

民国时期四川传统酒类的销售与市场

肖俊生

(四川省社会科学院 历史研究所, 成都 610071)

摘要:民国时期,四川传统酿酒业不仅生产发展较快,销售推广也有积极的作为,全省形成了几个主要的酒类销售市场,更因战时经济的繁荣及国防的需要而成为酒的消费大省。各类酢房根据自身规模大小,采取以销定产、前店后厂、与酒精厂约定销售等不同的销售方式,有的酒厂还主动派员外出联系销售,甚至在外地自设销售窗口;一些酒厂及酢房开始注重品牌、包装,并广泛参与各类评奖,形成了初步的酒类促销;而各类形式的物流商、坐商、行商、零售商、流动小贩及酒类期货亦相继出现,甚至出现了商业资本、其它行业资本向酒业渗透的现象。所有这些销售形式和手段进一步促进了民国四川传统酒类的销售与生产,扩大了厂家的知名度,增加了川酒的影响力,在此基础上,一批四川名酒得以产生和发展起来。

关键词:民国经济史;四川;传统酒类;销售;市场

中图分类号:F129.6 **文献标志码:**A **文章编号:**1000-5315(2010)06-0133-08

研究民国时期四川的经济史,我们发现,酿酒业作为一种传统手工业得到了长足的发展,得到了政府的高度重视,酒税成为货物税的主要内容。那么,民国四川酒类产品是如何进行销售的呢?各类酢房除了生产外,在销售中扮演了什么角色?销售商又起了什么作用?是否出现了专业的酒类销售商?他们在销售过程中是否注重品牌与包装?是否有广告及促销行为?所有这些问题,对于探讨川酒的历史发展过程十分重要,但目前该方面的研究尚是空白,本文拟从以下三方面对此作出初步探讨。

一 市场与销量

民国时期,随着公路的兴修,河道的疏浚,商品经济的扩展以及城乡经济的互动,四川传统酿酒业不仅生产方面有了长足的发展,酒类的销售市场也逐渐扩大。

民国四川 80% 的县份都进行酒的生产。非主产酒的地区,个体酢房一般是就地销售,影响及于邻

近数县。据记载,新津的酒本县销售 2 万余斤、占 30%,邻县外销占 70%^{[1]256};仁寿的酒则销到成都^{[2]192};产酒比较多的蓬溪则行销岳池、遂宁等地^{[3]276,372}。主产酒的县约 30 余个(年产 1000 吨以上),其销售范围较大一些。江津白沙酒为普通白酒的代表,销售范围颇广,30 年代中期,“十分之八九俱运销远地。上自洪雅嘉定、下至涪丰忠万,以及嘉陵江上游之合川三汇,黔省之贵阳、赤水、桐梓、遵义,均撑出白沙烧酒之招牌,人争购之”^[4]。犍为是川西南产酒大县,30 年代中期,年产酒约 200 万斤,“除供县中居民吸食送礼而外,输出数每年占全量十分之六。推销区域,首推大足、安岳、乐至、遂宁、江津、成都、万县、邻水、大竹等地”^[5],已辐射到整个四川盆地。绵竹大曲及烧酒主销川西、川北各县及成都,其中 40 年代中期,成都销量占 65%,本地销售约占 10%^[6]。泸州大曲全国闻名,各地均有销售,其销售比例为重庆 50%,省内其余地方 45%,省外

收稿日期:2010-04-10

作者简介:肖俊生(1967—),男,四川营山人,历史学博士,四川省社会科学院历史研究所助理研究员,主要从事中国近代手工业史、经济史的研究。

5%^{[7]523[8]287}。重庆允丰正黄酒占据重庆市场的1/3,在重庆市内有两个门市,并在地设有泸州、万县、成都三个销售窗口,其中成都有冻青树街和牛市口两个支店。

随着销售范围的扩大,四川出现了几个大的酒类销售区域市场,主要是重庆、万县、涪陵、内江、成都、金堂赵家渡。

重庆作为陪都自不待言,其水路交通相对便利,是泸州酒、江津酒、永川酒、璧山酒的重要销售窗口和转运站,也是巴县酒、允丰正黄酒的主产主销区。江津之酒仅1942年运销重庆就达2000市石(一石约合156市斤)^[9]。重庆既是酒的消费场所,又是酒的分流地,还出现了专门的酒市和专门贩运白酒的运商(类似于今天的物流商),1945年,“著名的有久顺,久大等四家,资本都在60万元以上……著名的酒场是在铜罐驿。该地依凭河边,璧山、龙凤场、狮子场、巴县、江津的白酒都集中此地出售。每一场可运销一万多斤”^{[10]38}。

