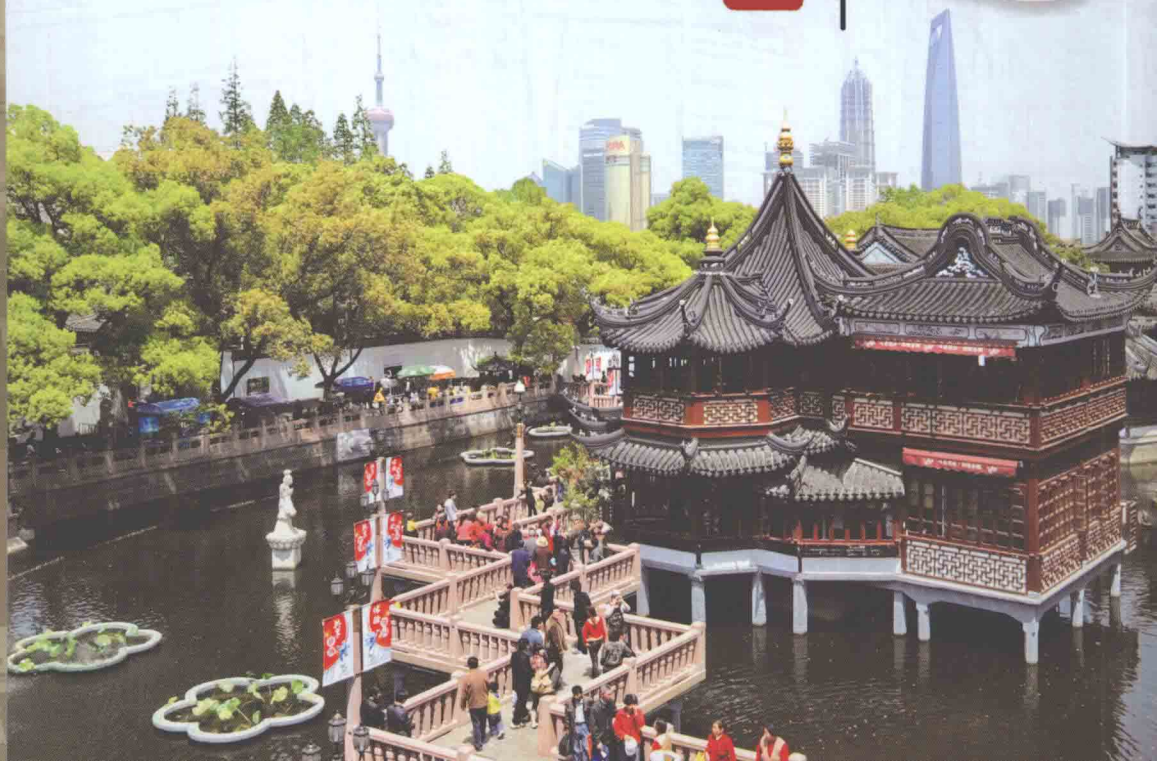


阿拉创造

上海品牌百年传奇

上海市商业企业管理协会
《商业企业》杂志 编



阿拉创造

上海品牌百年传奇

上海市商业企业管理协会
《商业企业》杂志 编



立信会计出版社

立信会计出版社

图书在版编目(CIP)数据

阿拉创造：上海品牌百年传奇 / 上海市商业企业管理协会
《商业企业》杂志编. —上海：立信会计出版社, 2011.1
ISBN 978-7-5429-2751-4

I. ①阿… II. ①上… III. ①商业企业-简介-上海市
IV. ①F727.51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 009410 号

责任编辑 王微宇
封面设计 周崇文

阿拉创造：上海品牌百年传奇

出版发行 立信会计出版社
地 址 上海市中山西路 2230 号 邮政编码 200235
电 话 (021)64411389 传 真 (021) 64411325
网 址 www.lixinaph.com E-mail lxaph@sh163.net
网上书店 www.shlx.net Tel: (021) 64411071
经 销 各地新华书店

