

第一章 药店、茶庄

我国中药业历史悠久。当我们翻开祖国医药学史的时候，就会发现，我们祖先在中医药领域中，如同科技的“四大发明”一样，也做出了举世瞩目的成绩。尤其是中药历史功勋卓著，对世界影响最大的有三部著作：第一部是大约成书于东汉时期的《神农百草经》，是世界上第一部药学专著；第二部是唐朝的《新修本草》（639年），是世界上最早的国家药典；第三部是明朝李时珍亲尝百草，用27年时间刻苦研究，完成了中外著名的医学巨著《本草纲目》载药1892种，药方万余首，图千余幅。唐朝还出了一位药学家孙思邈，他的家乡陕西耀县盛产药材，他经常去山野采药，并著有《千金翼方》一书，记载了800多种药材。后人尊其为“药王”并加以供奉。

考古工作者在发掘河北省藁城的商朝遗址时，发现了作为药用的桃仁、杏仁等植物果仁，这些果仁的配伍同我国古医书中润肠通便的“五仁丸”相似。它说明早在距今三千年前的商朝，人们就已经知道这些植物果仁的药用价值，并用来治疗疾病。

《后汉书·费长房传》中，就有药材摊贩摆摊卖药、悬壶施诊的记载。

“南有樟树，北有安国。”北方最有名的药都为河北安国。元代时，在安国县起始于药王庙的香火会，已发展为药市。到明清

时，庙会由一年一次改为一年两次，药市也一年开市两次，并发展成为全国规模最大的药市，曾被誉为“天下第一药市”。参加药市交易的药商不仅有北方的，还有新疆、台湾等地的，甚至俄罗斯、日本、东南亚等国的药商也前来采购药材。

中药行业中专做批发生意的叫药局，门市零售的叫药店。一般大药店都是前店后坊，既零售接待病患者，也经营药材批发。

明朝以来，北京成为继承发展中医中药的中心，药店曾多达160多家。北京的药店一般由药摊发展而来，连驰名国内外的北京同仁堂，也是始于乐家祖先串铃行医带卖药材，再由行商发展成坐商的。

北京的中药店都是经售生熟药料，“熟”便是丸散膏丹，“生”便是汤剂饮片。药店有带“后柜”的，有的后柜专卖人参鹿茸等贵重药材，如同仁堂、鹤年堂都有参茸后柜，有的后柜专营药材批发，如千芝堂、一元堂。

数百年来，北京涌现出同仁堂、鹤年堂、长春堂、万全堂、千芝堂等全国著名的老字号中药店铺，为中药行业做出了杰出的贡献。这些老字号至今仍继续发扬优秀的中药传统。

中医中药在其存在和发展的历史过程中，以其博大精深的内涵，深深植根于中国文化的沃土之中，成为中华民族优秀传统文化极其光辉的组成部分。它对于保护广大劳动人民的身体健康，促进我国经济、社会发展，乃至对于中华民族的生生繁衍、人口兴旺均起到不可磨灭的作用。历史证明，它的作用和影响绝不仅限于中国。自古以来，随着国际交往的扩大和千万华侨的足迹，它远渡重洋，已在许多国家生根开花。特别是当今经济全球化的浪潮和追求绿色食品、绿色药材，回归大自然的绿色革命，激起了许多国家的“中药热”。中医药是世界性的文明成果，是中华民族贡献给人类的取之不尽、用之不竭的宝贵财富。

我国是世界上最早种茶、制茶和饮茶的国家，已有几千年的

历史。相传神农氏在野生植物中发现了茶（荼）。

东汉《神农百草》载：“神农尝百草，一日遇七十二毒，得荼而解之。”在秦朝前，茶并不是一种饮料，而是当作一种药材使用，它对人的大脑和心脏能起兴奋作用，并具有清热、消渴、解毒等功效。到西汉时，王褒《僮约》一文说：“武都买茶，杨氏担荷”，“烹茶茶具，已而着藏”描述了商贩煮茶、卖茶的景象，说明此时茶已成为人们生活中的一般饮料了。唐朝时，饮茶之风日盛，茶已成为人们生活的必需品，茶圣陆羽著有《茶经》，对茶的性质、煎茶的水质、饮茶的器皿，都有独到的见解，推动了茶文化的发展。清代饮茶更盛况空前，茶和柴米油盐酱醋一样，成为家家户户“开门七件事”之一，茶还成为应酬、交际、送礼的佳品。茶在中国民俗中有着广泛的文化内涵。

