

Doi:10.11835/j.issn.1008-5831.rw.2024.01.003

欢迎按以下格式引用:陈晋文.民国时期自行车与城市社会生活方式变迁研究(1927—1936)[J].重庆大学学报(社会科学版),2024(1):179-190. Doi:10.11835/j.issn.1008-5831.rw.2024.01.003.

Citation Format: CHEN Jinwen. Bicycle and the change of urban social lifestyle in the period of the Republic of China (1927 - 1936) [J]. Journal of Chongqing University (Social Science Edition), 2024(1): 179-190. Doi: 10.11835/j.issn.1008-5831.rw.2024.01.003.



民国时期自行车与城市社会 生活方式变迁研究(1927—1936)

陈晋文

(北京工商大学 马克思主义学院,北京 100048)

摘要:民国时期是中国近代社会的转型时期,各种西方消费品纷纷进入中国。西方先进的新式交通工具传入中国后,不仅改变了旧式交通工具的主导地位,也带来了传统社会观念与消费风尚的悄然变化。随着城市道路与交通设施的逐渐完善,自行车作为城市交通工具开始流行,不仅使人们的出行更加快捷、舒适、方便,而且产生了一系列的社会文化效应。那些有能力消费的社会阶层,把自行车当作日常生活的重要交通工具,同时也是一种社会身份的象征。自行车也被有限地投入公用,成为邮差等部门的交通工具,提高了工作效率。自行车的进口,也促使自行车民族工业的发展,尽管产品仿制的过程在外来自行车的冲击下依然艰难。西方器物的进口,产生的文化冲击效应是非常直接的,不仅仅是外在改变了中国传统交通工具,促进新行业的兴起,而且带来深层次的变化。这种消费品的供给,满足了经济发达城市市民的生活需求,提高了生活质量,也给人们的社会生活带来影响。自行车可以视为一种物质文化符号,在传播过程中,自行车从奢侈品到逐渐融入日常百姓的社会生活之中,最后成了中国人特别喜爱的交通工具,是近代中国社会文化演变的缩影。

关键词:民国时期;自行车;近代交通;社会生活方式

中图分类号:K25 **文献标志码:**A **文章编号:**1008-5831(2024)01-0179-12

自行车传入中国后,国人最初的心态是拒绝、疑惧,在经过一定的时间后开始接受、仿制,随后则是普及与流行,成为最常见的代步工具。这种轻便的交通工具带给人们的不仅仅是出行的快捷、便利,也对人们的生活方式与态度等产生了潜移默化的影响,尤其是对中国城市的社会生活产生了

作者简介:陈晋文,博士,北京工商大学马克思主义学院教授,Email:chenjw@th.btbu.edu。

重要的影响。“通过物质文化认识历史,通过消费品来认识普通人的日常生活世界”,这是分析中国近代历史发展的一个极其重要的视角^①。本文以民国时期(1927—1936年)自行车在近代中国的普及为切入点,通过其对社会各阶层生活的影响及人们观念的变化,分析自行车从传入到普及产生的社会文化效应。自行车的进口,不仅满足了当时中产以上阶层的消费需求,而且对人们的消费观念也有一定影响,城市的生活节奏和市民生活状态都因为拥有自行车而产生新的变化。

在国内的相关研究中,自行车的发展史逐渐被人重视,并产生一些有价值的研究著述。闵杰负责撰写的《近代中国社会文化变迁录》第二卷“自行车渐成交通工具”一节,根据近代报刊上有关自行车的文章,梳理了自行车传入中国的历史脉络^{[1]186-193},概述了自行车的传入状况、租售、购买以及名称等的变化,实际是一个自行车知识的普及^[2]。方平等以上海为中心地区,对自行车传入后,人们的各种反应以及使用中所引起的社会治安和交通管理等问题进行了探讨^[3]。李长莉则分析了近代交通工具进步对人们生活的影响及由此带来的社会文化效应^[4]。闫杰和彭国强对近代中国自行车骑行的名人、群体、女性群体进行了分析^[5]。以自行车研究的著作来讲,比较早的是刘善龄的《西洋风:西洋发明在中国》,该书简要勾勒了自行车引入中国并逐渐普及的历史^[6]。其他涉及自行车历史的著作主要有:王瑞芳的《近代中国的新式交通》,董增刚的《从老式车马舟桥到新式交通工具》,张久英的《老自行车——说车赏车》,万亚军、蒙睿《自行车旅游起源、现状及发展趋势分析》^②。从国外的相关研究来看,关于中国与自行车的主要研究成果有:德国学者阿米尔·莫哈达斯·伊斯法哈尼(Amir Moghaddass Esfehani)的《远途跋涉至中国:作为舶来文化技术自行车的挪用》(The Bicycle's Long Way to China: The Appropriation of Cycling as a Foreign Cultural Technique),主要梳理了近代百年中国自行车的传播历史^③。2007年,冯客所著的《洋货:现代物件和中国的日常生活》(Exotic Commodities: Modern Objects and Everyday Life in China)由哥伦比亚大学出版社出版,其中有一章运用丰富的第一手资料,对19世纪末至1949年的中国自行车历史作了一番概述^④。近年来比较重要的一篇关于自行车的文章是路康乐的《中国的自行车:一部自行车在中国的历史》(Cycles of Cathay: A History of the Bicycle in China),结合中国社会经济的变迁,探讨自行车在中国的演变及其社会影响^⑤。国外其他关于自行车的代表性著作有:史密斯的《欢乐轮转:一部自行车的社会史》(Robert A. Smith, Merry Wheels and Spokes of Steel: A Social History of the Bicycle, San Bernardino: Borgo Press, 1995);毕克尔的《自行车、酚醛塑料、白炽灯:关于社会技术变革理论的研究》(Wiebe E. Bijker, Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change, The MIT Press, 1997);海列莱因的《自行车:一项技术的

