

河南省老字号发展研究

袁瑞英

(黄河水利职业技术学院,河南 开封 475004)

摘要:早在远古时代,河南省就出现了老字号的雏形。河南老字号在春秋战国至隋朝时期孕育并缓慢发展,在唐宋元明清时期,出现长达千年的繁荣,建国后经历了大的衰退。目前,河南省中华老字号与发达地区相比发展明显落后。中华老字号在省内的地域分布和产业分布都很不平衡。传承和发展老字号,应从两个方面做起:政府要转变观念,发动一切社会力量传承和保护老字号;老字号企业要有创新意识和品牌意识,主动学习进步,适应社会发展需要。

关键词:中华老字号;河南省老字号;发展过程;千年繁荣;急剧衰退;地域分布;产业分布;创新意识;品牌意识

中图分类号:G642.42

文献标识码:A

文章编号:1008-486X(2013)03-0098-04

0 引言

河南省在历史上长期是我国的政治、经济、文化中心,先后有20个朝代建都或迁都于河南,中国有八大古都,河南就拥有其中的四个,即九朝古都洛阳、七朝古都开封、殷商古都安阳和商城郑州。这些为老字号在河南的产生发展提供了良好的条件。

1 河南省老字号的产生和发展

1.1 河南省老字号的起源

河南省是中华民族的发祥地之一。早在远古时代,中原人民就创造了著名的“裴李岗文化”、“仰韶文化”和“龙山文化”。在河南省浚县仰韶村发现的距今5000~6000年的仰韶文化遗址中出土的红陶器上,常有彩绘的几何形图案或动物形花纹^[1]。在我省出土的公元前2000~3000年前商周时期的钟鼎等青铜器上,就铸有文字和符号图案^[2]。这些图案和符号是该种商品区别于其他商品的重要标志,既是商标的雏形,也是老字号的前身。

1.2 河南省老字号的孕育发展

春秋战国时期,社会分工已发展到“国有六职”、“市有百工”的程度。当时,中原的一些大中城市比较繁华,各种器具和土畜产品纷纷流入市集。商人和手工业者争相在这些城市出售物品。在这样的历史条件下,要把那些产地各异、匠师不同的器物向顾客加以说明和介绍,使自己的产品与其他产品相区别,在制品上刻铸自己的姓名或者一特定的记号,就成为顺理成章的事。东周时期,酒类的著名商标“杜康”开始使用。“赊酒店”从东汉时期开始名扬天下。我国出土的北周时期的一些陶器上则刻有生产者“郭彦”的名字。

河南老字号在春秋战国至隋朝时期得以孕育并缓慢发展。由于这一历史时期生产力低下,加上统治者采取抑商政策,商品经济发展水平低,老字号发展呈现过程缓慢、历时长、数量少、区域性强、影响力小的特征。

1.3 河南省老字号的兴衰

1.3.1 河南省老字号长达千年的繁荣

从唐宋开始到明清时期,河南省老字号出现了长达千年的繁荣^[3]。进入唐宋时期,河南商品流通规模空前增大,行商坐贾增多,各种客棧、墟市、草市大量出现,随之出现了不少有影响力的牌号、标记。这一时期,商品标记由简单的横、竖、三角等符号,发展到工匠名称、行铺名称,再演变成图形、文字或图文并茂的标志,形成了较为完备的商标,并载入史册。开封作为北宋首都,曾历经168年,人口逾百万、富丽甲天下,达一时之盛。《东京梦华录》和《清明上河图》描述了都城开封繁华的商业,记载了许多商号、商标,比如“丑婆婆药铺”、“郑粉子”、“黑虎王医生”、“孙羊正店”、“李家输卖门”等等。