印 刷 上海申松立信印刷有限责任公司
开 本 787 毫米×960 毫米 1/16
印 张 9.75 插 页 8
字 数 127 千字
版 次 2011 年 1 月 第 1 版
印 次 2011 年 1 月 第 1 次
印 数 1 - 3 100
书 号 ISBN 978 - 7 - 5429 - 2751 - 4/F
定 价 28.00 元

如有印订差错, 请与本社联系调换

《阿拉创造——上海品牌百年传奇》编辑组织

一、编辑单位：

上海市商业企业管理协会、《商业企业》杂志

二、编辑委员会成员：

胡文君 方彭君 吴恩福 陈文富 陈志榜 夏延龄

余永敏 沈建辉 柏巧明 赵德华 曹稼桢 程 钢

主 编：胡文君

副 主 编：方彭君、吴恩福、陈文富、陈志榜

特约编辑：夏延龄

翻开《阿拉创造——上海品牌百年传奇》，一个个鲜活的品牌形象跃然纸上，确实给读者以清新、爽朗的感觉，犹如吸入芳香、新鲜的空气，使人感到舒适，值得一看。由此看来，上海市商业企业管理协会和《商业企业》杂志在推动品牌建设方面是下了一番功夫的，在编纂出版这本旨在服务中国品牌发展的故事集中是花了一番心血的。我对他们在推动中国品牌建设方面的卓有成效的工作，表示由衷的钦佩。

品牌——一个沉甸甸的名字，一个经历过历史考验且还在经受着现实考验的名字。如今，各行各业都有品牌，然而含金量高的品牌还需有志者努力去创造、发掘、推广。

上海作为中国最大的商贸业城市，拥有众多的商业品牌。上海商业品牌是上海商业文化的历史沉积，这些品牌厚重的历史传承和丰富的时尚元素，成就了上海商贸业的繁华和繁荣。

一个个享有较高顾客满意度及市场占有率的民族品牌，以它对消费者的忠诚，以它的质量信誉保证，以它的特色经营服务，为人们所崇尚和值得拥有，并乐于传播和推广。《商业企业》杂志品牌推进工作，采用故事这种人们喜闻乐见的形式，似不多见，其



编辑的旨意、栏目的设置和宣传的形式都是应该肯定的。读完这本近十万字的品牌故事汇编,一点都不觉得累人,掩卷时恍悟:这就是故事的魅力。

本书汇集的 25 个品牌故事,涉及百货、餐饮、食品、医药、文化、服务等众多商业服务门类,读来犹如享受丰盛的自助大餐——有的清淡爽口,有的浓香泼辣,有的鲜活亮丽,有的杂陈共烩,有的如餐后咖啡,细细品味,沁人心脾。读着一个个故事,让人见证了品牌创建的艰辛,分享到品牌成功的喜悦,并随之产生一种亲身体验的念想和一探究竟的冲动。本书汇编的 25 个品牌,虽然也有城隍珠宝、群力草药这些新生代品牌,但多是属于老字号。老字号品牌百年传承至今仍然勃发生机,让人尤其是年轻人,会有一种肃然起敬的感觉。

风生云起,大浪淘沙。改革开放以来,不少新兴品牌以其令人惊叹的高增长性、高占有率、高美誉度,获得了市场认可和消费者青睐,这些品牌的受众面更广,更具有时代特征和亲民气息。

上海商业品牌在上海乃至全国均有较高的知名度,在当今改革开放的年代里,我们应走出去,面向世界,努力创造传承民族特色、独具中国风尚的世界品牌,为中国经济的崛起推波助澜。

期盼“品牌故事”进一步开阔视野,延展触角,将那些具有创新性、代表性尤其是具有成长性的品牌,包括老字号品牌、新生代品牌,乃至国际品牌网罗其中,精心整理,逐一刊出,让读者感受到更多的耐人寻味的品牌故事。

衷心祝贺《阿拉创造——上海品牌百年传奇》的出版,希望她成为广大消费者和热心读者的知心朋友,共同为推进中国自主品牌建设作出更多的贡献!