①仲伟民《全球化、成瘾性消费品与近代世界的形成》(《学术界》,2019年第3期第90页);熊月之《西物东渐与历史研究语域的拓展》(《学术月刊》,2010年第11期)也提出,要注重器物文化史的研究,“近代中国新器物的输入、仿造并广泛使用,引起了日用百货、经济结构、思想观念、风俗习惯等方面的变化,如果能以小见大,则西物东渐研究不一定就导致历史研究的碎片化问题,反而可以拓展语域空间”。

②王瑞芳《近代中国的新式交通》(人民文学出版社,2006年版);董增刚《从老式车马舟桥到新式交通工具》(四川人民出版社,2003年版);张久英《老自行车——说车赏车》(辽宁画报出版社,2007年版);万亚军、蒙睿《自行车旅游起源、现状及发展趋势分析》(《太原大学学报》,2009年第2期)。

③Amir Moghaddass Esfehani. The Bicycle's Long Way to China: the Appropriation of Cycling as a Foreign Cultural Technique. Andrew Ritchie and Rob van der Plas, Eds, Cycle History 13. Proceedings, 13th International Cycling History Conference. San Francisco: Van der Plas Publications 2003:94-102.

④Frank Dikotter. Exotic Commodities: Modern Objects and Everyday Life in China. New York: Columbia University Press, 2007.

⑤Transfers: Interdisciplinary Journal of Mobility Studies, in Volume 2 (2012): Issue 2 (Jun 2012).

一生传奇》(Mark L. Hineline, *Bicycle: The Life Story of a Technology*, Greenwood Publishing Group, 2007)等。以自行车为代表的西来之物作为器物文化的重要研究对象,近些年来在国内越来越引起人们的关注,人们在研究中不仅注重器物的生产与销售、运用,更注重器物所反映的时代背景、社会变化,以及东西方文化的冲突与融合^[7]。

研究近代中国自行车比较深入和成果比较多的是上海的徐涛,他先后发表了诸多相关论文与著作,如《自行车普及与近代上海社会》《上海民族自行车产业研究(1897—1949)》^⑥。其在博士论文基础上出版的《自行车与近代中国(1868—1949年)》,则以相关档案资料为基础,综合其他史料,对自行车进口状况、自行车同业组织、自行车营生群体以及自行车的管理等问题进行了比较全面的研究^⑦。但因为时间跨度比较大,对自行车在民国时期开始普及的状况尚未深入研究。本文拟对民国时期(1927—1936)自行车的进口及其消费展开更深入的微观研究,以反映新式交通工具变革对当时人们生活产生的影响。

一、晚清时期的自行车引进

在近代中国,自行车的称呼有多种说法^⑧。自行车1868年已传入中国,当时的自行车几乎全是从外国进口的,人们都称其为“洋车”,这个称呼一直延续。晚清传入的自行车为木制,由于性能不佳,再加上当时的道路不平坦,这种老式自行车没有广泛流行。1868年出使伦敦的张德彝在《欧美游记》中描述了他所见的自行车:“前后各一轮,一大一小,大者二尺,小者一尺,上坐一人,弦上轮转,足动首摇,其手自按机轴,而前推后曳,左右顾视,趣甚。”张德彝在巴黎日记中又写道:“见游人有骑两轮自行车者,西名曰‘威姿希兆达’,造以钢铁,前轮大,后轮小,上横一梁。大轮上放横舵,轴藏关键,人坐梁上,两手扶舵,足踏轴端,机动驰行,疾于奔马。梁尾有放小箱以盛行李者也。”^[8]1876年葛元煦在《沪游杂记》里记载:“车式前后两轮,中嵌坐垫。前轮两旁设铁条踏蹬一,上置扶手横木一。若用时,骑坐其中,以两足踏蹬,运转如飞。两手握横木,使两臂撑起,如挑沙袋走索之状,不致倾跌。”^[9]根据以上材料来看,晚清时期的自行车有两种式样:“一种是一轮在前,一轮在后,人用两脚尖点地,引轮而发。另一种也是前后两轮,人用脚踩前轮旁的铁条脚蹬,靠其惯性行走。以后种为多。”^[10]这时人们对自行车的认识就是省力而速,《万国公报》刊文说:“而自身筋骨活动舒畅与步行颇为省力而速。”^[11]自行车“体小而灵”,“仅以两足之力”而行,欲速则速,欲止则止,欲东则东之,欲西则西之,大街小巷,皆能通行,既灵巧又方便^[12]。链条和充气轮胎的出现,使自行车能够平稳行驶并且有了安全保障。自行车的这些优点,引起了国人的关注与兴趣。

自行车最早传入中国,数量较少,价格昂贵,且骑车需要掌握一定的技巧,因而骑行者多为西人或少数得风气之先的国人。清末时期,自行车主要从海外进口。以上海为例,1903年进口自行车657辆,1906年进口917辆,1907年则进口了1417辆^⑨。最早骑行自行车的群体大致分为三类:第

⑥徐涛《自行车普及与近代上海社会》(《史林》2007年第1期);《上海民族自行车产业研究(1897—1949)》(《社会科学》,2007年第11期);徐涛、张加富《近代上海的自行车行》(《史林》,2012年第4期)。

⑦徐涛《自行车与近代中国(1868—1949年)》(上海人民出版社,2015年版第3—11页)。

⑧自行车进入中国之初,大致有“自行车”“自转车”“脚踏车”“踏车”“自由车”多种指称,名称不固定,以“自行车”“脚踏车”“自由车”为多。

⑨中国第二历史档案馆、中国海关总署办公厅编《中国旧海关史料(1859—1948年)》(京华出版社,2001年版第39册543页、第43册457页、第45册475页)。关于自行车进口数量的统计数据在1903年《上海海关统计表》中首次出现,且历年数据不全。转引自徐涛《上海民族自行车产业研究(1897—1949)》(《社会科学》,2007年第11期第164—173页)。

