舌尖上海

南京路上老味道

李宏利 / 范博 …… 著

上海人民出版社

舌尖上海

南京路上老味道

李宏利 范博 著

上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

舌尖上海:南京路上老味道/李宏利,范博著.—
上海:上海人民出版社,2018
ISBN 978-7-208-15410-0

Ⅰ.①舌… Ⅱ.①李… ②范… Ⅲ.①饮食业-介绍
-上海 Ⅳ.①F726.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 205940 号

责任编辑 罗俊华
封面设计 夏 芳

舌尖上海:南京路上老味道
李宏利 范 博 著

出 版 上海人民出版社
(200001 上海福建中路 193 号)
发 行 上海人民出版社发行中心
印 刷 上海商务联西印刷有限公司
开 本 890×1240 1/32
印 张 10.75
插 页 4
字 数 243,000
版 次 2018 年 10 月第 1 版
印 次 2018 年 10 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-208-15410-0/G·1924
定 价 45.00 元

前言

2016年以来，我国出台了一系列文件、政策，大力推进中国的品牌经济建设。上海市于2016年8月出台的《本市贯彻〈国务院办公厅关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见〉》(沪府办发〔2016〕38号)中明确提出，要“大力培育品牌经济专业服务市场，组建上海品牌之都促进中心，支持成立上海品牌经济研究院、上海品牌认证评估中心等社会组织……”的要求，为实现上海经济转型升级，打造国际时尚之都、设计之都、品牌之都的发展战略，提供智力支撑。为此，上海社会科学院成立了上海品牌发展研究中心，从事品牌研究，并将发布《上海品牌之都发展报告》。本书即为该系列丛书之一，就南京路上的经典饮食品牌作一专题研究。

上海，有着多样的文化标签和定位，不仅是中国的经济、交通、科技、工业、金融、贸易、会展和航运中心，更是一个世界文化荟萃的国际化大都市，具有深厚的文化底蕴。从河姆渡文化、良渚文化、吴越文化、海派文化、长三角文化一路走来，上海文化接续传承，发扬光大。那些温婉精致的民俗、节日、饮食、建筑、语言都会让人联想到上海独特的文化风韵，这些深厚的历史文脉、丰富的文化内涵，既延续了传统精华，又体现了现代精神，成为彰显文化自信、打造文化品牌的丰富资源。

民以食为天。饮食不仅仅是充饥解渴，它往往蕴含着人们认识事物、理解事物的哲理。中华传统饮食历史悠久、种类多样，从食材、烹饪、器物到酒、茶、浆等饮品，再到饮食环境的营造等，无不体现着对自然的理解与合理的利用。地处江南的上海，传承了丰富的传统

饮食；作为近代繁华的国际大都市，上海更吸引了国内不同地域与国外美食入驻。上海为不同饮食的发展搭建了平台，不同的饮食也成就了上海“海纳百川，有容乃大”的城市精神。

本书的南京路是广义的南京路，是指以南京路为中心的商业繁华区段。因为从1843年上海开埠到1949年上海解放，上海城市的空间由南向北、由东向西拓展，经历了开埠、租界、战乱、孤岛等不同历史时期，商业繁华街区最终指向了以南京路为中心的周边地段，南京路是近代上海繁荣的见证者。南京路商业区可以说是上海经济社会繁荣的一个缩影，其发展、繁荣的轨迹也体现了近代上海发展的总体特征。南京路不仅成为上海的商业品牌，也成为各类商业品牌的汇集之地。其中的饮食业就是典型的代表。为深入了解南京路商业区的老品牌饮食业，挖掘传统品牌战略资源，弘扬中华传统美食文化，我们就南京路商业区依然存活的老品牌饭店、菜馆、酒店等饮食业作了历史资料的梳理，并就其品牌文化作一挖掘与概括。

本书的老品牌是指创立于解放前，至今依然存在的饭店、菜馆、酒店等饮食部门。通过历史文献的搜集与当下的实地调研，我们选取了33家单位，对其历史发展、菜肴特色、名人轶事、品牌文化等内容进行完整的描述与归纳，以期为当下的上海文化品牌建设提供历史经验。书中的33家饮食部门基本囊括了上海的各帮菜系。结合当前菜系的分类，我们将其归为本帮、苏帮、扬帮、浙帮、粤帮、川帮、京帮、闽帮、西餐等九类。

