



李平生教授论著选登：山东老字号纵横谈

作者：李平生 来源： 时间：2008-11-28 11:25:16 浏览次数：10158

一、老字号的基本特征

“老字号”在人们的心目通常是指一个企业、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，通常人们印象中的“老字号”企业，是指在繁华街区中那些悬挂着或典雅或古朴的招牌的商号店铺，或者指是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，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年以前就诞生），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，是民族精神在国内外市场上的一种展示，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”作如下界定：它是指在长期的市场竞争中形成的、且在消费者更新换代过程中而形成的长盛不衰的“老字号”，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：①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；②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；③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；④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，曾经走过无数的辉煌和灿烂，曾个个都是金光闪闪的有功之臣。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，历代相传的加工工艺（俗称“绝活”）。

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者也产生了信任感。与此同时，生产者和经销者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，无论是地域范围还是行业领域，人们不由得就会想起济南瑞蚨祥、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，有的以服务周到取信于顾客，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仅济南就有40多家，青岛有20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。这些星罗棋布的字号，疏密相间地镶嵌在齐鲁大地，留下了一道亮丽的风景线。

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遥远而难以详考，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的历史性转变。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。不幸的是，抗日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。

山东老字号和全国其它各地的老字号一样，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，名度高，经营管理特点突出；而其它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60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。

总体而言，山东老字号主要分布在大大小小的城市。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，甚至是其城市的标志、文化景观。固然，众多老字号多为中小企业，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、俯拾即是宝藏！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“老字号”在现代都市文明中的真实写照：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。故自古以来，山东均推为富庶之区。

山东自古就有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、铍等铁制器具的记载，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”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，19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：1、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，19世纪中叶山东粮食作物的商品率至少可达20-25%，棉花、蚕桑、果树、烟草、花生等经济作物种植面积达3-5%，在专业化种植区，经济作物的种植比例已达耕地面积的10%左右，高者可达20-30%以上。2、农副产品加工业的发展。清代山东大约有2/3的州县有棉纺织生产，有的已经形成较大的输出能力；有40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。3、商品流通成为经济运转中的重要环节。鸦片战争以前，山东有十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、相互依赖也日益密切。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。

产地市场主要以村镇市、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（1840-1949）》一书统计，清代中叶山东集市数量已经达到2300多个，平均每州县有集市20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3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8—10华里，小农赶集贸易一般半日就可以返回。相邻集市距离一般在15华里以内，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，大集全天下开市，小集一般多位早市，买卖蔬菜、禽蛋、粮食、果品等生活用品。另外，各州县往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8300余两，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3000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。事实上，山东自古就有商业文化的传统，春秋时期的孔子曾经有过“沽之哉！沽之哉！吾待价而沽也”的论述。在孔子的七十二个贤弟子当中，子贡学成之后，并未恪守“学而优则仕”的师训，而是发挥自己的特长，奔走于商途，以其精明和诚信的经营方式而富甲一方，通过另外一种途径实现了自己的人生价值。他肇始“君子爱财，取之有道”的“端木遗风”，成为中国商业文化的美谈。直到20世纪上半叶，济南市民在院西大街（现泉城路）闹市区的店铺门面上仍然可以看到“孔门弟子始贸易，越国大夫亦生涯”这类对联，于此可见儒家商业文化的普及程度。

明清时期，山东商品经济的发展和体系形成引起了社会风气的深刻变化。首先，人们的日常生活更加依赖于市场，在商品经济发达的地区，居民的日用所需都要等到开市之日前去购用，市场经济的杠杆作用使得金钱货币日益成为人们不可缺少的东西。过去，经商嗜利往往为封建时代所不齿，衣冠楚楚的书生士子不窥市门，不入酒肆，以言商谈利而为耻。现在，封建士大夫从事经商逐利活动已被视为很普遍的现象，至于下层民众经商逐利更是蔚为风气。明代初年，曾经划定士农工商四民等级秩序，商居四民之末，地位最低；明代中叶以后，随着商品经济的发展，经商逐利风气日盛，商人经济实力增强，商人的社会地位也大为提高，不仅普通民众“不贱商贾”，即便达官显贵对商人也优礼相待。其次，在衣食住行等日常生活方面，自明中期以后，人们的社会习尚也发生明显的变化。明初，着令：“凡官民服色、冠带、房舍、鞍马、贵贱各有等第。上可以兼下，下不可以僭上。”违者，以僭越罪治之。但自明中期以后，人们在日常物质生活方面的越礼逾制，追求奢华现象却比比皆是。在服饰方面，贩夫走卒

一旦获有重金，则服锦戴貂，扬扬夸耀市井间，完全打破了服饰等级不可僭越的规定；在房舍及饮食器具方面，封建士大夫与一般庶族地主更加追求豪华舒适，僭侈过多，超过了朝廷命官。另外，随着人们思想观念的变化，传统的封建礼仪道德与文化学术也日渐衰微，向来被封建伦理道德视为君臣父子的师生关系出现了裂纹；日常生活中的越礼逾制、离经叛道行为也改变了人们的精神文化生活，使得传统的文化艺术和治学理念遭到人们的普遍摒弃，六经训诂之学被视为陈言迂论，言心言性而茫然不知其解的宋明理学受到有志之士的猛烈抨击。经世致用之学和市井俚俗文艺异军突起，受到下层人民的接受与欢迎。总之，自明中期以后，社会经济的发展，尤其是商品经济的兴起与发展，已形成一种巨大的力量，正日益冲击着封建传统的藩篱，改变着人们的物质生活与精神观念，社会风气发生了深刻的变化。

三、 明清商品经济与山东老字号

随着社会经济的繁荣发展和社会风气的巨大转变，明代中期以后山东地区商品经济发展到了一个前所未有的高度。其中以东昌、兖州两府内的运河沿岸地区、胶东半岛北部的渤海、黄海两海域内的沿海地区以及济南、青州两府间的鲁中地区最为发达，分别成为各具特色的商品经济相对比较活跃的区域，形成了地方经济中心。这些城镇集中了许多经营不同商品的店铺、商店等，成为各地老字号企业产生并得以彰显的经济基础。

运河的修浚使鲁西平原有了一条贯通南北的水路信道，北达京津，南抵苏杭，运河实际上成为南北物资交流的大动脉，沿岸城镇得地利之便而逐渐发展成为商业重镇，商业经济异常活跃，逐渐构成一个以这些城镇为中心的商品流通网络。在这个流通网络中，集中了大量的经营各种不同商品的店铺，并由此逐渐形成了许多专营某种商品的专业化街道。鲁西运河商道把来自全国各地的商品、货物纳入了当地的流通渠道，从而使山东经济与全国统一市场紧密地联系在一起。运河沿岸的临清、济宁、德州等成为商贩聚集的主要城镇和流通枢纽。尤其是临清曾经借运河交通之便利而发展成为山东最大的商业城市乃至全国性的交通枢纽。

临清原为东昌府下辖的县，后来随着运河的浚通，经济迅速发展起来，城镇居住人口大幅度增长，城市规模也逐渐扩大。到明万历年间，临清已成为华北首屈一指的商业城市。清朝中叶，临清城内已经出现了近百条专业化商业街市，不同的街巷相对集中了不同行业的商号，形成了商业分区集中的趋势。这些商业区为城市居民和商品生产者进行商业活动提供了重要的聚集场所，与此并存发展的是大量坐落在各街市中的商业店铺。当时的临清兼有批发、零售和农产品集散地的功能，城内布匹、绸缎、瓷器、纸张和茶叶等店铺高度集中，经济十分繁华。尤其粮食贸易发达，是清代山东乃至华北最大的粮食市场，每年的粮食交易量高达500万~1000万石。据乾隆《临清州志》记载，全城仅经营粮食的店铺就不下百余家，另外还有众多绸缎店、茶叶店、典当铺、瓷器店、药材店、首饰店以及饭店酒肆等店铺。临清四通八达的交通条件，繁荣兴盛的城市商业经济，吸引了来自全国各地的商贾来此从事各种商业经济活动，各地商人活跃在临清的市场上。城市商业经济的发达也促进了临清手工业的发展，当时生产出的帕幔、首帕、汗巾等，质地虽然与苏杭所产有一定的差距，但在当时北方的丝织品中已属于佳品，足以与南京、苏杭罗缎铺、山西潞绸铺等相媲美，其中尤以帕幔最为绮丽，堪称一流佳品；羊皮和绒毡制品也是临清主要的手工业品，因为水质的关系临清的皮质品具有“特柔而不膻”的特点，在雍正年间被列为贡品，受到清廷的赏识，足见其质量上乘。

济宁最初只是兖州府辖下的一个散州，自京杭运河穿城开通之后，便成了江北著名的水陆码头，千帆竞至，商贾云集，早就留下了“江北小苏州”的美称。该城市背依梁山水泊，前俯微山四湖；地连河南、安徽、江苏，水牵京津、苏杭。随着济宁由散州升为“直隶”州，这里便成了鲁西南政治、经济、文化的中心和南输北运的重要码头，吸引着大批小商品生产者到此进行各种商业活动。与临清不同的是，济宁的手工业大都是一些制作日用品的家庭业户和作坊，如烟草、皮革、铜器、布匹、煤炭、药材、酱菜、蚕丝等都是当时济宁比较著名的工商行业，主要集中在济宁的南关和东关。济宁南关外的义井巷是商业最繁荣的地方，“义井巷创修石路记”称：“济上当南北要冲，而义井巷又当济上要冲；其居民之鳞集而托处者不下数万家，其商贾之踵接而辐辏者亦不下数万家”。其言虽不免夸大，但也反映了这时济宁商业的繁荣。明清时期，济宁城市规模和人口都有较大的发展，商业发达，手工业规模扩大，在酱园、烟草加工、皮毛加工等行业出现了一些较著名的老字号。比如济宁的玉堂酱园，相传是乾隆四十五年

苏州商人戴阿大创办。他发现“济宁州、赛银窝，生意兴隆买卖多；南门口枕着运粮河，交通方便行商多”，便在南门口买下了一方宝地，开起酱菜铺，为图吉利，按天干地支推算中的未时为玉堂，便取名“玉堂”，又因他原籍苏州，故名“姑苏戴玉堂”。起初经营惨淡，后由济宁大官僚孙家与商人冷氏合资买下，店名改为“玉堂酱园”。新店主吸取戴家的经验及教训，留江南风味之长，取地方风味之优，研制出的产品如“十锦”、“八宝”、“香干”、“冬菜”、“黑黄酱”等小菜及“金波”、“状元红”、“葡萄绿”等露酒，成为江南、江北都喜欢的消费品。“姑苏玉堂”名声大震，规模不断扩大，逐渐发展成为济宁独一无二的大规模的手工工场，产品除了行销山东本省之外，还远销到京师、直隶、河南、江浙、安徽等省，其“味压江南”、“京省驰名”的美誉，使他成为当时闻名全国的知名企业。总之，发达的工商业和便利的交通条件，使济宁成为山东西南部的中心城市，带动了周边农村商品经济的发展，反过来也进一步为城市的繁荣提供了条件。

历史上的德州，伴随着大运河的通行，至明永乐年间，已成为全国著名的工商城市之一。城内“车舟所会，名士所经，食货集散”，是当时水路的交通要塞、京杭大运河漕运要港和驿道的中继枢纽，城内集市活跃，官船贾舶、舆乘坐骑川流不息，素有“九达天衢”、“神京门户”之誉称。正是这种为适应南来北往各类人员的需要，德州逐渐由军事驻地转化成为商业城市。德州这种经济发展的特点决定了饮食服务业是其商业的重要组成部分，各种饭店客馆、零售摊贩极其发达，有些大饭店还能作高级酒席——燕翅席，锅饼、麻酱烧饼、烧羊肉等到处都有摆摊零售。乾隆年间德州城内有手工业作坊200余处，商号400多家，并涌现出许多名字号和名产品。手工业主要有烟草加工、药材加工、草编业等，如创办于清初的德州瑞兴烟店，主要收购附近德平、故城两县烟草，加工配制的旱烟、水烟、炒烟等几类产品畅销天津、济南；最早的药店颐寿堂，是明后期由河南沁县徐家在德州创办，药店前店后厂，自制膏丹丸散等，其人参再造丸、六味地黄丸和舒肝丸等行销北京、天津；农家编织的德州草编凉帽手工精致，名扬遐迩，远销四川、西藏、云贵等地。

山东西部与东部之间的商品流通有水路和陆路两条。水路有大清河、小清河作为运输信道，陆路则以省城济南至东三府的驿道为主干。在这条横贯鲁中山地北麓的东西陆路信道和后来开通的南北支线上，逐渐形成了一些重要的工商业城市，如济南、周村、潍县、博山、泰安等，从而构成了山东城市除去运河沿岸和东部沿海之外的又一串灿烂明珠。

济南至少有4000多年的文明史，古书记载“舜耕于历山之下”，说明当时的济南已经进入了农耕时代。《春秋》记载，公元前694年鲁桓公与齐襄公曾经“会于泺”，此处之“泺”即为现在的趵突泉，这说明当时的济南已经引人注目。秦始皇统一中国后，曾经在历山（今千佛山）脚下建城，谓之历城。当地遂有“先有历城，后有济南”之说。汉代初年，在东平陵城设立了济南郡，至此正式有了“济南”之名，取其乃古济水之南的含义。晋代永嘉年间，济南郡治由东平陵城移至历城，即现在济南市的老城区一带。明初，设立山东行省，济南始为山东首府，从此成为山东地区的政治中心。济南不仅历史悠久、地理位置重要，而且以秀美的湖光山色而著称于世，为历代文人墨客所称道。“四面荷花三面柳，一城山色半城湖”，这幅关于济南的大写意对联堪称绝唱，而“家家泉水，户户垂柳”则是对济南特色工笔细描的点晴之笔。元代于钦曾有《历山》一诗：“济南山水天下无，晴云晓日开画图。群山尾岱走东海，鹊华落星青照湖。”清晰准确地描绘了济南的山势走向。济南城内有错落如珠的珍珠泉、舜泉、散水泉、濯缨泉、孝感泉、芙蓉泉等等七十二名泉，所谓的“济南潇洒似江南”其神韵所系盖在于此。由众泉汇流而成的大明湖，春色扬烟，夏挹荷浪，为“江北之胜地”。明清时期，随着水陆交通的通畅，济南的商业和手工业有了较大的发展。由于济南独特的行政地位，是全省政治和文化教育的中心，商业以饮食服务业和文化业为主。靠近官署的院前、院东、院西等大街以及后载门、贡院一带，主要集中了一些较高级的旅馆、饭店、钱庄和金银珠宝店铺；布政司街一带，由于临近贡院，主要是经营书籍、文具的店铺；西边的芙蓉街则是眼镜、乐器等店铺的聚集地。城外南关和东关等基本属于普通居民区，集中着各种店铺和手工作坊，并且还有定期的集市贸易。趵突泉前门药王庙市场规模宏大，除了经营土布、丝绸、木器、铁器和剪刀针线等生活日用品之外，更重要的在于这里是各种中草药的集中交易场所，济南因此很早就兴起了一批老字号的药铺和药栈，比如位于大布政司街的创办于明代万历年间的颐寿堂药店，以及创办于清朝的南门外大街的千芝堂药店和全盛药店。其中千芝堂药店以专制妇科良药“保坤丹”而最为著名。据说千芝堂药店的创始人李润莹早年以乞讨为生，后来偶然得到一个药方，疗效

