



以老子之道入世可以修齐治平 以老子之道出世可以超凡入圣

冯海涛◎著

道德经

智慧日用贯通



追寻老子圣义，
打开智慧之门。
引导寻常日用，
享受上德生活。

老子道贯天人，德超品汇，著书五千
余言，明清静无为之旨。然其切于身心，
明于伦物，世固鲜能知之也。

清世祖福临

中国纺织出版社

道德经

智慧日用贯通

冯海涛 ◆ 著

 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书立足于追寻《道德经》的本义，探求老子的上德智慧，希望读者能够从中得到启迪、开悟和教益。

本书正文遵从《道德经》原文结构，也分为八十一章，每章都由相同的部分组成，即注解、译文、解读和日用。注解部分参考了历代的注家，特别是一些著名注家，如汉代的河上公、魏晋的王弼、唐代的成玄英等，还认真查阅了《说文解字》、《康熙字典》等工具书，力图使注解能够反映老子写作时的圣意。作者的创新之处在于将《道德经》前后文贯通印证，力图使读者能够了解其全貌。译文部分力求简洁，能够翻译出《道德经》古文的含义即可，绝不增加作者自己的见解，以避免当代译文常见的任意增删或者臆解作者原意的弊病。解读部分既考虑到读者提升管理智慧的需要，也考虑到读者修身养性的需要，加强了对《道德经》经文的再认知。日用部分绝大多数是作者原创的故事和杂文，通过对各章经文中主题性语句进行演绎，启发读者思考并增加阅读的趣味性。

愿读者通过阅读本书打开智慧之门，享受上德生活！

图书在版编目(CIP)数据

道德经智慧日用贯通 / 冯海涛著. —北京: 中国纺织出版社, 2011.1

ISBN 978-7-5064-7124-4

I. ①道… II. ①冯… III. ①道家②老子—译文③老子—注释 IV. ①B223.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 243701 号

策划编辑: 丁守富 责任印制: 陈 涛

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京东直门南大街 6 号 邮政编码: 100027

邮购电话: 010—64168110 传真: 010—64168231

http://www.c-textilep.com

E-mail: faxing @ c-textilep.com

北京云浩印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2011 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 710 × 1000 1/16 印张: 20

字数: 258 千字 定价: 36.80 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换



阅读指南

感谢您从众多老子读物中翻阅了本书。为了方便您了解并深入阅读本书，在此对本书的目标读者、写作特色、阅读方式做一简要介绍。

这本书不是写给专业研究者的，而是写给我心目中这样的您的：您可能对《道德经》闻名久矣，也很感兴趣，但是对古文望而生畏，一直没敢读或者一直读不进去；您可能读过几本关于《道德经》的著作了，想要找一本较有深度的《道德经》读物；您也可能研习《道德经》很久了，也有一定的感悟，想融会贯通老子的思想精髓，在工作生活中得心应手地运用。

如果您属于以上几类读者，那您能够翻检这本书是我们的缘分，因为这本书正是写给您的！我之所以这样说，是因为本书具有以下特点：

1. 经文可靠

经文一是集中于附文中的“《道德经》全文”部分，二是分散于注解之中。这部分是编校的重中之重，笔者认真核对比较各种经典版本，从中选择了商务印书馆2003年出版的陈鼓应教授参照简帛本最新修订版《老子今注今译》为底本，并略有改动。作者的改动仅限于对“错简”的调整，这在正文中有标示，并说明了调整的原因及原位置。



道德经

智慧

日用贯通

2. 注解精当

《道德经》成书于先秦时代，年代久远，里面的很多字和词的含义已经在历史演变中发生了较大的变化。在注解时，笔者不仅认真查阅比较了很多前人的注解，也查阅了包括《说文解字》、《康熙字典》在内的工具书，力求追寻字词的古义，最大限度地了解老子的圣人胸怀。同时本书也照顾到当代读者可能没有较多时间比较历代注解之间的得失，在众多注解中精选了一两种最精当的注解。这样做的目的是使本书的注解尽量反映《道德经》文义的传承，汲取前人的注解精华，最大限度地接近老子的本意。

