

齐鲁历史文化丛书

山东老字号

李平生 编著

山东文艺出版社

目 录

| | | |
|---|--------------------|----|
| 一 | 老字号的基本特征..... | 员 |
| 二 | 山东老字号的孕育沃土..... | 怨 |
| 三 | 明清商品经济与山东老字号 | 愿 |
| 四 | 近代经济转型与山东老字号 | 猿 |
| 五 | 抗战以前山东老字号概述 | 渊 |
| 六 | 山东老字号的经营特色 | 远 |
| 七 | 山东老字号的文化底蕴 | 苑 |
| 八 | 山东老字号的当代命运 | 愿 |
| 九 | 山东老字号精品录 | 愿 |
| | 瑞蚨祥——东方儒商的经营样板 | |
| | | 愿 |
| | 张裕——葡萄酒行业中的民族骄傲 | |
| | | 员猿 |
| | 玉堂——南北知名的酱园与酿造厂家 | |
| | | 员缘 |



- 福牌阿胶——历史悠久的中医药精品
..... 员园猿
- 裕厚堂——山东机器缫丝工业的先驱
..... 员园猿
- 振业——山东第一家民族资本火柴厂
..... 员园猿
- 德顺兴——中国第一家机械造钟厂
..... 员园园
- 精益——品质求精的济南眼镜名店
..... 员园怨
- 汇泉楼——闻名齐鲁的百年饭庄..... 员园缘
- 颐中——外资转化而来的民族品牌
..... 员园猿

一 老字号的基本特征

“老字号”，在人们的心目中，通常是指一个企业、商号、店铺的招牌，是某些产品的外在标志，甚至是某个企业经营风格或者文化底蕴的一种象征。因此，老字号的内涵是丰富而蕴藉的。虽然，老字号作为一种商业企业文化现象，人们对它并没有一个统一、严格和规范的定义，但是，人们关于老字号基本特征的界定似乎又是不言而喻的。顾名思义，“老字号”一般是指那些历史悠久的企业、商号、店铺所拥有的特殊标记，是指那些人们早已经认可、耳熟能详的著名品牌。通常人们印象中的老字号，是指在繁华街区那些悬挂着或典雅或古朴的招牌的商号店铺，或者是指生产某种传统名牌商品的厂家。

拥有老字号金字招牌的企业、商号、店铺，根据学者的概括，一般来说应该具备以下四个特征：一是历史性。其存在多则数百年，少则几十年（按目前通行的说法，至少在 1949 年以前诞生），它体现着时代



的沧桑感，是某种形式的历史见证，在这里突出了一个“老”字。二是优质性。其产品质量优良，有严格的标准，有公认的好评，经得起检验，让人自然而然地对这类产品的质量产生安全感，在这里突出了一个“优”字。三是信誉性。这类企业、商号、店铺所生产的产品或者经销的商品，信誉卓著，童叟无欺，有口皆碑，在消费者心目中树立了良好的形象，在社会上具有较高的知名度，在这里突出了一个“名”字。四是民族性和文化性。它是我们中华民族一笔宝贵的无形资产，往往具有深厚的文化底蕴，是中华民族千百年来所形成的传统美德和价值取向的一种体现，是民族精神借助于中外通商而在国际市场上的一种展示，在这里突出了一个“华”字。

根据上述四个特征，我们可以把老字号所涉及的内容作如下界定：它是指在长期的市场竞争中形成的、且在消费品更新换代过程中长盛不衰的“老牌子”，它是指广大消费者在经历了无数次商品交换过程之后而自然认可的“金字品牌”。它包括：一、历史名店。由店名而联想其在所属行业中的地位，如“同仁堂”（药店）、“胡庆余堂”（药店）、“全聚德”（烤鸭店）、“瑞蚨祥”（绸布店）、“狗不理”（包子铺）等。二、名优品牌。由品牌而联想其产品，如“张小泉”（剪刀）、“福牌阿胶”（中医滋补品）、“碧螺春”（茶叶）等。三、特殊的老招牌。由某个地名作前缀

