

北京地方志·风物图志丛书

主编◎段柄仁

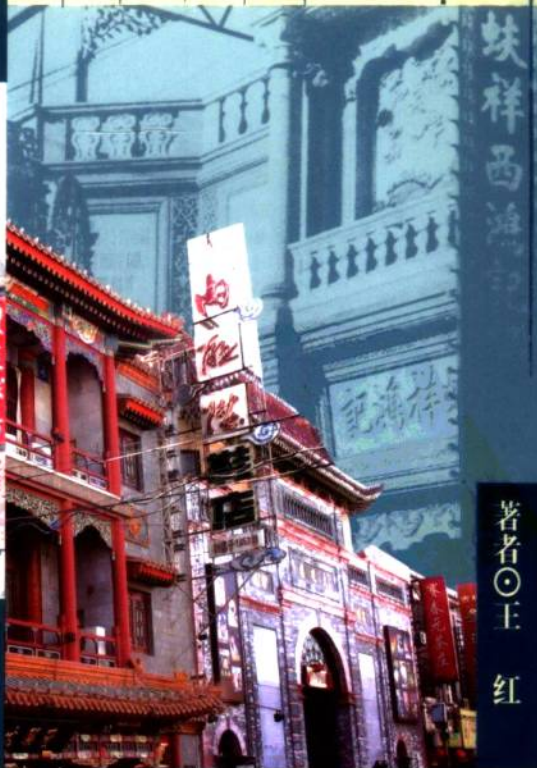
- ◎ 字号话源
- ◎ 明清商事
- ◎ 皇商结缘
- ◎ 商圈布局
- ◎ 天府后市
- ◎ 上元灯市
- ◎ 儒雅名号
- ◎ 经商有道

老字号

LAO ZI HAO



北京出版社

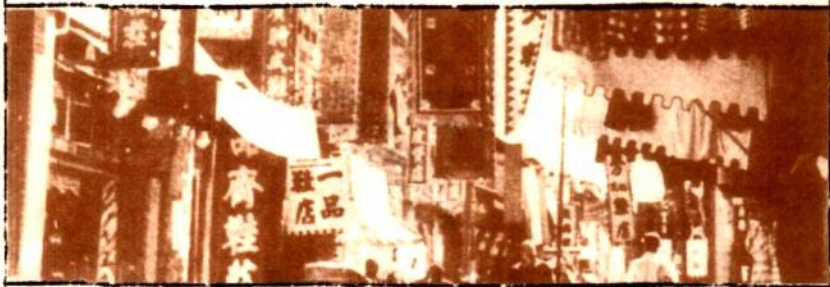


著者◎王红

○ 北京地方志 · 风物图志丛书 ○

主编 段柄仁

老字号



著者
王
红

北京出版社

图书在版编目(CIP)数据

老字号 / 王红著. —北京: 北京出版社, 2006

(北京地方志·风物图志丛书)

ISBN 7-200-06425-4

I.老… II.王… III.工商企业—经济史—北京市 IV.F279.271

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第032018号

北京地方志·风物图志丛书

BEIJING DIFANGZHI·FENGWUTUZHI CONGSHU

老字号

LAOZHIAO

著者 王红

*

北京出版社出版

(北京北三环中路6号)

