

商业小丛书

做生意 與講道德

中國商業出版社

F218
7

0116115

做生意与讲道德

江南大学图书馆



91410329

中国商业出版社

商业小丛书
做生意与讲道德

◆

中国商业出版社出版
昌平县印刷厂印刷

◆

787×1092毫米 1/32 2.5印张 50千字
1981年3月第1版 1982年2月第二次印刷
印数：40,001—70,000册 定价：0.20元
统一书号：4237·014

目 录

1. 做生意与讲道德 韩子英 (1)
2. 发扬商业道德值得研究的课题 罗浥尘 (2)
3. 电唱机、官商及其他 秋 石 (6)
4. 物价检查与经商道德 岩 峪 (9)
5. “逐客铃”小议 小 铮 (10)
6. 如何提高国营商业的服务质量 韩士明 (11)
7. 文明经商 方便群众《重庆日报》特约评论员 (14)
8. 和气生财《天津日报》评论员 (17)
9. 听“第一句话”有感 非 非 (19)
10. 在经商上应赛赛“和气” 张一民 (21)
11. 愿创“最佳”的新风常年吹拂
.....《解放日报》评论员 (22)
12. “造声势”之类 梅 鹰 (25)
13. 彼此尊重 礼貌相待 叶 锋 (26)
14. 文明经商好 吴松涛 (27)
15. 从“文明经商”想到的 景 成 (28)
16. 陶朱经商理财十八则 马紫明 (29)
17. “为一个人”和“为多数人” 佟小庆 (30)
18. 话说文明经商 尹 柳 (32)
19. 人无笑脸休开店 邱作宽 (33)
20. “笑脸相迎”好 万四海 (34)
21. 文明售货非小事 孙广君 (35)
22. “胳膊肘不能向外拐”对吗? 云 基 (36)
23. 是“镜子”还是“盾牌” 杨中厚 (37)

24. 责任在营业员一边刘惠民 (38)
25. 酒香不怕巷子深徐美群 (39)
26. 人、货都好客盈门.....张文焕 (40)
27. 买鞋小记武彩英 (41)
28. 一锤子买卖做不得吴 昊 (42)
29. 商店陋规应革除雷嘉栋 (43)
20. 一“钻”多能晨 梅 (45)
31. 要有点经商之道晓 林 (46)
32. 青睐、招徕与强来.....张亚清 (47)
33. “通四海”与“四海通”魏子望 (48)
34. “先尝后买”好晓 林 (49)
35. 何日停演“柜中缘”魏 彦 (50)
36. 烧饼烤焦了怎么办?.....高 浩 (51)
37. 谈“卖双不卖单”马 惠 (52)
38. “零售”不应“整卖”甘 泉 (53)
39. 不要小看一分钱的生意王智慧 (54)
40. 珍惜民时隋占茂 (55)
41. 从买酱肉排队说起一 凡 (56)
42. 理发想到“铁饭碗”天 江 (58)
43. 私吃食品的歪风要改关 放 (59)
44. 搭配商品之风不可长谭 鹏 (60)
45. 大家都来解决商品搭销问题李昌盛 熊荣锦 (62)
46. 说说“豆腐店前卖香葱”易建良 (63)
47. 从“一问三不知”说起严 真 (64)
48. 营业员要懂点语文书写知识何文纪 (65)
49. 从“一提准”说开去利 民 (66)
50. “当好参谋”要知人知物谭燕山 (67)

51. 把小商品搞得丰富多彩 白 雪 (68)
52. 交易中争吵的一个症结 任恩贵 (69)
53. 仍应提倡“唱收唱找” 家 梁 (70)
54. 商店都办成杂货铺未必是良策 慈 明 (07)
55. 商品包装是一门艺术 虞樵荣 (72)
56. 要讲究点“门面” 黑 蓉 (73)

做生意与讲道德

韩子英

表面上看，做生意就是一手交钱，一手付货，没有什么道德可言。其实不然。道德是调整人们之间以及个人与社会之间关系的行为规范。商品经营同人民群众关系极为密切，家家户户几乎每天都要同它打交道，因此，也就存在一个商业道德的问题。