CONTENTS | 目 录

酒祖宗 蟹大王 001

传承弘扬中药国粹 提升童涵春堂品牌 006

糟醉香香满屋 咸透鲜鲜满嘴 010

凤凰涅槃 重生翱翔 014

刀剪的历史传承与现实纷争 020

孜孜品牌路 浓浓珠宝情 028

难忘岁月在这里精彩定格 035

五香豆奶香飘人间 042

百年春秋话梨膏 049

从火腿大王到副食大全——百年品牌“万有全”的故事 057

品茗佳处湖心亭 063

秉承百年历史 再创崭新世界 069

群山采集中草药 力图妙手济世人 075



海上造笔者无逾周虎臣	080
徽墨名家曹素功	085
名茶荟萃 以茶会友	091
历代传承迹弥坚	097
正章——民族洗涤业的骄傲	103
走进红房子 人在故事中	108
根深叶茂话“立丰”	113
革故鼎新 勃发生机	118
百年诚信 经典素食——功德林品牌发展历程	123
追求卓越 品位永恒	129
中华名点——王家沙小吃	135
发扬革命传统 做大做强——德大药房	139
后记	144

酒祖宗 蟹大王

◎ 上海王宝和大酒店有限公司

美酒远香 源远流长

王宝和酒家创建于清朝乾隆九年(公元 1744 年),至今已有二百六十多年历史。当时,有一个名叫王桂臣的作坊主在绍兴东浦开设了王宝和作坊,同年其子王仁山在上海南市咸瓜街开设了王宝和酒家。咸丰二年(公元 1852 年)迁至盆汤弄(今南京东路、山西南路)一带。1936 年,王宝和酒家开设于福州路、浙江路现址,是上海最早的酒店之一。

王宝和酒家素有“酒祖宗”、“蟹大王”之美誉。酒家以专营绍兴远年黄酒著称。王宝和酒家的创始人在自设的酿酒作坊里,经精工细作,酿出了太雕、花雕、金波、玉液、善酿、香雪和加饭等绍兴优质黄酒,与众不同。“王宝和老酒”是中国最古老的名酒之一,以精白糯米、优质小麦和鉴湖水为原料,经传统手工工艺精制而成,自然发酵,陶坛陈酿,酒香浓郁,酒味甘醇,入口仙爽柔和,营养丰富,加温更醇,加冰更爽。王宝和出售的黄酒远销到日本、新加坡等东南亚各国以及港澳台地区,备受欢迎。在 1910 年南洋劝业会、1916 年巴拿马赛会和 1952 年西湖博览会等展览中,均获得金牌和奖状。



为了寻求更大的发展空间,在王宝和酒家创立二百五十周年之时,公司毅然重返绍兴三江斗门,成立绍兴王宝和酒厂。当年,酒厂即投放了6个品种的王宝和老酒,给上海的黄酒市场注入了活力,王宝和老酒先后被评为“上海最受消费者喜爱的商品”、“上海最畅销商品”,从而使王宝和品牌再次焕发了青春。

王宝和酒厂装配有年产6000吨瓶酒的自动化灌装线,生产设备先进,技术力量雄厚,为产品的质量和产量奠定了坚实的基础。酒厂推出三色新包装的王宝和老酒,红色为喜庆酒、黄色为蟹宴酒、黑色为极品酒,进一步丰富了“王宝和”品牌的内涵。

为顺应“饮食讲究营养”的潮流,酒厂还采用五年和十年绍兴陈酒为基酒,辅以乌梅、枸杞等天然原料浸制,生产出了“王宝和”上海老酒,专供上海市场,受到了消费者的青睐。“王宝和”上海老酒的诞生,进一步推进了品牌的拓展。