绪论

提起上海，人们总会想到“十里洋场”“灯红酒绿”“国际都会”等奢华富贵的场景；论及上海味道，有说“清淡”，有说“偏甜”，也有说“浓油赤酱”等，莫衷一是。其实，生于江南，历经中西文化洗礼的上海就像一位雍容华贵的少妇，仪态万方、韵味无穷。如果我们能静下心来穿越历史，领略一下南京路上的老品牌饮食，就会了解上海味道的前世今生。

一、南京路商业区的崛起

南京路一直被誉为中华商业第一街，因路旁遍布着各类菜馆酒楼、百货公司、剧场影院等上海老字号，繁华异常，成为各类商业竞逐之地。

南京路起源于 1851 年花园弄堂，1854 年延伸到浙江路，俗称大马路，1862 年再次向西延伸至西藏路，1865 年正式定名为南京路。1945 年第二次世界大战结束，租界被废除，民国政府将南京路分别命名为南京东路与南京西路。

本书的南京路是广义的南京路，是指以南京路为中心的商业繁华区段。因为从 1843 年上海开埠到 1949 年上海解放，上海城市的空间由南向北、由东向西拓展，经历了开埠、租界、战乱、孤岛等不同历史时期，商业繁华街区最终指向了以南京路为中心的周边地段。

上海开埠前，县城是人们的主要居住和生活区域。像中国许多传

统城市一样，县署周围是城市的中心。因近黄浦江，交通便利，在大东门和小东门内一段地方是商业最发达地区，菜馆最初也是集中分布在这些地方。1843 年上海开埠，1845 年上海道台宫慕久与英国驻沪领事巴富尔签订《上海土地章程》，划定了英租界。1848 年在虹口设立了美租界。1849 年法租界划定。至此，英美法三国租界建立，上海形成了租界与华界两个异质的城市空间。根据《上海土地章程》，租界内的中国业主不得将土地租给中国人，也不得建造房屋租给中国人，实际上实行华洋分居。1853 年英租界内只有 500 人，而 1852 年华界的人口数为 544413 人。租界与华界人口相差悬殊，饮食业仍旧集中在上海县城的商业繁华地带。

1853 年上海县城爆发了小刀会起义，县城被义军占领，租界内华人剧增。1854 年英美法三国公使签订新的《地皮章程》，默认了华洋杂居的局面。同年小刀会被清廷平定，上海县城因遭战火而大受打击。1853 年太平军占领南京，江浙各地遍地烽火，1860 年太平军进攻上海。此时租界独立于交战双方，清军和太平军都无法入内，“为江、浙及长江一带人民聚居上海租界之造因”，于是华人纷纷来此避难，租界内人口剧增。1855 年公共租界人口增加到 20243 人，1865 年增加到 92884 人。人口的增加，带来了巨大的消费市场，富商官绅也带来大量资金，这些促进了租界商业的发展。

到 19 世纪 70 年代，沪北租界地带已经成了上海新的商业中心。英租界内的宝善街（今广东路）被称为“第一销金窟”。租界内饮食业发达，酒馆林立。人们酒食征逐，习尚豪奢。沪上酒肆麇集于租界，租界又集于英租界的宝善街。县城所在南市是传统的商业中心，仍旧有许多酒馆，但已经是“不堪下箸者居多”。到了 19 世纪 80 年代，沪北租界的繁华区域北移到了四马路（今福州路）。菜馆酒楼也纷纷在四马路开设，如京都醉春园、聚春园、中和园、天津三庆酒楼、天

