

北京中医药“老字号”文化旅游资源调查与分析

张其成^{*}，罗浩

北京中医药大学国学院，北京市朝阳区北三环东路 11 号，100029

摘要 通过调研北京的白塔寺药店、同仁堂、永安堂、鹤年堂、德寿堂 5 家和广誉远、片仔癀 2 家非北京但在北京有店的中医药中华老字号的历史文化及其现状，发现早在清代同仁堂的药品就曾被不良商家仿制，民国时期杂志刊载的通讯提示，当时北京同仁堂的七厘散、王回回狗皮膏药、马应龙定州膏药等曾是“购以分贻亲友”的礼物，说明中医药老字号产品作为旅游产品渊源有自。而现在北京的中医药中华老字号对旅游文化资源普遍重视不够，建议通过发掘北京的中医药中华老字号和吸纳非北京的中医药中华老字号的文化旅游资源，并顺应旅游人群在京消费特征，做强产品，做强品牌。

关键词 中华老字号；中医药文化；旅游资源

中医药老字号尤其是北京的中医药老字号曾一度是馈赠亲友的佳品，如宋海坡等^[1]在研究民国时期中医药品牌时发现，1932 年《光华医药杂志》通讯载“往日都门药必购以分贻亲友，其他特别之丸散，驰名甚久者，……如同仁堂之七厘散，治跌打损伤；王回回之狗皮膏治虚寒；马应龙之定州膏药治昏翳；一小堂之独角莲膏治肿毒；雅观斋之保赤散治小儿惊风，皆有神效”。北京市每年游客众多，据北京市文化和旅游局数据，2019 年外省市来京旅游人数 19267.2 万人次，累计接待入境游客 376.9 万人次^[2]。可见调研北京中医药文化旅游资源，对传播中医药文化，树立中医药品牌形象，助力中医药走向世界有重要意义。

1 中医药老字号对北京文化旅游的意义

北京是有深厚文化底蕴的历史文化名城，中医药文化是北京文化的重要组成部分，中医药老字号是中医药文化的直接载体。唐禄俊等^[3]在调研北京地区药王庙时发现，目前中医药文化旅游过于专注医药本身，所用的基地多数不具备历史文化积淀，认为中医药文化旅游线路过于专一，与其他文化景点的结合并不完善。2014 年北京市旅游发展委员会和北京市中医药管理局联合推出 7 条中医养生旅游路线，其中包括同仁堂、北京药用植物园、

御生堂中医药博物馆、地坛中医药养生文化园、北京中医药大学东直门医院国际部等，其中同仁堂是唯一且仅一次出现在旅游路线设计里的中医药老字号^[4]。2008 年修缮重新开街、日均人流量 15 万人次以上的前门大街地区的业态分布中医药仅占 5%，该区域有商家 160 家左右，126 家国内品牌中中医药类商家是广誉远、长春堂、同仁堂、吉林壹号 4 家，其中广誉远、长春堂是老字号^[5]。

可见中医药老字号在北京文化旅游中所占的比例很少，有必要深入调查、分析北京中医药老字号文化旅游资源，帮助中医药老字号更好地服务北京文化旅游，更好地走向世界。

2 北京的中医药老字号文化旅游资源

北京市“中华老字号”共 2 批 117 家，中医药有 5 家：北京金象复兴医药股份有限公司白塔寺药店（注册商标：白塔寺药店）、中国北京同仁堂（集团）有限责任公司（注册商标：同仁堂牌）、北京永安堂医药连锁有限责任公司（注册商标：永安堂）、北京鹤年堂医药有限责任公司（注册商标：鹤年堂）、北京德寿堂医药有限公司（注册商标：德寿堂）。

2.1 白塔寺药店文化旅游资源

白塔寺药店始于清同治十一年（公元 1872 年），因毗邻妙应寺白塔而得名。据夏新萍^[6]考证，白塔寺药店前身为旧北京的“琪卉堂”和“大和堂”，“琪卉堂”1917 年在白塔寺附近开张，