北京是六朝古都，人口来自全国各地，汇集各地区、各民族饮茶习俗，饮茶之风极盛，茶叶需求极广。所以北京不仅茶叶货品齐全，而且是全国最大的消费市场。北京也自然成为南北茶文化的交流中心。

北京人爱喝茶，造就了北京茶庄与茶馆的繁荣。据 1926 年统计，北京“城内外之茶叶店大小不下三百余家”。当时北京人口不足 200 万，而茶叶的销售量一年竟达到 400 万斤左右，足见茶叶庄铺生意之兴隆。

明清时代，北京的茶庄多系安徽歙县人经营，称为徽帮。清末民初，河北、天津人进入北京茶叶市场，称河北帮（冀州帮）、天津帮。北京的茶庄字号喜欢用店主的姓名为店名，如吴裕泰、吴肇祥、汪元昌、汪正大、吴元泰等。在经营茶庄的人中，有“六大茶商”之说，其姓氏为：吴、张、汪、方、寇、孟。前四大姓茶商均系安徽人，寇氏系河北冀州人，孟氏系瑞蚨祥家族人氏、山东人。

中国的茶叶产地大多在江南皖、闽、浙、赣、滇等省。江南

的茶庄都是就地取材。清咸丰年间（1851 - 1861 年）福州的长乐帮茶号设厂窰制茉莉花茶，茶香浓郁且便于保存，专门运销天津、北京和济南等地，倍受欢迎。而北京有实力的大茶庄，为保证茶叶质量，一般在南方茶山附近设“坐庄”采办新茶，也有的包一角茶山，雇佣当地茶农采摘茶叶，用茉莉花自熏茉莉花茶，然后运回北京店中，零售或批发给同行的小户。到茶山坐庄的人必是茶行的行家里手，要懂得各种茶叶的质量，市场行情，以及在京销售状况，以确定采办数量。

中国的茶叶品种繁多，主要有红茶、绿茶、花茶、乌龙茶、紧压茶等。红茶经发酵，著名品种有安徽祁江工夫茶、福建闽红工夫茶等。绿茶不经发酵，著名品种有杭州龙井茶、洞庭碧螺春茶、黄山毛峰茶等。花茶经香花熏制，著名品种有福建茉莉花茶等。乌龙茶经半发酵，著名品种有安溪铁观音等。紧压茶用花茶、绿茶等散装原料经蒸熟后放入模具压制而成，著名品种有云南普洱方茶、普洱沱茶等。

茶，早已被老百姓誉为“仙草灵丹”。经科学验证，它含有单宁、氨基酸、精油、咖啡因和多种维生素，具有强心健脾、抗菌消炎、提神醒脑、溶解脂肪等功效。日本人发现广岛原子弹爆炸后的蒙难者被移至茶园居住，并饮用过大量绿茶的人，体质良好。因而，他们提出茶单宁具有防辐射作用。茶作为一种饮料、一种文化，人们对它的认知必将不断深入，在现代化快节奏的生活中它所发挥的作用也必会与日俱增。

第一节 同仁堂药店

同仁堂创建于清康熙八年（1669 年），其创始人是浙江宁波人乐显扬，距今已有 330 多年历史。现同仁堂集团公司在全国中

药业具有名厂、名店、名药的优势。北京大栅栏同仁堂药店，位于北京宣武区大栅栏大街 24 号；北京同仁堂崇文门药店，位于北京崇文门外大街 42 号；北京同仁堂南城批发大楼药店，位于北京宣武区珠市口大街 23 号；北京同仁堂参茸有限责任公司药店，位于北京东城区东四北大街 493 号。

一、同仁堂与乐氏家族

闻名于世的北京同仁堂乐家老铺，是乐氏家族“祖遗共有”、世代经营的药店。从清康熙八年乐显扬始创同仁堂药室，至解放后 1954 年同仁堂公私合营，近 300 年来都是由乐氏家族为主要铺东和经营者，并且始终掌握着同仁堂关键的制药技术。