3. 译文严谨

本书的译文主要参考了中国台湾陈鼓应教授的《老子今注今译》。在整理译文时，笔者本着这样一个原则：力求简洁清晰，直追老子圣义。即既不遗失原文的本义，更不随便增加自己的理解，力图呈现一个贴近老子圣义的译文。

4. 解读灵动

如果说注解和译文主要参考汲取了前人的经验和研究成果，那么解读部分则主要是本人多年研习《道德经》的理解和感悟。当然，不同的人眼中会有不同的老子，但是重要的不是在理解的角度上纠缠，而是让大多数普通人通过阅读、理解、应用《道德经》，获得心灵的超脱和生活的幸福。

5. 日用原创

日用部分是笔者着墨最多的地方，也是本书特色所在。本书的日用



部分是以故事的形式表达的，可读性强。这些故事大多数是本人的原创，并非抄自网络或者其他书籍，而是改编自本人的生活经历、其他人的真实事例或者历史事件。也许，您可以在现实生活和历史中找到故事中的原型，但请不要对号入座。这就是生活的本质——大同小异。您得相信：在您身上发生的故事——无论是美好的体验还是痛苦的经历——也许别人都已经历过或者正在经历。当然这就是学习和读书的意义所在，也是千年以后的我们仍然可以从《道德经》中发掘智慧、增加力量的原因。我写《道德经》日用的基本立场是既不从哲学研究的立场出发，也不从道教修炼的角度展开，更不从阴谋和政治入手，我要展现给您的是日常生活中要用到的《道德经》！它就在您的身边，就是您生活和工作中的点点滴滴。

其实，本书每章中各部分的编排次序已经隐含了作者推荐的阅读方法。虽然日用部分大多数人可能觉得阅读轻松、趣味性也最强，但我不建议您提前阅读。按照我的理解，您应该在阅读完注解、译文和解读之后，再通过日用的阅读化经文于日用。笔者认为，当代人阅读国学经典的重心应当放在学以致用上，很希望您能在日用上做出更多尝试。

本书特意为您准备了《道德经》经文的大字本，还对一些生僻字加了注音。强烈建议您在可能的情况下先将《道德经》经文读若干遍以后再阅读本书的正文。朗读和默读是不相同，这不仅仅因为朗读是传承数千年的学习国学经典的方法，更因为在朗读的时候能够较少地加入自己的理解，而能够较多地用心体会圣人的胸怀。先朗读《道德经》若干遍，这是学习《道德经》的好方法。

最后我不得不向您郑重推荐本书。理由很简单，一是对《道德经》价



道德经

智慧日用贯通

值的坚信，二是本书的注解和译文汲取了前人研究的精华，三是我相信我在尊重《道德经》的前提下对它的理解，更为重要的是我相信读者能够从日用中获得智慧和力量。在这本书里，没有喋喋不休，也没有哗众取宠，但愿能与大家一同踏上回归国学、坚守自己高贵品性以及享受上德生活的道路。

冯海涛

2010年10月12日于北京



目录

第一章	“玄”的奥义	1
第二章	真无为者常胜	8
第三章	不尚贤能尚实践	14
第四章	心底清静方为道	19
第五章	天地不仁人有情	23
第六章	玄牝代表包容	27
第七章	为使命忘身就是不自生	31
第八章	不争的疯子成了救世主	35
第九章	功遂身退：财神的觉醒	39
第十章	玄鉴无疵的警察署长	44
第十一章	无之以以为用	49
第十二章	为腹不为目	53
第十三章	宠辱若惊，当心被宠	55
第十四章	道纪强调历史的经验	58
第十五章	原一平顿悟“道”	62
第十六章	经营上的“致虚极”	65
第十七章	四种领导者——猴神的传说	70
第十八章	对立还是统一	74
第十九章	多私多欲成寡人	78



道德经

智慧日用贯通

第二十章	我愚人之心也哉	82
第二十一章	孔德之容	85
第二十二章	“曲则全”的真义	88
第二十三章	同于道者	91
第二十四章	余食赘形就是富贵病	93
第二十五章	道法自然：何必问老子的师父	96
第二十六章	曾国藩的坎肩	100
第二十七章	“无弃人”的成功之路	104
第二十八章	大制不割为传神	108
第二十九章	世间八相	113
第三十章	其事好还	117
第三十一章	乐杀人者不可得志于天下	121
第三十二章	始制有名	125
第三十三章	自胜者强：竞争是个伪命题	128
第三十四章	不自为大的妙处	131
第三十五章	往而不害	135
第三十六章	见微知著	138
第三十七章	树大自直和化而欲作	141
第三十八章	用经验要有度	144
第三十九章	得一就是得优势	148
第四十章	从有形到无形	152
第四十一章	道隐无名	155
第四十二章	读新版塞翁失马，品损益之道	160



