

中
华
对
联
从
书

商 场

趣 · 话 · 系 · 列 ·

对联故事

李文郑等 著

中州古籍出版社



中

华

对

联

丛

书

南场

· 趣 · 话 · 系 · 列 ·

对联故事

李文郑等著

古籍出版社



图书在版编目(CIP)数据

商场对联故事/李文郑等著. — 郑州: 中州古籍出版社, 2002. 2
(中华对联丛书. 趣话系列)
ISBN 7-5348-2074-X

I. 商… II. 李… III. ①对联—汇编—中国
IV. I269

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 095064 号

责任编辑:王 月

责任校对:温向苏

出版社:中州古籍出版社

(地址:郑州市经五路 66 号 邮政编码:450002)

发行单位:新华书店

承印单位:郑州新星印刷实业有限公司

开本:890mm×1240mm A5

印张:10

字数:214 千字

印数:1—8 200 册

版次:2002 年 2 月第 1 版

印次:2002 年 2 月第 1 次印刷

书号:ISBN7-5348-2074-X/G·392 **定价:**17.00 元

本书如有印装质量问题,由承印厂负责调换。



代序

商
场
对
联
故
事

商业对联初探(代序)

白启寰

我在编注《古今商业对联精选》(1989年3月贵州人民出版社出版)的过程中,深感对联这种文艺形式与商业经营的关系极为密切,很有收集、整理、普及的必要和研究、继承、创新的价值。因作进一步深入的研讨,发前人之所未发,谨撰此文以探之。献芹献璞,试图引玉,并就教于海内外方家。

一、商业对联的意义

对联,俗称对子,雅号楹联。它是方块表意汉字的一大特产,是我国独有的一种雅俗共赏的文学艺术形式。它脱胎于骈文骈句和格律诗词,具有整齐美观、音韵铿锵、历史悠久、应用广泛诸特点,深为人民群众所喜闻乐见。

商业对联,是对联家族中的一大分支。它深入到商业工作的各个方面,一般包括店铺、商场、集市、公司、作坊、摊贩等各行各业的堂联和门对,恭贺商店开张、乔迁与投赠店主及商业工作者的对联,也可以纳入这个范畴。



代序

中华对联丛书·趣话系列

堂联,刻悬或书挂于商店的厅堂之中,作为较长久的经营和宣传的标志之一。门对,则与民间的春联一样,每年都在春节时更换书贴之,因亦有“商业春联”之称。

因此,从某种意义上讲,商业对联比一般对联(或春联)更具有专业性和目的性。从宣传和应用的角度上看,商业对联更具有实用性和持久性。所以,商业对联的宣传效果、使用价值与社会效应,比一般对联也就显得额外广泛和深远。

二、商业对联的类型

综观古今商业对联,大约可以归纳为下面的五大类型。

第一种类型,是任何商业店铺均可以通用的对联,即“商业通用联”。如:

陶朱事业

端木生涯

生意兴隆通四海

财源茂盛达三江

站三尺柜台,放眼望九州美景

迎八方顾客,尽心为十亿人民

第二种类型,是某一种行业店铺可以通用的对联。如:

客来则喜

宾至如归

旅馆业均可以通用。



代序

刻刻催人资警省
声声劝尔惜光阴
钟表商店均可以通用。

经营品种,应为生产,也为消费
业务范围,既管购收,又管供销
供销社均可以通用。

第三种类型,是某一个店号商家的通用对联。这种类型的对联,绝大多数都运用“嵌字”的修辞手法,将店号在联文中嵌出来,连词造句,要求自然工切。也有的还要将这个店号的商业经营性质写入联句,使用对象就更加具体了。如:

广交四海财源茂
利益万家生意兴
这是“广利”号商店,才可以通用的对联。

公平有大道
和气致祯祥
这是“公和祥”号商店,才可以通用的对联。

进步祈精锐
昌期乐太平
这是“进昌”号鞋店,才可以通用的对联。

一堂酒客来皆雅
品味诗风去仍香
这是“一品香”号酒店,才能够选用的对联。

第四种类型,是某一家店铺独家专用的对联。这类对联,通



代序

常不仅要求“嵌名”，而且必须将这家商店的历史、地点、环境、性质、特色等诸多方面的情况，都有所侧重地融入联句，写得越具体越好。这样写出来的对联，贴切独到，绝不能移易于别处、别家、或同类、同名的商铺。如：

