

# 是碰出了火花 还是撞碎自己

探求社会各方观点  
共同给小字辈助力



陆建国

同仁堂集团公司工会主席  
北京老字号协会副会长



张健

北京老字号协会副会长



杜新峰

团市委企业部副部长



李家琪

北京盛锡福帽业有限责任公司  
董事长 总经理

## 终身之计，莫如树人

常言道：终身之计，莫如树人。同仁堂以“师带徒”的形式建设了一支“传承技艺、传承文化、传承人品”的同仁堂职工人才队伍。通过这种传统培养方式，使同仁堂的许多绝活、绝技、绝艺得以延续，并造就了一批批掌握传统工艺和精湛技术的同仁堂人。

在“师带徒”的过程中，职工首先将同仁堂的优秀企业文化作为传承的任务和目的，并将具有同仁堂传统特色、技术含量高、人才短缺的岗位作为工作的重点。

为了保证传承效果，集团加强了对活动的组织领导和协调管理。在“师带徒”教育期间，徒弟每年应参加不少于50学时的集中脱产培训。

集团成立考核小组定期对传承效果进行考核。徒弟经过考核过关，可以直接进入集团“金字塔”人才工程中的首席职工候选人之列，经民主评议等相关程序评定后，可以成为同仁堂首席职工。通过这些规范化、程序化及常态化的学习和考核形式，确保了“师带徒”期间师傅真教、徒弟真学。



高黎明

中华技艺大师  
北京红都集团公司高级技师

## 年轻人的新思维 打开企业新方向

就企业来说，靠一群有实力的年轻人，企业能够发展。需要放开对年轻人的束缚，让年轻人在老传统的基础上做大胆尝试。好动、新潮这是他们的缺点也是他们的优点。有很多时候他们能想到，我们这些老师傅们却想不到，我们还是有些保守。

年轻人的活力和新思想，是这个时代给他们带来的最明显的优势。就拿我的其中一个徒弟来说，他大胆的进行了青年装的改良。保留了青年装的立领，把下面本来只有直摆的款式改为圆摆，同时后面就加了两个十公分的小摆叉，其实就是在老式的青年装上融入了西服和中山装的一些元素，立马这种青年装就跟原来的感觉不一样了。当时设计出来后，在我们集团内部的比赛中还获了奖，销售情况也不错呢。

## 困扰老字号发展三大问题

### 收入低，招工难

收入低成为困扰众多老字号招工难的大问题。每月仅仅3000左右的收入，让无论是本地还是外省市的年轻人都无法接受。

### “吃大锅饭”风气依然存在

有些老字号，虽然已经摆脱了“吃大锅饭”的国企作风，但是“多劳多得”这样简单的收入分配情况，依然没能够得到很好的贯彻。

### 政策干预较严格

很多老字号的工资收入情况，基础建设情况都在政府控制之下进行，这样的方式在有些时候能够给老字号起到保护作用，但并没有从企业的实际情况出发。很多老字号在近些年经济效益很好，年营业额也在逐年升高，但职工的工作却在政策的干预下近十年没有过任何改变，造成了人才不断流失等情况，这些情况将会影响老字号的发展与传承。

## 老字号在传承中代代创新

在北京老字号中，全聚德、东来顺、稻香村、内联升、盛锡福、张一元、同仁堂等都拥有上百年的历史，这些老招牌已经像一个符号一样融入了老北京人的生活习俗中。这些老字号在时代的浪潮中，早就练就了适合自己生存的经营模式，技艺在一代代传承，而有关生死创新也在代代推进。

在传承中，其实就是徒弟与师傅的不断交替，在过程中完成了技艺的延续，而其中的年轻人

就是老字号的忠实守护者，让老字号在不断发扬光大。老字号有他必须保持的一部分——传统技艺，但另一方面老字号也必须符合现代人的生活需求。

就企业来说，只有靠一群有实力的年轻人，企业才能发展。需要放开对年轻人的束缚，让年轻人在老传统的基础上做大胆尝试。年轻人活泼、好动，想法也非常丰富，这正是老字号所需要的，年轻人的进步就是老字号的进步。

## 青年，让老字号“脉搏”更强劲

每一个老字号背后都凝聚着几代甚至十几代人的智慧和实践结晶。如何让老字号薪火相传、青春常驻？众多事实也在一直告诉我们——还是人才。

在现代经济社会，企业人才流动性很大，老字号要想永续经营，生产、管理、营销等各人才都不可或缺，这里面青年人才的培养使用尤其值得引起注意。老字号企业既要加强青年人才培养，完善激励奖励机制，同时还要做好青年人才的举荐和选用，为青年人才提供施展才干的舞台。

为了帮助企业培养使用好青年人才，团市委与市国资委、市人社局、市总工会联合开展了北京市“百万青工 岗位建功”行动。按照岗位大练兵、技能大比武和风采大检阅三个阶段，建立起培养人才、发现人才、举荐使用、激励人才的人才培养链条。同时还大力开展青年岗位能手、青年文明号、青年突击队等青年品牌创建活动，通过活动引导青年员工立足岗位、提升技能、主动创新、在服务首都全面深化改革、服务企业改革发展的实践中建功成才。

## 年轻人是企业发展的助推器

老字号的发展需要依靠着小一辈的年轻人，只有他们真正能够接过老一辈人和师傅们的手艺和技术，老字号才能够得以传承和发展。

与老一辈不同，新时代的年轻人想法更多，思想更加活跃，因此在师傅教授的过程中，也需要因材施教，还要激发年轻人的兴趣，让他们能够真正喜欢每天的工作。这样的环境，给师傅们传授技术增加了难度。以盛锡福为例，师傅在给年轻人讲课时，一定要提升徒弟对于帽子和各种款式、原材料的兴趣。

盛锡福的第四代传承人陈江山，他是盛锡福中青年职工的佼佼者，对于他的培养，就是从兴趣出发，培养他对于皮毛，对于帽子款式的兴趣。

除此之外，盛锡福为了留着企业中的年轻人，在物质上和精神上都能够给予适当的满足。从精神上，给年轻人讲述盛锡福的历史，组织职工在周末进行集体出游或者健身活动，进一步产生在盛锡福工作的荣誉感和提升年轻职工的使命感；在物质层面上，在合理的情况下，尽量给予满足他们的物质需求。