

<<浙江老字号>>

图书基本信息

书名：<<浙江老字号>>

13位ISBN编号：9787308085267

10位ISBN编号：7308085260

出版时间：2011-5

出版时间：浙江大学

作者：戎彦

页数：436

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<浙江老字号>>

内容概要

老字号，是一个个辉煌的称谓，是很多人生活中深刻而又美好的印记，是几代人的艰辛和传奇，是一部催人奋进的历史，是活着的商业教科书，更是一座城市的文化记忆。

《浙江老字号》将带你走进浙江老字号的世界，路过一个又一个承载着先人辛勤汗水与沥沥心血的招牌，了解它们的前世今生，品味它们的文化内涵。

我们将从杭州出发，去往绍兴、嘉兴、湖州、宁波……在一次又一次的驻足仰望中，眼前熙熙攘攘的城市会逐渐静谧、厚重。

逐渐真实、立体……

《浙江老字号》由戎彦编著。

<<浙江老字号>>

书籍目录

秘字号源流

貉老字号——城市的文化地标

爱浙江老字号

杭州

医药

胡庆余堂

民生

方回春堂

朱养心

张同泰

万承志堂

许广和

华东医药

保和堂

叶种德堂

餐饮

楼外楼

知味观

山外山

奎元馆

杭州酒家

素春斋

西乐园羊汤饭店

皇饭儿王润兴

多益处酒家

天香楼

食品加工

万隆

致中和

五味和

翠沁斋

恒泰

老大昌

陈源昌

颐香斋

蒋同顺

小热昏

景阳观

鸿光浪花

天目山

徐同泰

翁隆顺

九指神

东坞山

严州干菜鸭

<<浙江老字号>>

西湖牌
工美
王星记
朱府铜艺
日用品
张小泉
潘永泰
船牌
天竺筷
服务业
信源
解百
小吕宋
广合顺
亨达利
采芝斋
边福茂
太极茶道
九芝斋
制造业
毛源昌
邵芝岩笔庄
利民
大桥牌油漆
文化艺术
西泠印社
胜利剧院
外贸
塔牌
烟草
利群
化妆品
孔凤春
保健品
李宝赢堂
寅丰参行
丝绸
都锦生
轻工
富泉牌
绍兴
食品加工
沈永和
会稽山
同兴
女儿红
成亨（食品）

<<浙江老字号>>

古越龙山

仁昌记

鉴湖

天姥春

协和

善元泰

咸亨(酒业)

松盛园

丁大兴

餐饮

咸亨酒店

医药

震元堂

光裕堂

鹤年堂

服务业

越王

一百

嘉兴

食品加工

五芳斋

三珍斋

西塘

龙牌

群欢

斜桥

工美

丰同裕

蓝茂丰

医药

钟介福

湖州

制造业

王一品斋笔庄

食品加工

丁莲芳

震远同

周生记

野荸荠

诸老大

老恒和

乾昌

医药

慕韩斋

永昌

温州

食品加工

<<浙江老字号>>

擒雕牌

李大同

潘瑞源

同春

服务业

温一百

五味和

金三益

医药

老香山

叶同仁

餐饮

县前

金华

食品加工

雪舫蒋

公盛

东阳酒

章恒升

丹溪牌

医药

太和堂

九德堂

天一堂

仁寿堂

保健品

寿仙谷

丽水

工美

龙泉官窑

沈广隆

千字号

龙泉宝剑

万字号

南宋哥

金字号

服务业

文翔金桂

兴泰隆

食品加工

惠明

衢州

食品加工

邵永丰

清湖

医药

滋福堂

<<浙江老字号>>

餐饮

聚丰园

保健品

王德裕堂

舟山

食品加工

陈德顺发记坊

裕大、六狮

佛顶山

倭井潭

医药

存德堂

台州

保健品

台乌

食品加工

同康

万昌酱园

华顶山云雾茶

医药

方一仁

阜大

方同仁

宁波

服务业

楼茂记

升阳泰

正童

食品加工

味华

赵大有

冯恒大

王升大

恒利

毛龙

王永顺

缸鸭狗汤团

制造业

黄古林

医药

四明大药房

寿全斋

附录一“浙江老字号”认定办法

附录二浙江省“中华老字号”名录

参考文献

后记

<<浙江老字号>>

章节摘录

老字号——城市的文化地标 老字号是一个个辉煌的称谓，是很多人生活中深刻而又美好的印记，是几代人的艰辛和传奇，是一部催人奋进的历史，是活的商业教科书，更是一座城市的文化记忆。

