

吉林市老字號



中国人民政治协商会议吉林市委员会
文史和学习委员会 编

吉林市老字號

吉林市文史资料第十五辑

中国人民政治协商会议吉林市委员会
文史和学习委员会编
一九九七年十二月

主 审 李向林 彭乐列 赵友三
主 编 刘忠义
责任编辑 关志伟 周金光

《吉林市文史资料》

第十五辑

中国人民政治协商会议吉林市委员会
文史和学习委员会编

※

吉林市人民政府机关印刷厂印刷

850×1168 毫米 1/32

印张 8 字数 16.5 万

1997 年 12 月印刷



世一堂 关志伟摄



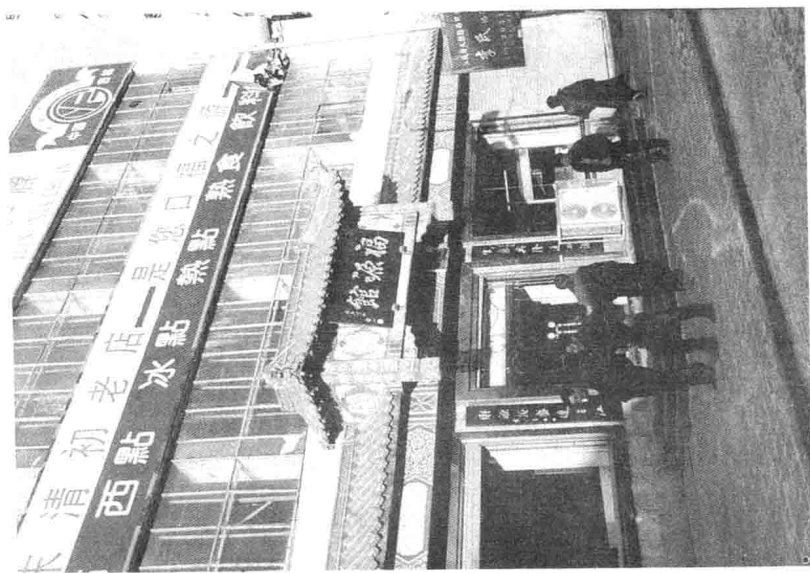
程记冰菓店 程丽中提供



西来顺饭店 关志伟摄



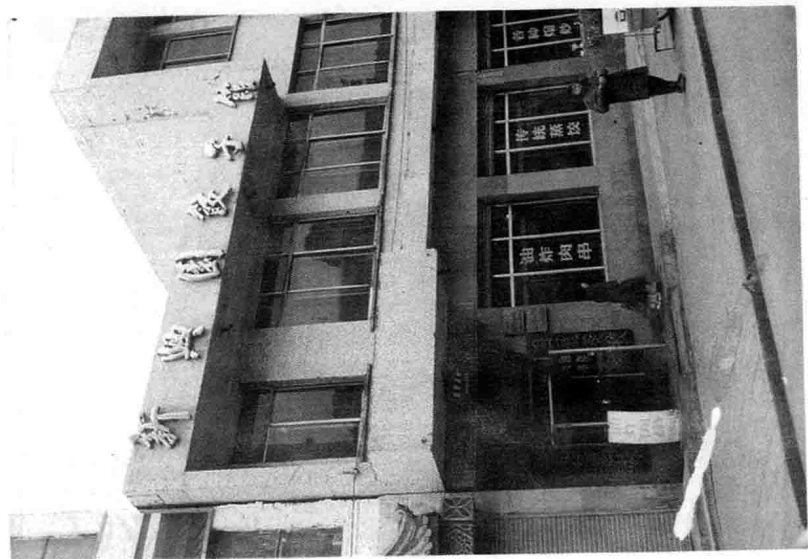
拆除前的船营街 林乃祥摄



福源馆 关志伟摄



义和谦大药房 关志伟摄



新园饺子馆 关志伟摄



中西美发厅 关志伟摄

目 录

振兴老字号企业 为发展吉林经济服务 (代序)

.....王云坤 (1)

世一堂许盛发 (10)

义和谦周克让 (14)

育生远张 彻 (20)

泰华西药房张 彻 (24)

孔膏药店任福兰口述 罗凤娥整理 (26)

源升庆孙雁伟整理 (30)

景合会孙雁伟整理 (35)

兴顺号张运宏 (38)

丹凤时鞋店林乃祥 (41)

民生商场张运宏 (51)

德发魁帽店寇国彦 (53)

义春隆胡琴铺与吉林雅乐社潘惠民 (61)

富春园曹建华 张海 (70)

新兴园张国振 (82)

西来顺张 彻 (86)