陶潜善饮，易牙善烹，饮烹有度

陶侃惜分，夏禹惜寸，分寸无遗

这是广州市“陶陶居酒楼”的专用联。陶潜，就是晋代大诗人陶渊明，嗜酒。易牙，是春秋时期齐桓公的幸臣，善于烹调。陶侃，晋代名将，他曾说：“大禹圣人，乃惜寸阴，至于众人，当惜分阴。”此联首嵌店名“陶陶”，同字相对，可视为别格特例。又引用四位古人的典实，写出了酒楼的性质和特色。对店家既有赞美，对饮客又有告诫。宣扬酒楼的“饮烹有度”，规箴人们要“分寸无遗”。贴切工巧，十分得体。

海国问何年，无限沧桑，塞外久忘秦岁月

珠崖成往事，多情花木，春来不秀汉山河

这是香港“海珠酒家”的专用联。上、下联首字嵌出店号“海珠”，又引用史实，愤恨清王朝割让香港。联语切地、切店、切时，充满了爱国主义思想。

中朋外友，看虹锁龟蛇，再不愁险渡危桥，波凶浪恶

南客北宾，喜道通京广，都乐对明窗净几，店暖人和

这是武汉市“中南旅社”的专用联。上、下联首嵌出店名“中南”，且又处处紧扣武汉市的当地风光和建设新成就着笔，把武汉长江大桥的作用，旅社的特色，都写得具体而亲切，堪称佳作。

第五种类型，是为商业店铺或店主，以及商业职工们撰写的贺赠联。商店用的新春联，也可以属于这一类。这类对联，虽属



交际应酬之作,但也要扣住商业和经营的个性来写,不宜太泛。

如:

开门生意好

张业利源多

这是一副祝贺商店开张的对联。

增设店堂宏大业

繁荣经济拓初基

这是一副祝贺商铺扩大门面的对联。

莺迁闹市财源茂

燕喜华堂生意浓

这是一副祝贺商店迁移重新开张的对联。

勤攻经济学

学抱为民心

这是一副赠送商家从业人员的对联。

关于这一类对联,还有一点应该指出,就是不少商业通用联,也可以灵活选来作为“贺赠”时的对联用。如:

无官商习气

是经济学家

商标远招信誉

物质薄竞文明

一点公心平似水

十分生意稳如山



代序

春满柜台,千红万紫
货盈橱窗,十色五光

晓日腾云,财源胜似泉中水
春风化雨,生意如同锦上花

这些商业通用联,既可恭贺店铺喜庆,也可投赠商业人员,又可以作为商业春联选用。

三、商业对联的源流

商业对联,在我国的应用最早始于何时,尚未发现精确的记载。但可以肯定,最迟不会晚于南宋。陆游在他的《老学庵笔记》中记载,宋高宗南渡定都临安(今浙江杭州)后,“故都(指河南开封,即北宋的京都汴梁)及四方士民,商贾辐辏,户牖一新”,“好事者取以为对”,一时竟得 10 余副之多。如:

干湿脚气四斤丸
偏正头风一字散

三朝御褭陈忠翊
四世儒医陆太丞

东京石朝议女婿,乐驻泊药铺
西蜀费先生外甥,寇保义卦肆

商店的匾额招牌集成的巧句对联,尚且如此之多,风行盛传。那么,商店之中的对联装饰使用的普遍程度,就更加可以想像了。

据褚人获《坚瓠集》记载,宋末元初的大书画家赵孟頫,曾为



代序

扬州(今江苏扬州)赵姓主人的“迎月楼”,撰书过一副对联,曰:

春风阆苑三千客

明月扬州第一楼

赵氏为宋代的皇室,故上联切楼主人之姓氏。扬州自古是观月胜地,唐代徐凝有“天下三分明月夜,二分无赖在扬州”诗句咏赞之。故下联切地、切景,移易不得。楼主人见之大喜,竟以楼中紫金酒壶作为润笔之资,一时被传为佳话。