加上产品名称而形成的品牌，如“中华书局”、“金华火腿”、“龙井茶叶”、“青岛啤酒”等。四、名优品牌的生产厂家。由品牌而联想其生产厂家，如“解百纳”、“雷司令”的生产者“张裕”等。中国是具有悠久历史的文明古国，在漫漫的历史长河中，逐渐形成了许许多多的经济海滩——老字号，这些以生意隆盛、特色经营和品质上佳为象征的老字号，对于中国社会经济来说，曾经书写过众多辉煌和灿烂的历史篇章，曾经留下了无数生动和美妙的传奇佳话，曾经都是乘风破浪而驰骋商海的有功之臣。中国的老字号不仅数量众多，而且博大精深，意蕴无穷，影响深远，是我们不可忽视无法拒绝的宝贵财富。光是被国家授予“中华老字号”证书的就有不少。这些老字号的共同特点就是具有独特的传统文化特色，或具备独到的经营之道，或独擅历代相传的加工工艺（俗称“绝活”）。工商经营与文化底蕴的联手，使中国老字号走上了金光大道。

老字号的出现，是商品经济发展到一定阶段而必然伴生的产物。人们在无数次的商品交换过程中，经过反复的比较、选择、淘汰、确认，逐步地认可了某些质量可靠的产品，并且形成了历史的惯性，使得对该产品的认识凝固化。爱屋及乌，人们在对该产品认可的同时，对该产品的生产者和经销商也产生了信任感。与此同时，生产者和经销商在追求利润最大化之



际，也需要借助于某些价值取向和文化理念，以“字号”这种具有象征意义的形式，树立自己的良好形象，获得消费者的信任，进一步开拓生产和经销的渠道，扩大业务范围。久而久之，一些对生产者和经销者来说具有标识意义的“字号”便脱颖而出，在人们的历史记忆和现实体认中，在经历了时间和实践的检验基础上，其形象非但没有褪色，反而愈益鲜明，渐渐地升华为人所共知的老字号。从这个意义上讲，商品经济是老字号的必要前提，生产经销是老字号的实现手段。也可以说，质量是老字号得以产生的沃土，信誉是老字号得以存续的温床，文化是老字号得以彰显的旗帜。

提起山东的老字号，无论是在地域范围还是行业领域，人们不由得就会联想起济南瑞蚨祥、青岛亨得利、烟台张裕、济宁玉堂酱园、周村裕厚堂、德州扒鸡等这些久负盛名的老招牌。在几十年、百余年乃至几百年来商业和手工业竞争中，这些闻名遐迩的老字号脱颖而出，它们当中有的以保证质量而称雄于市场，有的以经营有方而见长于世间，有的以服务周到而取信于顾客，有的以挽回利权而获誉于国人。总之，大浪淘沙，山东老字号是在激烈而无情的市场竞争中，以自己的专长压倒对手，博得了消费者的信任而流传下来，在齐鲁大地乃至全国各地牢牢地占据属于自己的一席之地。据了解，山东全省的著名老字号

源

仅济南就有 源多家，青岛有 圃多家，至于烟台、周村、济宁、临清、泰安、德州那些当地人以及外地人耳熟能详的老字号更是难计其数。这些星罗棋布的老字号，疏密相间地镶嵌在齐鲁大地，留下了一道道亮丽的风景线。

山东老字号源远流长，它与山东早期历史上的手工生产和商品流通相伴而生。有的学者曾经把它的起源追溯到南北朝时期的当铺，认为这些当铺门前的招牌浓墨书写着的“当”或“大押”，以及附着的蝙蝠图案（含“引福归堂”之意），便是早期山东老字号的标识。此说虽然有争议，但是毫无疑问，在早期山东，虽然有一些老字号具体的产生时间和字号名称因年代邈远而难以详考，另外有一些老字号在民间口耳相传的传播渠道中语焉不详乃至湮灭无闻，但可以肯定，远在明清以前山东各地就已经稀疏出现一些老字号。明清时期随着商品经济的繁荣和资本主义萌芽的出现，山东老字号进入了一个新的发展时期，一批饮誉全国的老字号脱颖而出，进入了官方史书和民间传说的视域，不再成为遥远的绝响。鸦片战争以后，山东和全国一样载负着血与火的历史而进入近代社会的门槛，西方资本主义的商品侵略对山东传统经济秩序产生了实质性的影响，它“温室般地助长”着古老中国的这个沿海省份从封建生产方式到资本主义生产方式的转变过程，使山东开始由传统的农业社会向工业