津双和酒馆、京都天合园、中华园等。此后，租界日趋繁华，而上海县城所在的华界则相形见绌，时人在竹枝词中写道："南北分开两市忙，南为华界北洋场。有城不若无城富，第一繁华让此方。"四马路成了上海最大的娱乐消费区，集吃喝玩乐于一身，酒楼菜馆也以这条马路最多。20 世纪初年，英租界的福州路、广东路、山东路、山西路、河南路、福建路、湖北路等皆为繁盛之区。上海最繁华的地区在英租界，酒食征逐之所也集中在英租界。1909 年出版的《上海指南》中列举了 46 家华式菜馆，其中有 33 家在英租界。英租界则以四马路上最多，有 11 家，其次是宝善街上 5 家，湖北路上 4 家，山东路、大马路（今南京路）、九江路、浙江路上也有几家。

民国建立，上海的饮食业更加发达，这与寓居沪地的人口日益增多有关。英租界仍旧是上海商业最繁荣的地区。福州路始终是重要的娱乐和商业中心，酒楼菜馆的聚集区。由于市面向北发展，福州路北面的汉口路也成了酒馆的集中地。随着市面向西移动，湖北路上菜馆仍旧很多，它西面的浙江路上也有菜馆开设。根据 1919 年出版的《上海指南》统计，英租界内由南向北各条马路上的菜馆数目分别是：广东路 8 个、福州路 13 个、汉口路 9 个、九江路 1 个、南京路 3 个、天津路 1 个；由东向西各条马路上菜馆的数目分别为：河南路 1 个、山东路 2 个、山西路 3 个、福建路 4 个、湖北路 7 个、浙江路 2 个。从这些数字统计可以看出随租界商业区北移西移，菜馆分布也呈现向北向西发展的趋势。这些马路纵横交错，形成英租界重要的商业区。马路广辟，市面极盛，尤以南京路、汉口路、福州路、河南路等处，为精华荟萃之区。

随着一二八淞沪抗战、八一三事变的爆发，闸北、虹口、南市遭受严重打击，虹口成为日本人占领区。饮食业随人口商业的南迁更集中于苏州河以南的租界地区，不仅高等饭店如此，连民国路（今人民

路）、方浜路上的食摊都迁到了敏体尼荫路（今西藏南路）上。从前冷僻的租界西区，因为迁入居住者增多也热闹起来，爱文义路（今北京西路）、静安寺路（今南京西路）等租界的西部地区也有菜馆酒楼开设。抗战胜利后，菜馆最集中的地区仍旧是在原英租界的中区汉口路、福州路、南京东路、浙江中路、广西北路一带，向西扩张的趋势未改变，南京西路一带著名菜馆也不少，如广帮的金门酒店（南京西路 104 号）、康乐酒楼（南京西路 456 号），扬帮的梅龙镇酒家（南京西路 1081 号）、绿杨邨酒家（南京西路 763 号）等。

解放后，南京路发生了巨大的变化，老介福商厦、华联商厦、广电大厦、轻工大厦、上海商城、锦沧文华大酒店等现代化的大型、高层建筑使南京路更加绮丽繁华。电影《霓虹灯下的哨兵》使“南京路上好八连”成为一道亮丽的风景线。

如今的南京路更是上海的商业地标。随着改革开放的深入，南京东路步行街的开通，各国商家的入驻，这条商业大街已成为名副其实的“中华第一街”。南京西路东起成都北路，西迄延安西路，全长 2933 米，穿越静安寺闹市地区，拥有恒隆广场、中信泰富、梅龙镇所形成的“金三角”与会德丰广场、越洋广场、嘉里二期等组成的“金五星”交相辉映。南京西路商圈所聚集的知名品牌高达 1200 多个，国际品牌就有 750 多个，而且进入上海的 90% 以上的国际顶级和一线品牌都在这里开有旗舰店或专卖店，因而南京西路是当今沪上最高档的购物场所。

南京路成为著名的商业品牌，各大餐饮业也以入驻南京路为其品牌战略。

二、各帮饮食汇集沪上

上海工商业的发达促进了饮食业的繁荣。各地风味饮食齐集沪上，

各帮菜馆、点心店林立，百味飘香，使上海成为最大的美食中心。南京路作为上海的商业繁华区吸引、产生了众多的品牌饮食店。

众所周知，中华饮食文化源远流长、博大精深。世界上最古老的烹饪理论就出自我们的《吕氏春秋·本味》，其中提出："夫三群之虫，水居者腥，肉玃者臊，草食者膻。恶臭犹美，皆有所以。凡味之本，水最为始。五味三材，九沸九变，火为之纪。时疾时徐，灭腥去臊除膻，必以其胜，无失其理。调合之事，必以甘、酸、苦、辛、咸。"对食材的性质、味道、烹饪调和的方法技巧作了极具价值的概括。经历代发展，形成了菜系丰富、烹饪精细的中国传统饮食文化，闻名于世。