新江楼饭店张 彻 (88)

福源馆	郑文字 高贵荣	(90)
玉茗斋	张国振	(98)
程记号冰果店	程立中	(100)
中西理发馆	郑广仁	(106)
竹林阁	张有顺	(109)
同芳照相馆	邓兴业	(113)
四恒表局	李文涛口述 李 苒整理	(118)
公茂表行	李 苒	(122)
功成玉银号	周佩轩	(127)
吉林永衡官银钱号	游孚生 张立明	(138)
吉林裕华织染工厂	许洪山	(146)
聚盛兴铔炉	黄廷辅	(162)
吉林市面粉厂	张 凯	(169)
永吉缸窑	永吉县政协	(174)
夹皮沟金矿	桦甸市政协	(188)
蛟河煤矿	周繁恕	(195)
牛马行	白 山	(208)
东关市场	林乃祥	(221)
河南街	张 彻	(228)
船营街	林乃祥	(233)
翠花胡同	张 彻	(238)
柴草市	林乃祥	(244)
后记		(248)

振兴老字号企业 为发展吉林经济服务

〔代序〕

王云坤

为什么现在提起搞好“老字号”这件事情呢？就是要重振“老字号”的雄风，发扬“老字号”的创业精神，在市场经济条件下创造更多的人民群众公认的名牌产品和优质服务，使“老字号”企业在我省经济发展中发挥更大的作用，这既是适应当前产业结构调整的需要，也是适应市场需求的需要。随着收入的增加和生活水平的提高，现代人的消费需求反映出多样性。从发展趋势来看，越来越多的人不再满足过去的吃饱、穿暖，而要求品位越来越高，要有文化内涵，要有历史的精神。比如一个客人来到四平，你请他品尝李连贵熏肉大饼，就不仅仅是让他吃得饱、吃得香。在这里，宾主可以共同享受李连贵大饼的文化内涵——它创建的古老，配方的传奇，以及名人的造访、品尝和赞叹。于是，主人感到骄傲，客人觉得受到礼遇，不虚此行。前些时候去日本，我们到了米子市。这是一个小地方，出一种非常有特色的食品。旅游的人到那里都排队品尝。他们宣传的，人们品尝的，应该说不仅仅是一种食品，同时也是一种传统，一种文化。现在的年轻人愿意穿名牌，觉得非常神气，其目的也不仅是因为能保暖能遮体，而是穿名牌的深刻内涵。因此，在考虑产品结构

调整的时候，必然要想到“老字号”。“老字号”历经多少朝代而长盛不衰，就是因为它创造了名牌产品和名牌服务，得到了人们的认可，自身成为名牌产业。把“老字号”搞好了，就可以推动产业和产品结构的调整，推动经济的发展。结合大家座谈中提出的问题，就我省“老字号”企业发展讲四点意见。

一、关于“老字号”企业的困难问题

刚才，大家谈了“老字号”遇到的困难，归纳起来有四条。第一，手工操作，工艺技术落后。有的“老字号”没有科学的工艺，仅仅是世代相传的配方，连卫生条件都难以符合要求。第二，机制不活。很多仍在按计划经济体制下的国有企业模式来管理。第三，“老字号”包袱很重，离退休职工太多，压得企业透不过气来。第四，管理思想落后，管理水平低，经营者的素质不是很高。我这样说是想激励大家，抓紧学习和提高。以上这些问题都要一个一个地研究解决，否则连生存都维持不下去，何谈发展壮大！

那么，怎样解决这些实际困难呢？首先，从大的原则来讲，就是要按十五大的精神进一步解放思想，转换观念，从自身寻找解决办法。“老字号”自身有优势，历史长，名声大，创造过名牌产品或服务，这就是资产。这种无形资产对社会上的有形资产具有很大的吸引力。比如李连贵熏肉大饼、义和谦大药房，挂上这块“老字号”的牌子就能赚钱，谁不想挂呀？谁不想靠拢你呀？十五大召开之后，资源的流动配置已经突破了国家、地区、企业和所