很好，广受欢迎。1666年在济南南门外大街开了一个药铺，采取前店后厂的经营方式，专门制造、出售成品药，远销北方各省。位于济南市西南100多公里处的东阿镇，自古盛产阿胶，是阿胶正宗产地，并拥有得天独厚的自然条件，因此阿胶生产世代相传，久盛不衰，素有“阿胶”之乡的美称，至明朝中期已达到“妇幼皆通煎胶”的鼎盛时期。清代，南北多家中医，慕名而来，诊病兼营阿胶，随之出现了多家规模较大的制胶作坊，如邓氏树德堂、涂氏怀德堂、于氏天德堂、王氏景春堂、庄氏东岳衡老药店等10余家宝号，各领千秋。除此之外，济南还有其它一些历史比较久远的店铺如隆祥布店、醴泉居酱园等。醴泉居由明末清初长青县赵家庄陈姓人创办，因济南七十二名泉之一醴泉而得名。醴泉居采用得天独厚的醴泉水来酿造酒类，并且选料精良，制作考究，生产出具有独特风味的白酒和黄酒，在济南独领风骚，并一度成为贡品，享有“醇方胜四海，高酒卖背巷”之美誉。

周村在明初仅仅是一个有着“居民三百家”的普通村落，据《周村商埠》记载，自明朝末年年开始设立集市，以农历四、九日为大集，沿袭不变。每逢大集，四方商贩麇集于此，熙熙攘攘，间巷为塞，生意格外兴隆。到清代周村商铺林立，贸易往来频繁，发展成为山东著名的工商业城镇，乾隆以后周村的商业经济达到鼎盛时期，被时人看作是可以与汉口、佛山等全国著名的工商业大城市相提并论的“旱码头”，是山东中部的生丝、茧绸、丝绸集散市场，设有丝织店、丝局、绸货店等，与烟台、潍县、胶州并称为山东的四大贸易中心。嘉庆年间“周村镇百货丛积，商旅四达”，附近各县的蚕丝、鲜茧、棉花、土布、琉璃、陶瓷、粮食等都运往周村销售。同时，外地巨资商人在周村设店者日多，清代中叶章丘旧军孟氏家族先后在这里开设了谦祥益、万福祥、泉祥、阜祥、瑞林祥、元祥、春和祥、鸿祥等八大祥号，经营茶叶、杂货、布匹、绸缎等，矜恕堂孟氏开办的鸿记布店在当地首屈一指，后来创办全国连锁商号的瑞蚨祥东家就是从周村贩卖土布起家的。山西巨资商人在周村开设票庄10余家，当地商人兴办钱庄、银号80余家，方便了本镇和外地商号货款的汇兑，活跃了市面。

潍县自古就有胶东走廊之称，是沿海与内陆联系的纽带，交通发达、商业繁荣，一年一度的山会成为各地商人出售或者批购货物的贸易中心，曾任潍县知县的郑板桥曾有诗句“两行官树一条堤，东自登莱达济西。若论五都兼百货，自然潍县佳青齐。”来盛赞潍县这种繁盛的商业经济。到明代中后期潍县就已经成为莱州府最繁荣的县份，著名的工商行业有粮食、盐、钱庄、典当、烟草、布匹、染料、瓷器等，其中实力最为雄厚的是盐业和典当。商业繁盛带动了多种多样的手工业发展，其中以棉纺织业和丝绸业最为普遍，而以铜器业、嵌银手工业和刺绣业最为著名。潍县商业街市繁多远远超过莱州府属各县，商人的势力相当雄厚，其足迹所至南达江淮，北至京师、盛京、吉林等地。同时由于城市商业的发展，潍县城内聚集了大批的士绅富商，反过来有进一步促进了城市商业和消费行业的兴盛，潍县有“小苏州”的美誉就是对这种城市经济繁盛程度的真实写照。

博山和泰安的工商业发展与其它城镇所不同。博山是由于工矿业的发展而兴起的工商业城市，矿冶、陶瓷及其琉璃制造业被称为博山三大产业。陶瓷业兴起较早，在明代就已经相当发达，成为山东陶瓷业的中心，可与著名瓷都江西景德镇相比。琉璃制造业始于明代中后期，产品种类繁多，其中的青帘堪称精品，而其它产品如佩玉、华灯、屏风等也是为宫廷所用的佳品，其行销的范围甚至超过陶瓷。博山所产的玻璃制品也非常精美，是全国贸易的重要货品。煤炭业到明清时期已经出现雇工数十人的中等煤窑，能够开采深至百米的煤层，形成一套复杂的生产组织和生产关系。泰安的商业发展更为特殊，它是岱岳祠庙所在地，众多香客、祈福者从各地赶来，络绎不绝，带动了当地经济的发展。万历年间泰安商业已经相当繁荣，为适应前来进香祈神的流动人口的需要而发展起来的商业、饮食服务业极其发达，酒肆、饭铺及摊贩众多，成为当地经济的一大特色。

东部沿海的商业城镇，因为与辽东半岛和天津遥遥相对，海路顺畅，所以贸易往来极其频繁，特别是海禁开放后，发展更是迅速。随着半岛地区经济的崛起，一批比较重要的商业码头如胶州、黄县等也呈现出经济繁荣的景象。“石桥东望海连天，徐福空来不得仙。直遣麻姑与搔背，可能留命待桑田？”唐代大诗人李商隐这首《海上》七言绝句，写的就是古胶州。胶州在北宋时期就是主要的对外贸易港口之一，也是北方唯一的外贸口岸。清代海禁开放之后，随着沿海贸易规模和范围的迅速扩大，胶州也成为山东各州县中商业发展较快的港口。伴随着商业繁荣，南来北往的货物从胶州运送到各地，胶州城市规模急剧扩大，成为半岛腹地重要的交

通枢纽、贸易港口和货物集散地，也是山东半岛南岸最重要的商业城镇。胶州商人以行商、银钱、典当三者为最，城南关之外有一条钱市街，金融业字号大多集中于此。黄县是半岛北岸最为著名的商业城镇，号称“东海富庶之区”，因为地理原因，黄县地狭而人口稠密，因此当地居民多以经商贸易为生，经商人口超过务农人口，其商业和贸易都比较繁荣，城内各类店铺星罗棋布，居民以从事银钱、典当业者为多，也有外出经商者，足迹遍至北方各省市。

总体而言，明清时期山东商品经济发展的程度和水平，无论从行业和地域来看，都呈现出极其不平衡的特点。就行业来说，主要集中在传统手工业、商业、酿造业、饮食服务业和中医药业等领域，与广大人民群众的日常生活的关系密切，并从中出现了一些经营较有特色、声名渐渐隆起的知名字号。就地域而言，这一时期山东水路运输的优势及京杭大运河的辐射作用，使得鲁西运河沿岸地区的商品经济和手工业较山东其它地区更为发达；中部地区和东部地区随着交通条件的改善，以及山东经济重心逐渐东移，一批新兴的工商业城镇逐渐崛起。上述情况使得山东各地商业城市中一些知名字号的出现与这些城镇的商品经济发展状况伴随始终。作为商品经济发展明显标志的商号、店铺、品牌字号，也正是因为有了这样丰富的沃土才得以崭露头角，数百年经久不衰，成为我们如今追溯山东老字号早期源流时不可绕过的重要篇章。但是从总体上看，明清时期山东老字号不是自然经济的对立面，更不是地主制经济的掘墓人。它犹如汪洋大海中的一叶孤舟，或者说是“沧海一粟”，在整个社会经济中起不了决定性的作用，更不可能改变社会经济的发展方向。从根本上说，只有山东社会经济结构与全国一样发生了现代化的转型，山东老字号才有可能迎来更大的发展机遇。

四、近代经济转型与山东老字号

山东社会经济结构的转型是伴随着中国早期现代化的启动而开始的。有的学者指出，现代化是“人类历史上最剧烈、最深远并且显然是无可避免的一场社会变革”。现代化的启动，大体上分为两种类型，一种是内源型的，主动的；另一种是外源型的，被动的。众所周知，山东经济早期现代化的启动属于外源型的，被动的。鸦片战争以前山东和全国一样，一直保持着2000多年以来就形成的封建经济的主要特点，自给自足的自然经济占据着主导地位，生产与交换的低水平重复，决定了山东经济难以依靠自身的力量产生内源型的变革，难以主动启动现代化。就像某人沉睡于漫漫长夜之中而需要外力的推动或刺激才能惊醒一样，山东经济由传统向现代化的转型也需要某种外力的推动或刺激。二次鸦片战争之后，不仅外国侵略者的枪炮声炸响于卧榻之侧，而且外国商品和资本挟着坚船利炮的余威，直接登堂入室，由贸易口岸向内陆腹地渗透，使山东传统的经济结构开始分解而出现了一些迥然有异的新变化。

鸦片战争以来侵入山东的外国经济势力是一柄双刃的利剑。一方面，它客观上为近代山东提供了先进的运输条件，改变了山东旧有的交通格局，引进了先进科技和设备，冲击了山东传统的经济结构，使之开始打破自给自足的封闭状态，而与全国经济乃至世界经济发生密切联系，并开始改变人们的思想观念。但另一方面，外国经济势力又是伴着血和火的历史进入山东的，它以外国坚船利炮为后盾，以不平等条件为护符，以雄厚的资金和广泛的特权为挹注，榨取山东人民的血汗，操纵了山东经济命脉，使山东经济现代化的发展空间限制于有限的范围之内。应该注意的是，虽然外国经济势力对山东经济现代化有某些刺激作用，但我们不应陷入“冲击——反应”的简单模式中，即不应认为外国经济势力的侵入是山东经济现代化起步的唯一杠杆，或以为山东经济现代化的进程只是单纯的被动反应，而应看到原有的山东经济也不乏有走向现代化的有利因素，尤其是在民族危亡的刺激下，山东人民焕发出的忧患意识和图强精神，以不同的方式主动迎接挑战，致力于工商农贸各业的发展与创新，这些才是山东经济现代化的根本动力。

鸦片战争以后开始的山东经济现代化给山东的经济结构、社会生活、流通体系、价值观念等带来了一系列深刻的影响，这主要表现在：首先，山东工业化已经开始起步。在一个封闭的农业社会里机器工业从无到有，它所产生的社会影响是不言而喻的，不仅给山东提供了前所未有的工业产品，改变了山东商品市场的走向，更为重要的是，作为“资本主义最典型的特点之一”（列宁语），工业发展在当时的情况下意味着引进了一种迥异于封建经济的生产力和生产关系，意味着产生了一种改变传统社会的根本性物质基础。

其次，对外贸易改变了山东原有的经济结构和商品流通体系。鸦片战争以后的山东对外贸

易，不仅输入了以前不曾有的新式商品，重新整合了贸易结构，更为重要的是，通过对外贸易而输入机器产品，实质上是变相地引进了新的生产力和先进的技术。就一般情况而言，生产决定了消费，但从辩证的角度看，消费引导生产。鸦片战争以来山东兴起的对外贸易，在某种意义上改变了原有的经济格局，推动了产业结构的变迁，还使得山东商品流通体系出现了新的内容和特点。例如，一些农产品和手工业产品逐渐脱离了旧的流通体系，由内销为主转为外销为主；随着中外贸易增长，洋货成为山东市场的主要流通商品，土货则因对外贸易的刺激而出口日增，品种增加；一些省内工业产品开始进入流通领域，渗入农村生产领域，同时一些农产品作为机器工业的原料而流入市场；商品流通除以口岸市场为起点之外，山东各地的商品流通向中心城市和工商业城市集中的倾向日益突出，越来越多的商品流向了中心市场和集散市场。上述情况说明，山东商品流通体系发生了显着的变化。

第三，各界倡导工商业及相关实业机构团体的设置，为山东经济现代化的起步提供了良好的环境条件。作为孔孟的故乡、儒家文化的发祥地，自古以来，“官不言商”、“官不言利”、“商为四民之末”，因而要“重农抑商”、“重农抑末”、“贵五谷而贱金玉”，这些千年的古训在人们的脑海里早已根深蒂固，使得商人在“士农工商”的传统社会阶层构成中居于四民之末，人格受到扭曲。而鸦片战争以后，山东官办企业、官督商办企业、官商合办企业的兴办，均以追求利润和讲求效益为指归，商民则通过经营企业获取利润而可进入主流社会，其社会地位获得了相关法律的保障，这些有利于人们从价值观念上认同“振兴工商”的重要意义。更为重要的是，山东各地商会等团体的出现，表明工商阶层已经开始有了自我关怀意识，而官府设立各种工商管理机构，则表明山东当局已经自觉地将倡导和保护工商视作重要的行政内容。这些均为山东经济现代化提供了制度性的保障，为工商业的发展营造了良好的社会环境。

