



在重庆，我估计，50岁以上的男女，有的仍习惯把解放碑重百大楼叫“三八商店”。这是几代重庆人的集体记忆。

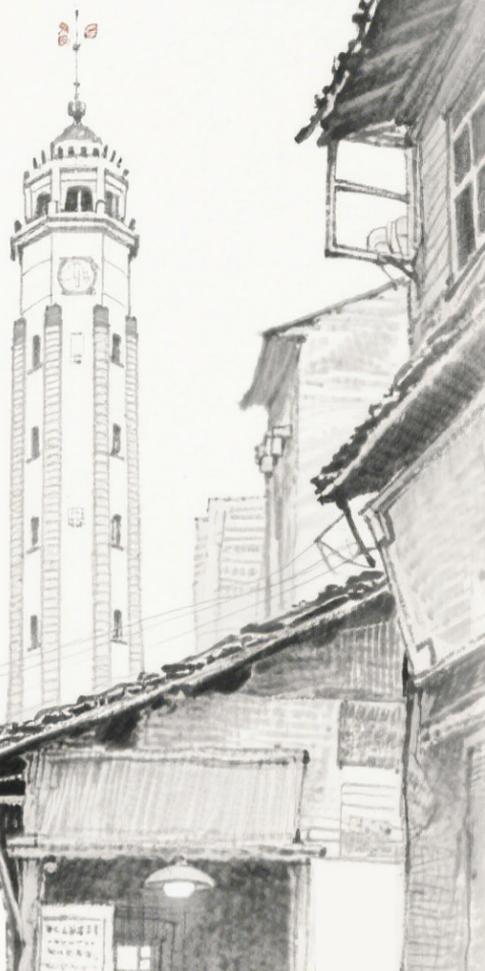
在物资短缺年代，三八商店货品多、服务好、人气旺。虽说“三八商店”名号已退出市场多年，但它的价值仍在。

这个价值的核心内涵，很多来自其前身宝元通。

解放碑三八商店 几代重庆人的记忆

早年叫宝元通，后来叫重百大楼
在物资短缺年代，这儿货品多服务好人气旺

□重庆晨报特约撰稿 张卫



20世纪80年代的解放碑



当年的重庆三八商店热闹非凡



1 发财是有秘籍的

发财，我以为是有秘籍的。

宝元通的发财秘籍，看似很简单，但今天很多的生意人不一定有，也不一定学会。

宝元通的创始人叫肖则可，初创地在叙府（现四川宜宾）。肖则可生于1897年，辛亥革命后到蔡锷手下当兵，五四运动后看《新青年》，受到影响，回乡创业。1922年集股800银圆，开办了铁器店。某日修整店铺，挖出一枚唐开元通宝，遂将店名取“宝元通”。

取名时也请了风水先生，未曾想从此生意日盛，到1937年总资本达130万银圆，成为川南最大的百货公司。

左邻称：“你那店名取好了，风水转你头上了。”右邻说：“老肖，你的东西多哟，吃嗨了！”他笑而不答。他有他的算盘。肖则可的算盘我不懂，还是直接上他的发财秘籍干货。

其一，薄利多销。

为方便顾客，宝元通招牌一亮相，他即提出“铁锅漏水包调包换”“各

种洋钉分零出售，长短任配”等，顾客众多。当时叙府商家一般毛利在20%，而宝元通只取10%，赢来顾客大大点赞。

一般商家不愿经营小商品，宝元通却既经营昂贵的外国毛呢、座钟，又经营廉价的沿条、鞋带。当有店员提出卖小商品既麻烦又不赚钱、要求取消时，肖回答：“不可。卖小商品虽无利可图，但能给商店赚回两样花钱买不到的东西，一是博得顾客称好；二是门店热闹。没有人客，哪来赢利？”

薄利多销确实抓住了人性的弱点，因为世间谁不贪便宜？两把水藤菜长相一样，一把3元，一把2.7元，我凭啥要多付3毛钱？今下奢侈品卖不动，假LV满街背，为啥，你懂！弥补了弱点，你该赢！

其二，礼貌待客。

若顾客挑选后仍不满意，店员不能不高兴，还应向顾客道歉：“这次没选上，对不起，请下次再来。”

补零钱时绝不允许顺手扔给顾客。若顾客带小孩来店，难免拉屎拉尿，售货员绝不能责备，应及时打扫——这些，是1930年就有的服务态度。

其三，货真价实。

为购进好货，宝元通多从上海、天津、青岛等地的工厂直接进货，减少中间环节。有一年，从上海购进一批“永备牌”电池，因运输途中受潮，部分性能受影响。公司遂将这批电池全部收回。从此，“宝元通电池电量足”的名声不胫而走。上海厂家也精明，在销往四川的电池上，加印“宝元通百货经销”字样，遂使电池销量大增——这算当年的“召回制”吧？

2 90多年前就提出核心竞争力

当然单凭这几招，谁都能东施效颦。而宝元通的核心竞争力，则在公司的文化战略上。

我曾采访过前宝元通见习生、后任重庆百货站副总经理的张邦汉。他告诉我，宝元通有几点人家学不了，一是人才战略。肖则可虽是创始人，但他肚量大、敢用人，先后起用了黄凉尘、樊陶斋等能人，靠他们把总部迁到重庆，生意越做越大，也为三八商店打下了底子。

到1949年，分别在重庆、成都、上海、南京、泸州、宜宾等设立贸易机构，在云南下关办茶厂，在香港办纱厂，总资本达6000万元（以银圆折合实物计）。黄凉尘后任共和国商业部副部长，樊陶斋任商业部百货局局长。

二是讲学习。见实生进宝元通后，必须“先教你做人，再教你做事。”张邦汉记忆最深的是宝元通号训，共16个字：“牺牲小我，顾全大局；发展事业，服务社会。”

号训是宝元通在20世纪30年代中期就提炼出来的，要求每个店员不但要熟记，还要认真领会它的含义。

公司还专门开设图书室，要求店员必须认真读书。除商业营销书籍外，重点是邹韬奋主编的三联生活丛书，肖则可、黄凉尘等高管还读了《新民主主义论》和《资本论》。

3 “牺牲小我，顾全大局”

宝元通管理严苛、讲规矩。“公司有规定，员工不准嫖赌，一旦发现，当即开除。”

记得当时有个大股东叫熊德惠，由于其子赌博，公司马上将他辞退，并告诫全体员工。另外，公司规定员工不得买田置地，以防止思想分化，这在当时很难做到——那时发了财的人，哪个不想买地当财主？但宝元通不允许，谁要不遵守，那么对不起，请你走人。

宝元通抓住了人性向上的潜质，它不说求实创新之类空洞的话，走起来就上一句“牺牲小我，顾全大局”，今天进大厂的人，几个做得到？

1950年，宝元通改制为国营，成为西南地区第一家国营大商店。1958年，更名为重庆三八商店，继续红火。

没有宝元通，就没有今天的重庆百货大楼。

（图片由作者提供）



20世纪80年代的重庆街头



人潮涌动的国营商店



早年的国营商场