

百年老字号“救赎”调查

本报记者 李明德 文/图

核心提示

一座城市老字号的多少,与这座城市历史上的经济文化繁荣直接相关。3月22日,河南大学礼堂广场,一场关于“汴梁之味”在百年老字号展览展示,吸引了不少人驻足观看。这场别开生面的展览是该校大学生们通过3个多月的辛苦调查,整理出来的。他们渴望通过不同形式的展览宣传,唤醒大众对传统文化的记忆,关注保护百年老店及非物质文化遗产。

百年老店的生死存亡

午后,灿烂的阳光打在开封厚重的古城墙上,斑驳的光影折射出历史的沧桑。开封鼓楼,一条狭窄的胡同里,一位六旬老人守着一个简陋的毛笔摊位前,晒着太阳,茫然地望着步履匆匆的游客从他的视线中渐渐远去。时光就这样,在你来我往中一点一滴流逝而去。谁也不曾注意,眼前这个毛笔摊位,已经在这个古城存在了整整一百年。百年的风雨,百年的沧桑,镌刻下了几多故事。这个曾名扬四海的“邱文成笔庄”如今,走到了生死存亡的边缘。提起邱文成笔庄,很多人都以为是创始人的姓名。其实这只是一个店名,但这个名字凝聚着制笔艺人对笔庄未来的美好期望。1884年,邱志和出生在黄河北岸长垣县的一个贫苦农家。迫于生计,他13岁便来开封跟随一位南方人学习制笔。勤奋的他很快掌握了制笔技术,而且平时还要两个人一起干的活儿和水活儿,他一个人就能干下来。在店中,他既是徒弟又是师傅的老师。17岁那年,他向老师辞行,



说是要回家侍奉年老的父母。慈祥的老师早已看出他已奋斗创业的想法,故作严肃地对他说:“哪儿也不能去,你今后就在开封落户了。”其实老师已经给他把在杏花街找好了店,并对他说:“毛笔代表文具,成代表成功,送你个字号,就叫‘文成’。”从此,“邱文成笔庄”的名号一喊就是百年。当年,开封制笔的店铺有十余家。刚刚自立门户的“邱文成”,凭真材实料和质量逐渐成为开封有名的笔庄,店址也迁到了繁华的南书店街。到了新中国建立初期,邱文成笔庄已由邱志和的小儿子邱信堂主持。此时,“邱文成笔庄”已经成为闻名豫东的金字招牌,多少有名望的书画大师案上都可见邱氏毛笔。在不久前刚作古的邱信堂家中,仍然保存着祖传的制笔工具。这套自制的工具看后令人惊叹:木制的平板、竹制工具被汗水浸得油亮,铁制的刻刀刀背虽黑油油的,但刀刃仍雪亮如新。据邱信堂的儿子邱宏修讲,每一支精美毛笔的诞生都要经过磨、沤、整、梳、绑、坠、装、焊等70多道工序。看着院里如实木车轮般大小绑成捆的竹竿,箱子里珍藏几十年的优质狼毫,再看看邱宏修已经变形的粗糙手指,不难想象制笔人的艰辛和坚韧。邱文成笔庄于1956年公私合营并入开封墨社,邱信堂和妻子也随之入笔墨社当了工人。后来,邱信堂又被调到文化玻璃厂、市灯泡厂。其间,邱信堂又被抽调出来,带着十几个人专门做毛笔。毛笔由市文化用品公司包销。“那时候,生产多少支毛笔,文化用品公司收多少,多少都不够用。”邱老先生告诉记者。1985年,当时龙亭工商联的干部找到邱信堂,鼓励他将“邱文成笔庄”的招牌打出来。邱信堂当年5月10日重新挂出了“邱文成笔庄”的招牌。邱信堂与老伴此时已双双退休。从此,两人在徐府街面积只有十余平方米的小店一干就是20年。当时,很多书画家都到店里购笔。不管是名人还是普通学生,邱信堂都认真接待,制笔力求精益求精。邱信堂曾说:“我一辈子与竹子打交道,对竹虚心实理儿明白得很。”邱清鸽、邱宏修是邱信堂的大女儿和小儿子。邱清鸽从小跟着父亲学制笔,说起来也有30多年了。现在,用毛笔的人越来越少,笔庄的生意很清淡,而且由于笔店所在的区域即将拆迁,负责店面管理的邱宏修不敢再增加投入。“其实,现在卖毛笔还没有直接将店面租出去划算。”面对两难境地,邱宏修说,“老店之所以还在维持,就是觉得笔庄是开封文化的一环,我守着的不单是祖传的手艺,更是咱开封文化魂,我不愿意‘邱文成笔庄’的历史在我这里结束。”