万县“在四川之经济地位,仅次于重庆”^{[11]3},是川东的物资集散中心和商品中转地,盛时形成了25个商品批发市场(包括三马路一带的批发酒庄),每天接待八九百人次,有时到万县港起运之大木船达七八百艘,小木船一千四五百只^[12]。万县是泸州大曲、允丰正、江津白酒销往川东及湖北宜昌、沙市的重要转运站^{[13]316}。1934年,“酒为万埠重要嗜好品之一。上由达官大贾,下至贩夫走卒,无不嗜之。种类有高粱酒、佛手酒、玫瑰酒、葡萄酒等,本市最负盛名之橘精酒,尤为畅销,各地亦多慕名来购。(泸州)大曲酒消耗亦多”^[14]。

涪陵是重庆以下川东第一个重要水陆码头,其所销之酒既有来自重庆酒市的,也有直接来自白酒产区的。抗战前,“涪陵之酒,多由江津装木船运来”,“涪陵酒之销场,沿长江上起石家沱,下至万县,尤以黔江流域一带销量最大,约合2400吨”^{[15]83-84}。

内江“在川中商业的地位相当重要,市场的主要交易对象是糖、酒、粮食等”^[16],战时成渝公路沿浅以内江为中心建设了很多酒精厂,酒精厂以糖蜜和漏水酒及普通白酒为原料,采购量非常大。以川中产甘蔗之故,酒商及酒精厂商均集中于内江采购,以致于周边县份酒的价格要以内江的行情而定。民国后期,因货币贬值及酒类交易的活跃,内江还出现了酒的期货。

金堂赵镇赵家渡是川西北的重要交易市场^{[17]441},是内江、简阳、资阳一带的酒销往川西北和川西的重要渡口。早在清末,销往此地的酒就达100万斤^{①[18]}。1934年,内江年产500余万斤,一部分也销往金堂赵镇^[19]。

成都也不必多言,一直就是酒的消费城市。它是绵竹酒、崇庆酒、犍为酒、重庆允丰正、泸州酒及地产酒的主要消费地和集散地。

这几个大的酒类交易城市或渡口,分别位居水陆、政治和经济的要冲,对酒类商品的流通发挥了积极作用。此外,主要的产酒区是川酒的次级交易市场,在交易旺季,常有外地酒商及酒精厂驻扎产酒区,就地收购。据1934年调查,犍为,“每届上年春夏之间,即由商贩或外地士绅,至本县采购”^[20]。

随着销售的市场扩大,酒的销售量亦逐渐增长。据1935年对成都的调查,年消费酒约9万石,亦即900万斤^[21],折合4500吨,人均年消费在10斤以上,分别超过茶、烟、盐、糖的消费量。1938年,据酒业公会统计,重庆全市消耗干酒一项,每月在一千担以上,以重量计,平均共有十万余斤。以每百斤三十六元之市价算,每月须耗洋三万六千余元。此外曲酒消耗,每月亦有数百缸。而一般餐馆及应酬中凤行之允丰正之黄酒,四月份达18000余元。由上列数字以观,是项消耗实足注意也”^[22]。抗战前,涪陵“全境酒交易量,最旺每年曾到二万至三万坛(每坛约合198公斤),约共合4800—7200吨”^{[15]83}。40年代中期,重庆“白酒销路最好,旺月每天可消耗白酒二万斤,淡月也可销一万斤”^{[10]38}。直到1949年,武胜县还能销售450吨^{[23]338},大足县销售525吨^{[24]482}。

总的来讲,除了个别时期以外,产酒量应与销酒量相当。因为酢房不可能大量存放陈货,销售又主要是在本省进行。如绵竹,“酢房一经制造出酒量,大都运销外县各酒肆店或本酢房之分号”;定税时,“以该酢房制造之酒量为销售之酒量”^②。由此我们可以说全省酒的销量与酒的产量应大致相当。1938年川酒产量为76497吨;1944年达到22万吨,为民国时期最高值;1949年为4.4万吨^{[25]35}。

除省内销售外,川酒还部分外销,包括省外销售和向国外出口。清末民初各省皆行厘金制,本省商品行销到外省均要抽收厘金,相当于一种地方保护主义;民国中期制定的酒税政策仍受其影响,规定酒

类过(省)境销售仍须重复纳税,因此川酒外销仍然很困难。剑南春、五粮液、泸州大曲在民国时期都曾零星售到省外,但数量不多,无从统计;抗战中,四川的允丰正、郎酒、泸州大曲在西南地区及上海等地都有部分销售,其比例约为5%。

川酒出口国外更少。1925—1927年,上海利川东货栈把宜宾“利川永”的5000斤杂粮酒运往美国旧金山、檀香山销售^[26]。据说,郎酒、泸州大曲也曾销到南洋。据1933年海关报告,川酒出口者仅130担,价值不过2300余元^[27]1-60。1935年7月,上海出口酒的价值17784元,1936年7月为18128元^[28];而1936年,重庆土酒出口2件、货值仅16.2元,万县出口土酒437件、货值11783.24元^③。