明、清以来,名人为商业店铺的题联佳话更多。明太祖朱元璋为金陵(今江苏南京)一家阉猪屠户撰书的门对曰:

双手劈开生死路

一刀割断是非根

此联的影响和流传更为广远,早已脍炙人口,几至尽人皆知了。

总之,我国商业店铺书写悬挂对联,由于历史悠久,源远流长,早已成为显著的民族特色之一。工整精切的联语,以风格各异的书法出之,再配上讲究的格局,堂皇的牌匾,富丽的装潢,珠联璧合,相映生辉,为我国商业店铺壮观生色,给人以极大的美的享受。

四、商业对联的实用价值

商业对联,内容十分丰富,实用价值不容低估。它既能美化门面,宣传特色,又能帮助经营,指导消费,还能招徕顾客,启迪思想。反映出社会物质和精神文明的面貌。下面试举几例,略作点具体分析:

辛勤弹一曲

温暖送千家 (弹棉花店)



代序

备来柜架千般货
献给人民一片心（商业通用）

三尺柜台，大业紧连四化
一颗心志，贵宾喜待五洲（商业通用）

这些联语，写出了商业的经营宗旨和服务对象，阐明了商业工作的重大意义。

欲制称心服
须凭妙手裁（裁缝铺）

手中巧艺开新面
头上精工饰美容（理发店）

职业原无贵贱，只要安心务正，就是你剃头修脚缝衣裳，不为卑劣

德行应有高低，若其任意胡来，那怕他升官做宰当皇帝，照样肮脏（商业通用）

这些联语，写出了本行业的服务目的和内容，阐明了技艺精良的重要和“安心务正”的道理，抒发了职业的自豪感。

百样齐全，让群众百般方便
一回交易，给顾客一次喜欢（百货店）

听凭拣瘦挑肥，做到无争无悔
决不短斤少两，主持又正又公（肉店）



代序

发扬好作风,更看后辈超前辈

承继老传统,大敞前门堵后门(商业通用)

这些联语,描述了良好的服务态度,对端正经营作风,提高服务质量,都有一定的积极作用。

服务何妨夜继日

经营正好乐忘疲(日夜商店)

廉洁精良,小餐特色

烫鲜麻辣,川味正宗(川菜馆)

色香味俱全,食之不厌

桃李梅并蓄,买了再来(果品店)

面可充饥,请坐下吃它两碗

酒能解乏,快进来喝我三杯(小吃店)

短长路上相逢,善恶未分休作伴

早晚店中纳宿,愚贤不等各当心(旅馆)

这些联语,写出了各家商店的性质和经营特色,有赞有勉有诚,对开拓市场,招徕顾客,指导消费,颇具引人入胜的魅力。

但愿人常健

何妨我独贫(医药业)



代序

供顾客需求,把困难留给自己

为人民服务,将方便让与他们(商业通用)

这些联语,写出了商业工作者的高尚职业道德,给人以教益和启迪。

讲求效益,薄利多销,资金快周转

搞活经营,精兵简政,生意大兴隆

为市场繁荣,勤进快销交易活

把经营改善,集资创汇利源多

时间就是金钱,秒秒需抓紧

信息即为财富,行行要弄通

发财致富,义上求财,财恒足矣

薄利多销,仁中取利,利莫大焉

这几副商业通用联,指出了正确经营的方式和方法,简直等于几则“生意经”,值得商业战线上的人们去体会和深思。

顺便指出,不少商店对联,相应的生产厂家也可以选用。如:

但使人间能玉洁

何妨水底作冰消

这副肥皂店的对联,同样适合于肥皂工厂使用。

化学合成氮、磷、钾

肥源分送镇、乡、村

这副化肥店的对联,化肥厂同样也可以选用。



五、商业对联的艺术性

商业对联,作为应用文字,它具有较高的实用价值。同时,作为文艺作品,它又具有较强的文学性、哲理性和思想性。不少佳作,铿锵优美,寓意深远,达到了形式和内容的高度统一。请看下面的一些实例与分析:

聚来千亩雪

化作万家春(棉花店)

比喻巧妙,形象生动、十分贴切。

六书传四海

一刻值千金(刻字店)

贴切工巧,语妙双关。既写出了店铺性质,刻工精良,又给人以勉励和警策。

频劳大匠巧

博得小儿欢(玩具店)

不从正面着笔,别出心裁的构思,工整雅切,耐人寻味。

洗洗浆浆,件件清清爽爽

诚诚恳恳,人人喜喜欢欢(洗染店)

全用叠字,朴实无华,但却具体贴切,雅俗同赏。

命未当归岂没药

病犹泽泻谨防风(中药店)

联中的“当归”、“没药”、“泽泻”、“防风”,都是中草药名,别解双关,贴切工巧,妙趣横生。

贾岛醉来非假倒

刘伶饮后不留零(酒馆)

巧借“贾岛”、“刘伶”两位嗜酒古人的醉态神情,反衬出店中



代序

美酒的质高味醇。上、下联首二字与联尾二字,均系谐音巧构,幽默传神,别具一格。

虚心成大器

劲节见奇材(竹器店)

一味黑时犹有骨

十分红处便成灰(煤炭店)

不受几番磨炼

怎成一段锋芒(刀剪店)

这些联语,既恰如其分地写出了店铺的性质,又含蕴深刻地揭示了某种哲理,简直可以把它们当做格言去领悟、咀嚼。

应珍珠玉

莫弃糟糠(饲料店)

良田喜我耕无税

美质为君磨不平(砚店)

不怨弃捐,无息在光天化日

能禁漂泊,与人共苦雨凄风(雨伞店)

售人岂作趋炎势

知我常怀献璞诚(煤炭店)

这些联语,或对比,或拟人,或比喻,既切各自店铺的性质特



代序

点,又含做人的品格操守。工巧双关,颇有言近旨远、余味隽永之妙。

倭寇不除,有何颜面
国仇未复,负此头颅

三鸟害人鸦、鸽、鸪
一群卖国鹿、獐、螬

磨砺以须,问天下头颅有几
及锋而试,看老夫手段如何

第一副是理发店联,作于抗日战争时期。第二副是花鸟店联,作于五四运动当中,贴在上海闸北。句中的“鹿、獐、螬”谐“陆、章、曹”之音,指斥当时陆宗舆、章宗祥、曹汝霖等卖国贼。第三副也是理发店联,据说是太平天国起义前石达开所作。

这些联语,写法不同一般,均大气磅礴,同仇敌忾,壮志凌云,不啻是匕首投枪,且具有极大的感召力量和强烈的爱国主义精神。

综上所述,可见商业对联既有一般对联的优美共性,又有自己的可贵个性。也就是说,它既有很高的文学艺术欣赏价值,又有广泛而独特的实用意义。所以,它获得了非常顽强的生命力,赢得了人们的普遍喜爱,历久不衰;时至今日,犹方兴未艾。

六、商业对联的推陈出新

近些年来,我们欣喜地看到商业对联的应用日益广泛。人们不仅继承传统,采录旧联,昔为今用,而且推陈出新,百花齐放,创作了不少新兴行业的佳联,以及反映社会主义商业经营管



代序

中华对联丛书·趣话系列

理和改革开放思想的新联。

声音原可贮

呼吸亦相通(唱片、磁带店)

为使千家消暑热

能教六月变秋凉(空调器店)

得水而坚,高楼林立

和泥为用,大石天成(水泥店)

收录能通,信有机缘抒管见

声形可显,集成电路献荧光(无线电元件店)

这些联语,都是为新兴行业店铺撰写的佳作,可谓前无古人。

服务人民多供应

支援建设积资金(商业通用)

诚意热情,为侨胞服务

忠心赤胆,替祖国增光(华侨商店)

眼观六路,分析市场变化

耳听八方,征询群众需求(信息咨询公司)

看焊钹条条,熔通前进路

喜弧光闪闪,开放革新花(电焊器材店)