据乐氏宗谱记载，乐姓祖籍是浙江宁波府慈水镇，其先辈于明永乐年间移居北京，并以串铃走方医为业。乐氏在北京的始祖乐良才就是一位走街串巷行医卖药的铃医。“铃医”是旧社会的一种民间医生，他们手摇串铃，周游四方，负笈行医卖药，故又称串铃医、走方郎中、草泽医等。铃医治病与正统坐堂中医不同，它自成体系，针、药独特，治病取其速效，有验、便、廉的特点，医疗上往往能见奇效。

乐良才之子乐延松继承了其父的铃医衣钵，为适应大城市的医药需求，开始学习中医经典理论和方药著作，开阔知识视野，朝着正统中医药的方向转变。这种转变，又经过乐氏两代人的努力，延续到北京三世乐怀育、再传至四代乐显扬，于清初当上了清太医院吏目，结束了乐氏祖传的铃医生涯。

北京乐氏第四世乐显扬，号尊育，“诰封登侍郎，太医院吏目，晋封文林郎，赠中宪大夫”。其人秉性朴诚，居躬简约，喜阅方书，善辨地道药材疑似。他认为：“可以养生、可以济世者，唯医药为最。”因此，乐显扬毕生致力方药，精研修合之道，体

会颇深，曾对人说：“古方无不效之理，因修合未工，品味不正，故不能应症耳。”凡经他制售的丸散，必求道地药材，谨遵炮制之规，取效颇佳。乐显扬由于具备了这样的学识、经验和条件，于是在康熙八年（1669年）创办了同仁堂药室。

堂名“同仁”，是由乐显扬亲自拟定的，他说过：“‘同仁’二字可以命堂名，吾喜其公而雅，需志之。”后世存于北京大栅栏同仁堂的一块老匾，成了这段历史的见证，故立匾时的康熙八年（1669年）成为北京同仁堂肇始之时，乐显扬则为北京同仁堂的肇始之祖。

清康熙二十七年（1688年），乐显扬逝世。三子乐凤鸣恪守父训，接续祖业，于康熙四十一年（1702年）在北京前门外大栅栏路南开设同仁堂药铺。乐凤鸣号梧岗，“官至内阁中书，封文林郎，例晋奉直大夫。”乐凤鸣幼承家学，精通医药，在同仁堂药铺创业伊始，不惜五易寒暑之功，刻意精求丸散膏丹及各类剂型配方，于康熙四十五年（1706年）分门汇集成书，名为《乐氏世代祖传丸散膏丹下料配方》。该书收载宫廷秘方、古方、家传秘方、历代验方 362 首，序言中提出“遵肘后，辨地产，炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”，从而为同仁堂制作药品建立起了严格的选方、用药、配比及工艺规范。自此以往，同仁堂制售的各种药品，对症服用，无不应验，满足了医药上的广泛需求，在社会上很快树立起了良好的信誉。

为了方便医家和仕商选购药品，乐凤鸣还印制了《同仁堂药目》一册，迅速波及全国，同仁堂声誉大振，不但一般病家、商客云集赐顾，以至雍正初清宫御药房用药亦必指令到同仁堂拣选。故此，世人称誉同仁堂曰：“门擅桐君之术，家传葛氏之方。”

二、同仁堂与御药房

同仁堂创办不久，因其配售药品疗效显著，声誉与日俱增，博得了朝廷的赏识。雍正元年（1723年），同仁堂开始供奉御药房用药，独办官药，直至清末二百年间未被更换，至今故宫博物院仍保存着同仁堂制的紫金锭等药物。由于承办官药，使同仁堂在同行业中取得了官商一体、财势两旺的垄断地位。

清宫廷用药统由御药房供应和管理。根据御药的制度要求，同仁堂承办宫廷药需要有专人司职其事。这个承办人必须由同仁堂铺东等人保荐，经过御药房同意，上报内务府批准以后，才能担任。由于这个职务可以进出宫禁，又是进奉药物，出不得半点差错，所选之人必须非常可靠，这就要求择人十分谨慎，审查也相当严格。《同治四年四月三十日御药房公文》记载：因同仁堂药商张洪病故，招新商张景云顶替时，由同仁堂铺东保荐后，送御药房验明身份，发给腰牌。