民国时期,国外的酒也销售到中国。1935年1—4月,重庆洋酒进口额为6573.03元^[29],万县作为活跃的商贸口岸,甚至以饮洋酒为时尚;1936年,重庆、万县两地进口洋酒5679件,货值91691.66元^④,但从总体上看洋酒对川酒的影响甚微。

二 销售方式

酒的销售方式,可以分别从生产方和销售商两方面来考察。

公卖制时期,无论生产方还是销售商,销酒颇受制约,包装要按规定进行,售价有政府限制。那时,更多的是采取官督商销的形式。废除公卖制后,酒的销售方式才逐渐灵活起来。生产方可自卖,也可委托代理商、零售商卖。

先说自卖。规模小的糟房一般都是坐等买主,因为他的注意力不在酒上,酒是副业,赚的钱补贴家用。因为税收和通胀的关系,这种酢房多亏损折本。如四川乐至县倪和兴等六户为此还于1943年发起请愿,“民等煮酒,原为农人副业,赚糟饲豕,图粪培农,并非通都大邑之酢户,专赖此营生,税率加重,销市又疲,折本甚巨。民等已无法可设”^[30]545。这类糟房还可用高粱换酒。

第二种是乡镇油糖杂货兼营之零售商。本为坐商,部分人前店后厂,开设糟房,全靠自己零售,这种糟房规模不大,生产全视销售情形而定。这种集生产、销售于一体的糟房在民国时期很普遍。宣汉“酢房零售批发兼营,既现金销售,也以酒换”^[31]303。梓潼酒商多系“前门开店,后门设厂的自产自销经营者”^[32]546。江安酿酒“向为私营烤制,在集镇多为油房兼糟房,称油糟房”^[33]337。隆昌“大川同酒厂店后

开厂,店前销售。经营白酒、红泡烧、绿豆酒,既做批发,又卖零售。元鑫酒厂也做批发和零售,专营‘五过二’白酒。两家酒厂经营特点都是坚守信誉,货真价实,保质保量,童叟无欺,包退包换。得到吃酒人好评。他们出产的酒,产不够销,获得巨大利益,两家都成为有一百多石租的富翁”^[34]61。叙永黄酒经营的方式主要有两种:“一是前店后厂,自产自销。业主本人,往往同时就是酿造黄酒的好手。也有的只管经营黄酒的销售,同时贩运出售外地曲酒和烧酒。由于过往行旅太多,叙永黄酒在本地就售销而空,基本上没有外运。至于本地人民消费饮用的黄酒,绝大多数是家自酿造”^[35]25。

第三种情形就是县城或乡镇的专业糟房。这种糟房规模稍大,生产的酒在本地小有名气,甚至和其它糟房的酒一起,已经成了区域名酒。江津白沙、永川松溉、荣昌、泸州的众多烧酒房,基本上都属于这一类型。因为产地的名气,或因为自身的质量较好,他们都只负责生产,销售仅限酒厂门口。如蓬安,1946年全县的酿酒作坊高达127家,其金溪(镇)夏酒,远近闻名^[36]226。遇到销售困难时,有些糟房也联合起来,共同找出路。如云阳,“民国时期,由酿房自产自销,批零兼营。本县滞销,则由数家酿房水运至巴东、宜昌、沙市等地销售”^[37]506。

第四类糟房不但生产,而且主动出击,自己设窗口销售。崇庆县“有些酿户还在成都、雅安、眉山开设有纯记酒庄、习记酒庄、永太和酒庄等”;牛皮乡长号酒厂最有名气,系姚兴顺于1916年开办,拥有酒窗十根,地窖200多个,年产30多万斤,不仅在县城衙门口和成都青石桥南街设庄,亦在郫县、温江、灌县等地趸售^[38]418。璧山飞扬酿酒公司在合川及重庆市磁器口设经营店,合川的叫“名利全”,磁器口经销店叫“白扬酒店”,生意兴隆^[39]216—217^[40]112。泸州的一些大酢坊,也纷纷在重庆设立行庄或者委托代理商销售自己的产品^[41]21。自设窗口可以掌握销售主动权,及时反馈信息,扩大本厂产品的影响,并可以通过销售环节调整生产。重庆允丰正在成都、泸州和万县设了三个外销窗口,成都年销8000余坛酒(每坛30斤)。郎酒也曾主动运往重庆、贵阳销售。

此外,与酒精厂约定销售也是普通糟房的销售方式之一。为保证酒精工业的原料供应,1943年7月,国民政府规定,凡有合同、定向供给酒精厂之土酒可免征非常时期之加征五成税额^⑤。因酒精厂采

