

王磊 主编

秦皇岛

的新老字号



燕山出版社

秦皇岛的新老字号

主 编:王 磊 副主编:柳 柏 胡庆祥

北京燕山出版社

图书在版编目(CIP)数据

秦皇岛的新老字号/王 磊主编. —北京:北京燕山出版社, 2000. 12

ISBN 7-5402-1270-5

I. 秦… II. 王… III. 地方名胜—简介—河北—秦皇岛

IV. I269.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 07491 号

北京燕山出版社出版发行

北京市东城区府学胡同 36 号 100007

新华书店经销

北京振兴印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开本 5 印张 120 千字

2000 年 12 月第 1 版 2000 年 12 月第 1 次印刷

印数:1-2000 册

定价:15.00 元

序 言

李秦生

以宣传、推介旅游胜地——秦皇岛较有名气、富有特色的地方品牌为主的《秦皇岛的新老字号》一书，经过有关部门和秦皇岛日报编采人员的共同努力，现已付梓。

逢世纪之交，中共中央通过了《关于制定国民经济和社会发展的第十个五年计划的建议》，建议中明确提出“必须加快发展服务业，扩大总量，优化结构，拓宽服务领域，提高服务水平”，这为秦皇岛服务业的快速发展提供了契机。因此，这本书的面世是很有意义的。近几年来，秦皇岛市服务业的发展有目共睹，该书即是撷取了一个侧面，通过对秦皇岛新老字号的生动记述，通过文化的视角对服务业中出现的经济现象深入剖析，从而折射出秦皇岛市服务业蓬勃发展的景象，为新世纪发展秦皇岛现代服务业，加快服务业市场化、社会化步伐提供了有益的借鉴。

众所周知，在我国，文化已经渗透到社会政治生活和经济生活的各个领域，新、老字号概莫能外，其所包蕴的文化积淀、文化内涵，形成了诸多值得研究的经济现象。无论是新字号也好，老字号也罢，不仅是一种品牌，更是一种地方特色的文化体现。从企业家的品质气度到职工的敬业精神，从店堂的氛围到商品的装潢，无不透着文化行为和文化层次。文化，无疑是现代服务业不

秦皇岛的新老字号

可或缺的灵魂。当然，文化不仅仅是几句口号或是理念可以表达的，观念、意识、制度、系统应是推动企业文化的主要力量。这是值得包括新、老字号在内的所有现代服务业深入探讨的一个重要课题。

就秦皇岛市现实情形而言：老字号举步维艰，新字号异军突起，这种现象不能不引起我们的思考。老字号是一块金字招牌，但是怎样应对市场、继续发扬光大，是一个不容回避的问题。同样，新字号虽然赢得了消费者的青睐，但在诸多方面也需下功夫，切不可掉以轻心。《秦皇岛的新老字号》在真实介绍老字号的现状、生存的基础上，又着力推出新字号的报道，其用意不言而喻。可以肯定，今天的“新字号”就是明天的“老字号”，新与老总是相对而言，唯有不断创新，才能永葆企业的生命力。面对当今激烈的商战，秦皇岛的新、老字号争奇斗艳，必将推动服务业的进一步繁荣和发展。然而，在竞争中，新、老字号也需取长补短，携手共进。只有善于总结，才能不断发展、壮大；只有善于吸取经验，才能取人之长，补己之短。相信这本书能起到“他山之石，可以攻玉”的作用，给广大读者，尤其是服务业的人士提供一个良好的参照系。

秦皇岛是我国首批沿海开放城市，优美的自然风光、丰富的人文景观和独特的政治优势，为秦皇岛市现代服务业的快速发展提供了良好的环境。新、老字号应该把握现代服务的精髓，充分认识自身作为极具吸引力的旅游产品和资源的优势，不断创新，锐意进取，为秦皇岛现代服务业的发展尽心尽力。如此，才能展示出迷人的风采和强劲的竞争力。大自然的鬼斧神工赋予了秦皇岛独特的魅力，而秦皇岛的现代服务业是不会辜负大自然的这份厚爱的。

2000年11月

目 录

序言	李秦生	1
----------	-----	---

悠远绵长“老字号”

