

<<中华商道>>

图书基本信息

书名：<<中华商道>>

13位ISBN编号：9787508705859

10位ISBN编号：7508705858

出版时间：2005年7月1日

出版时间：第1版 (2005年7月1日)

作者：燕山客

页数：227

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中华商道>>

内容概要

我国的商业有几千年的历史，在其漫长的发展中积淀了丰富的商业文化。所谓“商道”，它不仅是经商之道，而且是道德之道：它不仅蕴含商业的经营理念、哲学和典故等，而且“寓教于乐”启迪后人为人做事的成功之路。《中华商道》论述了商业文化的精髓，传承了经典的商业谚语。

作者简介

燕山客，本名张双林，现为中国工商报社副刊资深编辑、北京史地民俗学会副秘书长。曾用雨相、蒋里仁、霜林等笔名在全国各类报刊上发表有关历史、民俗、文艺及新闻报道文章3000余篇。并出版了《中国庙会大观》、《老北京的商市》和《郁园随笔》等书。

<<中华商道>>

书籍目录

言无二价，童叟无欺和气生财买卖不成仁义在酒香不怕巷子深赔本儿赚吆喝旧账不过年庄稼钱，万万
 年，买卖钱，四十年创业难，守业更难一招鲜，吃遍天药材精，药才精好货不便宜，便宜没好货亲兄
 弟明算账百问不烦，百拿不厌家丑不可外扬要想人前显贵，必须背后受罪假一罚十诚信即财富法不严
 则商刁每次都是初交店大欺客要想富的快，最好做买卖皇帝的女儿不愁嫁好市莫赶，烂市莫丢人靠衣
 装，货靠包装十贪九走眼生财有道义为先先钱后酒，吃了就走薄利多销紧打油，慢打醋秤平斗满不亏
 人缺斤短两，缺福短寿斤饼斤面，有钱可赚足尺加一一年赔、二年平、三年才能把钱赚算盘一响，黄
 金万两信息灵，买卖兴敢赔才能赚店雅客自来没有不开张的油盐店礼拜一，买卖稀富贵无三辈脚下没
 鞋穷半截店小利微，概不赊账三百六十行，行行出状元肥水不流外人田要想富，靠马路顾客永远是上
 帝收人钱财，给人方便只此一家，别无分号货比三家远亲不如近邻商场如战场财大气粗王婆卖瓜，自
 卖自夸宁可要跑，也不要少三年不开张，开张吃三年鲜鱼水菜最好卖同行是冤家看人下菜碟空手套白
 狼要想活的精，先学磨洋工北有王麻子，南有张小泉，王麻子过不了长江，张小泉过不了黄河黑手挣
 钱，白手花钱，理所当然书呆子经商，老本儿赔光两把刀，八根绳，走街串巷过营生建了拆，拆了建
 ，拆拆建建有钱赚捞一把就走无利不起早莫谈国事天不怕，地不怕，就把东家说官话腊月水贵三分不
 做赔本儿买卖大雪纷纷下，柴米油盐都涨价无奸不商大鱼吃小鱼要想干得好，先把同行干倒挂羊头卖
 狗肉要想把钱赚，就把庙会办报信儿的腊八粥，要命的关东糖天不怕，地不怕，就怕老蒙说汉话冰棍
 败火，拉稀别找我正月初二敬财神，一年生意都兴顺白天看庙，晚上睡觉登长城，吃烤鸭，游故宫，
 逛秀水外地人去王府井，北京人去西单，“土老帽儿”去大栅栏先有鹤年堂，后有菜市口头顶马聚源
 ，身穿瑞蚨祥，腰缠四大恒，脚踩内联升四牌楼东，四牌楼下，四牌楼底下卖估衣腿勤身不懒，无本
 买卖也赚钱商人爱国——国货完全老西儿拉胡琴——自顾自天桥的货——假的多会仙居的炒肝——没
 早没晚砂锅居的买卖——过午不候：小铺的蒜——白给傻子卖豌豆——多给卖柿子的说睡——就是不
 涩老买卖——不养三爷砂锅砸蒜——一锤子买卖当铺的伙计——不笑俄国人卖毯子——亡了国日本人
 卖仁丹——没安好心日本的酒——没味儿王致和的臭豆腐——闻着臭吃着香

章节摘录

“家丑不可外扬”，是我国许多家庭的传统，但这句谚语在商界也十分适用，因此在旧社会许多买卖家的《铺规》中，都有“家丑不可外扬”的内容。

商界的所谓“家丑”是其商业秘密的一部分，为了增加竞争力，使自家生意兴隆，他们必须封锁一些信息，尤其是不利于自己家的信息。

而“家丑”不仅仅是一般的信息，往往还是自家的“硬伤”和“软肋”，如暴露出去就会带来不可估量的损失。

所以，数百年来，各个商界都制定了极其严厉的《铺规》。

《铺规》中有对“宗丑”外扬者的惩罚条文，有些惩罚条文会让“犯规”者一生都得不到安宁。

据考，旧社会当铺行业的《铺规》最为严厉。

当铺在其经营中，总少不了敲诈勒索和欺骗的内容，当这些伎俩被外人知道了，当铺就会没有了生意。

所以，当铺的伙计从学徒的那一天起，首先要学会“守口如瓶”和“少说话多磕头”之类的市侩作风。

为了防止“家丑”和伎俩外扬，店东禁止伙计与外界交往，尤其是不准与同行交往，否则就会令其“卷铺被走人”。

而且被勒令“走人”的人，永远不能再进入当铺行业工作。

这个行业在这方面是很默契的。

解放前夕，市场萧条，百业凋零，京城某饭庄的掌柜为了欺骗店东和投资人，偷偷地让伙计在面袋里装上黄土码在店内；让账房先生将铜板包起来冒充“现大洋”，以此来证明该饭庄库存丰盈、资本雄厚，而且每天的生意还不错。

那些在这家饭庄投资的股东和店东，见掌柜经营有方，且有发展的实力，就打消了关店撤股的念头，饭庄被保存下来了。

这种弄虚作假，自然属于“家丑”，所以只有掌柜和几个大伙计知道，而且有言在先，谁泄露出去谁就走人。

“家丑不可外扬”既是一种传统的观念，也是商家的经验所得。

因为确实有些商家在无意中“外扬”了“家丑”而导致买卖失败。

旧社会南京某酒馆，因掌柜随意打骂伙计，一伙计怀恨在心，偷偷地将掌柜往酒里兑水的事件外扬出去，弄得这家酒馆失去了生意，只好关门大吉了。

现今的一些企业和商场，都有对员工进行保守商业秘密的教育。

但是，如果商业秘密是正当的营销策略、手段，及进货渠道或生产配方等等，当然员工有义务保密。

但是如果有不正当竞争和违法经营的内容，就算不得商业秘密而属“家丑”范围了。

如这种“家丑”不外扬，受损失的不仅是消费群体，可能商家和企业会因诚信丧失而被列入“黑名单”中。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>