基金项目：北京市社会科学基金（16JDLB003）；国家社会科学基金重大项目（16ZDA234）

^{*} 通讯作者：zhangqicheng96@163.com, 13621201279

“大和堂”是千芝堂前掌柜王子丰 1918 年后在阜成门白塔寺开办的。1942 年“琪卉堂”“大和堂”先后被谢康夫买下，据现存于北京档案馆的一份签于 1950 年的《大和堂药店、琪卉堂药店劳资集体合同副合同》，当时琪卉堂、大和堂药店的确切位置是北京市内二区阜内大街 1918 号。1953 年谢康夫因贩毒被逮捕判刑，其 7 处私产（包括琪卉堂、大和堂药店）被国家没收。

琪卉堂、大和堂药店被收归国有后，成为中国医药公司北京市公司第二门市部，1955 年转由北京市药材公司管理而成为北京市药材公司第二门市部。20 世纪 70 年代末在原址翻盖 5 层大楼并于 1980 年重张开业，2012 年为落实对北京市历史街区以及重点文物周边风貌环境保护，北京市西城区政府开启白塔寺药店降层，于 2013 年 4 月开始降层改造施工^[9]。现在所见白塔寺药店仍在原址，建筑经过两次大改建，不见原貌。

调查发现，白塔寺药店诊所从 2010 年起更名为白塔寺妙应堂中医诊所，扩大了规模，聘请多位名中医出诊，现在位于妙应寺前降层后的白塔寺药店更多展现出一家独具特色的中医门诊部的特征，将“药店”元素附着于“诊所”“名医”之上。

2.2 同仁堂文化旅游资源

同仁堂始于 1669 年，自 1723 年为清廷供奉御药 188 年，1954 年实行公私合营，1992 年成立中国北京同仁堂集团公司，后改制为中国北京同仁堂（集团）有限责任公司，坐落在北京市东城区东兴隆街 52 号。开办同仁堂的乐氏先祖是明永乐帝朱棣迁都之际由宁波迁居北京的乐氏^[26]。乐良才是一位铃医，传四世到乐显扬，在清初当上清太医院吏目并开办同仁堂药铺（定宜庄^[28]认为，乐显扬开办的是比同仁堂更早的万全堂，同仁堂是乐显扬的第三子乐凤鸣开办的）。

同仁堂开业后逐渐树立良好信誉，市场上出现假冒同仁堂药物。同仁堂咸丰二年（1852 年）三月十一日的打假公示中说“有一些无耻之徒私自偷刻本堂门票，制作假药并到客店、会馆等处兜售，谎称这些药是从本堂偷盗出来的（自认是贼），药品以廉价出售骗人。历年来全国各地受欺骗蒙蔽的人不知多少，很多病人因此耽误了病情，死亡的人不知有多少。这样损人利己的事已大伤本堂名声，本堂一贯是以修合济世为宗旨，在万不得已的情况下，本堂于咸丰二年三月初六日呈上状纸，状告这些无耻之徒，院宪大人将这些卖假药之

徒戴上枷锁示众，立案并贴出告示严禁假药出售。可是这些无耻家伙们暗地活动，各地的商人、宦官或不知情的人受其愚弄。因此，本堂再出此告示，购买者务必请亲自到本堂当面交易或者委托亲友代买，不要上这伙骗子的当，贻误病人”^[29]。

目前同仁堂拥有境内外两家上市公司，连锁门店、各地分店已经遍布各大商场，有 600 余家，海外合资公司、门店 20 家，遍布 21 个国家和地区，产品行销 40 多个国家和地区。位于前门的同仁堂已纳入 2014 年北京市旅游发展委员会、北京市中医药管理局联合推出的 7 条中医药养生旅游路线之中。