购量大,普通糟房乐于采取此种销售方式。抗战中,成渝公路沿线和沱江结合地带,政府和民间办了多家酒精厂,除了蔗糖外,酒也可作为酒精的原料,“成本虽较高,可是因为需要的关系,还是值得制造”^{[42]286}。烧酒与蔗糖因价格、产量相互影响,在酒精厂的原料采购环节,起着此消彼长的作用。到1945年,成渝沿线酒厂大部分都向酒精厂销售,“资中、内江为酒精厂最多之区,故其酒产大部分即就地供给酒精厂,少数供市场之用……荣昌输出之酒销往内江者约占十分之六,销往永川及泸县者各约占十分之二,均供酒精厂应用。隆昌酒有十分之八供内江及泸县二地之酒精厂用,在产地零售者只约占十分之二。富顺的酒产有十分之七销内江及泸县的酒精厂,销本地者只十分之三……泸县、永川、江津及巴县境内如今均有酒精厂,故其酒产即大多数就地供应……江津及巴县的酒产供酒精厂使用者至少占十分之八。沿江各重要口岸均有酒精厂的收购站”^{[43]68}。

除了糟房自产自销外,酒类产品就得依靠流通领域的商人来销售。从现代的意义讲,生产商赚取生产和品牌的利润,销售商获取流通领域的利润。民国时期,像盐茶一样,酒业也自有其销售商。

以万县酒类销售为例^{[44]227-228},大体可分为三个时期。第一时期是1929年以前,为酒类公卖分栈(兼具酒税征收及酒类分销功能)或粮油行栈统销时期。所有销出县外和调入县内的酒,均通过粮油行栈交易,或委托其代购或代销。这有点类似于今天的物流商。1932年,花林春老板包砚儒首开福利酒行,经营酒的批发,日进销酒约60余挑,多至上百挑。凡涉县外销酒时,仍在粮油行栈中进行。当时各县运输路途情况不熟,运距越远,风险越大。第二个时期为酒行专营时期。所谓专营,就是只卖酒。1937年,万县酒的交易情形颇为活跃,“河道方面,所运来之江津酒,少则百余坛(每坛四百余斤),多至二千坛。除本市销售外,仍分售各地。本年则以开县销售最多,云阳、奉节、巫溪、开江等地次之。致湖北巴东,亦到万购酒者。盖由起运之酒,可由水道木船运输。即开县亦有小河可通”,“近一二年内三马路一带之批发酒庄,皆应运而生矣”^[45]。这时期地方行栈还存在,但主要承担物流作用,有些地方的行栈直接发展为运商。如叙永县,“经营酒类的坐商和行商从运商处进货,既受政府和商会的领导,又受行

会和帮会的约束”^{[46]317}。大约在1941年以后,万县先后成立了万新酒行、大同酒行、洪兴酒行、复和酒行、祝玉堂酒行、金泉酒行、永记酒行等多家专业行号,均为合资经营。各酒行除对县内零售酒店开展批发外,均直接组织对外推销白酒。第三时期为抗战后,酒类经营完全放开。1947年,万县酒类有行栈代营3家,专营批发业务3家,批零兼营57家,零售酒店41家;1949年有专营酒号27家,兼营酒业67家。

除了行栈(主要是物流作用)外,上述仍是以坐商为主,酒类行商也不少。有些地产酒好卖,酒商便会主动求购。璧山飞扬酒业名气很大,铜梁、大足、江津等邻县长期订货^{[39]216-217}。江津、犍为等主产区更是如此。抗战中,泸州大曲畅销,销售商争相订货,先付全额货款;有运销商在重庆开号设店,转贩川北、川东及汉口、上海、宜昌、河市等地^{[8]285-286}。邛崃“赛茅台销路最广,各地来邛运售”^[47]。犍为“每届上年春夏之间,即由商贩或外地士绅至本县采购”^[20]。1921年,南充有酒行4家;1941年,南充酒业同业公会会员109人,青居信义长商中号、李渡乡赵唤如、龙门场龙腾渊均为县内大酒商;1945年,南充酒商达140多家,年销白酒12.94万公斤^{[48]377}。綦江县,“所售白酒,多数购于江津白沙……抗战期间,县城有酒商号25家(多数为糖烟酒兼营),小酒馆46家。年进销江津白酒50余万市斤,泸州散装曲酒2-3万市斤,还有少量贵州茅台酒”^{[49]413}。

抗战时期,因物价波动频繁,酒精厂大量收购,及糖蜜的相互影响,造成了酒类价格波动频繁,有些酒商认为有机可乘,做起了酒的期货。1942年8月,荣昌安富镇,“烧酒交易颇盛,内江泸县等地酒精厂,贮购原料。酒商经纪,来此采购,成交约20万斤。价每百斤580-600元不等。有九、十月份期货。九月份起酒税增高,存底甚薄,势仍看涨。糟房帮实行增产,争购原料,故市面筹码缺乏,资金流转,甚感困难”^[50]。到10月,“因内江各酒精厂在此(荣昌)进货甚多,酒价逐步上涨,开盘6600元,收盘7400元,成交约100万元。闻泸县酒精厂亦拟在此进货,故行情看涨”^[51]。11月,“将来行情涨跌以内江帮是否出手为断”^[52]。一幅活生生的酒类期货交易画面跃然纸上。内江酒商余长河、张硕欣等卖预酒18万斤给内江资源委员会,但因当时并未在荣昌购酒,至1945年1、2月份,酒价猛涨,亏蚀太大,无

