楠溪江记

□王幅明

楠溪江，由溪而江，亦溪亦江。

发源于括苍山脉的多叠泉水、瀑布，飞泻而下，借势合流，穿山越岭，蜿蜒向前，直入瓯江，再入东海。

溪水经过，炊烟升起，树木繁茂，人丁渐多，五谷丰登。由东瓯古国的一个小镇，渐渐发展为东晋的永嘉郡。山呼水应，期盼大才子王羲之、谢灵运来当太守。

曾名瓯水，又名南溪、枏溪、楠溪，由大楠溪小楠溪交汇而成汪洋，最终由溪而江。

曾经的梅园，曾经的楠林，全都隐藏在时光的背影里。

三百里楠溪江，流过36湾，流过72滩，流经千年，依然纯净澄碧，清澈见底。

何等高贵：雍为江身，不改溪心。

在楠溪江当了三天贵族，口福、眼福俱享。

吃楠溪江富含硒的原生态农家菜。也有舶来品：烤全羊。店老板去了一趟新疆，回来灵机一动，把烤绵羊改为本地的烤山羊，膻味全无，只余满口酥香。只要看一眼停在岭上村江岸几公里长的车辆，就明白慕名而来者何其多了。

喝永嘉随处可见的山泉水。喝用山泉酿制的口感醇软香和的瓮装黄酒，还有糯米酒、烧酒、乌牛酒、杨梅酒。

在狮子岩、渡头或二桥乘筏漂流。坐在筏中竹椅之上，赤脚浸水，浪花四溅，心与江水相融。远眺绵绵青山，近看郁郁滩林，仰望蓝天，偶见飞鸟，宠辱皆忘。身边不时飞过舴艋小舟。天色渐晚，渔火点点，但闻渔舟晚唱，不禁乡愁来袭。顿生遐思：天上？人间？

观山，观瀑，观急流激荡顽石，观龙瀑仙洞与陶公洞，观水之湄的芦花轻轻飘飞，观风，观花，观月，观雨中会变魔术的云，观万绿丛中一点红。睹星罗棋布的古村落，以“九天七星”设计的枫林村，以“七星八斗”构建的芙蓉村，以“文房四宝”布局的苍坡村，一门六进士的溪口村，“水如棋局分街陌，山似屏帏绕画楼”的岩头村，有松风水月门台、墨沼生香池塘的埭头村……

“流量明星”在街头

□肖复兴

读翁偶虹先生的《春明梦忆》，有一段写他陪高庆奎逛庙会的文字，非常有意思，读罢让人感慨，让人寻味。

高庆奎何许人也？如今的年轻人，大概很多是不大清楚了。在上个世纪二三十年代，高庆奎是京剧老生高派的创始人，当年和余叔岩、马连良齐名，被誉为须生三大贤和四大须生之一。他和梅兰芳挂双头牌在上海演出，曾经盛况空前，一票难求。按照现在的说法，就是一位不折不扣的“流量明星”。

庙会上，还有一位流量明星，就是绰号叫做“面人汤”的汤子高。在老北京，汤氏三兄弟，如同水浒传里阮氏三杰一样，都是京城捏面人的高手，名噪一时。汤子高是汤氏三兄弟中的老三，被人称作“汤三儿”。他擅捏戏曲人物，人物造型精准，带有故事性，曾经为不少京昆名角捏过戏人，造像逼真，颇受好评，一位戏人，价钱居然最高达一块现大洋，在当时，这可不是一个小数目。翁偶虹先生称赞他“风格如国画中的工笔重彩”。

这一天，两位流量明星，在庙会上相会，按照现在的想象，该是一种什么样的情景？

汤子高久仰高庆奎。高庆奎也久闻汤子高的大名。这是他们的第一次相见，不是在舞台上的镁光灯闪烁之中，不是在宴会上的灯红酒绿之中，不是在电视节目的明星访谈节目中，也不是在观众葵花向阳一般的簇拥中，就在街头的庙会上，在熙熙攘攘热热闹闹的人来人往中。

寒暄过后，汤子高技痒，好不容易见到久仰的高先生，便直爽的要求高先生为他摆一个《战长沙》的身段，他来照葫芦画瓢，当场捏个面人儿。这颇像画家的写生，却又比写生还要有难度和有意思。因为画家写生的对象可以是一般的人，而汤子高面对的可是京剧名角。这不仅要考验摆出身段的人的本事，也是考验作者的本事，别在高庆奎的面前演砸了，露了怯。