2.3 永安堂文化旅游资源

永安堂始于明朝永乐年间（1403—1424 年），清道光十七年撰刻的《永安堂虔修诸门应病丸散膏丹总目》载其地址为“寓于崇文门内，东四牌楼东，坐南朝北，有冲天招牌便是”。老北京素有“内永安、外同仁”之说，“内永安”指当时位于城里的东四牌楼的永安堂^[30]。永安堂历史上曾几易店主，清初一度曾为东四牌楼董家金店的属号，但店名始终未变；20 世纪 30 年代末，周子鉴与祝跃宗两人合资买下永安堂，在前门外大街 26 号开设永安堂分店（前身为育宁堂）；1956 年公私合营，由北京市药材公司统一安排，划归前门区地管理，改名为长春堂；公私合营后药品由国营批发部门计划供应，永安堂的生产制作部分被撤销，合并到东城药厂，告别前店后厂自产自销模式；20 世纪 60 年代，永安堂门楣上的“永安堂”和“采云，炼月”的颜体楷书牌匾被摘掉（后丢失），永安堂被改为“曙光药店”；十一届三中全会以后，永安堂恢复老字号^[31]。

现在的北京永安堂医药连锁有限责任公司旗下的连锁店大都分布在东城区和朝阳区，沿着雍和宫—北新桥—东四北大街分布尤为集中。在北京旅游网“永安堂”下列有四处永安堂的店面，分别是永安堂百草药店、永安堂东四药店、永安堂安外药店、永安堂北新药店。

2.4 鹤年堂文化旅游资源

鹤年堂始于 1405 年（明朝永乐三年），鹤年堂之名取自其创始人丁鹤年，正厅匾额为严嵩题写的黑字金底“鹤年堂”，大门上悬挂的是严嵩之子严世蕃题写的“西鹤年堂”，外门两侧是戚继光书写的竖匾“调元气”“养太和”。600 年来，鹤年堂股东也变更多次：丁氏家族执掌 120 年，曹氏家

族执掌 230 年,王氏家族执掌 172 年,刘氏家族执掌 29 年。公私合营以前,刘一峰曾执掌鹤年堂 24 年。1955 年鹤年堂带头申请公私合营,并将自家大院出售,资金投入鹤年堂的改造工程^[2]。公私合营后,鹤年堂先后归属北京市药材公司、宣武区一商局(即后来的宣武区百货管理处、宣武百货公司)、宣武区医药药材公司,1967 年改名为“人民中药店”,1978 年更名为“宣武菜市口中药店”,后又恢复鹤年堂堂号^[3]。据载,民国时期鹤年堂在北京有 3 家分店,分别设在东安市场正门内头道街路南、西单牌楼北大街路东等处^[4]。

鹤年堂现在北京有 6 家营业铺面,经营内容既有医也有药,既有养也有治与防。位于菜市口的老店立足大力宏扬中医药养生文化,挖祖方、重文化。

2.5 德寿堂文化旅游资源

德寿堂始于 1920 年,坐落于西城区珠市口西大街 175 号,老铺设在崇文门外花市大街东头南小市口内中间路南,1928 年德寿堂又在崇文门外东花市开办了东号,1934 年德寿堂正式在宣武区的珠市口西大街落户,就是现在保留的德寿堂中药铺^[5]。德寿堂是目前北京市唯一完整保留店堂历史原貌的老字号中药铺^[6]。德寿堂创办人康伯卿 1887 年生于北京广渠门外半壁店一个贫苦的农民家庭,幼即随父亲进城谋生,经吴鸿溪大夫介绍到西单舍饭寺乾元堂药店学徒,学习切制饮片和制造水丸技术。康伯卿年少聪明,对丸药配方时时琢磨,默记于心。不久康伯卿大妹出嫁,大妹夫姓董,在花市羊市口经营仁和堂中药小铺,康伯卿辞去乾元堂之职,在仁和堂用暗中偷学来的配制丸药技术,自己制作黑虎丹、七珍丹、棍眼药、小膏药等,白天闭门制作,晚间串店销售。积累资金后,1921 年康伯卿购花市南小市口 59 号房产,正式挂出“德寿堂药店”招牌,1934 年于当时的虎坊桥 12 号开设德寿堂药店南号,并前后置下了包括厂房、仓库、宿舍等遍布全城达二十余处房产^[7]。