古城百年老字号现状

北京民谣唱曰:“头戴‘马聚源’,脚踩‘内联升’,身穿‘瑞蚨祥’,腰缠‘四大恒’。”老北京人的生活离不开老字号。同样,在七朝古都开封,“第一楼”的包子、包福记的糕点、王大昌的茶叶、张麻子的刀剪等

等这些难以计数的老字号,也曾渗入了老开封人的日常起居。老字号见证了一个城市的历史,它本分、公平、货真价实的品格深受百姓信任,它背后的人文、历史、轶闻、趣事令人开怀,发人深省。城市是皮儿,老字号是馅儿,有没有味儿,全在馅儿的功夫。开封曾作为宋都,历经九帝,人口逾百万,富甲天下,繁荣达一时之盛。此后至民国时期,开封长期为河南首府或省会,名流商贾云集,涌现出了很多大商家,现在传承下来的老字号,大多肇始于清末民初。鼓楼广场,开封市最为繁华的地带,闻名全国的开封夜市就在此处,这里老招牌特别多。又一新饭店、第一楼包子馆、马豫兴桶子鸡、王大昌茶庄等老字号都坐落在这条街上,默默诉说着鼓楼街曾经的繁华。老字号,是传统儒家文明和近代商业文明结合的产物,它面上显示出的是诚信经营,童叟无欺,骨子里透透的是义利、修身。因此,一座城市老字号的多少,与这座城市历史上的经济文化繁荣直接相关。而传统的老字号,大都集中在传统日常生活的各个领域,如餐饮、小吃、刀剪、土杂等,开封也不例外,如又一新和马豫兴。又一新饭店称豫菜大师的黄埔军校,始建于1908年,原名“又一村”,被誉为正宗豫菜第一家,是当时官商名流出入的场所。1923年,康有为题写匾额。1945年,为纪念抗日战争胜利,更名“又一村”。

如今面临拆迁的命运。包福记糕点仅存一匾牌,原址已变成书店。这些存活了百年的老字号缘何会没落呢?一位当地领导分析,老字号之所以难以继续辉煌,主要面临四重困境:首先是体制障碍,老字号原来大多数是国有中小型企业,普遍背负计划经济体制留下来的包袱,无法轻装上阵。其次,老字号基本上都是劳动密集型产业,产品附加值低,技术含量也低。再次是产权问题不断。许多老字号所有权和经营权分离,经营者放不下手脚,有不少老字号连商标都没有注册。最后就是城市建设与改造加快,常常让老字号挪位。但在当地官员看来,老字号是开封一宝,它不仅见证了这座城市的兴衰,也是老开封人的情感归宿。开封规划在西城区建老字号一条街,提供良好的经营环境,减少税收,加大扶持力度;还计划将老字号的退休员工纳入社会养老体系,减轻它们的负担。老字号作为民族商业的精华,振兴老字号已被开封提上了议事日程。

百年老字号的“救赎”

老字号值不值钱?这是个问题。有人说现在导入一个全国性品牌,需耗资上亿元,因此声震八方的老字号很值钱。有人说时下的老字号经营不善的居多,工艺落后,产品简单,管理混乱,产权不清,已经是明日黄花。支持者认为老字号本身就是块金字招牌,不能糟蹋了,需要发扬光大。反对者认为老字号能否生存,应该问市场,不要人为干预。但是,不论怎么说,老字号在历史上和现实中总是客观存在,也总有其可贵处。那么,除了品牌价值,什么是老字号真正的财富?中国经济史学会会长经君健曾说,老字号的存在动辄以百年计,所以如此有生命力,在于它以诚待客。表现在生产环节,就是货真;表现在销售上,就是价实。货真价实,童叟无欺,诚信经营,这种商业文化发人深省。有时这种诚信超乎想象,近乎传奇。100多年前,有位名叫陈其昌的商人开了家货栈,有个人在他那里存了一批货。结果一等十几年,那人再没去取。当有人劝陈其昌把货处理了时,陈不为所动。后来,那人的后代前去取货,发现完好无损。其实,从法律上说,十几年早就超出了存贷的期限,陈其昌完全可以不承担保管的责任,但让他这么做的也许是道德上的责任感。或许有人要问古代商人难道就不是为了赚钱?他们认为,道德云云,不过是沽名钓誉,是赚钱的手段。对此,一位受访者举了这样一个例子。1887年,晋陕豫三省大旱,到处颗粒无收,



