

叶舟博士◎主讲

心理平衡大智慧

在北大讲

平衡之道

- 5000年文明的全新总结
- 圆满人生必修课
- 步入事业新境界

心理解脱师讲座之三

广西科学技术出版社



心理解脱师讲座之三

叶舟博士◎主讲

在北大讲

平衡之道

平衡歌

万物阴阳求平衡，
恬淡虚无病不生。
无人合一求平衡，
人居其中保长生。
五脏六腑求平衡，
身心健康气血充。
人际关系求平衡，
事业发展必兴隆。
人生处处求平衡，
心宽体健乐容容。
如今喜唱平衡歌，
意行平衡理论经。
医者病家齐参与，
科学普及病魔清。
国际推行平衡论，
人人健康求大同。



广西科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

在北大讲平衡之道/叶舟主讲. —南宁: 广西科学技术出版社, 2008. 7
ISBN 978-7-80763-058-6

I. 在… II. 叶… III. 人生哲学—通俗读物 IV. B821-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 076508 号

在北大讲平衡之道

作者: 叶 舟

出 版 人: 何 醒

出版发行: 广西科学技术出版社

社 址: 广西南宁市东葛路 66 号

邮政编码: 530022

电 话: 010—85893724 (北京)

0771—5845660 (南宁)

传 真: 010—85894367 (北京)

0771—5878485 (南宁)

网 址: <http://www.gxkjs.com>

在线阅读: <http://book.51fxb.com>

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 中国农业出版社印刷厂

地 址: 北京市通州区北苑南路 16 号

邮政编码: 101149

开 本: 700mm×1 000mm 1/16

字 数: 190 千字

印 张: 17.5

版 次: 2008 年 7 月第 1 版

印 次: 2008 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 1—10 000 册

书 号: ISBN 978-7-80763-058-6/G·18

定 价: 25.00 元

版权所有 侵权必究

质量服务承诺: 如本书发现缺页、错页、倒装等印装质量问题, 可直接向本社调换。

服务热线: 010—85893724 85893722

序一：处理好“二”的平衡艺术



天下所有的学问，几乎都是阐释“二”的学问。人与内心是二，人与他人是二，人与社会是二，人与自然是二，人与团体是二。与人相关的一切问题，都可还原为“二”的问题。如得与失、乐与悲、成与败、强与弱、硬与软、正与反、好与坏、进与退、快与慢、虚与实、收与放，等等。

一切的冲突，一切的竞争，一切的成功与失败，都可还原为“二元对立”，都可简化为“二”的学问。如果不理解人生的本质问题，那么，无论是谁都难以成大器。

中国文化在这一点上最有说服力，其中《中庸》更是处理“二”的经典论著。许多人没有真正读过《中庸》及相关著作，都误认为中庸就是和稀泥，就是拦腰斩断，就是一刀切。其实持这种理解的人还只是中庸的门外汉而已，或者是另有图谋。中庸真正揭示的是宇宙万物的动态平衡。其典型观点如“天人合一”“剑即是人，人即是剑”。中庸追求的是最佳的平衡，是动态的平衡，是处理好“二”的最佳方法。

一个人若处理不好“二元对立”的问题，那么，他就不可能处理好任何其他问题。

本书是目前为止系统研究“二元对立”的书，你如果在生活中、工作中出现了得与失、爱与恨等类似的问题，在其他书上难以找到直接的回答，那么，就不妨在夜深人静时翻翻此书，我们相信你一定能从中得到某些启示。

下面我们不妨一起来欣赏一下，当代智者及战略策划大师王志纲对“二”的平衡艺术的理解和阐释。





快与慢

大家知道，今天中国的企业界一派高歌猛进、气吞万里的气势。说得好听一点，就是人人恨不得一夜之间成为比尔·盖茨，一夜之间成为巴菲特，一夜之间成为麦肯锡。许多老板都信奉一句话，就是“做不大不做”。说得不好听一点，就是浮躁之气笼罩着整个业界。什么叫快？什么叫慢？谁都想快，但真正的快是什么？回顾工作室近10年来的历史，可以说我们走得较慢。但是这些年来，有多少风光一时的“仁人志士”如今都已成为新鬼冤魂？又有多少“指点江山，激扬文字”的“大师”们都成了过路英雄、泡沫神仙，一个个都被淘汰、消灭了，有的还成了笑柄！