法交货,张硕欣被迫潜逃,“目前内(江)市卖预货之酒商,因后来酒价高涨,均吃亏非浅”^[53],看来做酒类期货的不止余、张二人。重庆早期还有酒类经纪人,“说到重庆酒场(在铜罐驿)交易形式,可说是很自由的,过去还有经纪人从中说合。现在,在全重庆,只能寻得到一个周宪章。可是佣金很低”^{[10]39}。经纪人、期货、预付部分或全额货款、分销体系等现象,民国时期在其它行业也不多见,其在酒业销售中的出现,有利于酒类交易的活跃和发展,对促进酒类生产规模扩大、产品质量的提高以及刺激新的生产方式的产生均发挥了积极作用。

除了城里,农村还有小贩担酒流动贩卖者,为数不少^{[54]480},甚至道路旁“还有卖杯杯酒的冷酒店,以炒花生、炒胡豆、豆腐干、烧腊佐酒”^{[37]506}。

正因为经营酒业有利可图,民国时期其它行业的资本不断向酒业转移。20世纪30年代,重庆允丰正股份公司20个发起股东中,11人来自盐号,3人来自金融业,占总股本的2/3,其余来自酒业、山货业、律师及市商会。1940年,大川酒行成立时,股本200万元,其中38个股东来自银行、商业、建筑、医院、会计等行业,而以银行、商业背景为主^[55]。

这些专业酒商单个规模有多大呢?以犍为、乐山、重庆、泸州等地酒商为例进行分析。犍为1934年有50余家,外销2000余担,资本总额120万元,平均每家2.4万元^[20]。1942年,重庆酒商455家,资本1953170元^[56],平均每家才4292元(似乎有些偏低)。1943年,泸州40家,平均每家16万元^[57],仅相当于1937年的1280元,不过在泸县统计的47个行商中,仍列第3位(低于九河材山、煤炭)。1944年,邛崃40家,总资本4087500元,平均每家10万元^[47],也仅相当于1937年的800元。1945年,万县50家,资本140万元,平均每家2.8万元^[58],仅相当于1937年的224元。考虑到通胀因素,三地酒商规模相当,惟泸州稍大。富顺寇敬臣是当地“有名的酿酒兼营油房业大商。天长日久,获利颇丰,成为拥有5000多万元资本的大富商”^{[59]22}。

酒类物流商、批发商、零售商、流动小贩的出现,有力地推动了酒类的销售,促进酒业的生产和流通。销售商就是渠道商,渠道领域的变化必将带来生产领域的深层变革。销售环节的分工,可充分反映市场的竞争需求及消费者的潜在需求,生产商则可以更专门地把精力放在提高产量和质量上。专业销售

商的出现,是酒业壮大的表现,也是酒业领域深层次的分工合作的反映。

生产方和销售商不同层次、不同形式的销售行为反映了民国四川酒业充分发展、竞争激烈的态势。其主动与被动销售的种种手段,仍然为今天的酒类及其它行业所运用。生产方主动参与竞争的情况,在绵竹酒业销售中有所反映。民国中期,绵竹酒坊多,竞争激烈,有的酢房派员到外地推销,“有人订货,即写信回店,由店派人运酒到订货人处,方算成交。一切风险,均由店中负之”^[60]。看来,厂家并不是“酒香不怕巷子深”,要承担运输及买主不付款的风险。为了求得生存,厂家只有在质量上狠下功夫,泸州酿酒业“作坊主之间竞争非常激烈,一个个在制作工艺和质量上精益求精,不断提高曲酒的品质。这些作坊还纷纷在重庆设立行庄,或委托代理商,销售自己产品”^[61]。当时大曲酒外销重庆约占五成,抗战期间大曲酒的年产量在800吨以上^{[8]287[61]9},其重庆销量可想而知。酒类行商、坐商主动订货甚至预付全额货款的行为,酒类期货、经纪人的出现,作为酒精主要原料与糖蜜的相互竞争,更促使酒类行业的竞争加剧,销售范围进一步扩大,产品质量大幅提高。生产方和销售商互相影响,良性循环,共同促进了行业的进步,这种情况在民国手工业中并不多见,说明酿酒业在民国四川是一个充分发展、竞争激烈的行业。

