

读图时代
品 茶 馆

吴裕泰

『百年老字号·美名传四方』



中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

吴裕泰 / 读图时代. —北京: 中国轻工业出版社,
2005.9

(品茶馆)

ISBN 7-5019-5090-3

I. 吴... II. 读... III. 茶叶—商店—商业史—北
京市 IV. F724.782

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 101711 号

吴裕泰

责任编辑: 韩运哲

策划编辑: 龙志丹 责任终审: 劳国强 责任监印: 胡 兵

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

印 刷: 北京画中画印刷有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2005 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 889 × 1194 1/16 印 张: 8.25

字 数: 60 千字

书 号: ISBN 7-5019-5090-3/TS · 2937 定 价: 28.00 元

读者服务部邮购热线电话: 010-65241695 010-85111729 传真: 010-85111730

发行电话: 010-85119845 65128898 传真: 010-85113293

网址: <http://www.chlip.com.cn>

Emial: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社读者服务部联系调换

50891S5X101HBW

读图时代
品茶馆

吴裕泰

 中国轻工业出版社



序

第一章 尘封旧忆北新桥 15

声色流动北新桥 15

百业杂陈北新桥 19

创业立足北新桥 22

第二章 古韵徽州有嘉木 27

痴绝无梦到徽州 28

淳雅儒贾润徽州 29

万国求茶到徽州 33

第三章 同心同德共治业 39

兄仁弟让共经营 40

抓住商机占津门 42

店规清明家风正 45

第四章 诚恳亲和待员工 49

融融暖意店如家 49

扬气提神过大年 51



第五章 历经坎坷葆原色 59

岿然不动任风吹 59

历尽变革情不改 65

第六章 今朝风采更卓然 69

青春焕发百年店 69

品质专业数老号 74

第七章 往来顾客长相伴 79

货真价实口碑佳 79

以诚待客童叟乐 82

日久天长回头客 83

茶香情深百姓缘 86

第八章 茶中文化名远扬 95

风情万种中华茶 95

最具特色自拼茶 99

弘扬光大茶文化 109

三大茶艺敬世人 116

后 记

序

一百多年，在历史课本里也许就是一页纸的厚度，对于一个企业来说，却是几代人的奉献与追求。《吴裕泰》这本书展示给我们的恰是这样一幅底蕴深厚、生生不息的百年创业图谱。冬日午后，一叠书稿，一杯香茗，作为本书的第一读者，我几乎是迫不及待一口气将这本“可读，耐读，并具有典藏价值”的读品里里外外打量了一番。

说它“可读”，是因为它完全不同于那些在店言店、就事论事的一般企业史传，从声色流动的北京北新桥到淳雅儒商辈出的皖徽州，《吴裕泰》寓史于世，娓娓道来的是老北京商业区的老理儿、老事儿、老景儿，与老店创始人家乡徽州的风物与品性。这种说故事的风格贯穿全书，比如“同心同德共治业”这篇，讲吴老太爷临终给子女分产业，写了“仁、义、礼、智、信”五张条让孩子们抓阄，巧的是五个儿子恰恰按长幼次序抓到了这五张条。这故事的画外音是什么呢？重诚信、讲操守的行事原则已浸透入吴裕泰人的骨髓深处。

说它“耐读”，是因为它绝不仅止于对一家百年老店光辉历程的简单回顾，从19世纪末的京城初创业，到20世纪兴盛与式微的沉浮，到21世纪信息化时代的再度青春焕发，《吴裕泰》大量介绍了这家百年老号在企业文化缔造、员工内部管理、对外规模扩张以及跟随时代发展不断创新等多个方面的细节和经验，非常值得今天打拼在各

行各业的企业经营者思考和借鉴。比如“诚恳亲和待员工”这篇，讲的是几十年前，吴裕泰店员每人每年一般共有48天探亲假，回家探亲的店员每人赠送“路茶”一份(是由货房特配的中档茶二斤)，既体现了本店的关怀，又满足了店员的需要，小小一份路茶深得人心。

这本书还具有一定的典藏价值。一方面，书中刊载了大量珍贵的老照片，像早年间的茶馆、茶堂，还有老顾客珍藏的各式老茶罐等等，可谓是一部色彩斑斓的中国茶文化图史；另一方面，书中还首次系统刊发关于吴裕泰起源的种种传说，还有像“安茶”这种已经销声匿迹的茶品的详细介绍，以及不同历史年代的茶叶售价情况等，具有一定的史料价值。此外，书最后一篇“茶中文化名远扬”关于五花八门的茶品和茶艺的详细介绍则更具知识性和实用价值。

