



当代北京 商号

史话

当代北京编辑部 编
刘宝明 戴明超 著

- ◎ 北京商铺老字号享誉中外
- ◎ 新中国成立之初各地老商号迁京支援首都建设
- ◎ 王府井百货大楼成为京城第一店
- ◎ 新老商号经营管理市场化理念

当代中国出版社
Contemporary China Publishing House



当代北京

商号

史话

当代北京编辑部 编
刘宝明 戴明超 著

当代中国出版社
Contemporary China Publishing House



图书在版编目(CIP)数据

当代北京商号史话/刘宝明, 戴明超著. —北京:
当代中国出版社, 2012. 3
(当代北京社会生活史话丛书)
ISBN 978-7-5154-0116-4

I. ①当… II. ①刘… ②戴… III. ①商号—商业史—
北京市—现代 IV. ①K928

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 034159 号

本书图片为本书作者提供。因时间仓促, 不能完全确定摄影者姓名, 故未署名, 特向摄影者致歉; 并请相应著作权人见到本书后, 与当代北京编辑部联系, 以便支付稿酬及再版时准确署名。联系电话: 010—64872595

出 版 人 周五一
责任编辑 姜楷杰
责任校对 王小芸
装帧设计 北京雅顿纵横广告有限公司
出版发行 当代中国出版社
地 址 北京市地安门西大街旌勇里 8 号
网 址 <http://www.ddzg.net> 邮箱: ddzgcbs@sina.com
邮政编码 100009
编 辑 部 (010)66572154 66572264 66572132
市 场 部 (010)66572281 或 66572155/56/57/58/59 转
印 刷 北京联兴盛业印刷股份有限公司
开 本 640×960 毫米 1/16
印 张 10 印张 2 插页 插图 50 幅 89 千字
版 次 2012 年 4 月第 1 版
印 次 2012 年 4 月第 1 次印刷
定 价 24.00 元

版权所有, 翻版必究; 如有印装质量问题, 请拨打(010)66572159 转出版部。

《当代北京丛书》 编委会

顾 问：陶西平 宋贵伦 张文启

主 任：陶一凡

副 主 任：陶信成 张妙弟

编 委：（以姓氏笔画为序）

曲 仲 刘牧雨 许 方 朱明德 辛国安

陈之昌 张兆民 张妙弟 周五一 陶一凡

陶信成

执行编辑：许 方 关丽娟

《当代北京丛书·社会生活史话》 编辑部

主 编：陶一凡

副 主 编：陶信成

编 委：（以姓氏笔画为序）

王 岗 许 方 关丽娟 杨良志 李淑敏

陈德仁 金 汕 陶一凡 陶信成

序

1949年，北平和平解放，新中国定都北京，于今已近60年了。六十年，一个甲子，共和国的人民、北京市的人民，在创造自己新生活的过程中，亲历了多少成功的喜悦、顺利的舒畅，以及挫折的伤心和迷惘。然而，我们都已走过来了，我们毕竟取得了巨大的成绩和进步！我们的人民在党和政府的领导下，付出了辛勤的劳动，才会有今天的收获。我们抚今忆昔，怎不激动和感奋！

当代北京编辑部用几年的时间，策划、编辑了这套《当代北京社会生活史话》丛书。这套丛书属于当代北京编辑部组织编写的《当代北京丛书》中的史话系列，它的目的是记录和宣传北京在新中国成立后，与老百姓密切相关的社会生活各方面的变化、发展和进步，尤其是改革开放以来取得的巨大成绩；以群众喜闻乐见的形式，普及当代北京史的研究成果，帮助大家了解时代的进步、社会的发展、人民生活水平的提高和思想观念的变化，同时，为迎接2008年奥运会和中华人民共和国成立60周年，向世人展示当代北京的成就和风貌。这是一件很有意义的事情。

历史是需要用文字、图片等记录下来的。记录的方式很多，党史、国史、地方志以及纪实文学等等都是。这套史话丛书，则是既体现“史”的宗旨，即以真实的史料为依据，注重完整性、科学性、知识性，纵向脉络清晰，横向展现充分；又具有“话”的特点，即力求

