

北

京

老

字

号

首都博物馆
编

中国人民大学出版社

北京老字号

首都博物馆 编

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

北京老字号 / 首都博物馆编. -- 北京: 中国人民大学出版社, 2014.9
ISBN 978 — 7 — 300 — 19928 — 3

I . ①北…
II . ①首…
III . ①商业企业—史料—北京市
IV . ① F279.271
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 215015 号

策划编辑 宋义平
责任编辑 宋义平 周莹
英语编辑 贾涵钧
装帧设计 北京雅昌设计中心

北京老字号

首都博物馆 编
Beijing Laozihao

出版发行	中国人民大学出版社	
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码 100080
电 话	010-62511242(总编室)	010 — 62511770 (质管部)
	010-82501766(邮购部)	010 — 62514148 (门市部)
	010-62515195(发行公司)	010 — 62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn	
	http://www.ttrnet.com(人大教研网)	
经 销	新华书店	
印 刷	北京雅昌艺术印刷有限公司	
规 格	235mm × 290mm 16 开本	版 次 2014 年 9 月第 1 版
印 张	15 插页 2	印 次 2015 年 1 月第 2 次印刷
字 数	48 000	定 价 220.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

首都博物馆 书库

丙种 第叁拾柒部

《北京老字号》

首都博物馆学术委员会（首都博物馆书库 编辑委员会）

主 任：郝东晨 郭小凌

常务副主任：黄雪寅

委 员：冯 好 龙霄飞 刘树林 孙五一 吴 明 武俊玲

武望婷 钟 梅 徐 伟 章文永 鲁晓帆（以姓氏笔画为序）

《北京老字号》

书稿撰写：齐 玫

特约编辑：李吉光

翻 译：张贵余 邵欣欣 赵雅卓 杨丽明

摄 影：梁 刚 谷中秀 张京虎 朴 识 罗 征 白 琳

展览主办：北京市文物局、北京市商务委员会

展览承办：首都博物馆

展览协办：北京老字号协会

展览涉及的北京各家老字号

首都博物馆展览项目组

负 责 人：齐密云

展览大纲撰写：齐 玫

形式设计顾问：徐 伟

工 作 人 员：宋 蕊 苗立英 苏 蓉 陈 郁 刘 恋 任 巍 于翠翠 马 涛 刘 旻 范胜利

杜 欣 胡 昱 李 健 齐 峰 徐 亮 钱 诚

序
一

古都北京，有着三千余年建城史、八百余年建都史，文化交融，人文荟萃，孕育了灿烂的皇家文化、雅致的士绅文化和醇厚的“京味儿”民风民俗。特别是当北京成为国都后，皇亲国戚，百司编民，八方汇聚于此，促使京城商业快速发展，最终形成独具特色的商业文化。首都博物馆举办的“北京老字号”展览，是对北京这座历史文化名城人文积淀和商业文化的全面展示，更是对北京丰厚精神财富的传承与发扬。时至今日，社会在飞速发展，生活在进步提高，诸多传统行业已经消失在历史的长河中，而那些饱经沧桑却依旧挺立的老字号，正是继承了老北京商业的文化传统，在新时代再次焕发出勃勃生机。本展览以约 260 组件极具代表性的京城商业珍贵实物和丰富详实的历史资料，通过鲜活生动的展陈方式，将历久弥新的京城商业老字号展示给世人，重现北京商业民俗最鲜明的特征，全面探寻北京老字号的独特面貌和生命力之本。

悠久辉煌的历史，厚重的文化积淀，造就了北京文化的兼容并包和博大精深。清末民初的北京，在向近代社会和近代城市迈进的过程中，商业首当其冲地面对着社会的变革及迅速发展。无论社会如何变化，这座城市里的人们仍旧恪守、践行、传承并发扬着世代以来以儒家思想为核心的商业价值观和文化传统。适应社会变革又坚守文化传统，在相互碰撞中寻求契合点，北京商业呈现了独特的面貌，构成了“京味儿”民俗的重要组成部分。

