



新|闻|启|迪|财|智

# 老字号周刊

## Traditional brands weekly



北京老字号协会

总第42期 今日4版 每周四出版  
联合主办 北京老字号协会  
执行主编 姜子谦

# C1-C4

2012.12.6

### C2 拍老字号是不断发现的享受

曾拍摄过大量社会敏感话题的沙碧红,感觉拍摄老字号更像是为自己的心灵找到一个港湾。一次次与老字号打交道,沙碧红找到了自己传播中国文化的载体,太多老字号的文化魅力让其受益匪浅。

### C3 面人彭:让老工艺迸发新活力

原本普通的面团,经过多种工序的打磨呈现给我们一个五彩斑斓的新世界。从个体户到如今“面人帝国”缔造者的蜕变,彭小平为我们树立了一个老工艺和现代商业成功结合的典范。

### C4 老字号制帽有讲究

寒冬来临,帽子汇聚成一道亮丽的风景。帽子能保暖,选择性戴帽子还能作为装饰品装点冬日装束。如今除了特殊行业的帽子,市场上的帽子不像从前成为划分人群的标志,时尚成了人们选择的新标准。



北京成文厚账簿卡片有限公司(以下简称“成文厚”)如今正面临着经营方面的不小困境。上世纪90年代是成文厚发展最为风光的时期,当时所有企业办公都离不开成文厚的账簿。但如今随着信息化的发展,这家昔日办公界的王者似乎正走向谷底。面对未来办公无纸化的必然趋势,这家老字号企业必须要找到一条适合自己发展的道路,不然将会面临时代的淘汰。

## 成文厚难以走出经营窘境

### 经营面临多重困惑

“最近几年一直在走下坡路,企业承受着好几方面的冲击”,谈到企业的发展现状,成文厚一位工作了30多年的工作人员无奈地表示,从上个世纪80年代开始,一些老员工便一直在此工作,可以说这些老员工见证了成文厚近些年发展的繁盛与衰退。

资料显示,成文厚起源于山东济南,是在1904年由一位刘姓商人开办。这位工作人员介绍,上世纪80年代成文厚的买卖非常好,那个时候整个北京甚至是整个北方地区,独有成文厚一家卖账簿的店铺。大约从上世纪90年代末开始,成文厚的利润便开始下滑。虽然国家颁布的一些管理政策对企业造成了一定影响,但最根本的原因,还是来自市场开放的冲击。“冲击主要是两个方面,一是假货,另一个就是办公环境的‘电算化’。”

提起假货,也是让所有成文厚工作人员都倍感头疼的问题。据了解,成文厚在近几年进行了几次规模比较大的打假,但每次打假之后市场上的假货仍旧出现。成文厚在打假环节的消耗也越来越多,因看到这种情况屡禁不止,所以慢慢地也丧失了打假的热情。据介绍,打假虽然是维护品牌信誉的重要举措,但也需要耗费企业不少的人力和财力,需要一定的经济水平支持。而成文厚近些年经济效益逐渐走下坡路,所以能力和精力等方面都慢慢地不能支持其进行打假,打假也成为了成文厚最为头痛的问题。

此外,如今办公环境的电算化也极大地冲击了成文厚的市场。资料显示,随着电脑软件的普及应用,财会统计逐渐变成“无纸化办公”,这自然致使市场对账簿的需求量大规模减少,纸质账簿市场受到致命的冲击。

面对市场冲击,成文厚曾想到创新。但据了解,由于财会行业的特殊性,账簿的内容都是跟国际接轨的,所以很难进行内容方面的创新,只是在封面和包装上做一些改进,或者对报表、凭证等边缘产品进行创新,并没有太明显的效果。而成文厚也曾和经营财会软件的公司谈过合作,但因各方面原因又主动退出了合作。如今碍于当时是自己主动提出,如今很难再次向之前的软件公司提出继续合作。