叙述的通俗生动和议论的简洁明了，使老百姓愿意读、喜欢读。这个努力是否取得了一定的成功，这就需要请读者来做出评判了。

我想，我们是否可以说，历史至少是人民群众参与创造的。人民群众参与创造了历史，自然也有权了解历史。从这个意义来说，当代北京编辑部的这套丛书是这样一个尝试，即帮助人民群众了解历史，或者具体说主要是帮助有一定文字阅读能力的老百姓了解当代北京的历史。我认为，这是一个好的尝试。

是为序。

A handwritten signature in black ink, appearing to be '杨守' (Yang Shou), written in a cursive style.

2007年10月



CONTENTS

目录

第一章 百年积淀 / 1

当北京城还是一座北方诸侯的治所时，零零散散的商号就开始出现了。随着北京城的日益庞大，由诸侯治所升格为大国之都时，北京的商号也羽翼渐丰，组成一条条人声鼎沸的商业街。商号与北京城一块萌芽、一块成长，从稚嫩到成熟，从粗鄙到奢华。

东四、西单、鼓楼前 / 2

老字号的传说 / 8

山西人开钱庄，山东人开布店 / 16

掌柜爱钱更爱才 / 21

劝业场——京城第一百货商场 / 26

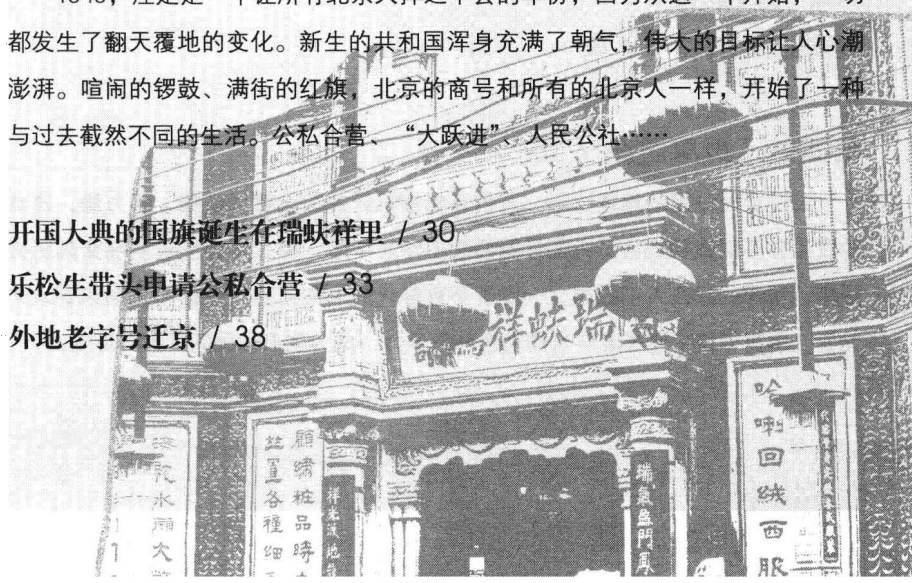
第二章 峥嵘岁月 / 29

1949，注定是一个让所有北京人挥之不去的年份，因为从这一年开始，一切都发生了翻天覆地的变化。新生的共和国浑身充满了朝气，伟大的目标让人心潮澎湃。喧闹的锣鼓、满街的红旗，北京的商号和所有的北京人一样，开始了一种与过去截然不同的生活。公私合营、“大跃进”、人民公社……

开国大典的国旗诞生在瑞蚨祥里 / 30

乐松生带头申请公私合营 / 33

外地老字号迁京 / 38





新中国第一店——北京百货大楼 / 41

友谊商店与特供商品 / 46

“合作社”以讹传讹变成“盒子社” / 50

北京的三大菜市场 / 52

“信托商店”取代了旧社会的“当铺” / 54

“文革”中北京的商号 / 58

第三章 改革时代 / 63

上世纪 80 年代初，当人们开始对“文革”反省和反思的时候，大批回京知青已经走上街头，为了生活和生存喊出了跟旧时买卖人没什么区别的吆喝声。他们或许并不知道，正是这一无可奈何的举动，吹响了市场经济的号角。