到了明清时期,随着农民、匠户封建人身依附关系的削弱,商品经济较以前又有了一定程度的发展,我国资本主义经济开始萌芽,工商业得以发展。全国出现30多座工商业城市,店铺林立、商贾云集,河南省也产生了一大批老字号^[4]。如河南商丘大有丰酱园(创始于1651年)和道口烧鸡(始创于1661年),都是创始于清朝顺治年间。这一时期河南老字号的发展特征表现为:大量涌现;儒商文化明显,多数商人讲究义利、修身,诚信经营、童叟无欺;商品大都集中在传统的日常生活的相关领域,如餐饮、小吃、刀剪、土杂等。

收稿日期:2012-12-01

基金项目:河南省教育厅人文社会科学研究项目(2011-ZX-096)

作者简介:袁瑞英(1977-),女,河南开封人,讲师,硕士,从事高校财经专业教学与研究工作。

1.3.2 河南省老字号的急速衰退

据有关统计资料显示,解放初期,全国约有中华老字号企业 8000 家。但自 1990 年以来,这一群体已锐减至 1600 多家^[9]。河南省作为全国的一个缩影,从 1954 年到现在,老字号由于经营理念陈旧,体制、机制落后等问题,也经历了大的衰退。

河南省老字号在新中国成立后逐渐衰退的原因主要有以下几个方面:(1)体制障碍。“老字号”原来大多数是国有中小型企业,普遍背负着计划经济体制留下来的包袱,无法轻装上阵。(2)容易被炮制。“老字号”基本上都是劳动密集型企,产品附加值低,技术含量也低,往往容易被仿制。(3)产权问题。由于法律意识淡薄,许多老字号被其他企业抢占了商标权,致使老字号败落。也有一些老字号企业,为了争产权两败俱伤。(4)经营方式落后,缺乏创新。大部分老字号企业的经营者观念陈旧,缺乏创新意识和营销意识。(5)社会需求变化。随着社会的进步,产品的生产形式和人们生活习惯发生很大的改变,商品需求也发生相应变化,原来的很多商品逐渐被人们淘汰或较少使用,诸如陶器、酒樽等。

2 河南省老字号的现状

在改革开放的形势下,历经沧桑、饱受磨难的老字号企业迅速恢复,显示出顽强的生命力和深厚的社会根基。逐渐实行的市场经济体制,更为老字号的生存与发展带来新的机遇^[9]。河南省老字号因此重新焕发生机,其发展也受到了社会各界的重视。为了保护和发展河南省的老字号企业,在省商业行业协会和省财贸金融工会积极进行“河南中华老字号”认定

工作的同时,河南省商务厅和省民间文化遗产抢救工作委员会也开始了“河南老字号”的评选工作。不过,由于多方参与,虽然 3 家的认定标准基本相同,但是认定结果却大不一样,认定工作较为混乱。根据夏挽群、程健君编著的《河南老字号》一书的有关表述^[10],河南省目前共有老字号企业 116 家,主要包括食品餐饮、医疗医药、工艺美术、商业服务 4 大类。其中食品餐饮类 73 家,医疗医药类 26 家,工艺美术类 11 家,商业服务类 6 家。一般来说,河南省的 14 家中华老字号企业应该都是河南老字号,但该书收录的中华老字号企业却只有 5 家。这也正说明了河南省老字号评定的片面性和无序性。因此下面主要以商务部评定的中华老字号为主来说明河南老字号的现状。

2.1 河南省中华老字号发展水平与发达地区相比还有很大差距

2006 年和 2010 年,商务部公布了第一批、第二批中华老字号企业名单,共有 779 家企业成功入围。从表 1 可以看出,中华老字号在各省、自治区、直辖市分布很不平衡。最多的是上海市,有 99 家,占全国总数量约 12.7%。青海省仅有一家。西藏自治区、海南省和重庆市至今还没有中华老字号企业。河南省仅有 14 家(见表 2),仅是上海市中华老字号数量的 14%。在全国拥有中华老字号企业的 29 个省、自治区、直辖市中排名第 21 位,仅占全国中华老字号数量比例的 1.8%,还不到全国的平均水平(24.34 家)。因此,河南省老字号发展水平与发达地区相比还有很大差距,这与河南省丰厚的文化底蕴和目前的经济水平很不适应。