沪上品蟹第一家

王宝和当年就以经销清水大河蟹闻名于市。店门口灯笼高悬,挂出一只用电灯泡作眼睛的特制大蟹。广告下面,缸里、笼里都盛满了青背白肚、金爪黄毛的大河蟹,供顾客现拣、现买、现烧、现吃。著名电影演员韩兰根、殷秀岑等经常光临,名医石筱山、陈小宝和顾筱岩等每月都要前往聚餐。大教育家蔡元培先生曾约了七八位朋友,要了30只蟹和豆苗虾仁、荠菜鸡片、绍式小炒、干菜肉等菜肴以及王宝和老酒,登楼持螯赏菊。

“十年浩劫”,“王宝和”的金字招牌也被打入“冷宫”,店名改为上海酒店。1981年,恢复了“王宝和”招牌。为了进一步发扬和发展特色,酒家特聘广帮、淮扬帮等名厨掌勺,以集各帮之长,丰富顾客的口味。尤其是在当年增设“菊花蟹筵”后,不少中外宾客慕名前往,盛况空前。我国时任人大常委会副委员长叶飞、吴阶平,世界闻名的船舶大王包玉刚以及我国著名书画家朱纪瞻、唐云、谢稚柳、胡问遂等都曾光临过。国际著



名影星成龙、泰国皇族、司法代表团团长一行均对王宝和蟹筵赞不绝口。日本前首相小泉纯一郎也曾慕名专程到访,指定品尝王宝和蟹筵。著名的日本宝塚歌舞团品尝王宝和蟹筵后余兴未尽,第二年又再次到访王宝和大酒店品尝王宝和蟹筵,以饱口福。王宝和大酒店曾举办“蟹文化研讨会”及“中日蟹文化交流论坛”,邀请多位书画家与日本友人共同品鉴王宝和蟹筵,研讨中国蟹筵文化,很好地促进了中日文化交流,将中国的蟹筵文化进一步延伸至海外市场。

王宝和蟹筵的奥秘

老字号“王宝和”供应名扬天下的王宝和蟹筵。橘红色的蟹黄、白玉色的脂膏、洁白细嫩的蟹肉,造色、香、味、形四者之极。王宝和作为“沪上品蟹第一家”,如此受到海内外宾客的青睐,其中的奥秘究竟在哪里呢?

正规的采蟹渠道

适逢蟹季,“王宝和”会由经验丰富的师傅到定点基地选蟹,每一只蟹都经过师傅的精挑细选,只只青背白肚、金爪黄毛、膏脂肥满、肢体健壮,堪称蟹中精品。

独家的烹饪秘方

王宝和蟹筵具有“选料讲究,刀工精细,色彩淡雅,口味纯正,滑嫩可口,原汁原味”的特点。酒店所有用来烹制蟹菜的蟹粉均是现拆现烧,用料新鲜,原汁原味。独到的蟹菜不仅鲜美无比,而且其造型独特,栩栩如生,色香味形俱全,让人不忍下箸。数十道蟹菜款款离不开蟹字,就连点心也不例外,使整个蟹筵风格独特,“蟹始蟹终”,给食客一种艺术的享受。

特制的传统美酒

把酒执螯是人生一大乐事,怎可有蟹无酒?为配合王宝和蟹筵,王宝和特别推出了以手工酿制的“王宝和蟹宴酒”,不仅可以去除蟹之寒性,更是饕餮蟹筵的必选和绝配。



老品牌铸就新辉煌

1999年9月28日,上海王宝和大酒店正式开张营业,这是做大做强“王宝和”品牌的需要,它意味着又一家更现代化、规模化、科学化的“王宝和酒家”诞生了。2000年,王宝和大酒店被国家旅游局评为“四星级旅游涉外饭店”。