有制的界限，可以自由流动重组。这样，一方面是“老字号”有知名度，有吸引力；另一方面有慕名者，可以不受限制地向“老字号”靠拢、集结。这就给“老字号”带来了解决困难、实现发展的机遇。第二就是提高经营者素质，特别是文化素质。我不知道讲过多少遍了，没有文化的经营者，企业是搞不上去的。一个企业的法人代表不去研究文化，企业不会兴旺发达。每一个企业，每一个产品或服务，其背后都蕴涵着一种文化，层次高或低，是由经营者的文化素质决定的。一个“老字号”为什么能连续几百年，改朝换代而长盛不衰，你去总结一下，里面会挖掘出很多值得回味的东西。它的经营观念、经营作风、员工教育、祖传秘方等，被经营者代代相传下来，并根据不同的时代特点予以改造和扬弃。查一查地方经济史，为什么一些历史有名的字号消失了？就是它的企业文化中断了，不适应时代需要了。有的字号延续几百年生存至今，就是企业文化一直在发展。我们作为“老字号”的经营者一定要提高自己的文化素养，要研究企业的文化特点，产品的文化特点，找到发展的契合点。比如刚才讲的茶庄，街上那么多卖茶的地方，大小商场、副食店、食杂店都卖茶，怎么想办法把顾客吸引到你这个“老字号”来？不是有人说二十一世纪是茶饮料时代吗？怎么拓展你“老字号”的产品系列，发展茶饮料？怎么改进你这个“老字号”的经营方式？现代社会需要快节奏的消费方式，比如上飞机，赶火车，要吃快餐。但是交流思想、交流感情、却需要慢节奏，慢慢地品茶，慢慢地谈生意。这种经营扩展，都需要文化，需要包括科技、教育在内的大文化。第三就是创

造名牌产品、名牌服务。如果你的产品或服务跟别的企业都一样，你这个“老字号”就没意义了。你一定要创造独特的、过硬的产品和服务。价格也要不同一般，名牌的价格都是奇高的，最贵的。如果不是这样，你就没效益，就说明你的产品和服务或是质量不行或是还处于竞争阶段，没有打出名声，没有成为名牌。调整产品结构，创名牌产品和服务，这是“老字号”摆脱困境的必然出路。

二、关于转变观念、转换机制问题

在市场经济条件下，必须树立竞争观念。不管你是什么企业，“老字号”也好，“新字号”也好，都必须进入市场，参与竞争，因此必须具备适应竞争的机制。“老字号”在竞争机制方面存在两个问题：一是企业还没有成为独立经营、自负盈亏的法人，没有成为经营的主体、投资的主体，还受着政府主管部门和其它一些部门的束缚，还存在政府包办、代办、越权去办企业的事情，而企业在依靠政府的同时也在办政府该办未办的事情。这个问题，各级党委和政府正在纠正。另外一个问题，就是企业必须树立这样一个观念，企业就是企业，政府就是政府。政府的任务是创造充分的就业机会，控制通货膨胀，创造良好的社会环境。企业的兴衰进退当然跟政府行为有关系，因此企业必须了解政府的宏观调控政策和其它政策，才能抓住发展机会。但是要记住，企业的事情必须是企业自己争取解决。比如用人问题，现在企业背了这么多人，退下来还得管着，真是不堪重负。那么，企业能不能建立有进有出的用人机制？我需要用你就用你，不需要就辞退；你表

现好就用你，表现不好就辞退。经理也是这样。辞退下来的人由政府创造再就业的机会。至于说缺资金，缺这个少那个，那是你企业自己的事，跟政府无关。银行有钱，你有办法，就把银行的钱贷出来。老百姓手里有钱，你有办法，就把老百姓手里的钱拿出来，去发展你的企业。外国人也有钱，你有办法，就把外国人的钱掏出来，跟你合资发展。政府的政策只有一个原则：一视同仁，不管你是什么企业，中国的，外国的，国营的，集体的，合资的，私营的，个体的，股份的，股份加合作的，都一视同仁，一切按规章办事。目前也确有一些特别政策或者是优惠政策，你想争取，就去争取。比如说免税，你要是名牌产品就可以享受免税待遇，这方面的政策写得清清楚楚。如果你觉得还不够，开发区还有特殊政策，减二免三，你可以把企业办到开发区去。总之，什么地方有好处，就应该往什么地方去努力。这不是投机，而是你用活用足了政策，要受到嘉奖。“老字号”饱经风霜，生存下来，在现在的经济环境中完全能够通过竞争延续、发展下去并且壮大起来。