表 1 全国中华老字号各省、区(市)分布情况统计表

Table 1 Distribution of China time-honored brands

排名	省、市、自治区	数量/个	占全国比例/%	排名	省、市、自治区	数量/个	占全国比例/%
1	上海	99	12.7	16	湖南	17	2.2
2	北京	79	10.1	17	重庆	17	2.2
3	江苏	66	8.5	18	云南	17	2.2
4	浙江	65	8.3	19	陕西	17	2.2
5	山东	52	6.7	20	吉林	16	2.1
6	天津	45	5.8	21	河南	14	1.8
7	四川	42	5.4	22	江西	14	1.8
8	广东	37	5.0	23	甘肃	11	1.4
9	山西	26	3.3	24	贵州	8	1.0
10	辽宁	24	3.1	25	内蒙古	7	0.9
11	黑龙江	22	2.8	26	广西	5	0.6
12	河北	20	2.6	27	新疆	3	0.4
13	安徽	18	2.3	28	宁夏	2	0.3
14	湖北	18	2.3	29	青海	1	0.1
15	福建	17	2.2				

资料来源:根据商务部网站和中国质检网公布的中华老字号企业名单整理而来

从以上分析可以看出,老字号的发展与当地的经济关系密切,越是经济发达的省份,中华老字号的数量越多。像中华老字号数量排名前 4 位的上海、北京、江苏、浙江,经济都相当发达。特别是上海,作为一个新兴的现代化城市,它拥有的中华老字号数量却最多。另外,发展中华老字号一定离不开传承,否则会难以为继。河南省就是一个典型的例子。虽

然河南是中华民族、中华文明的发源地,文化古都最多,但由于在文化传承方面存在突出问题,河南省的中华老字号数量却并不多。这其中一方面是由于中原文化历史久远,在传承过程中难免会有所流失,另一方面是由于我省在文化传承方面的工作做得不够,不注意品牌的保护和传承,造成了大量中华老字号消亡。

表2 河南省中华老字号企业名单

Table 2 China time-honored brand enterprises in Henan Province

序号	企业名称	商标	商品或服务
1	开封第一楼有限责任公司	第一楼	餐饮
2	洛阳市真不同饭店有限责任公司	真不同	餐饮
3	河南商丘大有丰酱园	大有丰	酱菜、调味品
4	洛阳酒家有限责任公司	八景	餐饮
5	焦作市百货大楼有限责任公司	JIAOBAL+图形	零售百货
6	郑州市金水区精华眼镜行	精华眼镜	眼镜
7	河南省宋河酒业股份有限公司	宋河	酒
8	驻马店市王守义十三香调味品集团有限公司	王守义	调料
9	开封市天丰面业有限责任公司	双鱼	面粉、挂面
10	卫辉市世魁清真肉制品有限责任公司	世魁	清真肉食品,干菜、调味品
11	河南省张弓酒业有限公司	张弓	酒
12	商水县振华肉食有限公司	葉振華	肉制品
13	宝丰酒业有限公司	宝丰牌	酒
14	新乡市副食品水产总公司罗锅肉制品公司	罗锅	肉制品

资料来源:根据商务部网站和中国质检网公布的中华老字号企业名单整理而来

2.2 河南省中华老字号在地域和产业方面分布不平衡

2.2.1 河南省中华老字号地域分布不平衡

在全省 18 个地级市中,只有郑州、开封、洛阳、新乡、商丘、驻马店、周口、平顶山、焦作 9 个地市拥有中华老字号企业(见表 3),其他地市没有。在拥有中华老字号企业的 9 个地市中,郑州、开封、洛阳、新乡、商丘 5 个地市分别拥有 2 家中华老字号企业,其他 4 个地市分别拥有 1 家中华老字号企业。