社会发生历史性转变。社会经济的近代转型，一方面使得一批山东老字号继续保持着自己的传统特色，并在新的经济环境中获得了更大的发展空间；另一方面则使得大量的山东老字号增添了“稍分洋商之利”的时代特色，承载着挽救民族危机、救亡图存的某种使命。中华民国成立以后，国家政体焕然一新，价值观念跃然进化，中国社会以更主动的姿态与世界联系在一起，在早期现代化的道路上呈现出民族性与世界性齐头并进的态势。山东老字号在“实业救国”、“振兴中华”浪潮的推动下，进入了一个全面发展时期，达到了旧中国的最高峰。不幸的是，日本侵华战争的爆发阻断了山东老字号的正常发展道路。解放以后，随着社会经济环境的巨大变化，山东老字号形成了三种不同的走向：有的落后于时代需要而遭到彻底淘汰，有的随时代的动荡而几经沉浮、艰难维持，还有的则与时俱进，老树发新枝，更加焕发出青春活力。

山东老字号和全国各地的其他老字号一样，在地域和行业的分布上呈现出极不平衡的特点。从地域上看，在运河沿岸城市、胶东沿海地区、铁路公路沿线等交通发达的地区和政治中心城市，老字号企业数量多，规模大，知名度高，经营管理特点突出；而其他地区的老字号企业相对数量少，规模小，知名度较低，经营管理水平也不整齐，但在当地仍有相当影响。这种状况体现了山东老字号的兴衰与交通条件、

经济状况、人口聚集等因素密切相关。从行业上看，商业、饮食服务业、医药业等这类传统的事关民众日用生计的商号企业发展程度较高，历史悠久，地区分布广，数量较多，在经营管理上体现出更多的传统风格和民族色彩，至今仍散发着无穷的魅力。而工业、金融业和现代交通业基本上创建于 19 世纪 50 年代以后，尤其是在清末新政时期和五四爱国运动时期，山东的纺织、面粉、卷烟、火柴、陶瓷、缫丝、电灯、玻璃、造纸、酿酒等行业获得了全面发展。这类具有现代化特征的轻工行业引进了资本主义的生产方式，机械化程度高，技术含量大，相对集中在胶东沿海地区及中心城市，在经营管理上体现出更多的时代色彩，为山东及中国后来的现代化事业奠定了一定的基础。这种地域和行业分布上的不平衡，是由旧中国社会经济发展不平衡的特点所决定的，反映了中国封建社会长期不稳定、近代以来资本主义经济发展极不充分的历史原貌。

一般情况下，山东老字号分布在大大小小的城市，与当地工商业经济的繁荣密切相连。正如有的学者所言，对一个城市而言，著名品牌或字号的拥有，不只是其财富的象征，甚至是其城市的独特标志、文化景观的展现。不可否认，山东老字号当中的绝大部分为中小企业，以生产规模或资金情况而论可能并不起眼，但其市场影响却不可低估。有着广泛的群众拥



戴的基础，就是最大的市场资源，正可调动出更大的发展潜力。我们切莫忽视了那些守在身边、俯拾即是

的宝藏！

总体而言，在当今社会，山东老字号只有很少一部分能够承载往昔的辉煌，并且与时俱进，保持着旺盛的生命力和可持续发展的后劲，而绝大部分则在艰难度日，甚至衰退、消失。许多老匾额在喧嚣都市的角落里寂寞地独悬着，以饱经沧桑的目光注视着过往的人流，思忖着往昔的风流。这便是一些包含文化底蕴的山东老字号在现代都市文明中的真实写照：一小部分如恒星璀璨，“譬如北辰，居其所而众星拱之”，另外一大部分则如暮日垂山，“风雨飘摇”在现代市场经济的大潮中。生存还是毁灭？众多老字号似乎在让我们陷入历史沉思的同时，还应该做出现实的回答。