知青叫卖大碗茶 / 64

研究员辞别象牙塔 / 66

张大中创造财富神话 / 69

温州模式带火大红门 / 71

红桥市场与秀水街 / 75

农贸市场全新亮相 / 81

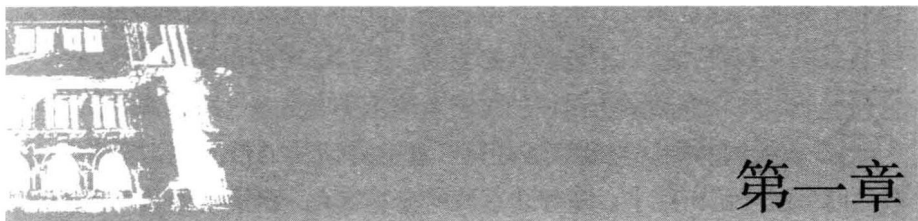
抢滩北京的洋商号 / 86

第四章 凤凰涅槃 / 95

经过全民经商的浮躁以后，人们开始意识到如果没有“仁德”的力量，商业的发达并不能造福社会。人们开始怀念中华老字号，那么多老字号能够穿越历史隧道，深深扎根在人们心里，一定有不可替代的人文元素。挖掘和发扬这些人文元素，用科学技术发展老字号的特色和竞争力，成为政府和民间的共同愿望。

振兴老字号，政府施援手 / 96
全聚德玩起资本运营 / 101
稻香村的二次创业 / 104
内联升坚持走高端路线不动摇 / 110
张一元的老规矩一点不能丢 / 115
老饭店的新探索 / 120
在创新中传承“六必”精神 / 122
同仁堂的团队精神一招鲜 / 128
用“两条腿走路”的荣宝斋 / 132
复兴民族服饰的瑞蚨祥 / 135
迁京老字号，依然领风骚 / 138
附录 / 149
主要参考书目 / 152





第一章

百年积淀



春

春秋战国时期，当北京城还是一座北方诸侯的治所时，零零散散的商号就开始出现了。随着北京城的日益庞大，由诸侯治所一步一步升格为大国之都时，北京的商号也羽翼渐丰，从东到西、从南至北，组成一条条人声鼎沸的商业街。商号与北京城一块经历着岁月的风风雨雨，城头不停变换的“大王旗”，没能阻止北京的商号从稚嫩走向成熟，从粗鄙变成奢华。

东四、西单、鼓楼前

西周以来，北京逐渐成为北方的军事和商业重镇，历朝历代的名称不尽相同。至唐代开元天宝年间（713—756），北京地区被称为幽州，据房山《云居寺石经题记》记载，当时幽州城内集市贸易高度发达，当时有白米行、粳米行、大绢行、小绢行、布行、炭行、屠行、肉行、五熟行、生铁行、磨行、杂货行、染行、鞋行、靴行……商业分工已经相当细致，功能上跟现在的集市贸易已经没有什么差别了，市民日常生活的必需品都可以在市场上买到。

元朝以后北京成了全国的政治经济中心，来自北方草原的蒙古统

治者把北京称为元大都，调动全国的人力物力建造比幽州城大了好几倍的泱泱大都。元大都气势宏伟，车如流水人如潮，自然对商品的需求也成倍增长，大街小巷商铺云集。尤其是在城市中心的钟鼓楼地区，形成了一条熙熙攘攘一直延伸到北边积水潭的商业走廊。

中国古代的城市都有建造钟楼和鼓楼的传统，无论是南方还是北方城市，鼓楼或钟楼的地名屡见不鲜。古代建造钟楼或鼓楼的目的是为了向市民提供准确的时间，战时还可以用于军事目的。钟楼和鼓楼一般都建在城市的中心地带，高度也是超过了一般的房屋，往往是城市的最高建筑，这是为了击鼓或撞钟的时候全城都能听到。因为鼓楼或钟楼地处城市中心，所以中国古代城市的钟楼和鼓楼周边一般都人气旺盛，是集市贸易的黄金地区。