另外，就是工作室坚定不移地把握好“快与慢”的平衡和节奏。“不积跬步，无以至千里；不积溪流，无以成江海”，路就是靠一步一个脚印地走出来的，但前提是方向一定要正确，不能走错路。我们要帮别人策划，就必须先策划好自己的发展路径。

所谓的“快与慢”，就是说在一个浮躁的时代，我们不浮躁；在一个追求短线的时代，我们追求长线；在一个追求现实功利的时代，我们追求超越世俗之“虚”。

正是从这个意义上说，我们既是公司又不是公司：我们追求的不是多赚几个钱，成为亿万富翁，而是有朝一日能成为中国社会真正的商业思想库。也就是说那些看似同这个社会、这个现实不相吻合的东西，恰恰就是成就我们的法宝。经过近10年的龟兔赛跑，兔子全死掉了，乌龟终于快到终点了。

经过艰苦卓绝的跋涉，今天企业界青睐我们，同行不敢小看我们，政府开始重视我们。因此，我们一定要非常珍惜这来之不易的成果，一如既往、辩证地处理好发展过程中“快与慢”的关系。

总而言之，要辩证地、历史地看“快”与“慢”，一味图快，很容易陷入浮躁之中，许多企业、许多老板就是急于快发财、快致富，最后沉沦到江湖之底，再难浮出水面。凡是成功的人皆先立于“慢”的行列，但这个“慢”最后却成了“快”，使后来者居上。



虚与实

工作室从开创到现在，一转眼已经快10个年头了。站在今天，回望过去的八九年，我们好像一直都比较虚，但就是这个“虚”，决定了我们“实”的力度与厚度。没有这个“虚”，我们也许会迷失方向；没有这个“虚”，我们工作室也许就走不到今天，也不可能在未来与时俱进，不断保持旺盛的战斗力和“会当凌绝顶”的气概和能力。

工作室成立以来，一直存在“虚与实”的争论，我们就在这种争论不休的漩涡中一步一步地走到了今天。同行攻击我们最多的言论，就是说我王志纲工作室只会玩“虚”的，不会做“实”的。谎言重复一千遍就成了“真理”，我们的一些员工也动摇了。

所谓务虚与务实，就内部而言，不少员工认为我不应该将太多的时间和精力用在理论盘存、梳理和规范上，不应该养一些不直接产生经济效益的战略研究人员，而应该在公司实体的运作上多下工夫。说白了，就是希望我们的业务从上游的战略策划向中下游的规划、代理、广告等延伸。有趣的是，连我们的不少重量级客户也这样认为。

过了这8年，再回头来看，我们才发现，这个“虚”才是社会最需要的，它是添加剂、是催化剂。当然这个“虚”并不否定“实”，我们强调的是虚实结合、虚实相生，只有这样我们才能永远“引领市场潮流，享受冲浪的乐趣”。

专与泛

在工作室的发展过程当中，经常有人攻击我们，说我们不专业。昨天，我看到了一位热血青年的求职信，说他曾师从一个策划大师5年，掌握了100多个开发模块，自以为本事了得，愿意来投奔“革命”。这使我想起了一件事。我初闯江湖的时候，带过一个“马仔”，后来他也办了一个公司，既做定位策划，也做广告、代理，现在也被称为大师了。老实说，这个人的人品还可以，只是多赚两个钱就飘了。有一次，他让我的一个助手带句话给我：“麻烦你转告王老师，一定要专业化，一定要模块化，否则将被市场淘汰出局。我们已经做了100多个模块