总而言之，这是一本读来饶有兴味的书。百年老号“吴裕泰”的发展不仅例证了“文明经商，以诚招客，货真价实，讲求信誉，合理图利，从不投机，遵纪守法，恪守商业道德”这一商业理念的久经考验，同时也见证了北京城和北京老百姓的文化与生活变迁。

苏文泽

2005年元月于北京

吳裕泰

百年老字號
弘揚茶文化

為吳裕泰題

二〇〇五年元月
吳裕泰

百年吳裕泰

張天福



吳裕泰

倡導茶為國飲
弘揚誠信情緣

為吳裕泰題

陳宗懋

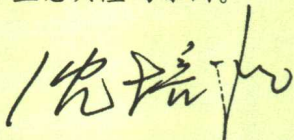
二〇〇五年
初春



吴裕泰茶庄为何生意年年兴隆

北京吴裕泰茶庄在全国是赫赫有名的茶叶营销单位，它主销茉莉花茶，其他也销龙井茶、黄山毛峰、碧螺春、信阳毛尖、红茶、乌龙茶等花色品种。对各种面市的茶叶讲究质量，决不出售有问题的残次茶。本人受该茶庄的邀请，已连续6年在每年的11~12月间，去北京为其约300个批次的面市或将面市的各批茶叶进行感官品质审评，逐年的审评结果，优质率均在97%左右，一旦发现有问题的茶，即被剔除，另作处理，决不面市。该茶庄历年所进货的茶叶，都由定点茶厂提供，并派出它自己的茶技人员，深入生产基地督导生产、验收、调拨。茶厂向茶庄发货的每批茶要附上农残检验报告，遇未检测农残的茶号，茶庄自送北京的有关农残检测单位检验，如达不到安全饮用标准的，即被退货。

它除了严格把好茶叶质量关外，还须在面市茶的价格与北京市场的同价、同品种花色的茶叶进行性价比。根据6年来3个审评组的密码审评结果统计，吴裕泰面市茶的品质，大多好于同行同价茶。由此可见饮用吴裕泰茶庄面市的茶叶，较为放心、实惠，这是它年年生意兴隆的原因。

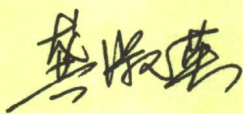


中国农业科学院茶叶研究所

2005年2月

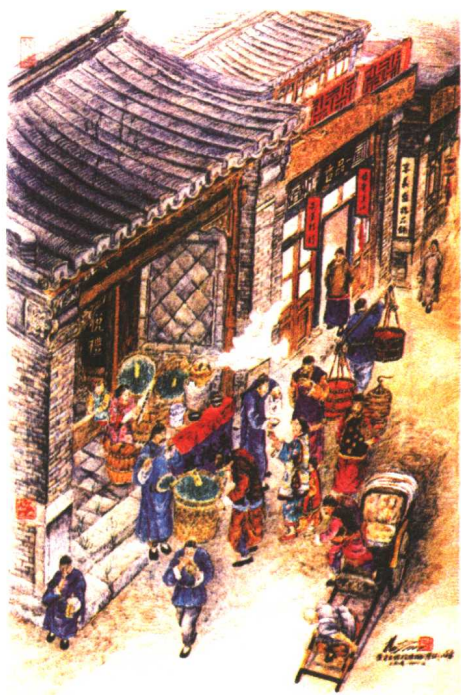
始终贯穿着的质量第一，服务第一，信誉第一的企业理念，现代化的管理模式，使百年老店“吴裕泰”充满生机，誉满全国。

