



工商谚语 行话手册

GONG SHANG YAN YU
HANG HUA SHOU CE

中国商业出版社

工商谚语行话手册

王常在

中国商业出版社

版式设计：安志英

工商谚语行话手册
王常在

中国商业出版社出版

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

北京顺义县印刷厂印刷

787×1092毫米 32开12.125印张90千字

1987年9月第1版 1988年3月北京第1次印刷

印数1—7,000 册 定价：3.30元

ISBN7—5044—0126—9/F·71

F7-62
W23

274551-5:5
375P

每个国家、每个民族都有自己的语言，各种语言都有其精炼的表达形式，谚语就是其中的一种。

早在三千年前，我国就产生了谚语，在殷代的甲骨文和春秋战国时代的《左传》、《列子》中便有记载。在我的印象里，以往的谚语书多是农家谚、气象谚一类的，当然也有反映社会生活常识和为人处世之道等方面内容的，但是象王常在同志所编的这部集中反映工商业道德、经营思想和生产活动这一具体范畴的谚语选编，我还是头一次见到。应该说，常在同志在这方面做了一件很有益的工作。

我国是社会主义国家，各行各业，包括工业、商业、服务业等，其宗旨应当是：“为人民服务，对人民负责”。党的十一届三中全会以来，党的工作重点逐渐转移到经济建设上来，改革和开放、搞活的形势越来越好，经济关系将逐步理顺，这是十分令人鼓舞的。然而，应当看到，在工商业领域里，一部分人的觉悟还不那么高，在这些人头脑中，存在着“一切向钱看”的倾向，他们的经营目的，脱离了人民群众的需要，而是单纯围绕着“钱”字打转转。当前，经济领域中的一些不良现象，诸如欺行霸市、哄抬物价、以次充好等，都是以牺牲群众利益来达到

自己赚钱的目的的。我们要警惕这股势力，不能任其滋长泛滥。发展商品经济是我们党面临的一个新课题，怎样做到既要开放、搞活经济，又要坚持社会主义道路，有待我们去探索。

谚语作为一种生动形象、意味深长的语言形式，对人民大众起着不可忽视的宣传教育作用。在当前形势下，搜集大量健康有益、寓意深刻的工商行业谚语，引导群众坚持社会主义方向，学习文明生产和经商本领，抵制不良风气的侵蚀，无疑是十分必要和非常有益的。

常在同志是北京市工商行政管理部门的负责同志，他在紧张繁忙的工作之余，三十年如一日地积累这方面的谚语，既促进了本职工作，又陶冶了精神生活，其毅力和责任心是令人钦佩的。

衷心祝贺这本书的出版发行，祝愿常在同志收集到更多更好的谚语，也希望广大读者能从这些谚语中得到启发和帮助。

①金鉴同志是中国共产党第十二、十三届中央委员会候补委员，中共北京市委副书记。

谚语行话



目 录

序.....	金 鉴 (1)
--------	-----------

谚 语 行 话

经营战略篇.....	(1)
选行立业篇.....	(20)
搭伙联合篇.....	(28)
事在人为篇.....	(34)
厂店设置篇.....	(42)
信息预测篇.....	(48)
商品质量篇.....	(62)
价格策略篇.....	(69)
货物采购篇.....	(76)
商品销售篇.....	(86)
生意买卖篇.....	(95)
接待顾客篇.....	(104)
顾客心理篇.....	(111)
文明礼貌篇.....	(117)
待客语言篇.....	(126)
装璜广告篇.....	(130)

气象节季篇.....	(136)
个体工商篇.....	(142)
货栈客店篇.....	(151)
外贸旅游篇.....	(157)
厨师饭店篇.....	(163)
企业财务篇.....	(168)
经营效益篇.....	(181)
增产节约篇.....	(189)
革新竞赛篇.....	(195)
安全保卫篇.....	(203)
业务学用篇.....	(210)
技艺学练篇.....	(220)
公平交易篇.....	(238)
职业道德篇.....	(243)
信用名誉篇.....	(250)
今昔奸商篇.....	(256)
惜时立志篇.....	(269)
其他篇.....	(280)
一画.....	(280)
二画.....	(281)
三画.....	(282)
四画.....	(284)
五画.....	(287)
六画.....	(289)
七画.....	(293)

八画·····	(295)
九画·····	(300)
十画·····	(303)
十一画·····	(304)
十二画·····	(307)
十三画·····	(307)
十四画·····	(308)
十五画·····	(309)
十六画·····	(309)

柜 台 用 语

关于柜台用语·····	(313)
礼貌招呼用语·····	(315)
介绍商品用语·····	(319)
收款交货用语·····	(322)
缺货退货用语·····	(324)
解惑排难用语·····	(327)
祝贺道别用语·····	(331)
对顾客的批评、表扬、意见和 建议用语·····	(333)