表 3 河南省中华老字号地域分布表

Table 3 China time-honored brand areal distribution in Henan Province

序号	地市	数量/个	序号	地市	数量/个
1	郑州	2	6	驻马店	1
2	开封	2	7	周口	1
3	洛阳	2	8	平顶山	1
4	新乡	2	9	焦作	1
5	商丘	2			

资料来源:根据商务部网站和中国质检网公布的中华老字号企业名单整理而来

从表 3 可以看出,中华老字号与历史文化还是有很大关系的。在拥有 2 家中华老字号企业的 5 个地市中,属于中国八大古都的地市就占了 3 个,而这 3 个地市的中华老字号企业数量占全省总数的 42.86%。郑州、开封和洛阳作为著名的古代都城,其封建儒商文化的积淀深厚,其后仍然是区域性的政治经济中心,因此,传统文化的凝聚力较强,由此决定了老字号的存续。安阳市目前还没有中华老字号企业,是因为其作为殷商古都时间太久远、传统儒商文化传承的断裂所致。

2.2.2 河南省中华老字号的产业分布不平衡

河南省中华老字号在饮食业中的数量较多,包括 5 家食品加工企业(商水县振华肉食有限公司、新乡市副食品水产总公司罗锅肉制品公司、开封市天丰面业有限责任公司、卫辉

市世魁清真肉制品有限责任公司、河南商丘大有丰酱园),3 家酿酒企业(河南省宋河酒业股份有限公司、宝丰酒业有限公司、河南省张弓酒业有限公司)和 3 家餐饮企业(洛阳酒家有限责任公司、洛阳市真不同饭店有限责任公司、开封第一楼有限责任公司),共 12 家企业,占河南省中华老字号企业总数的 78.57%。

河南省中华老字号企业产业分布不平衡、主要集中在餐饮业的原因主要有以下几方面:一是由于文化传承方面的原因。“民以食为天”。这是餐饮业一直长盛不衰的主要原因,也为饮食业的文化传承提供了先决条件。另外是中华老字号的评选条件造成的。中华老字号的评选条件之一就是企业必须是 1956 年以前建立的。正是由于这些餐饮业自身生命力强、存续周期长,才得以入选中华老字号。

3 河南省老字号的传承和保护

众所周知,名牌是影响区域经济发展的重要因素。品牌的竞争力直接影响到企业、区域乃至一个国家的竞争力。老字号是河南省经济发展的名片,对其必须加大扶持和保护力度。结合以上分析,河南省老字号的发展应从以下 2 个方面着手。

3.1 政府要转变观念,发动一切社会力量传承和保护老字号

政府要解放思想,强化服务意识、大局意识、实干意识和创新意识。一要加强引导和服务。政府各有关部门应当在制定政策、提供信息、为企业解决困难等方面做出积极努力,尽可能优化老字号发展的社会环境。二要合理规划和布局,保证河南省老字号健康发展。一方面要优化产业结构。寻找前景广阔、有一定发展潜力的老字号,集中力量创造名牌。对重点老字号企业,可以以资本为纽带、以名牌为核心、以市场为导向,组建大型企业集团,政府应在税收、资金、技改、人才、外贸、宣传等方面给予扶持,把相关优势资源集中配置到优势品牌和优势企业中去,以提高优势企业、优势品牌、优势产品的生产能力。另一方面,应注重河南省老字号的协调发展。

针对老字号地域分布和产业分布不平衡的状况,应当实行协调发展战略。但协调发展不是平均发展。也就是说,在发展的政策、发展的空间上,不能均匀用力,而应当有所区别、有所侧重。基础较好的地区,应当加快发展;发展缓慢的地区,除了自身努力之外,政府还应当在资金上、项目上加大投入,尤其在发展的基础条件上增加投资。另外,还应加大宣传,积极利用各种社会力量,鼓励成立一些老字号民间组织,共同促进老字号的发展。

