



# 如何用 eBay 考古 ——北大燕南园一截下水管中的现代建筑史

## eBay Archeology: History of Modern Architecture in a Drainage Pipe of Yannan Garden

周仪

在小红书当博主，在北建大教建筑，在北大南门做实践，偶尔回考古系听讲座。

引用格式：

周仪. 如何用 eBay 考古——北大燕南园一截下水管中的现代建筑史 [J/OL]. 切线 Tangent Essays, 2024 年 11 月 19 日.

01

### 1. 燕南园“鉴宝”下水管

前日送闺女到工会小楼唱歌，迎面撞见博雅兄。他原先读文保班，热心肠，上学时候没少义务帮助学弟学妹们，夫人也是我们师姐，人极 nice，偶尔能碰上一起接娃。博雅硕士毕业后留校，办公室就在楼上，斜瞰燕南园，从不锁门。按他的话说，“我这又没什么好偷的！”毕业十几年，他办公室仍然堆满考古专业的书。正寒暄，他突然说，“我这可有个宝贝！”随即让我“鉴宝”——地上放着一截锈迹斑斑的下水管（图 1）。

蹲下仔细看，上面还真有铭文。

管子铸铁的，弯管上铸着“HOLT”（图 2、图 3）；直的一段印着“SHANGHAI PEKING”“UNIVERSITY”“PEKING CHINA”三行白字（图 4），无凹凸，另一面铸着“ESSEX FOUNDATION”（图 5）。大概能猜出，管子是从美国进口、从上海登陆的。回来一查，HOLT 是美国一个很大的制造公司，英国人到美国搞起来的，1864 年建厂，早期搞农业机械，也涉军工，这个公司恰好在燕南园始建的 1920 年代调整了方向，转向了重工工程。

博雅说，这段管子刚好是在燕南园 54 号洪业先生故居处捡的，当时项目方说没什么价值，准备处理掉，他看着老物件可惜，考古专业的脊髓神经一动，就捡回来，说到时看校史馆会不会收。

燕南园建筑群是美国建筑师墨菲在 1921–1926 年为外籍教授设计的，54 号是西式二层小楼，历史学家洪业 1926 年入住（图 6–9）。侯仁之先生作为其学生，当年时常到访，还被英文巨好的导师洪先生逼在墙角逐字逐句地做英文演讲的准备。

洪业先生 1946 年迁居美国，在哈佛东亚系教书。1930 年代在燕大任图书馆主任的时候，也给哈佛燕京图书馆置办了很多汉学书籍。想来，洪先生常呆的哈佛燕京图书馆工具书阅览室多半也是我导师夏阿姨 (Nancy S. Steinhardt) 上学时写作业的地方。其实宾大的主图书馆 (Van Pelt Library) 也有个给东亚系专用的工具书阅览室，有个大桌子，金总 (Paul R. Goldin) 最折磨人的“汉学方法”课都在那儿上，我们几个博士生在那儿渡过了许许多多“愉 (顾不上) 快 (吃饭)”的时光。美国大学东亚系这个以工具书阅览室作为小基地的传统 (图 10)，不知道是不是从洪业先生那时候开始的。梅爷 (Victor Mair) 手里推荐过的《大诗人杜甫》那本书 (图 11)，其实就是洪业先生写的！只是上学时不知道他住过燕南 54 号别墅。

我现在面对的，是他家这截从美国进口的下水管。

## 2. 美国管道工的魅力

按说下水道发展史到 19 世纪初就以美国为主了。我们的老朋友阿道夫·路斯 1898 年 7 月 17 号发表的小文《水管工》里，就盛赞了美国的下水，可见当时美国管道是全球范围内很先进的存在。“……我们 (奥地利) 仍然很落后。不久前，我问一位美国女士，在她看来奥地利与美国之间的最显著区别是什么。她的答案是：管道工程！即卫生设备、制热、照明和供水系统。我们的水龙头、水槽、盥洗室、盥洗台与英美的相应装置比较起来，还差得很远。……