持续3年,人畜饿死不知多少。由于无马可用,一位专门从事茶叶贩运的常姓商人损失惨重。但就在此时,他宣称要耗资3万两白银,修建戏台。周围乡亲,不论是谁,哪怕能搬动块砖头,就可以获得一日三餐,不致饿死。旱灾持续了3年,工程也持续了3年。最后花了多少银子,谁也没有计算。人们方才明白,修戏台是假,赈灾是真。而之所以不打赈灾的名义,是为了让受助的乡亲有尊严地吃饭,不认为是施舍。这位商人认为,不能沽名钓誉,名誉和财富是日常修身的副产品,常姓家谱上有人的一句话:持义如崇山,仗信如介石。而明朝人士王现,对修身和赚钱的关系说得更为明白:夫士与商,异术而同心,故善商者,处货货之间,而修高明之行。是故虽利而不污,利以义制,名以德修。在传统商人那里,经商赚钱不过是修身的一种途径,不能为赚钱而赚钱,更不能昧良心钱。这种集诚信、义利观、名誉观于一体的传统商业文化和商业伦理,也许正为时下商人所缺失。当西方人用严密的法律和契约规制商业交往中的各种漏洞时,我们老字号的创始人,却用道德和人格的力量构建了同样有效的商业平台。学者余秋雨感叹道:买卖者之间尽管有法律保护,但空子很多,所以道德很重要。老字号往往是靠经营者个人的人格操守变成人与人之间的契约,又变成群体性的人格操守,成为商业的平台。也许,这才真正是老字号留给我们的最大财富。所以,百年老字号的“救赎”再次引得众人关注。

新闻时评

编辑 陈培营 杨怀锁 电话 67655289 E-mail: cpyy@163.com

打造的诸葛故里 有悖于历史文化价值

16日在北京梅地亚国际会议中心举行的新闻发布会上,山东沂南县长王常胜向媒体介绍说,该县借助“诸葛亮故里”的文化带动效应,去年以来,总投资额超过15亿元人民币,打造诸葛亮故里,其中包括,今年投资1.8亿元建设诸葛亮城;投资3.5亿元科学整合诸葛亮文化旅游区;建成了纪念馆、集会、服务等功能于一体的城市综合性广场——诸葛亮文化广场。(4月16日中新网)作为历史人物,诸葛亮实在是太有名了。因为太有名,所以地方上的施政者才愿意将他当牌打。“文化搭台,经济唱戏”,已是一出“老戏”,“老戏”常演,就离不了花样翻新。诸葛亮是文化符号,还是一个可以往“经济唱戏”上贴的标签。诸葛亮“搭台”,为的是在这个消费时代,消费他这个古人。真不愧是大师笔,诸葛故里本身因具有厚重的历史感,已非常利于“经济唱戏”,打造一下,就投进去了十亿钱。这能不说,诸葛亮有福了?不管有福没福,有一点可以肯定,古人诸葛亮万难想到他的故里在他千年之后是这样用重金打造的。应当说,历史不是打造出来的,文化同样也不是打造出来的。历史和文脉依赖于积累,而不能靠打造。历史是一种存在,尽管它也可以融入现代文化的创意。打造诸葛故里,缘于施政者的利益冲动。这种冲动所能带来的文化效应只能是一时的,而不可能是长久的。诸葛故里的一切历史遗迹,都延续着历史的生命,都是活着的文化。而一切新的打造,因是假的东西,因是一种捏造,所以不会有丝毫的历史文化价值。也就是说,历史与文化都是命运、灵魂的载体,而打造出来的东西都只能是一种无用的物质堆积,都不过是过眼浮云。有网友感叹:用这15亿解决民生问题,诸葛亮会更高兴。人们知道,无论是在历史中,还是后人在对那段历史的演义里,诸葛亮都还是一个精神符号。在对诸葛亮的评判中,人们看重他是智慧化身,而不是活着的还是他鞠躬尽瘁、死而后已的精神。三国时期魏臣刘晔说:“诸葛亮明于治而为相。”明于治是一种人生境界,明于治在于洞晓世事,明于治在于其人拥有责任、诚实、毅力等品德。明于治的人不可能瞎折腾,不可能不顾民生、投巨资建劳民伤财的形象工程,不可能有浮躁之心、做任何事情尽从贪念出发。打造诸葛故里,怎么看都是对一种历史与文化价值的绑架。这么做,只能算是小聪明小算计,而非智慧的选择。对诸葛故里,需要的是细心的呵护与保护,就是运用一些现代性的创意,欲达到吸引人纷至沓来的效果,也要有高明之举。在这些方面,过去的一些施政者已制造了不少的“杯具”,若对历史与文化价值不心存敬畏,现今的施政者还要再去做愧对先人、贻害子孙的事情,情何以堪,理何以堪。可以问一句:还有多少历史与文化的本钱,能供如此的挥霍,如此的糟蹋。 今语

