



黄楚九



上海中法大药房海报



“人造自来血”海报



百龄机海报

旧上海假洋品牌如何造出

取个洋名,说明书配上英文,移花接木搞个外国人授权书

人物简介

黄楚九

中国西药业的先驱,中国娱乐业的先驱,一生创业横跨诸多领域,时人称为“百家经理”的黄楚九出生于1872年,浙江余姚人,祖辈行医,16岁那年到上海的时候,他的包里就揣着祖上传下来的一本药书。当年,在城隍庙的春风得意楼前,黄楚九摆起了药摊,按着书里的药谱,卖起了药丸。城隍庙内商贩云集,在这里黄楚九的生意越来越好。他爱动脑筋,渐渐就悟出了出奇制胜的经营之道。

随后,黄楚九开了第一家中法大药房,兼卖中西药品。32岁那年,他终于推出了第一个品牌药——艾罗补脑汁。

核心提示

“假洋鬼子”的故事一出出在上演,从未间断。从此前被媒体曝光揭开假“洋”皮的澳优、美国施恩、法国合生元、欧典地板……到如今的达芬奇、味千拉面等,“假洋鬼子”绵绵不绝,而“造假”花样也层出不穷。

旧上海的医药巨子黄楚九在创制“艾罗补脑汁”的过程中,也同样运用了一些造假手段,留下了不少故事。

本土产品取个洋名字

装药的瓶子用进口的,说明书中文之外还有英文,乍一看还以为进口药。

“艾罗补脑汁”在1905年的上海是超级畅销的补药。

那是1904年,黄楚九从药剂师吴坤荣手中得到一个安神健脑的补剂药方,在对配方做了些小的调整后,在自己的中法大药房出售。药方上柜之前取个什么名字让黄楚九绞尽脑汁,最初是个很中国化的名字——黄氏补脑汁,通俗易懂,“黄氏”指的是黄楚九,“补脑汁”点明为滋补药物。以创始者命名属常见做法,但流于平淡,看名字就知道是本土产品,比不上洋货吸引人。那时的上海滩,崇洋之风盛行,傍洋会有好出路。沿着这个思路,黄楚九想到了自己的姓——“黄”字的英文翻译“yellow”,谐音“艾罗”,既沾上了洋味,又没有丢了本。于是假托“艾罗博士”之名的“艾罗补脑汁”诞生了。

命名是第一步,要让这款滋补药引来万众瞩目还得一番包装。装药的瓶子用进口的,说明书中文之外还有英文,乍一看还以为进口药,接着上演轰轰烈烈的广告攻势。

“要用脑筋,求学问,学技艺,起早熬夜,煞是苦恼,吃了‘艾罗补脑汁’,不但可以助元精,而且能够益智……”种种溢美之词登载报刊上,贴在街头醒目处,派专人向行人发放,呈铺天盖地之势。

黄楚九又办了个盛大的剪彩仪式。补脑汁上市的第一天,在他的中法大药房门口,彩旗飘扬,鼓乐喧天,人流蜂拥而至,当日便赚得盆满钵满,销售额上千元,创新药销售奇迹。此后销量一路攀升,先期投下的广告费换来了丰厚的回报,名气财富双获利。

利用外国骗子做推广

在记者面前,所谓的“艾罗博士的儿子”演得还真像回事,让原先疑心是否真有艾罗博士的人都不得不信了。

树大招风,“艾罗补脑汁”在盛名之下,连连遭遇滋事者。

某日,一个衣衫破旧的外国人走进中法大药房,大摇大摆声称是艾罗博士的儿子。“艾罗博士”是黄楚九假托的洋人,真人本就是他自己,这外国人显然是个骗子。依照常人的做法,一定会将滋事者轰出去,但黄楚九很快心生一计。

他客客气气地把外国骗子迎进办公室,和颜悦色地跟外国骗子聊天,感叹小艾罗的爸爸若是活着,看到“艾罗补脑汁”在上海这么畅销不知道该有多高兴。然后叫来人,嘱咐带小艾罗置办几套行头,话里有话地关照小艾罗“中国人是以貌取人的,你穿得不像样,别人会以为你是

冒充的”。

等到小艾罗焕然一新地回来,黄楚九发话,晚上设宴招待小艾罗,顺便介绍些老朋友给他认识。意味深长地交代:“可能我的朋友们会问起你的父亲和家里情况,你想好,有点儿准备,不要到时候说不清哦。”

当晚,黄楚九在鸿运楼摆了桌,有几十位来客,其间少不了各报的记者,艾罗博士的儿子被隆重推出。这外国骗子演得还真像那么回事,让原先疑心是否真有艾罗博士的人都不得不信了。

第二天,“小艾罗来到中法大药房”的消息见诸上海各大报,自然都出自记者手笔,好一个绝妙的免费广告。

弄假成真取得授权书

“小艾罗”签名的授权书写着:黄楚九是“艾罗补脑汁”在中国的唯一合法销售者。黄楚九还到租界里备了案。

“小艾罗”美美享受了几天的招待,正在兴头上,却被通知黄楚九要见他。外国骗子哪猜得到黄楚九葫芦里卖什么药,心里发毛。

黄楚九不慌不忙又和他“叙旧”：“你看我跟你父亲是朋友,所以他送我配方也没想到签授权书之类的事,这样可能会带来不少麻烦,我是相信你的,但说不准明天再来个人讲自己是艾罗的儿子,那我究竟信谁呢?”“小艾罗”拍胸脯表白:“信我,信我。”“凭什么信你呢?”黄楚九反问。“小艾罗”对不上来。黄楚九笑道:“我还是相信你的,不然早把你交巡捕房了。”“小艾罗”如遇大赦。黄楚九亮出这场戏的真目的,要“小艾罗”在艾罗博士授权书上签名,外国骗子