邮政编码: 100011

网址: www.bph.com.cn

北京出版社出版集团总发行

新华书店经销

北京北苑印刷有限责任公司印刷

*

715 × 970 16开本 13.5印张

2006年4月第1版 2006年4月第1次印刷

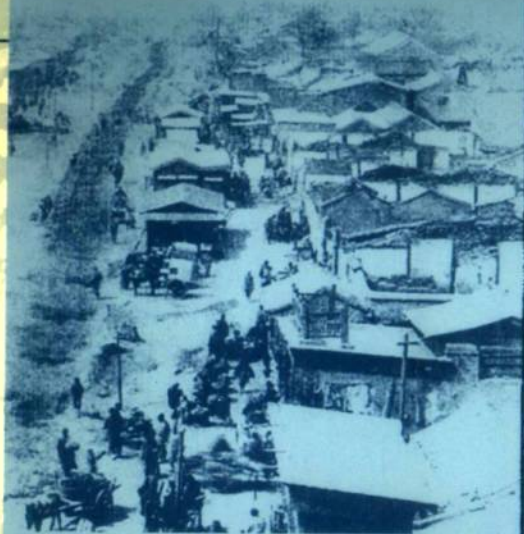
印数 1—7 000

ISBN 7-200-06425-4/K·694

定价: 25.00元

质量投诉电话: 010-58572393

北京地方志·风物图志丛书



老字号

祭坛

王府

什刹海

王府井

天桥

庙会

会馆

前门·大栅栏

琉璃厂



北京老字号 国家级非物质文化遗产《老字号》

藏书票



◎ 徐国璋 绘 北京文化文艺艺术中心提供

EX-LIBRIS

商号

◎ 字号话源

◎ 明清商事

◎ 皇商结缘

◎ 商圈布局

◎ 天府后市

◎ 上元灯市

◎ 儒雅名号

◎ 经商有道

序 言

段柄仁

这是一套反映北京独特风貌的丛书，也可称之为“特色志书”。说它是志书，因为每一部书稿都真实地记载了一定地域范围的、自古及今、可圈可点、可查可考的人、事、地、物、情，是史实和现实的忠实写照，有给后人以认识前人、借鉴历史、传承文化的传世作用，有服务当代、辅政明事、为领导层决策提供启示、样板、佐证的资政作用，还有发扬中华民族优良传统、振奋民族精神、提高民族素养的教化作用。凡是志书的优势和效用，它皆有之。但“志书”前面又加“特色”二字，则是因为这套丛书，除志书的共性外，又有独特个性。

首先，它在众多的北京志书中，最能反映北京的特点和亮点。人们在称赞北京历史文化博大精深、魅力无穷时，其头脑中最先联想的故宫、长城、

天坛、颐和园、十三陵、北京猿人遗址等已被国际认定的人类文化遗产，云居寺的石经、旧城的胡同、明清的园林、金元的遗址等展示辉煌历史的盛迹，王府井、大栅栏、琉璃厂、天桥、什刹海等“文味”、“京味”浓郁而又集中的特殊地域，王府、祭坛、会馆、庙会、“老字号”等文化内涵深厚独特、星罗棋布于京城东西南北中的“亮点”，都是北京“特色志书”的编修对象。如果一一成志，使其系列化、大众化，不仅使各自的“特点”在互比较中更为突显，也使“亮点”在相互映照中更为亮丽，集聚效应，显而易见。

其次，称“特色志书”还因为，我国当代修志采取的是政府主持的体制，全国有一个大体的规划和大家都遵守的编修体例，各省、区、市则在政府统一主持下，作出篇目和工作的具体安排，并组织实施。北京市第一轮修志规划172部，第二轮修志篇目暂定百部左右。志书的编纂，都是组织有关各方，“众手成志”。而特色志书的编纂，绝大多数不在政府规划之列，而是在第一轮修志基础上，由市地方志编委会办公室另行策划和组织的“专家修

志”。

在写法上也有两个突破之处。一是更多地使用了图片。图片具有直观、美观的特点，有的图片本身就具有历史文献价值。特色志书，特别是这套风物图志，则几乎页页见图。地图、实物图、风情图、照片、绘画、特制图等等，凡是有助于展现地域或景物的图片，尽可能选用，使文字和图片相互照应，既美观，又增强了说服力。二是在忠实承袭作为志书生命的写真求实的特点的同时，对修志另一特点“述而不论”则有所超越。叙述史实，不仅饱含激情，而且有所评点，有的甚至以学者的认真，作出了推论甚至结论。这在一般志书中是忌讳的。而特色志书，却常常透出作者的好恶。某个评点，也许是个人的见，但却给人以启发，大大增加了可读性。