“没有洗浴间的家，这在美国是不可能的。”这一感慨，距路斯从芝加哥世博会 (1893) 溜达一圈回来相去不远。

管道工在美剧里也常被描述为对女性非常有吸引力的角色，究其原因，大概和消防员受欢迎的原因类似，他们能“救人于水火之中”，英雄主义的 x 张力拉满 (图 12)。讲究个人主义的美国，“人人有其家”几乎带有宣言性质。有了“家”，才算真正拥有了独立与自由，因此，对私人领域的保护几乎也可以说是“美国精神”之本。修下水，本质就是在维护这个精神，同时又给了个充分的理由踏入别人神圣的私人领域，亲密关系的展开则顺理成章。

管道工同样见证了美国下水的世界先进水平。十九世纪是室内下水系统 (indoor plumbing) 在美国各阶层中普及的时间段。1829 年，一位波士顿的年轻建筑师设计了第一座全室内下水系统的酒店，四年后，白宫拥有了室内下水系统。普通人的浴缸与市政管道连接了起来。

这就说到了浴缸。



图1  
下水管照片。



图2  
下水管铭文细节。



图3  
下水管铭文细节。



图4  
下水管印字细节。



图5  
下水管铭文细节。



图6  
历史学家洪业。



图7  
燕南园建筑群。

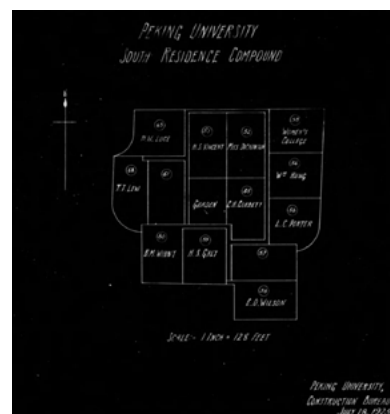


图8  
燕南园建筑群平面示意。



图9  
燕南园54号。



图10  
宾大主图书馆东亚系工具书阅览室位置。

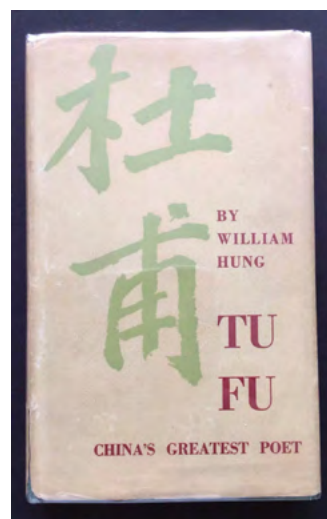


图11  
《杜甫：中国最伟大的诗人》。



图12  
美国影视剧《绝望主妇》中水管工 Mike Delfino。

### 3. 54 号别墅的进口大牌浴缸

继那段带铭文的下水管之后，博雅兄又发来了 54 号别墅整修前卫生间的室内照片（图 13）。除了看到美国老房子常见的上下推拉窗以及那熟悉的刷了白漆的木窗套，还看见一个坐便器和一个大浴缸。师兄依然保持着考古专业训练出来的良好拍照习惯：45 度整体、正立面、细部、铭文都记录了——那段管子他也是这样拍的（图 14、15）。

铭文上的字，他曾与沈新成师兄讨论过，沈师兄读出了“CRANE”（图 16）、“LOUISVILLE”（路易斯维尔，美国中部肯塔基州最大城市）（图 17）字样，并指出这是一款爪足（Clawfoot）浴缸。