旧社会，剥削阶级把人与人之间的关系，变成赤裸裸的冷酷的金钱关系。生意人追求的是“一本万利”，所反映出来的商业道德是唯利是图、投机取巧、损人利己。特别是那些黑了良心的奸商，为了赚钱，什么“缺德”的事情都干得出来。解放后，人与人之间是一种新型的同志关系，社会风气也随之发生根本变化，商业部门逐步树立社会主义经营道德：买卖公平、秤平码足、货真价实、清洁卫生、礼貌服务、方便周到。但是，经过十年浩劫，这种良好的道德风尚遭到了严重破坏，以次充好、克扣斤两者有之，“近水楼台先得月”者有之，食物腐败变质时有可见，服务员和顾客吵架也屡有发生。特别是在城乡集市贸易中出现的一些不道德行为，更加令人不能容忍。什么鸡嗦中灌黄沙，鸡皮下注射水，鱼肚里装石子，菜油里兑棉籽油，淡鸭蛋糊上泥冒充咸鸭蛋，……简直无奇不有。无怪乎，有些花了“冤枉钱”而上当受骗的顾客愤愤地骂到：“这些人真缺德！”

我们是社会主义商业，是为生产建设服务，为人民生活服务，为巩固工农联盟服务。要很好地完成这“三为”任务，

必须树立社会主义的商业道德，个体经营也应当坚持这个方向。上述种种恶劣作法，同高尚的社会主义商业道德是格格不入的。因为它不是利民，而是害民，不是发展社会主义经济，而是败坏社会主义商业的信誉，不是巩固工农联盟，而是伤害工农之间、党群之间的感情。因此，决不能让它继续存在。

要树立良好的社会主义商业道德，我认为重点要抓四条：一是广泛深入地进行社会主义商业道德的教育，使广大商业服务人员真正树立全心全意为人民服务的思想。二是国营和集体所有制商店要带好头，在经营思想、经营作风、经营道德诸方面起模范作用。三是建立健全规章制度，通过领导检查，群众监督，保证“柜台纪律”、“卫生公约”和“营业员（服务）员守则”的实施。四是要进一步加强市场管理。工商行政部门要坚决按政策法规办事，对于少数商业道德很坏而又屡教不改的人，要给以经济制裁或依法处理。

（原载《安徽日报》一九八〇年九月二十三日）

发扬商业道德值得研究的课题

罗 浥 尘

当前商业（包括服务业）道德风尚的状况如何？同十年浩劫期间相比，已经起了根本的变化。但是，问题还不少。仅以本人见闻的几例来说吧：有的烟杂店，买一包金锚牌香烟要搭八分钱的水果糖；前一阵大热天，一家果品店卖一只不凭卡的西瓜，竟要搭二角钱一斤小生梨（一斤竟有十几只之多，可一半是根本不能吃的）；上菜场买菜，看见有热气

肉，排了半小时队，说：“买半斤精肉炒肉丝的”。营业员眼睛一瞪：“嘻！别的摊头都卖冷气肉，有了热气的你还要‘精肉’！”硬是拣肥的，一刀下去，说：“一元二角，要吗？不要拉倒！”出了腿肉的价钱买的是比肋条还肥的肉，又要受窝囊气，真叫人哭笑不得。为什么会出现这些现象呢？除了林彪、“四人帮”的严重破坏这个重要原因以外，我认为还同片面理解经济规律，忽视道德教育，以及与经济规律相联系的管理制度、经济体制的不完善有关。

社会主义商业道德是随着社会主义商业的产生、发展而逐步形成和发展的。而且，商业道德并不是一个孤立的东西，它是整个社会道德的一个组成部分，既受社会道德的制约，又能影响社会道德。讲商业道德，一要讲究商业信用；广告宣传要实事求是，不说假话；合约鉴定就要严格履约；出售名牌、高档商品要实行“三包”——包退、包换、包修等。二要重视文明经商：商品的外观与内在质量要力求一致；实行按质论价原则；确保食品卫生，不出售变质或有公害的食品、罐头等。三要注意礼貌服务；改善服务态度，研究、提高柜台语言艺术，尊重顾客意愿，注意谦逊、礼让等等。当然，所有这些都要付之实践，除了商业部门的努力以外，还需要生产部门的密切配合。

讲经济规律和提倡商业道德是不是互相排斥的呢？不能这样看。社会主义的经济规律和商业道德是一致的，只要我们真正地按社会主义经济规律办事，又加强商业道德教育，做好政治思想工作，那么，我们的商业道德风貌是可以大放光彩的。当然，在实践中不按客观经济规律办事也是有的。例如，在考核企业经济效益时，强调兼顾国家、企业、职工个人三者之间的利益，这当然是必要的，使职工在为国家作