自雍正年间开始，御药房即规定同仁堂三个月进药一次，不得违误。所进药材和成药，必须产地地道，拣选纯净，质色兼优。御药房每次向同仁堂开列所需药物的“票传”和“粘单”（即通知或公文），少则数十种，多则数百种。包括一般药料，细料药和各类成药，而且限时要货。如遇临时紧急事务，差事就更难应付了。

乾隆四十八年（1783年）夏，乾隆帝赴承德避暑山庄并巡视关外，需要备用“随围药味咀片丸散”。当时由于御药房丸药、细料味数不全，不敷应用，便立刻给同仁堂药商张世基下达紧急“粘单”，并“限八月三十一日送至”。“粘单”内计开珍贵细料药物及药面 7 种、普通地道药材 27 种、中成药 34 种。在这份“粘单”的事据中，标着此单“存案可也”的批语，表明所开诸物，

同仁堂均已如约完成。可见，当时御药房给同仁堂下达的购药任务不但很重，而且还带有强制性，不仅进奉药物必须保质保量，而且还得限期完成。而同仁堂供奉御药，也养成了同仁堂员工严谨、守约、保质、保量的优良传统。

在清宫医药档案中，存有清光绪十一年（1885年）6月14日抄存于太医院的同仁堂配方簿。卷首标明《同仁堂丸散膏丹配方》，黄绫册衣，素纸墨书，共一册。太医院抄存《同仁堂丸散膏丹配方》，表明太医院对同仁堂所制成药的重视，认为同仁堂的成药已达到“御用”的高标准，同时也证明当时帝、后等最高统治阶层已乐于服用同仁堂的成药，对之信任有加。光绪十三年（1887年），正是慈禧太后二度垂帘听政之时。当时慈禧五十二岁，患有饮食消化较慢，胸膈不爽、步履疲软等症，当属脾元尚虚、肝阳未平、气血未充、湿气阻滞。为此，总管李连英奉旨直接向同仁堂索要如意长生酒，越过了御药房，证明了宫廷最高统治阶层视同仁堂与宫内御药房以同等级地位，也反映出同仁堂所制成药已达到当时封建王朝的最高水平。

在清王朝统治时期，由于同仁堂供奉御药房，所以享受了一定的封建特权，从而在同行业的经营方面占有无可比拟的优势。其中最重要的是预领官银和增调药价。所谓预领官银，就是“先领银、后交药”，当然预领官银后必须交办官用药料，但是同仁堂由垫款支付变成官助扩大资金，对同仁堂的资金周转收益尤丰，甚至在经济窘困之际，几次靠预领官银转危为安。雍正年间，曾奏请预领官银四万两；乾隆九年，曾每年预领官银三千两。增调药价，从有关史料看，最初同仁堂供奉御药，在药价方面是订死的，不得皇帝恩准不得更动。至道光帝后，改变了“祖宗成法”，同仁堂所有进奉药味的价格均按市价核算，不但免除了同仁堂同内廷交易的赔累之虞，而且保证了同仁堂在进奉药物中的正常甚至特殊的利润，从而成为同仁堂后来发家致富的一项

重要财源。

三、同仁堂与祁州药市

“南有樟树，北有祁州”。这是指中国南北两大传统药市。祁州，即现在河北省安国市，为我国北方最大的中药材集散地。几百年来，因药业繁荣而声播海内外，素有“药州”、“药都”之称。

在祁州（今河北省安国）药市，北京同仁堂属京通卫帮（包括北京、通州、天津一带的药商），曾多次担任该帮会首。据祁州药王庙碑记，早在嘉庆二十三年（1818年）同仁堂已为重修祁州药王庙捐助了银两。同仁堂当年因承办官药的特殊身份，再加上资本雄厚，名望卓著，其所制丸散膏丹及药酒驰名全国，在祁州药市上极为畅销。同仁堂制药所需名贵药材，由祁州药市进货数量最大，出价亦最高，质量要求也最严。在百余年的时间里，同仁堂在祁州药市有专门的营业地点，独占垄断地位。每年“春五秋七”两季交易市场都要恭候同仁堂光临，方能正式开盘。