Crane 是个大牌，eBay 上有人在卖 1922 年 Crane 的浴缸，售价 125 刀（图 18），有足部和出厂铭文的细节照片。仔细比对，发现不仅足的形制和我们这款一致（图 19），上水的三孔、下水孔的位置也基本一致（图 20），可以断定和 eBay 上这款 1922 年“Jun”（六月）（图 21；1922 字样印倒了）的不是同批也是前后脚。查一查 Crane 的公司历史，刚好在 1920 年代他们发明了“现代浴室”这个概念，“美国浴室”也成为了一个富裕和社会自豪感的标志。Crane 的产品多是工业设计师 Henry Dreyfuss 设计的。“多色可选”是当时的一个主要卖点。eBay 上还有 1920 年代 Crane 为推广他们的浴室系统做的广告册页，也卖到十几美元一张。

也就是说，牌子（Crane）、形制（浴盆卷边、爪足细部、水孔）、时间（1921-26/1922）都对的上。

### 4. Crane 的浴室帝国

这样看来，这款铸铁浴缸，不仅是“进口大牌”，而且是 Crane 这个公司那时候正在推的“新鲜玩意儿”。绝对的高配。通身铸铁，运费应该也不便宜。不仅是千里迢迢从美国进口的，而且是经上海再运到北京的。

为什么这么说呢？不仅因为博雅兄捡的那段下水管上印着“SHANGHAI PEKING”，也因为 eBay 上卖的 1920 年代的 Crane 牌浴室的广告册页上（图 22），明确写着他们的出口公司（Crane Export Corporation）：纽约、三藩、中国上海。另外，伦敦、巴黎、南特（法南城市）、布鲁塞尔亦有接洽。前三个港口城市，应该都是“有现货”，纽约销往欧洲、三藩辐射太平洋沿岸、上海供货大陆各租界。

燕南园建筑群 1920 年代就用了当时全球最先进的美国的室内下水系统，这是怎样一种存在呢？要知道，北京老城区到八、九十年代还在用洗脸盆打水，用完了往院儿里一泼，或者倒到院儿里的水泥池子里。据老一辈说，北京在文革后统一改造过卫生间，不用再“掏大粪”了，劳模时传祥的丰功伟绩成为了过去。但室内洗手池的增设多为居民自行改造，也就是为什么大杂院地面上会见到水泥糊的明管交错纵横。

北京近代的新建建筑究竟是什么时间、是不是都使用了室内下水系统，需要再去考证。已知



图 13  
54 号别墅整修前卫生间内景。



图 14  
浴缸照片。



图 15  
浴缸细节（足的形制）。



图 16  
浴缸细节（铭文）。



图 17  
浴缸细节（铭文）。

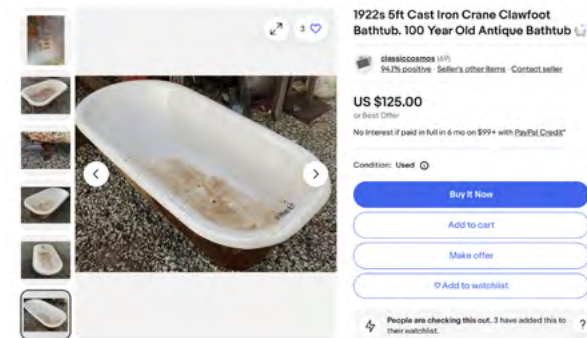


图 18  
eBay 在售浴缸详情页。



图 19  
eBay 在售浴缸细节（足的形制）。



图 20  
eBay 在售浴缸细节（水孔）。



图 21  
eBay 在售浴缸细节（品牌、生产日期）。



图 22 “Crane” 牌浴室广告册内页。



图 23 “Crane” 公司广告。

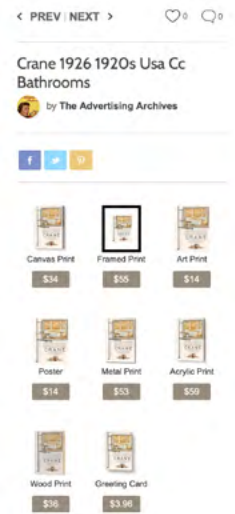


图 24 “Crane” 公司广告。



图 25 “Crane” 公司广告。

的是，自 1829 年波士顿有了第一座使用室内下水系统的酒店，到 19 世纪末，这个技术在美国本土已经完成了普及。美国的“管道系统”世界一流，欧洲有是有，但只有特别有钱的人有，不普及。经过 20 多年，Crane 这种行销全球的商业规模，应该也是瞄准了这个“自己技术一流，世界尚未普及”的商机。