3.2 老字号企业要有创新意识和品牌意识,主动学习,以适应社会发展需求

老字号企业应当高度重视品牌效应,树立牢固的品牌意识和创新意识。各企业应认识到创名牌产品是一项全局性、综合性的系统工程,取决于企业管理层和广大员工的协调一致、齐心协力。在创名牌的过程中,是没有捷径可走的,应循序渐进、练好内功,不断积累企业的有形资产和无形资产,增强发展实力。(1)狠抓质量工程。产品质量是企业的生命,是企业适应社会激烈竞争环境的关键。只有把好质量关,企业才能生存,老字号品牌才能延续。(2)要勇于创新,不断进行技术创新和观念更新。一方面,应积极开发新产品;另一方面,应改变过去陈旧的生产经营模式,采取积极有效的营销理念和营销手段,让老品牌焕发出新活力。老字号的发展,不能单靠死守,还要学会批判地继承。我们既要传承老字号优秀的文化传统,又要在原有老字号的基础上创新,以适应社会发展的需求,将老字号发扬光大。(3)要有保护意识。由于老字号技术含量低、容易被仿制,因此要注意技术保密,谨防商业秘密外泄。另外,还要积极主动地进行品牌申请和商标

注册,以取得法律保护,通过品牌效应,让老字号的市场效益最大化。(4)加大宣传。虽然“酒香不怕巷子深”,但在信息时代,进行商品营销必须做好品牌宣传工作。要积极利用一切有效的方式,诸如电视、电影、宣传片、车载广告等手段,扩大对老字号的宣传,增强其品牌影响力。

4 结语

河南省老字号在长期的生产经营活动中,沿袭和继承了中华民族优秀传统文化,具有鲜明的地域文化特征和历史痕迹,具有独特的工艺和经营特色。我们一定要保护好、发展好老字号,让河南省老字号一直传承和延续下去。

参考文献:

- [1] 佚名. 仰韶文化[DB/DL]. [2013-03-08]. <http://baike.baidu.com/view/9771.htm>.
- [2] 佚名. 商周青铜器[DB/DL]. [2013-03-08]. <http://baike.baidu.com/view/182028.htm>.
- [3] 于文萍,海棠. 老字号文化价值剖析[J]. 前沿,2012(1): 192-194.
- [4] 蓝颜. 老字号的传承与保护[J]. 国学,2012年(11):18-20.
- [5] 陶俊,李善文. “中华老字号”品牌复兴:品牌延伸及反馈[J]. 经济管理,2012(2):97-106.
- [6] 单霁翔. 重视老字号的保护和发展[J]. 中国文物科学研究,2006(1):57-59.
- [7] 夏挽群,程健君. 河南老字号[M]. 大象出版社,2011:1-3.

[责任编辑 张振元]

Research on Henan Province Time-honored Brand Development

YUAN Rui-ying

(Yellow River Conservancy Technical Institute, Kaifeng 475004, Henan, China)

Abstract: In the ancient times, the rudiment of the time-honored brand had already appeared in Henan province. Henan time-honored brand appeared and developed slowly during the Spring and Autumn Periods and Sui dynasty, and it reached a long-term of thousands of years' prosperous in the Tang and Song dynasties to Ming and Qing dynasty, and it experienced a great recession after the founding of the country. Now, compared with the developed areas' brands, the development of Henan time-honored brand obviously fall behind with them. The area and industrial distribution of China time-honored brands in province is very uneven. It should start from two aspects to inherit and develop the time-honored brand: the government should change concept, encourage all social forces to inherit and protect the time-honored brand; the time-honored brand enterprise should cultivate innovation consciousness and brand consciousness, take the initiative, adapt the society development need.

Key Words: China time-honored brand; Henan time-honored brand development research; one-thousand-year prosperity; great recession; area distribution; industrial distribution; innovation consciousness; brand consciousness