



一个手电筒、一袋洗衣粉、一条围巾，这些在普通人眼里再简单不过的东西，在贫困母亲的眼里可能要斟酌许久才会购买。认购“母亲邮包”公益活动，就是为了帮助减轻贫困母亲的生活压力，让她们也能快乐地度过这个属于自己的节日……

母亲节那天，笔者在“母亲邮包”爱心认购——西城企业参与帮助贫困母亲公益活动现场遇到了此次活动的主办者之一，北京金座投资管理有限公司党委副书记兼工会主席张山树。

北京金座投资管理有限公司是2005年4月在原宣武区百货公司、大栅栏商贸集团、宣武区服装公司、宣武区修理公司以及医药药材总公司基础上改制组建的。公司直属和投资企业中不乏内联升、瑞蚨祥、鹤年堂、德寿堂等一批具有百年历史的“老字号”品牌。当笔者向张山树提出希望其介绍一下企业工会工作的开展情况时，他告诉笔者，去看一下我们的“老字号”吧，让职工告诉你才更有说服力……

鉴于此，笔者来到了位于大栅栏地区的内联升总店，听听“老字号”企业职工的心里话。



▲内联升职工体育比赛

◀组织职工参观云南玉龙雪山

这里承载着太多的梦想和依恋

——记“中华老字号企业”内联升

□西轩

内联升是什么？是当年朝廷官员脚下虎虎生威的朝靴，也是民国名士“头顶马聚源，脚踩内联升，身穿瑞蚨祥，腰缠四大恒”的气派，它是受老一辈领导人钟爱、简朴但舒适的“黑老虎”老布鞋，也是如今款式多样、花样繁多，更是北京人叫得响拿得出手的“北京礼物”、“中国礼物”。当笔者走进繁华的大栅栏，便不由自主地被这家橱窗里摆着一只硕大布鞋的门店所吸引，这就是内联升。门店一层、二层上方悬挂的分别是张爱萍将军和郭沫若先生所题写的店名，三层则是赵朴初赞誉内联升“步履轻安”的手笔。店内人头攒动、热闹非凡的景象无不体现着内联升布鞋在老百姓心目中的分量。

“老字号的情怀吸引着我”

笔者接触的内联升第一个店员叫刘阳，刘阳是一位“85后”女孩。2008年，作为一名人力资源专业的毕业生，刘阳没有像她的其他同学一样，热衷于走进各类5A高档写字楼工作，而是满怀期待地向北京内联升鞋业有限公司投递了简历。

“现在和你一样的年轻女孩儿，大多都喜欢追求时尚，喜欢走在潮流的最前线，你为什么就认准‘老字号’内联升了呢？”看到刘阳，笔者不由问出这个问题。

“咱们内联升的布鞋多‘潮’

啊！作为一个土生土长的北京孩子，我从小就特别喜欢北京城里的这些‘老字号’。以前上学的时候每次来大栅栏，就一心希望毕业后也能来这儿上班。我觉得自己非常幸运了，能在‘奥运会’加入到这个大家庭里来。”面对笔者的提问，刘阳笑着回答。

如今，刘阳是北京内联升鞋业有限公司大栅栏总店人事部的一名工作人员，同时还参与着企业非遗工作室的工作。要说刚进店时的情景，刘阳可是记忆深刻。

在内联升工作的员工，不管处于什么样的位置，刚进店时的“站柜台”经历是谁也逃不掉的。内联升工会主席齐慧兰告诉笔者，“站柜台”在内联升不仅仅是一项工作，更是对职工的一项“另类培训”。“站柜台”看似简单其实不然，首先需要职工对内联升的历史有充分的了解，而且对于企业生产的各类产品特性也要非常清楚，做到客人有问必答。另一方面，“站柜台”是一项非常磨练人的工作，它不仅能考量一名职工的工作能力，更能体现出一名职工对企业的感情。“对于‘老字号’来说，如果连自己的职工对企业都没有感情，那说明这家‘老字号’就真要老去了。”