岳美君细说老字号	吕红梅	3
苦辣酸甜“赵家馆”	朱晓晖 王 磊	6
天宝斋 一道即将消逝的风景	朱晓晖	10
香飘四方“杨肠子”	朱晓晖 王 磊	12
情系“百草堂”	王 磊	15
“老二位”明天会更好	朱晓晖	18
杜家香油重放异彩	董宝瑞	20
四条包子铺 我走我的路	吕红梅	23

请为“老字号”把脉

老字号我想对你说	王 磊	29
承源致新	舟 涛	33
由“老二位”想到的	刘启德	35

秦皇岛的新老字号

让老字号变“老”	刘泊东	37
拯救老字号	王战洪	39
珍惜宝贵资产	邹世伟	41
冷静看待兴衰	张卫民	42
老字号是一种文化	金 帆	43
留住精粹	山 丹	45
老字号大有新戏可唱	董宝瑞	47

异军突起“新字号”

夏都宾馆 走出低谷	吕红梅	51
“同盛”面向市场天地宽	毛 蕊	54
天洋益己惠人新思维	常 虹	57
“佳伦”的微笑	吕红梅	59
“北辰”的魅力	王 磊	62
穆斯林大厦——穆斯林的家	常 虹	65
登高方能望远	毛 蕊	68
从“八大碗”到“浪淘沙”	毛 蕊	70
京味茶馆 飘来的一缕清香	王 磊	73
天水草堂：文化为媒绿色添香	吕红梅	76
一个追梦的女人	舒 文	80
体验西餐	牛志远	85
国际饭店：以人为本	吕红梅	87
秦皇岛华联商场简介		91
秦皇岛商城简介		94

地方名牌 魅力无穷

“耀华”：创新为企业注活力	朱晓晖 李建军	99
“碣石山”：排队买来筑华屋	宋九龙	101
“豪峰”：名牌战略闯天下	康松乔	103
“春雪”：奋争赢得市场	宋九龙	105
“地王”：酒国擎旗树新标	李建军	108
“撒可富”：南南合作破纪录	武 隼	110
“仙岛”：鲜汁仙味万家烹	李建军	112
“公牛”：奋蹄自有韧劲在	武 隼	115
让“华维”腾飞	毛 蕊	118
寻呼新星——秦皇岛中铁寻呼	张宏宇	120
饲料大全数奥极	张宏宇	122
房地产界的一艘“航母”	张宏宇	125

地方特色 绝佳风味

风味名吃	129
地方菜肴	136
传统民间食品	141
后 记	147

悠远绵长 “老字号”



岳美君细说老字号

吕红梅

秦皇岛日报记者在采写“探访老字号”系列报道的过程中，了解到老字号的经营者们非常希望听到来自市政府方面的建议和有关市政府能否给予老字号一些优惠政策的说法。近日本报记者就老字号的话题采访了我市分管财贸工作的副市长岳美君。

记者：作为分管财贸工作的副市长，请您谈谈在当今社会主义市场经济条件下老字号应该如何发展，老字号的出路何在。

岳美君：应该说目前我市的老字号还远没能发挥出老品牌应有的效应，老字号的前途并不乐观。造成老字号处境不妙的原因是多方面的，不能一概而论。面对压力和挑战，老字号到底应该怎么办？我认为出路有两条。一是“倚老卖老”，用好老牌子，真正发挥出老字号的品牌效应。要知道老字号是一种品牌，是一种具有宝贵价值的无形资产，经营者应该增强品牌意识，维护好老字号在消费者心中的良好信誉。“酒香也怕巷子深”，老字号也需要宣传。要想让更多的人认识老字号，了解老字号，经营者就必须舍得拿出资金自我宣传。这几年市场搞活了，饮食行业可以说是“东西南北大荟萃”，各种口味儿都有，老字号只有保持特色才能站稳脚跟，叫得响的传统手艺千万不要失传。同时，老字号还要学会保护自己的品牌，要主动注册商标，争取有关