王宝和大酒店位于上海的市中心,与南京路步行街上的世纪广场毗邻,占尽地利之优。居食购物,咫尺之间。绝佳的商务氛围及两层地下车库给消费者带来了莫大便利。大酒店融合了先进的设计理念,形体雅致,气派非凡。酒店楼高27层,拥有319间各式客房,7间风格迥异的餐厅和酒吧,精良的宴会、会议场地和设备,康乐健身中心、美容美发中心和桑拿中心等设施完备,体贴周到的人性化服务,为四方宾客营造舒适温馨的入住感受,使之成为商旅和度假人士在上海的理想之选。大酒店先后接待过参加APEC会议的一些国家领导人、日本鼓童表演团、日本宝塚歌舞团、英国皇家爱乐交响乐团、爱尔兰踢踏舞表演团,还有法国、美国和德国的芭蕾舞团等。

2009年9月28日,时值上海王宝和大酒店成立10周年之际,上海王宝和大酒店有限公司再添一座全新超豪华五星级酒店——上海大酒店。酒店外观稳重大气,设计风格独特,装潢豪华惊艳,格调优雅高贵,与一街之隔的上海王宝和大酒店呈双星同辉之势。酒店拥有353间豪华客/套房。一楼咖啡厅可在露天享受上海都市的浪漫情调,二楼法国餐厅提供经典纯正的法式菜肴,三楼宝粤轩博采粤菜之精华,而位于四楼的椭圆球型宴会厅无疑是人们关注的焦点,除了无柱式、7米超高空间的设计概念外,酒店还配备领先的高科技会议设施。除此以外,酒店更有多个可分割式的多功能厅以及贵宾厅可供选择,绝对是商务会议和主题活动的不二之选。

“王宝和”品牌在上海王宝和大酒店有限公司的悉心经营下,除了拥有福州路上最早的王宝和酒家、具有十年品牌影响力的四星级王宝和大酒店,以及全新超豪华五星



级上海大酒店外,还于 2010 世博年,在世博园区世博中心旁新增王宝和浦东店。王宝和浦东店以“中华美食·王宝和蟹筵、蟹菜、蟹点心”款待来上海参观世博会的各国宾客,将继续传承中国的蟹筵文化,并将“王宝和蟹大王”的美誉延伸至海内外。

作为上海烟草(集团)公司旗下最具影响力的服务品牌,“王宝和”品牌在实践中不断创新、提高、发展。时至今日,“王宝和”的产业链已经形成,“工贸商相结合,产供销一体化”的新格局已经锁定,它将源源不绝地为“王宝和”品牌注入新的活力,并必将铸就“王宝和”品牌的新辉煌。鉴于“王宝和及图形”商标在社会上的广泛影响力和认知度,该商标已于 2006 年元月被上海市工商行政管理局认定为“上海市著名商标”,同时,被评为“最具影响力的上海老商标”和“2005 年度上海市场最畅销品牌”。

传承弘扬中药国粹 提升童涵春堂品牌

◎ 张志青

童涵春堂创始于清朝乾隆四十八年(1783年),乃上海滩土生土长的中华国药老字号,素以选材地道、遵古炮炙、加工精制的中药饮片和古方研制的各种丸、散、膏、丹等成药,尤以人参再造丸、驴皮胶盛名于上海滩、驰名于东南亚。历经223年,它从开始只有一间店面的小药铺发展至今,成为旗下拥有上海童涵春堂中药饮片厂、上海童涵春堂制药有限公司两家药品生产企业和上海童涵春堂药业股份有限公司药品批发部、上海童涵春堂药业连锁经营有限公司两家药品流通企业,集产、供、销于一体的医药现代企业,“童涵春堂”为上海市著名商标和中国商业名牌企业。

