

(上接 P21)鑽石牌手錶,永久牌自行車,上海牌縫紉機,中華牌香煙……上海貨的名聲傳遍大江南北。

全國人民都對上海生產的商品稱讚有加:款式新穎、質量優秀、價格合理、假貨很少。這甚至開啓了中國最早的代購行業:滬淘。

在外地工作或者插隊的上海人,每當回家探親時,都會接到周圍人委託的購物清單,從的確良到麥乳精,從大白兔到燈芯絨,凡是能人肉搬運回來的,都會被搶光。

但在“上海貨”馳名中國的同時,上海本身的建設卻慢慢掉隊。

1950到1979年間,上海的稅收的87%上繳,向中央上繳的財政收入超過了上海自身市政預算收入的13倍。與此同時,上海卻有超過一百多萬人生活在棚戶區或茅草屋裡,直到70年代末,人均居住面積才大體上恢復到1949年的水平。

因為貢獻了全國六分之一的財政收入,上海這個“錢袋子”毫無疑問地被死死看住,成了計劃經濟管控最嚴格的城市。而由於資本主義橋頭堡的歷史包袱,上海始終需要在政治上表現出更加可靠和更加積極,才能獲得信任。這一點在十年動亂中,體現地淋漓盡致。

1969年,李九皋和陳素任痛失了大兒子。大兒子是上海第二醫科大學的高材生,在瑞金醫院工作,師從著名內分泌專家鄭安堃。動亂開始後,李九皋因為以前的職業被投入監獄,一關就是6年。大兒子因為父親的問題被牽連,沒能熬過衝擊,在醫院的心電圖室裡選擇了觸電自殺。

陳素任得知兒子自殺的消息時,正在家裏剝毛豆,聽到消息後,愣了一下,平靜地對醫院前來通知的人說:“謝謝你。”然後低下頭繼續剝毛豆。等人走了之後,才放聲痛哭。時代沉浮面前,沒有人能幸免。

儘管南京路上響徹的《玫瑰玫瑰我愛你》變成了《大海航行靠舵手》,商業文化由大眾消費主導變成國家權力主導,但根植於上海人心中的消費基因,卻無法被徹底消滅。60年代後期,百貨公司牆上被貼大字報,旁邊群眾不滿道:往哪兒帖都行,但請別糊住櫥窗。

這些被壓抑的需求和慾望,一旦被解放,便會釋放出無窮的能量。

3.消費天堂:1978-2015

上海之所以成爲上海,1949之後30年的歷史,跟之前30年的歷史相比,幾乎同等重要。

前者根植了它的消費基因,後者鑄造了它工業情結,這兩種路線交錯糾纏,形成了全世界獨一無二的格局:這座城市既根深蒂固的消費文化,也有深入骨髓的製造精神。改革開放之後,上海的製造業雖然仍在快速發展,但更令人矚目的,是消費文化的迅猛復位。



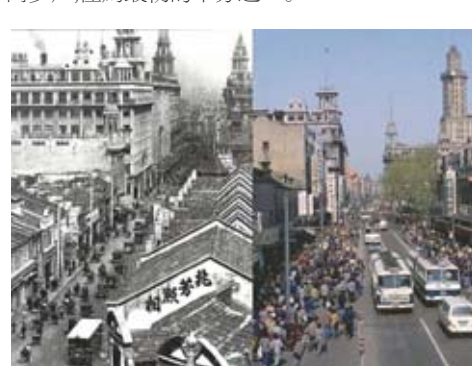
城市景觀,上海,1978年

1978年的一個夜晚,南京路的一家飯店前,四五個裝修工人踩着梯子,將“廣州飯店”的招牌摘了下來,取而代之的是一塊新的牌匾,上面寫着“新雅粵菜館”五個紅色大字。

新雅粵菜館的前身是新雅茶室,在30年代被譽爲上海的“文藝沙龍”,名氣很大。飛虎隊陳納德在上海居住時,便經常派飛機從新疆、四川等地運送哈密瓜、燻臘等特產到新雅粵菜館,被權貴圍追捧。李宗仁擔任代理總統後,也在新雅設宴50桌,招待各界名流。

在1966年的“炮轟南京路”中,新雅首當其衝,“店堂擺戰場,狠批封資修”,菜品被稱爲“封建遺毒”,服務被批判“爲一小撮地主資產階級分子專用”。而南京路也被稱爲“散發封建迷信、腐化沒落臭氣”的源頭,90%以上的名特商店招牌,都被人群砸了個稀巴爛。