秦皇岛的新老字号

部门的支持。“赵家馆”花1万元买回本来就属于自己的商标，这教训还不够深刻吗？“赵家馆”毕竟舍得花这1万元保护自己的品牌，有的老字号却连这种意识都没有。

二是要让“老树开新花”。有人说，世界上没有任何一种商品可以长兴不衰。人们的生活习惯、消费心理总在不断变化，就像老百姓看春节晚会觉得不过瘾一样，人们在“恋旧”的同时还要“求新”。老字号不要“一本经念到老”。而应该不断创新、不断给顾客以新感觉，让老字号焕发生机和活力。老字号必须解放思想、放开手脚，谋求大发展。墨守成规、裹足不前，没有前途可言。不合时宜的“遗训”要抛开，陈旧的设备、设施要更新，要按照市场经济的格局改进生产工艺和营销方式，不断扩大生产规模，拓宽销售领域。“杜家香油”变手工操作为机械化生产、积极开拓市场的作法就非常可取。当然，求新也不能盲目，谋划经营思路的时候，还必须摸清人们到底需要什么，消费热点到底在哪里，并把自家的实际情况考虑进去。

记者：应该说，老字号不仅仅是品牌，还是一种具有地方特色的体现。如果形成一定规模，具有一定声势，老字号也是一种很有吸引力的旅游产品。那么您认为在保护和扶持老字号发展方面，政府可以做些什么？

岳美君：老字号要想健康发展，需要社会各界的支持和帮助。政府部门能为老字号做的工作很多，我认为关键是要为老字号开好道、搭好台，维护好秩序。宣传部门应该加大宣传力度，帮助老字号扩大影响，提高知名度和竞争力；工商部门要严厉打击各种假冒伪劣商品，并且主动和老字号取得联系，帮助他们尽快注册商标；技术劳动部门要积极帮助老字号引进具有现代意识、高水平、上档次的专业人才；执法部门要加大治理“三乱”等清理整顿和执法检查力度，切实减轻老字号的负担。

记者：请问目前我市有没有一些专门给予老字号的优惠政策？

岳美君：目前我市还没有太具体的专门给予老字号的优惠政策。近几年我市出台的一些“扶优扶强”等优惠政策，个别经营规模较大的老字号也从中得到益处，比如1996年政府曾为“赵家馆”提供无息贷款。去年开始我也考虑如何把老字号按专业特色组织起来，形成合力。目前我市老字号数量比较少，规模比较小，要想形成一定规模，还需要一个培养壮大的过程，在这个过程中确实需要政府给予支持。今后政府财贸部门将加强对老字号的引导，进一步规范企业行为，维护市场秩序，切实转变政府职能，简化办公手续，为老字号的发展提供更为宽松的环境。“为老字号把脉”很有意义，市政府也将召集老字号负责人座谈，征求意见、建议，并向他们提供信息、知识，帮助他们拓宽经营思路。当然，老字号也不能仅仅依赖别人的把脉，最要紧的还是抖擞精神、自强自立。

记者：“探访老字号”栏目得到了众多读者的关注，同时，他们更希望了解有关近些年涌现出的为广大市民认可的“新字号”的情况。为此我们准备开设有关“新字号”的栏目，请谈谈您的看法。

岳美君：今天的“新字号”就是明天的老字号，我们不仅应该关心和支持老字号的发展，还应该加强对“新字号”的引导和宣传。应该说我市目前名气大、有特色的地方品牌产品还不多，改变这种状况需要新、老字号共同努力。希望你们经营好即将开设的介绍“新字号”的栏目，通过你们的宣传促进我市新、老字号比翼齐飞，为繁荣我市商业文化做出贡献。

（摘自1999年5月《秦皇岛日报》）

苦辣酸甜“赵家馆”

朱晓晖 王 磊

提起我市昌黎县城的“赵家馆”饺子，大多数人并不陌生，兴许你还曾进过这家老店，品尝过它的美味呢。然而，那金字招牌背后的苦辣酸甜怕是鲜为人知。那么，请随我们走进这家老字号，去一同品味它那 70 余年的沧桑历史。

金字招牌

赵家馆饺子驰名冀东、京津和东北，功推其创始人赵福元，人称“赵老二”。

1921 年 9 月 5 日，是一个令赵福元难忘的日子。这天，他三喜临门：15 周岁的生日，与王玉娥喜结连理，“赵家饺子馆”正式挂匾、开业迎宾。从这一刻起，便注定了他与饺子结下的不解之缘。在昌黎众多的饭庄中，赵家馆饺子能够后来居上，站稳脚跟，花费了赵福元整整 10 年的心血。那时，每年的春夏之交，店里都要关门停业十几天，赵师傅上京津，跑东北，品尝各地的饺子，回来后细细研究琢磨，从选料、用料、擀皮、剁馅等都有讲究，终于创出了与众不同的煮饺，深受顾客欢迎。赵家馆饺子因此在昌黎县城出了名。