### 曾引领财会办公潮流

虽然成文厚品牌的影响力在如今并不算大,但成文厚曾经也是办公界的最知名品牌之一,甚至一度被人称为“北账”。

成文厚最初的经营范围为笔砚、课本、农村读物等商品,规模充其量也只能算是小店铺。在当时由于同行不多,生意比较好做,业务发展很快。所以,成文厚很快便迎来了自己快速的扩张期,龙口、烟台、营口等地都出现了成文厚的品牌。上世纪30年代初,成文厚的买卖越做越大,哈尔滨、吉林、丹东等地都相继出现其分号。1935年,北京成文厚由吉林成文厚老板刘显卿帮助其子刘国梁开设,在当时称为“显记成文厚”。

据成文厚的工作人员表示,账簿一般是从9月采购期正式开始,曾经的成文厚每天都是人满为患,采购处和收银台总是排着长长的队。这段时期,也是让整个成文厚员工最为自豪的。

上世纪40年代初,我国大部分企业使用的记账方法还都是旧式记账法,俗称“条子账”。这种记账方法结算起来十分不便,有很多弊端,企业也为此十分苦恼。正是成文厚改变了这一情况。当时,北京得泉簿记学校校长贾得泉编辑出版了《改良中式簿记》一书,书中首次介绍了科学复式记账方法和借贷式账簿的样式。成文厚的老板刘国梁敏锐地抓住了这次机遇,与贾得泉合作,设计了一套以科学的复式记账法为依据的新式账簿。1942年推出之后,很快得到了社会的公认,使我国账簿的形式发生了根本性的变化。成文厚的买卖在此时进入定型并规模发展的美好时期。

据介绍,上世纪90年代末,国家财政局实行财会账簿的统一管理,所有企业只有拿着被批准的证才能买到成文厚的账簿。成文厚以其独特的“三色套印”科学记账法,与上海的立信对应,占据着北方市场,成为北方财会账簿专业市场的龙头,一时风光无两。不过之后地方财政部门统一管理,将财会市场进行了规范,成文厚也因此流失了一大批外地客户,也是一个非常大的损失。

### 办公无纸化是必然趋势

自古以来,社会就在文书系统的驱动下协调运作。在近期热映的电影《王的盛宴》中,秦朝的信息化管理系统在导演的诠释下令人印象深刻。先是基于简牍,后是基于纸的文书系统,“文书制作—传递—按文书操作—归档”的模式一直是协调与控制社会运行的基本方式。在这个文书系统中,账簿也是重要的组成部分。

日本社会学家梅棹忠夫在1963年出版的《信息产业论》中首次提出了“信息社会”的概念。如果在那个时候“信息社会”还只是未来的话题,那么在当今社会,这个名词已经变成了我们生活的一部分。

其实成文厚也一直在进行着自己的转变,从其1946年迁至现址开始,成文厚出售的账簿以其样式新、质量优、信誉高让其在全国的知名度逐渐扩大。为了保持成文厚账簿的特色,成文厚还精心设计了燕飞大地图形的“燕京牌”商标,这也被看成是成文厚业务蒸蒸日上重要标志之一。新中国成立后,成文厚发展同样很快,1955年成为北京市首批公私合营企业,1978年由过去的单一门店,扩大为账簿、卡片、批发三个门店。

成文厚一次次随着时代前进的步伐在发展,但如今却有些跟不上时代了,自上世纪90年代中期以后,伴随PC市场不断开创新高,以核算型财务软件和ERP为代表的管理软件市场开始高速发展。2000年管理软件市场规模首次突破50亿元,2003年突破100亿元。在业内看来,老字号企业必须要跟上时代步伐,不然很有可能会慢慢遭到淘汰。

成文厚仍在慢慢摸索着自己未来的发展之路,如今在网上搜索成文厚,会发现不少的网站都有卖成文厚账簿的业务,但工作人员介绍,成文厚公司自己经营的一家网站出现了一些问题。“我们打算在明年之前把网上的业务做起来,规范好。”成文厚的工作人员如是说。

本报记者 贺陈慧 姜子谦/文 宋媛媛/漫画

### 北京商报《老字号周刊》顾问团名单

安惠民 李士靖 姜俊贤 赵书 刘一达 王茹芹 王成荣 刘满来