菜系也称"帮菜"，是指在一定区域内，由于气候、地理、历史、物产及饮食风俗的不同，经过漫长历史演变而形成的一整套自成体系的烹饪技艺和风味，并被全国各地所承认的地方菜肴。早在春秋战国时期，中国传统饮食文化中南北菜肴风味就表现出差异。到唐宋时，南食、北食各自形成体系。发展到清代初期时，鲁菜、淮扬菜、粤菜、川菜，成为当时最有影响的地方菜，被称作"四大菜系"。到清末时，浙菜、闽菜、湘菜、徽菜四大新地方菜系分化形成，共同构成中国传统饮食的"八大菜系"。除"八大菜系"外还有一些在中国较有影响的菜系，如：东北菜、冀菜、豫菜、鄂菜、本帮菜、客家菜、赣菜、京菜、清真菜等菜系。当然，随着国门大开，许多国外的"洋菜"也进入人们的日常生活，特别是在上海这座城市，早在一百年前"开埠"后，就有了吃"大餐"（西餐）的时尚。

开埠前，上海饮食并无"帮别"之分。开埠后，随着上海工商业和港口贸易的繁荣发展，各地菜馆、点心等相继入沪，使上海饮食业逐渐形成了沪、徽、苏、锡、宁、杭、广、京、扬、豫、川、湘、闽、潮、回、素菜等各地风味聚于沪上的新格局。为了区别各地菜馆、点心之间的不同特点和风味，所以用"帮"（行业用语）这个词来划分。

在20世纪30年代成立的上海酒菜业同业公会内，也分别成立本帮、苏帮、徽帮、广帮、京帮、川帮等各种分会，分别管理各帮菜馆，因而形成了沪上饮食业中具有近20种不同特点的各帮风味菜馆，并为广大顾客所熟悉和公认，一直沿续至今。1948年出版的《上海市大观》中说："上海地方，有着各省各地的人，在吃的一方面，也具着各色各种的口味，所以饮食馆子也分着派别。各有各的特色，各有各的不同。大概分别起来，有：平馆、川馆、粤馆、宁波馆、苏州馆、教门馆、本地馆、徽馆及西菜馆。"

最先进入上海的地方风味菜是安徽菜。徽菜馆既经营菜肴，也兼营汤面，拿手菜是炒鳝背、炒虾腰、走油拆炖、煨海参等。早先著名的徽菜馆有老醉白园、中华楼、七星楼、鼎新楼、大中国和徽州丹凤楼等。

苏州、无锡菜以"船菜"著称，比较精细。由于它的口味与上海本地菜相仿，加上苏州和无锡人在沪居多，因而格外受到欢迎。民国时期，大鸿运、大加利、东南鸿庆楼、老松顺等一大批苏州菜馆也相继开业。到20世纪30年代，苏锡菜馆已经占到上海菜馆的半数以上。

扬州菜选料精，重刀功，咸甜适中，能适合各地人的口味。镇江与扬州仅一江之隔，制菜之风味，大同而小异，所以一般归为镇扬菜。不过镇江重菜，扬州点心有名。光绪初年，最著名的扬菜馆是新新楼与复兴园；民国初年，著名的扬州菜馆有半醉居、岳阳楼，镇江菜馆有半斋（即后来的老半斋）、大雅楼。

粤菜馆在上海的兴盛在20世纪30年代以后，尤其是上海"孤岛"时期，粤菜馆几乎是一枝独秀。粤菜馆在上海的发展和扩张与广东人在上海的势力变迁相关，也与粤菜本身的品质与经营有关。主要的粤菜馆有杏花楼、新雅粤菜馆、大三元、美心酒家、新亚大酒店、