解放后，赵师傅在继承传统制作工艺的基础上，不断摸索，于50年代初期，将皮薄、馅散的煮饺变成了有着同样特色的圆笼蒸饺。50年代末，他到天津参加了全国饮食行业大比武，赵家馆饺子脱颖而出，一举夺得馅制品之冠，让天津的狗不理包子和保定的白元章包子屈居其后。刘少奇为赵家馆亲笔题写了“京东第一家”的牌匾，并与三家创始人合影留念。

“文革”中，赵家馆饺子成了“四旧”，受到了冲击，被迫停业，赵师傅也遭到了无端批判。“十年浩劫”过后，又恢复了“赵家馆”的老字号，闲居多年的赵福元重新回到了案板旁。今天，这家老字号人员增加，店堂扩大，生意越来越火。

打假风波

老字号，是块金字招牌，它给赵家馆带来了良好的口碑，也带来了一些烦恼和不安。

1993年，他们经历了一场商标风波。年初，正当赵家馆申请商标注册时，不料，同在昌黎县城的另一家已抢先予以注册。得知这一情况后，年近九旬的赵福元老人怎么也想不通，他要拚力维护赵家的名誉。他身子太胖，体重230多斤，行动不便，于是他摇着特制的三轮车四处奔走，有关部门及时出面协商调解，赵家馆花费1万元，总算买回了本该属于自己的商标。

一场风波平息了。赵师傅仍像往常一样，拖着肥胖的身躯下厨配料、抖馅，并将手艺悉数传给孙子赵志强，经公证处公证，赵志强正式成为赵家馆的第二代传人。转眼已是1996年，立秋那天，操劳大半辈子的赵福元闭上了安祥的双眼，赵志强便独自撑起了赵家馆。可随之而来的却是这块招牌屡被侵犯。

1997年4月间，唐山市竟然出现了3家“昌黎赵家馆”，其

秦皇岛的新老字号

中一家的饺子，一斤要价竟高达 188 元，而赵家馆的饺子最贵只有 25 元一斤。况且，赵家馆仅此一家，别无分店，显然，这都是些冒牌货色。若不及时加以制止，赵家馆将蒙受更大的损失。赵志强直接向市、县工商局申诉，并得到了唐山市工商局的积极配合，得以摘除假冒者的招牌。

近两年，赵志强在各地工商部门的帮助下，进行了十几次的打假行动，捍卫了赵家馆的声誉和尊严。

志在四方

作为赵家馆的第二代传人，经营好这家老字号对赵志强来说是一种历史责任。

从 1981 年开始跟着爷爷学艺，耳濡目染中，赵志强受益匪浅。他秉承了赵家的祖训，坚持薄利多销，热情服务，从 1993 年至今，赵家馆的饺子价格始终未涨一分钱。他明知店里利润率并不算高，但也心甘情愿为保留一份传统产品而尽心尽力。这，固然是可贵的，但小本经营无形中也束缚了他的手脚，以致错失一次发展壮大的良机。那是在 1996 年，为了扶持老字号的发展，省委、省政府特别拨给赵家馆 60 万元无息贷款。当时，他却“不知道干什么用”，只要了 30 万元进行“基本建设”。谈起这件事，他至今仍后悔不迭。“没有经济实力，怎能保住传统，更谈不上发扬光大”，这句话或许印证了他的观念的转变。毕竟，他只有 40 多岁，骨子里还有一种不安分的因子，他说“要让赵家馆饺子走出昌黎，走向全国。”

1997 年 6 月，河北省商标资产评估事务所首次对我市知名商标进行评估，“赵家馆”商标评估价值达到 1000 万元。如今，赵家馆在开拓市场、面临资金紧缺的困境时，赵志强再次想到了

自己的无形资产——商标，他准备以此作抵押，向银行贷款，并利用自己的品牌和技术，走出昌黎县城。目前，他已与京津两地有关人员展开洽谈，开设分店；在昌黎县城，投资 200 万元，扩大店面，兴建冷冻厂、加工间，生产速冻饺子，尽快占领唐秦两地市场。

赵家馆就这样走过了很长的路，风风雨雨几十年，也挺不容易。我们唯有希望他们能继承和保持传统，在市场经济的大潮中有新的更大的作为。