

# 足下生辉老美华



图①老美华鞋店的手工半成品

图②《清明上河图》中的鞋店

图③老美华鞋店的国潮产品



作的小脚鞋非常稀少,并且样式单一。凭借着敏锐的洞察力和灵活的商业头脑,庞鹤年果断地为店铺找准了产品定位:主打为缠足妇女服务的坤尖鞋和绣花鞋,同时经营市场喜闻乐见的杭元鞋、骆驼鞍鞋等男款鞋。

天津历史民俗专家方兆麟介绍:“因为缠足会导致骨骼畸变,所以当时妇女的脚有宽有窄,尺寸并不一样,不可能一个楦就把鞋做下来。庞鹤年在做尖足鞋的过程中,制作和设计了很多鞋楦。后来他觉得还是不能满足不同顾客的要求,就干脆采取你来我店里,我给你画脚样,或者登门去给你画脚样的经营方式,此举非常受欢迎。当时,大户人家、官宦人家的小姐们多‘大门不出,二门不迈’的,商家登门去画脚样,顾客当然求之不得了。”

天津档案馆内,一份20世纪40年代天津鞋业经营情况的档案,引起了王若濛的关注,档案中记录了当年老美华鞋店的鞋品类目与价格信息,详尽展现了当时的经营情况。王若濛展开档案介绍:“当时登记有68个品类的鞋在售,每一款下面有对应价目表。老美华鞋店售卖的鞋,品类多,样式齐全,材质也能满足不同类型顾客的需求。”对于生产,天津市档案馆宣传部副主任杨仲达结合时代背景有感而发:“20世纪初期,正处于社会新旧交替阶段,对老百姓来说,买鞋仍是一件奢侈的事情。‘老美华’虽然没有达到工业化生产的程度,但是它这种作坊生产的方式,已远远脱离了家庭制作那种简单状态。”

对于鞋店的日常经营管理,庞鹤年有着严苛的要求。“比如员工不能喝酒,不能吃生蒜生葱等有异味的东西……”天津老美华鞋店有限责任公司党支部书记刘艳茹举例道:“他要求员工三天一洗头,两天一刮胡子,五天一洗澡,三天一洗大褂;要站有站相,坐有坐相——前不靠货柜,后不倚货架……每个人都要有生意人的那股子精神气。”“一定要尽力挽留顾客。”杨仲达补充道:“客人进了店,就不能让他空着手走。伙计都有一个‘去留簿’,记录顾客成交与否。顾客空着手走出去没有买鞋,老板就得过问,要在‘去留簿’上记下一笔。”

直到今天,伴随着老字号鞋店一起流传下来的,不仅有良好的商品品质,还有热情周到的服务。陈阳在鞋店工作时间并不长,但老美华鞋店对于员工服务水平的高要求让她体会颇

深:“现在的顾客多是一些中老年人,有的已经八九十岁了。我们会把这些老顾客当作是自己的爷爷奶奶,或者是家里人,为他们提供精细化服务。”

## 老字号的新突破

20世纪80年代以后,随着顾客群体以及人们审美观念的变化,老美华鞋店调整了经营方向:开始为广大中老年妇女增添适合她们的平跟鞋、坡跟鞋和方跟鞋;款式也向时尚的方口、斜口、圆口改进;帮面突破了传统,增加了化纤、牛仔布等新材料,并且加入了编花、串条、缀花等工艺。很快,鞋店打开了新的市场,为老字号的生存与发展赢得了新的希望。

作为团队的带头人,天津老美华鞋店有限责任公司鞋品设计部主管彭刚最近为创作一款充满国潮风的女鞋而冥思苦想,几经修改后,这款不失传统的国潮风女鞋终于诞生了,他总结道:“现在流行汉服等国潮服饰,为了适应这个趋势,我们想在鞋的设计中也添加一些中国元素,如麒麟之类的瑞兽图案,进而抓住这个市场新机遇。”

在一代代员工的不懈努力下,作为津门的老字号,如今的“老美华”已经在全国拥有超百家门店。为了让更多的人认识并喜爱“老美华”,鞋店还将鞋品搬到了网络上,开启了网络直播销售的模式。“老美华”的鞋品,尤其是国潮鞋、时尚鞋,受到许多网友的追捧,鞋店的网上销量成绩喜人。天津老美华网店项目经理张健鑫欣喜地说:“经过短短三年的时间,现在我们已拥有60万粉丝。随着产品逐渐精进,相信会有越来越多的年轻人加入进来。我们的直播时长已从最开始一天的4至6个小时,到现在每天的16至18个小时,而且整体销售非常稳定。”