三 广告、促销与获奖

民国时期一些大的糟房,充分重视销售,并开始为其产品做广告。泸州老窖的酒史陈列室,珍藏着一只泸州爱仁堂酒瓶,上面刻有“爱仁堂,三百余年老窖曲酒厂”的文字,就是为了以老字号的名义招徕顾客。爱仁堂创建于道光时期,到此时刚近百年^⑥,何来三百年老窖?可见已有虚假广告的嫌疑。早在1916年春,温永盛就将其在巴拿马博览会获得的金奖奖状扎彩悬挂在酒坊门口,任人瞻仰,既庆祝也作宣传,足足威风了三个月。回沙郎酒亦宣称:“饮后脉通血和,不致口渴头疼,是宴会珍品”;雷绍清的郎酒瓶则突出“郎酒”两字,并有“取二郎滩优质官井泉水,优质本地高粱、小麦作原料”的文字说明^{[62]22}。宜宾长发升则标榜是明代老窖,独家生产^[63]。邛崃赛茅台的广告是“大全烧房窖老,开设三百余年,今又重新整顿,比前精益求精”^{[64]116},强调其酒的历史、工艺和优良品质。30年代,万县绿花林春酒厂

为提高其新产桔精酒的销量,在《川东日报》上刊登广告,号称“经中央卫生试验所化验为各界旅行、赠送之常饮圣品”^{[44]229}。

民国时期酒类有了初步的促销。泸州爱仁堂生产的花果酒是秘方酿造的新产品,芳香四溢,甘爽可口,老幼皆宜。起初,为了打开销路,店方贱卖广州的沉香丸(消饱胀),深受顾客欢迎,还在门口摆上小吃摊,目的是为花果酒招揽生意^{[65]82,84}。这种售卖相关产品的做法称为关联促销,今天仍然大行其道。邓子均生产出初期的五粮液后,销售效果并不理想,于是他便多方请人品尝,以扩大影响,“五粮液”之得名就是他免费请人品尝的结果^{[66]162}。此即今天之口碑效应。

早在1907年,泸州的玫瑰酒和绵州酒就参加了成都实业劝工会展览^[67]。泸州大曲于1915年获巴拿马—太平洋(旧金山)国际博览会金奖,这是我国传统白酒首获国际金奖(同时获奖的白酒还有茅台、汾酒、西凤酒);其后国内屡次获奖^{[61]13}。绵竹大曲也获奖无数^{[68]36}。1932年,四川省第十一次劝业会共有23种酒获奖:特等奖2名,一等奖13名,二等奖7名,三等奖1名^{[69]13},尤以川南和绵竹最显著,凸显了两地酒业的重要地位。各种酒类产品获奖,证明产品得到了公认,对于提高产品知名度、扩大营销范围有很大帮助。如邛崃赛茅台,就因为其名称沾了“茅台”的光(这侵犯了知识产权,在今天是不允许的),就使其酒价长期居高不下。泸州大曲对巴拿马博览会的获奖宣传,大大提高了其产品的知名度,使得三四十年代泸州曲酒成了重庆、全川乃至全国

曲酒市场的绝对主角,泸州酒在全国的领导地位可以说就是从这次获奖开始的。

随着抗战时期酒业的发展和消费需求的扩大,四川一批为消费者熟知、享有较高声誉的名牌酒诞生了,如温永盛、爱仁堂、郎酒、绵竹大曲、五粮液、允丰正、绿花林春、谭氏百花露酒等,今天川内的“六朵金花”其中有四朵在民国时期已花开正艳。

综上所述,民国时期,四川传统酿酒业不仅生产方面发展较快,而且在销售推广方面也有积极的作为,在全省形成了几个主要的酒类销售市场,主产区同时也是主销区,酒的名气越大,销售范围越广,四川因战时经济的繁荣及国防的需要而成为酒的消费大省。各类酢房根据自身规模大小,采取了坐等买主上门、以销定产、前店后厂、与酒精厂约定销售等不同的销售方式,有的酒厂还主动派员外出联系销售,甚至还在外地自设销售窗口,而各类形式的物流商、坐商、行商、零售商、流动小贩及酒类期货的出现,更有力地推动了四川酒类的生产与流通。一些酒厂及酢房开始注重品牌、包装,广泛参与各类评奖,有些还在报纸或包装上刊登宣传广告,并有了初步的酒类促销。现代经济中的销售形式及手段,基本上都在民国四川酿酒业中出现了,这些均充分说明了民国川酒的活跃与发展。所有这些广告及促销行为进一步促进了酒类销售,扩大了厂家的知名度,增加了川酒的影响力。在此基础上,一批四川名酒得以产生或成长起来。

注释

①清末《金堂县乡土志·商务》,转引自参考文献[18]。

②四川省政府财政厅《四川省现行财政法规汇编:财政类》,1938年,第98-99页,四川省档案馆收藏。再如南充,也是把产量计为销量。见南充市档案馆:全宗号M5-1,卷号19,第60页。

③四川省地方税局《民国二十五年(1936年)四川省进出口货物量值及其税款统计》,四川省档案馆收藏。有关1912-1930年的酒类进出口数据,参考杨大金《近代中国实业通志》之《制造业》,台湾学生书局1976年版,第430-431页。1932-1936年酒类出口数据,见罗敦伟《十年来的中国工业》,沈云龙主编《近代中国史料丛刊续编》第9辑,台湾文海出版社1977年版。