中国古代封建统治者在施行政治纲领的同时，也将统治的理念融入到了他的都城营造中。顺应这样的习惯，北京的城市布局也就承袭了“左祖右社，前朝后市”的规制，于是北京的鼓楼、钟楼就被选在了皇宫以北的地安门外。

北京的钟鼓楼一带以前就人口密集，加之元代的达官权贵多居住于此，鼓楼前便商贾云集，人声鼎沸，慢慢形成了元大都的商业中心。鼓楼前商业发达还有一个原因，就是与之毗邻的积水潭是京杭大运河的终点，同时也是元大都最大的漕运码头。积水潭成了输入京师的货物集散地，人流密集，走货量大，鼓楼前地处市中心，积水潭为这里的商业街提供了物流上的便利，鼓楼前的商铺需要什么货物，很快就能从积水潭找到。这进一步促进了鼓楼前商业街的发展，当然这对积水潭的繁荣也起了积极作用，积水潭那里成了各种商人的聚集地，饭铺、酒楼、茶馆遍地皆是。

明代的皇城在元大都的基础上东移，使得北京的商业中心也由钟鼓楼一带南移到东四、西四一带，由于这一带的居住区都是棋盘形状，所以明代的商业街跟元代相比有了较大的发展，形成了棋盘形状





旧北京景山后街的景象

的商业繁华街区。此时人口增长极快，尤其是到了嘉靖（1522—1566）、万历（1573—1620）年间，人口已接近百万，这为商业发展奠定了需求基础。贵胄权宦居内城，而商人、手工业者居外城。明代北京内外城商业市场已呈现出明显的分工，居于内城的城隍庙市、灯市等一般服务于有钱有势的大户人家。而外城的市场则相反，多以市井百姓为主要顾客人群，商号经营的商品也多带有平民消费的特征。这从明代遗留下来的街市名称中还能感觉到，如猪市（后演变为珠市）、羊市、骡马市、菜市、揽杆市、米市、蒜市、煤市、闹市、小市等等。

明代的北京，有“东四、西单、鼓楼前”的顺口溜，它所描述的是北京几处繁华的商圈，具体地说，是指由位于北京内城的鼓楼、隆福寺街、东安市场、王府井大街、东单、西单等地点连接起来的线状商业街区。

明代北京商号的状况，被沈榜详细记录下来。据记载，这些商号

的种类涉及如典当、布匹、杂粮、编网、菜蔬、裁缝、食铺等一百多种。明代进士黄景昉将当时京城东华门、鼓楼一带的商号街市写进了《城隍庙市》一书中。他在书中对东华门、鼓楼的商业街和庙会做了细致入微的描绘。

明代无名氏绘制的《皇都积胜图卷》（局部），将当时几条商业街做了全景式呈现，画面描绘的是嘉靖末年至万历初年北京正阳门外繁华商业区的店铺林立、商贾云集、争相贸易的繁荣景象。整个画面从京师南郊村镇经卢沟桥、广安门、正阳门、棋盘街、承天门等集市，向北延伸到“北门锁钥”的居庸关。此图是明代北京商业繁荣的直观记录。

到了清代，情况发生了重大变化。顺治帝入住北京的第二天，就下令朝廷将北京按八旗编制圈划分割，将内城划为八旗营地，三日内强行将内城汉人迁出原地。除紧邻前门的棋盘街外，其他地方一律不许进行商业活动。



旧北京珠市口的糕点铺子正明斋





由于这种“旗民分城居住”的政策，内外城间的生活区域被人为隔断，使得多年形成的经营者与消费人群这两个市场主体被分离，内城的商业很快走向萧条与停滞。元朝和明朝形成的“东四、西单、鼓楼前”的繁华商业景象，北京人再也看不到了。