高先生也不推辞，或如我们当今一些流量明星一样扭捏作态，而是爽快的一口答应。

《战长沙》是一出有名的红生戏，也是高庆奎的拿手戏，讲的是关公和黄忠在长沙一战生死结盟的一段故事。高庆奎就在汤子高的摊位前摆了个关公拖刀的身段，显示出的是“刀沉马快善交锋”的雄姿，很是英气逼人。但是，这是个单腿跪像，对于汤子高而言，捏起面人来，不是一个好的角度，他觉得有些棘手，一时不好下笊篱。

好不容易见到了名角，又好不容易让人家为自己摆出了身段，按照我们如今想象力的发挥，该如何是好？或者，就坡下驴，知难而进，捏成什么样就是什么样；或者，不好意思，虚与委蛇，委婉逢迎，让高庆奎觉得盛情难却，自己换个身段。那时候的艺人，毕竟不是如今的流量明星，没有那么多的派头和心思，而是直爽得没有一点儿拐弯儿。

汤子高看高庆奎这个关公拖刀的姿势不灵，立刻请高先生换个姿势。高庆奎没有觉得这个要求有什么过分，或者是对自己有什么不尊重，立马儿换了个关公横刀肃立的亮相姿态，立在汤子高的面前。

那么多人围看，那么长时间站立，高庆奎没有一点儿不耐烦，和在舞台上正式演出一样，那一刻，他不是高庆奎，是红脸的关公。

其实，并没有用太久的时间，只是汤子高心里觉得让高先生立在那里时间太久，心里有些过意不去。汤子高没用两碗茶的工夫，面人儿捏好了，他把面人装进一个玻璃匣中，走到高庆奎面前，奉送给高先生。高庆奎一看，面人捏得惟妙惟肖，他爱不释手，对汤子高说：手工钱我领了，但玻璃匣钱照付。说罢便拿出钱来——是多出一份手工费的。

这便是当时的艺人，在艺术面前，透着对彼此的尊重和惺惺相惜。如今，不要说艺术品的漫天要价，或高昂的出场费和演出费，就是让那习惯于被前呼后拥的流量明星，当街摊前为“面人汤”摆个身段，一个不行，再摆一个，这样的情景还能见得着吗？

想起美国学者戴安娜·克兰教授在她的《文化生产：媒体与都市艺术》一书中曾经说过的话：“工艺品产生于个人阶级的文化世界，而艺匠的作品产生于中产阶级的文化世界。”克兰进一步指出，后者的文化世界则是以纯粹赢利为目的的。克兰在这里指出的“工艺品”，很有些像汤子高的面人，扩而言之，也可以说是高庆奎的艺术。而克兰说的“艺匠”则是我们如今很多的流量明星。文化世界不同，各种追求不同，在市场和人为的操纵和哄抬下，膨胀的流量明星和艺术，已经无法和前辈的艺人与艺术相比拟。我们再也看不到高庆奎为汤子高当街摆身段的街景，便是再自然不过的事情了。

寻 根

□蔡文泰[马来西亚]

有一天，父亲对我说：“我们是广东人，因为祖父的家乡是在广东省。”数十年前在南洋家里的这个情景永远收藏在我的记忆里。

1924年的某一天，祖父从潮州潮安的老家出发，在汕头的西堤码头登船，过番下南洋。祖父带着祖母与七岁大的儿子（我的大伯父）和四岁大的女儿（我的姑姑），一家四口一路跋涉，在海上经历一个月的惊涛骇浪后，终于到达南洋。

一行人在新加坡登陆后，进入当时的马来亚，跋山涉水寻觅一个可以安顿下来的地方。在最终的落脚地，日常生活养家糊口，靠的全是劳力，日子真是一点也不容易。

童年的我，对中国有一种无法形容的浓厚兴趣。我经常设法搜寻一些描述中国的书籍，还经常想象中国，收看以中国历朝历代为背景主题的历史故事电视剧，关注与中国有关的报章新闻报道。