童涵春堂的创始人乃甬商童善长(1745~1817年)。童氏家族在宁波世代经商,家道殷实。童善长不满足于祖业现状,然利用祖传资本来沪谋求发展,觅址小东门外里咸瓜街开设恒泰药行,专做中药材生意。当时,小东门瓮城方浜北岸有家竺涵春药铺,素与恒泰药行有生意往来。时逢竺涵春经营不善,欲将中药铺盘出,童善长正有经营药店的打算,一拍即合,童善长以债主身份出资盘下了店铺。新起店名时,童善长赏识“涵春”两字,寓意深刻,具有“涵和理中、春生万物”之意,就保留“涵春”两字,冠以童字,谓童涵春堂国药号,择日开张,是乾隆四十八年(1783年),童善长自任经理。从



此,经营批发、零售,两种生意兼做,把优质药材精制饮片用于童涵春堂国药号门市配方零售,又不断地搜罗验方,继承古方,博采众长,悉心研制丸散膏丹,以及独具特色的产品。同时,以诚信为准则,注重商业道德,讲究服务态度,逐步赢得同行和消费者的赞赏,生意也逐渐兴旺发达。

童涵春堂在创建初期特别注重产品的特色,讲究选料道地、配伍合理、加工精细,确有良效。“人参再造丸”就是取自宋代惠民和济局的官方,选用道地药材精细加工研制,借用唐代名将郭子仪平定“安史之乱”,具有再造唐室之功的历史,取名为“人参再造丸”。应市后,因效果良好誉满上海滩,最高日销“人参再造丸”一万多银元。童善长极善经营,针对童涵春堂地处黄浦江边,市郊船民、农民较多,就创制了专治跌打损伤的“太乙保珍膏”。后来,其长子童蕙楼在工艺上改进,更名为“童蕙楼红布膏药”,膏药背后加盖“上洋童蕙楼监制”印章(“上洋”为当时上海之别称)。后又研制了治疗“风火赤眼”等病的“水眼药”,由于价廉物美,常年销售火旺,延续百年。祖孙三代人的努力,为童涵春堂的发展打下了扎实基础。

清朝同治二年(1863年),童氏第四代传人童祥权在21岁时继承祖业,出任第四任童涵春堂经理。他在巩固和提高“人参再造丸”等拳头产品质量的同时,对原有精制饮片的炮制和加工方法加以改进和提高。经多年探索,形成了童涵春堂独具风格的中药精制饮片。特别是被称为“三制”、“二淡”、“五薄片”的独有产品。“半夏如蝉翼、玄胡像金片、附子飞上天、槟榔108片”,指的就是享誉美名的“童薄片”。为发展国药、开创市场,童祥权凭借童涵春堂的资金实力,在上海日晖港建立码头,开设元亨木行,购买了“元、亨、利、贞”四艘帆船,借助黄浦江水道,往来于南北洋之间。从各地购进原料,把童涵春堂的产品运往汕头、厦门一带,进而销往香港、越南、泰国、马来西亚、印度尼西亚等地。为树立童涵春堂品牌,所有产品包装上都印有“童”字。

此时,童涵春堂发展正处鼎盛时期,成为沪上著名的国药大店。童祥权考虑到大店、名店应有名人题写店招,才能相得益彰。他以800两纹银作润笔,托人请同治十三



年的科举状元、光绪皇帝的老师、苏州人陆润庠题写“童涵春堂”四个大字,并请能工巧匠制成金底黑字的匾额高悬店堂中央,又创意设计风格独具、含义颇深的“涵春”商标,广泛使用在各类包装及广告上,使童涵春堂品牌在国内外声誉俱增。