从古至今，商业都是一座城市正常运转的重要保障。

在中国数千年重农抑商的封建社会，坐贾行商的存在使得部分农民的生活不同程度地摆脱了土地的束缚。以商业为纽带，城乡各行各业建立了有机的联系，保障了国家职能的充分发挥和社会经济的正常运转。柴米油盐，衣食住行，人生一世谁能离它？衣食丰足自古是人生大愿。承平日久，民生安定，市井繁荣，珍异广聚，五行八作就在这京城达到了极致。中国人最讲“天时地利人和”，商业经营亦无例外。慧眼识商机为“天时”，京城宝地为“地利”，产品和服务无疑就是“人和”。“天地之性人为贵”，商业是直接服务于“人”的行业，不在“人”字上下功夫，即便占尽天时地利，终究不能长久。

无论商道面孔如何变幻，京城商业始终遵循“诚信”的儒家经商之道；无论规模巨细、行当分属，京城老字号无一不恪守行业准则，铢积寸累而不欺暗室，尊重传统又孜孜求新，这已是深入京城老字号精神血脉的文化基因。一代代的老字号经营者们为完善产品和服务竭尽毕生心力，终使自家这金字招牌有口皆碑，名扬四海，历百余年风雨而不衰。老字号一事一物之微，老字号人一言一行之立，处处凝聚着中华传统商业文化的精髓，折射出传统文化的人文光芒。

老字号是品牌，是文化，是历史，是财富，是最应珍惜的商业资产；更是一段鲜活的记忆、一帧熟悉的剪影、一张城市的名片！

序
二



北京的历史源远流长，北京的文化丰富多彩，而老字号就是北京历史文化中的一朵奇葩。北京自金代成为首都，历经元、明、清三朝，历时八百余年，文化的发展越来越繁盛，形成了灿烂的京师文化。有些学者惯用“京味文化”一词以形容北京文化，笔者认为欠妥。“味”是什么？是一种感觉，人们品菜，追求的是“色”、“香”、“味”，如果把北京文化比喻为一道精美的大菜，仅有“味”是不够的。

何谓“字号”？就是商标，北京的老话称之为“招牌”，如以一个人而论，就是“名片”。何谓“老”，就是时间非常悠久，历史漫长。前不久，习近平总书记在北京视察工作，曾将历史文化比喻为北京的“金名片”，这个比喻是非常高的褒扬，而同时也是非常恰当的。北京的老字号就是一张“金名片”，而且是含金量非常高的亮丽“名片”。

在中国古代的都市中，手工业生产往往是和商业贸易合二为一的，即所谓的“前店后厂”，一个老字号，既是生产厂家的招牌，也是出售商家的招牌。古人对招牌的宣传力度显然没有今人的大，而主要靠的是商品的质量好，经过消费者的口耳相传，也就是所谓的“口碑”，才得以扬名天下。因此，质量第一，才是古今通义，也是老字号能够站住脚的关键。

在北京地区，老字号究竟有多老？换言之，历史有多长才能够称为老字号？当然是越长越好，但是，我们今天能够见到的老字号大概都是从清朝中后期才在北京站住脚的，能够再往前追溯的则寥寥无几。究其原因，

第一，这些老字号大多采用的是家族生产模式，家族兴旺，老字号当然兴旺；家族衰败，老字号亦随之衰败。

第二，朝代更替、京中官宦更替皆很频繁，使时尚变迁也很大，直接影响到老字号的兴衰。因此，字号能够延续到百年以上而不倒掉，确实是一件非常困难的事情。

今天北京的老字号，已经从家族式的产销行业转变为现代生产与销售相结合的大型企业，有些甚至已经跨出国门，走向世界。但是，这些老字号已经不仅是商业服务业的招牌，而且成为北京的文化品牌。国内外的游人在来到北京之后，除了游览故宫、颐和园、八达岭长城之外，还要品尝全聚德的烤鸭、东来顺的涮羊肉以及稻香村的点心，等等。正是有了这些老字号的服务，才给了人们一个完整的、立体的、丰富多彩的北京。

人们看到的北京，五颜六色，美不胜收；人们品尝的北京，五味俱全，胜于韶乐。古老的北京和当代的北京是融为一体的，历史文化和时尚文化共同组成了北京文化。而北京的老字号，在继承了传统文化的同时，又与时尚文化相结合，开拓了新的发展领域，增添了新的生命力。祝北京老字号越老越年轻！