一类是来华的外国人、教徒。如,1897年《益闻录》记载:在京师,法国医生马君,于十月初十日赴宣武门养病院治病,“坐脚踏车展轮而行”^[13]。1898年《申报》称:“脚踏车之制不知起自何时,近数年来,沪上寓居西人多喜习此,每日黄浦滩一带,此往彼来,有如梭织,得心应手,驰骤自就。”^[14]第二类是有留学背景的工商界人士、知识分子与学生群体,在国外读书期间就学会并喜欢骑自行车,回国以后继续保持这个习惯。第三类则是一些有钱有势的士绅巨贾家中的纨绔子弟,或一些浮薄的少年,为追逐洋货的时尚购置自行车^[15]。1899年,苏州“某少年短衣窄袖,脚踏快车,如飞而至”^[16]。自行车那时并不是作为交通工具来使用的,而是一种炫耀的奢侈品,连溥仪皇帝也把它当作新奇的西方玩意儿在宫内骑行。而“这种不顾身分礼法,一味追求新鲜时髦的行径,当然会被一些习惯坐轿子的人指责为崇洋媚外。”^[17]清末的《竹枝词》是这样描述的:“臀高肩耸目无斜,大似鞠躬敬有加。噤叭一声人急避,后边来了自行车。”^[18]由于自行车性能改进,骑行之人日渐增多,1898年《申报》发表社论称:脚踏车将来必定流行。清末时有人记载北京自行车骑行的情况:由于城内外道路改修,骑自行车者有逐渐增多的趋势。不过,那时自行车除了自家购买外,也有一些是租赁的方式。“经营自行车买卖及租赁者有三四家,一日租金为一元左右。”^[19]虽然自行车可以日行三四百里,给人们的外出带来便利,但是,由于多种因素的限制,自行车骑行尚未普及,只有那些达官贵人才可能去消费,自行车是一种奢侈品。

关于当时自行车的售价。一种说法是,1900—1920年,20年内上海进口自行车的平均单价维持在40两关银上下,按照白银与银元的比价大致按照1:1.5计算,40两关银折合银元大约60元^[20]^[31]。另一种说法,1901—1907年间,自行车的价格一直在80元上下浮动^[1]^[90]。不管哪一种说法,这一时期自行车的价格大约是60~80元左右。这个价位,相当于今天一辆中档汽车的价格,按当时的消费水平,就是一种昂贵的消费品。在这个时期,自行车不仅在上海等通商口岸城市增多,即便在一些内地城市也开始出现。“1904年,成都市内仅有7辆自行车,其中3辆车的车主为外国人,1辆为邮政局送信用,其余3辆的使用者为普通中国人。”^[2]为了推销自行车,一些经销商采取分期付款的促销手段。例如,“1907年,日本商人在天津开设的加藤洋行一举进货英国宝星牌自行车50辆,为迅速售出,允许购车人分3个月付款。前两个月各付款30元,第三个月付20元,总计80元。如一次性付款,优惠价75元。”^[21]所以,从自行车的价格来看,是那些富裕阶层寻求享受及增加社会价值的消费需求。自行车作为奢侈品进入“剩余消费领域”,与达官贵人的“炫耀性消费需求”相吻合^[22]。

简而言之,晚清时期自行车在中国更多是富家的奢侈品或炫耀的消费品。自行车被认为是稀奇和时髦的交通工具,并没有作为主要的交通工具流行,更遑论进入普通百姓家。这种工业文明下的新式器物传入中国,带来的是国人的好奇,并且和中国传统的交通工具相比,人们认为它缺乏安全性,价格也高,国人的心态是一种怀疑,甚至排斥。

二、自行车的空间、消费群体扩大

民国初年,随着社会风气的日渐求新,进口自行车数量不断增加。这时国内骑行的自行车基本都是进口的,有时被作为贵重的礼物赠送给达官贵人。比如,“威廉曾由德国运来该牌各种式样自行车一百辆送给袁,袁常骑三个车轮的一辆。其余分给儿子们骑,一部分给内差头和内卫等骑。”^[23]在上海的市场上,同昌车行经销的兰翎牌、三枪牌,飞马牌、飞轮牌、飞人牌自行车等都是从英国进

口的。从国内的报纸经常刊有自行车销售的广告来看,1920年代的主要自行车品牌是捷利、克利、三枪、双飞、飞马、伊文思、郑特、老虎等,无一不是洋货。中高收入居民的衣食住行消费结构中开始出现洋货^[24]。

南京国民政府时期,自行车在中国发展得较快,进入城市阶层的日常生活,从而已成为比较经济的交通工具。据统计,1928年,南京市有自行车590辆,1933年为3393辆,1936年迅速增加至8944辆,短短几年时间增加了15倍多^{[13]53}。在同一时间段内,无论汽车、马车,还是人力车的增加数都明显比不过自行车(表1)。上海的自行车发展更为迅速,1927年为29130辆,1931年为50844辆,增长了近一倍,到1935年达73144辆(表2)。在公共租界和法租界的自行车占比较大,以1935年为例,这年自行车占上海总数的近60%,而在上海市区中国人的自行车拥有量仅为40%。以人均拥有量来看,上海的普及程度也是引人关注的,1927年平均每157人中拥有一辆自行车,1935年时达到每70人就拥有一辆自行车,而在租界人均拥有自行车数量更多,1935年时平均每35~60人可以拥有一辆自行车。1932年,北京共有自行车64100辆,经营自行车的车行三四十家^{[25]394}。自行车不仅在南京、上海等通商口岸城市风行,在内陆城市的数量也逐渐增加。“据调查统计,1928年长沙、岳州海关输入的自行车仅有81辆,到1931年则猛增到437辆。”^[26]在抗战前夕,自行车已经不再是一种炫富的奢侈品,而成为城市中等阶层日常使用的交通工具。从自行车的消费地域来看,基本是沿着商贸运输销售路线,由通商口岸城市到沿江城市,再由城市向乡村慢慢发展。20世纪30年代,自行车已成为最经济和平民化的交通工具^[27]。当然,这个说法有点夸张,事实上,在城市与乡村自行车的使用还存在明显差距。