Crane 提供全套服务，不仅提供三大洁具，还有各种配件，还“多色可选”，有专门的技术人员给做，甚至还打包卖了壁纸，提供室内氛围（图 23—25）。燕南园 20 年代在 Crane 以美国“现代浴室”向世界进军的过程中，在北京应该仍然算是试吃螃蟹。

## 5. 泡澡自由与“现代”命题

为什么室内下水系统率先在美国发达起来？

一是欧洲房子盖满了，改造其实不如新建容易，二来对美国人来讲，普通人的浴缸直接连市政下水，不用人工“捞水”再倒掉，不仅是方便的问题，还标志着思想上的“现代”。

在美国人眼里，“现代”这一命题和“独立”是直接挂钩的，正是本土工业技术的发展，使得没有服侍阶层的普通人靠自己也可以享受以前欧洲贵族才能享受的“干净”与“闲适”。给普通人盖房子、洁净，本就是现代主义的核心命题。“自己干”而非让佣人干，是一种“独立的”、“平等的”、“现代的”表现。这个独立绝对是有条件的——你得自己干得动。上一天班，本来想泡个澡放松一下，洗完捞个几桶水，得把自己累死。工业技术不发达，没有底气聊“独立”。

因此，室内下水的成功普及，在精神层面成为一种独立宣言，它不仅仅是“我能自己干”的骄傲，还是“北美十三个英属殖民地宣告自大不列颠王国独立”的那个独立，和欧洲旧的生产关系彻底脱开。“管道工”之所以这么有吸引力，也因为他帮忙搞定了“如何脱离旧社会”这件事，让你成为一个新社会的、美国的、被平等对待的、自由的个体。

在美国，技术取代了上帝的救赎工作，让普通人获得了泡澡自由。

## 6. 浴缸的“独立”与思想的“独立”

回到燕南园这款爪足浴缸。在建筑学上，我们也可以用“独立”来描述它。和照片中的摆放方式不同，爪足浴缸一般不贴墙，而是放在一个大卫生间的中央。四个腿儿上都有花纹，贴墙摆欣赏不到，可惜了。

如果说室内下水技术带来了“独立”的可能，爪足浴缸的形制也适合“独立”于室内，但它在实际使用上，却不能让主人真正“独立”——它太难打理了。那个花纹不好擦，底部地面如果有水，也不好打理，况且普通人卫生间没那么大，如果贴墙放，不仅漂亮的腿儿看不见，



缝隙也不好打理。怎么解决呢？

在 eBay 上，Crane 还有另外一种浴缸，似乎是介于“爪足”和“贴墙”中间过渡的一个版本（图 26）。它在底部加了个小构造，说“可以加上腿儿变成爪足浴缸”（It can also be a clawfoot tub with feet added）。这意味着一般来讲，它不是爪足这种形制的。它在正常状态下可能是有一个裙边样的托儿（图 27）。这个裙边意味着底部地面进水的问题基本解决了，但它没爪足款那么高贵优雅。所以是腿儿还是裙边，是好看还是好打理可以自己选。

顺着爪足浴缸往前找，会发现这个形制一直和“普通人”其实没什么关系，它放在一室中间，一是浴室得大，二是没有室内下水的时候，放水、捞水得靠仆人，三是使用的时候周边一圈可以站人，可以有仆人助浴。一直到 19 世纪初的美国，爪足浴缸仍然是社会地位和奢侈的标志。它可以追溯到 18 世纪中的英国，那时候贵族们喜欢泡澡，从荷兰拿了这种爪足的样式。据说这个爪足主题和中国的“龙爪握珠”还有点关系，不过这个还要细考证，因为外销瓷所见的戏珠的龙都没有握着那个珠子。