了，业务流程逐步在规范化。”助手回来告诉我，我听了只是淡然一笑。

首先声明，我绝不反对专业化，但我所说的专业化绝不是常规公司自以为是的某种专业化。那种“一招鲜吃遍天”“天旱饿不死手艺人”的所谓专业化是非常可恶的专业化。

这就印证了我经常说的一句话，凡是可以克隆的都是不值钱的，凡是学校可以教授的价值都是很有限的。王志纲工作室要成为中国智库界的强势品牌，必须是一个商业思想库，必须是一个超级孵化器，必须要极富于创新能力。专业化的模块只能是鸡蛋，而工作室的目的是要成为下蛋的母鸡。母鸡的培育、发展同鸡蛋的挑选、采购，绝对是两回事。鸡蛋炒了以后必须马上吃，不吃就馊了，而母鸡则不断下蛋，吃不完还可以储存起来。

现在的工作室可说海纳百川，员工来自五湖四海，学广告、设计、规划的有，学营销、新闻的也有，甚至还有学文、史、哲的，这都很好，可以互相补充、相互吸纳。但大家千万记住，在“专”的基础上，一定要“泛”，一定要走一专多能的道路，吃透了这个“泛”，再揉到“专”里面去，否则你的路会越走越窄。未来的中国需要的是有专业背景的“通才”，绝不可能是狭隘背景的“专才”。

我始终坚信，不管这个社会如何变，凡是可以克隆的，永远不值钱。值钱的永远是创新，是理念、哲学及方法论上的创新。“工欲善其事，必先利其器”，只要把握住这个“器”，就可以开启一切，像万能钥匙一样打开每一道门。当然，这样说并不是要否定学习，而是希望大家能用一种新的观念去把握和整合学习。

我希望诸君更要处理好专与泛的辩证关系。

另外，我一直想为企业家写一本《企业家相对论》的集子，我知道中国企业家的缺憾之一是缺失企业家心灵哲学指导。我为了在这一领域帮企业家做点事，于是在业余时间搜集了一些与相对有关的智慧之语，如：

关心大家，才能让大家关心；财聚人散，财散人聚；没有送去，岂有拿来；起点决定终点，集中才能扩大；没有无形资产，就没有有

形资产；不逼自己，难逼别人；有非常之人，才有非常之事；小舍小得，大舍大得，不舍不得，等等。

我们总共搜集了100条这样的研究平衡的句子，我十分欣赏这样直白明了的句子。每读一遍，我们便越想快点把《企业家相对论》写出来，快点献给无数的企业家。这就是我推出本书的原由。

在我动笔之前，我看到出版商赵著利先生给我发来的赵广忠的电子文稿，我觉得我的构想已被他写出来了，我完全没必要再写一部了。为了统一形式，我与赵著利共同策划出了本书的书名，筛选了赵著利的《一字经》中的部分内容并认真修改及另外创作了近10万字的内容终于形成本书，并由我来主讲这一课题。

本书用最直白的方式道出了成大事的平衡哲学！

最后奉上我的感谢：在本书中我要感谢圣严法师、净慧法师，李放、罗贵云、赵菊春老师，周国平教授，赵广忠、德金、陈平老师等人，以及北京大学、清华大学和广西科学技术出版社，没有他们的各种各样的帮助，本套丛书是不可能出版的，我也不可能有快速的进步！

叶舟 序于北大资源东楼



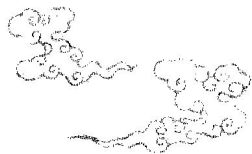
序
处理好：

二
的平衡艺术





序二：平衡是人生的最高境界



6

在北大讲平衡之道

前一本书说“包容”是中华民族的民魂，包容成就一切。那么，成功者除了拥有一颗包容之心外，还在行为上有什么特殊的掌控之道呢？在此，我告诉大家，还有一个简单掌控命运的法则，它就是平衡之道。用一句直白的话来说，平衡，就是消除冲突的艺术。公平秤被广泛使用，是因为它的原理运用了平衡；高空走钢丝被人连声惊叹，是因为它吃透了平衡的规律。