同仁堂的购药量，在祁州药市上远非一般客商所能比拟。仅犀角一项约占全部成交额的90%以上，其他如朱砂、牛黄、麝香等珍贵药材的购入量也大大超过一般客户。如同仁堂专用怀帮杜盛兴所销名牌货杜字麝香，次的不要；虎骨、犀角都挑最好的，下脚货不要；就连大黄也挑瓷实的买，带泡的不要。同仁堂在药市上采购药材一贯坚持不怕价高，但求货好，选料严格，每次也都能买到最好的药材。

四、同仁堂与中华文明

翻开同仁堂的历史，浓郁的文化气息扑面而来。中华民族悠

久的传统文化与美德，熔铸于同仁堂的生产经营之中和职工的言行之内，形成了具有行业特色的同仁堂文化。

济世养生的创业宗旨和诚实敬业的道德规范，构筑了同仁堂传统文化的内涵。创始人乐显扬尊崇“可以养生、可以济世者，唯医药为最”，把行医卖药作为一项济世养生、效力于社会的高尚事业来做，并提出了“同仁”二字可以命堂名的见解。这与中华民族的传统文化——儒家思想，有着一脉相承的血肉联系。经查，“同仁”一词，源于《易经》，原句意为：对人无论亲疏远近，应一样对待。唐代文学家韩愈曾用过“一视而同仁，笃近而举远”的诗句。同仁堂在其经营的数百年中，始终以“仁”为本，对求医购药的八方来客，无论是达官显贵，还是普通百姓，一律以诚相待，对症施药，一视同仁。对贫病交迫者，还宽厚相济，施医舍药，百姓无不赞誉。在恪守诚实敬业的药德时，提出了“修合（制药时）无人见，存心有天知”的信条，始终不渝地遵循“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”的古训，从不偷工减料，以次充好，形成了“兢兢小心，汲汲济世”的道德规范。这些已经成为同仁堂职业道德的精髓，深深地印在经营者和每一个药工的脑海中，一代一代流传下去。

如今，同仁堂在继承古老创业宗旨的同时，汇入了新的具有时代特色的内涵。同仁堂在开展的“议传统，讲精神，谈文化”的活动中，规范出了同仁堂的企业精神：“同修仁德、济世养生”；规范出了同仁堂的职业道德：“德、诚、信”；规范出了同仁堂的堂训：“同修仁德，亲和敬业；共献仁术，济世养生。求珍品，品味虽贵必不敢减物力；讲堂誉，炮制虽繁必不敢省人工。承同仁堂诚信传统，扬中华医药美名。拳拳仁心代代传；报国为民振堂风。”

这些具有浓郁的中华民族传统文化特征的内容，是传统文化与现代文明的有机结合，是新形势下同仁堂文化的进一步发展。

讲礼仪、重人和，创造团结和睦的企业氛围，是同仁堂文化的又一特色。同仁堂文化的突出特点，是讲礼义，重人和的“人情味”，创造了一种亲善仁爱、团结和睦的企业氛围。

作为礼义之邦的中华民族，历来倡导“天时不如地利，地利不如人和”、“和为贵”的伦理道德。同仁堂的历史明显地突出了“人和”色彩，“和气生财”成了同仁堂人的行为准则。过去，在同仁堂内部，不讲师徒，皆称伙计，乐家“大爷”到店堂理事，对众伙计皆点头招呼，和和气气。店堂的查柜领班到乐家内宅办事，乐家人迎进送出，谦和温良，沏茶备饭，热情款待。众伙计之间也相互尊重，和睦相处，使人有一种归属感，心情舒畅，自然产生一种以“同仁”为基调的凝聚力。

现代的同仁堂，继承了“礼义”、“人和”的传统，同时又融入了“关心人、爱护人、尊重人、理解人”的“以人为本”的现代管理观念。

五、同仁堂的制药特色

“处方独特，选料上乘，工艺精湛，疗效显著”概括了同仁堂的制药特色。

处方独特。北京同仁堂制作中成药的处方来源甚广：有民间的经验方、医药文献验方、乐氏家传秘方、宫廷太医良方，有京师特点的专药秘方，也有现代名医的新方。同仁堂对这些处方的串选基础是：“千方易得，一效难求”。为求得一个“效”字，同仁堂的每一种中成药的处方都要针对主治病症，广集诸家学说，根据中医辨证施治的理论、处方配伍的原则、药物品味功能、患者用药后的疗效，反复研究，多次调整，力求精善。由于在处方的上狠下功夫，经过认真选择和调整，同仁堂生产的多种中成药药效明显地优于全国同类或同名产品。