第四，各种实业的兴办不仅具有抵御外侮、与洋人抗争的意义，而且还昭示了山东社会的未来发展方向。且不说作为山东经济现代化肇端的山东机器局的军火产品可以直接用于反侵略战争，其生产的兴衰取决于疆场形势的变化，即使是山东各地兴办的民用工商企业，同样也有“稍分洋人之利”，防止外人觊觎山东物产原料，堵塞经济利益外流的初衷和作用。从军事上和经济上防止外国侵略，由“求强”而到“求富”以实现抵御外侮，这是山东各地企业兴办的重要出发点。本此目标，鸦片战争以后山东各地在农业、手工业、工业、交通、外贸、商业、金融等领域均不同程度地出现了一些现代化的新气象，虽然它们规模狭小，力量单薄，远远不足以对山东传统经济形成整体颠覆性的冲击力，但考虑到这是在短短几十年里对千百年来所形成的经济体制进行的一次全方位的初步改造，其意义仍不能低估。尤为重要的是，它们作为新生事物，已跳出了传统经济长期低水平重复的怪圈，自身蕴含着可持续发展及引导社会迈上新台阶的因素，并且昭示了山东经济现代化的未来方向。

经济结构、社会生活、流通体系、价值观念等方面的转型，必然会引发山东各地工商业、老字号的变化和发展。大体说来，这些变化和发展主要表现在鲁西地区运河沿岸城市的工商业逐渐衰退，风光不再；胶东地区沿海城市迅速崛起，后来居上；中部地区因清末济南、周村、潍县三地同时开埠而重焕生机，老树发新枝。这种格局的形成与鸦片战争以后山东商路格局的改变也有着密切的关系。烟台港和青岛港的修建，胶济铁路和津浦铁路的通车，济南、周村、潍县三地同时自开商埠，改变了山东原有的交通格局和商贸体系，大大地提高了山东货物运输和商贸往来的能力。从某种意义上说，运河沿岸城市工商业经济的衰落，烟台、青岛、济南、周村开放与发展而带来的经济新气象，构成了晚清时期与民国初年山东工商业经济的基本图景，折射出同时期山东老字号的演变脉络。

贯通南北的京杭大运河对于山东产生过巨大的影响，它使得明代初期兴起于运河沿岸的鲁西城市工商业经济曾经辉煌一时。鸦片战争以后，由于战争的破坏、河道的淤塞和自身优越的地理条件的丧失，运河失去了原有的经济功能，数百年来沟通中国南北经济的大动脉从此中断，运河沿岸那些有过无数辉煌的商业城市迅速衰落了。与此相对应的是，山东新式交通迅速崛起，商贸信道为之大变。烟台港自19世纪60年代由法国人修建之后，因所处位置四通八达，占水陆运输衡冲之便，与北方诸港相比，具有气候温暖、冬季不结冰等特点，很快成为胶东与东三省、朝鲜东邻、西伯利亚之重要港口，从此山东货物有了远销外洋的第一条信道，可以免除借道其它口岸而造成的靡费与劳顿。青岛港于20世纪初由德国人修建，不几年便骏骛乎而凌

驾于烟台港之上，成为山东第一大港，1913年即居于国内第六大港的地位。胶济铁路于1904年由德国人修建通车之后，海关报告称：山东“过去负担不了的大车长途运输的费用的内地土产品，现在也有经由火车运到沿海港口找到销售市场，并且它们的产量也逐年都有增长。铁路沿线和深入内地的地方到处可以看到市场繁荣的景象。”稍后，由中、英、德三国合办的津浦铁路通车，它贯通南北，与横跨东西的胶济铁路相配合，从而为山东在新的层次上连接全国、走向世界提供了不可或缺的联络信道。

烟台作为山东第一个对外开放的口岸，在山东早期现代化和工商业经济转型过程中起过领头羊的作用。根据第二次鸦片战争中签订的《天津条约》，烟台于1862年开关征税，成为山东第一个被迫开埠通商的城市。由于自身的地理优势，自从开埠以来，烟台很快发展成为东部沿海地区重要的中心市场，吸引着国内外各路巨商纷纷云集烟台。外国商人在烟台开办各种洋行，以烟台港口为中转站从事土货、洋货的进出口活动；华商开办很多的商行，从事绸缎、水产、粉丝、花生、布匹、水果、杂货等业。一时间烟台城市商铺熙攘，贸易繁。到光绪末年，烟台出现各类商号大约有1000多家，主要从事棉布、棉纱、煤油、火柴、丝绸等商品的进出口贸易，较大的商号有大成栈、双顺泰、万顺恒、怡美、晋升、顺泰等等。中外商人在烟台除了进行商业贸易活动之外，兴办工厂企业也是他们主要的经济活动，如外商开办的李契曼船舶修造洋行、宝兴洋行、烟台纺丝局、烟台美商蛋粉厂，华商开办的协成机器厂、张裕酿酒公司、北洋烟草分厂等，促进了烟台船舶修造、打铁、榨油、缫丝和酿酒等工业的发展。这些工业既有山东传统的手工业，又有具有现代色彩的近代及其工业，特别是新兴近代工业的开办，进一步加强了烟台的经济地位，使之成为山东重要的手工业半制品制造中心。伴随着商贸活动的发展、制造业的兴盛以及人口的不断增加，烟台由一个小渔村而变为一个繁华的商贸重镇，并且对周边腹地产生了辐射影响，使之迅速走上了经济转型的道路。例如，烟台草辫出口业务的增长，刺激了周边地区龙口、潍县、登州、莱州等府县草辫编织业的兴旺发达；众多华商洋行在烟台开办购运丝绸业务，刺激了周村、昌邑、临朐等地生产和经销生丝、茧绸，机坊林立，商号众多。

在烟台近代以来的工商业兴衰史上，享誉百余年的著名老字号“张裕酿酒公司”是值得大书特书一笔的典型。根据考古的研究推测，葡萄酒的历史已经有6000年。尽管我国葡萄种植、酿酒的历史可以上溯到汉朝，《史记》和《汉书》记载，“大宛左右以葡萄为酒，富人藏酒至万余石，久者数十岁不败。”然而新式酿酒业开始于华侨商人张弼士1892年创办的“张裕酿酒公司”。张裕公司聘请奥地利人拔保担任酒师，引进国外的酿酒工艺和设备，以及120多个品种，最终酿造出具有自己风格的白兰地、红葡萄酒、白葡萄酒等产品，使我国的葡萄酒生产走上工业化大生产的道路。十几年以后，“张裕”成为中国“第一酿酒厂”，其“成熟香醇，色泽深浓”的产品在“巴拿马万国博览会”上一举夺魁，从此“张裕金奖白兰地”驰名天下，其盛誉至今经久不衰，在我国民族工业史上留下一个超越世纪的见证。

如果说，在19世纪末烟台作为山东对外开放口岸的唯一领头羊，曾经独领风骚近30年，那么青岛作为山东第二个对外开放的口岸，在20世纪初则充当了后来居上者的重要角色，并且产生了持久的重要影响力。如果说，烟台开埠体现的是外国资本主义通过商品输出和商品倾销的形式对山东经济进行渗透，那么青岛开埠则不仅意味着这种渗透的进一步扩大，而且表明资本主义开始通过开采矿产、修建铁路等形式加强了对山东的资本输出，其影响要更加深刻得多。开埠后的青岛凭借其良好的交通便利条件和商业经济的基础，再加上德国人的苦心经营，很快取代烟台而占据山东省第一大港口的地位。青岛的兴旺与海陆交通的发展相辅相成。德国占领青岛后，倾力建港口和修铁路。1904年胶济铁路通车，使青岛港口与山东一些重要城市和经济区紧密联系起来。1921年胶济铁路与津浦铁路在济南顺利接轨，把青岛与内地市场的联系扩大到山东之外的河北、河南、江苏等地，由此不仅直接带动了青岛城市的发展，也活跃了整个山东的商品经济和贸易。青岛由过去一个荒凉的渔村，发展成为一个现代化的美丽城市，各种工商经济建设掀起高潮，改变了山东经济发展的重心。在此背景之下，一批青岛老字号企业或商铺应而生，如出现了绸布业中的“谦祥益”、“瑞蚨祥”，餐饮业中的“三大楼”——“聚福楼”、“春和楼”、“三盛楼”，钟表眼镜业中的“亨得利”，青岛第一家影院——支西大戏院（后来改名为福禄寿大戏院、红星电影院）。20世纪30年代的青岛，中山路的中山路商业区已经形成，并以此为轴线辐射到周边的河南路、海泊路、四方路、北京路，形成密集的商业群街区，福禄寿大戏院（红星影剧院）、山东大戏院（中国影剧院）、春和楼、劈柴院、宏仁

堂、盛锡福、亨得利、国货公司、天真照相馆等老字号占据着中山路的黄金地角。中山路因为商品丰富，价格实惠，成为青岛人的“购物天堂”，去中山路购物成为岛城百姓生活中的“开心一刻”。当时的岛城人叫中山路为街里，有一首童谣：“小小子，逛街里，买书包，买铅笔，到了学校考第一。”中山路在岛城百姓心目中的普及程度于此可见一斑。当然，讲到青岛老字号绕不开“悠悠满百年，清香飘四域”的青岛啤酒。该厂于1903年8月由英国、德国人创办，取名“日耳曼啤酒股份公司青岛公司”（这就是后来闻名世界的“青岛啤酒”的生产厂家），最初虽然带有明显的殖民化色彩，但就其实质而言仍然是一家民族企业，最早采用的是德国工艺，但同时也融入了民族文化的血脉，延续至今成为青岛乃至中国的骄傲，它的命运与祖国近代百年的荣辱兴衰紧紧地联在一起。。

20世纪初年，山东内陆城市还发生了一件对齐鲁大地社会、经济、文化的现代化进程产生重大影响的大事，即1904年济南、周村、潍县三地同时自开商埠。相比较而言，这一事件对济南带来了更为深刻的影响：1，开埠后的济南形成了老城区和商埠区两个中心城区，犹如“双子星座”，使济南呈现出东西发展的带状形态而成为开放的城市，拉开城市跳跃式发展的序幕。2，开埠后的济南在原有行政、消费和文化城市的基础上，又增添了商贸、金融、交通以及生产等新的功能和特色，成为一个综合性的省会城市。3，开埠后的济南机器工业迅速发展，二三十年中建立起的机器工业生产能力和已经取代手工工业而占据济南工业的中心地位，其中面粉加工业跻身于全国“六大中心”之一。4，济南开埠以后，洋商洋行络绎而至，到1932年洋行、洋庄、洋店约有300家；济南民族资本的新式行栈行商也应运而生。占市场首要地位的已经不再是传统的国药、杂货、绸布、鞋帽、银钱“五大行”，而是集中于商埠区的土货输出和洋货批发，这种商品的双向流通改变了济南传统的商业结构。5，开埠后的济南商贸辐射范围南接宁沪，北达京津，东连胶澳，西及晋豫，远远超过了周村、潍县、临清、济宁，由美国学者所形容的“只能算做一个三流商业城市”而到民国初年发展成为华北商贸重镇和山东土洋货物的集散中心。6，开埠后的济南由于有着优惠的招商引资条件，引得外地商民纷至沓来，人口迅速增长，仅外国侨民1927年就有3439人；至于济南市民人数，1936年达442250人，为清朝乾隆年间的10倍。更重要的是，从事工商业的流入性人口增长迅速，1939年约有十万之众，占当时济南总人口的1/5左右。这使得济南人口发生了结构性的重要变化。7，在旧式水陆交通体系中，济南的交通地位既比不上运河沿线的临清、济宁，也不如陆运中心“旱码头”周村。开埠后的济南，随着山东新式水陆交通体系的出现，成为横跨东西的胶济铁路与贯通南北的津浦铁路的交汇点，并发展为山东公路运输的中心，交通枢纽地位日益显现，改变了山东全省的交通格局。8，济南自开商埠这一举措，表明山东当局已经清楚地认识到了发展工商业的重要性，而新开放的城区命之为“商埠”也说明工商业在这里获得了法律地位上的认可。更为重要的是，商埠区和老城区均设有商会，遥相呼应，并且商埠区的商会负有市政管理职能，这表明济南新兴的工商阶层已经开始有了自我关怀意识，这有助于人们改变价值观念。

开埠后的济南吸引了国内外无数商人在此投资兴办各种工商业。1904年，德国人创办济南第一家电影院——小广寒电影院，第一家西餐馆——石泰岩饭店；同年，济南第一处商埠公园（后改称中山公园）开始建设；1905年，庄钰、刘福航创办济南第一家民族资本工业——济南电灯公司；同年，由英国传教士怀恩光创建的济南一家自然博物馆——广智院对外开放，商埠区第一家戏院——兴华茶园（后改建为北洋大戏院）建成，军阀张怀芝在西关外创办济南第一家商场式市场——新市场；1906年，济南高都司巷出现的第一所外国洋行——礼和洋行分行，第一家外国银行——德华银行。……开埠之前就已经是济南繁华商业街的芙蓉街在这时更是如鱼得水，达到其商业发展的新一轮繁荣期，街上商家、富贾云集，各种商号多达140多家，裁缝铺、书店、照相馆、乐器行、眼镜店等一应俱全，许多商号堪称当时济南之最，成为名副其实的“金街”。此外，济南开埠后，对外开放和重商观念的形成促进了商业经营理念的变化，规模化、专业化、大流通代替了过去分散经营、个体经营的格局。随着济南城市经济辐射能力增强的局面，一批靠着艰苦创业、小本起家的资本家、商人趁势而起，逐渐发展成为在全国有着广泛影响的民族工商业代表，他们经营的企业、商号、店铺，饮誉一时，各领风骚，比如瑞蚨祥、振业火柴厂、玉谦旗袍店、三山眼镜店、燕喜堂、北厚记、宏济堂、汇泉楼等一大批工商业老字号，在山东乃至中国工商业文化史上产生过深远的影响。

总体而言，从清朝末年開始到抗日战争爆发为止，山东经济大体上保持着和全国经济同步发展的水平。清末新政的推行，使山东近代工商业揭开了最初发展的序幕；辛亥革命前后的抵

制洋货、提倡国货运动，为山东民族工商业的发展提供了广阔的空间；民国初年，伴随着政体革新，民族资产阶级因政治地位和社会地位而激发了投资于工商业的热情；第一次世界大战期间，西方列强忙于欧洲战场，无暇东顾，中国工商经济获得了难得的发展良机；中原大战以后，山东和全国一样结束了军阀混战的局面，迎来了经济发展所必需的一个相对稳定的社会环境。与此同时，作为国民经济发展前提和基础的交通运输业，在抗战以前的山东获得了长足的发展，特别是公路网络的建设，航空运输的初露端倪，弥补了原有铁路干线在穷乡僻壤地区及空中伸张能力方面力有不逮的缺陷，使得山东的交通运输形成了水陆空网络的初步框架，为商旅往来、货物流通提供了便捷条件。这一切，使得山东经济发展进入了“黄金时代”，完成了经济现代化的奠基和腾飞前的准备。