天道酬勤，相信“吴裕泰”人精诚团结的团队精神、高效务实的工作作风，将使“吴裕泰”蓬勃发展、走向世界。

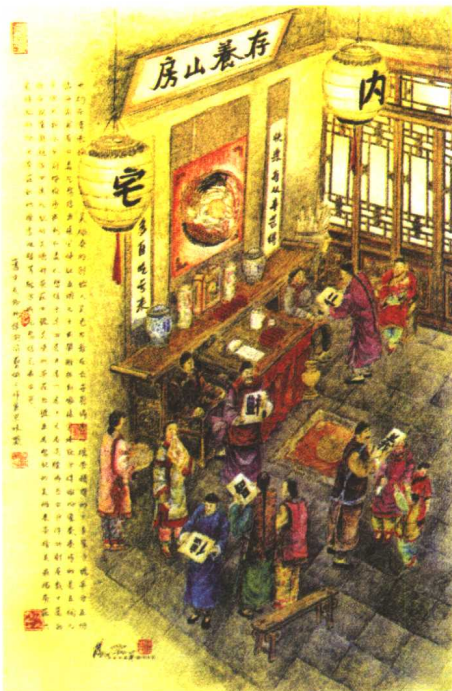
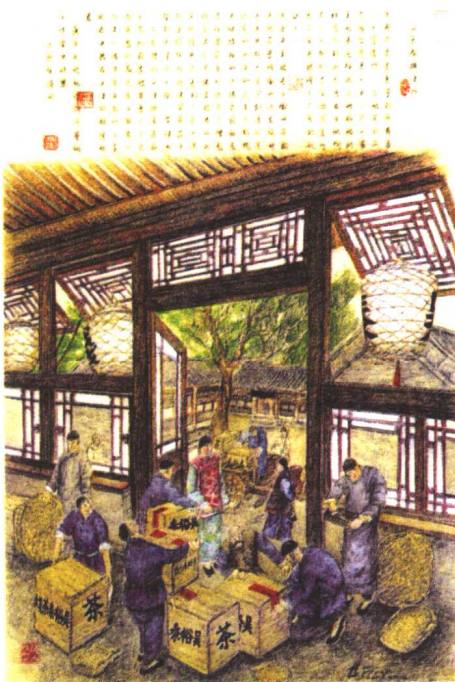
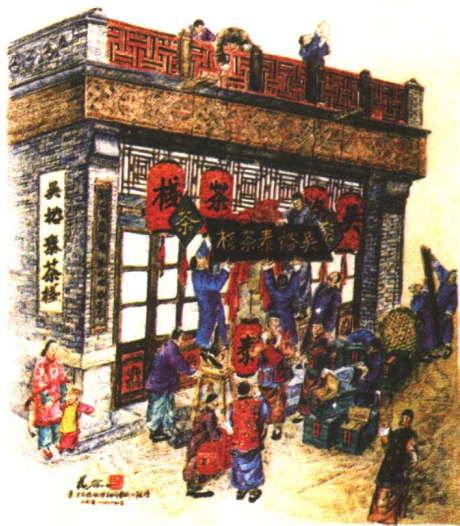


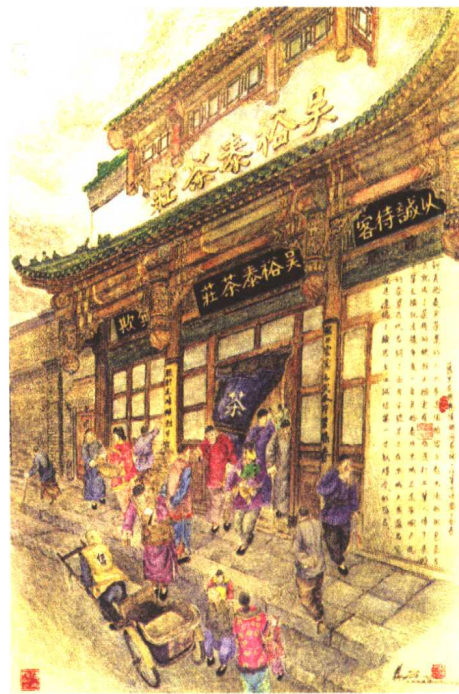
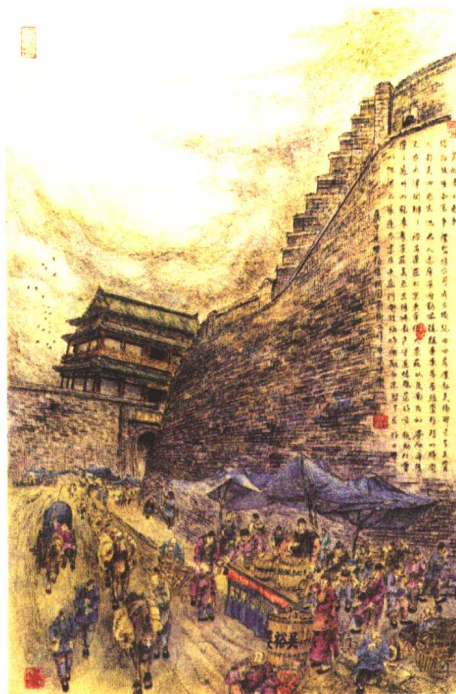
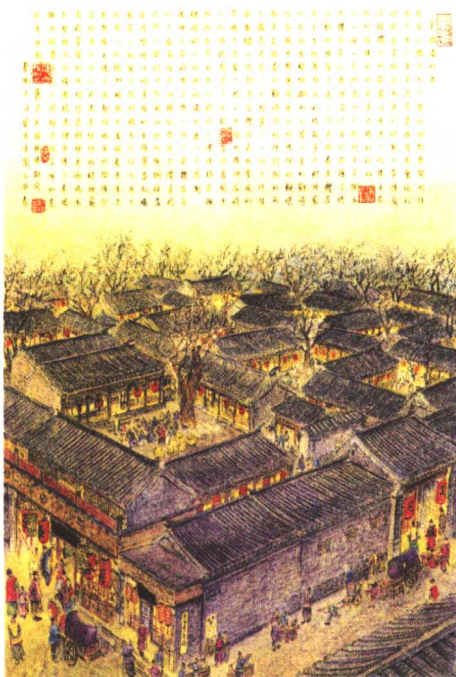
浙江农业大学茶学教授