南京路只是上海商業受到重挫的一個縮影。建國初期,上海共有各類批發商8300多家,零售商業、飲食業、服務業22萬戶,從業人員50多萬人,是全國最發達的商業城市。然而,歷經各種波折,到了1978年,市區僅存商業服務網點2萬多戶,僅爲最初的十分之一。



上海南京路,1936年(左)1980年(右)

重新開張的新雅,吸引了大批的顧客,人們開始逐漸感受到“十里洋場”消費文化的回歸。1978年7月14日,上海天氣酷熱,新雅決定開放冷食,同時上調菜價20%。當時,物價局認爲漲價會導致顧客大幅減少,然而出乎意料的是,聞訊而來的食客把飯店擠得水泄不通,之後更是一座

難求。上海人那種追求美好事物的基因,被壓抑了三十年,但始終沒有褪掉本色。

在新雅重出江湖之後,距它兩公里的一家叫做潔而精的川菜館,也迎來了兩位老客人:李九皋和陳素任。

1976年,李九皋被平反釋放,三年後退休,回到了他思念已久的上海。此後,他每天都會跟陳素任一起,從南昌路136弄的小洋樓出發,步行3分鐘來到這家川菜館吃晚餐。

這家川菜館也曾是上海灘的知名食肆,創建於1927年,不僅接待過周恩來,還擁有蘇步青、劉海粟、趙丹等常客,同樣歷經滄桑。因此,儘管李九皋夫婦每次來只點兩個半菜,但這家川菜館特意爲他們設置專屬座位,每天晚上爲他們擺上兩套餐具和一份《新民晚報》,他們吃完,別人才能坐。

他們從1952年就開始在此吃晚飯的習慣,被時代打斷,又在1979年重新續上。李九皋和陳素任從六十歲到九十歲,同一個時間,同一家飯店,同一個位置,幾十年如一日,幾乎每天都牽手前來,攜攜離去。兩人從98年開始收集發票以做紀念,足足攢了1600多張。

春去秋來,星霜荏苒,這個城市有些東西被永遠改變了,有些則沒有。

在消費文化重新復甦的同時,上海的城市定位也在回歸。1980年,《解放日報》刊登了上海社科院沈俊坡的文章,他用“十個全國第一”和“五個全國倒數第一”來概括了上海的現狀,引起了極大的反響,《解放日報》當天竟然賣到脫銷。上海基礎設施嚴重落後,已是公開的秘密。

汪道涵曾遺憾地回顧:“在我當上海市長期間,上對得起朝廷,每年上繳佔國家財政收入的六分之一,但下對不起黎民百姓。每天早晨我看到馬路上有那么多多的煤球爐在生火,到處是煙霧騰騰,那么多馬桶在馬路上刷洗,我真感心痛,上海實在沒有多餘的資金來改善和發展市民的生活了。”[8]



推公交車的人,上海,1986年

1979年,可口可樂準備在大陸設廠,首選的就是上海,因爲早在1927年,上海就有了可口可樂的灌裝廠,甚至一度是最大的海外工廠。但出乎意料的是,“賣國主義、洋奴哲學”的反對聲浪讓上海猶豫退卻,可口可樂只好另覓廠址,最後是北京騰出了一間烤鴨廠讓其落戶,令人深思。

意大利導演安東尼奧尼在1972年的紀錄片《中國》里,用旁白一針見血地指出:“如果北京是革命的純潔的首都,上海則是改造最明顯的城市。”



城市景象,上海,1981年

情況一直到90年代才有所改觀。首先是一批上海幹部北上,朝堂里有了娘家人;其次是本地一批水平高、腦子活、作風猛的幹部被提拔,他們踩着黃浦江的石頭摸出條路來。

當然,這一切離不開總設計師:“我已經退下來了,但還有一件事,我還要說一下,那就是上海的浦東開發,你們要多關心。”

揮別失落的80年代,上海迎來了迅猛發展的90年代:1990年地鐵一號線開工,1991年南浦大橋通車,1993年楊浦大橋通車,同年內環高架全線貫通,1995年東方明珠矗立江畔,1997年金茂大廈拔地而起,1999年浦東機場建成啓用……歷經滄桑的城市用一日千里的速度更新,試圖找回歷史的位置。

群眾的消費熱情也全面迸發。1995年,中日合資的第一八佰伴商場試營業,人山人海,當天共有107萬消費者涌入購物,創造了世界吉尼斯紀錄,媒體驚呼“上海重現當年南京路先施百貨開業的盛況”。在此後很多年里,這家商場都牢牢佔據上海百貨銷售榜首的位置。