五、抗战以前山东老字号概述

根据统计资料可知，抗战以前山东的工业经济发展水平达到了旧中国的最高峰。30年代初的山东工业按其性质而言，大体上可以分为工厂工业与作坊工业2种，例如棉纺织业、机器造纸业、面粉业等，均为规模较大的工厂工业；榨油业、酱园业、酿造业、地毯业等，则多为作坊工业。按工业种类划分，则可分为纺织工业、饮食工业、化学工业、五金机器工业、日用品工业及其它工业，共计6类。除规模过小的家庭工业及家庭副业不计外，当时山东共计有各类工厂（场）10624家，其中饮食品工业最多，计3846家，占总数的36.2%，但规模不大，多为作坊工业；其次是纺织工业，共有3282家，占总数的30.89%，其中又以丝织业家数为最多；再次为其它工业1201家，其中日用品工业1094家，化学工业908家，五金机器工业293家。在工人构成方面，当时山东工人总数94902人，平均每家不过9人；至于各业每厂平均工人数，则以棉纱业为最高，平均每厂不少于1216人，由此可见棉纱业为山东规模最大的工业；此外，制蛋、机制砖瓦及火柴业，每厂平均工人大约在100人以上；再次为面粉、丝织、机器、造纸、制烟等业，每厂平均工人在50人以上。在资本构成方面，山东全省工业资本共计4315万元，平均每家资本4061.8元；在产品价值方面，共计1.1125亿元，其中以饮食品工业产值为最多，计6036万元，占总产值的54.26%，其次为纺织工业，产值3245万元，占总产值的29.17%，平均每家产值9890元。上述两项合计，占总产值的83.43%，可见山东工业偏重于衣食两项。就各业别而论，山东各种工业产值以面粉业为最高，计2337万元；其次为榨油业、棉纱业，制蛋业、生丝业、丝织业、粉丝业、酿酒业、电气业、铁工业、发网业、花边业、棉织业、酱园业、颜料业、柳编业等等。在工业产值的区域分配方面，依次为济南、青岛（含胶县）、烟台、昌邑、济宁、潍县、周村、临朐、威海卫、益都等。

与此同时，山东的商业和贸易也有了空前的发展。随着城乡商品流通的扩大、交通运输的发展和人口的增加，以及政府颁布实施了一些保护商业的政策、法令，山东资本主义商业经济进一步的繁荣。尤其是1931年“九·一八”事变以后，在全国“提倡国货”浪潮的推动下，山东出现了一些促进商业发展的组织。1932年10月，山东省劝业商场在济南设立，它以“提倡国货，振兴商业”为宗旨。1934年，劝业商场改为国货商场，一律出售国货。同时，山东还筹设国货批发所、国货陈列馆、国货公司及国货推销委员会。据1933年调查，除济南、青岛、烟台、威海卫、周村等都会商埠及主要市镇另有统计而在此不计之外，全省商业市镇共计有856处，所有商店约22000多家（潍县未详），市镇分布以潍县最多，计有23处，一般县份均在10处以上。值得一提的是，抗战以前山东形成了以济南、青岛、烟台、龙口、威海卫、周村、潍县等为代表的重要商业中心。

济南为山东省会，是山东、山西、河南3省出口土货最初集中市场，也是从青岛入口的

洋货进入我国中部市场的重要集散商埠。据30年代初调查，济南商业共有47个行业，1228家商店，资本共520万元左右，营业总额约达9135万元左右。青岛不仅是山东物产的集散中心，也是华北地区的贸易中心，全市各业商店公司行号共35种行业，5514家，资本总额约1.9亿元，全年营业总额达40.4亿元（内含银行、钱庄、典当、保险等业）。烟台有一般商业9种，商号417家，全年营业额约3328万元；特种商业及保险代理业24家，每年保险额约4000万元；报关行28家，每年营业额14.5万元；经纪业50家，每年营业额约470万元；典当业5家，资本额约6万元。龙口当时有杂货业100余家，煤业15家，行栈业4家，船票业2家，帆船业2家，其它木业、旅店业等各四五家。威海卫于1930年从英国手中收回，经过采取整顿金融、取缔商店滥发纸币、裁减地方税率等措施，商业略见起色，到1933年8月，计有钱业、出口业、海产业等行业13种左

右，每年营业额约250万元。周村全镇商店完全以买卖为业者计有727家，固定资本169万余元，营业额达1647万余元。潍县货物运入到站者为11万吨，货物发送出境者为9万余吨。

这时期，集镇经济发展出现了一个极为突出的新现象，即在其经济功能普遍有所加强的基础上，一些集镇的职能开始趋向专业化，且其商贸活动与区域内外市场密切相连。这有4种情况。其一，凭借有利的经济环境，发展成为商工并茂的都市型大镇。如长山县的周村镇。其二，凭借接近产地和良好的销售渠道及较大的销售市场等有利条件，发展成为以大批量集散农产品为特色并具备地域性市场功能之商业贸易型集镇，如棉花集散中心临清县城、桓台县的张店镇、滨县的北镇等；油料作物（主要是花生）集散中心泰安县的大汶口镇、胶县的王台镇、即墨县的金家口镇等；烟草集散中心潍县县城及二十里堡、益都县县城及谭家坊镇和杨家庄镇、临淄的辛店镇等；商品粮（主要是小麦）集散中心章丘县、泰安县、平度县、峰县的韩庄镇等。其三，凭借优势的地理位置和便利的交通条件，发展成为以中转贸易为主要特色的水陆交通运输枢纽型集镇，如寿光县的羊角沟、济南的泺口镇、黄县的龙口镇等。其四，凭借较丰富的原料来源和良好的产品销售市场，发展成为以成批生产和大宗集散手工业产品为特色的手工业型集镇，如以生产、集散土布为主的集镇潍县织布区等；以丝织业著称的集镇长山县的周村镇、昌邑县的柳瞳镇等；以草帽辫业著称的集镇掖县的沙河镇、新泰县的浮丘镇、潍县、昌邑县、宁阳县等；以榨油为和酿造业著称的集镇泰安县的大汶口镇、桓台县的索镇、安丘县的景芝镇等；以陶瓷业和玻璃制造业著称的集镇博山县的柳杭镇等。

山东的对外贸易有了较大的变化。抗战以前，山东共有7处商埠，设有海关者则仅有青岛、烟台、威海卫及龙口4处。据海关统计，山东各海关历年对外贸易，无论进口或出口均有逐年增长的趋势。在土货出口方面，以1933年与1868年（是年山东始有海关统计）相比较，增加了200余倍；若以1931年与第一次世界大战以前相比较，则增长幅度当在3倍以上。在洋货的入口方面，以1933年与1868年相比较，增加了30余倍，与1913年相比较，亦增加了2倍以上。就山东各海关对外贸易的具体情况而言，青岛跃居山东对外贸易的龙头地位，1936年，青岛直接对外贸易额为10628万元。

与晚清时期相比，抗战以前山东商业经济的发展在以下几个方面更加显示出现代化的气象：一、口岸城市、中心城市如济南、青岛、烟台等，在商品流通过程中居于更加突出的地位。二、商品流通规模较之于晚清开埠之初有了大幅度的增长。三、在商品流通结构上，以沿海城市为起迄点，土洋货物商品的双向流通已居主导地位。生产刺激着消费，消费引导着生产。这些不仅改变了山东原有的商业流通格局，推动了各类专业市场和中心市场的相继兴起，而且还催生了新需求、新市场，在消费领域、生产领域引发了一系列的连锁反应，从而刺激了工商业经济的发展。

伴随着社会的转型和工商业的发展，山东老字号风起云涌，迎来了全面繁荣的大好时机。除了上面简略提及的之外，各地出现的老字号犹如雨后春笋，群星璀璨，难以数计，迎来了空前的繁荣时期，其涉及地域之广，涵盖行业之多，是山东历史上从来没有过的。关于抗战以前山东老字号的繁荣盛况，根据上面的行业划分，举其荦荦大者，略作如下概述。

纺织工业

抗战以前的山东工业，大规模的新式工厂殊不多见，一般都是规模较小的作坊工业。在各种工业中，以纺织业最为发达。当时的纺织业包括棉纺业、棉织业、缫丝业、丝织业、针织业、发网业、地毯业、丝边业、花边业等，其中以棉纺业规模为最大。到30年代初，山东共有规模较大的华商机器纱厂4家，分别是：1、华新纱厂，1919年1月创办于青岛市沧口区，占地16.6万平方米，采取股份有限公司方式经营，资本270万元，成立时纱锭1.5万枚；2、鲁丰纱厂，1919年10月创办于济南城北林家桥，占地170亩，系股份公司，大股东为靳云鹏、王子春、田镜予等，资本186万元，纱锭2.816万枚；3、成通纺织股份有限公司，1932年创办于济南北商埠新引河畔，创办人为苗杏村、苗量垣、王冠东等，占地107亩，资本额定150万元，实收85万元，有纱锭1.5万枚；4、仁丰纺织公司，成立于1933年，资本150万元，纱锭1.2万枚。到1933年，上述4家华商纱厂合计资本756万元，除仁丰因尚未开工不计外，3家纱厂有工人4866名，职员199人，合计有纱锭87348枚，另外华新纱厂有线锭8960枚。上述3家华商纱厂的常年产量，19

32年度为85470担，1933年度为156293担。

与纺纱业从家庭手工业中分离出来的同时，织布业也开始从家庭手工业中分离出来，成为一个独立的工业（其中含作坊工业）。到1933年，根据实业部国际贸易局调查，山东全省共有棉织厂257家，一般规模狭小，分布在济南、青岛、章丘、邹平、长山、桓台、诸城、日照等99市县。青岛五福染布厂资本5万元，号称山东省最大棉织厂，其它各工厂资本大抵在数百元至1000元之间。各厂生产的产品为布匹、腿带、面粉袋、提花帏布、被单褥面、台布等，年产值总计约266万元。

山东缫丝工业分为蒸汽机缫丝、人力机缫丝两种情况，其中人力机缫丝大都属于农村手工业范围，此不述及。山东以蒸汽为动力的桑蚕缫丝工厂出现于1911年，主要集中在周村。至抗战前，山东规模较大的机器丝厂有4家：1911年周村成立的裕厚堂缫丝厂，拥有意大利缫机100台，国产卧式三节锅炉2座，年产厂丝30余箱（每箱100斤）；1912年成立的恒兴德缫丝厂，有意大利座缫机160台，兰开厦式三节锅炉2座，年产丝厂160箱；1919年成立的同丰丝厂，有意大利座缫机200台，锅炉2座，年产丝180箱；1924年成立的元丰丝厂，有仿日式缫丝机50台，仿日式改丝机18台，锅炉1座，年产丝50箱。到20年代末，据日本人调查，周村有较为先进的机器缫丝厂5家，青州有2家，共有丝车760釜，资金100万元左右。此外，尚有一些规模较小的机器丝厂，如周村的义泰昌、元亨、太公记、义丰德、新记等丝厂，博山有福恒等丝厂，益都有德昌福等丝厂。

山东针织业发轫较迟，起初仅为家庭手工业之一，济南、青岛、济宁、即墨、福山、滋阳等县，多有从事者。到1928年以后，才开始有济南的义和针织厂和青岛的明记针织厂两家工厂的成立，但规模较为狭小。进入30年代，除济南、青岛两市增加四五家之外，齐东、莒县、招远、牟平、高密、齐河、高唐、单县等地所成立的针织工厂，为数已超过10家，针织业开始兴旺。据1933年调查，当时有私营针织工厂14家，资本总额4.6万元。其中青岛新大纶针织厂资本3万元，有工人70名；招远的恒盛针织厂和牟平的天德针织厂各有资本过1000元，此外资本皆在800元以下，资本最少者只有200元。

另外，山东的地毯业、丝边业、毛巾业和发网、花边、刺绣业于民国初年均有一定的发展，但都属于手工作坊，尚无著名的老字号企业。据1933年调查，济南共有地毯工厂7家，广饶1家，惠民5家；济南、青岛两地共有丝边厂8家；30县的平民工厂织造毛巾，另外济南、烟台两地共有5家私人资本的毛巾厂。至于发网、花边、刺绣业，一般都属于家庭生产。

饮食品工业

抗战以前的山东饮食工业包括榨油业、酿酒业、酱园业、饮料业、制蛋业、面粉业、精盐业、制烟业、粉丝业、阿胶业、茶食业，以及其它饮食品工业等等，绝大部分属于工场手工业。老字号则主要集中在如下行业，分别叙之。

山东的饮料业属于新兴的行业，当时分为葡萄酒及白兰地酒业、啤酒业、汽水业3个行业。葡萄酒及白兰地酒由烟台张裕酿酒公司出品，前已述及。在啤酒业方面，除了德国人创办的青岛啤酒公司之外，华商丰泉啤酒公司有较大的发展，1930年改组为股份有限公司，添加资本20万元。公司有蒸汽引擎1部，马力48匹，系美国产品，价值1.2万元，柴油引擎2部，马力合计125匹，皆为国内制品，合计价值1.4万元，另有马达4架，共计90马力，共值3300元，冷汽机3部，为美国出品，计值9.1万元。据1933年统计，该公司有职员16名，工人87人。在汽水业方面，抗战以前青岛、烟台、威海卫均设有汽水制造工厂。青岛在1928、1929、1930年3年之中共开办汽水工厂3家，烟台于1930年开办1家汽水工厂，威海卫于1933年开办1家汽水工厂。此外，尚有崂山汽水公司1家，系外资创办，烟台丰泉啤酒亦出产汽水。总计各厂所出汽水，每年3.43万打，总值226万元。

山东制蛋业发轫于青岛，进入30年代后，主要分布在青岛、济宁、德县3地。青岛蛋厂以上海花昌公司青岛分公司规模为最大，有职员24人，工人413人，厂内备有来自国内外的先进机器设备，全年产值250万元。次为英商培林公司青岛分公司，职员20人，工人363人。复次为美丰洋行蛋厂，再次为华北蛋厂。另外，尚有德商经营的保和蛋厂。济宁蛋厂共有两家，天成