平衡，是做人的最高境界。

有的人能左右逢源，有的人能游刃有余，是因为他们总能掌控好做人的度，掌控好对待每个人的分寸，他们总能达成平衡。他们在吃透人性的前提下，总能恰如其分地处理好每个人的需求，总能够理顺与每个人的关系。

平衡，是做事的最高境界。

有的人总是一开公司就垮，一个公司没开上一年半载就倒闭了。为什么？主要是因为他处理不好公司对内对外的各种关系，处理不好近期与远期的关系，总是顾此失彼，总是到处失去平衡，最终因多处失衡而导致冲突不断，冲突太多而关门走人。有的人却能很快将企业做大做强，这又是为什么？是因为他们懂得了做事的分寸，懂得了平衡之道。

平衡，是健康的最高境界。

许多人为了金钱，为了事业，不惜拼命地工作，忘我地工作，他们通过偏执狂似的努力，终于取得了成功，达成了目标。这种成功，可

是用他们的身体健康换来的，许多老总头发都掉光了，从头到脚全是毛病，还有许多人因过劳而英年早逝。显然，这种人是严重地打破了工作与健康的平衡，真是得不偿失，令人惋惜。

平衡，是人生的最高境界。

许多人忘记了，人生是一个整体，它需要随时维持人与内心的平衡，人与他人的平衡和人与环境的平衡。许多人只知其一，不知其二。他们既不清楚富足人生是什么，又不知道如何有效地实现这一目的。在此，我告诉大家一个实现富足人生的判别式，它就是看你的人生是否“平衡”，看你是否行色匆匆，是否和颜悦色。

平衡，既然如此重要，那么，我们怎样才能熟练地把握好这个度呢？

要想让身与心平衡，我们就不妨学学庄子，学学什么是逍遥游。要想让自我与他人平衡，我们就不妨学学孔子，读读他是怎样理解“仁”的。要想让自我与环境平衡，我们就不妨研究老子，看看他是怎样理解“道”与“德”的。要想让整个生命自由平衡，我们就不妨了解佛陀，看看他是怎样献身成佛的。

当然，这4个人都有点老了，读他们的典籍许多人会有一定的难度。那么，就请读读本书吧！

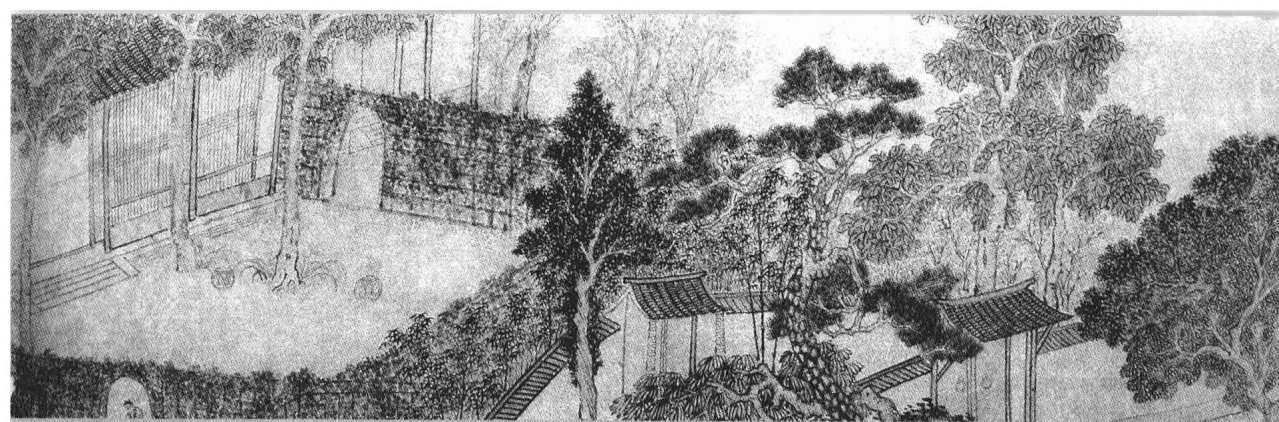
本书是在对中华文明的“通读”之后，归纳出来的实现“平衡”人生的精华。我们从九个方面，用现代人的观点道出了古今成大事者做人成事的平衡之道。