不过这也给北京的外城发展带来了机会；北京的外城就是今天的南城，即原崇文、宣武两区的地盘。清时东城和西城被称为内城，顺治五年（1648年）内城成了满族八旗军驻防的大军营，外城的前门一带就成了汉族官员和市民的主要居住地。另外还有一些外省人在这里汇集，他们就是各地的商人。因为内城做不了生意了，只能来这里碰碰运气。

大量人口的聚集和内城外城人员的流动，形成了旺盛的生活日用品的消费需求。加上朝廷限制内城商业的发展，那里的消费需求便转移到外城。在这样的态势下，外城特别是以前门为中心地区的商业获得了兴旺与发展的强大动力，前门商业街开始形成。

到清代中期，除了前门大街的红火外，北京皇城外的栅栏、天桥、崇文门外大街、菜市口，以及东单、西单、阜成门至西四牌楼一带的商街，也逐步形成。许多老字号商铺在这些街区扎根发芽，发展得越来越有规模。

这些商业街上除了固定商铺和临时摊点外，还有很多走街串巷的小商人，这些多是亦农亦商的小买卖人，他们在农闲季节游走于北京的繁华街巷，做些蔬菜、瓜果、土产之类的生意。其中有些是以收购旧物废品或出卖手艺、体力等，如理发剃头、铜盆铜碗、磨剪子磨刀等。时直到现在，流传下来的那些悦耳悠扬的老北京叫卖声，多是源于这些人。

除了由众多固定商号组成的商业街区外，清代逢庙会、年节自发形成的时令性临时市场也很发达，这是北京的另外一种商业业态，规模和影响也很大。北京当年几个典型的庙会，如位于成方街一带的都城隍庙会，位于朝外东大桥的东岳庙庙会和蟠桃宫庙会，位于宣武门外下斜路路西“都土地庙”庙会，位于阜成门内大街路北的白塔寺庙会，位于西



老北京出售锅碗瓢盆
的商贩

四牌楼之北的护国寺庙会，位于东四牌楼之西的隆福寺庙会，位于和平门外琉璃厂一带的厂甸庙会 and 复兴门外白云路之东的白云观庙会等，都在相对固定的成市期间，云集起大量有北京传统特色的摊店铺户。

这些庙会市场除制作大量传统北京风味小吃外——如扒糕、煎焖子、驴打滚、八宝茶汤、炸灌肠、冰糖葫芦等，还提供多种更具老北京民俗特色的文娱项目，如耍狮子、踩高跷、小车会、旱船、耍中幡、拉洋片、双簧、相声等。风味饮食与特色民俗文化，构成了北京传统庙会的两大主要卖点。

每逢庙会，都会成为商号聚拢、扎堆儿的好日子。人们除了享受传统文娱活动如购置喜庆用品、体验民俗以外，就是在鳞次栉比的商号间尽情品尝美食。由于庙会比平时的商业街更能聚拢人气，几乎所有庙会聚集的场所，都有北京著名的老商号出摊卖货。人们看几个庙会，就等于把北京所有的老字号逛了一遍。





热闹红火的春节厂甸庙会

除了城里的庙会，郊区县庙会也极富特色，如妙峰山、丫髻山碧露元君祠、白龙潭的开潭、戒台寺的晾经、天台山魔王西顶娘娘庙等。这些庙会吸引了大量城里人参加，也呈现出熙熙攘攘、摩肩接踵的景象。除了引人入胜的景观以外，各种各样的北京传统小吃和文娱项目也必不可少，热闹程度甚至超过了城里的庙会。

老字号的传说

在老北京几条著名的商业街中，历史悠久的老字号是商业街最吸引人的。这些老字号都是白手起家，靠着诚信和公平一点一点发展壮大。许多老字号从元明时就开始经营了，一直发展到清代。不过流传到今天的多是清代中后期和民国初年后发展起来的。连始创于清代初年的北京老商号都很少，有文字记载的也只有便宜坊、王麻子刀剪等