看也不看提笔签上。黄楚九拍拍“小艾罗”,给了他一笔钱。这骗子捞了一笔钱从此再没有露过面。

黄楚九把“小艾罗”签名的授权书,高悬在中法大药房的门厅里,而且到租界里备了案。这下算弄假成真了,授权书很明白地写着:黄楚九是“艾罗补脑汁”在中国的唯一合法销售者,广告也做得更理直气壮:“中国总经销,在上海中法大药房等药房均有售。”谁再挂“艾罗补脑汁”的名就是侵权。那些打出“艾罗补脑汁”的药房纷纷偃旗息鼓,只敢弄些相似的名字出来浑水摸鱼,什么“艾罗真正补脑汁”“佛罗补脑汁”,但怎么也敌不过“艾罗补脑汁”了。

改名“人造自来血”国际药品展上频获奖

一时间“国际大奖震神州,请看‘人造自来血’,要想身体更强健,请服‘人造自来血’”响遍上海滩。

“艾罗补脑汁”的成功引来众多的效仿者,包括五洲药房的创始人谢瑞清。其实黄楚九也是五洲药房的三大股东之一。谢瑞清拿自己研制的补血药作为开业后第一个自主品牌药,药名的产生完全照搬黄楚九的思路,叫“博罗德补血药”。“博罗德”系“血”的英语音译。原指望洋味十足的名字能够发挥“傍洋”效应,但不料市场反响平平。谢瑞清情急之下,烦劳黄楚九亲自出马。

作为股东,黄楚九不可能不关心“博罗德补血药”。黄楚九派人光顾药店的顾客进行调查,发现原因是药名太拗口、太难识。看来洋名也并非畅销的保证,傍不好,适得其反。那就重新起个名吧。配方还不变,包装来个改头换面。名字改为一句大白话“人造自来血”,促销手段也以新鲜出炉为卖点,现做现卖。

五洲药房本身就是前店后工厂,现做现卖

很容易操作,但速度难免低了些,所以,图新鲜的人群就排起了长队。这正合黄楚九的意。五洲药房门口一排长龙,引起了过路行人的好奇,一些人原无买药的打算,看到这么多人抢购,以为肯定是好东西,纷纷加入队伍。“人造自来血”一下火了。

后来“人造自来血”在国际药品展上获了不少奖。1915年中国首次大规模组团参加巴拿马万国博览会,就是世博会,“人造自来血”得了个银奖。广告运用得炉火纯青的黄楚九,自然不会放弃这大好的宣传机会。当时黄楚九已经拥有了不少娱乐场所,如楼外楼、新世界、新舞台等,他找人把“人造自来血”获奖的事编成戏,无论是评弹、大鼓,开演前一律先演这出戏。一时间“国际大奖震神州,请看‘人造自来血’,要想身体更强健,请服‘人造自来血’”响遍上海滩。

推广“百龄机”从飞机上散发广告

他险中求胜、别出心裁的高超创意,不得不令人佩服。

在商品推广上,黄楚九屡屡剑走偏锋,出奇制胜。他旗下的另一款自主品牌补药“百龄机”的广告可谓空前绝后。

一个风清气爽的日子,大世界的顶楼花园冉冉升起一只巨大的风筝,风筝下悬挂了一个大箱子,突然“砰”一声箱子爆裂,一片片纸女散花般落下。好奇的路人抢着捡,原来是一张张明信片。明信片上画了个储蓄罐,一只手正往里掷钱,旁注四个字“精神储蓄”,下方一行字格外醒目,“服用百龄机,有意想不到之效力”,正是百龄机的广告。“有意想不到之效力”迅速成为当时的流行语。

风筝开锣,飞机跟进。黄楚九舍得在广告上砸钱。飞机在上海的上空盘旋,撒下一张张百龄机的广告时,大人小孩竟追逐漫天飞舞的广告,主要路段人山人海。但也因此,遭到大量质疑,指责这种广告方式影响交通,扰乱秩序。结果当局发令,从此禁止飞机散发广告。

第一轮的广告攻势令“百龄机”出尽了风头,第二轮、第三轮的宣传紧锣密鼓地上演。百位百岁老人聚会大世界,百龄会隆重开幕。主持人问端坐在舞台上的老人:“老伯,你们高寿的秘诀是什么?”老人们精神抖擞齐声答:“百龄机。”后面的节目还有孩子边歌边舞百龄歌,“一种补品,名百龄机;20世纪,最新发明……”有百岁老人表演“百龄拳”,有魔术“百龄机”等等,非常热闹。

空中飞的,舞台演的,报纸登的,还有大量印有“百龄机”的生活用品:“百龄机热水瓶”“百龄机毛巾”“百龄机折扇”……

不知道今天的商学教材里有没有列入黄楚九,以假充真自然要不得,但他险中求胜、别出心裁的高超创意,不得不令人佩服。

(据《半岛晨报》)

