

从《解放日报》商业广告的变化看上海经济的变迁

——以1949年5月至1956年为例

段春义

【摘要】《解放日报》作为中共中央华东局和上海市委的机关报，从上海解放后第一天出版。它所刊载的广告印证了新上海经济的恢复与发展，民族工商业的保护与繁荣，国营经济的组建，以及社会主义改造的进行等。可以说上海解放后至1956年《解放日报》刊登的广告是研究上海那段历史的直观样本。透过广告我们可以看出在中国共产党领导下上海经济的变迁。

【关键词】解放日报；广告；上海经济

【中图分类号】F127 **【文献标识码】**A% **【文章编号】**%1009-928X(2011)09-0018-03

1949年5月27日上海解放，翌日，中共中央华东局和中共上海市委的机关报《解放日报》诞生。作为党的机关报，《解放日报》于5月28日当天即公布《本刊广告刊例》^[1]，对广告的刊登进行了严格的审查与规范，并严格广告制度，以“业务政治化”为原则，在广告的取舍方面是以是否有利于国计民生为选择标准^[2]。本文仅以上海解放后至1956年期间《解放日报》刊载的商业广告为样本，从中可以看出上海经济的变迁。

一、《解放日报》广告的变化

(一) 广告中的繁华

1. 广告版粗略统计。上海解放后头三年《解放日报》一直以6-8版为主，其中许多版面会套印广告，并且具有相当的数量，如1949年各月广告篇幅基本上占整报的30%左右。有时广告甚至占据整版，特别是一些重大节日，会增加版面。1952年，《解放日报》多期减为4版，同时增产节约运动展开，继之“三反”运动开始，加上“报社领导层对广告意见不一”^[3]，广告较前减少，但是基本上第4版后半版固定为广告。1953年后，《解放日报》的广告由二栏改为一栏，加之各单位节约刊费的原因^[4]，广告明显减少，特别是第四季度广告显著减少。1954年、1955年与1953年相似，但是国营、公私合营品牌的广告占多数，特别是国营品牌成为绝对的主体。1956年随着全行业公私合营的开展，加上《解放日报》改版，一月广告停止刊登，二月开始接受广告，但是受之前不刊广告的影响和广告公司的垄断导致广告一直不多^[6]，最后一版广告栏除一些演出广告外商品广告很少，以国营和公私合营为主。

2. 广告的分类。《解放日报》广告栏目中的品牌琳琅满目，不计其数，仅1949年11月16日第7版，半个版面就有23个品牌登报公示商标。那些夺人眼球、图文并茂的商品广告大致可分为五类：烟草类广告，如美丽牌、金鼠牌、双斧牌、飞马牌、中华牌等；药品化妆品广告，如信谊化学制药厂各品牌、海藻晶、黑人牙膏、双妹等；百货、服装类广告，如回力、宝大祥、白毛女、永安等；食品饮料类广告，如冠生园、正广和、光明等；还有其他如美国总统轮船、永久牌自行车、扳手牌自行车等。1953年后，很多在1949年上海解放后头三年经常出现的品牌呈现广告减少迹象，但是出现了许多机器类广告，如国营中国电器公司、浦江机器厂等。

（二）广告的变化

1. 一些品牌性质未变，持续刊登广告。如产品一度畅销国内及东南亚一带的信谊化学制药的广告几乎期期可见，大量的广告可以看出信谊药厂在当时制药业的规模和地位。而信谊在1954年7月1日前，始终属于私人性质。又如美丽牌和金鼠牌香烟，都是闻名全国的香烟，由华成烟公司生产。解放初期，华成保持着私人企业的性质逐步恢复与发展，直至1954年3月。

2. 许多品牌虽然连续登载广告但是企业性质发生变化。如上海中华烟草公司在1949年11月7日的广告中改称“上海国营中华烟草公司”，说明企业性质在解放初即发生变化。又如白毛女绒线是中国纺织建设公司（简称中纺）的产品。中纺是官僚资本，当时在全国纺织工业中占相当比重，接管和改造之后，即组成国营公司，并在《解放日报》1950年7月1日第三版登载广告同时声明公司名称改为“国营上海纺织厂”。

3. 一些品牌消失，或结束或退出中国。如美国总统轮船公司的广告在1949年10月之前的《解放日报》上经常可以看到，但是新中国成立后销声匿迹。又如1950年9月21日第五版有奇异安迪生电器的广告，著有代表美国通用电器的“ge”标志，后来华东工业部上海灯泡厂登广告声明“奇异安迪生”电器更名为“人民”牌，可见被接收。还有些企业转移至别处，如1933年创立于上海并发展壮大来的好来药物公司以生产黑人牙膏著称，后移至香港，再无广告。而震旦机器铁工厂自1949年7月2日第4版刊登鸡球牌灭火机的广告后，便再无出现，可见品牌消失。