④四川省地方税局《民国二十五年四川省进出口货物量值及其税款统计》,四川省档案馆收藏。

⑤“财政部川康区税务局雅安分局1943年7月30日训令及其附件:修正管理酒精厂提制酒精用酒条例”,四川省档案馆:全宗号民国209,卷号48。

⑥据称:“爱仁堂的创始人是刘子修之父,原是一个走方郎中,由宜宾迁泸州定居后,于清道光年间,开始经营大曲酒业。”见刘志翔《泸州花酒店爱人堂》,四川省泸州市政协文史资料委员会编《泸州文史资料选辑》第1辑,1989年,第81页。

参考文献:

[1]四川省新津县志编纂委员会.新津县志[M].成都:四川人民出版社,1989.

- [2]四川省仁寿县志编纂委员会.仁寿县志[M].成都:四川人民出版社,1990.
- [3]四川省蓬溪县志编纂委员会.蓬溪县志[M].成都:四川辞书出版社,1995.
- [4]江津调查[J].四川经济月刊,1936,6(6):17-18.
- [5]犍为酒业概况[J].四川经济月刊,1934,2(6):省内经济,14.
- [6]苏亦农.绵竹县的特产酒、菸、煤[J].四川经济季刊,1945,2(3):296.
- [7]屈重容,汤天锡.解放前泸州大曲概述[G]//四川省政协文史资料委员会.四川文史资料集粹:第三编工商经济编.成都:四川人民出版社,1996.
- [8]《当代四川》丛书编辑部.酒城泸州[M].成都:四川人民出版社,2000.
- [9]江津卅一年出口土产数量表[J].经济商业调查月刊,1943,35:5.
- [10]傅润华,汤约生.陪都工商年鉴:第五编民生工商业[M].重庆:文信书局,1945.
- [11]平汉铁路经济调查组.万县经济调查[G]//平汉丛刊:第3种.1937.
- [12]田永秀.川东经济中心—万县在近代之崛起[J].重庆师范学院学报(哲社版),1998,(4).
- [13]四川省万县志编纂委员会.万县志[M].成都:四川辞书出版社,1995.
- [14]万市商业之鸟瞰[J].四川经济月刊,1934,2(5).
- [15]平汉铁路经济调查组.涪陵经济调查[G]//平汉丛刊:第3种.1937.
- [16]刘吉丙.三十三年四川之商业[J].四川经济季刊,1945,2(2):77.
- [17]四川省经济调查报告[M].1941.台湾:影印,1976.
- [18]谢放.清末民初四川农村商品经济与社会变迁[J].四川大学学报(哲社版),1990,(4):44.
- [19]内江特产产销概况表[J].四川月报,1934,5(6):99.
- [20]犍为商业概况:酒帮[J].四川月报,1934,5(5):107.
- [21]四川各县经济调查之一般:成都商业[J].四川经济月刊,1935,4(4):调查,11.
- [22]重庆市酒类之销售量[J].四川月报,1938,12(5-6):196.
- [23]四川省武胜县志编纂委员会.武胜县志[M].重庆:重庆出版社,1994.
- [24]四川省大足县志编纂委员会.大足县志[M].北京:方志出版社,1996.
- [25]肖俊生.民国时期四川的酒业与酒政[D].成都:四川大学博士学位论文,2008.
- [26]龚咏棠,黄国光.中国名酒五粮液[G]//四川省政协文史资料委员会.四川文史资料集粹:第三编经济工商编[M].成都:四川人民出版社,1996.
- [27]甘绩镛.四川防区制时代的财政税收[G]//重庆市政协文史资料委员会.重庆文史资料选辑:第8辑.1980.
- [28]我国国际贸易进出口数值[J].四川经济月刊,1936,6(4):中外经济资料,45.
- [29]重庆1936年1—4月洋酒进口数量及价值[M].四川月报,1936,8(5):119.
- [30]中国第二历史档案馆.中华民国史档案资料汇编:第二辑第二编财政(二)[G].南京:江苏古籍出版社,1994.
- [31]四川省宣汉县志编纂委员会.宣汉县志[M].成都:西南财经大学出版社,1994.
- [32]四川省梓潼县志编纂委员会.梓潼县志[M].北京:方志出版社,1999.
- [33]四川省江安县志编纂委员会.江安县志[M].北京:方志出版社,1998.
- [34]曾令文.享有盛名的隆昌白酒[G]//四川省隆昌县政协文史资料委员会.隆昌文史资料选辑:第11辑.1992.
- [35]叙永经济史话[G]//四川省叙永县政协文史资料委员会.叙永县文史资料选辑:第16辑.1993.
- [36]四川省蓬安县志编纂委员会.蓬安县志[M].成都:四川辞书出版社,1994.
- [37]四川省云阳县志编纂委员会.云阳县志[M].成都:四川人民出版社,1999.
- [38]四川省崇庆县志编纂委员会.崇庆县志[M].成都:四川人民出版社,1991.
- [39]四川省璧山县志编纂委员会.璧山县志[M].成都:四川人民出版社,1996.
- [40]贺华.璧山飞扬酿酒公司[G]//四川省璧山县政协文史资料委员会.璧山文史资料选辑:第2辑.1989.
- [41]郭来虎.中国第一窖[M].北京:中国工人出版社,2000.
- [42]中国第二历史档案馆.中华民国史档案资料汇编:第五辑第三编财政经济(三)[G].南京:江苏古籍出版社,1994.
- [43]四川省银行经济研究处.成渝路区之经济地理与经济建设[M].1945.
- [44]万县商业局.万县商业志[M].万县:万县日报社,1991.
- [45]万县酒业发达[J].四川经济月刊,1937,7(3):四川经济,62.
- [46]四川省叙永县志编纂委员会.叙永县志[M].北京:方志出版社,1998.