北京市社会科学院历史研究所 王岗

北京老字号

目录

引子

二

第一部分 诚信为本

十六

字号立意

十七

诚实守信

二十一

货真价实

二十五

仁厚和气

三十

第二部分 敬业为魂

三十四

管理有方

三十五

特色经营

五十三

经营智慧

一五〇

第三部分 传承创新

一七八

老店新貌

一七九

老店绝活

一九一

结语

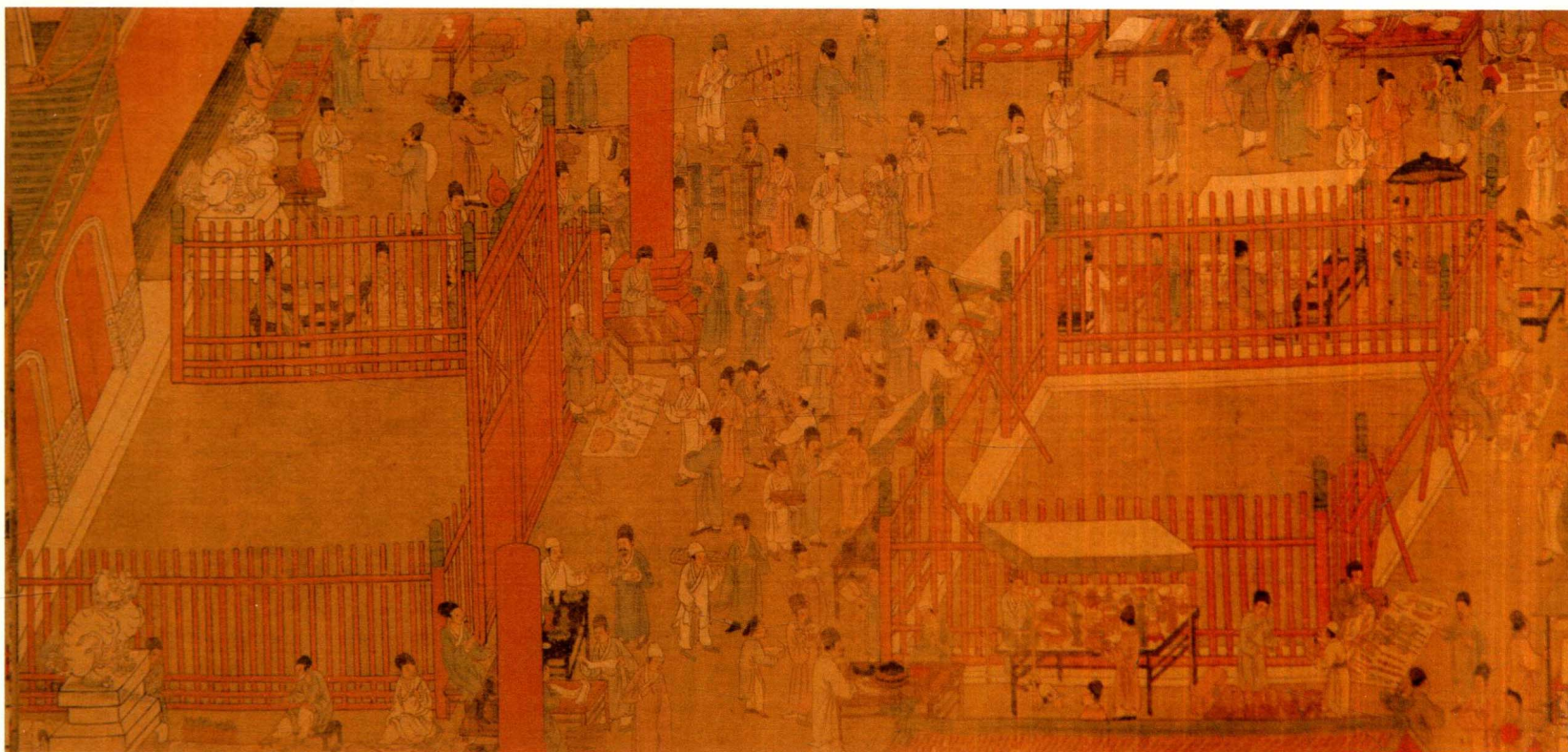
二二六

北京老字号

首都博物馆 编

中国人民大学出版社
· 北京 ·

引子

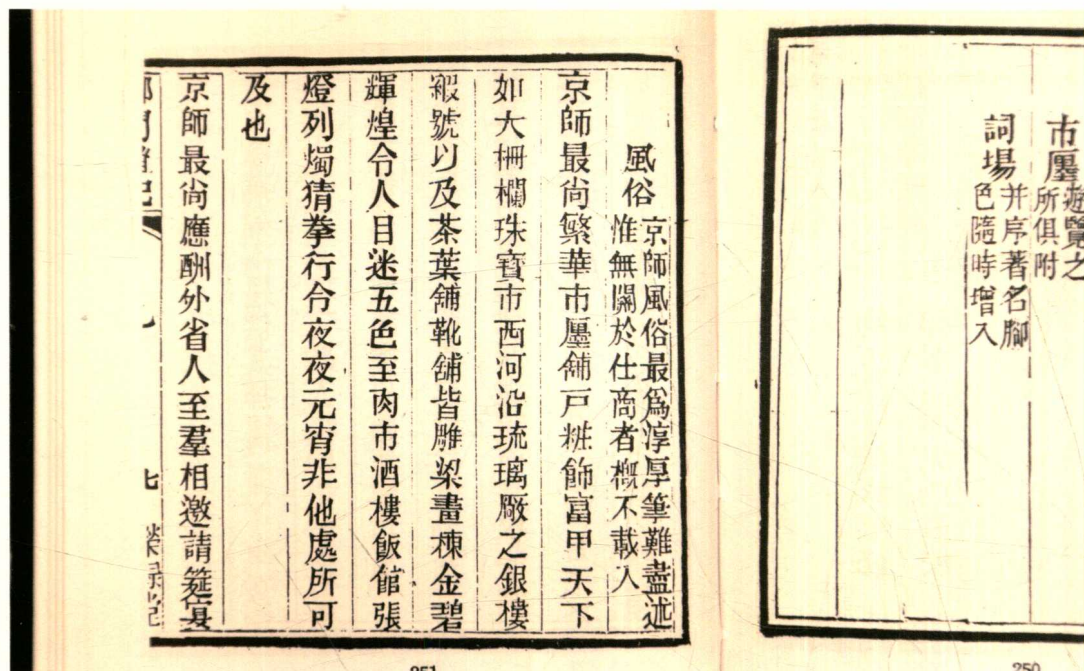


《皇都积胜图》局部（明代）
Prosperity in the Imperial Capital (Part), Ming Dynasty