蛋厂开办于1919年，经过数次改组，1933年有资本1万元，职员4人，工人100人，厂内有德国出产的冷汽机，国内出产的柴油机，全部产品系代青岛鲁麟洋行制造。另一家济宁同兴祥蛋厂有固定资本15万元，流动资本5万元，职员15人，工人300名。德县蛋厂只有益兴存1家，成立于1916年，经过改组，1933年有资本5万元，职员50名，工人70名，年产值14万元上下。

抗战以前，山东的面粉业分为三类：机器面粉工厂、机器磨坊、旧式磨坊。其中华商新式机器面粉厂分处于济南、青岛、烟台、泰安、济宁、长山6地，共有面粉厂13家。济南华商新式机器面粉厂成立最早者为1913年创办于商埠纬三路的兴顺福面粉厂，资本5万元；此后济南新式机器面粉厂蓬勃一时，因价高畅销而获利丰厚，鼎盛时有丰年、茂新、惠丰、民安（后盘给成记）、恒兴（后改组为宝丰）、成丰、华庆、正利厚等9家机器面粉厂。济南“五三惨案”以后，营业大受影响，1933年尚存7家，资本额高者75万元，低者20万元。青岛第一家华商新式机器面粉厂为1924年成立的恒兴面粉厂，另一家为1928年成立的双蚨面粉厂，该两厂在1933年共有资本60万元，工人91人，年产87万包，产值250万元。烟台的瑞丰面粉厂成立于1922年，系股份有限公司，资本30万元；泰安的仁德面粉厂开办于1929年，系合资组织，资本5万元；济宁的济丰面粉厂1916年，后于1931年改组为无限责任公司，资本20万元；周村的民丰面粉厂成立于1932年，系合资组织，资本2万元。机器磨坊，即土法磨坊之改良、备有小型马达或柴油机、并有二三钢磨或兼备石磨者，计有高密的三义胜、泰昶均，潍县的华东，益都的天丰，沂水的振华，共计5家，均成立于1930年前后，资本总额2.2万元，属于小本经营。

精盐制造属于新兴工业。山东的精盐制造以烟台通益精盐公司规模最大，1932年有资本100万元，职员31人，工人200名，合计马力84匹，制造以粒盐为主，精盐甚少，共计年产30万担。此外，青岛的华商永裕公司也颇具规模，到30年代初有资本320万元，已收80万元，公司组织实行董事制，职员24人，工人117名，每年需用粗盐约10万担。

在卷烟业方面，到1933年除英商大英烟厂1家外，共有4家华商烟厂，分处于青岛、济南、即墨。从规模和资金的情况来看，大英烟厂居首位，年产近15万箱；山东烟厂次之，年产4000余箱，资金20万元；其余依次为北洋东裕隆烟厂（1930年创办于济南）、泰东烟厂（1933年创办于即墨）、青岛烟厂（1932年创办于崂山）。综合比较山东的4家华商烟厂，只有山东烟草公司1家稍具规模。

抗战以前山东饮食品工业除上述内容外，还涉及罐头食品业和制糖业。1933年前后，山东共有罐头厂5家，分别是济南的泰康罐头食品公司、烟台的东亚罐头厂、德丰罐头厂、福兴公罐头厂、振东罐头厂。烟台各厂资本最多者不过2万元，少者只有1500元，一般雇用职员八九人，工人自20余人至60余人不等。制糖业仅有青岛德茂糖厂1家，创办于1931年，资本1万元，职工3人，工人12人，年营业额24万元左右。

化学五金工业

抗战以前山东的化学五金工业包括陶瓷业、玻璃业、造纸业、烛皂业、漂染业、制茶业、火柴业、颜料业、面碱业、铁工业、铜锡业、造钟业、提灯业、锅底业等等。化学工业当中，属于近代工业产物的内容较多，而五金业则基本上属于传统的手工业。

在陶瓷业和玻璃业方面，1931年，山东省政府实业厅在博山创立模范窑厂，以资提倡，令当地窑户就近观摩。经营以来，出品中未尽美，但在制造方法上日求精进。据1933年调查，博山有窑厂5家，淄川10家，泗水1家，商河5家，邹县5家；资本最大者有7.2万元，资本最小者仅250元；其中使用机器生产者，只有省立模范窑厂1家，其余均用手工制造。山东玻璃业早在清末已出现了机械化的生产，民国以后曾有较快发展，但进入30年代后，山东玻璃业日渐衰颓，相继倒闭，能维持现状而不致倒闭者，全省只有6家，其中博山4家，青岛及济南各1家。上述6家玻璃厂共有资本2.6万元，其中资本多者不过8000元，少者不过2600元；在设备方面，除青岛亚东玻璃厂和济南中华魁略具规模外，其余皆为家庭工业。

在造纸业方面，抗战以前山东只有一家机器造纸厂，系清朝光绪末年创办于济南的泮源纸厂，后因营业失利而出盘，改名为成业纸厂。1919年成业纸厂又让渡给华兴造纸股份有限公司，时值抵制日货运动兴起，该厂营业颇佳。不久，该厂漏电失火，厂房机器付之一炬。1924

年该厂续招股本，增至35.6万元，恢复营业。据1933年调查，该厂面积约20亩，厂房约300余间，职员16人，工人69名，厂内设备有蒸汽引擎2部，马力约300匹，另有其它一些配套的设 备。至于手工造纸业，据1933年调查，全省有574家，皆附设于农民家庭之中。

在烛皂业方面，鸦片战争以前山东所燃之烛皆系柏油与蜡制成，所用之皂则用皂荚或者皂果代之。中外通商以后，山东之有烛皂工厂，以济南之兴华造胰公司为嚆矢。该厂创办于1914年。到1921年，烟台的源成泰皂厂续起，于制造洗衣皂之外，兼制香皂。此后，长山、临清、惠民、日照等地，陆续设厂。30年代初山东有肥皂厂15家，其中济南6家，日照5家，烟台、临清、长山、惠民各1家，资本总额13.2万元，每厂资本最大者为8万元，最少者仅80元，各厂工人最多者22人，最少者2—3人。山东烛皂厂的出品，以洗衣皂为主，济南的兴华、大兴两厂及烟台的源成泰皂厂，则兼制香皂。另外济南的泰华厂兼造洋烛，至于烟台的公盛、福利、宏源永3厂，则专制洋烛。总计山东18家烛皂厂，每年出品价值共计42万元。

在漂染业方面，山东向来不重视，清初山东染坊业皆为山西商人经营。直到清代中叶，章丘商人渐知染业本轻利重，开始设立染坊，影响到山东各地。清朝光绪年间，济南城内外有鸿生东、德和永、益丰泰、蚨祥永等手工染坊30多家。民国初年周村、宁阳、青岛、烟台有手工染坊数十家，潍县因土布业发达，洪兴号、全盛号、义兴号、复兴号等30多家手工染坊迅速崛起。1933年，全省共有手工染坊211家。机器漂染业于清末民初进入山东，在30年代初期，山东共有8家，其中济南2家，周村4家，潍县2家，共计有资本15.7万元，工人306名；厂内设备，各有引擎一二座，除潍县的大华厂有100匹马力的蒸气引擎外，其余皆使用柴油机作动力；总计8家漂染工厂主要设备约87座。济南、潍县两地的机器漂染厂，漂染布匹为大宗，每年所染货品约17万匹，染费约13万元，周村各染厂及济南隆纶厂，以染丝麻织品为主，每年所染货品约12.8万匹，染费约5.2万元，总计8厂每年漂染数量约29.8万匹，染费18.1万元。资本总额5.4万元。在线染方面，30年代有2家线染厂设在济南。

在机器轧布方面，山东直到20世纪20年代末才有之。济南最先开办者为久兴机器轧布厂（1930年），到30年代初，山东共有轧布厂12家，分布在济南、周村、潍县3地，其中济南有久兴、瑞生号、正大3家，周村有东和益、丽新2家，潍县有隆丰、德信亨等7家，其数量之多，说明了潍县土布业发达。

在新式制革业方面，据1933年调查，山东以济南最为发达，青岛、临清、潍县、烟台、泰安、临沂、即墨等地均有制革厂，招远、曲阜、宁阳3地有制革作坊20余家。当时济南有新旧制革厂20余家，如胶东、科学、仁和成、长顺等，资本均在1万元以上，配有马达、压光机、转鼓等机器设备。

在火柴业方面，国人使用欧洲输入的火柴大约始于清朝光绪以前，每年费银约数百万两。中国民族火柴工业开始于光绪年间，在民国初年两次抵制日货运动中，获得了发展的好机会。山东大量使用火柴，在民国以前都是舶来品，最早始于由德国人占领青岛后的倾销。1914年成立的济南振业火柴公司，此为山东民族资本火柴工业之嚆矢，资本50万元，规模宏大，机器、技师均聘自日本，雇佣工人达千名，出品“蜘蛛牌”硫化磷火柴，行销山东全省。随后，胶东的增益火柴公司、鸿泰火柴公司，青州的东益火柴公司相继成立。截至1933年，山东共有火柴工厂31家，其中华资工厂27家，日资工厂4家；华厂资本合计130万元，日厂资本合计100万元；华厂职员共347人，日厂28人；华厂工人5121人，日厂工人855人；华厂全年出产合计25.4万箱，日厂出产8.4万箱；日商4厂全在青岛，华商27厂则分布在青岛、济南、即墨、潍县、济宁、烟台、临清、益都、胶县、龙口及威海卫等处。华商火柴业与日商的竞争，成为当时挽回利权的一个典型。

山东颜料染色，自古使用土靛，自外洋化学颜料输入后，土靛销路一蹶不振。进入民国以后，山东始有设厂仿制化学颜料者。截至1933年，山东共有5家化学颜料厂，它们最早设立于1920年，最晚设立于1931年，分布在济南、青岛、潍县3地，共有资本43万元，职工241人，厂内使用机器制造者，只有济南的裕兴颜料股份有限公司和青岛的中国颜料公司2家而已，其余均用手工。上述各厂产品均以硫化靛为大宗，除行销本省之外，尚能运销豫苏冀晋陕甘6省。

山东食品以面食为主，大量需要面碱。山东面碱工业全部集中在烟台，据1933年调查，共

有福成、蚨顺成、瑞祥等8家面碱工厂，总计资本1.4万元，最大者每家资本3000元，最小者每家仅500元，职工总数46人，每厂多者6人，少者2人。面碱的原料为纯碱与水，纯碱为天津永利制碱公司及英商卜内门洋行出品，烟台8厂年需纯碱5500担。总计烟台8厂每厂平均生产量约为1.4万担，总价值4.8万元。

山东铁工业可分为机器制造业、机器修理业、铁锅制造业、铁器制造业、农具制造业、布机制造业、袜机制造业、铁钉制造业、缝针制造业、轧花车制造业、自行车制造业等等。机器制造与机器修理，为山东新兴工业，以济南、青岛、烟台为盛，威海卫、博山、高密、临清、夏津等地，虽有几家，但规模狭小，出品不多。20世纪30年代初，济南有11家，青岛有42家，烟台有7家，其它县有10家，共69家，其中以制造机器为主而兼事修理者共14家专事修理而无整件机器出品者共55家。铁锅农具制造，需要资本较大，工厂地点大都集中于济南、青岛、烟台、威海卫、博山、潍县、临清、滕县、日照、周村等繁盛之地，据1933年调查共有29家。织布机制造以潍县为最盛，到30年代初，布机制造工厂已有10多家，同时期济南有布机制造工厂2家。制造铁器工厂，山东共有18家。制造袜机工厂，济南有2家。制造轧花车工厂，临清有2家，济南、夏津各1家。铁钉制造厂，青岛有2家。截至1933年，山东铁工厂稍具规模者共有155家，资本总额254.6万元，职工5824人，其分布地点以青岛为最多，济南次之，烟台、潍县又次之；以行业而论，机器修理业最多，铁锅制造业次之，铁器制造业又次之，机器制造业及布机制造业更次之，其它每业不过数家而已。上述工厂字号名称繁杂，此处从略。

山东五金业涉及领域广泛，概而论之，除铁工业前已述及外，尚有铜锡业、提灯业、造钟业、锅底业4类。山东铜锡制造，由来已久，兴衰不定，主要集中在周村、济南、临清、济宁等地。据1933年调查，共有132家，资本总额6.6万元，工人794人，设备简陋，均系手工作坊性质。山东提灯制造厂，只有济南六合提灯公司1家，创办于1931年，资本2万元，职工56人。山东造钟业全部集中在烟台，抗战以前共有宝时（后改名为德顺兴）、永康、慈业3家造钟厂，资本8万元，职员34人，工人802人，每年出产1万余只，价值61.7万余元，销路极广，不仅运销全国各大城市，还远销南洋群岛。因当时我国时钟制造厂极少，烟台造钟业乃执全国之牛耳。山东锅底业在抗战以前只有2家，均设于济南，合计有职工52人。

矿业及其它工业

民国时期山东矿业主要集中在采煤业和采金业两个部门。山东煤矿分布甚广，全省计有10多个煤区，原煤藏量估计在16.7亿吨，矿区面积约1.32万公顷，其中采矿面积为1.08万公顷。民国以后，随着胶济铁路和津浦铁路带来的交通运输方面的便利，山东采煤业有了较大的发展。据1933年调查，全省共有煤矿公司35家，资本总额1538万元（其中有两家未统计）。以每家煤矿资本而论，峰县中兴煤矿公司资本最多，为750万元；其次为淄川鲁大矿业公司，资本250万元；另外，博山博东矿业公司及悦升公司资本也分别达160万元和150万元，但其中的鲁大公司和博东公司系中日合办。除上述几家煤矿资本较多外，其余各煤矿皆资本有限，甚至有少至数千资本者，例如章丘的惠元公司只有资本2340元。山东煤矿工人，除5家规模较小的公司未加统计外，共有18938人。山东煤矿产量每日约为8350吨，以大小煤矿每年开工280日计算，全年总产量约达230万吨以上。