- [47]吴健生. 邛崃经济概况[J]. 四川经济季刊, 1944, 1(2): 367.
- [48]四川省南充县志编纂委员会. 南充县志[M]. 成都: 四川人民出版社, 1993.
- [49]四川省綦江县志编纂委员会. 綦江县志[M]. 成都: 西南交通大学出版社, 1991.
- [50]本月各地市况概要[J]. 经济商业调查月刊, 1942, 28: 4.
- [51]商业市况[J]. 经济商业调查月刊, 1942, 30: 4.
- [52]商业市况[J]. 经济商业调查月刊, 1942, 31: 2.
- [53]朱吉礼. 1945年1、2月份内江经济动态[J]. 四川经济季刊, 1945, 2(3): 333.
- [54]四川省广安县志编纂委员会. 广安县志[M]. 成都: 四川人民出版社, 1994.
- [55]肖俊生. 民国时期四川的酒业资本与经营管理[J]. 四川师范大学学报(社会科学版), 2008, (3): 105-107.
- [56]谭熙鸿. 十年来中国之经济(1936—1945)(中册): 十年来之商业[G]//沈云龙. 近代中国史料丛刊续编: 第9辑. 台北: 台湾文海出版社, 1977.
- [57]冯裕贵. 泸县商业概况调查表[J]. 四川经济季刊, 1943, 1(1): 382.
- [58]宋之豪. 万县经济概况[J]. 四川经济季刊, 1945, 2(2): 290.
- [59]刘仁德. 建国前富顺城内的大商家[G]//四川省富顺县政协文史资料委员会. 富顺文史资料选辑: 第4辑. 1990.
- [60]廖皓龄. 绵竹大曲酒之调查与研究[J]. 中农月刊, 1940, 1(4).
- [61]屈重容. 泸州大曲酒发展简史[G]//四川省泸州市政协文史资料委员会. 泸州文史资料选辑: 第16辑. 1989.
- [62]王思铁. 郎酒史话[M]. 成都: 巴蜀书社, 1987.
- [63]骆凤文. “五粮液”酒史文物之一——长发升酒物[J]. 川南文博, 1986, (1): 20-21.
- [64]乔其能, 徐叔光. 文君酒溢四海香[G]//四川省邛崃县政协文史资料委员会. 邛崃文史资料: 第1辑. 1987.
- [65]刘志翔. 泸州花酒店爱人堂[G]//四川省泸州市政协文史资料委员会. 泸州市文史资料选辑: 第16辑. 1989.
- [66]宜宾市文史办. 宜宾五粮液与邓子均[G]//四川省宜宾市政协文史资料委员会. 宜宾文史资料选辑: 第16辑. 1989.
- [67]鲜于浩. 清末成都实业劝工会[J]. 四川文物, 1993, (2).
- [68]张昌文. 绵竹酒[G]//四川省德阳市政协文史资料委员会. 德阳文史资料: 第1辑. 1984.
- [69]四川省第11次劝业会得奖统计表[J]. 四川省建设公报, 1932, (4).

Traditional Sichuan Alcohol Sale and Market During the Republic of China

XIAO Jun-sheng

(History Institute, Sichuan Provincial Academy of Social Sciences, Chengdu 610071, China)

Abstract: During the Republic of China, the traditional Sichuan alcohol trade not just develops rapidly in production, but also achieves a great deal in sale and publicity. Sichuan witnesses the formation of several principal alcohol sale markets and becomes a major province of alcohol consumers because of the war-time economy prosperity and the national defence need. The permeation of commercial capital and capital from other trades through alcohol trade further promotes the sale and market of traditional Sichuan alcohol with enhanced notability of the producers and increased influence of Sichuan alcohol, and on this base several famous brands of Sichuan alcohol come into being and develop.

Key words: national history of economy during the Republic of China; Sichuan; traditional alcohol brand

[责任编辑: 凌兴珍]