京华酒家、红棉酒家、康乐酒家、翠乐居等。

京菜（也叫平菜）、津菜、豫菜等北方菜馆曾经占有一定势力。所谓京菜乃山东菜与河南菜入京衍化而成。平、津菜区别也不大。民国以后，京菜颇得一部分人的青睐。20 世纪 20 年代，京菜馆中著名者有：同兴楼、悦宾楼、雅叙园、会宾楼等。天津菜馆进入上海较早，19 世纪 80 年代，天津馆中著名的有“四马路（今福州路）的聚丰园、醉春园，宝善街（今广东路）的复新园”。近代上海的豫菜馆并不多。20 世纪 30 年代，著名的豫菜馆有东兴楼和梁园。平津豫等北方菜馆以物美价廉取胜，招待周到是其共性。它们也曾经占有一席之地，但没有形成徽菜、粤菜、川菜那样强大的势力。

川菜馆在上海的出现始于清末。民国初年，川菜馆势力在上海渐强。1914 年出版的《上海指南》中收录的川菜馆有古渝轩（汉口路小花园 12 号）、醉沤斋（山东路）、式式轩（福建路兆富里）。20 世纪 20 年代，川菜馆在各帮菜馆中颇为名贵。1949 年出版的《上海手册》中收录的川菜馆有：金谷饭店、南海花园饭店、梅龙镇、蜀腴、聚丰园、洁而精、锦江等。

闽菜馆以新鲜海味见长，价格昂贵，民国初年请客讲究场面者除了去西餐馆外就是到闽菜馆，但闽菜馆数量并不多。1918 年出版的《上海商业名录》中收录的闽菜馆只有三家，即：小有天闽菜馆（汉口路 148 号）、别有天闽菜馆（汉口路小花园 8 号）、受有天（爱而近路 187 号）。

近代上海宁波人的势力很强，宁波菜馆入沪也较早。19 世纪 70 年代，沪上著名的宁波馆有长春、长源、长兴、景阳、益庆、鸿运。民国初年，宁波馆与京馆、扬州馆、徽州馆、广东馆并称。宁波濒海，菜多海鲜，这是其重要特点之一。此外，宁波菜擅汤，故有“宁波汤罐”之称。内部陈设也颇有特色，桌椅多虎黄色。宁波馆多数名为

“状元楼”，如四明状元楼、甬江状元楼、沪东状元楼、大陆状元楼等。据 1946 年的调查，上海的市中区、沪西区、马当区、沪北区、虹口区、南市区、浦东等地共有宁波馆 34 家。

南京馆（当时称金陵馆）在沪地的开设可能跟太平军 1853 年定都南京，南京富户避难来沪有关。沪上著名的金陵馆“新新楼”即开设于 1852 年左右。民国初年，南京馆有：新太和馆、春申楼、新申楼、善和馆等。南京馆后来多为回教馆。

近代沪上的杭州菜馆很少，其中著名者有杭州饭庄、知味观、天香楼等。其特色菜为西湖醋鱼、加香件儿、豆豉鱼、东坡肉、鱼头豆腐、咸肉等。时人尤其推崇其鱼头豆腐和西湖醋鱼。

近代上海的本帮菜馆从饭摊、弄堂饭店逐步发展起来。从初时只供下层社会的饮食之需，到后来的名流光顾，欧化饭店竟以冠上本帮为号召，上海本地菜肴随着上海经济繁荣而发展，并在与各帮菜馆的竞争中发展了自己，终于形成一派，跻身各派纷呈的上海菜馆业。1934 年出版的《上海市指南》收录的本帮菜馆有：老正兴馆、正兴馆、人和馆、得和馆、德兴馆、三兴园、鸿运楼、四时新等。据 1946 年 10 月的统计，当时上海的市中区、沪西区、马当区、沪北区、虹口区、南市区、浦东等地共有本帮菜馆 177 个，数量上居各帮之首。