表1 南京市历来各种车辆数量比较表

年份	汽车	马车	人力车	自行车
1928	144	424	5334	590
1929	764	458	9097	2253
1930	819	380	8407	1817
1931	1188	347	9856	2831
1932	1021	329	9026	1885
1933	1396	335	10158	3393

资料来源:南京市政府秘书处编印《十年来之南京》(1937年版第53页)。

表2 上海市自行车保有量统计表(1927—1935年)

单位:辆

年份	上海市区	公共租界	法租界	总数
1927	9562	15436	4132	29130
1928	10002	17739	5573	33314
1929	13209	20327	6785	40321
1930	15733	21530	7322	44585
1931	19256	23547	8041	50844
1932	17398	25000	8041	50439
1933	21880	29500	8041	59421
1934	29032	32916	8041	69989
1935	29360	35743	8041	73144

资料来源:徐涛《自行车与近代中国》(上海人民出版社,2015年版第313页)。

自行车的普及,使原来比较单一的消费空间和消费群体变得较为多元化。首先是自行车消费的空间从城市扩大到乡村。自行车最早为通商口岸的民众所使用,慢慢遍布于其他各个城市。自行车成为一些口岸城市居民出行的一种重要交通方式,他们不分男女,骑着自行车在大街小巷穿梭

而行。当时的评论是这样评述的:脚踏车以两轮的轻便,快速行驶在路上,左右往来很是顺心,“所费不巨,可得莫大之效用,慎骑节使,可作毕生之代步”^[28]。自行车给人们的日常生活带来各种便利,不仅对身心大有裨益,而且负重运输也十分迅速。当时报纸说,自行车车价低廉,人人可以置备。这个说法显然夸大了国民的消费水平,即便在城市也是中上等阶层购买的多,而在乡村则显然不如城市购买力强^⑩。但是,不管怎样,自行车已经不再是富人们的奢侈品,而进入寻常百姓之家。“今日脚踏车,在我国销售营业,极为畅旺。”^[29]“在民国时期的年轻男女中,最让人着迷的车是自行车。因为马路的修通,至1936年长沙至少有28家自行车出租的车行。”^[30]不过在一般的县城和乡村,自行车的数量还是不多。例如,“在金坛从1921年开始有自行车起,直到1949年解放时,前后近30年,全县只有近50辆自行车。”^[31]¹⁰³因此,即便自行车可以代步,一般人也买不起。“因为洋车价格昂贵,当时人们生活十分贫困,所以大街上骑自行车的人多是权贵人家的阔少爷或商贾大款。而一般平民百姓与自行车根本无缘。”^[32]这一时期自行车作为一种体育运动,也在一定程度上推广了自行车在中国的普及,学生成为自行车使用的重要群体之一。1931年,国民政府教育部将自行车列入学校体育课的野外活动学习内容。1936年,又将自行车列为十二类大学体育教学大纲之一。1930年中国自行车环球旅行第一人潘德明,从越南购买了一辆英国产的“兰翎牌”脚踏车,他表示:“德明坚决地一往无前,表现我中国国民性于世界,使知我中国是向前的以谋世界上之荣光。”^[33]潘德明历时7年,行程数万里,游历了40多个国家和地区,完成自行车环球旅行^⑪。潘德明的举动不仅赋予了自行车环球冒险的功能,而且也 and 20世纪20—30年代的中国民族主义相结合,成为中国民众反抗西方殖民霸权的民族主义情绪表达。在这一时期,除了日常生活之外,自行车比赛开始举办,甚至成为运动会的项目。1925年5月16日在上海举办万国自行车比赛,《申报》对这次比赛进行了全方位的报道。此后,各城市纷纷举办正规的自行车国际竞赛和商业比赛,这种自行车比赛的风潮甚至影响到乡村。1937年,上海瓶山地区的省立俞塘民众教育馆瓶山分馆联合上海县体育促进会举行自行车比赛。1936年,年仅19岁的荷兰华侨何浩华首次代表中国参加在德国柏林举行的第11届奥林匹克运动会。何浩华成为中国参加奥林匹克运动会自行车运动项目第一人。可见,在20世纪30年代,形式多样、目的多元的自行车运动掀起一个发展高潮,这也为自行车的普及作了很好的宣传。

进口自行车的价格有所下降,但依然主要是有钱人的消费品。进口自行车与国产自行车形成自行车消费市场的两大主要商品来源地,在市场上展开激烈的竞争。1927—1936年间,无论是输入的价值还是输入的数量,在自行车出口市场中占优势地位的国家主要是英、日、德、美、法、俄等,他们控制着中国自行车的主要市场。“1920年代,先施公司的英国名车售价55元;大兴公司的头等双飞为56元,花旗双飞45元,二等双飞39元;同昌33A三枪89元;同昌飞马69元,法国老虎49.5元,同昌飞轮57元;大兴车行自行研制的八旗双飞55元,三鸡双飞45元,红马双飞50元,新女双飞40元,双马双飞48元,关鹿双飞40元。”^⑫抗战前,国内自行车价格基本稳定。1934年,“老头”牌28英寸男车平均批发市价每辆52.375元,1935年为50.28元,1936年为57.718元^[34]。当然也有价格