同仁堂生产的中成药有 800 多种，以“十大王牌”最为著名。它们是安宫牛黄丸、苏合香丸、再造丸、安坤赞育丸、乌鸡白凤丸、局方至宝丹、紫雪散、大活络丹、参茸卫生丹、女金丹。如加上牛黄清心丸、十香返魂丹和虎骨酒，合称为“十三太保”。

这里要特别称道的是，与同仁堂字号一起名扬四海的独家特产——“安宫牛黄丸”和“乌鸡白凤丸”。

“安宫牛黄丸”是我国珍贵的中成药之一，用它治疗高烧不退、神昏谵语、脑炎及高血压引起的昏迷等危急病人，具有突出的疗效。用它治疗乙型脑炎、脑血栓等病不但疗效显著，而且一般不留后遗症。

“乌鸡白凤丸”是用乌鸡配以人参、鹿角胶等补药精制而成的名贵中成药。它具有补气养血、健身益智、滋阴润颜等功效，对于妇女气血两亏、经血不调等多种病症有特殊疗效。

同仁堂生产的中成药工艺精湛，从购进原料到包装出厂，有上百道工序，有严格的工艺要求，各种珍贵细料药的投放，其误差控制在微克以下。酒类要经过浸煮、过滤、圈缸等几十道工序，除尽苦味，溶解药质，使药料中的有效成分溶于酒中。水丸泛制的工艺标准要求反复筛选，丸粒药大小均匀、颜色一致。

同仁堂生产的中成药质量上乘。1954 年，清产核资时，在大栅栏同仁堂药库中曾清理出一批清代末年制造的一千多丸活络丹、苏合香丸和再造丸。经查验，这些蜜丸依然色泽鲜艳、药香浓郁、药效不减。据知，在北京故宫博物院馆藏中，保存有同仁堂百年以前所制作的御用成药，也是依然完好如初。

六、同仁堂与时代同进

古老的同仁堂既有辉煌过去，更有美好的今天和未来。1992 年 7 月，经北京市人民政府批准，中国北京同仁堂集团宣告

成立，同仁堂实现了产供销科工贸一体，取得了进出口经营权，整体实力迅速增强，为同仁堂的发展奠定了坚实的基础。1997年6月，成立了北京同仁堂股份有限公司，并成功地完成了股票上市，实现了古老的同仁堂与现代企业制度的有机结合。

进入2000年，北京同仁堂股份有限公司又控股组建了北京同仁堂科技发展股份有限公司，并已在香港创业板上市，这标志着古老的同仁堂不仅走上了现代企业制度之路，而且已把发展目标瞄准了高新技术和生物制药，同仁堂已成为“三高一强”（高技术含量、高文化附加值、高市场占有率，整体竞争实力强）的现代化大型企业。

同仁堂有名厂名店名药的优势。近年来，同仁堂又与名医结合，开设了“同仁堂医馆”，聘请社会上的名医，实现了名厂名店名药名医的有机结合，在社会上引起了强烈的反响，每天到同仁堂看病购药的国内外顾客络绎不绝。目前已有北京大栅栏同仁堂药店、北京同仁堂崇文门药店、北京同仁堂南城批发大楼药店、北京同仁堂参茸有限责任公司药店等开设了“同仁堂医馆”。

在21世纪，未来的同仁堂前途必将更加辉煌！

第二节 鹤年堂药店

鹤年堂药店创建于明朝嘉靖四年（1525年），距今已有470多年的历史。是久负盛名的中华老字号。目前，鹤年堂在北京设有六个门市部：第一门市部，宣武区广内大街7号；第二门市部，宣武区广内大街460号；第三门市部，宣武区长椿街65号；第四门市部，宣武区牛街南口益民巷8号；第五门市部，宣武区南横街53号；第六门市部，宣武区长椿街7号楼。