2005年3月



茶，乃中國之國粹，其歷史之悠久，非他種飲料所能及。自唐虞以來，茶之於中國，固已根深蒂固。唐之陸羽，著《茶經》，始有茶之專名。宋之蔡襄，著《茶錄》，始有茶之專書。明之張騫，著《茶錄》，始有茶之專論。清之劉一，著《茶錄》，始有茶之專記。茶之於中國，其影響之深，其地位之重，非他種飲料所能及。茶之於中國，其影響之深，其地位之重，非他種飲料所能及。茶之於中國，其影響之深，其地位之重，非他種飲料所能及。





第一章 尘封旧忆北新桥

谈到吴裕泰茶庄，不能不让人怀想起旧日的北新桥。以往人们总认为老北京的商业区是大栅栏、王府井，却在不自觉间忽略了北新桥的重要商业地位。老北京有种说法：“东富西贵南贱北贫。”位于东北城的北新桥，与聚集了众多王公贵族和有钱人豪门宅府的王府井、大栅栏不同，这里的大富大贵人家不多，多是小家小户。不过，这一点也影响不到北新桥的繁华和活力。相反，这个地处社会中下层、贴近普通老百姓的商业区却是异常的热闹繁华，也许在某种意义上更能代表老北京的风貌。

声色流动北新桥

20 世纪初期，北洋政府为了解决北京城内的交通问题，1921 年开始筹建北京电车公司。电车公司由官、商合办，各自 50% 的股份。到了



锡制茶叶罐（20世纪初叶）



俯瞰老北京的钟鼓楼地区

1924年12月，北京通了有轨电车。当时只有四条线路：1路——从天桥至西直门，2路——从天桥至北新桥，3路——从东四到西四，4路——从太平仓（今平安里外）到北新桥。就在这少有的几条线路中，竟有两条是直接开往北新桥的，可见当时北新桥作为重要商业区的地位。那时候各路车的站牌儿都是按颜色区分的：

1路是红色站牌，2路是黄色站牌，3路是蓝色站牌，4路是白色站牌。将站牌涂上不同颜色想必也是为不识字儿的人好区别吧。

站在“吴裕泰”门前向北望去，店铺栉比，商贩云集，再加上有轨车站，真是行人熙攘，好不热闹。这里的市井风俗、生活百态，恰似一幅近代的“清明上河图”。

“咣咣咣，咣咣咣……”耍猴儿的打着铜锣，牵着小猴在“吴裕泰”斜对面的空地上，表演着各种滑稽的动作。爱凑热闹的大人小孩，里里外外把小猴和耍猴人围个严严实实。那边再走上几步，又是拉洋片儿的在吆喝。串街“剃头的”手里拿着把钳形的“唤头”，挑着担子，在人群中沿着北新桥大街来来回回闲荡似地穿梭着，走两步，就把手上“唤头”中间的铁一抽，

“叱啷……”一声颤巍巍的金属音就在大街上回响着。布贩子的拨浪鼓和珠宝玉石收购贩子的小鼓像是在比赛，你拨动来几下，我又“咚咚咚”地跟了过去。磨剪子磨刀的也不甘落后，吹起了长号，还唱了起来：“磨剪子（来）——戥——菜——刀——”。“锡盆儿锡碗儿的——”锡锅匠的挑子两头各有一面小铜锣，旁边拴着小锤儿，走起来就奏出细小的丁当声。随

老北京的电车