北京作为世界著名的古都，“丰富的历史文化遗产是一张金名片”，其中的老字号即是北京城市传统文化的宝贵财富之一。北京老字号的发展，勾勒出北京商业发展的历史脉络；“酒香不怕巷子深”，道出了北京老字号的独特魅力。北京老字号以其深厚的文化底蕴，秉承了优秀的传统文化的精髓，并以独领风骚的精湛技艺，以人为本的经营策略，成为北京传统文化的品牌。

明代中叶，京城已形成一派繁华的商业景象。此画面即描述了明嘉靖末年至万历初年北京正阳门外繁华商业区店铺林立、商贾云集、贸易繁盛的景象。

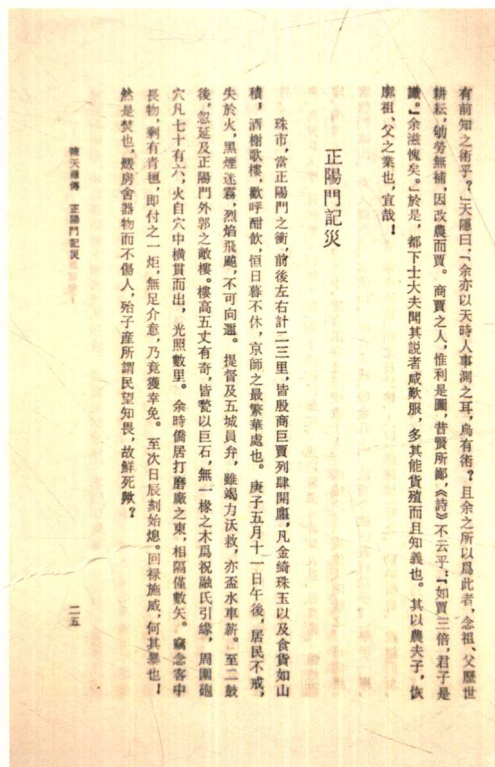




《都门纪略》 清 杨静亭 撰
Du Men Ji Lue (a guide book of Beijing) by Yang Jingting, Qing Dynasty