三、南京路上老品牌饮食

南京路商业区可以说是上海经济社会繁荣的一个缩影，其发展、繁荣的轨迹也体现了近代上海发展的总体特征。南京路不仅成为上海的商业品牌，也成为各类商业品牌的汇集之地。其中的饮食业就是典型的代表。通过对南京路商业区老品牌饭店、菜馆、酒店等饮食业的梳理与归纳，可以深入了解上海饮食文化的发展脉络，不仅可以进一步弘扬中华传统美食文化，还可以挖掘传统饮食品牌战略资源，为当

前的饮食品牌提供历史借鉴意义。

本书的老品牌是指创立于解放前，至今依然存活的饭店、菜馆、酒店等饮食部门。通过历史文献的搜集与当下的实地调研，我们选取了33家单位，对其历史发展、菜肴特色、名人轶事、品牌文化等内容进行完整的描述与归纳，以期为当下的上海文化品牌建设提供历史经验。

南京路作为上海的商业品牌，成为各行各业的竞逐之地。各帮菜馆、酒店均有入驻。文中的33家饮食部门基本囊括了上海的各帮菜系。结合当前菜系的分类，我们将其归为本帮、苏帮、浙帮、粤帮、扬帮、川帮、京帮、闽帮、西餐等九类。本帮品牌有：老正兴菜馆、和平饭店北楼、王家沙酒家和功德林。苏帮品牌有：五味斋、南京饭店、五芳斋、沈大成、德兴面馆、真老大房、西区老大房。浙帮品牌有：鸿运楼、王宝和、邵万生、三阳盛和三阳南货店。粤帮品牌有：新雅粤菜馆、杏花楼、冠生园、东亚饭店和立丰。川帮品牌有：梅龙镇酒家。京帮品牌有：燕云楼、国际饭店和悦宾楼京菜馆。闽帮品牌有：金门大酒店。扬帮品牌有：绿杨邨酒家、扬州饭店、老半斋和镇江酒家。西餐品牌有：德大西菜社、凯司令和泰康。

通过一例例的老品牌故事，不难发现传统饮食业对品牌的重视与保护，其中所存在的问题与所采取的措施可为当前饮食品牌战略提供一定的借鉴作用。

就本帮饮食而言，“老正兴菜馆”可以说是上海最早的一家本帮饭店，创建于清同治元年（1862年），至今已有156年的历史，是上海本帮菜的鼻祖。创立者祝正本、蔡仁兴两人各取名字中的一个字，给饭店取名为“正兴馆”，因其生意兴隆，许多饭店便冒名挂“正兴”招牌。当时最早出现的竞争对手是江苏无锡人范炳顺。他既熟悉饭店业务，又懂得经营，看到“正兴馆”的老板赚钱发财很是羡慕，便与几

位小兄弟合伙在九江路273号（靠近河南路）开设了一家饭店，也叫“正兴馆”，经营的饭菜大致相同，营业不错。此后，其他一些饭店也纷纷模仿改名，老上海一下冒出了许多“正兴馆”。祝正本、蔡仁兴为了保住自己的名牌地位，于是就在“正兴馆”三字的前面加上一个“老”字，将店招牌改为“老正兴馆”，以示区别。但范炳顺不甘示弱，也加上“真老”二字，将店招牌改为“真老正兴馆”。时隔不久，那些“正兴馆”又纷纷模仿，以致后来上海街头出现了许多家“老正兴”，如上海老正兴、无锡老正兴、大上海老正兴、总号老正兴、金城老正兴、大西洋老正兴等，最多时竟达120多家，甚至苏州、无锡、南京、武汉等地也出现了几十家“老正兴”，弄得真假难分，一时轰动了全上海，影响到全中国。祝正本、蔡仁兴为了表明自己是首创的真正的“老正兴馆”，于是又在店招牌前面加上“真正”二字，改为“真正老正兴馆”，并特别注明“只此一家，并无分出”的字样。后来，范炳顺的“真老正兴馆”又改为“源记老正兴馆”，而祝正本、蔡仁兴为了表明自己是同治元年首创的真正的“老正兴馆”，再改店名为“同治老正兴馆”。但是，由于各家“老正兴”都以“真”、“老”自居，并各自在报刊上及电影院里大做广告，不知底细的顾客仍然难辨真假。不过，在数十年的激烈竞争中，“同治老正兴馆”的老板几经更换，但经营业务仍居众店之首，立于不败之地。