山东黄金生产在全国占有重要地位，1935年山东设立了采金局，负责金矿的开发和签发采金营业执照，并开采招远、沂水等地的金矿。翌年，将该局撤销，另外组织了山东省营金矿管理委员会，下设采矿工程处，一面直接管理金矿生产，一面开展金矿调查。除上述工业外，抗战以前山东还有一些其它工业。如，印刷业，山东各县设有印刷所者约24县，共92家，每家资本大小不一，有的逾1万元，有的则仅有100元左右，合计资本总额21.7万元，工人693人，铅印机95座，石印机154座。电气事业日渐发达，到1933年山东有电气工厂19家，其中开工者16家，分布于鲁东8家，鲁南4家，鲁中3家，鲁西1家。按其营业性质，可分两种：一种是供给电力、电灯、电热，另一种只供电灯照明；在组织形式上，均为股份有限公司，除胶澳公司为中日合办外，其余皆由华商经营；在资金规模上，胶澳公司投资200万元，规模最大，其余一般在几十万元左右，投资规模最小者仅3000元，合计全省投资规模为438.8万元。自来水业，仅有青岛自来水厂。该厂大部分采用电力转动升水机，每小时送水能力为1732吨，1930年总送水量70多万吨，为历年最高。轧花业，1933年统计，滨县有轧花厂3家，临清有6家，两地资本总额20.8万元，职工总数

144人。此外，济南于1932年设立了中国棉花打包公司，资本30万元，成为山东一项新兴事业，大大方便了棉花的运输。砖瓦业，山东砖瓦历来用土窑烧制，1913年青岛祥利窑厂开设，集资2.6万元，成为山东机器砖瓦厂之嚆矢。此后，机器制造砖瓦业渐次发达，1933年，济南有机制砖瓦厂9家，青岛有3家，共计资本19.5万元，职员86人，工人1238人，每年产值52.4万元。上述工厂数量繁多，字号名称繁杂，此不一一列举。

1937年日本发动全面侵华战争之后，山东作为日军侵略华北的主要目标，饱受战火之苦。1938年徐州会战结束时，山东大多数城市、交通干线、战略要地等都落入日本人手中，作为山东工商业最为发达的重要城市济南、青岛、烟台等首当其冲，损失惨重。整个抗日战争时期，山东全省经济直接遭受战火的破坏以及伴随始终的疯狂掠夺和统制，沦为日本经济的附庸。曾经发展到一定程度的山东工商业经济严重地衰退，大多老字号失去了自由生存和发展的空间，先后被日本实行了军事管理，亏损、歇业、停业者不计其数。八年抗战结束后随之而来的国民党反动派挑起的三年内战，使得山东工商业经济在筋疲力尽的极限下仍然无法休养生息，多年的社会动荡使得山东老字号在奄奄一息中走完了自己的近代历程。1949年中华人民共和国成立后，经历了炮火摧残的众多的山东老字号，在崭新的社会制度下，面临着各不相同的历史命运。一些老字号重新经营，与时俱进，再塑辉煌，在新时代焕发了生机，金字招牌愈益闪光；有些老字号则大伤元气，从此一蹶不振，销声匿迹，辉煌不再；还有些老字号虽然重新开业，但时过境迁，今非昔比，在夹缝中惨淡经营，难显往日风采。老字号在当代社会中的三种不同走向，令人感慨而深思。

六、山东老字号的经营特色

山东老字号与全国老字号一样，从其形成时间和行业内容来看有两大源头：一类是鸦片战争以前所形成的完全依靠手工生产和传统经验而经营的作坊和店铺，一类是鸦片战争以后所形成的依靠机器生产和现代理念而经营的机器工厂和商号企业。山东早期的企业主要集中在手工业、商业、饮食服务业和中医药业等领域，与广大人民群众的日常生活的关系密切，虽然规模狭小，但在地域上分布广泛，在行业上涉及众多，它们凭借精湛的工艺、精美的产品和精益求精、细致周到的服务态度，拥有了良好的信誉、较高的知名度和众多的消费者，在数百年间保持长盛不衰。山东近代工商业出现较晚，但它们所具有的现代化特色为山东老字号增添了新的亮彩。19世纪60年代以后，在遭受外国资本主义的侵略、国家利权严重丧失的历史条件下，一些有识之士在工、商、金融和交通运输等行业中创办了一批新式企业。这些企业从组织形式、经营方式、业务内容等方面采用西方资本主义的模式，与传统的老企业有了很大的不同，成为山东老字号企业的另一重要组成部分。这些企业已经具有资本主义性质，不仅从事生活资料的生产与交换，而且从事生产资料的生产与交换，涉及到社会生活的更多层面，规模相对扩大，在国民经济中占有更重要的地位。虽然由于种种原因，这些企业未能使山东最终形成现代化的工商业体系，也未能形成足以改变旧制度的经济力量和社会力量，但它们带来了新的生产力，推动了社会经济的发展，挽回了部分利权，具有不可低估的价值和意义。无论是传统的还是近代的山东老字号，尽管它们各有千秋，经历过不同的风雨沧桑，但都拥有一些行之有效、可供借鉴的经营特色和管理经验，值得我们认真加以总结。

山东老字号企业的创办人或者经营者出身各不相同。很多传统企业的创办者大多来自农村，有的阅历丰富，有的略通文字，还有的拥有一技之长；而较晚兴起的新式企业的创办者的身分则更为复杂，既有旧式商人、手工业作坊主，也有官僚、地主，还有出身于洋行的买办；既有科举出身的秀才、举人和进士，又有新式学堂培养的学生，还有学有所成的留学生，以及在海外经商成功后回国投资的华侨。由于这些人的身分、学养、阅历以及知识结构、价值观念上的差异，造成了他们在企业经营理念和管理方法上的不同。同时，不同出身的创办人，不同性质的企业，不同的经营管理方式同时并存，相互竞争，相互影响，构成了山东老字号企业的特点。

山东的老字号企业大部分是私人资本企业，其中手工业、商业、饮食服务业、医药业、旧式金融业以及部分文化娱乐业领域的企业几乎全部是由私人投资创办，更多的体现出传统老字号父业子承的家族式经营特征。这种模式以封建社会特有的血缘关系为核心，具有最地道的中国传统特色。家族性的企业有一定的优势：企业的创办人有魄力、有威信，决策迅速，应变能力较强；家族企业中人际关系比较单纯，比较容易形成和谐的人际环境，家庭成员认同和忠诚于

企业，表现出巨大的向心力和凝聚力。但这类家族企业也有自身难以克服的天然缺陷：一是家厂不分、家店不分的现象严重，家族矛盾干扰着企业的正常运营；二是任人唯亲，不能吸纳优秀人才进入企业的核心决策层和管理层，体内自我循环不利于企业的开拓创新。一般情况下，家族企业的创办者能力较强，具有开拓精神，而守业者则保守、平庸，导致企业退化现象比较普遍。所谓的“富不过三代”就是对这种情况的概括。近代化的新式企业则克服了传统的家族式企业的上述弊端，任人唯贤的用人制度有利于跳出近亲繁殖的怪圈，而使企业“流水不腐”，长期充满生机活力；股份制的实施使得企业克服了人治的随意性，责权利的结合调动了各方的积极性，根据投入的情况而按比例获得回报事实上体现着某种平等的原则；追求经济利益最大化使得股东、管理者各尽所能，各司其责，有利于企业开拓创新。

重视人才，讲究人和，是山东老字号企业管理最显着的共同特色之一。万业以人为本，“天时不如地利，地利不如人和”，“得人才者得天下”诸如此类的千年古训，在近代山东老字号企业中得到成功的运用。传统的老字号企业深谙此道，注意形成良好的人际关系，营造和谐的经营环境，温情化、亲情化的人才管理笼络了一批精英。新式企业的经营者更是重视发现和培养掌握着现代科学知识和专业技术的人才，视之为决定企业命运的关键人物，注意从工作、生活各方面为其提供便利条件。人才的选拔与重用成为老字号发展史上的核心内容。例如：瑞蚨祥开业不久，孟洛川就拉来了长于商业管理的沙文峰担任瑞蚨祥经理，并亲自培训徒弟为进一步发展准备人才。玉堂酱园振兴的一大元勋梁圣铭原是店主的伙计，因有真才实学被店主不拘一格而提拔为总经理，制作出“味压江南”的玉堂风味小菜；酿造专家、经销行家陈守和被玉堂酱园慧眼识英才，担任总经理之后，拓展了产品销路，使玉堂酱菜挤入皇宫，成为玉堂品牌“名驰京省”的主要功臣。张裕葡萄酒公司在早期的发展史上曾遇到过技术人才方面的困境，几经选择，三易酒师，最终选中了奥匈帝国驻烟台领事拔保，为张裕产品享有“品重醴泉”的美誉而奠定了工艺技术基础。青岛华新纱厂重用技术人员，并聘用留学回国的纺织专业毕业生为总工程师，保证了产品质量。

建章立制、科学管理，是山东老字号企业能够稳步发展、规避风险的可靠保证。企业犹如一个小社会，“没有规矩，无以成方圆”，如果混乱无序则无法保证企业的正常运转，更谈不上创新发展。企业经营犹如逆水行舟，不进则退，需要有科学的管理使之与时俱进。山东老字号注意建立和完善各种规章制度，制定无数的铺规店约，以保证企业的制度化经营和科学化管理。例如，瑞蚨祥对铺规极为重视，强调店内人员必须严格遵守。该铺规用宣纸打上朱红格，再用毛笔正楷书写并镶进镜框挂在饭厅的正面墙上。其规定共27条，涉及：因私出门，必须向掌柜请假，说明理由及去址；同仁往家打行李，须经指定人员检查后，始得包裹；同仁之间，不能吵嘴打架，如有违反，双方同时出号；营业时间，不得擅离职守，不得交头接耳，妨碍营业，影响观瞻；对待顾客态度要谦和、忍耐，不得与顾客争吵打架；同仁必须注意仪表，无论冬夏，一律穿长服，不得吃葱蒜，不得在顾客面前打扇；柜上同仁不得在瑞蚨祥所在地区开设同类企业；在同仁中，挑拨是非致伙友不和者立即出号；结伙营私，要挟柜方者立即出号。济南亨得利规定：以经营业绩决定个人升迁；货物需有专人保管，随时清点；招聘职员需有两人担保；在财务方面，营业员和出纳员核对交账，因业务需要而动用支票者，需经理亲自签发。

重视技艺，强调利器，是山东老字号企业的一个显着特色。每一家老字号企业都以拥有自己独特的名优特产品或者操作者高超的技艺而著称，这些产品的优异质量和特色主要依靠独特的生产工艺、操作者的祖传秘法以及一丝不苟的工作态度来保证。例如，济南汇泉饭店的风味小吃“清油盘丝饼”，济南人俗称“一窝丝”，以其独特精致的制作工艺令食者难以忘怀。散文家梁实秋曾经着文赞叹说：“清油饼实际上不是饼。是细面条盘起来成为一堆，轻轻压按始成饼形，然后下锅连煎带烙，成为焦黄的一坨。外面的脆硬，里面的还是软的。山东馆子最善此道。我认为最理想的吃法，是每人一个清油饼，然后一碗烩虾仁或烩鸡丝，分浇在饼上”。山东饮食文化向来发达，在原料、器具、制作工艺以及文化内涵等方面特别讲究，食用、审美兼备，色、香、形、味俱佳，脍炙人口的鲁菜系列成为全国八大菜系之一。一般说来，那些独特的技艺不易掌握，需要操作者花费很多的时间和精力，因而轻易不外传，甚至在家族中也是保密的，世代单传且传子不传女，所谓“一招鲜，吃遍天”。众多的中医药老字号企业在药物的配方、选料、制造上尤为讲究。例如，济南宏济堂药店，从北京同仁堂请来了技师和工人，全部遵循同仁堂老例，本着“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢省物力”的传统，一丝

不苟地按配方规定制作，从原料进厂的挑选、分类、保管到蒸、炒、炙、煨，从配方投料到粉碎、研配都有严格的工艺标准和要求。瑞蚨祥的绸缎呢绒都在苏州定织，并在每匹绸缎的机头处织上“瑞蚨祥”的字样。瑞蚨祥的花色布匹，最受广大劳动群众的欢迎，因为它们都是用上好的棉纱交给作坊定织定染的，这种布缩水小，不褪色。“工欲善其事，必先利其器”。有的山东老字号企业注重关键技术的同时，还选用一些具有特殊质量用途的工具。上述特点使得一些山东老字号的美誉传诵至今。

严抓质量，注重信誉，这是山东老字号得以传诵久远的生命源泉。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。任何一家老字号之所以能够决胜于商场，甚至以小胜大，除了需要具备资金、规模、设备等方面的强有力的支撑，更重要的是它们的产品质量得到了广大用户的认可，赢得了千金不换的信誉。正因为如此，许多老字号不惜代价提高产品的质量以维护自己的信誉。张裕葡萄酒公司始终坚持“品质至上”的宗旨，在重品质轻功利方面的例子举不胜举。如，葡萄结果多，会影响酒的品质，为此公司在给葡萄剪枝时只留下可结五斤果实的枝条；再如，试酒之初，经内行人品尝，品质欠佳，公司毅然放弃前期已酿之酒，继续试制新酒；又如，当第一批白兰地、葡萄酒造好后，公司并没有急功近利地立即进行销售，而是将酒放在地窖的橡木桶中做长久贮存，历时18年之久，直到经上海大医院英人柯医生化验确认为滋养妙品，并认定张裕酒已经达到“成熟香醇，色泽深浓”的境界时，才申请商标注册并投放市场。济南宏济堂药店为了保证产品质量，在原料采购中，不怕价高，但求货好，真正做到采用上等地道药材，人参必须是东北吉林的野山人参，当归用的是甘肃岷县的，陈皮用的是广东新会的，即使是制药用的蜂蜜也是专用山东、河北产的枣花蜜，杜绝以假乱真、以次充好。