二 山东老字号的孕育沃土

山东地理位置极具特色，兼具海陆之胜而堪称华北、华东之重地。就临海而言，山东半岛突出于黄海、渤海之间，南接黄海而可通达日本，北与辽东半岛对峙而拱扼渤海。山东沿海良港众多，龙口湾、芝罘湾、威海卫、荣成湾、胶州湾皆可经营而成为海上门户，有利于山东海外贸易。就陆地而言，山东南部与江苏为邻，北部与河北接壤，西部与河南交界。可以说，山东扼黄海、渤海之咽喉，守京津地区之门户，居水陆之要冲，为南北之枢纽，气候优良，人口繁庶，土地肥沃，交通便利。不仅如此，山东物产之丰富也为人们所津津乐道。据抗战以前出版的《中国实业志·山东省》记载，论农业则五谷繁殖，百树咸宜，粮食、棉花、水果出产丰盛；论矿产则金、银、铜、铁、铅、金刚石、重晶石、釉石等悉备，各种煤矿之蕴量亦丰；论手工业则蚕茧、土布、毛毡、绢织品、粗瓷器、油、酒等之制造，散见于各县；至于胶



东半岛则三面临海，渔盐充斥，久负盛名。故而自古以来，山东均推为富庶之区。

山东历史上有着高度发展的经济文化，不仅农业生产和手工业堪称发达，而且齐鲁文化中也不乏有通商惠工、尊贤尚功等思想文化，这些为商品经济的产生与发展创造了良好的社会环境。早在春秋战国时期，齐鲁两国就以手工业发达和商品经济繁荣而著称于世，有关的史书记载不绝如缕。春秋时期，齐桓公用管仲为相，奖励耕种，民富国强，首霸诸侯。在《管子》中，已有关于齐国设置铁官，征收铁税以及使用斤、钺等铁制器具的记载，说明这时已出现了发达的冶铁业。随着铁制农具的使用和铁犁的推广，农业中也使用了牛耕，山东成为诸侯各国中农业最发达的地区。东部沿海地区则以煮盐业引人注目。这时期，山东丝织业的发达堪称全国之最，齐纨鲁缟成为当时中华丝绸精品的象征。如果说，《史记》所记载的“齐鲁千亩桑与万户侯等”说明了春秋战国时期山东蚕桑业规模之大，那么“强弩之末势不能穿鲁缟”则说明了山东丝绸的制作之精美堪称绝伦，而齐鲁“冠带衣履天下”则更说明了山东丝绸的经销网络已经遍布全国。齐都临淄已出现了经常性的商业市场。“天下熙熙，皆为利来，天下攘攘，皆为利往”，便是对临淄商业繁茂盛况的生动描述。与此同时，当时社会的价值观念和人生追求已经出现了多元的取向，出

现了独立的手工业者和著名的商人。孔子的贤弟子之一子贡就是以善于经商而闻名；越国大夫范蠡功成身退，携西施泛舟于江湖，后定居陶地（现山东定陶西北）经商，~~三年~~年内曾三致千金，号称陶朱公，被后世尊为商人的始祖。他的“人弃我取，人取我予”的经营技巧被后代商人始终奉为圭臬。

此后，山东的手工业和商品经济愈益发达，经秦汉，历隋唐，直到宋元，一直居于全国前列。明清时期，山东经济的发展从整体上来说是一个商品经济发展与市场经济体系形成的过程，是一个传统经济结构发生重大变化的过程。《明清时期山东商品经济的发展》一书从以下三个方面概括了这种发展状况：一、种植业商品化程度的提高，在华北诸省中居较高水平。据估计，~~16~~世纪中叶山东粮食作物的商品率至少可达 ~~四~~~~一~~~~四~~，棉花、蚕桑、果树、烟草、花生等经济作物种植面积达 ~~猿~~~~一~~~~缘~~，在专业化种植区，经济作物的种植比例已达耕地面积的 ~~四~~~~一~~~~四~~左右，高者可达 ~~四~~~~一~~~~猿~~以上。二、农副产品加工业的发展。清代山东大约有 ~~四~~~~猿~~的州县有棉纺织生产，有的已经形成较大的输出能力；有 ~~源~~余州县从事蚕丝业或柞丝业的生产；编织、陶冶以及粮食、果品、烟草等加工业也有了一定程度的发展，家庭手工业已成为农户家庭经济 and 地区整体经济的重要组成部分。三、商品流通成为经济运转中的重要环节。鸦片战争