刘阳刚进企业时，不仅站过柜台，甚至还从事过“开电梯”的工作。“那时候正值奥运，世界各地的友人都集聚京城，内联

升每天的生意更是红火。我就当自己是颗螺丝钉，哪缺人我就去哪哪。”对于之前的工作经历，刘阳一直把它当做美好的回忆珍藏着。

老字号的创新发展离不开员工

内联升距今有着近160年的历史，除了保留手工千层底布鞋等仍然沿用过去的传统技艺，不断创新也是内联升核心竞争力的体现。

北京内联升鞋业有限公司总经理助理程旭告诉笔者，面对不断变化的消费趋势和营销环境，从扩大产品线到提升服务质量，从拓展营销渠道到加强企业内部管理，内联升正积极转型和创新，让百年老店不断焕发新的活力。而企业的发展，则恰恰与职工整体素质的提高密不可分。

据了解，内联升每年都会在3月份组织职工进行企业内部培训。其中包括企业文化、服务礼仪、商务英语等。同时还积极参加工会大学开展的一系列素质工程教育课程，帮助职工提高自身修养，业务技能，综合能力素质。

除此之外，企业每年都会开展读书活动，为职工创造学习交流的机会，并且要求职工写一篇读书心得体会。企业营造文明的学习环境，促进形成良好的学习氛围，并通过职工互相的学习与交流，引导职工提升素养，培养

职工优良品德，把这种好的品质融入进工作和生活中。笔者了解到，内联升自2009年开始，工会每年投入3.9万元，为中高层管理骨干提供在北京易中管理学院进修相关管理课程的培训，几项专业课程的培训下来，不仅开拓了中高层的工作思路，提高了管理层创新能力和业务素质，也加速了团队工作的执行力。

目前，企业共有青年职工70人，占企业职工总数的42%。如今，企业把很多年轻人放在重要岗位上，发挥着他们各自的作用。内联升国家级传承人队伍中，除国家级传承人何凯英师傅外，其余3名徒弟都是不到35岁的北京男孩，两名80后年轻设计师。企业领导高度重视，为他们营造良好的工作环境、创造潜在的发展空间，让他们可以在各自的工作岗位上发挥他们的长处，为企业创造更大的价值。这两年，企业也大胆提拔一批工作时间长，积极努力的青年员工成为班组长、部门主任、总经理助理，甚至成为企业副总。这些举措让企业上下青年人看到了希望，他们有了方向，有了榜样，有了奋斗的目标，从而进一步提高了年轻人的工作积极性。

老字号里的“新气象”

如果您从没走进过内联升，也许听到它“百年老店”的名头时，脑海里会出现前清遗老遗少的样子；如果您第一次来到这

里，或许会为这里热闹非凡的景象、职工笑脸迎客的态度吃惊；但是如果您一直关注它却仍困惑为何作为老字号它却“不老反新”时，刘阳的这句话，一定能解开您的疑惑，“因为我们在这里工作每天都很开心！”

笔者了解到，内联升自改制后，企业工会便主动担当起“第一知情人”和“第一求助者”的责任，坚持做到职工住院和病休时探望，职工遇到思想、工作、生活上的问题时及时沟通，坚持进行对生病职工、死亡亲属的探望，并对困难职工及退休职工帮扶照顾。

李大爷今年都快80岁了，在内联升干了一辈子的他现在仍经常来这里“串门”。按照李大爷的话说，这不叫“串门”而是回家。李大爷从学徒时期就一直在内联升工作，直到退休，在他的概念里，不存在也不理解企业改制是个什么意思。如今家里孩子闹矛盾或者有什么不顺心的事儿，他还会找齐慧兰唠家常。

“这些老职工为内联升服务了一辈子，那就永远是内联升的人，虽然体制改革了，但我们这份情永远不会消失。”齐慧兰说道。

“每年工会组织的运动会、春节联欢会、春游等各种活动层出不穷，而且企业还记得我们每个职工的生日。”刘阳笑着说道，“您说在这里工作，我们有什么不开心的呢？”