



盛锡福帽庄上世纪30年代生产的女帽

# 顶上功夫盛锡福



盛聚福帽庄

几年来,津味聊斋茶社的主人杨嘉豪致力于天津老字号的资料收集和沙龙论坛。这一天,茶社迎来一位贵客——盛锡福的第五代传承人侯立强。

杨嘉豪的开场白直奔主题:“老天津卫有四大讲究:身穿谦祥益,头戴盛锡福,脚踏老美华,腕戴亨得利。咱们津味聊斋,保留了好多盛锡福的老照片,实物我也有收藏。”杨嘉豪一边打开投影仪,一边聊到了这样一件憾事:“我刚上班的时候,在旧货市场看上了一顶帽子。帽子应该是上世纪30年代的老物件,盛锡福女士毡帽。当时老板要价不菲,所以就没拿下来,也算失之交臂了。”

“这是国外的一种款式。”侯立强仔细看过照片后说,“中式一般没有帽檐,它那檐儿叫‘翻翘’,是民国时期很多女士戴的帽子。可这款式也加上了中国的元素,上檐儿加入了绸缎,就有了中西合璧的效果。”

杨嘉豪指着盛锡福大楼的照片继续向大家介绍:“大家看,这是盛锡福从估衣街搬到梨栈大街、盛锡福总号大楼刚建成的时候。”

“没错。”侯立强接过话题,“这是德国设计师贝伦德设计的,大楼前面两个门并不对称,左边小门是走设备的。因为做毡帽必须得有锅炉等设备,全从小门进去……”

## 盛锡福的过注

位于和平路的盛锡福大楼,是这家老字号走向辉煌的地方。却很少有人知道,这幢大楼并非帽庄的最初地址,更很少有人知道“盛锡福”三个字的由来。

“盛锡福的创始人是山东人刘锡三,山东省掖县人,即现在的莱州市。”面对饶有兴趣的观众,侯立强娓娓道来,“刘锡三先生从小在青岛洋行里头打工,‘掐辫子’。草收割以后,要晾晒、喷水、洗净,然后劈得很细很细,人工再一下一下掐成细草,有两三米长,用来做草辫,这就是做草帽的原料。刘锡三后来在老家给洋行收购这些草辫。眼看着给洋行送去的是原材料,回来时就是草帽成品,他就从中看出了商机。在北方,天津是最繁华的都市了,他就到天津考察了一圈,了解到草编帽子市场的繁荣。于是,刘锡三从老家召集了很多工人,在估衣街开了第一个帽厂,那时候叫‘盛聚福’。”

1911年,在估衣街的归贾胡同南口,刘锡三的盛聚福帽庄开业。最早帽庄以制作草帽为主,一下子就在天津打开了市场。随后,刘锡三开始大宗制作当时逐渐流行起来的毡帽,这一举措很快让帽庄的产品成为当时引

领时尚的潮流之选。

民俗学者何志华老人几十年来研究天津服饰,对天津卫的服饰演变了解颇深,盛锡福、同升和、德华馨等帽庄的帽子他均有收藏。他说:“历史上,天津是工商业城市,其中轻工业最为繁盛。‘服装天津’‘鞋帽天津’,一直处在全国前列。西方的流行时尚传入天津后,刘锡三马上就把手产品重点从草帽转向了最流行的毡帽、礼帽。我的藏品中,盛锡福帽子的质量是最好的。”

质量的上乘有赖于精致做工,更因为有先进的进口设备。今天,仍然在盛锡福帽业车间里隆隆运转的钢铁机器,大多就是刘锡三当年从海外重金购置的。古老的设备和古老的工艺,推动着老字号的车轮滚滚向前。

1928年,估衣街的盛聚福帽庄生意正旺,刘锡三却做出了一个惊人的决定:从“上边”的估衣街向“下边”转移。对于这次挪移,何志华老人称赞有加:“咱天津人有个认知:老城的东南角往北走叫‘上边’,老的商业店铺都在那儿了。海河以西,墙子河以东,都叫‘下边’。高渤海他们在‘下边’开发劝业场的时间是1928年,交通饭店也差不多是同期兴建的。刘锡三把帽庄转移过去的时间比他们早,他还是非常有商业头脑的。”

## 老字号的新生

刘锡三准确预判到了天津商业中心的转移,在当时还很破落的梨栈大

街街口斥巨资兴建了大楼,字号也从“盛聚福”改成了“盛锡福”。关于修改名称,侯立强解释道:“盛锡福的‘盛’取自财源茂盛的‘盛’字;‘锡’取自自己的名字;刘锡三先生小名叫‘来福’,所以取名叫‘盛锡福’。”