^⑩新士绅工商业主、政府官员、大学教授、律师、作家和艺术家等都属于近代的中产阶级。

^⑪潘德明因自行车环球旅行受到印度甘地和尼赫鲁、“土耳其之父”凯末尔、英国首相麦克唐纳、美国总统罗斯福等国家元首和大文豪泰戈尔等的接见和招待。

^⑫上述自行车售价,来自《申报》有关自行车广告,不具注。

非常贵的自行车,在成都买一辆英国牌的邓禄普,需银元 150 左右。这种价格相当于当时一个帮工三年多的工钱^[35]。据江苏金坛县自行车行店主沈新甫的回忆,20 世纪 20—30 年代,即使是上海虹口大兴车行经营的质量次、耐用性差的日本杂牌自行车,当时每辆价约 16 元左右,折合稻谷 800 多斤,而上海同昌飞轮牌自行车,价格 30 多元,相当于 1 500 多斤稻谷,故一般人难于购买^{[31]103}。这里的一般人,应该主要是指乡村的农民和城市的下等阶层。对于那些连温饱都很难保证的农民来说,是无法购买自行车的,即便它们已经“经济便利”。让这些乡民为一辆并不常用的自行车,卖掉 800~1 500 斤稻谷,显然是不可想象的。所以,在中国广大农村,自行车仍然是文明的奇器和贵重的稀罕之物。按 1930 年统计,冀中 11 村 2 119 户人家中只有自行车 7 辆^[36]。而在城市,如上海、天津等,因为中等阶层的收入比较高,也就有经济能力购车代步出行。以自行车使用比较多的上海为例,在 20 世纪 20—30 年代,以职业稳定、收入递增、生活水平不断提高为特征的中产阶层正在形成,主要包括职员、知识分子、自由职业者等,他们有一定的专业技术专长,收入水平虽然不如那些社会上层的买办、官僚和资本家们,但他们明显要比一般工人收入水平高,1927 年上海一个中小学教师的月薪可以达到 41.9 元,一个职员的收入在 60 元以上,大学教师的收入一般在 100 元以上,教授可以达到 400~600 元^[37]。因此,对城市中上阶层的消费者来说,购买一辆好的自行车不是一件费力的事。事实上,在二三十年代,城市的社会上层群体已经越来越青睐于汽车,汽车价格昂贵,非一般中产阶层所能承受,于是自行车成为很多中产阶层的所爱,成为这一时期最主要的消费群体。从消费的男女性别来看,主要是男性群体。“成都最早的自行车是英国进口的男式车。女人在街上骑自行车是不可想象的,所以女式自行车没有销路。”^[38]不过,在上海,很多女性群体也开始以骑自行车为荣,主要是女中学生、女大学生、女报贩和女职员,还有女明星。各种女性推或骑自行车的广告也颇为引人注目。

日产自行车大量进入中国行销。在 20 世纪 20—30 年代,主要是日产自行车输入。“1932 年日产自行车出口中国数量总计 5 216 辆,总价值 64 158 金单位,数量总计占全年中国自行车进口总数的 65.01%,价值占 43.78%,超英成为中国自行车第一输入国。”^{[20]87}1932 年以后,日本输入中国的自行车,无论是数量还是价值,都在进口中占据首位。例如,1936 年日产自行车输入共计 56 114 辆、342 996 金单位,数量占全年中国自行车进口总数的 92.66%,价值占 82.33%。20 世纪 30 年代中国全年进口自行车几乎皆为日车(表 3)。日本自行车价格不断下降,这时日本每辆自行车的价格只有 14~15 元,所以每年大量输入,国人因为它便宜,争相购买。以上海为例,二三十年代上海各业的工人收入最低的一般为 10~15 元,主要是毛织、棉纺、火柴、缫丝等行业,最高的为 25~40 元,主要是印刷、造船和机器等行业,中等的在 15~25 元之间,主要是丝织、榨油、搪瓷、面粉、内衣和造纸等行业^⑬。这些中等以上工资的工人,买不起质量好价格比较贵的自行车,但凭他们的收入,购买一辆质量一般的日产自行车是可以承担得起的。当然价钱只是一个重要方面,日本自行车之所以受到国人的欢迎,还在于其产品适合中国人骑行。日产自行车一般都是二六型,车身不高,大部分用压边轮胎,比西洋自行车重,但载重能力强,骑起来也相当轻快。20 世纪 30 年代以后,日本的僧帽、富士等自行车大量涌入中国。而国内厂家由于各种因素,无法与日产自行车在市场上竞销。日本自行车业由此对中国自行车业低价倾销挤压。在这一时期,“提倡国货,抵制洋货”运动兴起,大量洋自行车的进口,刺激了民族工业兴办,自行车也不例外。

^⑬陈达《上海工人的工资与实在收入,1930—1946 年》(《教学与研究》,1957 年第 4 期)。

表3 日产自行车输入中国价值与数量统计表

年份	日产自行车输入中国价值			日本自行车输入中国数量		
	日本总值	日本总值与进口总值之比	日本在全部出口国中之排名	日本总数/辆	日本与外洋出口总数之比	日本在全部出口国中之排名
1927	38 070	10.35%	4	1 496	10.67%	4
1928	52 193	11.14%	3	2 533	13.33%	3
1929	65 075	8.70%	3	3 481	11.57%	3
1930	48 008	17.05%	3	2 127	21.23%	3
1931	35 911	18.85%	3	1 100	21.08%	3
1932	64 158	43.78%	1	5 216	65.01%	1
1933	53 508	38.35%	2	6 840	66.06%	1
1934	127 897	59.53%	1	15 726	79.04%	1
1935	358 332	72.71%	1	46 643	86.80%	1
1936	342 996	82.33%	1	56 114	92.66%	1

说明:中国海关统计货品所用币值,1927—1931年为关平两,1932—1936年为金单位。

资料来源:中国第二历史档案馆等编《中国旧海关史料(1859—1948)》(京华出版社,2001年版)。转引自徐涛《自行车与近代中国》(上海人民出版社,2015年版第84页)。