父子俩饭后闲聊一般都是围绕潮州家乡的话题。在南洋出生长大的父亲经常向我形容、描述、讲解潮州家乡。其实，父亲是转述祖父当年留给他的口述历史。

父亲也告知，除了祖父的家乡，祖母的家乡也在潮州，是江东镇上的庄乡。这促使我自小始终把潮州家乡放在心坎里，时刻期待有朝一日回到潮州原乡与亲人团聚。我无时无刻不在翻找潮州的资料，为回潮州做准备。

其实，与众多在马来西亚的华人一样，我与家人在生活上奉行中华文化。饭桌上，我们使用传统的碗碟与筷子，享用白米煮成的粥与饭；大厅里，我们点燃清香祭拜神明与祖先。在学校里，课堂上是汉语朗诵的读书声。

纵然生活习惯与中国原乡无多大分别，但我始终想着要回到潮州老家一看。站在南洋的海边，放眼一望，那是无边无际的大海，我想着我们的原乡，就在海的那一边。我想象着祖父祖母当年从大海的那一边来到海的这一边的情景。我仿佛隐约听见潮州家乡的呼唤。我甚至还在想，在原乡的亲人们是否也在彼岸的海边遥想着在南洋的我们呢？

祖父祖母终老南洋，再没回过潮州。他们在南洋的墓碑，左右分别写着两行字：“广东潮安县”、“登隆塘东乡”。每当清明扫墓看到这十个字，我的思绪都会从当年祖父祖母过番下南洋的情景，延伸到要回潮州寻亲的努力。

2006年，我人生首次回到潮州，当时那种激动的心情实非言语文字所能形容。那趟回乡之旅虽未寻得家乡及亲人，但加强了我要在家乡找到亲人的决心。

2008年，我在祖母的家乡寻得众多亲人。这是父亲在世时最大的安慰。父亲于2012年过世，他的墓碑上同样写着：“广东省潮安县登隆都塘东乡”。

终于，我于2017年在祖父的家乡寻亲成功。当年目送祖父携妻带子告别家乡一幕的百年榕树，虽然终归无缘再见祖父与妻儿回来，现在见证祖父的后人回来与众亲人见面，总算亦堪告慰。众亲人在祖父家乡团聚的那一刻，大家相聚恍如隔世，感动之心及激动之情不言而喻，所有人都高兴得热泪盈眶。

我从祖父95年前长途跋涉的那个终点，也一路跋涉回到祖父当年的起点。其实，到底哪里是终点，哪里是起点？广东与南洋、潮汕与南洋之间外在的互航互动及内在的心灵互通永远不会有句号。

妙不可言的等待

□周尚辉

等待对于人类来说是一个很特别的词，它对于不同的人来说有不同的意义。对于等待情郎的少女来说，等待是美妙而幸福的；对于等待游子的父母来说，等待是煎熬而漫长的；对于等待猎物的猎人来说，等待是紧张而期待的。

也许人类创造文字的初衷并不是作为一种工具，而是作为一种情感的载体而代代传递。我没有读过纪德的《人间食粮》，但这并不影响我赞颂他的这句：“我生活在妙不可言的等待中，等待随便哪种未来。”

我们不必刻意地追求那种人人都羡慕的未来，人生的快乐本就在于它的不确定性。就像村上春树说的：“不确定为什么要去正是出发的理由。”没有目的的奔跑，也许能收获到不曾看过的风景。一场说走就走的旅行，重要的不是旅行本身，而是让你的脚步跟随思维亦步亦趋。跟随自己的内心，会感觉世界都因你而转动。

曾看过一部叫做《白日梦想家》的电影，男主人公总爱奇思妙想，有时置身冰山，有时又进入了火山底部，他的想法像溪流一样源源不断，他在为所在杂志社追寻最后一期封面照片时，跋山涉水，经历了一系列冒险，最终却在自己的皮夹中找到了照片，同时收获了爱情，很巧的是，这张照片正是他工作时的样子。

也许人生并不如电影般，总有好的结局。有些人匆匆一生，却不曾等来过什么机遇或爱情。当我走在大街上看着这些忙于生计的人时，心里总会想着将来的我必定不会与这些人无二，我的人生必将绚丽多彩。无论日后是否会普普通通，仍想努力拼搏证明自己的一生没有白来，每个人等来的终点都是死亡，沿途经过的站、见过的事却各不相同，长生不易，唯愿不悔。