赵著利 序于中加大厦1401室



序二：
平衡是人生的最高境界





目 录



序一：处理好“二”的平衡艺术 /001

序二：平衡是人生的最高境界 /006

一、心灵的平衡术 /001

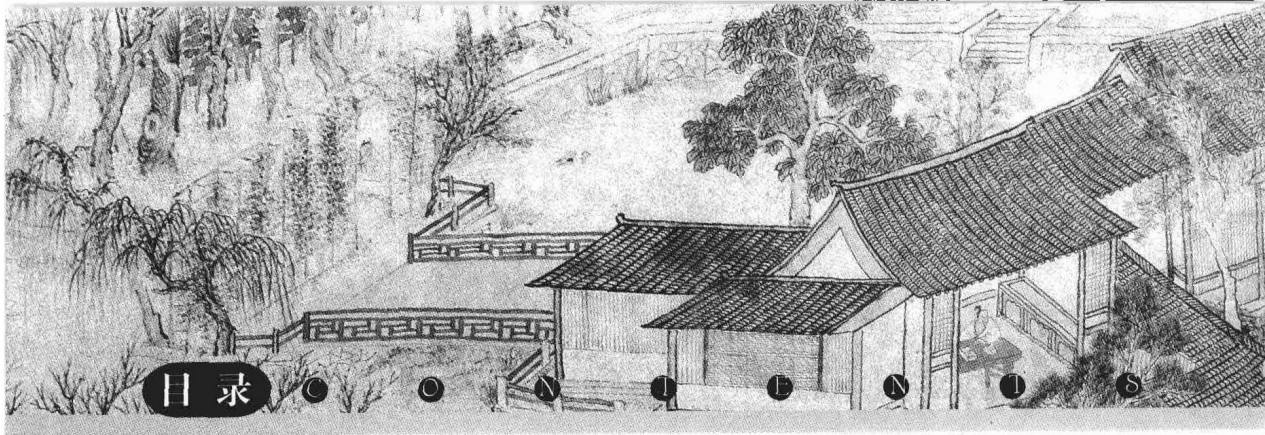
1. 虚与实的平衡 /001
2. 凡与圣的平衡 /006
3. 诚与伪的平衡 /010
4. 清与浊的平衡 /014
5. 荣与辱的平衡 /019
6. 善与恶的平衡 /023

二、思考的平衡术 /028

1. 学与思的平衡 /028
2. 问与辩的平衡 /032
3. 深与博的平衡 /036
4. 智与愚的平衡 /041
5. 恒与辍的平衡 /046

三、追求的平衡术 /051

1. 志与趣的平衡 /051
2. 宏与微的平衡 /057



3. 定与移的平衡 /062
4. 磨与炼的平衡 /067
5. 成与败的平衡 /072

四、说话的平衡术 /076

1. 同与异的平衡 /076
2. 雅与俗的平衡 /083
3. 听与说的平衡 /088
4. 硬与软的平衡 /094
5. 直与曲的平衡 /100



五、做人的平衡术 /108

1. 方与圆的平衡 /108
2. 表与里的平衡 /113
3. 厚与薄的平衡 /118
4. 礼与兵的平衡 /123
5. 忍与抗的平衡 /128
6. 争与让的平衡 /135



六、做事的平衡术 /142

1. 利与害的平衡 /142
2. 缓与急的平衡 /147
3. 正与奇的平衡 /153
4. 微与著的平衡 /158
5. 谨与忽的平衡 /163





6. 得与失的平衡 /167

七、御人的平衡术 /172

1. 恩与威的平衡 /172
2. 选与任的平衡 /178
3. 信与疑的平衡 /184
4. 宽与严的平衡 /190
5. 才与德的平衡 /194
6. 赏与罚的平衡 /199



八、功成的平衡术 /203

1. 进与退的平衡 /203
2. 时与势的平衡 /208
3. 安与危的平衡 /214
4. 强与弱的平衡 /219
5. 消与长的平衡 /223
6. 因与果的平衡 /227