《梦厂杂著》清 俞蛟 撰
Meng Chang Za Zhu by Yu Jiao, Qing Dynasty

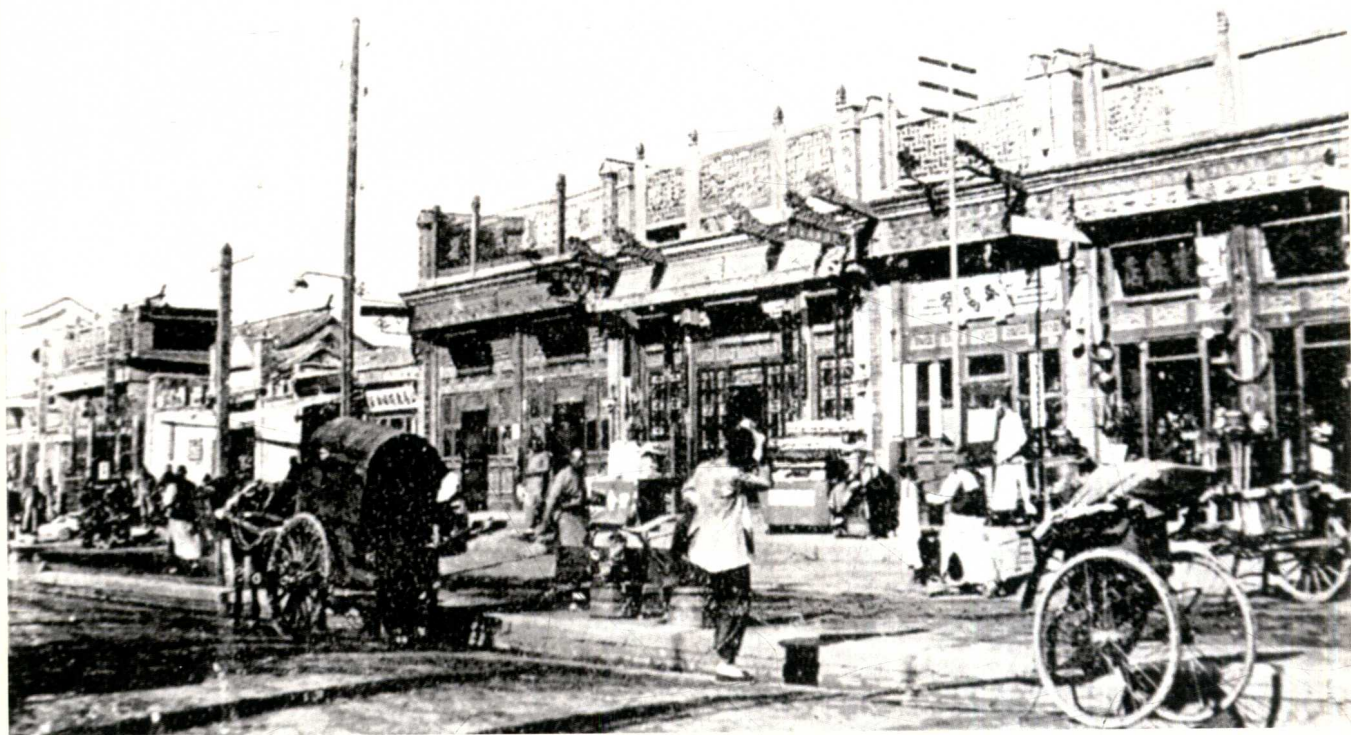


明末清初北京出现了商业会馆，它是北京商业发展到鼎盛阶段的标志。为了维护同行业利益及堆聚货物，解决商贸洽谈场所，工商会馆首先在南城兴起。从正阳门向崇文门东南部发展，逐渐形成了以河沿为基础的商业市场及商业会馆街区。最早的工商会馆有山西平遥会馆、临襄会馆等。

清朝政府在崇文门设立税关，商帮、行帮为了纳税方便，将商业会馆、工商会馆聚居至崇文门东珠市口大街至花市一带，在此形成了工商会馆区。

《都门纪略》中云：“京师最尚繁华，市廛铺户，妆饰富甲天下，如大栅栏、珠宝市、西河沿、琉璃厂之银楼缎号，以及茶叶铺、靴铺，皆雕梁画栋、金碧辉煌，令人目迷五色。至肉市、酒楼饭馆，张灯列烛，猜拳行令，夜夜元宵，非他处所可及也。”

《梦厂杂著》中言：正阳门外“左右计二、三里，皆殷商巨贾，列肆开廛。凡金绮珠玉以及食货，如山积。酒榭歌楼，欢呼酣饮，恒日暮不休，京师之最繁华处也。”