自行车的输入与流行,刺激了国内民族企业开始仿制并生产自行车。对进口自行车的迷恋,在一定程度上激发了国内制造业者仿制甚至创新的动力。中国最早的自行车工业制造是从自行车零件制造开始的。虹口密勒路的大兴车行,为首先制造国货脚踏车的公司,自从问世以来,深受国内人士的赞扬。“该厂自造最新式之行李车,闻能毋需家具,可自由装卸,置于见方不及三英尺之箱盒中,舟车携带,颇为便利,诚为国货脚踏车之新发明也。”^[39]在轰轰烈烈的国货运动推动之下,20世纪20—30年代,上海的民族企业家们开始尝试自己造自行车。他们最早创办的是自行车零配件制造厂这类商办工厂。1926年,上海的大兴车行聘请了2名日籍技工,购入进口钢管、接头以及其他零部件,然后进行自行车车架的组合、焊接和油漆,组装成红马、白马牌自行车销向市场,这是国内最早的自制自行车。1927年,润大车行结合国内自制和进口零件,也成功组装了自行车,取名“飞龙牌”。二三十年代的北京车行,一般用进口的英、日零件加上若干国产件拼成整车。“牌子五花八门,但还老实,不敢冒充名牌,常取‘鹰球’之类无案可查的假牌号。质量高低相差颇大,售价不一,总的说比英、德车便宜不少。”^{[25]397}可见,这些车行“攒”的国货自行车,有国货之名,却无国货之实,虽然有些车行已经可以自制部分零部件,但是大部分关键零件的生产和所用的原料还依赖国外进口。1933年,上海同昌车行除专营装配进口自行车,还用进口部件和国产零件大量组装“五旗牌”“红狮牌”“金马牌”“标准牌”“老虎牌”等自行车。虽然在国内市场上,依旧是外国进口自行车占优势,但在国外洋自行车的刺激下,民族自行车商行与相关行业已经有所发展,当时同昌车行生产制造的“飞人牌”自行车不仅在国内畅销,而且远销东南亚等国家,“此亦提倡国货声中之好消息也”^[40]。同昌车行曾针对儿童市场,大力进口美国、加拿大各厂的三轮、二轮儿童玩具车,着力拓展自己商铺的儿童车销售。

由于消费群体的多元化,自行车价格的降低,为了节约时间,自行车成为时尚的交通工具。城市是西方生活元素输入最直接和快捷的地方,随着自行车销售量的增加,其使用群体也日渐多元化,既有公用群体,也有私用群体。从公用群体来看,邮局、商号、警局、电话公司等纷纷配置自行

车,以之为代步工具。这些脚踏车,因其主人的职业不同而在骑行中显示个性。萧乾曾刻画北京城骑行者的种种样态。如,“税局科员的‘鹰牌’,如果他由你身边骑过时,你会想到这人整天的时间都花费在这车子上了。电镀的前叉子亮得像银条,绿的走水绸斜扎在邓路普红胶皮的长喇叭上。”“讲快,要算电报局的那位科员了,只要登上车,他便飞下去了。车身找不到一点装饰,但求轮带够硬壮,中轴有着润滚珠的油就成。”“守分的车多半溜在路边。他忌用炫目的颜色惹人注意,也不在前辈的挑战后增加脚下的力气。他手指总勾在后闸的机关处,准备可以随时停下。”^[41]虽然消费群体越来越多元化,但从年龄上讲,显然是以年轻人居多,中国传统的交通工具依然为一些年纪大的人所爱。20世纪20—30年代,自行车在北京更加普及,骑自行车的多是中下层人士和青年学生。骑自行车不仅时髦,而且代表文明和进步,洋学堂里的学生、银行里的职员、送餐伙计、投递信件邮差都使用^[42]。自行车的推广使用,离不开当时的广告宣传。1932年,同昌车行在《申报》上宣称:“宝号如用脚踏车送货,又快又便,主顾必定欢迎,这样营业可以发达。”^[43]1932年,北京共有自行车64 100辆,经营自行车的车行三四十家。在这一时期,各行业广泛使用自行车。

由于自行车质量和售价不同,这时的私用自行车群体也开始分层化。自行车的制造工艺要求较高,故北京的自行车均为外国产品。在20世纪20—30年代,北京的高档自行车主要是英、德两国所造,尤以英国车占优势。英国车全是手闸,右手后闸,钢丝带。北京的有钱人多买从英国进口的蓝牌、三枪、凤头、双金人等名牌车。大路货是飞利浦车,特点是轮盘上有英文飞利浦字样,是专为亚洲人制造的车架较矮的车型,售价较低,因此受一般市民欢迎。日产自行车则采取倾销贱卖的营销策略,“比欧洲的贵族型车如凤头差两三倍价钱,所以商店伙计和小职员、学生等多用之”^{[25]396}。自行车独特的性能,如经济、自由、便利、快捷、灵活、适应路况等,使之为城市社会阶层所青睐,使用的群体日渐众多,成为城市生活中比较活跃的交通工具。对于广大的乡村来说,自行车的消费量和消费群体远不如城市,其中最主要的原因:一是自行车的价格,乡村农民一般承受不起;二是乡村的路况,道路坎坷不平,自行车很容易损坏。由此可见,在沿海沿江城市与内地城市,城市与乡村,由于收入水平与消费支出的差异,自行车使用仍有差距。近代中国的城乡差别,从自行车的使用范围中也可以管中窥豹。

自行车的日渐普及,除了自行车本身的特性之外,中国的社会环境也是很重要的因素。自行车具有灵活、便利、价格相对便宜等特点,随着中国近代化的发展,在20世纪20—30年代,城市的路况日渐改善,管理越来越规范,古老的城市迈向近代化,自行车又满足了短途出行需求,越来越受到人们的青睐与欢迎。