人这一生说长不长，说短不短，怎么个活法，全凭自己。我们忙碌着今天，等待着明天，感受着黑夜中的寂寥，等待着黎明的破晓。

我这一生啊，在等待中，多姿多彩！

端品三问（水彩） □张文龙

快时尚接连关店 “又新又快”模式发展遇挫

文 / 图 羊城晚报记者 许悦

时尚从来都如阵风过境，去留之间，没有定势。凭借高端的设计，平民的价格，主打“又新又快”的快时尚曾红极一时，近十年来成为无数中国女性触摸和追赶潮流的风向标。但随着时尚江湖的迭代，继Topshop、ASOS和New Look等国外快时尚品牌之后，近期，Forever 21同样败走中国市场，而自称“中国ZARA”的国内服装巨头拉夏贝尔近日也陷入巨额亏损、大规模关店的尴尬境地。快时尚“唯快不破”的招数似乎失灵了，有分析认为，经过多年速食式的服装消费，消费者现在讲求的是品质、精致和个性。如何捕获90后这个服装消费主力群体，值得服装品牌研究。

服装品牌压力山大

“今年是服装品牌非常艰难的一年。”广州一百货商场负责人告诉羊城晚报记者：“今年很多品牌面临的业绩压力、库存压力都很大，早几年主要是受电商的冲击，今年除了电商的冲击，更考验的是企业的内功。”

以广州友谊商场为例，往年的“大促”中，服装品牌鲜有大力度的促销，今年很多品牌也加入了3-5折的行列抢客。

2018年就是一个重要的分水岭。据国家统计局数据，从2012-2017年间，我国服装类零售一直保持平稳增长趋势，2017年服装类零售总额达到历史高位1.45万亿元。2018年，这个数字回落到1.37万亿元。

快时尚连走麦城

羊城晚报记者注意到，快时尚Newlook和TOPSHOP就是在2018年相继退出中国市场的。前段时间同样败走中国市场的Forever 21，走的也是快时尚路线，商品种类多，价格便宜，主要客群是二三十岁的都市人群，每月都有新品上市。

但在中国市场遇挫的并不仅是国际快时尚品牌。国内服装巨头拉夏贝尔今年上半年疯狂关闭线下门店超2400家，7月底发布的2019年半年度业绩预亏公告，预计2019年半年度实现归属于上市公司股东的净利润为-4.4亿元至-5.4亿元，较2018年上半年下降约286.6%至329.0%。近期拉夏贝尔又公告称，其实控人持股质押比例接近100%，且已构成违约，也就是俗称的质押爆仓。

实际上，拉夏贝尔的商业模式，复制的就是ZARA等国际快时尚巨头通过直营模式进行快速扩张。2009年，其营销网点还仅有900余个，到2016年底已达9000多个，营销网点增多，拉动业绩快速上涨。2012年，拉夏贝尔营收为29.13亿元，2016年已经变成85.51亿元，净利润也从2012年的2.6亿元，增长至5.72亿元。

疯狂扩张之后疯狂关店，这与当年New Look退出中国市场的原因也一样。各品牌的迅速扩张让快时尚市场高度饱和，导致New Look业绩下滑的主要原因也是品牌转型和扩张战略的失败。

要品质求个性 潮牌崛起

记者注意到，让快时尚在近十年鲜有对手的，“又新又快”的供应链模式是重要因素。如Missguided能每月推出1000个新产品，每天更新一次库存，ASOS能在2-8周内完成产品流程，平均上市时间约6周，而传统零售商需要6-9个月之久。

虽然快时尚在“快”这件事上做到了极致，但经过多年速食式的服装消费，消费者开始讲求品质、精致和个性，潮牌、网红品牌开始崛起。不少消费者接受羊城晚报记者采访时就表示：“已经越来越少在快时尚买衣服了，因为穿出去很容易撞衫，质量也不好。”

熬下来的快时尚品牌，则都经历了一轮大洗牌。今年4月，H&M发布2019年第一财季业绩，超出市场预期。其中，中国市场同比增速达到16%，线上市场业绩增速达18%。这一财报距离H&M入驻天猫恰好满一年，可以说，是数字化转型推助了其业绩的增长。近几年来在快时尚市场风生水起的优衣库，就最早注意到电商渠道，2009年就入驻天猫，2017年又启动明星流量策略。