苏格兰裔美国人别克，就是创立了美国那个汽车牌子的人，在 1880 年代发明了铸铁搪瓷的技术，后来用到了浴缸上。从 1885 年开始，爪足浴缸在美国大众中流行起来，但这种情况到 1920 年代因为 Crane 这个公司开始变化了。因为是通身铸铁的，爪足浴缸二战时常被没收熔铸为武器。铸铁的很重，也贵，其实普及起来仍然很困难。

前文说到 Crane 自 1920 年开始建立了庞大的国际销售网络，向全世界推广最先进的美国室内下水系统和浴室，主推的其实是另一种形制和材料的浴缸，和我们今天的很像，贴墙、方盒子状、立面落地、去装饰。新材料（玻璃纤维）的运用导致它更便宜、更轻，built-in 的形制也使它更好打理，适合普通人，比爪足更好推广。

所以说燕南园 1920 年代的这个 Crane 牌铸铁的爪足浴缸，其实正处在一个转折点，完全说它是“新鲜玩意儿”也不准确。对于当时的北京，肯定是新鲜的，但从材料和形制来讲，它已经是近 170 年爪足浴缸时代的尾巴了。

## 7. 被消费的个人“品味”

由于 Crane 这个公司自 1920 年代开始的成功营销，老美对“奢侈”这一概念的理解，从爪足浴缸这种带有欧洲贵族血统的、物体般独立的、要人伺候的、铸铁的、能用 100 年的，转向了“现代浴室”的“品味”。这是欧美的区别所在，也是贵族社会和现代社会的区别，“品位”和“品味”的区别。

现代“品味”包含了可以有多种颜色的“个性化选择”，以及各种国家风格的搭配，美式的、法式的、中国风、日本风的都有，壁纸、壁灯、马桶盖、接头、瓷砖一起卖，主打一个氛围感，另外服务要跟上，服务点、展厅多，打个电话就来，包安装，管售后，还 0 元设计费。可是，玻璃纤维的浴缸肯定比铸铁的不禁用，十几年就不行了，还有一种丙烯酸纤维的，也不咋地，



图 26  
eBay 在售的另一款可卸腿的“Crane”牌浴缸。

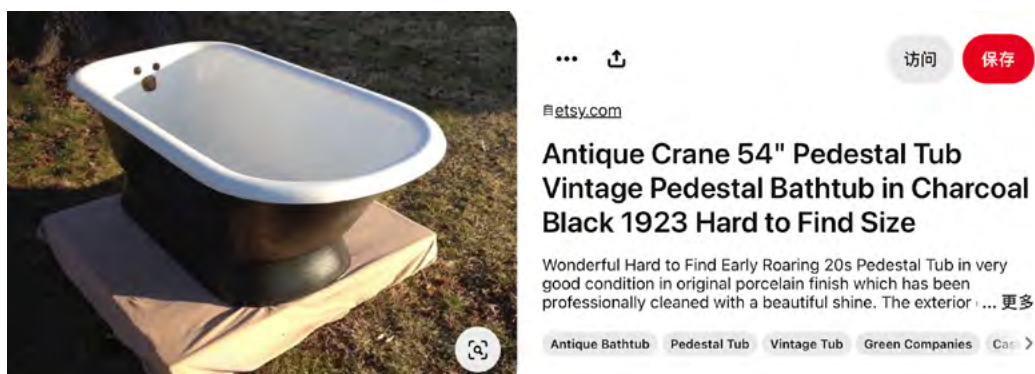


图 27  
etsy 在售的 1923 年的“Crane”牌带托儿浴缸。



图 28  
“Crane”公司广告册页中的中国风浴室。

容易有划痕。但反正不行可以再买。

这听起来是不是特别像当今装修公司或者奶茶店的套路？100年来，美式消费主义席卷全球，套路没有多大改变，多数人深陷其中，既没享受到好东西，又在多样的“个性”中回归了平庸，肉体和精神皆贫穷。因为人家兜售的，本就是一个片刻中“成为贵族”的幻象。路斯说了，只有新贵们开始“做设计”、创造自己的新文化时，他们才有重新变为贵族的可能。但这一过程，需时尚久。

