

营销管理系列丛书 / 袁乐清 张珀维 黄智华 陈国伟 主编

经营之道

揭秘道法自然天人合一的营销真谛

周泉润 著



中山大學出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

营销管理系列丛书 / 袁乐清 张珀维 黄智华 陈国伟 主编

jīng yíng zhī dào
经营之道

揭秘道法自然天人合一的营销真谛

周泉润 著



中山大學出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在线编目 (CIP) 数据

经营之道: 揭秘道家自然天人合一的营销真谛 / 周泉润著. — 广州: 中山大学出版社, 2015. 8
(营销管理系列丛书 / 袁乐清等主编)

ISBN 987-7-306-05303-9

I. ①经… II. ①周… III. ①营销管理 IV. ①F713.50

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第144016号

出 版 人: 徐 劲

策划编辑: 钟永源 袁乐清

责任编辑: 钟永源

封面设计: 蔡淦绵

责任校对: 杨文泉 莫嘉琪

责任技编: 何雅涛

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020-84111996, 84113349, 84111997, 84110779

发行部 020-84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路135号

邮 编: 510275 传 真: 020-84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 广东省农垦总局印刷厂

规 格: 787mm × 1092mm 1/16 18.25印张 348千字

版次印次: 2015年8月第1版 2015年8月第1次印刷

印 数: 1~23000册 定 价: 66.00元

如发现本书因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

序1 道法自然 天人合一

——为周泉润先生新著《经营之道》一书序

袁乐清

摆在笔者面前的《经营之道》书稿，是著者周泉润先生继《推销之道》一书出版之后的又一本即将出版的新书样稿。

两年前，《推销之道》一书出版之际，笔者应著者诚邀，用“赞‘以事实说话是我良知’”为题，为该书作序。近期，著者历时两年时间完成的《经营之道》新书书稿，又摆在了笔者的面前，并且又一次诚邀笔者为新书作序。笔者深感盛情难却，尝试以“道法自然、天人合一”为题作此序。

《推销之道》与《经营之道》两书，都是采用自传体方式写作的管理经营方面的书，列举的都是平常的小事和身边琐事。所不同的是《推销之道》侧重于讲事业，更适合经销商阅读；《经营之道》侧重于谈生活，而且生活琐事叙述得更详细，不但适合经销商阅读，还适合消费者和众多希望改善生活质量的人士阅读。

《推销之道》在未做媒体推广和宣传的情况下，目前销售已超过6500册，市场普遍反映观点新颖、深入浅出，表现形式独特，实用性强，文笔优美，通俗易懂。自《推销之道》问世不到两年的时间里，著者就任总经理的企业，其经销商规模和公司业绩，都提升了50%以上，而且经销商做事业的信心与消费者的忠诚度，也都有了较大程度的提高。

那么，作者为什么自《推销之道》问世之时，紧接着又开始写作《经营之道》一书呢？作者向笔者吐露心声时说，我个人认为：当今社会有两件事是说不清、道不明的，一是道理，因为事物总是在不断地发生变化；二是情感，因为情感总受很多其他因素的影响。因此，著者试着用“小故事大道理”、“小道理大学问”、“小学问大实用”的思维方法，在“大”与“小”上面做文章，并极力表现“以小见大”，也想以此作为自己新书的一个明显特征。

当然，著者认为，无论怎么样，这本书终究还是一本写经营的书，只不过是借此说一些人生的道理。为此，著者以大家耳熟能详的经营，通过延伸、渗透到方方面面的领域，并且有意识地表现出漫不经心，让大家在阅读的同时还能感觉到一份轻松。著者这样做的目的其实也很简单，就是想为那些至今仍旧在职场徘徊，至今还在被家庭问题所困扰，至今还在为想过有质量的生活而纠结的社会各类人士，提供一点点启示。

的确，经营这个词已经越来越进入了我们的生活。人们议论，是因为不想随波逐流；人们思考，是希望藉于这样一种东西改变自己的命运。经营涉及我们的事业、工作、生活、爱情的方方面面，也预示着我们的生命走向和幸福指数，并在直接关乎我们每一个人既得利益的同时，还反映出我们的社会价值，以及由价值规律所引发的一系列社会现象。