附：企业家成功诀窍

历史上各行各业的祖师·····	(339)
陶朱公经商理财十八则·····	(341)
日本松下经商术三十条·····	(343)

美国企业家创业入门	
二十一条·····	(346)
意大利菲亚特公司的	
“法宝”·····	(349)
外国企业怎样节约时间·····	(350)
优秀经理的十大特征·····	(352)
企业经营五知五忌·····	(354)
收集信息的方法·····	(356)
掌握信息的五知、四戒、	
四贵·····	(358)
乡镇企业发展的“十字经”·····	(360)
个体工商业者的招数·····	(362)
美国小企业管理员工的	
二十四条要诀·····	(364)
小商品市场的生意经·····	(366)
八十年代末优良企业的条件·····	(368)
本书主要参考书目·····	(372)
后记·····	(374)

经营战略篇



以身生产经商，不可无世界眼光。

做生意如打仗，鼠目寸光不足取，高瞻远瞩才是经。

做买卖要有前后眼。

现代管理是“动态管理”。

没有数据，就没有管理。

在企业管理《辞典》里，没有“地大物博”这类词。

要想生意长久好，售后服务不可少。

正确的决策不是厂长头脑里固有的，而是群众智慧的集中体现。

生意要做活，不能丢原则；
效益要上去，方向不能错。

正确决策，标新立异。

经营方法要活，经营方向要正。

感情管理，动之以情。

做出符合供求规律的决策，生意才能做好做活。

连续快攻，以快取胜（情报快，决策快，投产快，
销售快，周转快）。

在“快”字上做文章，生意兴旺。

吃准市场行情，开拓热门短线。

“抢手货”不要抢；
“冷门货”抢着上。

找“热门”抓“缺门”。

集得万家货，迎来一市旺。

一点杀猪，连片卖肉。

品种力争多、新、全；
质量力争小、好、精。

以科学技术为经，合理管理为纬。（日本）

活力 = 智力 × (毅力 + 体力 + 速力)。（日本）

重智力，求效率，择时机。（日本）

想别人没有想过的，
干别人没有干过的。

苟日新，日日新，又日新。

更新换代，独树一帜。

念“独”字经，唱独家戏。

多规格，“繁衍子孙”；
成系列，“传宗接代”。

管理就是一系列的决策。

做别家没有做的事，
得人家得不到的利。

紧趁（促、上）的庄稼，消停（丢、松）的买卖。

逢贵莫赶，逢贱莫懒。

逢俏不撵，逢滞莫丢。

好市莫赶，烂市莫丢。

创出金字招牌，利润找上门来。

创了“省优”想“部优”，创了“部优”想“国优”。

生意做得活，多销利不薄。

薄利多销可以积薄利为厚利，积小利为大利。

开放要坚持，问题要正视。

以产定销，越搞越糟；
以销定产，越做越宽。

商商结亲，工商连姻，农商同心。

人无我有，奇货可居；
人有我好，以质（优）取胜；
人好我多（廉），薄利多销；
人多我早，贵在时机。

服务求质量，以优取胜；
交往讲信誉，以诚取胜；
商品重适销，以新取胜。

产品以新取胜；
质量以优夺市；
价格以廉赢人。

信名牌，抄名牌，不如自己创名牌。

简单模仿不是路，
独树一帜创名牌。

随大流就丧失了竞争力。

货精于“严”，畅销于“新”，名贵于“恒”。

顾客要求第一，广为顾客户服务。

要让产品去适应人，不是让人去适应产品。

为群众想得越多，生意做得越活。

经常向顾客请教，才能生产出适销对路的产品来。

想顾客之所想，投顾客之所好。

要做消费者的生意，就得让消费者了解你。

小生产的管理习惯于：“平安无事”，“以不变应万变”；

现代化管理信条是：“善于找事”，“积小变为大变”。

在应变中求生存，求发展。

小生产的效率原则是：“人多好办事”，“人多生意兴”；

现代化大生产效率原则是：“精兵简政”，“用最少的人办最多的事”，“多一个人就多一个故障的因素”。

欲取先与为上策，又取又与为中策，只取不与（杀鸡取卵）是下策。

少用人，多办事儿，
多做买卖少占本儿，
一年多打几个滚儿。①

卖衣想着穿衣人，必有顾客登上门。

政策对、形势好，科学管理少不了。

勿单凭经验拍板，要靠事实科学决策。

经验加科学，事业能成功。

正确的决策来源于科学的预测。

金山、银山，党的政策是靠山。

研究适应顾客心理，
顺应历史时代潮流。（日本）

居安要思危，保持危机感。（日本）

景气时积水，以备萧条时之雾。（日本）

摆脱老经验的束缚，不断向新领域开拓。

①多打几个滚儿，意指一年里多做些买卖，资金多周转几次。