饮冰处。上海市民,只需花上一两角,便能够玩乐一天,甚是便宜。而站在天韵楼里,又能近看南京路,远眺黄浦江,此等景致,让市民着实喜欢。

副业中十分著名的还有大东旅社及旅社中的大东酒吧与大东茶室。

若干年后的某个礼拜天。老上海人中的一类,社会阶层至少必须在职员以上,倘若很有兴致,便会坐着“叮叮当当”一路作响的有轨电车而来到永安公司门口。他会在一楼、二楼、三楼徜徉许久,或购上一两样物品。随后,来到那著名的天韵楼,听那已经十分红火的风来仪戏班的演出,是三本连台本戏中的一出《狸猫换太子》。看毕,倘若他是一个对摩登生活十分追逐的,便会来到大东酒吧,喝上一元一杯的白兰地,优哉游哉地想着一些什么心思,倘若他的思想还相当传统,便有可能来到大东茶室,挑选一分、五分、一角、二角的点心,尽享口腹之乐。他在大东茶室里,是否看到了那些涂脂抹粉的女招待?自大东茶室雇用女招待以来,海上人士,趋之如鹜,其中友谊文艺界人物,麇集其间,为数甚众”。



王唯铭 创意团队出品

欢迎读者交流探讨
来电请致13501734536
<http://weibo.com/1035959870>

本版撰文 记者 王唯铭
本版摄影 记者 施培琦

(本版面每逢周五出版)

百年前就有这样的铁律:顾客永远是对的。