九、生活的平衡术 /231

1. 俭与奢的平衡 /231
2. 贫与富的平衡 /237
3. 和与戾的平衡 /241
4. 动与静的平衡 /248
5. 身与心的平衡 /254
6. 乐与忧的平衡 /258



一、心灵的平衡术



1. 虚与实的平衡

任何有深度的人，都一定深思熟虑过虚与实的问题。

首先，我要告诉你，虚的并不是假的。虚与实相对应，它们是辩证法的两个方面，也是任何人要成就一番事业必须弄清楚的首要问题。若弄不清实是什么，那你就可能干成小事；若弄不清虚是什么，那你就可能干成显赫于世的大事。

下面我们来看在一个企业之中，哪些是实，哪些是虚。

土地是实，厂房是实，人力是实，材料是实，金钱是实，生产是实，产品是实，凡是看得见的都是实的；价值观是虚，目标远景是虚，企业文化是虚，战略决策是虚，管理思想是虚，炒作是虚，产品体验是虚，凡是看不见的都是虚的。

实是重要的，但虚比实更为重要！没有毛泽东的《论持久战》，全国人民当时有力则无处使；没有史玉柱挑战命运的斗志，就不可能有“脑白金”的新时代；没有“蒙牛”管理层的几个特殊脑袋，就不可能有“蒙牛”的快速崛起；没有“海尔是海”的思想，就不可能有“海尔”今天的国际化；没有铺天盖地的炒作，就不可能将货铺到更多消费者的心灵深处！

在虚实之间，虚是关键，虚是领头羊，虚是核心，虚是核心竞争力，虚是灵魂，虚是理论，虚是战略，虚是方法，虚是指南针，虚是航海图，虚是成就大业的第一要素。一个人若不懂得虚的重要性，那他就可能干成任何大一点的事。





“麦当劳”卖什么？卖娱乐气氛，这个气氛当然是虚的。“金利来”卖什么？卖男人的绅士风度，这个风度当然是虚的。“劳力士”卖什么？卖富有和尊贵，这个尊贵当然是虚的。倒卖古玩卖什么？卖心理价值，这个心理价值当然是虚的。

为什么会这样？因为人类进步了，人们的温饱基本解决了，人是追求上进的动物，当我们的低级需求满足后，更高一级的需求自然就来了。因此，今天，人们的消费已由身体消费进入到心理消费层面了，已由身经济进入到心经济了。在这个新时代，人们的主要追求是讲究心理的体验和满足，甚至是精神上的满足。总之，无论是心理上还是精神上的，一句话，都是虚的，都是看不见摸不着的。作为今天的中国人，如果还不能清醒地认识到虚的实质，那问题还是非常严重的。

以上只是说明了虚实的相互关系而已，下面我再说一个比较前卫的观点，希望你不要被吓倒。

中国将全面进入“虚时代”。无论是政治，还是经济，还是文化，还是军事，还是生活，还是娱乐，都一样，只是进入的速度和程度不同而已！

就拿经济来说吧，中国下一轮经济的增长点在哪里？国民生产总值（GDP）的增长靠什么来支撑？只可能在虚拟财富上做文章，而且要大做文章，不然，就不可能再持续稳定地增长，人们的生活水平就不可能提高，国际竞争能力就不可能加强。

企业，自然也一样。中国已是世界上最大的产品加工国了，但生产却只能局限于简单的产业，局限于低端产业，还不能真正跟发达国家的高端产业竞争。前几年，中国的首富是卖猪饲料的，而发达国家的首富是卖高科技的。

如今，发达国家对发展中国的经济战略有三种方式：一是输出品牌，二是输出资本，三是输出产品。其中最厉害的一招就是输出品牌，他们向发展中国家大肆展开贴牌活动，利用知识产权和名牌商标抢占发展中国家的巨大利润。中国如今就是被贴牌的大国之一，从汽车到汽水，从头顶到脚底，从黑龙江到海南岛，到处都贴满了国外的知名品牌。中国工人加工一双鞋，流了一身臭汗，却只能得到10%的加工费，而贴牌者坐着不动却得30%的贴牌费，有的甚至更高。这说