贡献的同时，与企业集体和职工本身的物质利益结合起来，有利于调动企业和职工的积极性，但就是缺少一个兼顾消费者的利益。现在，只要完成生产（销售）、利润、费用等几项规定的指标，就可获奖；如果利润超额完成，则企业可留成，职工可得超额奖，与保护消费者的利益不挂钩。于是，有的企业为了多得利润多得奖金，就在消费者的头上打主意。有一家烟糖批发部，从各项经济指标来衡量，任务确实完成得很好，奖金自不待说，还被评为市的先进单位，但事后被揭露出来，原来他们大量批发出去的袋糖，却几乎是袋袋克扣份量的。这当然不能说是正确地按经济规律办事的。可见，违背社会主义商业道德，也不符合社会主义基本经济规律的要求。

我们经济体制和管理制度中的某些弊病，也是不利于发扬社会主义商业道德的。例如，“硬性搭配”这种违反商业道德的做法，就与我们的经济体制有关。长期来，我们过多地用行政办法来管理经济，工厂只管生产，不管销售，不问市场，产品统由商业部门统购包销，产值、利润指标年年递增，设备、厂房很少更新、扩建，迫使工厂拣产值大、利润高的产品生产，形成紧缺品种长期上不去，多余产品下不来，产销不对路。且产品质量也提不高，更新换代又难解决。反映在商业部门，对于积压商品则是一级站转嫁到二级站，批发部转嫁到零售店，零售店就只好来个“硬性搭配”，最后落实到消费者头上。据一个零售店的经理说，我们总是想经销热门货，顾客满意，生意也好做。但批发部要我们搭一点冷背货，我们多少总要拿一点，否则就会搞坏关系，以后进货就会遇到很大困难。这类问题确实是存在的。这种状况不改变，“硬性搭配”的做法也难以纠正。目前，随着体制改

革的进行，允许工业自销、商业选购、搞市场调节，情况已经有所改观，但还有待于经济、物价、管理等体制的进一步改革，特别要大力发展生产，使紧缺品种减少到最小的程度。至于有些商店盲目自行采购，销不掉就来个冷热搭配，甚至还美其名曰“配套供应”、“方便顾客”，这当然是很不应该的。

资本主义商店为了追求利润，把顾客当作“衣食父母”，要营业人员在服务态度上对顾客热情周到，以求门庭若市，财源茂盛。我们是社会主义商业，无论从所有制和经营目的来说，与资本主义商业都是根本不同的。但由于商业网点不多，货源不足，缺乏竞争，加上从职工、经理到商店企业都是“铁饭碗”、“大锅饭”，因此，在同消费者的关系上，似乎无形中有一种倒过来的关系。在少数营业员中，卖东西给顾客好象是一种“恩赐”，的确存在着无视商业道德的现象。目前本市正在开展的“三街一场”争办最佳商店、争当最佳营业员活动，它所以会引起强烈反响，其原因就是促进了商店之间的社会主义竞赛，而且在评比的做法上，改变了过去光由商业内部评定、领导批准的办法，而由消费者来评选，这就改善了商店、营业员和顾客之间的关系，得到了广大顾客的支持。但有些消费者在高兴之余也有担心，认为这种做法基本上还是运动性的，一旦评比工作结束，所谓“风头”一过，有些商店是否会依旧故我，这种担心应引起注意。看来，把如何对待顾客，在经营活动中是否实事求是，讲究商业道德，作为考核商店和营业员的一个重要内容，并加以制度化，从经济利益上来处理好与消费者之间的关系，是值得研究的一个课题。

(原载《文汇报》一九八〇年九月二日)

电唱机、官商及其他

秋 石

某种电唱机质量好，于是发生了商店把有外伤的机子强卖给顾客的情况。别的紧销商品，也有类似情况发生。单怪售货员吗？当然不能。我们常听到如下的理由：“这是国家的东西，总不能让国家的财产受损失”。碰到这种事，总觉得有一个理论问题要讨论。

我们常常在批评“官商”习气，“官商”作风，这个“官商”的理论基础是什么呢？上面说的恐怕算是比较重要的一个吧！我这个商店是“官”办的，这个“官”字，不是当官的“官”，而是公家的“官”，“官”办就是公家办。现在的公家就是社会主义，最大的公家就是国家。社会主义的利益，国家的利益是大家都要服从的。按照这种观点看问题，到“官”办的商店买东西，消费者代表的就是私，是个人，售货员代表的则是公，是国家。个人利益要服从集体利益，私人利益要服从国家的利益，也就成了消费者与国营商店之间买卖的“准则”。在这种思想支配下，价格是否合理，不在话下了；质量是否合格，不大介意了；数量是否准确，也不严格了；反正你是私人，何足尊重。