腾讯数据实验室之前发布的《2018服装消费人群洞察白皮书》就显示，通过线上线下融合，可以帮助服装品牌更具成长性。一位运动品牌营销负责人就表示：“我们在线上投入的比例逐渐上升，从一开始线下线上8:2的比例，到现在将近5:5，去年做了大IP的植入，合作效果很好，未来线上媒体的投放将越来越受到重视。”

白皮书还显示，70后买得“精”，90后换得“勤”，90后已成为服装消费者主力。而消费者在社交渠道最容易被“种草”。如何顺应市场潮流变化抓住消费者，是快时尚们值得研究的课题。

LPR新机制首次报价公布 实体经济融资成本要降

羊城晚报讯 记者戴曼曼报道：8月20日，LPR形成机制改革后的首次报价公布。中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布，2019年8月20日贷款市场报价利率（LPR）为1年期LPR为4.25%，5年期以上LPR为4.85%。记者注意到，新的1年期LPR为4.25%，低于此前4.31%的水平，符合市场预期。银保监会有关负责人表示，LPR新机制有利于降低企业特别是民营和小微企业的融资成本。

此前在8月17日，中国人民银行宣布，为深化利率市场化改革，提高利率传导效率，推动降低实体经济融资成本，决定改革完善贷款市场报价利率（LPR）形成机制。自8月20日起，人民银行授权全国银行间同业拆借中心于每月20日（遇节假日顺延）9时30分公布贷款市场报价利率。

8月20日，在国务院政策例行吹风会上，中国人民银行副行长刘国强要求银行抓紧完善贷款利率定价有关信息系统和合同文本，尽快在新发放的贷款中主要参考LPR定价，并在浮动利率贷款合同中以LPR作为参考基准。

据介绍，这次推出新的LPR形成机制，旨在推进利率市场化改革，由各报价行按市场化原则报价，并由银行参考LPR自主加点定价，有利于疏通货币政策传导机制，提高市场配置资源的效率，促进降低企业融资成本，缩小国家调控政策与实体经济感受之间的落差。

记者注意到，已有银行开始落地参考新的LPR定价贷款。8月19日，恒生中国宣布已与多家企业客户达成首批参考新贷款市场报价利率(LPR)定价的贷款，此批贷款总额近1.5亿元人民币，主要面向华北、华东、粤港澳大湾区等地区的民营企业，涵盖贸易融资、循环贷款等不同类型贷款。

“坚决打破贷款利率隐性下限。”刘国强表示，明确要求各银行不得通过协同行为，类似于所谓的价格联盟，以任何形式设定贷款利率定价的隐性下限。

同日，银保监会副主席周亮表示，现在新的LPR机制的实行能够更好反映贷款利率的真实水平，提高货币信贷政策传导机制的效率。周亮预判，在当前的形势下LPR的实行有利于降低企业特别是民营和小微企业的融资成本。

安信基金荣获济安金信评选五项大奖

8月17日，由济安金信基金评价中心举办的第二届五星基金“群星汇”评选结果出炉。凭借在权益、固收投资方面长期稳定的优异表现，安信基金公司一举揽获“一级债基金管理奖”、“股票型基金管理奖”，安信宝利债券获得“一级债基金”单项产品奖，基金经理陈一峰、庄园获得“五星基金明星奖”。

据了解，固收领域一直是安信基金重点打造的王牌产品线之一。以本届评选中获奖的安信宝利债券为例，该基金成立至今年化收益5.8%。

兴全团队斩获济安金信五大奖项

8月17日，由专业基金评级机构济安金信主办的第二届“群星汇·颁奖盛典”在北京举行。兴全基金管理有限公司获公司、产品、基金经理三个层面五项大奖，成为本次评选活动获奖至多的基金公司之一。

在本次评选中，兴全基金获得纯债型基金管理奖、混合型基金管理奖、指数型基金管理奖三大基金公司单项奖。兴全趋势投资混合型基金、兴全新视野灵活配置型基金基金经理董承非，获得明星基金经理奖。兴全稳益定期开放债券基金获得基金产品单项奖。