明什么？说明虚比实重要得多。美国目前向全世界输出最多的是什么？一个字——虚！现在，我们许多人的生活方式、娱乐方式和管理方式几乎都看得出美国文化的影子。

实的战争并不可怕，可怕的是虚的战争！怎样在今天打赢这场软战争，已是每个决策者面临的首要问题。目前，中国企业面临最大的问题也是虚的问题，如怎样在全球化的背景下打好企业的品牌战，已是任何企业，尤其是中小企业面临的首要课题！

如果这一场虚的战争打不赢，那么，在下一轮的国际竞争中就只能被动挨打，只能仍旧成为人家的加工工厂和垃圾堆放处。人家就是大脑，我们就只能是四肢，只能干些体力活。说得严重一点，我们若打不赢这场虚战争，我们是不会有好日子过的。

今天，当我们走进电器城，已经很难分清索尼与三星、长虹与康佳、西门子与伊莱克斯的性能区别，很难分清这些实的区别，我们对它们不同价格的认可程度相当一部分来自心理价位。而心理价位其实不一定是理性的判断，它是一种虚的东西，它更多依据其营造的“文化场”和知名度、美誉度等影响，而这些影响基本上都是通过舆论和媒体来制造和传播的。至此，我们不得不承认，舆论和传媒在左右着公众的判断，从而更深远地影响着整个商业时代。

也就是说，品牌将更多不是比实的有形含量，而是比虚的文化含量。正像可口可乐出售的不是糖水而是一种生活方式，星巴克出售的





不是咖啡而是关于咖啡的体验一样，现代背景下的产业已经开始，而且将更为彻底地告别实的时代，转而进入追求虚的时代。

我反复强调虚的重要，是因为今天中国务实的人太多太多，而目前中国面临着几千年来最大的一次产业转型，现实是许多人都不知道已到了转型期，这是相当危险的。因此，我一方面要大声疾呼中国将全面进入虚时代，另一方面还要丰富有关虚时代的理论体系，以正确引导人们平稳地过渡到虚时代之中去。

我说这么多，其实就讲了一句话，就是玩实的不如玩虚的。

当然，我并不是否定实的重要性，我只是在绝大多数人都只知道实的前提下，我特别强调虚是更加重要的，它是下一轮经济增长的最重要的部分。我并不是要大家丢掉以前的实干后去纯粹玩虚的，要知道，任何事情要想真正取得成功，都必须两条腿走路，一方面狠抓实际操作，另一方面抓好虚的东西，总之必须是虚实结合，虚实相生，互为因果，才能成就辉煌！

作为一个企业来说，生产出来好的产品还只能算是完成了一半，这一半有许多企业都能完成，产品都能做好，难道光明牛奶就不如蒙牛牛奶吗？蒙牛牛奶就上得天！显然不是。那是什么呢？可以肯定地说，是怎样将好产品卖出去的不同方法造就了两个企业的截然不同。再说得明白一点，就是光明企业玩虚的玩不过蒙牛企业。假如，光明企业换上蒙牛企业的全部炒作方法及炒作手段，而蒙牛企业换上光明企业的那一套，我想今天的市场格局就会完全颠倒过来。

这就是玩虚的与玩实之间的区别。

下面我再举一个我十分熟悉的例子。

近来，不少出版界的朋友对我说：“不会玩了！”他们以前也做过几本畅销书，现在真不知道该怎么做了。确实，这个世界“一切都改变了”。过去的成功经验，可能成为现在的失败教训。旧的玩法不灵了，新的玩法在哪里？

我在清华大学的畅销书研修班上课时，就非常直白地告诉学员，玩实的不如玩虚的。

实与虚，只是一个相对概念：一本书的内容为实，包装为虚。但相对于炒作来说，包装为实，炒作为虚。就目前的图书市场来说，玩