2014年9月24日，国家主席习近平在人民大会堂出席纪念孔子诞辰2565周年大会上发表重要讲话时指出，中国优秀传统文化中，蕴藏着解决当代人类面临的难题的重要启示。

笔者阅读《经营之道》这本书稿，深感所有的观点，都是建立在中华优秀传统文化之上的，并尝试着以中华文化诠释经营现象，揭秘营销真谛，通篇闪耀着“道法自然、天人合一”的智慧光芒，给人耳目一新的启迪。

“道法自然”语出老子《道德经》，“天人合一”是先儒提出的境界，两者都谈到人与自然的关系，皆不能违背“道”（规律）。

“人法地，地法天，天法道，道法自然”这四句话，不仅是做人做事的法则，而且是修真证道的法则，这是太上千古不易的密语，是老子思想精华之所在。

“天人合一”思想是追求整体与和谐的中国传统文化，已渗透到中国文化的各个方面，是中国哲学的最深层思维方式。

从《经营之道》一书的字里行间，我们领悟到中国优秀传统文化的博大精深，也感触到她生生不息的生机与活力。

作此文，是为序。

【袁乐清，系《信息时报》原副总编辑，《营销管理》杂志总编辑，中国广告协会学术委员会委员，广州市作家协会会员，广东营销学会副会长兼秘书长，华南理工大学工商管理学院和创业教育学院校外导师】

序2 文化危机，正吞噬中国企业

著名评论家、企划专家：赵国平

近年来，一直做着文化与企业经营方面的研究和推广工作，参加过一些会，也实操了好些项目，因此经常被企业家问到一个问题：国内企业与国际知名企业最大的差距在哪里？我回答是：文化；企业家们为此想不通：他们认为自己的员工现在就连生产线上都能摸出大学文凭来，自己也频繁地读着MBA、总裁班之类的课程。怎么说没文化就没文化了。

其实，这就是症结所在。中国有着几千年的灿烂文化，但现代工业文明及管理水平却都是舶来品，不信的话，试问：我们的技术、我们的管理，哪一项不是复制国外的，而执行这一切的人，却恰恰又都是国内人，普遍连国门都未出过。我们张口闭口谈品牌，却错误地以为有个大家都知道的商标就可以了；我们线上线下说文化，却偏执地认为网站上挂一幅头像，公司喊几句口号就自然而然强化了，但却忘了一个最基本的规律，那就是：文化的差异，又确实不是短时间就能改变的。所以，西方的东西再好，也有一个消化吸收的问题。而我们又有多少企业做过这方面的工作呢？政府和企业又有多少资金预算用在这方面呢？

更现实的情况却是：一味地生搬硬套，导致最终的结果也就只能是其实还好端端的东西，弄来弄去弄得不伦不类；原本还没有那么糟的一件事，折腾来折腾去，反而搞得比原来还要更糟。这样的事情出现得多了，不但周围的环境被搞得乌烟瘴气，到最后，连自己也都怀疑自己了。

所以，当这本《经营之道》摆在我面前的时候，我倒是真的不由得为之一怔，料想胆敢这样给书命名的，不是庸人即是高人。说庸人是因为这样平实的标题，面对当下的眼球经济，一点都不新颖，甚至可以算是昏睡的了，还怎么能够要求市场买账；说高人是因为在汉字所有的词汇中，“道”是最大一个词，也是最高深的

一个词，还是最准确的一个词。道理：万事万物的本源问题；道路：为人处事的规律；道行：做人做事的本领技术、方法。所以，能洞悉这些的人也确实绝非等闲之辈。

《经营之道》讲道理，每一个道理虽然都很简单，但我们却总是想不到。就像夏日的路灯下，一群街坊邻居，一边不经意地摇着蒲扇纳凉，一边有一搭没一搭地天南海北地摆着“龙门阵”，但仔细听来，不但能解暑，还像是啃了一块大西瓜一样地畅快。

