

文化 传统 情感 市场 审美 师徒 碰撞

师傅们的担忧与欣慰

接班人的自豪与纠结



“内联升”的老师傅

老字号 里的 小字辈

——本报记者探访老字号
企业中的年轻人与师傅们

本报记者集体采访并摄影

老字号为什么说它老，就是因为它几十年、几百年的历史。而能够传承下来的老字号企业，无疑是像人类一样的繁衍生息，靠的是后继有人。传承人们掌握着老字号的“独门绝技”，坚守着诚信的文化理念，秉承着“大智经营，爱民如身”的市场之道，追求着创新的审美观念，才有了经久不衰，绵延不绝的老字号。而老字号里的小字辈正是老字号的未来。



“首都照相馆”的小字辈



“稻香村”的小字辈



“王致和”的小字辈



“内联升”的小字辈



“盛锡福”的小字辈



“同仁堂”的小字辈