第四十三章	从“无有入无间”看时间管理	164
第四十四章	先学会“知止”	168
第四十五章	清静为天下正	172
第四十六章	知足之足	175
第四十七章	不为而成的骨骼类经理	178
第四十八章	日损日益的生活	181
第四十九章	常无心是最佳创新态势	184
第五十章	善摄生者是真养生者	187
第五十一章	尊道更要贵德	190
第五十二章	袭常就是要光芒万丈过一生	194
第五十三章	通过钱眼儿看道和盗	197
第五十四章	修之于乡与“灯下黑”	200
第五十五章	婴儿的哭声造就帕瓦罗蒂	203
第五十六章	玄同天下贵	207
第五十七章	以正治国就是要堂堂正正	211
第五十八章	善复为妖	215
第五十九章	积德的真义	219
第六十章	其鬼不神、百毒不侵的秘密	223
第六十一章	谦恭是一种征兆	226
第六十二章	美言、尊行是社交之妙	229
第六十三章	万事开头难	232
第六十四章	慎终如始，则无败事	235
第六十五章	稽式的力量	238



道德经

智慧

日用贯通

第六十六章	善下的影响力	242
第六十七章	过上简朴生活	245
第六十八章	善战者，不怒	248
第六十九章	祸莫大于轻敌	251
第七十章	言有宗，事有君	254
第七十一章	圣人不病	257
第七十二章	自知自爱	260
第七十三章	勇于不敢	264
第七十四章	代大匠斫	267
第七十五章	无以生为就是不要太惜命	270
第七十六章	生也柔弱	273
第七十七章	不见贤的内心世界	276
第七十八章	垢和不祥造就大人物	280
第七十九章	有德司契	283
第八十章	小国寡民的价值重估	286
第八十一章	为人民服务	290
《道德经》全文		294
参考文献		306
跋		307

第一章 “玄”的奥义

注解

道（道，所行道也，一达谓之道。一曰本原，二曰规律，三曰存在与运动之依据，四曰生活准则与典范，五曰自然之理，六曰能量，七曰微物质，八曰神不可知，九曰道路及方法，十曰体系与系统，十一曰气。诸说皆成理，然皆非道也。道者，不可说，不可言，只在寻常日用间，正所谓一说即不中，开口便错）**可**（可，许可也。此处言道之可道即人之道，此人之自动，非道也哉）**道**（或云说或云行，即为演示、呈现之意），**非**（非，违也，不是也）**常**（常，恒也，久也。常之义，一曰真，道之本来；二曰恒，出离时间范畴）**道**（道乃不可言说之道，无状之状，无物之象，是谓惚恍。道之为物，唯恍唯惚。吾不知其名，强字之曰道，强为之名曰大。譬如万物实相与发端，勿以之为规律）；**名**（名，自命也，名字也，功也。此处言万物之名相，如钱称阿堵物）**可**（人之自为也）**名**（此处为动词，命名。言名以定形，立名知物，此名因人因时因地而异，皆为此地此时此人，时光流转，或有不同；人类不同，名相各异），**非常名**（因道而立，一以贯之，非人力所能左右，非物力所能左右）。**无**（无，亡也，不有也。此处一言未入诸物名相轮回，二言不可得，即希夷微之义，三言未被我知处）**名**（犹名字也），**万物**（万物，无所不包，极言括天地可见不可见之物）**之始**（始，女之初也，初也。万物之始，道也。此处老子开演中华文明无神论之始；于寻常处，谓之认知发端）；**有**（有，不无也，果也，得也，取也，质也，窠也。始制有名，指物称事）**名，万物之母**（母，本也，犹本原，即道也。此处言认知、思绪连绵不绝，事物纷呈，皆从道出）。**故常**（常，平常，寻常也。此处谓保持这样一种状态，本书立意亦本于此，寻常日用也）**无欲**（欲，贪欲也，心所贪爱，贪而不已谓之欲。欲无指向，少欲而已。纵观《道德经》全文，老子圣义少欲而已。无欲乃是去其多欲以至于无欲之境界，譬如损之又损，以至