当时国人的发饰刚刚改变不久,西式帽子市场需求量很大。盛锡福帽庄生产的品种有270多个,加上不同型号、颜色,供顾客选择的足有上千种。在盛锡福大楼之后,渤海大楼、劝业场、浙江兴业银行等大楼拔地而起,使这里成为至今仍然炙手可热的商业区。上世纪三四十年代,“盛锡福”生意蒸蒸日上,分号遍及北京、上海、武汉、南京等大城市,在20多个国家设有代销处,在国际展会屡屡获奖。新中国成立后,“盛锡福”积极响应国家“公私合营”的号召。“公私合营盛锡福帽庄挂牌仪式”的照片被列入八年级中国历史教材,作为共和国工商业建设的范例加以介绍。

上世纪80年代,电视剧《上海滩》热播,再次让礼帽成为时尚,也把盛锡福帽业(成立于1981年)的生产推向高峰。帽庄加大了礼帽生产力度,并主导了这个产品的全国市场。改革开放以后,随着国际市场的开拓,“盛锡福”产品的出口规模不断扩大,帽庄的生产规模负担、原材料成本上升等困难也逐渐显现。

像前辈一样,侯立强的内心酝酿着一场迁徙。他回忆道:“当时天津市场人工成本比较高,羊毛等材料成本相对也比较高。内蒙古赤峰市地处牧区,那里的羊毛产品质量好,成本也比

较低,一直是我们的供货源头。我想如果在天津总部保留营销和设计,把生产迁到那里,应该有利于我们这种出口企业做大做强。”

站在选择的十字路口,侯立强拿出了壮士断腕的决心和勇气。他毅然带了11位业务骨干和技术人员,用了十多天的时间,把“盛锡福”的老设备,用近20辆卡车,耗时一个星期,辗转运到了赤峰。

赤峰的生产车间里,机器声隆隆作响;另一边,外商的订单不停地传到天津总部。侯立强定期考察国内外市场的时尚走向,降低成本后的盛锡福帽业立足天津,产品远销欧美和非洲。

## 抢抓复古机遇

近年来,面对国际市场变化,侯立强主动出击,不断寻找新的突破点和增长点。他说:“经过考察和大数据分析,我们发现,近年来,复古风的草编帽子市场正在扩大。而做草帽又是我们的传统项目,于是我们又全力出击国际草帽市场。”

回归草帽并非一帆风顺。外商反映:草帽的伸缩性太大,这造成草帽的使用寿命太短。

草辫本身肯定有一定伸缩量,而且不同地区和气候条件下,伸缩量是不一样的。为解决这个问题,侯立强决定回天津总部,和大家一起破题。

先辈留下来的老设备此时焕发了新的生命力。经过三天不间断地反复试验和测试,大家用先进的检测设备加上上世纪30年代的扩帽器,在温度和湿度不断变化的环境下,一点一点地找到了草帽伸缩性最小、稳定性最强的临界点。

解决了伸缩问题,在式样设计上,侯立强也早已胸有成竹,就是要赋予产品中西合璧的感觉。

何志华和侯立强,因为帽饰走到一起。对何老的拜访,恰好解了侯立强的心头念——何老的藏品中,恰恰有侯立强梦寐以求的女帽。

“这件女帽已被我收藏30多年了,看这呢子的挺头!”何老说。

“这是典型西式造型。”侯立强摩挲着手里的帽子兴奋不已,“可它也有中国的元素。一个是花朵的运用,还有这丝带,也是中国丝绸的典型样式。”

在草帽上添加装饰,这事前辈可未曾做过,因为草辫的表面很难附着其他材料。设计人员参照何老收藏的实物,使这个问题得到完美解决。盛锡福帽业的设计人员倪江云介绍:“传统工艺就是用胶粘,可这个草帽毕竟凹凸不平……我们参照那顶女帽反复研究,决定在增加成本的情况下,采取最传统的工艺——手缝。缝出来的装饰既漂亮又美观,还耐用。除了丝绸花朵,现在我们还延伸到皮革羽毛等实物的附着。这样的设计量产后,产品一下子就打开了国内外市场,这让大家兴奋不已……”

这个春天,走在盛锡福大楼下,侯立强心里暖暖的。抚今追昔,他感恩前辈的泽被后世,更享受时代赐予的机遇与挑战。他信心满满,要让“盛锡福”——这个城市老字号立足天津,享誉世界!



盛锡福大楼