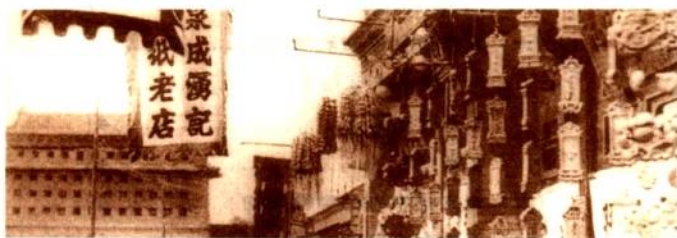
北京作为举世公认的文明古都，其历史文化积淀深邃厚重，日新月异的现代化建设又增添了新的风采。用志书、辞书、百科全书、资料汇编等方式，全面系统地整理、发掘、记录北京的历史和现实，是一项重大的、影响深远的文化建设的基础工程，是

建设先进文化必不可少的基本条件。《北京地方志·风物图志丛书》是北京文化基础工程的组成部分。如果把北京这块宝地的历史文化和现代创造称之为珠宝遍地、晶莹璀璨，繁星满城、彩光交辉，繁花似锦、美不胜收，那么这套丛书就是从珠宝中择取了几枚珍贵者，繁星中选出了几颗亮丽者，群花中采摘了几朵美艳者加以展示，以奉献于人们。这对于把北京建成现代化国际大都市，对于实现“人文奥运”，办好第29届奥运会，都是很有意义的。





目录



一、字号话古 1

- (一) 商业字号的由来 2
- (二) 北京商业字号的出现 9



二、千年古都商道沧桑 13

- (一) 旧京商事商市 14
 - 元大都的商市 16
 - 明清北京商市 20
- (二) 北京商号知多少 25
- (三) 北京老字号的分类 26
- (四) 北京商圈的布局 29
 - 前门—大栅栏商圈 30
 - 隆福寺商业圈 32
 - 王府井—东单商业圈 36
 - 西单—宣武门商业圈 36
- (五) 雅俗共赏的老字号名称 37

三、百年老号经营有道 43

- (一) 北京老字号的政洽色彩 44
- 与皇帝和皇宫结缘 45
- 与王府结缘 47
- 官商结缘 48
- (二) 北京老字号的儒雅风韵 49
- (三) 北京老字号的经商之道 54

四、京城老字号 61

- (一) 饮食 62
- 张一元 62
- 信远斋 67
- 仿膳 71
- 砂锅居 79
- 链接：八大居 82
- 链接：四大居 85
- 烤肉季 85
- 烤肉宛 90
- 都一处 93
- 正阳楼 98
- 链接：八大楼 101
- 东来顺 104
- 链接：又一顺 西来顺
- 南来顺 南恒顺 110
- 西来顺 110

又一顺	112
南来顺	113
南恒顺	113
全聚德	115
便宜坊	120
全素斋	125
月盛斋	128
稻香村 桂香村 稻香春	133
稻香村	133
桂香村	136
稻香春	138
大顺斋	141
王致和	144
六必居	148
天源酱园	154
链接：北京酱菜园	156
(二) 药店	157
同仁堂	157
鹤年堂	163
(三) 绸缎鞋帽服饰	166
瑞蚨祥	166
链接：八大祥	173
内联升	174
(四) 书画文房	179
荣宝斋	179
戴月轩	183

博古斋.....	185
文奎堂.....	186
(五) 其他.....	189
东安市场.....	189
吉祥戏院.....	193
文盛斋.....	195
王麻子.....	198