在“正兴馆”的品牌竞争中，我们也可以看到传统品牌生存与发展的另一种途径，仿冒品牌不仅没有削弱本来的“正兴馆”，而且扩大了“正兴馆”的影响，推动了“正兴馆菜肴”的传播。后起“仿冒”的正兴馆也接续了“最早正兴馆”的衣钵，并发扬光大。如“源记老正兴馆”，在20世纪20年代末，“同治老正兴馆”因地块改造而临时停业，本来经常在那里就餐的著名京剧大师梅兰芳、周信芳、金少山等一些文艺界人士都纷纷转往“源记老正兴馆”，并成为常客。从30

年代至40年代末，“源记老正兴馆”实际上已经取代了“同治老正兴馆”的地位，成为上海滩最负盛名的“老正兴”，本地人及上海军政界、文化界人士请客吃饭多到“源记老正兴馆”，或请该店厨师上门操办宴会。

再如“大西洋老正兴馆”，经周恩来总理的牵线搭桥，最终落户首都，成为赫赫有名的北京大型菜馆“老正兴饭庄”。“老正兴饭庄”现有的烹调技师不仅掌握了老一辈技师的传统技艺、保持了上海“老正兴”风味菜肴的特色；而且取百家所长，大胆创新了一批新菜。该店主要的河鲜海味菜肴有油酱毛蟹、无锡脆鳝、炒鳝糊、鳝鱼大烤、冰糖甲鱼、松鼠鳜鱼等数十种，还增设了“老正兴”风味面点、别具一格的各色船点及“蟹粉小笼”等，其中“上海汤圆”曾连续数年获“北京市优质产品”称号，食者众多。

在老字号饭店的经营中，也有顺应时势，调整菜肴口味而获得成功的。如开设在南京西路763号的“绿杨邨酒家”，20世纪30年代就以经营细致入味的扬帮菜点而蜚声海上，40年代又由“扬”入“川”，成为一家专营川扬风味菜肴的特色名店。1945年抗日战争胜利后，国民党政府从重庆东迁，大批军政要员陆续抵沪，上海一度变为接收大员享乐的领地，商市空前繁荣。由于这些要员在大后方已经习惯了川辣口味，所以川菜盛行沪上。“绿杨邨”开川扬风味之先河，特聘川帮名厨林万云领衔掌勺，从此便成为沪上集川扬风味于一家的名菜馆。以后，该店业务又有新的发展，曾一度在外滩公园（今黄浦公园）江边浮动码头上开设分店。著名电影演员韩兰根是这里的常客，一些商界富豪也常来这里品尝川扬风味。

一个品牌就是一段历史。过去，由于种种原因，我们对于品牌并不是很重视，一些品牌因为与外资合作之后而被“雪藏”，最终失去了发展良机。今天，我们应该汲取过去的教训，让我们这座城市的历史，

通过一个个老字号展现出来。

但是，复兴一个老品牌并不比创立一个新品牌更容易，老品牌有文化沉淀的优势，但是重新进入市场需要资金、经营、推广等诸多条件。对于有关部门来说，除了要鼓励这样的老字号做大做强之外，更需要对老字号加以更多的呵护，特别是在各种政策上，给老字号一个宽松的生存和发展的空间。

老字号在发展过程中，也经常抱团求生，以获得进一步的发展。如邵万生组建了邵万生商贸有限公司，由邵万生、三阳、黄隆泰、川湘等多家百年老店、名特商店组合而成，实现食品杂货行业老字号的强强组合，不断做大、做强。事实上，在上海的老字号中，通过这样强强联手的案例并不少见。在市场经济的大潮中，靠一两家老字号单打独斗，特别是对于一些体量小的企业来说，肯定是难以为继，做大和做强，有时候是需要并举的。

通过对南京路商业区经典饮食品牌的梳理，我们可以看到传统饮食企业的生存发展之道，其对品牌的重视与保护，以及品牌战略的选择都对今天上海品牌文化建设具有重要的借鉴意义。