



历经135年 崇德济世 弘古扬今 利济于人

以德为先 “蔡同德”历久弥新



本报记者 方翔

走进上海南京路步行街，人们常会驻足在一个仿明清建筑商厦前——流光溢彩，凌空飞檐，古色古香，门口有两尊笑口常开的石佛——这就是百年中药老字号蔡同德堂药号。随着年月的流逝，不少老字号渐渐地消沉了，然而蔡同德堂药号却能历久弥新，青春常驻，这是传承文化，弘扬品牌，发展创新的结果。

“我们做药的，讲的是一份诚信，要的是一份良心，蔡同德堂之所以能够成为一家百年老店，关键在于‘德’。”上海蔡同德药业有限公司党委书记、总经理杨清说，“现在不少行业在转型期都提出要迈大步，但我们更需要迈出坚实的一步。”

记者手记

不忘初心

经营模式落后、技术研发停滞、思维保守，不断出现的问题让不少老字号陷入经营困难、产品销路不畅等困境，甚至部分老字号企业濒临倒闭。为此，很多老字号开始通过转型寻找出路，希望通过迈大步及早走出困境。然而，从“蔡同德”的经验来看，扎实走好每一步更为重要。

一家企业之所以能够被称为“老字号”，肯定会有过硬的产品或服务。因而，对于这些企业来说，最大的痛点未必是行业竞争，而是人才缺乏，特别是具有全球品牌竞争意识的高层次人才。

老字号企业创立和奋斗的经历，是不能丢失的珍宝。任何创新和转型，都不能丢了老字号创始者的“初心”，这也是一种文化传承。在业内看来，老字号之所以能有点名气，是在那个年代，经营者们秉持货真价实、童叟无欺这一朴素商业道德和经营理念，秉持服务百姓、贴近民生的传统。老字号如果真的消失了，不是因为她不“新”，本质上还是因为她不“老”了，丢了“初心”。方翔



■ 蔡同德堂的营业员为顾客抓药



本版摄影 本报记者 陈梦泽

■ 代煎的中药已贴好顾客姓名标签



百年传承

货真价实 童叟无欺

大清光绪八年，即1882年，上海蔡同德堂开张。一份份铜版雕刻印成的“鹿鹤寿星”小广告——梅花鹿、白仙鹤、鹤发童颜的老寿星、药葫芦和预示长寿的蟠桃，组成一幅精妙绝伦的图案——流传在市民手中。那时的蔡同德堂开设在旧上海抛球场北侧（即今河南中路近南京路口），是坐西朝东，前后五进，典型的石库门房子，传统的前店后工场中药店模式，故有“高高墙头寿星记，前店后场同德堂”之说。

蔡同德的创始人蔡鸿仪，字崑

青，祖籍浙江省宁波府，自幼读私塾，喜好古文，从神农氏尝百草中喜欢上了中医中药。蔡崑青借用《泰誓》“予（我）有臣三千惟一心，予（我）有乱臣（治乱的臣子）十人，同心同德”中的“同心同德”，冠以蔡氏的姓，取店名为蔡同德堂，还聘请当时的名画家吴道之绘制“鹿鹤寿星”图，悬挂在店堂正中。蔡同德堂选料精良、加工精细、用量准足，又恪守店规“货真价实，童叟无欺”，用户都信得过，生意兴旺、业务不断发展壮大，很快便跻身于旧上海中药四大户之一（旧时上海中

药四大户即蔡同德堂、胡庆余堂、童涵春堂、雷允上诵芬堂）。

蔡同德堂出售人参鹿茸、丸散膏丹、胶露药酒、饮片配方，后场切制饮片、炮制药酒、煎膏炒药。据传，清时洋务大臣李鸿章有一小妾患有哮喘，每到冬天咳嗽不止，久治无效，服用了蔡同德堂的人参蛤蚧膏后，病情明显好转，苍白的脸上又恢复了红润，李鸿章喜出望外，故题匾“蔡同德堂”。

解放后经过公私合营，蔡同德堂归入黄浦区药材公司。上世纪六十年代末，蔡同德堂药号曾改名为