时事漫画:病人不是资源



对他人设置陷阱是制造人人的困境

如今越来越多的人喜欢上了旅游,对于旅游来说,吃、住、行、游、购、娱是它的六大要素,出门旅游,游其实图的就是心情愉快,但是对于有些旅游者来说,六大要素当中的购物却让人吃了不少的苦头。人们常常可以看到这样的现象,花了高价,却买到了一堆假冒伪劣,退货又难上加难。(4月20日深圳新闻网)人们外出旅游,奔的就是旅游吸引物及组合在一起的服务,也就是旅游产品,旅游产品还是什么?是旅游经营者提供给旅游者购买的完整的旅游经历,其中,购物是很重要的一个环节。旅游者在对旅游产品的选择中,有许多可怕。他们怕吃不好住不好,怕出现安全问题,等等,而购物陷阱更让他们们伤透脑筋。旅游市场消费陷阱,是心存不良之良人想方设法向旅游者卖当,挖个坑儿埋他们。在旅游消费上,不是少数人,而是多数人都被假货坑了。市场买卖,本应是守信的、公平的、诚实的,但在一些消费场所,却变成了买卖双方的一种博弈。买家没有卖家精,可想而知,在陷阱设置者的多种欺诈手段之下,消费者往往是铤而走险。假冒劣货售卖者的行为目的,全在于一个东西:暴利。是暴利让这些人心眼儿歪,是暴利让他们变成鬼。对于旅游者来讲,花高价买到假货,已属不幸,但不幸后面还有接踵而至的更多不幸,他们还要退货,几乎门儿都没有。他们缺少对退货的支持;既缺少合同的,也缺少法律法规的。没有办法,只有自认倒霉。可以说,一个充满消费陷阱的市场,是最糟糕最无前景的市场。消费陷阱,除了伤害消费者,伤害最大的还是旅游业发展本身。同其他的行业陷阱组合在一块儿,它还在社会上制造这样的恶性循环:人人都是他人的陷阱,最

食品安全要对监管者实施监管

今年3月以来,食品安全频频出现问题,不但有瘦肉精,而且紧随其后又有染色馒头和毒豆芽,以及用牛肉膏把猪肉变成“牛肉”。更让人不解的是,每次出现食品安全问题众多监管部门没有一个主动承担责任,而是一个个像躲避瘟疫一样推脱自己的责任。洛阳出现毒豆芽之后,可以说农业、工商、质检、卫生、公安等多部门“躲猫猫”才是食品安全的最大隐患。最近,通过各种媒体曝光出来的食品安全监管缺位现象,充分说明了解决食品安全问题的关键症结,在于如何对负有监管责任的多家政府监管部门实施有效监管。从目前情况看来,我国的食品安全法规不能说不健全,有一些短板现象不足为怪。如果监管部门能够认真履行其职责,法规方面的短板是可以得到及时纠正的,绝不会让短板一直短下去。所以,以笔者看来,食品安全仅有健全的法律法规是不行的,仅靠企业自律也是无望的。通常情况下,要想让法律得到认真贯彻落实必须加强监管,监管的责任就是把在监管中发现的问题加以不折不扣的纠正,对违规的企业和企业主依照法规予以处罚,并追究企业和法人代表应承担的法律责任,而绝不是让监管者在监管中睁一只眼闭一只眼,成为“打瞌睡的懒猫”。在食品安全监管中,不允许监管者“放水养鱼”,不允许“权力和金钱联姻”通吃。只有失去对监管部门的监管,才会出现诸如“放水养鱼”、“权力和金钱联姻”,以及“懒政”;只有失去对监管部门的监管,食品安全才会频频出现问题。因此眼下最要紧的事,应尽快给负有食品安全监管职责的多家政府部门确定一个能够管得住它们的“婆婆”,再也不能让这些多家监管部门由着性子自由发挥下去。只有有了管住这些众多“媳妇”的“婆婆”,食品安全的监管才会真正发挥它应有的职能作用。我们绝不可怀疑对监管部门实施监管的重要性。然而,国务院设立的国家食品安全委员会不能只是食品安全工作的协调部门,而应当负有对监管部门实施监管的责任,其组成人员也不能是各监管部门抽调的兼职工作人员,不能既是运动员又是裁判员。总之,只有建立在监管部门认真履职的前提下,食品生产经营企业才可能对国家的法规产生敬畏;只有建立专门机构对负有食品安全监管的职能部门实施监管,职能部门也才会认真履行,不敢在食品安全监管工作中消极怠慢。只有有了好的监管体制机制,国家颁布的各种食品安全法律法规才不会成为“摆设”,食品生产经营企业才会主动承担起食品安全的主体责任,广大人民群众才会对政府产生更多信任,才会真正吃上安全放心和有利健康的食品,进而使食品安全在道德方面继续滑坡。所以,把食品安全的监管工作做成“马前炮”,比坐等企业违法出现问题食品、依法追究法律责任或判处企业法人代表刑的“马后炮”更有诸多现实意义。 喜林