前门大街南侧
South Side of Qianmen Street

北京的老字号大部分形成于清末民初，主要集中在王府井、东单及东四、西单及西四、琉璃厂、前门大街、大栅栏等商业繁华区。

清末出版的《老字号店铺的招幌》一书中收录了 200 多家有代表性的店铺招幌，说明了北京当时主要老字号的大致数量。当时的北京老字号已遍布京城内外，涉及人们生活的方方面面，其中以餐饮业、服务业最多。

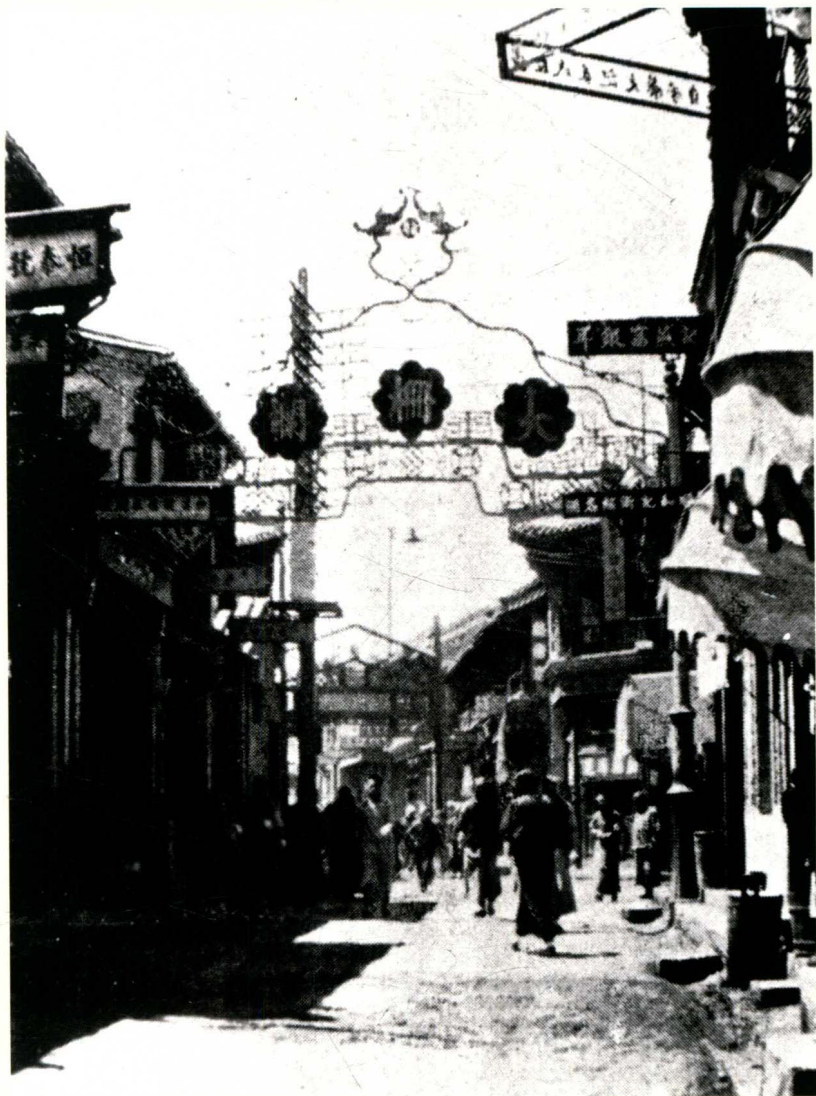
京商谚语：“东城布帛菽粟，西城牛马柴炭，南城禽鱼花鸟，北城衣冠盗贼，中城珠玉锦绣。”

清代杨米人在《都门竹枝词》中，对前门外商业繁盛、人流如织的热闹场景有生动的描述：“晴云旭日拥城闉，对面交言听不真；谁向正阳门上座，数清来去几多人。”

清代杨静亭《都门杂咏·大栅栏》：“画楼林立望重重，金碧辉煌瑞气浓。箫管歇余人静后，满街齐响自鸣钟。”

又有《都门杂咏·东西巷》云：“五色迷离眼欲盲，万方货物列纵横。举头天不分晴晦，路窄人皆接踵行。”

清代李静山《增补都门杂咏·珠宝市》云：“行人拥挤笑肩摩，处处招呼买什么？休笑不堪珠宝市，廊坊三巷更偏多。”



大栅栏
Dashilar