珠市口西大街的德寿堂在二层楼顶南侧外立面设计安装了一辆按照 1882 年英国产的蒸汽机车的 1/10 比例复制仿真小火车,可穿过外立面开凿的涵洞,当时药铺门口的马路有十几米宽,小火车的声音和位置正好能吸引街对面过往行人的观看。据德寿堂老药工介绍,70 多年前德寿堂中药铺开业时,小火车吸引了众多行人观看,把这段马路堵得水泄不通,大大提高了德寿堂的知名度^[8]。

3 非北京但在北京有店的代表性中医药老字号文化旅游资源

北京作为全国的文化中心,吸引、吸纳全国各地文化,在中医药文化方面也是如此。比如前门街区 21 家老字号中有广誉远、长春堂 2 家老字号。其中广誉远创建于 1541 年,新中国成立后广誉远归属山西中药厂,属于山西省的中华老字号;而长春堂是永安堂 1956 年公私合营时改用的堂号。

3.1 广誉远的文化旅游资源

广誉远国药创始于 1541 年,已有近 500 年的发展史,先后经历了广盛号、广升蔚、广升远、山西中药厂、广誉远国药等十多个品牌名称的更迭,2003 年东盛科技通过收购方式掌控了广誉远,2006 年广誉远成为首批国家商务部认定的“中华老字号”品牌。2013 年广誉远启动在全国范围内成立 100 家广誉远国医馆和 1000 家国药堂的计划,目前在北京的西单金象、白塔寺金象、世纪金源等地都可见试点药店^[9]。

3.2 片仔癀的文化旅游资源

片仔癀最早是明末清初宫廷御医携秘方流落至漳州,用上等麝香、牛黄、田七、蛇胆等名贵中药材炼制而成的专治热毒肿的药锭,因当时药锭切片分服,故民间俗称“片仔癀”(“仔”为闽南方言中语气词,“癀”为热毒肿痛)。直到今天,片仔癀依然出口 30 多个国家和地区,连续 20 多年位居中国中成药外贸单项品种出口前列^[10]。1972 年中日建交,片仔癀曾作为国礼赠给日本首相。片仔癀的处方和工艺被列为国家绝密级秘密,至今未外泄,可以说“有华人的地方,就有片仔癀”^[11]。目前在北京市的东城、西城、海淀、丰台等区均有片仔癀体验店。

4 发掘中医药老字号文化旅游资源的建议

鉴于以上调研所见,为北京中医药文化旅游提出 3 点建议。

4.1 发掘北京中医药老字号文化旅游资源

北京的国家级中医药老字号多有很好的品牌影响力和深厚的文化积淀,如同仁堂是中国第一个驰名商标,是中医药文化的一面旗帜^[12]。调研发现,5 家北京中医药中华老字号主要致力于企业经营,对其文化旅游资源重视不够,这与文化旅游未带来企业利润增长有关。这 5 家中华老字号基本都是前店后厂药店起家,原有文化在当下的食药监管背景下较难生存,原有的制药技艺、经营文化、历史故

事更宜作为“景观”呈现,让参观者能参与,有体验,愿留影,甚至带走纪念品、消费品。发掘旅游文化资源有益于老字号讲好品牌故事,传播中医药企业的文化精神,传播中医药文化。

4.2 吸纳非北京中医药老字号文化旅游资源

不属于北京但在北京有较多体验店、分店的中医药类中华老字号代表有广誉远、片仔癀等,调查发现,这些中华老字号的店面选址布局不受历史遗址的限制,往往能综合考虑客流量、文化影响力等多种因素,客观上已经成为展示传播中医药文化、中医药老字号的重要阵地。因为北京的中医药文化有汇集中央、辐射四方的文化特征,北京中医药文化历史上就是由各地优秀中医药文化荟萃而成的,所以当代北京中医药文化旅游资源的开发应该融入吸纳全国各地的中医药中华老字号,尤其是那些有深厚历史沉淀、享有世界声誉的中华老字号(如东阿阿胶、胡庆余堂、陈李济、叶开泰等)。