以前，山东有 400 余个较大的商业城镇，粮食、棉花、布匹、干鲜果品、食盐、牲畜等年交易额总计价值达五六千万两，使山东各州县、各经济小区之间，以及山东与全国各主要省区之间的相互联系、相互依赖日益密切。更为重要的是，明清时期山东已经出现了资本主义萌芽，这使得山东的商品经济和手工业不仅在数量上保持增长的态势，而且预示着山东的生产关系和经济结构孕育着新的内容。

在这种新的经济背景下，山东商品流通和市场结构形成了三个主体部分，即产地市场、运河两岸城镇市场和沿海城镇市场。

产地市场主要由村镇市、厢关市、庙会组成。村镇市大多设在乡间较大的村镇上，为定期集市。据《山东区域现代化研究（1644—1911）》一书统计，清代中叶山东集市数量已经达到 4000 多个，平均每州县有集市 40 多个。集市分布在东西部存在着一定的差别，集市密度以平原区的曹州、济南、东昌三府最高，鲁中山区和东部沿海地区较低。就全省而言，集市的平均交易半径一般在 10—15 里，小农赶集贸易一般半日就可以返回。相邻集市距离一般在 5 里以内，相互错开，几乎每天都有一个集市供附近的居民交易。厢关市多设在城厢四关或城市各街，有大集、小集之别，大集全天下市，小集一般多为早市，买卖蔬菜、禽蛋、粮食、果品等生活用品。另外，各州县往

100

往都有规模较大的专业市，如惠民的牲畜、棉花、柴草等专业市，武城的棉线、棉花、鸡鸭等专业市，都有较大影响。庙会又称山会、货会，为集中交易，一般在春秋两季举行，会期短者一天，长者数十天。庙会也有村镇会和城厢会之分。村镇会多设在交通方便的乡镇，城厢会则多设在城关或者城里。城厢会的规模一般比村镇会的规模为大，但村镇会的数量则远远多于城厢会，所以村镇会是庙会的主体。总的说来，产地市场处在商品交换的最低层次。

与产地市场相比，运河沿岸和东部沿海的城镇市场处于商品交换的较高层次。在远洋海运、铁路运输和公路运输兴起以前，水路运输在传统的商品流通中一直处于主导地位，这一特点直接决定了山东商业城镇的分布格局：京杭大运河贯穿山东西境的鲁西平原，以运河为依托形成了临清、聊城、德州、济宁等运河商业城镇。临清早在明朝万历年间就已经发展成为华北地区首屈一指的商业城市。万历年间临清钞关所征商税每年达到 ~~八千~~ 万两，超过京师所在的崇文门钞关，居于全国八大钞关之首。关于临清钞关，反映明代市井生活的小说《金瓶梅》有过生动的描写。清代以后临清的繁华程度虽不如明代，但直到咸丰年间黄河改道之前，临清仍是华北地区最大的商城之一。聊城在明代已经成为著名的农副产品集散地。济宁则是鲁南同江南进行传统贸易的中心。东部的胶东



半岛有绵延~~猿因~~多公里的海岸线，以此为主体的山东海岸线居全国之首。这种天然的优势使得山东海上运输十分方便，以传统的民船运输为依托，沿海地区逐渐形成了登州、胶州、金口、塔埠头、女姑口等沿海城镇贸易集散地。

作为一个传统农业大省，山东经济并不是完全封闭自足的，山东社会状况也不像古书所描绘的那样：“邻里相望，鸡犬之声相闻，民至老死不相往来。”有时情况恰恰相反：农业经济的发展提供了充足的剩余产品，农村手工业的发达推动了产品制造的专业化，这一切都促进了山东商贸经济的发展，并在一定程度上改变了人们的价值观念。谈到山东传统的价值观念，人们似乎习惯于一言以蔽之：“孔孟之道”、“重义轻利”。这种概括大致正确，但不全面，至少没有注意齐文化中的商业内容，也无法合理解释“儒商”何以富甲一方，以及“儒商”文化的历史渊源。

事实上，山东自古就有商业文化的传统。有的学者指出，春秋时期的管子曾经从职业分途的角度确认“商”为社会基本分工之一，提出“士农工商四民分业”的观念。先秦诸子（法家除外）大都认同“商”与士、农并无社会地位的高下、贵贱之别，这为儒士与商人之间的沟通以至转化种下了思想的根因。即使在儒家宗师孔子那里，他在进行“义以求利”命题申论的时候，客观上也在儒士的明“义”和商人的求