热情待客，服务周到，这是山东老字号长期以来所形成的优良传统。俗话说，“顾客就是上帝”，“买卖不成仁义在”。商品流通的终端在于广大消费者，他们的认可是老字号企业生存与发展的关键，因此热情周到的服务必不可少，这一点在商业、饮食服务业中尤为重要。山东的这类老字号一方面刻意营造温馨和谐舒适的经营环境，从门脸招牌到店堂布置，均着眼于吸引顾客，方便顾客，使顾客进商店有一种宾至如归、如沐春风的感觉；另一方面则为顾客提供详尽周到的产品性能介绍，当好顾客的购物参谋；同时讲究文明经商、礼貌待客，在接待用语、行为方式等方面都有严格的规定。商店员工不仅坚持“顾客为衣食父母”的理念，而且善于察言观色，根据顾客的不同需要提供恰到好处的服务。很多企业还长期坚持各种便民服务，如电话订货、送货上门，包退包换，缺货代购等，深受顾客欢迎。例如，瑞蚨祥在门市销售时，由一个售货员专门招待一位顾客，自始至终一包到底，而且服务态度好，对顾客一视同仁；另外，还为外埠顾客办理函购业务。济南汇泉饭店除了预定酒菜、包办宴席之外，还一直坚持送外卖的服务，大大的方便了顾客，树立了良好的形象。

强势宣传，借重名人，这是山东老字号塑造自身形象的一项重要举措。做买卖，靠吆喝，山东老字号也不例外，除了通过命名字号以树立企业形象之外，还通过商标命名、广告宣传、名人效应等多种形式扩大自身的影响。山东九鹤阿胶店就是抓住商标不放，大做文章，拼命吆喝，吆喝出名堂来这方面的典型。山东阿胶业早已驰名中外，畅销五大洲。平阴东阿镇的树德堂阿胶店、济南宏济堂药店熬制的阿胶都很有名，在此背景下，赵鹤（字九皋，四川重庆人）新创办的九鹤阿胶庄要想在济南站稳脚跟，实属不易。但是赵鹤不惜重金，抓住“九鹤”这个商标大做文章。九鹤阿胶的商标是以九只展翅高飞的仙鹤为图案，中间标着“九鹤”二字。这个图案寓意十分吉祥，而阿胶又主治妇科疾病，更给人锦上添花之感。赵鹤利用这个商标，再配上必要的文字，在省内外报纸上大作广告，长达半年之久。从此，赵鹤的九鹤阿胶名扬天下。为了强化宣传效果，赵鹤聘请济南皇宫照相馆的摄影师去东阿、阿井镇，实地拍摄了当地的山川地貌，黑驴吃草饮水和群驴放牧的镜头尽入画中，精美的照片配上文字，订制成小册子，装在九鹤阿胶的盒内以证明九鹤阿胶是山东的正宗产品。为了广泛宣传九鹤这个商标，赵鹤还印制了大量宣传品，在上海、北京、杭州、重庆、长沙等地散发，并雇用小乐队沿街宣传，效果奇佳，吸引了全国各地的大批客商，生意越来越红火。在产品的宣传方面烟台张裕做得也比较好。张裕早就有现代意识，不被“酒香不怕巷子深”的传统观念所左右，变换花样“广而告之”。公司在国内外分发精制册子、传单、名人题词等，展示张裕名牌酒的大幅广告在码头、车站频繁亮相，镌刻有“张裕”字样的特制餐具、酒杯分赠餐馆、酒楼。每到节日，大型卡车载巨型酒樽招摇过市，并将一两装白兰地样品酒沿途赠送过路人。借助这种营销方式，张裕这

块牌子逐渐在国内外叫响。青岛颐中更是具有很好的广告文化，其所属集团英美烟公司上海总公司有专门的广告设计部门，聘请专业设计人员为各地分公司制作产品广告。颐中的广告以其丰富多彩的形式，精美绝伦的图画，幽默风趣和独具特色的内容给消费者留下深刻的印象，在社会上有广泛的影响。现在仍然受广大吸烟爱好者喜欢的“大前门”，在二三十年代就已家喻户晓，颐中的那条“大人物吸‘大前门’落落大方”的广告语，简洁明快，为其深入千家万户起到了推波助澜的作用。除了各种实物广告之外，一些山东老字号企业还巧妙利用“名人效应”来宣传自己。济宁玉堂酱园就用“一两白银一字”的高价，聘请清末著名书法家项文彦为“玉堂”写下了融经营与艺术的结晶和广告宣传的杰作，并把它装饰在临古运河的迎门墙上，水字相映，光彩照人，引得南来北行的游人止步，成了济宁州的一景，既丰富了济宁的文化生活，又扩大了玉堂酱园的知名度。只有几年时间，玉堂酱菜的名声就传进了京津，“挤”进了皇宫。精益眼镜店也是利用伟大的革命先行者孙中山先生题写的、并加盖了印章署名的“精益求精”的匾额，借此提高精益眼镜店的声誉。

七、山东老字号的文化底蕴

纵观老字号的发展历史，我们可以认为，它们的成功不仅因为拥有过硬的质量、良好的信誉，以及多谋善变的经营策略，还因为它们自身拥有丰厚的文化底蕴。这些综合因素使得老字号企业能够在激烈的市场竞争中立于不败之地。美国L. 里格斯曾经说过：“企业声望是它们不同的管理哲学的表现，它们的成功是由于它们的哲学变成了现实。”他所说的企业“管理哲学”，我们可以理解成为老字号的文化底蕴。许多著名企业家从自己多年的创业过程中体会到竞争逐步深入的三个阶段：第一阶段是资源、技术和资本的竞争；第二阶段是市场、管理和人才的竞争；第三阶段是文化的竞争。我们甚至可以认为，文化底蕴在老字号中的价值贯穿于它们上述三个阶段的始终。立足于齐鲁大地的山东老字号，自古以来就承载着孔孟文化的传统积淀，近代以来又经历了新式思想的熏陶洗礼。旧学新知铸就了山东老字号的文化底蕴。

在谈到传统文化与工商经济关系时，人们习惯于将两者对立起来，殊不知，两者还有相通之处。不可否认，传统文化中含有大量的不利于工商经济发展的内容，如：大一统的政治、经济、文化观，不利于企业成为独立的经济法人；“不患寡而患不均”的平均主义压抑了人们的进取精神；过分强调群体意识不利于企业家的开拓进取。尤其是作为传统文化主流的孔孟文化充斥排斥和鄙弃商业和商人的话语，如，“重农抑商”、“重本抑末”、“重义轻利”、“重五谷而贱金玉”，等等，诸如此类。白居易诗称“商人重利轻别离”，以及俗语所言“无奸不商”，反映了人们对商人的不满和批评。在传统的士农工商社会阶层结构中，商人被视为四民之末。这些，都压抑了工商经济的发展。然而，我们更应该注意的是，传统文化中也含有大量的推动工商经济发展的价值资源，并由此形成了沟通儒学与商务，倡导义利合一的儒商文化、经营策略和经济伦理，其内容涉及：君子爱财，取之有道的金钱观；善抓机遇，勇谋智断的经营观；变易求通，推陈出新的发展观；求贤若渴，知人善用的人才观；以人为本，合义生利的管理观；顾客第一，服务至上的营销观；货真价实，童叟无欺的信誉观；等等。这些，大大地丰富了老字号的文化底蕴。

如果我们细细地品位那些老字号企业的“字号”文化，就会发现它们当中绝大多数都折射出中国人自古以来追求吉祥、平安、持久、发财的心理状态，以及求稳、和谐、凝重而又追求发达、变通的价值走向。有人曾经把老字号的命名归纳为56个常用字：国泰民安福永昌，兴隆正利同齐祥，协益正裕全美瑞，合和元亨金顺良，惠丰成聚斋发久，谦德达生洪源行，恒义万宝通大楼，春康茂盛庆居堂。这样的归纳往往多数是不分行业的，但实际上有些字的行业性比较强，如酒楼饭店多用“楼”、“居”，笔墨字画店多用“斋”，药店多用“堂”，粮店、车马店多用“行”等。有些老字号还在店铺两旁书写出精心构思的联语，或者是一些通用的对联，同店名招牌浑然一体，相得益彰，相辅相成。一个好的店名，可以影响人们的消费心理。另外，许多老字号店名的书写，都是出自名家手笔，以恢宏的匾额悬挂于门楣，这就更增加了其文化色彩和感召力，与书法艺术相结合，构成了一道风景线。大多数“老字号”融汇了各地、各民族的特色，显示出独特的经营之道，成为一种知名“品牌”。鸦片战争以后，由于时代的风云激荡，各种新思想、新观念层出不穷，伴随着社会发展而纷纷涌现的新式工商企业在确定命名字号时，或多或少地受其影响，于是乎，富国强兵、商战立国、变法维新、救亡图存、振兴中华、实业救国、民主科学、抵制洋货、发展民生等词语和概念，进入了新式老字号

的文化选择范围，从而使老字号文化增添了新的时代特色。

山东老字号与中国众多的老字号企业一样，大都拥有一个蕴含着企业独特价值追求或者体现企业个性的“字号”。这大概跟中国传统文化讲究的名正言顺有一定的关系，即所谓的“名不正则言不顺，言不顺则事不成”。孔令仁教授主编的《中国老字号》指出：与西方企业一般以人名命名企业名字有所不同，中国老字号企业的命名十分考究、更加丰富多彩和具有文化内涵。山东的老字号也具有这样一个特点。山东是儒家文化的发源地，以儒家的社会伦理道德和处世哲学为内容的字号，不仅是商家主要的价值取向，同时也是当时社会大多数人的认同基础。所以山东大多数“老字号”都将自己的文化内涵定位于此，例如儒家经典中“以仁为本”、“以庆为德”、“以和为贵”、“刚健有为”、“义利兼顾”等等的记述，以及儒家素来倡导的“仁、义、礼、智、信”五常，都成为传统商家标榜的招牌词语和生产经营中信奉的理念；很多商家还以儒家核心思想作为字号名称，以便获得广泛社会认同。纵览山东老字号的命名，大体上有这样几种形式：

一、根据企业或者产品的性质和特点命名。如烟台以“宝时”命名钟厂，既表示其产品用于计时，又暗喻其产品的准确可靠；济南文化用品店取名“石竹斋”，既点出其经销的商品属于传统文化范围，又表明这些商品与石刻、书写有关；济南阿胶、中药店命名为“九鹤”，除了将店主的名字暗嵌其中之外，更是向消费者宣示其产品能够使人至贵多福，延年益寿；济南“宏济堂”中药店的命名，含有通过药物而广济众生之意。还有的企业以“光明”来命名眼镜店，以“留真”来命名照相馆。

二、避忌求吉、祈求祥瑞，借企业字号的命名来寄托创办者的某种心愿。山东绝大部分老字号，都是按照这种原则命名的，如亨得利、恒丰、永安、永盛东帽庄、烟台公利副食商场、聚福楼等。烟台百年药店生生堂，门侧竖匾“生者大乾坤并寿，生则明日月常昭”，寄托着生生堂济世救生的良好愿望；泰安桃园春餐馆借用泰山三义柏形意和三国时期刘、关、张桃园三结义的典故，比喻宋、李、吴三人义气团结，志同道合，为大业而相聚携手，春则意味着饭店春机盎然，兴旺发达。山东老字号命名中用得最多的字便是“庆、丰、泰、祥、兴、发、安、利、顺、裕、荣、昌、源、盛、福”等，都是代表吉祥如意的字词。

三、以传统经典语义命名。如山东烟台醴泉啤酒厂，其字号命名采自《礼记》中“天降甘露，地出醴泉”之意；青岛首家清真糕点厂取“有志者事竟成”中“志成”为厂名字号；济南著名大观园商场借用著名古典小说《红楼梦》中的大观园之名；山东首家机制面粉厂的字号命名根据“瑞雪兆丰年”的古谚而取名“瑞丰”，暗喻其产品与农业收成有关；精益眼镜店取自《论语》“精益求精”之句，说明其产品能够使视力更加清晰准确。

四、以经典语义与吉祥心愿相结合来命名字号。如刘鹗在《老残游记》中曾记载济南府一家字号：“老残到了次日，想起一千两银子放在寓中，总不放心，即到院前大街找了一家汇票庄，叫个‘日升昌’字号，汇入了八百两寄回江南徐州（江苏省丹徒县——笔者）老家里去。”这里的字号“日升昌”，出自《诗经·小雅·天保》“如月之恒，如日之升。”以此来比喻事物方兴未艾，蒸蒸日上，而且店名中的三个字都含有“日”（“升”的繁体字上面有“日”），象征着本店日新月异，钱财天天向上掣。且“日升昌”书写起来比较简便，读起来也较响亮。

五、以诗句或对联命名。如山东德州包子铺根据宋代陆游诗句“山重水复疑无路，柳暗花明又一村”，字号取名为又一村。

六、体现民族精神和时代特色的命名。这类字号文化主要是在进入近代以后才开始出现的，与当时中国特殊的社会环境相联系。随着列强侵略日深，民族危机不断加重，振兴中华、实业救国成为一些企业创办者的直接动力，一些企业的字号命名就充分体现了这一点。如华新、裕华、建华等，均含有振兴中华之意。济南“振业”火柴厂则是振兴中华、实业救国含意的概括与提炼。德州华振茶庄取“中华振兴”之意。“五四”运动前后，伴随着新思想的传播、“民主”、“科学”、“共和”、“民生”观念深入人心，这些时髦话语被新式企业创办者干脆直接用来命名字号。

老字号企业的几种命名方式有时候还会被综合使用，如张裕，就是创始人张弼士先生依照自办企业取名的惯例，取“昌裕兴隆”的“裕”字，再冠以张姓；烟台著名锁厂取合伙人原先自己开办的程大钱庄的“程”字和精明表店的“明”字，合而得厂名“程明锁厂”；中国首家制针厂“冀鲁制针厂”因股东都是河北人，创始人尹致中为山东人而得名；济南南北货店以创办人徐咏泰、庄宝康各自老号的名字命名为“泰康”；“瑞蚨祥”借用了青蚨聚钱的典故，来表达既给人以祥瑞，又会多聚钱财的美好心愿。

总体来说，山东老字号企业的命名比较讲究典雅含蓄，寓意深刻，而且琅琅上口，包孕着丰富的传统文化内涵，体现出中华民族精神。而近代以后，很多老字号的命名趋向于通俗浅近，更多地体现了时代特色。与西方老字号企业的命名更多地以人名命名相比，山东老字号体现出更多的企业文化底蕴和价值追求。