道德经

智慧

日用贯通

于无为，学人切切注意)，以观（观，谛视也，视也，示也。周置两观，以表官门。登之可以远观，故谓之观。此处言观照，谓心如明镜，纤毫无染，毕现大千）其（其，道也）妙（妙，神妙也。道生之，德畜之，万物并作，不仁不义，亦仁亦义，生杀予夺之妙也）；常有欲（守中而已，一欲代万欲），以观其徼（徼，一曰归终也；二曰窍，空也；三曰皦，光明也，理之显也；四曰徼，边也，边际也；五曰循也，大道边有小路曰徼，犹端倪。此处用第五义，言道之则，有欲之时，见道之为物之理。世间岂有无限之事物，且看三五年后，换个环境）。此两者（即有即无二相），同（同，共也，齐也）出（出，生也。嘭的一声，顿开万象，皆从道来；此处多谓阴阳未判，天地初分，然也；亦关生之道，知之道，不可不察）而异（异，分也，不同也）名（名不同，本却同，无有即是有无，无此万物不生，此处即道生一章贯通处），同谓之（无有之谓也）玄（玄，下端象单绞的丝，上端是丝绞上的系带，表示作染丝用的丝结。黑而有赤色者为玄。通译神妙难捉摸，幽昧不可测，亦然也。将此打掉，还是出处；有此之物，非是出处，此处是本章之核心所在，学人不可不察）。玄（一玄外境）之又玄（再玄身心），众（众，多也。即天地万物，无所不包，尽在此处）妙（妙，神妙也）之门（凡物关键处，皆谓之门。由此登堂入室。此即玄牝之门、天门开阖贯通处）。

译文

可以用言词来表达的道，就不是常道；可以用文字表述的名，就不是常名。

无名，是认知万物的本始；有名，是认识万物的开端。

所以，常在无欲的状态，观照道的奥妙；常在有欲的状态，观照道的端倪。

无与有这两者，来源相同而名称相异，都可以称之为玄。玄妙又玄妙，是一切奥妙的发端。

解读

道、名因人起，人之观照，可以获得道之体验。其法：我无欲，道妙自运；我有欲，道妙与我同转；我混有无二项，内混身心，外混玄关万法，则众妙绵绵。

自古道解万千，若本原、若规律、若能量、若气、若太极、若自然、若纪律、若形而上、若道路，皆不得道之真义。奈何？此头上加头也。

又有人，神话老子、妖魔化老子、俗化老子，此皆非老子，老子如日月，不为物语而改之。两千年来，他和《道德经》一直如此。

常有人言：我得道！似可称之为妖孽！常有人言：我知道！似可称之为不懂。道这个东西，懂了就是懂了，不懂的就是不懂；教不会，说不明，和智慧、学问、权势一点关系都没有。写一万本书，说一百年话，做一万件事，明眼人一看就知道，懂或没懂，一点也作假不得。纵使弄得了三五人，也弄不了自己和大道。要想懂，就要自解自证，方法如上，别无法门。

日用

“玄”的奥义

树有阆和房无瓦都是销售经理，他们供职于同一家中型 IT 公司。这家公司以生产和销售工程管理软件为主业。

一次，树有阆和房无瓦到总部述职。

树有阆说：“在公司领导的英明领导、大力支持和公司同仁的齐心协力下，经过一个季度的奋战，我区销售赢得了开门红！从数据上看，我们不仅超额完成了公司下达的季度目标，而且比去年同期增长了近40%！”

台下一阵耳语声，各区经理都感到很振奋，也很惊讶！

“这是我们的经验，供大家分享、参考……”树有阆说，“根据二八法则，即20%的重要客户贡献了80%的销售额。我们重点维护了去年的老客户，并在老客户那里获得了更大的订单。为此，我们全体销售代表每周至少要拜访一位老客户。”“当然，有的老客户并没有采购计划，但