《经营之道》讲规律，每一条其实大家都知道，但做着做着就容易忘了的那种。

《经营之道》讲道行，每一种技术都是那么容易操作，说起来谁都会，只不过我们告诉自己不用急，所以总是会做但始终没有去做。

为了说清楚这个“道”，《经营之道》围绕“道”展开，从做人、做事、做家、做团队、做企业、做社会诸方面，论述了一个经营思想，那就是：简单、变化、不变，并大胆地从道理、道路、道行等诸多方面揭示出来。为了达到效果，采用了说道理、讲故事的方式，层层剥离、环环相连、丝丝入扣。有理论，且一张一弛、浅显易懂；有应用，亲切自然、明明白白。所以，对于文化来说，大范围地加以市场运用，堪称是理论与实际结合的有益尝试；对于经济来说，全方位、大面积地渗透发展规律，技术、方法，给人耳目一新的同时，也着实算得上是里程碑之作。

更难能可贵的是，这本书所有的观点都是建立在中华传统文化之上的，并尝试着以中华文化诠释经营现象，虽然还有很多不完善之处，但却在经营的本土化方面作出了大胆并且有益的尝试，也可以算是迈开了坚实的一步。

序3 以小见大 寓理于事 滴水之恩 涌泉相报

周泉润

我个人认为：当今社会有两件事是说不清、道不明的，一是道理，因为事物总是在不断地发生变化；二是情感，因为情感总要受很多其他因素的影响。也因此认为，要想在社会上引起别人关注，只有两种东西最容易达到，也最为触动人的，一是颠覆之声，要么振聋发聩，要么针砭时弊，声音如雷贯耳；二是柔情之音，回忆幼时稚嫩，重温青年激情，撩拨内心脆弱；若是在此基础上，还能说出一点点道理，有一定的实用价值，那就可以算作是做了一件了不起的事情了。

这就是我写《经营之道》的初衷，我试着在“大”与“小”上面做文章，并极力表现“以小见大”，也想以此作为自己书的一个明显特征。

小故事 大道理

在书中，我以童年时代的一些印象深刻的事情开始，试着阐述一个个经营的道理，尽量避开一些刻板的说教，也不想罗列那些听腻了的案例，而是通过对发生在自己身边事的叙述、解读、剖析，娓娓道来、层层剥离，最后，尽可能向读者展示了一个比字面稍大一点场面。

小道理 大学问

书中叙述的每一个道理，都是我们日常生活中司空见惯的、俯拾皆是 的道理，但就是这样一些大家都明白，也最为容易忽视的道理，却是多少年来，众多专家、学者喋喋不休，始终争论不出一个结果的东西。我这样做的目的，也并非显示自己有多能，而是想以此向人们传递一种信息：再大的道理，其实都隐藏在一个个小道

理之中；最大的智慧，往往出自那些最普通的劳动者。

小学问 大实用

当然，无论怎么样，这本书终究还是一本写经营的书，只不过是我想借此说一些人生的道理。为此，我以大家耳熟能详的经营，通过延伸、渗透到方方面面的领域，并且有意识地表现出漫不经心，让大家在阅读的同时还能感觉到一份轻松，并且让大家操作起来不但简单，还不至于那么枯燥。

我这样做的目的其实也很简单，就是想为那些至今仍旧在职场徘徊，至今还在为被家庭问题所困扰，至今还在为想过有质量生活而纠结的社会各类人士，提供一点点启示。究竟做得怎么样？那就要靠读完我这本书的您来点评了。期待得到您各种形式的支持与帮助。

滴水之恩 涌泉相报

常言道：滴水之恩，涌泉相报。值此拙作《经营之道》即将付梓印刷之际，我要衷心感谢中山大学出版社的社长徐劲先生、中山大学出版社的资深编审钟永源先生，他们为本书的编辑出版尽心尽力、精益求精。

还要衷心感谢著名国学专家，养生专家，文人书法家，国学修心倡导者，全国政协委员，现任北京中医药大学管理学院院长、教授、博士生导师的张其成先生，他以刚劲有力的书法为本书名题词。

衷心感谢著名评论家、企划专家赵国平先生，以及《信息时报》原副总编辑，广告潮系列丛书主编、整合营销传播书系主编、营销管理系列丛书主编，中国广告协会学术委员会委员，广州市作家协会会员，广东营销学会副会长兼秘书长，华南理工大学工商管理学院和创业教育学院校外导师袁乐清先生，他们两位欣然接受邀请，在百忙之中阅读本书并赐序。