事物的发展是曲折的,时至第六任经理,企业日趋扩大,资金日渐雄厚,危机意识淡薄,出现了盲目发展,先后在南京和苏州开设了绸缎局、童宝春药店,在常州开设桐油行,在扬州开设药行,在宁波开设钱庄。一些留洋回国的童氏子孙雄心勃勃,决心把“童涵春”办成新兴企业,于是又开设了“明华银行”,一时生意遍及全国,童涵春堂达到了鼎盛时期。但好景不长,因经营不力,外地几家“明华银行”相继倒闭,童氏家族中的多数人又好逸恶劳,结果使“童涵春”资金链断裂。加之当时掌权的童光甫在黄金市场上输掉几十万元,负债累累。其中最大的债主是“四明银行”的老板孙文甫和“阜昌参行”的老板徐秉辉,童光甫只好把一部分产权卖给了孙、徐等 28 人。从此,“童涵春堂”主要由童、孙、徐 3 家合伙经营。为保证彼此不营私舞弊,3 家商定不用各自的亲属,特地从镇江聘来了一位精明强干的外族人孙以康掌管大局,生意又逐渐兴隆起来。1937 年,抗日战争爆发后,为避战火,药店迁入租界,在闹市中心大世界西首爱多亚路(今延安东路)上开设了“童涵春堂国药号分号”(即今北号)。抗战胜利后,于 1947 年又在方浜中路原址重新恢复总店。

新中国建立后,人民的健康卫生事业受到党和政府的重视,由此也带来了童涵春堂的快速发展。童涵春堂后工场成为童涵春堂中药饮片厂,门店也在原来南、北两店的基础上增设了老城隍庙、浦东新区、市郊莘庄等多家童涵春堂分店。特别是改革开放以来,又组建了药品批发部和有数十家门店的连锁经营公司。20 世纪 90 年代初,又创办了生产中成药“六味地黄丸”等产品的制药有限公司。发展至今,“童涵春堂”已成为一家年销售额达 5 亿多元的中国商业名牌企业。

童涵春堂拥有百年老店的金字招牌,又有深受消费者青睐的上海名牌产品。近几年来,公司注重拓展具有传统特色,辅以现代理念的品牌营销。首先,将节庆文化与假



日营销相结合,利用童涵春堂总店地处上海旅游胜地豫园商城的特有环境,抓住元宵灯会、庙会、端午、冬至、中秋、国庆等节日市场,组织开展富有行业特色,具有文化和健康理念的专题营销活动,为公司的品牌形象作了很好的宣传,民众在接受中药文化和健康理念的同时,也树立了向健康投资的理念。其次,童涵春堂药业连锁公司在每年冬令旺季创意举办独具特色的上海童涵春堂人参博览会、国际膏方节、中药文化节、端午中国节等活动。人参博览会通过展示国内外的各类人参、介绍人参的生长过程以及功效,让消费者明白消费。公司对属于名贵药材的长白山野山人参进行拍卖,开创了国药行业“第一拍”。在国际膏方节活动中,童涵春堂会同名老中医和在上海中医药大学留学的洋中医开展为民服务、义务咨询,并将独具中医药特色的自制膏方生产全过程用“路演”的方法向市民展示。童涵春堂一人一方的中药膏方保健在消费者心目中形成了良好的品牌效应,取得了消费者的充分信任。中医药文化是中国的国粹,为了宣传具有深厚文化底蕴的传统中医药文化,童涵春堂在老城隍庙童涵春堂二楼开设“童涵春堂中药博物馆”,此乃上海中药行业首创,它以中医药文化和童涵春堂发展史料为特色,以中草药的标本展示,让参观者体验和了解中医药文化的内涵。

老品牌要树新形象,要不断创新、扩大品牌的影响力。近几年,童涵春堂先后在上海、山东、江浙两省等地开设了十多家童涵春堂品牌产品专柜。年初,又打响了品牌宣传新战役,名企、名品、名人联袂打造童涵春堂品牌,中国足坛名人徐根宝出任童涵春堂主打产品“六味地黄丸”形象代言人。“四十年足球人生、二百年国药历程”、“十年磨一剑、百年铸名药”的广告词响彻沪上。

童涵春堂药业全方位加快推进实施“中药现代化、产业国际化”发展规划,着力扩张产业特色优势,提高核心竞争能力,决心把童涵春堂建设成为具有一流创新力、竞争力、辐射力的中华民族品牌和现代医药企业。