这就是为什么在设计教学中，我们总是很警惕上来就谈个人品味，因为“多色可选”的风格定制，从根上就与美式消费主义挂钩，它约等于不持久和廉价。既然你想要一个“普通人”的东西，你找做设计的干嘛？

## 8. 美国浴室中的中国园林风

eBay 上有一张 1926 年 Crane 的广告特别吸引我，因为它和中国园林有关（图 23、图 28）。在有关氛围感的风格推销里，中国风的壁纸上描绘了两扇景窗，镜柜则被做成了立轴。朱红色的栏杆、槛上立了凤凰、上有檐口线，槛外有婀娜花树，树上挂了红灯笼，壁灯形象也与之类似，远处还有小船驶来，就连马桶盖都是中国红的。

下面广告词写着“Crane beauty in the open; Crane quality in all hidden fittings”。译作：“Crane 的美丽，在于外（open 有开敞的意思，让人联想园林）；Crane 的品质，在乎内（hidden fittings 指的是管道入墙）。”这广告词写的，不仅 beauty、quality 能押上韵，内外还对仗了！有点中国味。

册页整体设计也不错，下方一个管道阀门说明了核心技术对每个美国家庭的守护，上方浴室的场景像被管道支撑的可移动的镜子，有点镜中花的意思，虚幻的浪漫，它正代表了消费主义兜售的异国风情幻象，同时也带着新艺术运动的余韵。

幸亏，燕南园 54 号别墅赶上了 Crane 生产的最后一波爪足浴缸，没有随着消费时代的洪流用那种新式贴墙的。不然，也挨不到 100 年，更轮不到我考古，早灰飞烟灭了。在此，隔空感受到了百年前燕大对教授们的尊重，一种欧范儿的、老钱的、深沉的尊重。（美国的）顶级的技术 + （欧洲的）高贵的形制，基本可以描述这件文物的价值内涵。

以上，就是我对博雅师兄给我看的一段下水管和 54 号别墅浴缸照片的全部理解。从燕南园的一截下水管开始，到美国现代浴室的中国园林风结束。感谢 eBay 对我了解母校和美国现代室内史作出的贡献，更该感谢博雅师兄对文物的珍视。如果没有这樽浴缸和这截下水，历史的思绪就无法流动，流到百年前的燕园和美国，用消费时代来临前现代文明的清澈的洗澡水，洗刷我被消费时代玷污的心灵。

此刻，我听见厨房净水龙头滴答滴答的声音。我需要迅速解决这个问题。我需要一个水管工！但，作为一个现代女性，我怎能轻易放弃修水管的权力，乃至自由呢？

图片来源：

图 1-5、13-17 来自朱博雅；

其余图片来自网络。

参考文献：

- 阿道夫·路斯《水管工》. 自范路译, 《言入空谷》: 路斯 1897-1900 年文集 . 北京: 中国建筑工业出版社, 2014.
- 阿道夫·路斯《饰面原则》. 自范路译, 《言入空谷》: 路斯 1897-1900 年文集 . 北京: 中国建筑工业出版社, 2014.
- Hoagland, Alison K.. The Bathroom: A Social History of Cleanliness and the Body. 挪威: ABC-CLIO, 2018.
- eBay
- <https://www.craneco.com/about/history/>
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Holt\\_Manufacturing\\_Company](https://en.wikipedia.org/wiki/Holt_Manufacturing_Company)