三、自行车与城市日常生活

交通近代化是近代文明的重要标志之一。自行车是西来之物,带有明显的西方色彩,也曾被视为一种文明的象征。中国近代工商业的发展,国内市场的活跃,使人们对来自西方的器物有了更加理性的认识,自行车满足了相应消费群体的生活需求。在市场大潮中,经济生活的新趋势使人们的生活态度和价值观念发生了变化,社会生活方式的新变化又推动了人们追求新式生活的愿望。自行车的接受过程反映了近代中国社会转型过程中复杂的社会心态,既有对西方器物的欢迎,也有忧虑与担心,是一个被迫接纳但又理性选择的过程。

传入伊始,自行车是摩登、时尚的器械,在国人心中,自行车代表着先进和富有。自行车虽然不

是生产工具,但是骑自行车既比步行速度快,负重多,又比乘汽车灵活省钱。自行车在中国的空间扩展速度很快,使城乡间及乡村之间的流动更加便利,这种流动带来的是城市文明沁润乡村,有利于缩小城乡之间的差距。

自行车消费群体的增多,打破了只有富人才能有车骑的等级观念。“自行车在相当长时间里价格不菲,有无财力购买自行车,在一定程度上成为衡量一个人经济能力的重要标志。”^{[20]311} 自行车最早进入中国时,由于价格昂贵、路况不好等因素,其消费者多为官僚、商绅、大资本家等所构成的社会上层。这种被认为是奢侈品、炫耀品的交通工具,随着其自身优点的展示而逐渐走向有能力购买的大众。“最具优势的是自己骑行,行止随意,而无需依赖他人力畜力,也无需消耗材料,这是此前所有其他车辆都不能比拟的,因为最为经济实用。”^[44] 随着骑行者数量的增加,自行车开始展示了其作为新式交通工具的价值与功能,逐渐成为“平民化的交通工具”。虽然在购买自行车的质量上仍有差别,但原先那种等级观念已经破除,自行车的价值主要体现在使用上,而不是少数人的炫耀品。

自行车的消费市场扩大,从洋车独霸市场到洋车与“国货车”并存。由于生产器械和技术的问题,事实上,近代中国的自行车市场一直被列强所垄断,英、日、德、美、法、俄都是中国自行车市场的主要出口国。随着国产自行车及其相关行业的兴起,中国人可以有限度地自己装配自行车,这也是一种简单的工业品进口替代。西方那些技术含量高的商品进入中国,基本都是先满足中国境内的外国人与富人需求,市场不断扩大后需要本国设立工厂满足更多的国内需求。民国时期的自行车市场被进口货所占领,但也刺激了国内民族企业的发展,他们从生产零件开始,逐渐拼装属于自己的“国货”,虽然未完全摆脱对进口零件等的依赖,但国内民族自行车业在厄境中求发展,成为近代中国新兴工业的代表。与此同时,相关的行业也不断兴起,如自行车修理、零件制造等。20世纪20—30年代,经济民族主义兴起,在洋货与国货竞争的环境中,这也增强了国人的自信。

交通工具的进化,加快了城市生活节奏。交通工具的新旧交替,遵循快捷、价廉、舒适等实用价值的原则,通过市场选择优胜劣汰、不断进步,使人们的出行更为便利、舒适。自行车拥有机动灵活自由的优势,不需要能源供给,对路况的要求也没有那样高,而且可以很方便地运输一些物件。自行车是靠人的脚力驱动的简便交通工具,它的输入加快了城市的生活节奏。20世纪20—30年代,自行车成为上海、北京等大城市居民出行的重要交通工具,对城市的出行方式和流动方式有很大影响。城市生活的近代化具有示范效应,成为西方工业消费品展示的窗口,自行车的空间由城市向周围乡村蔓延。骑自行车最快可以日行三四百里,基本上满足往来于城市及其周边乡镇间的出行需求。自行车适应了中国消费者的消费需求,从而成为千家万户日常生活的一部分。

四、研究总结

民国时期,伴随着自行车等新式交通工具的传入,中国的交通工具发生了重大变革。自行车的进口与流行不仅使国人的出行方式更便捷,也丰富了当时的社会生活,背后体现的是中国人对西方物质文明的一种崇尚。自行车作为人力驱动的慢速度运输工具,基本适应了城市规模不大、人口密集和消费水平较低的状态,因此能够流行。见证了近代中国历史沧桑的两轮飞驰的自行车,加快了中国人的生活节奏。这种西方舶来的现代器物,在中国社会生活中曲折流行,从而在微观层面可以观察中国人在接受近代西化器物时的审美情趣、社会心理、消费观念等的变化。商品的消费不仅是

一种经济行为,也是一种社会和文化行为。自行车等洋货在居民的日常生活中不断显示出优越性,报刊极力宣扬西方生活中科学技术和物质文明的优点,人们的生活方式由传统向近代化演进。

直至今日,作为“自行车王国”的中国,自行车产量已超过9 000万辆,成为全球最大的自行车生产、消费和出口国家,在国际自行车市场上的地位不断提高。在大中小城市和乡村,虽然已不见往日盛况,但随着共享单车等进入市场,自行车仍和普通百姓的日常生活密切相关,自行车这种交通工具成为中国的独特风景,而电动车的兴起似乎是自行车的一次技术升级。

参考文献:

- [1] 刘志琴. 近代中国社会文化变迁录(第2卷)[M]. 杭州:浙江人民出版社,1998.
- [2] 闰杰. 中国自行车的早期历史[J]. 炎黄春秋,2003(2):75-77,80.
- [3] 方平,王琳. 自行车传入与近代中国社会的反应[C]//上海市中山学社. 近代中国. 上海:上海社会科学院出版社,2013:120-151.
- [4] 李长莉. 近代交通进步的社会文化效应对国人生活的影响[J]. 学术研究,2008(11):90-99.
- [5] 闰杰,彭国强. 近代我国自行车骑行特征研究[J]. 体育文化导刊,2015(1):184-187.
- [6] 刘善龄. 西洋风:西洋发明在中国[M]. 上海:上海古籍出版社,1999.
- [7] 熊月之. 西物东渐与历史研究话域的拓展[J]. 学术月刊,2010(11):127-131,135.
- [8] 张德彝. 稿本航海述奇汇编(第1册)[M]. 北京:北京图书馆出版社,1997:695-696.
- [9] 葛元煦. 沪游杂记[M]. 上海:上海古籍出版社,1989:17.
- [10] 熊月之. 上海通史(第6卷)[M]. 上海:上海人民出版社,1999:24.
- [11] 赛自行车[J]. 万国公报,1875(338):17-18.
- [12] 韩振岳等说脚踏车[J]. 直隶教育官报,1909(4):127-130.
- [13] 隋元芬. 西洋器物传入中国史话[M]. 北京:社会科学文献出版社,2000.
- [14] 脚踏车将来必盛行说[N]. 申报,1898-04-01(01).
- [15] 郑军. 西风东渐与晚清城市社会生活方式的西俗化:以近代中国人的衣食住行变化为个案研究[J]. 北方论丛,2003(5):81-85.
- [16] 脚踏车难禁[N]. 中外日报,1899-12-15.
- [17] 张亦工,夏岱岱. 割掉辫子的中国[M]. 北京:中国青年出版社,1997:102.
- [18] 雷梦水. 中华竹枝词[M]. 北京:北京古籍出版社,1997:291.
- [19] 服部宇之吉. 清末北京志资料[M]. 张宗平,吕永和,译. 北京:北京燕山出版社,1994:414.
- [20] 徐涛. 自行车与近代中国[M]. 上海:上海人民出版社,2015.
- [21] 自行车分期付款加赠大彩票出售广告[N]. 大公报,1907-10-01(06).
- [22] 王建朗,黄克武. 两岸新编中国近代史[M]. 北京:社会科学文献出版社,2016:728-729.
- [23] 陶树德. 我在北京总统府12年的见闻[C]//中国人民政治协商会议全国委员会文史和学习委员会. 文史资料选辑. 北京:中国文史出版社,2011:149-151.
- [24] 郭立珍. 中国近代洋货进口与消费转型研究[M]. 北京:中央编译出版社,2012.
- [25] 旧京人物与风情[M]. 北京:北京燕山出版社,1996.
- [26] 王瑞芳. 近代中国的新式交通[M]. 北京:人民文学出版社,2006.
- [27] 自由车杂谈[J]. 青年界,1937(11):30.
- [28] 谈脚踏车[N]. 申报,1925-11-21(21).
- [29] 脚踏车与交通事业[N]. 申报,1926-09-11(25).
- [30] 郑佳明,陈宏. 湖南城市史[M]. 长沙:湖南人民出版社,2013:428.
- [31] 沈新甫. 略谈自行车在金坛的发展[M]//中国人民政治协商会议金坛县委员会文史资料研究委员会. 金坛文史资料,1989.

- [32]张思青. 孟州史志丛话[M]//孟州市文史资料. 政协河南省孟州市委员会文史资料研究委员会出版,1999:383.
- [33]章必功. 中国旅游通史(下卷)[M]. 北京:商务印书馆,2016:830.
- [34]上海价格志编辑委员会. 上海价格志[M]. 上海:上海社会科学出版社,1998:236.
- [35]王泽华,王鹤. 民国时期的老成都[M]. 成都:四川文艺出版社,1999:54.
- [36]侯建新. 西欧资本主义起源研究[M]. 北京:高等教育出版社,2005:218.
- [37]忻平. 从上海发现历史:现代化进程中的上海人及其社会生活[M]. 上海:上海大学出版社,2009:254.
- [38]刘建美. 衣食住行与风俗[M]. 太原:山西人民出版社,2007:54.
- [39]宜菊. 介绍国货脚踏车[N]. 申报,1933-08-03(16).
- [40]国货脚踏车之畅销[N]. 申报,1932-04-24(08).
- [41]萧乾. 萧乾文集[M]. 杭州:浙江文艺出版社,1998:14.
- [42]张建星. 城市细节与言行:天津600年(卷四)[M]. 天津:天津古籍出版社,2004:230.
- [43]商店用脚踏车的利益[N]. 申报,1932-07-10(20).
- [44]李长莉. 中国人的生活方式:从传统到近代[M]. 成都:四川人民出版社,2008:185.

Bicycle and the change of urban social lifestyle in the period of the Republic of China (1927-1936)

CHEN Jinwen

(School of Marxism, Beijing Technology and Business University, Beijing 100048, P. R. China)

Abstract: The period of the Republic of China was a transitional period in modern Chinese society, and various Western consumer goods entered China one after another. After the introduction of advanced new Western transportation to China, it not only changed the dominant position of traditional transportation, but also brought about subtle changes in traditional social concepts and consumption trends. Bicycle as new transportation had become popular with the gradual improvement of urban roads and transportation facilities. It not only made people's travel faster, more comfortable, and convenient, but also generated a series of social and cultural effects. Those social classes with the ability to consume considered bicycles as an important transportation in daily life, and also as a symbol of social identity. Bicycles were also put into public use limitedly and had become a transportation for departments such as postal workers, improving work efficiency. The import of bicycles had brought about the development of domestic bicycle industry, although the effectiveness of product imitation was still difficult under the impact of foreign bicycles. The import of Western technology artifacts had a very direct cultural impact effect. It not only brought external impacts, changing traditional Chinese transportation and promoting the rise of new industries, but also brought about profound changes. The supply of such consumer goods met the living needs of citizens in economically developed cities, improved their quality of life, and also had an impact on people's daily life. Bicycles can be seen as a symbol of material culture. With its spread, bicycles have gradually become part of people's everyday life instead of luxury goods. This type of transportation eventually become a preference for the Chinese people, and it is a microcosm of the evolution of modern Chinese society and culture.

Key words: period of the Republic of China; bicycles; modern transportation; social lifestyle

(责任编辑 周沫)