主要参考书目	203
--------------	-----

一、字号话古



北京是我国历史上著名的千年古都，辽、金、元、明、清先后在此定都之后，北京就成为北方地区，乃至全国的政治、文化和经济贸易中心，汇聚了中华民族优秀的传统文化。分布于京城各个商圈的餐馆饭店食品店、丝绸布帛鞋帽店、茶庄药铺戏园子、书籍文房古玩店等行业的老字号的兴衰沉浮，从一个侧面体现了古都北京传统商业文化的发展和演变，成为北京这座历史文化名城的重要组成部分。

北京是我国历史上著名的千年古都，辽、金、元、明、清先后在此定都之后，北京就成为北方地区，乃至全国的政治、文化和经济贸易中心，汇聚了中华民族优秀的传统文化。分布于京城各个商圈的餐馆饭店食品店、丝绸布帛鞋帽店、茶庄药铺戏园子、书籍文房古玩店等行业的老字号的兴衰沉浮，从一个侧面体现了古都北京传统商业文化的发展和演变，成为北京这座历史文化名城的重要组成部分。

（一）商业字号的由来

老字号，是经过时间的历练，具有悠久的历史，拥有独特的产品，特殊的经营理念，优质的服务，良好的品牌信誉，在社会上具有影响力的知名工商企业。商业字号是商业活动中普遍存在的文化现象，但字号并非起源于商业。

字号作为中国特有的一种文化现象，在我国有着悠久的历史。据文献资料记载，字号早在西周时期就已经出现。它最早是对人的一种称谓方式。人的称谓，有名、字和号之别。名，是出生时由父母或其他长辈起的，是其一生中惟一的正式称谓。因要登记在官府的户籍簿上，所以也称官名或大名。而字和号则是长大成人之后才有的称谓。字号虽不属于正式的称谓，但在古代社会生活中，却被普遍使用，并且成为一种文化习俗。字和号在冠名和使用上，都有区别。

据《礼记·曲礼上》记载：“男子二十，冠而字。”即中国古代男子二十岁（虚岁）时，须举行冠礼，以示成年。在行冠礼的仪式上，由受冠者的父亲或其他长辈

给他起一个称号，即是字。古代的女子未嫁时叫“待字”闺阁，在十五岁（虚岁）许嫁时，则行笄礼，也是一种成年礼。届时也要起字。所以在中国古代，有字又作为成年的一种标志。字和名在意义上往往相互关联，如诸葛亮，字孔明，“亮”与“明”同义；岳飞，字鹏举，“飞”与“鹏举”意相近。另外，还有家族中的“字辈名”，用第一个字来确定辈分，如孔家、孟家等千年家族即是如此。

号，又称别号，是名和字以外的别名，是古人给自己起的称号，一般都是尊称、美称。号不仅是一种称谓，也往往寄托着自己特定的志向、意向、情感、修养和追求，抑或是寓含有某种情趣。与字相比，号更富于情感、情趣、个性，多耐人寻味。陆游，自号放翁，就寓含不拘礼法之意。辛弃疾，自号稼轩，意为人的一生产当勤奋耕耘。秋瑾，号鉴湖女侠，以显女杰豪气。所以，呼人之号比呼其字更示尊重与客气。此外还有一类“浑号”、“绰号”或“外号”，如《水浒传》中的一百零八个好汉中的“豹子头”、“智多星”等，又含有亲昵、诙谐或玩笑的意味。

字号包含着传承、期待、祝福等特定寓意，既雅致又时尚。在古代社会生活中，为各阶层人士普遍接受和使用，成为一个人除了官名以外经常使用的称谓。在以后的历史中，字号的使用范围不断拓展。其中最具有代表性的，是将字号这种形式运用于商业活动之中。

随着商品经济的出现，在商品竞争中、经营者极需一种记得住、叫得响，又能显示商家和产品个性特征的标识、招牌，以拓展市场。这种包含着传承、祈福、明志等特定寓意和推广宣传功能的字号，也就从对人的称谓，逐步拓展到了商业活动之中，成为商家不可或缺的名号、品牌，出现在各式牌匾、招幌、产品和包装上。