“头戴盛锡福,脚踩老美华,身穿谦祥益”的说法,是津门父老心目中对这些老字号的一种肯定和期许。百余年间,历经岁月变迁,“老美华”一直在坚守,也在改变。在传统与现代的碰撞中,“老美华”带给人们一次次的惊喜。如今,作为富有活力的老字号,“老美华”依然用它的执着与创造,用它的双手与巧思,书写着新的传奇。

## 货叫人点首自来

提起“老美华”,人们自然会想到坤尖、杭元、骆驼鞍和绣花鞋四款招牌鞋品。天津市档案馆工作人员王若濛说:“‘老美华’当时对质量的要求是精益求精的,很多绣样甚至是从苏州订购的苏绣产品,这么看来,‘老美华’当时那么受欢迎也就不足为奇了。”

制作千层布底是老美华手工制鞋技艺中的灵魂所在。百余年来,制鞋匠人一直严格遵循着“鞋底不差针,纳线要挺实,鞋垫要丰润,纳鞋针脚齐”的操作要领。做好一双鞋要经过粘、拉、调、配、套、沿、绱、排八大道工序;纳底每平方寸要纳81针,一双鞋要纳两千多针。这一针一线中沁入了匠人的心血,也印下了地道的手艺。老美华手工制鞋技艺第五代传承人张建明说:“我们干活是很讲究的:拿纯棉白布贴夹纸做鞋底,一般正常的鞋是‘前36后42’,一字纳底是81针,一双鞋一般要一天半才能纳完;十字纳底是162针,一双鞋得两天左右才能纳完。而且纳底用麻也是很有讲究的,冬天用的是河北省张家口的麻,夏天用的是安徽的……因为麻的结实程度跟季节有关系,所以是按不同季节区分选用。”

张建明的父母都曾是鞋店员工,他从小记忆都是鞋匠们忙碌的情景。后来他跟店里的一位鞋匠学艺,并将手工制鞋技艺作为自己一生的事业。张建明回忆说:“我打小就是在鞋圈里长大的,我爷爷跟老伯也是做鞋的……我当时吃住都在师父家。早起7点起来,干到中午12点,下午1点再干到晚上6点,因为鞋越做越好,慢慢就越来越喜欢这一行了。”

如今,张建明负责鞋品质量检测,他还会常去看望师父、老美华手工制鞋技艺第四代传承人孙玉昆。师徒二人最习惯的相处方式还是一起做鞋……

天津的和平路上,有一家老字号鞋店——“老美华”。橱窗里华美展示的女鞋,传统风韵中透露着满满的时尚国潮。

精彩展品引人驻足,天津老美华鞋店有限责任公司鞋品设计部里,设计师们反复论证和试验,仍在寻找着传统与现代的结合点。

## 史海钩沉忆往昔

老字号鞋店是如何诞生的?百多年来又有着怎样的命运变迁?这些问题或许可以在历史资料中找到答案。天津市档案馆工作人员王若濛以古代名画为参考,努力在馆藏档案中寻找鞋店的历史信息。

宋代张择端的《清明上河图》,是中国绘画史上著名的长卷。画面中,一个桥头下画着一家鞋店。明代著名画家仇英的同名长卷中,也有对繁华城镇中鞋店的详细描绘:这些鞋店是用竹棚搭建,制作的靴鞋就放在铺子前出售,店铺前坐着鞋匠。

对照档案,王若濛有所发现:“在店铺后面进行生产制作,然后拿到前面来卖,这种边生产边销售、前店后厂的经营模式,900多年前就已经存在。直到近代天津的很多鞋店,比如说‘老美华’等,还一直在采用这种方式。”

时光回溯到1911年的初冬,一位身着长袍头戴礼帽、精明干练的年轻人游走在天津南市,此人名叫庞鹤年。庞鹤年17岁来到天津,在估衣街联兴斋鞋庄当学徒。他不仅掌握了做鞋的手艺,也熟悉了一整套经营的学问。靠着勤奋和聪明,他积累了一些本钱,准备自己在南市开家鞋店。最终他租了南市口一家比较显眼的三层店铺,创建了老美华鞋店。

在当时的市场上,为缠足妇女制