但是，这种理论恰恰是与商品生产和商品交换的理论相违背的。商品交换的原则是等价交换，货币是特殊的商品，是一般等价物。一定数量的货币代表一定商品的价值，要求与同等价值量的商品相交换。在国营商店里买卖东西，顾客与售货员的关系，不是公和私、国家和个人的关系，而是商

品生产者之间的关系。顾客虽然不是拿商品与售货员交换，但是，他手中的货币，或者是用商品交换来的，如农民出售农副产品，或者是代表他付出的劳动。如工人的劳动，服务行业提供的劳动，这些都直接间接以商品为基础。既然是商品生产者之间的关系，他们的交换就应该是平等的。在价格上应该相等，在质量上应该合格，在数量上应该符合要求，一句话，应该是等价交换。一般说来，简单商品生产是等价交换的，资本主义商品生产也是等价交换。社会主义商品生产和小商品生产、资本主义商品生产一个不同的地方，在于这种商品生产和商品交换，是在真正符合交换双方的利益下实现的。如果是国营商店和消费者之间的交换，则是在维护消费者即广大群众利益下实现的，而不是象私有商品经济那样，带有许多尔虞我诈、勾心斗角、损人利己的色彩。至于“官”商，各个社会都有，但是最不讲等价交换、公平交易的，要算奴隶主和封建主国家的“官”商，总是带着许多超经济强制。社会主义的国营商业，其本质同它们根本不同，真正以公平交易、童叟无欺，取信于民。因此，大多数买东西的人对于卖东西的人总是寄予信任。可惜这种好的商业风尚，近十多年被林彪、“四人帮”一伙摧残破坏，在商业服务上造成了严重的“内伤”，以致许多人认为不足挂齿。殊不知不讲社会主义的商业风尚，就要危及商业的社会主义性质。如果我们的国营商业，不严格遵守公平交易、童叟无欺的原则，与封建主义的“官”商又有什么区别呢？有人以为，让国家占便宜，让消费者吃亏，是维护社会主义的利益。其实，恰恰相反，这样做对生产者改进生产不利，对经商者改进经营不利，既使消费者受损失，也使整个社会受损失，徒然损害社会主义在人们心目中的形象。明白了这一点，可能有利于提

高搞好商业服务的自觉性。

“官”商作风的存在，如果说有思想原因的话，封建主义残余的影响，就是一个思想上的原因。但是，这种作风之存在和不易克服，还有它的物质基础，就是商品经济还不发展，商品还不丰富，商品供不应求，不但质量不高，而且数量不足。奇货可居，“皇帝的女儿不愁嫁”，买者总是有求于供者，哪有改善服务的要求！若是相反的情况，事情就会不同了。商品数量多，花色又齐全，又不是一家垄断，顾客就有挑选的余地了。在这种情况下，如果有一家商店，货物比较充足，售货员热心向顾客介绍各种商品的性能、价格，又帮助顾客挑选称心如意的商品，自然大家都愿意买那家的商品，而不这样做的商店，生意就会清淡许多。还是拿电唱机来说，一两年以前，市场上是不大见到电唱机的。现在呢？市场上电唱机多起来了，因为生产电唱机的工厂多了。各地厂家之间有一些竞争，顾客也就有一些挑选的余地。然而某种电唱机为何还能如此强加给顾客呢？据说，这个厂产的质量最好，其他厂产的，在质量上仍然竞争不过。如果其他地方产的质量赶上了，那么这种电唱机就不会奇货可居了。那时即使是名牌电唱机，如果是残次商品也要退货，或者削价处理，而不致把损失转嫁于顾客。当然，如果现在商店能把各地产的电唱机的质量指标，它的优缺点作些介绍，让顾客比较，顾客也许会权衡优劣，选购其它比较满意的商品。这件事说明，象“官”商这样的封建主义残余，要靠发展生产力去打破。这个发展生产力不是一般讲的发展生产，而是要发展商品生产。本来，封建社会是由于商品生产高度发展被征服的。商品生产越发展，封建东西的扫除就越彻底。“官”商是阻碍商品经济发展的，除掉这个障碍，最根本的是发展商