衷心感谢广东营销学会营销管理系列丛书编委会的有关负责人张珀维执行总编、黄智华主编、陈国伟主编、蔡淦绵总编助理，他们为本书的编辑出版精心策划、牵线搭桥、锦上添花。

还要衷心感谢我的夫人周庄女士，感谢为本书编辑出版付出辛勤劳动的所有人，有你们相伴，我今后一定会做得更好。

前言

要是我说所有的生命都是处在变化之中的，我相信几乎所有的人都不会反驳我；但我要是说，所有的生命都是有思想的，我相信有一多半的人都会认为我这只不过是打了个浪漫的比喻而已。但我此时绝不是想跟大家玩一把浪漫，而是确实确实地是在跟大家说一个真理。因为我发现不管是自然界的动物也好，还是植物也好，其实都是有思维的，虽然我们暂时还不能确定它们不会像我们人类一样有思考，但所有的生灵其实都是有自己想法的。为了便于叙述，我们暂且将其统称之为思想。

虽然我们无法从植物的表情来判断它们是怎么思考的，但有一点是肯定的，它们也有七情六欲；至于动物那就更是好区别了，它们有着几乎与我们人类一样的表情及情感表达方式，从我们已知的五官变化就可以明显地感觉到它们的喜怒哀乐，并从以往所取得的经验最后确认它们的行动导向。

我想说的是：任何一个生命，其实都不可能孤立存在。所以我们想要在大自然生存，或者说想生存得更好一些的话，那就必须学会与其他生物共存，否则就会出现排斥，就会遭到惩罚。同理，同类动物中，以一定关系存在的团体，无论是长期存在的还是临时组织的，都必须学会处理彼此间的关系，尤其是处理好与其他相关群体的关系，不然的话，稍稍疏忽大意，就会酿成对抗、反击，甚至更残酷的折磨。处理得好，则顺；处理不好，则逆，甚至亡；这其中，势必也都多多少少隐藏着一些潜在的规律，需要的就是我们细心地发现，然后用心地经营。

现在，经营这个词已经越来越进入了我们的生活，人们议论，是因为不想随波逐流；人们思考，是希望藉于这样一种东西改变自己的命运。

经营成为街谈巷议话题的同时，总听人说起经营，议论经营。好像在当今这个

完全市场化的社会背景下，这就代表品位，代表时尚。

商人们喜欢谈经营，那是因为经营能够帮助他们更好地运营企业，使他们的投资能够获得更好的回报。

文人们喜欢谈经营，那是希望自己的艺术获得最广泛的人群认可，从而不但能得到更好的传承，还能在当下有一个比较好的市场表现。

政治家喜欢谈经营，那是希望通过自己的努力，获得一些政绩，向上不辜负组织的重托，向下，可以少落下一些或一方百姓的骂名。

学者们也喜欢谈经营，那是希望自己的研究成果能够更好地转化成生产力，并且成为推动社会前进的一股力量。

农民其实也喜欢谈经营，那是因为他们都希望自己庄稼地里长出的东西，能够更好地满足挑剔的城里人，从而在有限的土地上，创造无限大的价值。

街坊邻里也免不了谈经营，那是互相传递一种信息，并且通过把握这种信息改善自己的生活质量。

在职场上，我们谈经营，是为了我们将自己的所学、所能，可以淋漓尽致地发挥，体现自我价值的同时，也能因此获得最为理想的回报，从而使自己以及自己的爱人、亲人，可以因此活得更好一些。

在情场上，我们谈经营，既是因为我们经历过一次次的伤害后，再也伤不起了；又是因为我们早已习惯了跌宕起伏的情感体验；越是伤不起，还越是喜欢受伤后的那份痛、那份痒、那份等待和执着。