这些沉甸甸的品牌，是中华民族经济发展的见证者、记录者和传承者。

老字号大多脱胎于近现代工商、手工业者，多诞生于明清，交通发达、商贾云集、文化底蕴深厚之地往往是老字号最多的地方。

可以说，老字号和一座城市的文明是相伴相生、共衰共荣的。

一座城市老字号的数量可以折射出这座城市的繁华程度，也可以衡量出这座城市的“分量”与根基。

老字号是商业文明的载体，但其价值已经远远超越了商业的范畴。

用市场经济的重在当下经济利润的法则来评价老字号，未免有失偏颇了。

老字号的存在动辄以百年计，当中蕴含的集诚信观、义利观、名誉观于一体的传统商业文化和伦理，正是时下的商界所缺失的。

而老字号传承下来的传统特色、地域特色，更是一种文化资源和文化景观。

俗语说：“不懂天文地理不足为将，不谙风土人情不可作商。”

这些老字号所记录的风土人情，这些可圈可点的人、事、物，都让老字号成为城市一张张极具价值的名片。

城市都在变大、变快、变洋，城市的商业文化和特征正在趋同化，城市正在失去个性。

我们不排除现代化，只是不希望城市在现代化的过程中失去自己的灵魂。

不同特色、行业的老字号以各具特点的经营和传承之道，汇聚成一个城市独有的文化魅力，成为一个城市的地标。

保持一个城市的特色和保护与传承好这些老字号密不可分，老字号记载着城市的发展变迁，是城市文化底蕴和魅力的集大成者，而这些具有浓郁传统气息的老字号也是我们向现代文明发展的底气。

老字号的文化传播功能是其最珍贵的功能之一。

有人曾说，老字号学徒睡过的一块门板都是蕴含文化的，这绝不是玩笑话。

老字号的店名、店招、楹联、店规、故事、街谈巷议、绝活绝技绝品、建筑、发展史……无一不是文化的。

文化本是虚幻的，历史本是遥远的，有了这些老字号，我们的文化和历史便具体可感了。

20世纪90年代初的时候，约瑟夫·奈首创了“软实力（soft power）”的概念。

软实力不是通过强迫，而是通过导向力、吸引力、仿效力而产生影响力，软实力中文化的力量是至关重要的。

在信息化时代和文化创意产业蓬勃发展的当下，文化更是爆发出了前所未有的力量，“软”实力是实实在在的“硬”力量。

我们在互联网上查找“企业寿命”，可以看到如下的数据：美国《财富》杂志曾载文说，美国大约62%的企业寿命不超过5年，只有2%的企业存活达到50年，中小企业平均寿命不到7年，大企业平均寿命不足40年，一般的跨国公司平均寿命为10~12年，世界500强企业平均寿命为40~42年，1000强企业平均寿命为30年。

日本《日经实业》的调查显示，日本企业平均寿命为30年。

《日本百强企业》一书记录了日本百年间的企业变迁史，在百年中，始终列入百强的企业只有一家。

有数据表明，中国大型企业的平均寿命为7~8年，中国民营企业的平均寿命只有2.9年……有了这些数据的对比，我们应该能够更为清楚地认识到老字号的价值，认识到其长久生命办的艰辛与珍贵。

“中华老字号”（China Time-honored Brand），是由原国内贸易部认定的中国大陆的老牌企业。根据中国品牌研究院的调查，新中国成立初期，全国“中华老字号”企业大约有16000家，涉及餐饮、医药、食品、零售、烟酒、服装等行业。

但是，由于种种原因，老字号企业经营不善，频频破产。

1991年全行业认定中，有1600余家榜上有名，仅相当于新中国成立初期老字号总数的10%。

<<浙江老字号>>

这时的“中华老字号”企业，70%经营十分困难，20%勉强维持经营，只有10%蓬勃发展。

为振兴“中华老字号”，时隔十多年之后的2006年4月，国家商务部发布了《“中华老字号”认定规范（试行）》，表示在三年内由国家商务部在全国范围内认定1000家“中华老字号”，由此揭开了全社会保护和发展的老字号的大幕。

尽管老字号的新发展有着太多的难处，但全社会的关注和行动已经让我们看到了很多卓有成效的措施，也有很多让人欣喜和欣慰的成果。

国家商务部在2006年认定了首批434家“中华老字号”，之后又在2010年8月公示了703家“中华老字号”，两次认定共计1137家，具体分布情况如下表所示：而在图表（无“中华老字号”省市未列入）中，我们能够明显地看出“贫富不均”的状况，北京、天津以及东南沿海一些省市的数量远远高于其他地方，特别是上海，总数高出第二名北京64家，之后分别是北京、江苏、浙江，数量都超过了90家。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>