4.3 积极回应来京旅游的文化消费特征

从北京市统计局的数据可看出,2018 年入境游客的在京旅游花费构成中购物占 26%,排第三位(第一为长途交通费,占 27.2%,第二为民航,占 26.2%);外地来京游客的购物占 32.4%,排第一位。因此,为适应这一特征,北京的中医药中华老字号仍需立足做强产品,做强品牌影响力,让游客愿意将老字号产品纳入旅游购物清单中,像清咸丰、光绪年间同仁堂产品,如 1932 年《光华医药杂志》所言,成为“必购以分赠亲友”的“北京礼物”。

参考文献

- [1] 宋海坡,任宏丽,段逸山.基于民国中医药期刊的近代中医药品牌形成探讨[J].浙江中医杂志,2014,49(7):499-502.
- [2] 北京市文化和旅游局.2019 年北京旅游市场总体向好保持增长[EB/OL].(2020-02-09)[2020-02-09].
http://whlyj.beijing.gov.cn/zwgk/zxgs/tjxx/202002/t20200209_1885489.html.
- [3] 唐禄俊,熊益亮,梁秋语,等.北京中医药文化旅游资源药王庙现状调查与分析[J].中医杂志,2019,60(6):485-491.
- [4] 胡彬.北京推出 7 条中医养生旅游路线[N].中国中医药报,2014-08-07(1/2).
- [5] 李馥佳,韩凝春.北京前门商业街区发展调研与产业升级研究[J].时代经贸,2018(10):14-29. doi: 10.19463/j.cnki.sdjm.2018.10.002.
- [6] 夏新萍.冤家结缘白塔生情:记白塔寺药店[J].首都医药,2000,7(6):59.
- [7] 倪锋,张悦.白塔寺药店降层[J].世界建筑,2019(7):28-29,133. doi: 10.16414/j.wa.2019.07.007.
- [8] 定宜庄.清代老药铺与八旗制度关系初探:关于新发现的几份同仁堂档案[J].清史论丛,2015(2):3-47.
- [9] 刘受益.《同仁堂药目》讲述老字号一段传奇[J].北京档案,2006(7):45. doi: 10.3969/j.issn.1002-1051.2006.07.029.
- [10] 张磊.永安堂小史[J].亚太传统医药,2007,3(5):48.
- [11] 郑杰川.历久弥坚永安堂[J].首都医药,2000,7(1):56.
- [12] 宋汉晓.六百年历史源远流长中华老字号再展辉煌:北京鹤年堂药业大力弘扬五千年中医养生文化[J].中国医药指南,2005,3(12):90-93.
- [13] 佚名.鹤年堂始于明(1405 年)[J].时代经贸,2015(23):108-120. doi: CNKI: SUN: SDMJ. 0. 2015-23-014.
- [14] 刘鹏.北京鹤年堂老药铺[J].北京档案,2008(12):39. doi: 10.3969/j.issn.1002-1051.2008.12.019.
- [15] 刘受益.老字号德寿堂与“康氏秘制牛黄解毒丸”[J].北京档案,2007(3):49. doi: 10.3969/j.issn.1002-1051.2007.03.025.
- [16] 闻德.“原汁原味”老药铺:德寿堂药店 90 余年风雨历程[J].首都医药,2012,10(19):36-38.
- [17] 王璟.潜心偷技研制灵丹:记德寿堂药店[J].首都医药,2000,7(9):59.
- [18] 张恒军.广誉远国药:让中医药文化走出去[J].商业文化,2017(30):30-35. doi: CNKI: SUN: SYWH. 0. 2017-30-006.
- [19] 刘建顺.匠心筑就“片仔癀”品质[J].中国品牌,2017(s1):13.
- [20] 片仔癀药业公司.片仔癀:以济世仁心打造国宝名药[J].中国品牌,2017(s1):66-68.
- [21] 孔璇.无形资产对同仁堂的影响分析[J].财经界(学术版),2013(16):60-62. doi: 10.3969/j.issn.1009-2781.2013.24.041.

(收稿日期:2019-10-08;修回日期:2020-04-15)

编辑:黄健