三、关于结构调整问题

目前经济的主要问题就是结构调整问题。“老字号”企业也面临这个问题，主要是组织结构、所有制结构、产品结构的调整。

关于“老字号”的组织结构，总的原则是宜大则大，宜小则小。吉林省的“老字号”应该出几个大的企业集团。因为你大不了就没有大的承受能力，经济效益也大不

了。做大的手段就是充分利用“老字号”的无形资产，用这个纽带去联合，去扩张。在组织结构调整中，要注意攀高结贵，可以和外国资本结合，不要保守。

在所有制结构的调整方面，可以大胆实践、试验，进行大的调整。可以职工持股，法人相互参股。千万不要搞成单一的所有制形式。所有制结构调整的目的，可以用一句话概括，就是把大家的积极性都调动起来，让所有的人像干自己的事情一样去干企业的事，付出自己的一切力量。总结中国革命的历史经验，一是靠教育，靠觉悟，一是靠利益调动。推翻旧社会，建立新中国，靠党的教育，人民的觉悟。但这个教育和觉悟有一个基础，就是谋求人民大众的利益，革命胜利才能得幸福。所以不能小看这个利益调动。我们从来反对个人主义，但不是不要个人利益。如果我们的事业不跟每个人的利益结合起来，就不会调动大多数人的积极性。我说的个人利益不仅仅指物质利益，还包括精神上的，包括自身价值的体现。各种改革成败与否，首先一条就要看积极性是否调动起来了。如果调动起来了，再用邓小平同志的“三个有利于”原则衡量一下。如果符合，那么这项改革就是成功的，人心齐才能泰山移。农村没有联产承包以前，农忙时候，机关、部队、学校都去干，年年支农，干不完的活，农民在那儿看着。承包以后，谁也不用去，几天就干完了。工厂也是这样。什么叫主人，如果所有制或经济效益不跟每个工人有密切的联系，工人就体会不到自己的主人地位，也就缺乏主人意识。有些同志下海以后，确实很辛苦，一天到晚地干，晚上还要请人吃饭。为了什么？往小了讲是增加个人收

入，往大了讲是体现自己的能力和价值——我不比别人差！我说这些话的意思，就是想强调在所有制结构调整上一定要考虑人的因素，要调动人的积极性。最好都有资本参与，都能持有股份，既按劳分配，也按资分配，按股分配。这个股可以是资金，也可以是劳动能力、技术能力、管理能力。有了资本参与，股份参与，就更能激发他的劳动能力、技术能力、管理能力。希望“老字号”企业在所有制结构的调整方面迈出较大步伐。这是搞活“老字号”的一个根本性措施。

关于产品结构调整，我想强调的是，不要只经营一种产品，一定要搞多种经营。甚至可以把“老字号”的产品做一个点缀，做一个招牌，主体产品则是别的东西，只不过都使用“老字号”的牌子罢了。这个意识很关键！一天到晚生产李连贵大饼，能卖多少钱呀？顾客来了，你给他一小块就够了，你要让他消费李连贵牌号的其它产品或服务。比如去吉林市参观陨石展览。如果只是一个陨石，几分钟就看完了，人们可能感到简单，不值。还需要有其它一些展品放在那里，参观之后再看陨石，画龙点睛，圆满成功。在这里，陨石是点睛之处，没有陨石就谁也不想来看了；但如果只有陨石没有其它，只有龙眼没有龙身，龙也舞不起来。产品和服务一定要在“老字号”的牌子下扩展开来，比如茶庄也可以搞茶馆，搞茶馆可以把高雅音乐配进去，可以把评书也放进去。这样，生意就做大了，顾客就多了。总之，思路要宽一些，不要单打一，要搞多种经营。

四、各级政府都要关心“老字号”

一个时期以来，我们一直在研究名牌战略问题。名牌不一定是“老字号”，但“老字号”都是名牌。即使现在不是了，至少也是历史上的名牌。一个企业，一个产品，历经几十年、几百年延续下来，不是一个简单的事情。反映了我们吉林省的文化和历史，至少在经济史上还是有这么一段的。因此，应该得到我们的支持。好的，可以把它发展得更快一点；陷入困境的，我们扶一把。各地各部门可以搞一些保护性措施。一定时候也可以搞一个“老字号”的招商引资，“老字号”产品的展销或者博览等等。各级政府和有关部门要支持一下，千万不要抛开“老字号”不管。这是我们吉林的骄傲，是历史留给我们的一笔资源，一笔财富，发展吉林经济不能没有“老字号”的力量。在国外和人家说起来吉林省，人家没有印象，说起吉林省有长白山，有人参、貂皮、鹿茸角，人家就有印象了。如果四平没有几次著名战役，全国有多少人知道四平？如果没有四平李连贵熏肉大饼，全国有多少人知道四平？李连贵这块“老字号”招牌对扩大四平的知名度发挥了很大作用。如果掏钱做广告来宣传四平，达到今天的知名度，要花多少钱啊！恐怕市财政也拿不出这么多钱。长春的鼎丰真、真不同，吉林的义和谦、福源馆，松原的老醋，对宣传地方知名度都有很大贡献。这是“老字号”给地方创造的财富。你要现培养出来一个很不容易，而这些是现成的，搞一点扶持本钱很小。别看有些企业天天做广告，铺天盖地，几千万、几个亿地花钱，几年以后就没影