中欧预见养老2035业绩优异

养老目标基金成立至今已满一周年，从去年8月6日14家基金公司获准发行首批养老目标基金至今，养老FOF不论是在产品数量还是规模方面均呈稳步上升态势。

截至2019年8月16日，2018年成立的12只养老目标基金均实现了正收益，平均净值增长4.4%。其中，中欧基金旗下中欧预见养老2035A以9.14%的净值增长排名居前。今年以来，该基金净值增长8.22%，同样在可比的12只养老目标基金中表现突出。

招商基金荣获第二届济安五星基金“群星汇”7项大奖

第二届济安五星基金“群星汇”暨颁奖典礼在京举行，凭借优异的综合实力和固收管理能力，招商基金荣获“优秀纯债型基金管理奖”、“优秀一级债基基金管理奖”公司大奖，旗下招商产业债券A、安心收益债券、双债增强获得“优秀一级债基金”奖，明星基金经理马龙、刘万峰荣获“五星基金明星奖”。

招商基金很早就树立了以研究为主导的投研体系，长期业绩持续领先，风险控制稳健出色，其“王牌固收军”在业内也被誉为“固收铁军”。

口臭 口苦口干对因治疗要重视
口臭口疮便秘胃难受，怎么办？治口臭口疮养阴口香合剂有信心
有些胃热津亏、阴虚郁热的人群，因熬夜、烟酒过量、多食辛辣肥腻、工作压力大、有时会出现：口臭、口苦口干、胃灼热痛、口腔溃疡、肠燥便秘等症状，胃热津亏、阴虚郁热上蒸所致的上述症状可用养阴口香合剂。
贵州万顺堂药业有限公司的高原苗药养阴口香合剂，国药准字，选用贵州名贵金钗石斛鲜品入药，从药材源头把关精选十余味地道药材而成。具有三大功能：滋阴生津、清胃泻火、行气消积，用于胃热津亏、阴虚郁热上蒸所致的：口臭、咽干口苦、口舌生疮、齿龈肿痛、肠燥便秘、胃灼热痛等症状。一次30毫升一日两次。疗程服用方法详见说明书。功能主治：清胃泻火，滋阴生津，行气消积。用于胃热津亏，阴虚郁热上蒸所致的口臭，口舌生疮，齿龈肿痛，咽干口苦，胃灼热痛，肠燥便秘。

口臭口疮便秘胃难受，请用养阴口香合剂！
孕妇婴儿慎用 儿童在药师指导下酌量使用。【禁忌】：尚不明确 【不良反应】：尚不明确 国药准字Z20025095
广告
联系电话：广州020-81251225 深圳0755-82273542 贵州万顺堂药业有限公司
广东医保用药 全省大参林各分店、海王星辰各分店 健民药店各分店/采芝林各药店/老百姓各药店/国药医药各药店/东兴堂各药店/金康药房各药店/仁和堂各药店/百草堂各药店/【深圳】海王星辰各药店/国大（一致）药房各药店/二天堂各药店/中联大药房各药店/万源大药房各药店/永安堂各药店/南北药行各药店 广州 芳村花地湾药材商店 新塘 恒健大药房 番禺 人民医院对面正新健民各药店 百康源大药房 增城 岗前西路18号瑞草堂药房 花都 商业大道购物中心对面丰盛药店 从化 大参林各药店 佛山 大森林、普天、开心各连锁店 顺德 大森林各药店、仙林药店 三水 大森林各药店 南海 大森林、益康连锁店各药店 东莞 大森林、国药医药药店 健民医药药店 德爱堂药店 大川各分店 惠州 百姓缘连锁各分店 江门 逸江医药商场 国大连锁各药店 大参林各药店 开平 大参林各药店 中山 中智、中山堂、大参林各药店 肇庆 正东路118号医药大楼商场、国民大药房各连锁店、帮健大药房各药店 广宁 大参林各药店 四会 大参林各药店 河源 大参林各药店 陆丰 大参林各药店 茂名 大参林药店连锁店2277299 湛江 春天各连锁店、大参林各药店 吴川 大参林96分店 阳江 大参林各药店 珠海 济生医药连锁店、健民医药连锁店 汕头时珍、采芝林、大参林各药店 澄海 大参林各药店 潮阳 大参林各药店 普宁 大参林各药店 梅州 大参林各药店、百年堂药房（华美达酒店往南100米横街路口）兴宁 大参林各药店 清远 先锋西路1号西湖药店、大参林各药店 韶关 西堤中路11号德泰堂药店、大参林各药店