品经济。有商品，就有竞争；有竞争，“官”商则失去存身之地。我认为，我们还要大大发展商品经济，进一步开展竞争。这是把我们的经济搞活之所在。我们的商业体制改革，以发展社会主义的商品生产和商品交换为主要目标，是否也在于此呢？

（原载《北京日报》一九八〇年十月二十日）

物价检查与经商道德

岩 峪

为了加强物价管理，刹住变相涨价的歪风，本市进行的物价大检查顺民心、合民意。但同时出现一种现象：有些商业单位掺杂使假、少秤短两的问题，一遇检查就收敛，检查一过又重犯，有的甚至边查边犯。问题如何解决？纳凉之夜，七嘴八舌，集成一题：物价检查与经商道德。

要使物价检查充分发挥威力，就要让物价检查经常化、群众化。单靠领导机关和专业部门的人员是不够的，还应把检查之权交给群众。比如，有的城市由街道办事处推举群众代表，由当地政府发给《物价检查证》，随时凭证出查。本市有的商店里，设有“群众监督台”、公平尺、公平秤等，都是发动群众检查监督的好形式。有关单位要扶植、推广，使物价检查“专群”结合、经常不断，不给变相涨价以可乘之机。

换言之，物价检查固然重要，但必竟是解决问题的外因。如果在商业人员中，真正树立起社会主义的经商道德，这则是解决问题的内因。社会主义经商道德包括诸多内容，

其中“货真价实”则是起码的一条。仅以这一条而论，有的商业单位有意作弊，象豆瓣酱里掺酱油，蔬菜、茶叶、糖果、调料少秤短两等。这纯粹是把一人一单位的私利，建立在损害顾客利益、损害全局利益基础之上，败坏了社会主义商业的信誉，连起码的经商道德都丢了。如果有关部门严格管理、加强教育，使这些部门、这部分人员树立起社会主义的经商道德，那么，他们就会自我规范、自觉鄙弃那些做法。如果商业战线广大职工，都能充分认识这一点，自觉这样做，加之有关部门和广大群众的检查监督，内因外因同起作用，问题就可迎刃而解。

(原载《济南日报》一九八〇年八月五日)

“逐客铃”小议

小 铃

周末之夜，我正在一家百货商店选购衬衫，突然铃声大作，店堂内灯光骤然变暗，营业员匆忙收摊，我只得怏怏地离开柜台。可是，直到顾客走光，营业员也陆续走出店门时，时针方指向八点二十三分——离规定的营业时间还有七分钟。不由得令人苦笑：真乃“逐客铃也”。

我不是说关门前不可以用铃声向顾客“打招呼”，而是营业员们的工作也闻铃而止，收摊停业就不好了。马克思把商业劳动称为提供特殊使用价值的劳动。这种劳动是作为活动提供服务的，职工的工作时间受消费者的制约。到了规定营业时间，可以让顾客只出不进，但是对于凡在营业时间进来的顾客，都必须服务完毕，而不能马虎了事，更不能提早逐

客闭店。

在当前开展的“双佳”活动中，商店注意店容店貌是要紧的，但是，作为顾客直接地感受到和需要的，是商品质量和服务态度。希望有关部门既从思想教育入手，也考虑一下商业服务行业的劳动工资管理办法的改革，把经济改革和服务质量改善结合起来，商业服务工作一定会呈现新的面貌。到那时，恐怕连营业员也不喜欢“逐客铃”了。

（原载《福建日报》一九八〇年十一月十四日）

如何提高国营商业的服务质量

韩士明

前些日子，西安市的商企、服务部门，学习外地经验，开展了一场颇有声势的请顾客评店及评选优秀营业员的“双评”活动。商店门前好不热闹，红旗林立，悬挂横额，设置票箱，安起广播，专人接待，歌声阵阵，请顾客给商店和营业员投票。一个多月过去了，不能说没有效果，但实事求是地说，商店和营业员的服务质量和服务态度，并未发生根本性的变化，有不少单位，“双评”活动过后，服务质量和服务态度依然如旧。

在新的历史时期，提高服务质量，改进服务态度，确实是商业、服务业部门需要解决的一个问题。但如何解决呢？这也确实是需要认真研究的问题。记得一九五八年西安市商业部门曾开展过“插红旗”运动，以后还开展过“学十九粮店”等多次运动和活动。这些运动和活动都是旨在提高服务质量，改进服务态度，但却都未能真正奏效。历史的经验值得