一、历史与传说

“鹤年堂”三字金箔面凸体黑字巨匾，悬挂在店堂内，传说为明代权臣严嵩所书，匾长六尺有余，宽三尺，字满二尺，苍老精悍。作为珍贵文物，匾额照片曾在首都历史博物馆展出。悬挂在店堂外的“西鹤年堂”白地黑字匾额，是严嵩之子严世藩所书。在严嵩所书匾额左旁配“调元气”，右旁配“养太和”及店门前的左右楹联“擷披赤箭青芝品，制式灵枢玉版篇”，为明代抗倭名将戚继光所书，字体精神饱满。店堂内有抱柱楹联一对，即“欲求养性延年物，须向兼收并蓄家”，为明朝弹劾严嵩十大罪状的大臣之一杨继盛（字仲芳，号椒山）所书。

鹤年堂药店原址在北京菜市口东侧路北，是严嵩花园的前门，对面是丞相胡同，即严嵩的相府所在地。在明、清两个朝代，菜市口是朝廷处斩犯人的刑场。鹤年堂特殊的地理位置使其被迫成为接待监斩官的地方。行刑所用之刀就在鹤年堂的小楼上供奉。每逢处斩犯人的头一天，鹤年堂都被告知：进备酒菜，日后付款。第二天，监斩官、刽子手先齐集鹤年堂，酒足饭饱后开斩。开斩之日，菜市口街市人头攒动，观者如潮。死者的家属多向刽子手馈以厚礼，请他们在人头落地时，用一个大馒头堵住脖颈，以防鲜血喷出。鹤年堂正是因此曾被人误认为卖过人血馒头，当然这纯属无稽之谈。

还有一个传说，光绪二十五年（1899年）金石古文字学家王懿荣患疟疾病，大夫开的药方中有一味药“龙骨”。这味药到处都找不到，最后终于在鹤年堂买到。王懿荣打开药包，意外发现“龙骨”上刻有类似篆文的文字。于是他将这种“龙骨”全部从鹤年堂买回。经过认真研究，他认定是古人在龟甲兽骨上刻的一种文字。震惊世界的甲骨文就这样被发现了。这也是鹤年堂对揭

示世界文明发展历史的一个重大贡献。

鹤年堂在 400 多年的经营过程中，股东变更多次。1927 年，刘一峰以五万银元将鹤年堂铺底从王姓、于姓两位股东手中倒过来。由于刘一峰之父曾任同仁堂经理，所以鹤年堂的丸散配方及炮制，均与同仁堂大致相同，加之刘一峰子承父业，鹤年堂闻名遐迩的招牌及刘家世代行医有术的名望使鹤年堂生意之兴隆更盛于往昔。正如《西鹤年堂价目表叙》中所讲：“然不惟历史之久其声名洋溢早已飞驰各省，即就北京言之凡谈及药肆者人人皆知，并非虚有其名，皆因妙剂良方用者奏效如神，有以致之也。本堂常年选择素有经验者分赴各省采购地道药材，修合炮制，取其精华，弃其糟粕，精益求精，力求进步。”

二、特色与优质

鹤年堂以优质的汤剂饮片闻名京城。过去有这样的说法：“要吃丸散膏丹，请到同仁堂；要吃汤剂饮片，请到鹤年堂。”可见，两“堂”各有优势，鹤年堂的汤剂饮片，均选用地道的一级药材，如“金银花”系采购于河南，花嫩、不开朵、尖硬；白芍只用杭白芍，且必须粗细均匀。

在加工方面，也确有独到之处，品味既好，装璜又美观。加工方面的独到之处表现在饮片刀工上极其讲究。如郁金、杭勺等切极薄片，黄芪切片并且选用内蒙或库伦（蒙古国）产的绵黄芪，切片外表匀称、美观，便于煎服，大熟地等用黄酒反复蒸制，以内软、糖心为度……如此饮片质量，在京城首屈一指。