4. 许多国营新品牌诞生。在广告版的醒目位置，国营品牌越来越多，并且占据了主导地位，如：华东工业部益民工业公司食品一厂的光明牌冷饮，国营中华烟草公司最新出品的中华牌香烟等等。尤其要强调的是，《解放日报》一改之前很少在报头两侧登载商品广告的风气，多期将国营品牌的广告登载在两侧醒目位置，如：1950年1月8日登载的双斧、飞马牌香烟；1950年3月18日和20日登载的永久牌、扳手牌自行车等等。1952后虽然广告总体数量减少，但是国营品牌的广告都占据着主体地位。

5. 许多品牌广告减少。如佛慈药厂的海藻晶、广生行的双妹化妆品等在上海刚刚解放时广告很多，新中国成立后，广生行将业务集中到了香港及东南亚，佛慈药厂后来为支援西北建设移到了甘肃兰州，由此在《解放日报》上的广告大量减少。当然更多的可能是企业自身发展进入低谷。1952年特别是1953年后，除企业节约刊费等自身原因外，《解放日报》固定广告版面、“三反”运动以及社会主义改造的进行等也导致了广告的减少。

二、广告变化背后折射出的经济变迁

第一，上海产业结构的变迁。刚解放时的上海几乎没有重工业的身影，广告的主角也都是烟草、化妆品、食品等轻工业。重工业的广告缺乏印证了新中国成立初期上海重工业比重偏低。上海虽是中国最大的工商业城市，但工业特别是重工业的基础很薄弱。据统计，1949年，上海轻工业和重工业在全市工业总产值中所占的比重分别为88.2%和11.8%^[6]。1952年虽然国民经济得到恢复，但是重工业的提升有限，重工业产值只占工业总产值的20.9%。这一现象在1953年后有所改观。国营机器生产厂家的广告逐渐增多，如1953年1月10日第6版刊登的国营中国电器公司、浦江机器厂等，这些都说明上海产业结构调整，开始重视工业特别是重工业的发展。据1956年统计，上海三次产业比重为3.7:55.4:40.9，第二产业结构开始发生比较大的变化，轻工业从88.2%下降到70.2%，重工业从11.8%上升到29.8%。”^[7]

第二，民族工商业的品牌在公私合营前始终占据数量多数。如华成烟公司、信谊化学制药公司等都为私人企业，都是民族工商业的代表品牌。上海解放前夕，上海各业处于停产半停产状态，工商业的恢复势在必行。中国共产党积极扶持私营工商业，上海解放后的第六天，中共上海市委和市政府就邀集工商界代表人士90多人召开座谈会，与工商界共同协商，尽快恢复生产。1950年上海市第一届第三次各界代表会议后，通过调整公私关系、劳资关系，救济失业工人，调整税收^[8]等，帮助工商业恢复和发展。公私合营前，《解放日报》的广告版集聚了众多民族工商业品牌，说明上海解放后处于平稳过渡中，许多民族工商业在中国共产党的扶持下得以保全，并继续发展，为上海国民经济的恢复与发展作出贡献。

第三，国营经济逐渐占据主导地位，并在国民经济中起领导作用。解放后，国营品牌广告从一开始的星星点点，到逐渐占据广告版的主体位置，甚至出现在报头两侧，说明了国营经济的建立、发展与繁荣。随着新的国家政权的建立，我们党制定了“迅速组建社会主义性质的国营经济，使之成为整个国民经济的领导成分”^[9]的经济方针。如：上海军管会轻工处接管中华烟草公司，经过改造成为国营经济，“在卷烟行业内发挥了国营经济的领导作用。”^[10]1952年上海的国营工业在工业总产值的比重从1950年的45.3%上升到了56%，国营工业同公私合营、加工订货加在一起，就占到82.9%，基本掌握了国家的经济命脉^[11]。而《解放日报》对国营经济也给予了照顾，“要特别重视国营企业的广告，不论他马上有多大发展，因为它终归使我们中国走向社会主义居领导的经济。”^[12]1953年到1956年，虽然商业广告减少，但是国营品牌的广告始终占据着主体地位，并且在数量上也占据了绝大多数，如1955年1月3日第5版、第6版，整版都是国营产品的广告。由此可见，《解放日报》对于扩大国营经济的影响作出了贡献，也体现了作为党的机关报的办报方针。