八佰伴開業情景,上海浦東,1995年

1996年,法國家樂福開辦了中國第一家大型綜合超市,麥德龍、歐尚、易初蓮花等品牌紛紛跟進。

這一年,中日合資的上海華聯羅森便利店也進入中國,全家、7-11等品牌也遍布每一個社區。瑞典宜家、英國百安居、香港海龍鎮廣場、久光百貨等等,各種現代化商業公司攜帶著國際品牌,紛紛進駐上海。

六七十年代,上海人在盛夏期間買個西瓜,都需要憑醫院開出的發燒證明,而到了90年,水果在集市、大型超市、便利店等地方,已經唾手可及。如今,甚至不用出門,便可以通過外賣買到可口美味的水果、海鮮。盒馬鮮生、餓了麼這類新零售業態肇始於上海,可謂其來有自。



盒馬機器人餐廳,上海進博會,2018年

1978年至今,上海人均可支配收入從600元大幅上升到了6萬元,消費支出高達4萬元。與此同時,消費結構,也從生存型消費逐步發展爲享受型和服務型消費,食品佔消費支出比從63%下滑至30%,而娛樂教育文化類也在1997年突破了兩位數。

2017年,上海社會消費品零售總額達到11830億,這也是多年來上海社零額首次超越北京位居全國第一,成爲中國最能賺會花的城市。中國的消費天堂身份,逐漸在上海身上復位。

4.未來城市:2015-至今

南京路上的永安百貨,從1966年開始,就根據當年合營的規定成爲全民所有制公司,一度更名爲“第一百貨”和“華聯商廈”,直到2005年才重新改回“永安”的名字。它是四大百貨公司唯一留存姓名的一家,而昔日的老對手大新百貨,已經更名爲“第一百貨”,兩家同屬上海百聯集團。

隨着上海消費版圖的擴張,這兩家昔日南京路上的文化符號、上海消費文化的塑造推手,逐漸淹沒在上海不斷涌現的新商圈里。

永安和大新重新登上了新聞頭條發生在2017年初,它們的總公司百聯集團,跟阿里巴巴簽署了新零售戰略合作協議。這是一場頗爲穿越的合作,一方是塑造上海消費文化的百年老店,一方是崛起於互聯網時代的零售巨頭,新老的兩種力量,打破時空結合在一起。

馬雲在簽約儀式上這樣評價上海,“如果說要有一個城市能夠代表改革創新和發展的高度,我覺得只有上海。”在他看來,“上海是橋頭堡,杭州是後花園。”後花園可以承載中國互聯網的速度和創新,而高度和質量,得靠上海。

力主跟百聯戰略合作的,是站在馬雲身邊的上海人張勇。出生於1972年的張勇,加入阿里11年,卻一直住在杭州的五星級酒店里,每個周末返回上海家中。“上海人”張勇一手締造了天貓和天貓雙11,在擔任阿里巴巴CEO之後,愈發顯示出對商業的獨到見解和從容。

張勇後來找來另外一個上海人侯毅,張勇告訴侯毅,要探索一種線上線下一體化的新零售模式。不過如此重資給的產品,其誕生並非易事。幾次關鍵時候,張勇給侯毅吃了定心丸,“你大膽嘗試,錢我來給你解決。”

如今風靡全國的盒馬鮮生由此誕生,以算法驅動運營、分揀、配送系統,能夠實現“3公里內,30分鐘送達”的高效率。

這也給上海的消費文化增添另外一個符號:盒區房。

80年前,郭琳爽主持的永安提出“代客送禮”的送貨服務,深受上海灘富豪階層歡迎,永安甚至會將商品收貨人賞給送貨師傅的“腳力費”,提前用商品折扣的方式(通常是九折)返給客戶,這其實是變相的“包郵”和外賣。細節考慮到這種地步,已經令人有種穿越到現代的感覺。

正如南京路上的四大百貨公司重塑上海的消費文化一樣,網購,快遞,外賣和新零售也在培育出新一代的消費文化。

新一代零售人,繼承了80年前零售前輩們的創新開拓,也延續了他們對客戶體驗細節的極致追求,在上海的各個區域,新零售的實驗在如火如荼地展開。

北大光華管理學院發佈的《新零售城市發展指數報告》顯示,上海新零售指數綜合評分居榜首,高於北京、杭州和深圳。“上海爲什麼留不住馬雲”曾經讓上海人深思,如今新一輪的新零售業態紮根上海,由此複製到全國,也讓很多互聯網觀察家感到困惑:爲什麼是上海?