在家里，我们谈经营，是希望一个家庭能够更好地运转、延续，并且传承。

在外面，我们谈经营，那是我们关注我们生存、生活的这个环境，总想让这个环境更适合自己施展，并且总以为自己可以为改变这个环境做点什么。

经营涉及我们事业、工作、生活、爱情的方方面面，也预示着我们的生命走向和幸福指数，并在直接关乎到我们每一个人既得利益的同时，还反映出我们的社会价值，以及由价值规律所引发的一系列社会现象。

目 录

第一章

1

一道：经营的前世今生

——人类的一切活动都离不开经营

第一节 远古的经营__5

- 一、一跤摔出千年“八卦”__5
- 二、“八卦图”在现代的运用__7

第二节 诸子百家的经营__8

- 一、儒家关注文化__8
- 二、道家关注人生__9
- 三、佛家关注人心__11
- 四、墨家关注社会__13
- 五、法家关注国家__14
- 六、医家关注养生__14

第三节 现代经营中需要厘清的问题__16

- 一、需求与供给__16
- 二、远期与近期__17
- 三、全面与局部__17
- 四、复合与单一__18
- 五、粗放与精细__18
- 六、有限与无限__18
- 七、平衡与倾斜__19
- 八、创新与继承__19

第四节 “经营学”的时代味__20

- 一、用望远镜做战略规划，看得高、看得远__20
- 二、用显微镜制定战术，做得细、做得精__21
- 三、经营的辩证观点__21
- 四、最为理想的经营模式__23

二道：经营的“规”

——规律、习惯、规章都是效率的保障，

第一节 经营解决三个问题__29

- 一、为什么经营——目标及其梦想那些事__29
- 二、经营什么——心中有底，眼里才有事__31
- 三、怎样经营——如何才能把事做好__32

第二节 经营的两种方法__35

- 一、文化内涵感染人__35
- 二、规章制度激发人__37

第三节 传播出效益__39

- 一、口碑：重要方法__39
- 二、媒体：有真真假假__40
- 三、命令：需要政府组织__40
- 四、情感：可以强化影响力__41
- 五、教育：受众相对精准__41

第四节 制衡显威力__43

- 一、做事守规矩__43
- 二、做人用治理__44

第五节 经营的实质就是经营品牌__46

- 一、品牌是人们喜欢、接受的理由__46
- 二、品质是核心__47
- 三、包装是形象__47
- 四、宣传是手段__48

三道：经营自己

——经营世界之前，首先必须经营好自己

第一节 人生的“万有引力定律”__53

- 一、没有中间的“我”就没有东南西北__53
- 二、有了“我”，社会的各种关系才变得有意义__54

第二节 经营人生，从梦想开始__55

- 一、人生因梦想而精彩__55
- 二、人生的经营目标：开心、美满、长寿__55
- 三、人生开心三要素：健康、财富、自由__56

- 四、人生美满就是家庭美满：有父母、有伴侣、有孩子__56
- 五、人死而精神不死：永远活在人们心中__57

第三节 点滴+点滴=成功__58

- 一、生命对谁负责? __58
- 二、爱自己的人才会爱别人__59
- 三、只有我是独一无二的，建立自信心__63
- 四、做自己的主人，有一颗老板心__64

第四节 立人生规矩__65

- 一、尊重社会审美标准__65
- 二、做出个人特有风格__66
- 三、个人的经营法则：时、位、中、应__69

第五节 经营人生品牌__70

- 一、打扮自己就是一种尊重__71
- 二、热情其实是种力量__71
- 三、记住名字，可以传递温度__72
- 四、不妨露点真性情__73
- 五、在吃喝玩乐中显出品位__73
- 六、万事行动第一__74
- 七、广交朋友，寻觅知己__74
- 八、点燃自己，永远上进__75
- 九、勇于担当__76
- 十、学会忍耐__76