鹤年堂以药料精致、遵古炮制、不惜损耗、刀工精细，确保药品的质量与疗效。凡京城达官富商，讲究吃中药的人抓汤药、买饮片，不畏路远、价贵，也要奔鹤年堂。

三、经营与管理

当年，鹤年堂药店为前店后厂，有其完善的机构和分工。经理室设总管一人，全权统管企业；总经理一人，掌握生产、财务和人事；副经理四人，分管采购及负责两个分店的经营管理；账房负责财务和稽核；门市设查框一人，领导门市售货工作并负责查方、对药；斗方负责药物的蒸、炒、制和挑选；丸药房负责丸散膏丹的制做药材轧面工作；刀房负责切、泡饮片、焖晒和打水丸；鹿围负责养鹿和锯鹿茸；电碾房轧面；印刷房印刷店中所需的印件、引方、门票。鹤年堂还修建了宿舍和洗浴室，改变了过去因没有职工宿舍而在前柜和配药的地方随便搭铺，既弄得杂乱无章，又不卫生的情况，致使门市、后厂分外清洁。足见其辉煌、兴旺之景象。

鹤年堂的学徒一律要参加文化和业务学习。每天认字、临贴、练习大小楷，由老先生和大师兄讲解“药性赋”、“汤头歌诀”、“四百味”，以及什么病应服什么药等，要求做到熟记背诵，并要求熟记各种丸散膏丹的功能、主治和价目。每天晚饭后，学徒们都要到前柜认药、听讲。文化、业务学习所需之笔、墨、纸张等用品都由店方供应。鹤年堂药店与其他药店不同之处还在于，新徒入店后，需按规定，仿照梨园的科班，按入店先后，根据店里排好的“西、鹤、年、永、茂、东、鹿、寿、康、宝”十个字变更姓名。

鹤年堂在业务活动中制定了严格的规章制度，定有严格铺规：对待顾客谦恭和霭；招待女客不可轻浮；柜内工作服整洁、不准赤背；按方抓药，分量准确，负责校对；各部分主管货物者查点登记、保管小心，免出差错；大货房及部分存货，房门启闭有时，随时查看，防止生虫变质；各部分成药制品必须每日检

查，逐项登记，考核勤惰；各处工作地点，注重卫生所用之器具，按日洗刷，不得任意损坏；管理账目清楚，不可混乱，不得涂改；伙计之间互相友爱，不许口角争吵，不准饮酒赌博等 18 项。

刘一峰不仅善于经营管理，还立志于中药改革。在制药方面聘用鹤年堂过去的老师傅为指导和分号的经理，并实施了有效的革新，为进一步使中药科学化打下了基础。刘一峰认为，国药业历来是一个比较守旧的行业，职工的文化水平低，对于制药配方只是口传心授，制药规格也不一致，车间卫生更不讲究。针对这种情况，他竭力设法扭转国药业的落后面貌，不仅在店内努力提高职工的文化及业务水平，还积极倡导开办药学讲习所。

药学讲习所在刘一峰倡议下，很快得到同业，尤其是同仁堂乐家的大力支持，于 1939 年到 1942 年开办了两期，每期两年，地址设在天安门午门东西配房里。学会明确规定，凡是北京的药铺必须派一名调剂员参加学习。学习采用轮训办法，聘请当时的名医汪逢春、赵叔平主持教务兼讲课，另外还聘请杨椒澄、瞿文楼、安干清等名医任教师。在培训中，除讲解药理和制药规范外，更阐明商业道德的重要性，国药行业不仅是为了赚钱，更重要的是治病救人、救死扶伤。

地道的汤剂饮片，出色的经营管理使鹤年堂享誉海内外。1944 年，辅仁大学化学教授郝岑（奥地利人），当时在学校教授植物药理学，对中药深感兴趣，久闻鹤年堂大名，便通过刘璞（刘一峰四子，辅仁大学化学系毕业）前往参观。他全面地观看了生药的炮制、饮片的加工、水蜜丸的加工等，并参观了养鹿场和暖房培育的植物药材。鹤年堂生产工序的科学、合理，以及严格的管理制度都给郝岑教授留下了良好的印象。鹤年堂作为中华老字号，在东南亚、港、澳、台地区都有较高的知名度。

解放以后，1954 年 6 月，刘一峰带头申请公私合营。公私合营后，迁址广内大街。随着社会主义改造完成，多年来，鹤年堂