

徽商的金字招牌

徽商店名多文雅

如今,一个商家、一个品牌都会绞尽脑汁想个朗朗上口的好名字,以便顾客记住。大多数还会请来名人,为其题字。贾而好儒,自古就是徽商一大特色。而那些直接关系到着声望和财富的金字招牌,自然也极受重视,不仅要响亮而且要文雅。

朱玉婷 张亚琴 整理

► 徽商自古贾而好儒

徽州地区一直有崇儒重道、兴学立教的传统;同时,徽州又是南宋大儒朱熹的桑梓之地,这种崇儒重道、兴学立教的传统在时间的推移中被不断发扬光大。生活在这种传统中的徽州人,大多在童年即承师受业、读书问学,徽商在步入商海之前,几乎都曾接受过长短不等的传统文化教育。

虽弃儒服贾,但多数徽商仍然保持着先前读书好学、穷经研史、吟诗作画的传统。他们“居常屈首抱几,自六经以及百氏无所不窥;凡金石古文、名家法帖,手摹指画,务得其真,无所不习;绘事则自皇唐以迄胡元,名品则自宗器以迄玩物,无论百金之价,什袭之珍,无所不购。”

不少徽商不改穷经研史之习。如明休宁商人汪应浩,天性好读书,尤其是对《通鉴纲目》、《家言》、《性理大全》诸书爱不释手,经商余暇“披阅辄竟日”,并颇有阅读心得。明歙县商人吴彦先,经商之暇喜读史书,结果“与客纵谈古今得失,即宿儒自以为不及”。清黟县商人余士溥,“性

嗜学”,白天经商之暇“手不释卷,无事不出户庭”;晚上仍“焚膏继晷”,学习“每至夜深”。虽为商人,但其“学问渊博,虽通儒尚不逮焉”。许多徽商则对做诗填词情有独钟。如清代歙县盐商郑超宗在扬州西门外建影园,经常招徕四方名士在此赋诗饮酒,并编成《瑶华集》。

► 一块招牌三百两纹银

如果说,贾而好儒的传统为徽商为其经营活动所营造的“大环境”,那么店堂文化与柜台艺术就是徽商为其经营活动所营造的“小环境”。

俗话说:“做好生意三件宝,人员门面信誉好。”可见,店堂文化为徽商经营活动所营造的小环境是多么重要,直接影响了经营的成败。而首当其冲的就是招牌。

因此,徽商崇尚文雅,开设一个店铺,首先要取一个称心如意吉兆的店名,请书法家名家写招牌,油漆成黑底金字或金底黑字匾,通称为金字招牌。据民间流传,一块金字招

牌有时价值300两纹银。而一个招牌名的好坏直接关系到商店声望和生财之道,所以即便是做小生意的小门面,徽商对字号招牌的制作也是决不苟且的。

► 请名人题字提高知名度

为了更好地进行宣传,请名人撰文题字,这种做法徽商也常常采用。字号牌匾一般请著名书法家题写,有些是请名流题写,以抬高身价。休宁的“胡开文墨庄”和上海的“徽歙曹素功墨庄”就分别出自曾国藩和谭延闿的手笔。然后再请良工镌刻、油漆、贴金,变成黑底金字或金底黑字的“金字招牌”。

► 店名多用吉祥字眼

明清徽商重视店堂文化的的经营。为了吸引顾客,增强对顾客的感召力,他们非常讲究字号招牌。一般只有两三个字,简单明了,易认、易记、

顺口,同时还使顾客从字号上一眼就能看出其经营行业的特点。两三个字的招牌匾,就能体现出它所经营行业的特点,需要充分的艺术构思。

徽商的店铺招牌大多以吉祥如意、大吉大利的字眼组成,再加上店主姓氏。如杂货店的字号通常用“裕盛”、“祥春”、“益源”、“兴隆”、“同益”、

“恒源”等,药店字号取“寿泰”、“益寿堂”、“同仁福”、“开泰”等,餐馆称“八仙楼”、“聚华楼”、“宴宾楼”、“醉白园”等。

► 徽商招牌与广告并驾齐驱

除了请名家撰写店名,明清时期,徽州墨商之间的竞争非常激烈,为了在竞争中获胜,他们想方设法扩大商品的影响,也会请名家为店铺撰写广告材料。早在宋代,徽商陆氏在河北开设的著名的“保和堂”药店就曾采用过这种广告宣传方式。该店的丸散药材质量上乘,药效良好,特延请名士公卿撰写《保和堂记》。保和堂的药品一时“大行冀北”。徽商重视店铺金字招牌,重视广告宣传,提高企业知名度,而且还有许多好的生意经,如“和气生财”、“生意不成仁义在”等一套经营术,以招徕顾客。

► 招牌荟萃南北书法家之墨

屯溪老街原来的招牌匾是南北书法家书体汇集之地,几度风雨,许多都已经不复存在了,非常可惜。现在留下的几家百年老店有“同德仁”药店、“程德馨”酱

园、徽墨“胡开文”老店,这几家店名牌匾都是耀眼的黑底金字装点,书写艺术自如秀逸。这些老店招牌有它独特的行业性、含蓄性和艺术性,经营信誉高,名驰遐迩,经久

不衰。店堂摆布整洁大方文雅,结合行业选择雅句做宣传广告,如“同德仁”药店柜台上竖立“橘井流香”的金漆字匾“万年牌”,还用对联和中堂做广告,中堂画面上有一条梅花

鹿嘴含灵芝草。两边对联:“架上丹丸长出妙药,壶中日月不老仙龄”。“程德馨”酱园柜台上两头都竖立行业匾,一头是“梅葛遗制”,另一块是“浓泛蒟香”。