第六节 心系天下，才为天下所系__78

- 一、以身为天下，可以得天下__78
- 二、以身爱天下，可以托天下__79

第四章

83

四道：经营夫妇

——在这个世界上，谁是你最重要的人

第一节 夫妇关系究竟有多重要__87

- 一、良好的夫妻关系是家庭稳定的保障__88
- 二、夫妻关系影响着父母的幸福指数__89
- 三、夫妻关系决定了孩子的健康指数__89

第二节 不正常的夫妇关系__91

- 一、千年曲解：男尊女卑__91
- 二、百年误会：男女平等__92
- 三、当今男女关系怪相__93

第三节 无形的平等，有形的有别__95

- 一、男女精神上应该平等__95
- 二、男女社会分工有别__96

第四节 建立良好的夫妇关系__98

- 一、遵守承诺__98
- 二、建立共同的目标__99
- 三、各尽其职，相互配合__100
- 四、信赖__100
- 五、尊重__101
- 六、宽容__103
- 七、幽默：只言情，不讲理__104
- 八、性生活是夫妇间的一种责任__104

五道：经营孩子

——天下父母心

第一节 可怜的孩子__113

- 一、孩子成了父母的“面子工程”__113
- 二、孩子成了完成父母理想的“工具”__113
- 三、孩子成了家庭的“中心”__114
- 四、孩子成了父母口中的“宝贝”__115
- 五、孩子究竟是谁的__115
- 六、孩子成了胁迫的“手段”__115
- 七、孩子成了“分数”的奴隶__116
- 八、阿斗现象：一代不如一代，会毁了中华民族__116

第二节 孩子最想要什么__118

- 一、健康的体魄__118
- 二、快乐的心灵__118
- 三、生活的智慧__119

第三节 家庭教育最重要__121

- 一、慈母严父，巧妙配合__121
- 二、道法自然，因时而教__123
- 三、严格遵守规矩__127
- 四、培养良好的品德__128

第四节 学校教育有乾坤__131

- 一、健康第一，关爱为上__131
- 二、校园内人人平等，没有歧视__131

- 三、传道、授业、解惑，不以“分数”判优劣__132
- 四、学高为师，道高为范__132
- 五、奖励与批评__133
- 六、拔苗助长害死孩子__133

第五节 自然教育藏玄机__135

- 一、向植物学习适应__135
- 二、向动物学习变化__135
- 三、学习金水的品格__136
- 四、学习木火的上进__136
- 五、学习土的敦厚__137
- 六、学习大自然的循环__137

第六节 所有教育的目的只有一个：明事理__138

- 一、锲而不舍是种态度__138
- 二、辨别是非彰显智慧__139
- 三、教育的目标：明事理__140

第六章

141

六道：经营家庭

——有天 有地 有空气

第一节 家庭的核心是夫妇__144

- 一、没有血缘关系的男女睡得好，家才好__144
- 二、夫妇关系是家庭的中心__145

第二节 清明节上坟的启示__147

- 一、为什么要上坟？__147
- 二、上行下效，千年真理__148

第三节 心中有父母是孩子成长的原动力__150

- 一、为父母争光才上进，才有羞耻心__150
- 二、可孝但不可顺，才是孝敬__151
- 三、单亲如何支撑一个家__152

第四节 家风、家规、家教__156

- 一、家庭作风__156
- 二、家庭规矩__158
- 三、家庭教育__159

第五节 夫妻双方的家族是平等的__162

- 一、夫妇是家庭中的老板__162
- 二、家族的水要端平__163

第六节 良好的家庭关系是社会和谐的基础__164

- 一、后院不失火，前院才踏实__164
- 二、和谐家庭的表现形式__165
- 三、家是每个人的疗伤中心 __166

七道：经营团队

——众人拾柴火焰高

第一节 团队的灵魂__171

- 一、共同的价值观__171
- 二、团队的目标__172
- 三、团队的梦想__173

第二节 团队的自由__175

- 一、来去自由__175
- 二、不设私刑__175
- 三、遵守规则__176
- 四、言论自由__176

第三节 团队的规矩__177

- 一、章程__177
- 二、检查__178
- 三、严格奖罚__178

第四节 团队的文化__180

- 一、取经团队的文化：不越位__180
- 二、教育与训练__180
- 三、宣传__182

第五节 团队的作风__183

- 一、民主作风__183
- 二、狼性文化__184
- 三、树立榜样__187
- 四、接受监督__187
- 五、忘我精神，全心全意为人民服务__188
- 六、尊重人权__188
- 七、不使用暴力解决问题__189
- 八、荣誉感__189

第六节 团队的和谐__190

- 一、统一目标才能统一行动__190