在知乎上,有這樣一個熱門問題:上海有什麼好?在3000多個回答中,出鏡頻率最高的是三個詞:規矩,公平,效率。

筆者經歷過這麼一件事情:某天在虹橋機場排隊打車,隊伍很長,有兩個大漢突然冲到前面插隊,卻被一名負責引導的保安攔下,用瘦小的身軀擋在他們面前,死活都不讓插隊。兩人逮到空隙鑽到一輛出租車上,司機直接熄火下車,跟保安一起對插隊者喊話,毫不退讓。



這是上海精神的一個縮影。有規矩,就要遵守,有契約,就得履行。很多人體會頗深:跟上海人合作,敲定前繁瑣麻煩,但敲定後違約率很低。“談判時拍胸脯,出事後拍屁股”的事情,在上海極少發生。

今年在徐匯區發生過這麼一件事,一位送孩子上學的車主,把車停在了路邊,留了一張紙條:“尊敬的民警同志,我是去對面幼兒園接我孩子的,5分鐘就回來,請不要給我貼罰單。謝謝您的理解!”民警在車旁等了10分鐘,沒等到車主回來,才開了罰單,並留言:我等了10分鐘。

而上海老百姓經常說,“拿工資做生活,就要對得起這錢銀票。”這種態度,深入到城市的每一條血管里。

契約精神是商業文明的基礎,在上海,這種基礎誕生於西風東漸的民國時代,復興於改開之後的消費盛世,它歷久彌新,它固若磐石。

規矩帶來公平,公平提高效率,正是這種契約精神,讓上海擁有了極度發達的商業文化,賦予了上海寬闊的胸襟,給予新的業態足夠萌芽和發展的空間。這些守規矩的契約精神,可能對培育互聯網創新有障礙,但對於商業文明和消費文化,卻是核心的要義。

所以,上海在新零售領域獨佔鰲頭,是一件必然的事情。這座城市的商業故事,遠遠還沒看到邊際。成就上海輝煌過去的那些因素,正在成就它的未來。

5.尾聲

上海是什麼?不同的人有不同的答案:是張愛玲筆下繁華蒼涼的上海,是王安憶筆下煙火人間,是陳丹燕筆下優越西化的上海,是程乃珊筆下精緻玲瓏的上海。寫上海寫出彩的作家,幾乎都是女性,她們細膩的筆調,才能展現這座城市的精緻和溫柔。

但6340平方公里的上海,有的豈止是精緻?1949年前的30年,塑造了消費主義的上海,是風姿綽約的上海;1949年後的30年,塑造了工業製造的上海,是大江大河的上海。每一個上海,都是獨一無二的上海。

在北面,長興島有全球最大的造船基地,055萬噸驅逐艦和國產航母正在此緊鑼密鼓地建造;橫沙島的填海工程已經進行到第八期,將填出超過100平方公里的土地,令新加坡眼紅無比。

在南面,超級工程洋山港的第四期已經投入運營,使上海港的集裝箱吞吐量佔據全球的十分之一;吹着海風的臨港新基地雖然偏遠,但已有了龐大的規模,而特斯拉工廠的落戶將錦上添花。

在東面,浦東機場未來將鋪出第7條跑道,成爲超級巨無霸,而國產大飛機正在毗鄰的祝橋航空基地進行製造;川沙的迪士尼夜間煙花璀璨,在隔壁的張江,芯片和醫藥研發中心鱗次櫛比。

在西面,嘉定有中國最大的汽車製造基地,零配件企業密集,整車龍頭輻射整個長三角;巨大的虹橋樞紐繁忙而有序,空鐵聯運效率極高,正在舉行的進口博覽會,也設在了虹橋。

在中部,中央商務區無比繁榮,南京路上遊客熙熙攘攘,陸家嘴的高樓摩天林立,外灘的百年建築風雨蕩然。傳統的商業和新興的零售正在碰撞,最終將改變這座城市的空間和格局。

這種工業與商業的共存共榮,既精緻婉約,又曠達豪邁,兩種氣味交織在一起,賦予了上海獨特的氣息,也潛移默化地影響着這座城市的每一個普通人。

從2007年開始,潔而精川菜館就再也沒有迎來牽手同至的李九皋和陳素任。李九皋先生於2007年8月辭世,享年96歲,陳素任女士于2011年12月仙逝,享年102歲,兩個人的一生,經歷了跟這個城市同樣長的滄桑和沉浮,他們的晚年是平靜和幸福的。

一個普通的上海家庭,組建于西風東漸的十里洋場,燻陶在消費文化的萌芽年代,在改天換地的歷史潮流中歷經坎坷,又在風浪平靜後重新找回了自己的本根。一個家庭的命運,也是一座城市的命運。

這座襟海帶江,舟車輳集,人煙浩穰,工商鼎盛的偉大城市,它屬於一個急速崛起的古老國家,也屬於每個兢兢業業的平凡市民,這就是上海。

2023年05月03日 07:05

世界三大中心:紐約 倫敦 上海



上海:東方之珠