



自律精神、传承精神、工匠精神、诚信精神、创新精神

从老字号店训 透视现代企业精神

□本报记者 阎义

在老北京人常说的歇后语里，有东来顺的涮羊肉——真叫嫩、六必居的抹布——酸甜苦辣都尝过、同仁堂的药——货真价实、砂锅居的买卖——过午不候……这些歇后语都生动地表述了这些老字号的品牌特色。老字号是有着深厚文化积淀的，这种积淀又在老字号的店训中得到充分体现。东城区国资委纪委书记王树春表示，老字号之所以能够百年不衰，就是因为店训的指引下，具备了自律精神、传承精神、工匠精神、诚信精神、创新精神，而这“五个精神”也同样适用于现代企业。

自律精神：

“没有自律精神，就没有今天的老字号”

几千年来，人们生活都是“开门七大样”——柴米油盐酱醋茶，此外还有药店、钱庄、布料丝绸店等等。老字号经营的范围也大多离不开这些生活用品。东城区老字号企业的数量在北京市各区算最多的，经营范围也是最广的。对老字号有几十年研究经验的王树春告诉记者：“老字号几乎都有自己的‘店训’，这些‘店训’透视出廉洁自律的精神。没有这种精神，就没有今天的老字号。”

距今已有129年历史的北京吴裕泰茶业股份有限公司的“店训”是“制之惟恐不精，采之惟恐不尽”。该公司纪委书记、工会主席赵连颇对记者说：“这个‘店训’体现了老字号的自律精神。采购茶叶的人要廉洁自律，不能因为一点蝇头小利，就采购品质低劣的茶叶；制作茶叶的人也要精益求精。”如今，吴裕泰已从一家茶栈成长为全国茶叶专营企业。

在老北京人中流传着这样一句老话：“头戴盛锡福，身穿瑞蚨祥，脚踩内联升，腰缠四大恒”。可见盛锡福在老北京人中的口碑是响当当的。创办于1911年的盛锡福之所以有这样的口碑，与它们的“店训”是离不开的。盛锡福的“店训”是“生意要勤紧，切勿懒惰，懒惰则百事废。帐务要稽查，切勿懈怠，懈怠则资本滞。接纳要谦和，切勿暴躁，暴躁则交易少。工作要精细，切勿粗草，粗草则出品劣。”字里行间都告诫职工要自律。北京盛锡福帽业有限责任公司董事长李家琪说：“老字号的自律精神是一笔无形的财富。而‘以德兴商’可以说就是盛锡福的一种企业文化，对自律精神我们应该更好地传承。”

传承精神：

所选的传承人必须要德才兼备

老字号在百年的发展历程中，除了要有自律精神，还要有传承精神。试想一个家族没有传承，一个企业没有传承，将意味着什么？那就是死亡。有的老字号没有了传承，已经死亡，只能留在人们的记忆里。老字号生存之根本，正是传承着别家不能模仿的独门绝活。

北京市珐琅厂有限责任公司是国内生产经营景泰蓝最大的专



业企业、行业范围内唯一一家中华老字号、国家级非物质文化遗产保护传承基地。钟连盛是景泰蓝技艺的传承人，他对记者说：“景泰蓝的原始工艺是珐琅工艺，是从国外传到我国，结合我国的工艺、材料在明代景泰年间形成瓷铜结合的独特工艺。北京是景泰蓝技术的发源地。景泰蓝在烈火中诞生，在近六百年的历史烈火中永生。这永生靠的是一代代工匠在传承着景泰蓝的工艺。我们这里汇聚了全国景泰蓝行业三分之二的国家级大师和高级技师。与我国景泰蓝蒸蒸日上相比较，国外的景泰蓝，也就是珐琅则显得不太景气，这就归咎于后继无人，缺少传承人。”现在，该公司又成立了“钟连盛创新工作室”。工作室培养的新人已成为景泰蓝制作领域内的高级技师。钟连盛带出的多名大学生徒弟已经独立完成设计任务。他们的产品在各种大赛上摘金夺银。

“都一处”烧麦如今已有近三百年历史。2008年，当25岁来自河南信阳的吴华侠被定为“都一处”烧麦的第八代传承人，也是“都一处”烧麦史上第一位非京籍传承人时，引起很大争议：“怎么把一个北京老字号传给一个外地姑娘！”但是，最了解吴华侠的是“都一处”的领导。吴华侠从16岁开始学习烧麦技艺。那时，她就抱定了把烧麦技艺学习好、传承好的信念。吴华侠在继承的基础上还进行了创新。2006年，她推出了“双色情人烧卖”。2008年，吴华侠受奥运五环启发，用蔬菜汁创作了“五彩烧卖”。也正是这些创新，吴华侠被确定为传承人。吴华侠说：“传承人就应该有创新。”现在，吴华侠也为自己的接班人烦恼。她有不少徒弟，要想在徒弟当

中，选一个能够传承技艺的、可靠的人很难。她说：“记得当时师傅对我说，选徒的必要条件是有德有才。‘都一处’能够生存到现在，靠的就是有德有才的传承人。”