第四，社会主义改造的顺利进行。1953年后社会主义改造开始，各企业忙于公私合营进而推进到全行业的公私合营，广告版出现的商品广告随之减少。在存在的广告当中随处可见“公私合营”现象，如1953年3月28日第6版刊载的公私合营荣达水泥工业厂、公私合营启明木业公司；1956年1月13日的报头部位刊登公私合营永安公司获得批准的巨幅照片等等，都说明上海工商业的社会主义改造在如火如荼地进行，上海的所有制结构发生了根本变化。1956年，在全市工业总产值中，国营工业占32.2%，公私合营工业占64%，合作社工业占3.3%，私营工业占0.3%。

第五，广告纷繁的背后，我们可以看到中国共产党为维护经济的稳定与发展所作出的艰辛努力。上海解放后投机活动猖獗，中国共产党领导的新政权艰难打击投机，开展“银元之战”、“米棉之战”，反对西方国家的封锁和轰炸，艰难地维持和发展生产，统一财经，进行工商业的调整，经历了艰难复杂的过程才实现了上海国民经济的恢复与发展，中华烟草公司解放前是国民政府的官办企业，但是因经营不善、贪污舞弊，已处于倒闭状态。上海解放后，军管会接管进行改造，组建国营经济，才让中华烟草重新复苏。中国纺织建设公司各厂在解放后三天内全部复工，但是这已经是由官僚资本的企业变为人民政权接管的企业，从领导权交接、财产清点所有权转移，到解决职工工资，再到原料缺乏动力不足，三天实现复工，这其中艰难转变的过程我们无法从那夺目的广告中看到。1950年，上海工商业发生了“四月危机”，由于坚决执行中央统一财经、稳定金融物价、调整工商业等重大决策，从1950年6月起，上海的经济情况逐渐好转，工商企业停工歇业户数大为减少，复工开业的日益增加。到10月份，好转趋势更加明显，10月1日的《解放日报》增至22版，许多企业登报以广告联展形式庆祝新中国成立一周年，也证明了上海经济的好转。所以广告只是一种现象，告诉我们上海建国初期经济的恢复与发展，但是在直观现象的背后，我们还应探寻更深的本质。

三、结论

从1949年5月到1956年《解放日报》琳琅满目的广告中我们看到了上海解放后着手接收帝国主义在华企业、没收官僚资本、组建国营经济，使得上海经济逐步恢复与发展的足迹；也看到上海开始向社会主义过渡，大力发展工业和进行社会主义改造的成功。但是我们更应该看到的是，在这繁华广告的背后，实际上透露出共产党人坚持打击投机资本、反对封锁和轰炸维持发展生产、统一财经、不断扶持调整工商业、组建和壮大国营经济、进行民主改革、开始工业化建设和社会主义改造等等，不断面临和克服各种困难的艰难历程。

参考文献：

- [1] 解放日报社. 解放日报五十年大事记1949-1999[Z]. 3.
- [2] 解放日报广告制度[Z]. 上海档案馆馆藏档案，档号：A73-1-20-26.
- [3] 顾雪雍. 奇才奇闻奇案——恽逸群传[M]. 上海：上海人民出版社，1996. 282.

[4] 解放日报社广告科1953年工作总结[Z].上海档案馆馆藏档案, 档号: A73-1-153-37.

[5] 解放日报发行广告科1956年上半年工作小结[Z].上海档案馆馆藏档案, 档号: A73-1-264-33.

[6] 上海工业结构的调整[M].上海:上海人民出版社, 2002. 3.

[7] 徐建刚.上海经济及产业结构的转型[A].上海城市的发展与转型[C].上海:上海书店出版社, 2009. 160.

[8] 中共上海市委关于三届代表会议后调整工商业的工作给毛泽东并中央与华东局的报告(1950年6月)[A].中国资本主义工商业的社会主义改造上海卷(上)[C].北京:中共党史出版社, 1993. 72.

[9] 中国共产党历史第二卷(1949-1978):上册[M].北京:中共党史出版社, 2011. 52.

[10] 上海烟草志[M].上海:上海社科院出版社, 1998. 59.

[11] 汪道涵.解放初期的工业接管与改革(节录)[A].上海解放初期的社会改造[C].北京:中共党史出版社1999. 53.

[12] 解放日报社业务处广告科1949年工作总结[Z].上海档案馆馆藏档案, 档号: A73-1-19-16.