山东老字号和全国各地老字号一样，代表着一方文化和一曲史诗，有的形成了代表当地甚至中国的一种诱人的魅力。山东作为历史悠久的“礼仪之邦”，东部原属商业文化比较发达的齐文化，西部鲁国又是中国两千多年前的儒家文化发源地，这就使得山东老字号的店名厂名、经营理念以及企业文化，无不深深地打上了“齐鲁”特有的烙印，展现出独特的风貌。有的时候，这种“齐鲁风貌”既是山东本土的，也是属于全国的。那些著名的山东“老字号”可以说是某一行业的历史见证人，代表着某一行业的一个意味深长的传奇故事，足以勾起人们对悠悠往事的沧桑回忆。它们的品牌效应，历时久远，不仅在当时人们心目中享有声誉，令人耳熟能详，而且还会影响下一代甚至几代人。那些独具魅力的山东老字号所拥有的文化精神，不仅使自身获利无穷，传诵久远，而且在全国也是某种企业文化的象征。如，济南“瑞蚨祥”的“货真价实，童叟无欺”经营传统，成为中国工商经济中诚信文化的象征；烟台“张裕公司”的非凡业绩，成为中国葡萄酒业扬名海外的民族骄傲；济南“振业火柴厂”抵制日货的经历，成为中国火柴工业历史上留下的一段佳话。还有一些山东老字号文化则蕴涵着人生哲理、社会阅历、价值观念，已经借助于文学形式和其他传播手段，深深地印刻在广大消费者的脑海里。

山东老字号门类齐全，在饮食服务、零售百货、中医药业、文化艺术和工矿企业等领域，都发挥着特殊的作用。山东老字号所包孕着的文化是一种特殊的文化资源，是山东古老文明和近代文化的标志之一，其兴衰沉浮反映出时代的变化，折射出商品经济发展的规律性，凝结着地理属性、民族精神、历史文化，具有巨大的、胜似万两黄金的无形资产价值。面对这笔珍贵的历史文化遗产，我们有必要在当今市场经济的背景下，予以认真的继承、总结和开发。一般而言，商品的市场价值可以分解为使用价值和文化价值（有的专家称之为观念价值）。前者体现为客观的具有一定使用功能的商品特性，后者是主观的可以体会和感受的无形附加物。有的专家指出，随着经济的发展，物质生活的丰富，人们购买商品时已经不再单纯追求其使用功能，而是日益注重商品与服务背后的文化价值。从一定的意义上说，山东老字号文化蕴涵着许多无形附加物的价值，值得我们去努力发掘。

八、山东老字号的当代命运

山东老字号有着几十年、上百年，甚至数百年的艰苦创业、苦心经营、历经风霜的光辉历程，在漫长的商品经济的大潮中塑造了一个个久负盛名、经久不衰、驰名中外的非凡形象。然而，历史的进程不是凝固的，星移斗转，沧海桑田，时代的变迁必然会给山东老字号打上深深的烙印，使之经历大浪淘沙般的洗礼。1949年以后，尤其是改革开放以来中国逐步进入市场经济时代以后，山东老字号迅速分化，呈现出三种迥然不同的走向：有的衰退败落，销声匿迹；有的老态龙钟，步履蹒跚；有的生机盎然，雄风不减。反差如此之大，令人深思。

从发展的角度看，一个老字号品牌是以一种文化的兴衰和社会经济的需求为生存基础的，如果它所赖以生存的基础已经消失了，那么老字号淡出历史舞台也在所难免。出于感情，面对那些历经沧桑、曾经为山东经济立下汗马功劳的老字号企业在市场经济发达的今天呈现岌岌可危之状，有的甚至破产倒闭，我们自然会为之扼腕痛惜。但认真分析起来，那些走向衰败的老字号企业难以再展雄风的原因却是多方面的。如，仅有一百多年历史的火柴制造业，曾经是山东民族工业中的佼佼者。1913年在济南建立的济南振业火柴公司，结束了山东依赖“洋火”的时代，振兴了山东民族火柴工业，在当时曾长期雄居全国同行业前列，并在青岛、济宁设立分公司，其产品行销全省各地甚至全国，有效地抵制了外国火柴业在山东的倾销，其行业规模也

较为可观。而如今，伴随着各个火柴厂纷纷破产，火柴全行业濒临被“消灭”的边缘，济南报业火柴厂在劫难逃，于1994年被山东渤海集团股份有限公司合并重组。这类情况的出现，我们不必伤感地去唱挽歌，而应该清醒地认识到：这是人类文明进步的结果，是历史的必然。因为电子技术的发明导致人类取火方式的改变，一度时髦的火柴不再是人类生活的必需品，况且火柴生产需要大量的木材，而木材又是人类需求颇多而供应不足的宝贵资源。因此从人与环境、人与自然关系的角度来看，火柴行业的衰落也许是必然的，代之以新的取火方式则是值得庆幸的事情。

另外一种情况则是随着人类生活节奏的加快，生活方式和消费方式的改变，加上生产中机械化、自动化程度的提高，使一些山东老字号企业在生产规模、技术手段、经营管理、市场占有率等方面遇到了一些新问题。“老字号”的发展历史一般都比较长，积累了许多广为传诵的营销理念，养成了一些已成惯性的企业行为，这些共同构成了企业的文化传统和经营特色，不可否认，这些为企业的生存和发展曾经作出了重要的贡献，可以看作是企业长期积累的宝贵财富。但是，凡事有利也有弊，过分厚重的传统理念和企业奉为不二法门的经营惯例也往往会因为不再适应新时代社会发展的需要而成为企业发展的沉重包袱和绊脚石。毋庸讳言，一些企业文化传统是在手工作坊式的生产实践中形成的，并且只适用于该种生产方式，在现代生产方式中它们很难起到推动企业发展的作用，还可能恰恰成为企业裹足不前、丧失竞争机遇的消极因素。有的墨守成规，不思进取，满足于以往的名气和声望，“酒香不怕巷子深”，“皇帝女儿不愁嫁”；有的观念陈腐，管理方法落后，凭经验，靠人治，无法调动各方积极性，企业缺乏生机活力；还有的设备简陋，手工作业，技术含量低，满足于祖传秘方，跟不上科技发展日新月异步伐。这一切，使得许多山东老字号所拥有的往昔辉煌难以在市场经济的大潮完成现代转换，金字招牌难免褪色，留下一个个渐行渐远的背影，甚至彻底从人们的视野中消失，把辉煌和繁华尘封在了人们的记忆之中。

当然，有些山东老字号并不受上述不利因素的影响，在风风雨雨的社会变迁中特立独行。这类老字号之所以能够永续经营，长盛不衰，是因为那些生产性的老字号企业拥有无法替代的特色产品。这些产品的生产技术，或者说核心配方是独一无二的，而且保密措施相当成功，无法被人仿冒、窃密。它们依靠独门绝技、家法秘籍作为安身立业的命根子。这类老字号或许可以作为特例，勾起人们对前人悠悠往事的无限遐想，让人去猜详其中的奥秘，但在当今社会它们仍然面临如何保持特色、发扬光大的时代课题。

沧海横流，方显英雄本色。可喜的是，一大批山东老字承载着往昔的辉煌，无愧于时代的进步，在弘扬优良传统的基础上，引进先进的技术和设备，采用新式的管理方法，生产出适销对路的产品，塑造出崭新的企业形象，使企业实现了空前的发展，在同行业中仍然独树一帜，饮誉中外。如，张弼士19世纪90年代创办的烟台张裕葡萄酒公司，精品意识代代相传，奉献出了一批又一批饮誉中外的名牌产品，为我国争得了唯一“国际葡萄酒城”的美誉，成为山东老字号企业中最璀璨且最具生命力的明珠。张裕公司不仅是民族工业史上的一面旗帜，留下一个超越世纪的历史见证，而且现在已发展成为亚洲最大的多元化并举的集团化企业，成为山东老字号企业扬名世界的标志和典范。诞生于1903年的青岛啤酒，历经百年风雨，在新的形势下，与时俱进，锐意创新，以其国际知名啤酒品牌形象成为青岛的名片和中国老字号长盛不衰的象征。青岛老字号亨得利，这个以经营钟表、眼镜而名扬各地的老字号始终不倒“架”，根本原因是它将老字号这一无形资产赋予了新内涵，始终以高档精品的定位来赢取消费者，并通过股份合作制改革激发员工积极性和主动性，利润增长在全国同行业中处于领先地位。济宁的“玉堂酱菜”曾以其精湛的加工技艺享誉国内，鲜、嫩、甜、脆的品质在消费者中有口皆碑，但多年来产品结构陈旧，包装粗糙，质量下降。企业改制后，确立了“再造精品，重塑形象”的方针，积极开拓市场，使老字号焕发了新的活力。类似的事例，不胜枚举。这些，不仅丰富了山东老字号的历史内容，更重要的是，为我们在新世纪全球化背景下，思考山东老字号的现实命运，探讨其未来走向，提供了有意义的借鉴。

在导致山东老字号企业逐渐衰退甚至消亡的众多原因中，忽视了品牌资产的培育和品牌管理是其致命之处。纵观全球，凡称得上世界级品牌的企业皆有一套长期、规范的品牌操作系统来积聚品牌资产，特别是国外的老字号大都是从一开始就是在发达的市场经济中产生的实实在在的现代企业，拥有大规模标准化的生产、统一的配方、统一的包装，同时还有专利制度等作

为保护和支 持，而我国老字号则大都起步于传统的私营家庭作坊，生存基础是自给自足的自然经济和发展并不健全、不完善的商品经济，奉行的是祖传秘方、前店后厂等形式，并没有经受过现代市场经济的洗礼，因而缺乏有效的品牌管理措施，在进入市场经济的过程中使得已有的无形资产大量流失，这不得不说是传统商业经营模式的一大弊端和悲剧。长期以来，众多的山东老字号凭借口头传播来建立声誉并囿于这种传统的沟通方式，限制了品牌传播的速度和广度，使老字号在当今快速的信息流和广阔的商业圈面前手足无措，不知所从。如今全球化已成为经济发展的一大特点，而品牌的国际化扩张则是经济全球化的一个重要标志。换句话说，在经济全球化趋势下，任何想要塑造强势品牌的企业都要实现品牌经营的国际化。这就需要老字号企业积极吸收国内外先进的东西，形成新的特色，使老字号焕发青春。

对在长期的传统社会环境中产生、成长和发展起来的山东老字号来说，在当今市场经济的浪潮中首先要解决的一个重要问题就是体制问题，尤其是在经历了建国初期的手工业、商业公私合营、社会主义改造、劳资关系变动等风风雨雨之后，一般企业大都习惯于靠计划经济吃饭。改革开放以后，这些企业面对风起云涌的市场经济一时难以适应，旧有的体制成为企业发展的主要障碍，尤其是对一些大型国有企业来说，形势更是十分严峻。对它们来说，实行资本的国退民进是发展的趋势，实现产权制度改革是企业走出困境、重振昔日风采的惟一选。因此，那些老字号企业必须抓住机遇，进行脱胎换骨式的变革，从过去手工作坊式的经营向现代化、规模化、产业化的经营进军。

山东老字号企业在长期的历史发展中，形成了自己独特而稳健的经营模式，从生产工艺、服务标准到职工信念、企业理念，无不渗透着“老字号”所特有的历史遗风。当今时代正面临着社会主义市场经济大潮的机遇和挑战，在现代生产方式、服务方式、消费方式的冲击下，山东老字号路在何方？这是一个值得令人深思的问题。概括而言，老字号企业必须把传统经营方式与现代生产技术、管理方法结合起来，找到其历史传统与现代经营的契合点，让企业的生产服务和经营方式既体现民族风格又符合国际标准，焕发出现代风采。质而言之，当代山东老字号应该走继承优良传统与不断锐意创新有机结合之路。

山东老字号的优良传统尽管各有千秋，不同行业各有特色，但使之得以代代相传下来却有着它们的共同奥秘，有的学者将其归结为“三大法宝”：一，工精艺高；二，制作精细，工艺独特；三，以德讲信，诚实待客。如果把自己长期形成的优良传统丢掉了，那也就不再是老字号了。但是，如果山东老字号只停留在继承优良传统上，而不思锐意创新，就会在社会主义市场经济的大潮下，在日益激烈的市场竞争中，经受不住冲击，使自己的金字招牌逐渐黯然无光，更谈不上金光闪闪了。因此，必须把继承传统与锐意创新结合起来，二者不可偏废。

山东老字号的锐意创新要在以下几个方面有所前进，有所突破：一，技术创新。如果老字号的生产技术仍停留在原始的手工操作水平上，显然会越来越不应当今新的科技革命的趋势。只有不断在传统的生产工艺方面加大新的科技含量，才会青春常在。二，经营创新。一些老字号应该从过去手工作坊式的经营向现代化、规模化、产业化的经营进军，从而适应现代社会的要求。比如，“青岛啤酒”、“张裕公司”在证券交易所发行A股，成立股份有限公司，扩大融资渠道，一方面在国内建立了营销网络，另一方面走向世界，开拓国际市场。三，服务创新。包括服务质量、服务态度、服务项目等主要方面的创新，这也是老字号在新形势下生死攸关的问题。有一些起老字号在激烈的市场场竞争中，孤芳自赏，不思进取，结果砸了自己的牌子，教训惨重。四，观念创新。这要求老字号首先要扔掉“老”的包袱，放下“老”的架子，摆脱“老”的束缚。如果倚老卖老、坐吃老本，那些曾经风光一时的老字号在当代市场经济的海洋中就有被淹没的危险。因此，老字号在观念上一定要牢牢树立竞争意识、风险意识、创新意识，才能适应新形势，抓住新机遇，青春水驻，源远流长。

我们深信：山东老字号在社会主义市场经济的发展道路上，只要坚定不移地把继承优良传统和不断锐意创新结合起来，它们的金字招牌就一定能够更加金光闪闪，永不褪色，再现往日的亮彩，增添未来的辉煌。

上一篇：李平生教授论著选登：城市现代化中的历史文化保护问题——以济南为例

下一篇：徐传武教授论著选登：试论牛女神话起源于母系氏族时期

山东大学文史哲研究院2006-2008版权所有 地址：山东省济南市山大南路27号山东大学文史哲研究院 邮编：250100
电话：0531-88364672 传真：0531-88564672 E-mail: wszyjy@sdu.edu.cn 本网站由新奥深公司荣誉承建