工匠精神：

产品品质是竞争制胜的利器

精益求精的工匠精神是每个老字号都具备的。老字号优质的产品品质，是顾客最看重的。优质的产品品质是竞争制胜的必要条件，是建立在工匠精神之上的。四联美发厅店的“店训”是“宁可把客人等走了，也不能把客人做跑了”。言下之意，甭管等候的顾客有多少，理发员都要踏踏实实，一条一条照着规矩给顾客理发，让每位理发的顾客都满意。“四联”能有今天的成就，靠的是精湛的技术。女活儿特级技师都有高超的技艺和独特的造型手段，特别是特级技师高在宏能双手盘卷，左右开弓，一时轰动全行业。男活儿“四大名旦”：康邦章、杨敬贵、邓继科、田永源则各怀绝技，做出的发型接茬精细、色调均匀、两鬓齐圆、层次协调、发型美观、牢固持久。北京市劳动模范吴永亮一手握刷，一手执梳的梳理技艺，令许多行家称道。他们美发修剪手法采用了国际较为流行的分层分块精细修剪法，剪出的头发层次分明、活而不乱、潇洒自然。

钟连盛说：“在制作景泰蓝的过程中，没有工匠精神是很难做出精品的。”景泰蓝是在烈火中诞生的精品。一件景泰蓝要想成精品需要点蓝、烧蓝这两步。烧蓝最少要2到3次，因为珐琅釉

料在烧蓝的过程中，当由固体变成液体时，釉料中的空气及杂质，体积是会变小的，所以要进行补蓝的操作，直至珐琅釉料的平面高于掐丝的高度才可以。烧蓝工序是与点蓝工序紧密配合、相序进行的。它不同于烧焊，既要保证烧蓝环境相对清洁、无纤尘，又要对火候的观察非常准确，需要操作人员具有较强的责任心。烧蓝工作如同隐士一般，韬光养晦，不像丝和蓝都显露于外，只靠人们对“火光”加以想象、认识和感觉。这些都是需要景泰蓝制作者多年的经验积淀才可以的。钟连盛说：“比如通过火光呈现的红、黄、蓝、白等颜色来判定火的温度。近身观察很难，看不清蓝面的变化，更多的就只有靠经验。”

诚信精神：

体现在货真价实、周到服务等多方面

诚信是老字号的精髓，是立店之本，也是民族传统文化的一部分。诚信体现在老字号经营发展的方方面面，包括货真价实、童叟无欺、礼貌待客、周到服务等。

永安堂距今已有600多年历史，比同仁堂还早200多年。600多年来，永安堂店训一直恪守“同修仁德、济世惠民”的店训。永安堂纪委书记张连宽对记者说：“如今，永安堂在恪守老店训的基础上，又提出了‘为百姓卖好药’的经营宗旨、‘将心比心，拥有一颗感恩的心，为顾客奉献一个爱心’的服务理念和‘以质量求生存，以服务求发展，于服务的细微之处见精神’的经营理念，向社会实行‘诚信做人，用爱心做事，凭良心经营，绝不出售一粒假药’的质量承诺。”永安堂还有一条经营祖训就是“实与名副，财以道生”，意思是永安堂经营的药材、药品都是地道的真货；严明医德至上，而后生财。张连宽说：“面对市场的激烈竞争和人们健康意识的不断提升，我们必须赋予它新的内涵，让这‘八个’大字再闪金光，提出‘真、全、特、服’的承诺，即货真价实，药品齐全，特色经营，全方位服务。”

从吴裕泰的店训“制之惟恐不精，采之惟恐不尽”中，也可以看出“诚信精神”。现在，吴裕泰又提出了“一切为了顾客，为了顾客一切，为了一切顾客”的服务理念。赵连颇说：“坚持诚信经营，倡导人性化服务，把消费者当作亲人，最大限度地满

足顾客的需要。‘跨越三个世纪，好茶始终如一’，无论过去、现在还是未来，吴裕泰都会矢志不渝地坚持‘求精、求信、求实’的经营管理理念，追求现代企业管理模式，注重茶叶质量，以满足顾客需求为己任。”

创新精神

唯有创新才能使企业不断发展

老字号的“老”字是相对于新的企业，老字号在百年的发展历程中，创新精神是生存的动力。以前是这样，现在也是这样，将来更是这样。“老字号要在沿袭中华民族的商业血脉，传承古老文明精髓，形成其独特文化的同时，对长期积存的企业文化进行再次整合，再次提炼，注入新的内涵，做到古为今用，取他人之长，兼容并蓄，增强活力，使企业得到良好的发展。”记者在采访老字号时发现，老字号不论是在产品品种上、经营方式上，还是宣传方式上都在创新。

已有600年历史的便宜坊，字号上蕴涵了“方便宜人，物超所值”的经营理念。1958年6月，周恩来总理又给便宜坊新的释义“便利人民，宜室宜家”。便宜坊的王久洪对记者说：“便宜坊以焖炉烤鸭为主要品种。现在，便宜坊形成了以焖炉烤鸭为龙头，鲁菜为基础的菜品特色。因焖炉烤鸭在烤制过程中不见明火，所以又被现代人称为‘绿色烤鸭’。近年来，便宜坊在秉承传统工艺基础上，创新推出了‘花香酥’、‘蔬香酥’专利烤鸭和‘戏说三国’的全鸭席，并重新挖掘整理推出了盐水鸭肝、芥末鸭掌、葱烧海参、酒香鸭心等10道招牌菜，深受广大消费者的欢迎。”

永安堂则打破传统的经营中药的局限，扩大了西药经营范围，增设了特种进口药品专柜，建立了计划生育用品柜台，增加了滋补保健品品种。永安堂的传统经营特色——“药品邮寄”专业，又有新的举措。永安堂各店普遍开展了邮寄业务，一些大店还设立了邮寄专柜。

老字号是中华民族智慧的结晶，是中华民族传统文化的积淀，是整个中华民族宝贵的物质和文化遗产。如今，老字号企业还存在更大进步空间，同时也面临着竞争和挑战。温故而知新。如果能把老字号积淀的“五个精神”，注入到现代化的管理中，必将产生出更大的效应。