在我们销售代表的努力下，他们有的追加了采购，有的加大了购买售后服务的力度……事实表明，我们的销售是成功的。”在一阵掌声中，树有阍很有风度地走下讲台。

“大家好……”房无瓦走上讲台，一张口就被大家的笑声打断了。原来房无瓦的本季度销售业绩居全国末位，还受到公司的警示了，大家都觉得，估计明年就看不到这家伙了，不，也许他连年底都干不到……

“看到树经理的业绩，我真是热血沸腾啊！”房无瓦继续说，“提到我们区域的业绩，我感到没法跟他们比。这个季度，我们没有完成公司下达的销售目标，确切说只完成了三分之一。”

“为什么呢？”大家笑着问。

“嗯……”房无瓦说，“我对今年超额完成目标很有信心！我们的全体销售代表也很有信心……”

“哈哈……”一阵笑声打断了房无瓦的发言……

销售总监山无石请房无瓦谈话，了解情况。毕竟，与去年同期比较，房无瓦的销售业绩不升反降，整整下降三十个百分点！这总该有原因吧！

“嗯，坐吧。”山无石指了指沙发，很平静地说。

“谢谢山总。”房无瓦轻手轻脚地坐下，看着山无石，等待下文。两人目光相接，房无瓦一脸平静。

“唉……”山无石说，“我就奇怪了！要说你也是一个老人了，很有经验的——你是怎么做的？居然能够排在末位！当然，你们很勤奋，我也知道。说说看，怎么回事！”

山无石顺手递给房无瓦一张纸。房无瓦接过来一看，原来是这个季度成交客户的名单——都是他那个区域的。

“我分析过了，”山无石说，“这些客户里，只有三家老客户，剩下的全部是新客户。你怎么解释？”

“呃，那我就实话实说了。”房无瓦说，“我觉得销售代表的热情在降低，他们对销售的渴望在降低，销售给他们的挑战在降低。所以，我就强迫他们开发新客户，今年按照新客户的营业额排名。”

“那老客户呢？”山无石继续追问。

“是这样，我们对老客户采取销而不促的策略，就是经常联络，不敦促采购；对新客户采取促而不销的策略，促使新客户考虑、试用，而不是把产品推给客户了事。”

“嘿……”山无石说，“你还一套一套的！那你说说，这个全年的目标如何完成！”

“我觉得这不是问题！”房无瓦说，“老客户的采购维持了去年的水平，新客户就是增长量！按照我们的估计，达到目标不成问题！”

“好！”山无石说，“如果下季度你的排名还是末位，我将进行干预……”

第二季度很快过去了。还好，房无瓦的业绩已经上来了，排到中下游；不过，树有阍的业绩排到了第三名。树有阍和房无瓦都得到了不同程度的表扬。

第三个季度结束时，树有阍和房无瓦的业绩都在中游。述职会议一结束，两个人就被请到了总监办公室。

“都坐吧！”山无石抬了抬手，等二人坐定，顺手扔给两人一盒烟。

“谢谢山总！”两人互相看了一眼，异口同声地说，“一人一半！”

“真是狼来了！早知道就不给你们了！算了，别分了，树有阍，这盒给你！”山无石笑着说。

“我觉得你们的销售都有问题！”等二人平静下来，山无石说，“无论从经济形势、市场状况还是从人员配置上，你们的业绩都不能让人满意。换句话说，你们还有很大潜力可挖……”

两人正襟危坐，聆听训话。

“别装了，好像我要做什么重要讲话似的……”山无石笑着说，“介绍一下自己的情况吧。谁先来？”

“我先吧！”树有阍说，“我现在感觉越做越艰难！好像路越走越窄了！前两个季度，我们主要的精力都在老客户上，获得了大量的订单，感觉路子走对了，大家做起来很轻松，也很开心。现在，老客户的采购基本已经饱和了，我们对新客户的把握不足，基本上是老客户介绍的。



对第四季度业绩能否进入上游，达到比去年翻一番的目标，我们普遍没有信心……”

“我可能正好相反，”房无瓦说，“我们在维护老客户上面花的工夫不多，而在开发新客户上面投入了大量精力。在这个区域，我们达到了精耕细作。当然，也有一些老客户因为历史原因，选择了竞争对手。按照目前的判断，今年完成任务不是问题，但排名不会太靠前。也许能够实现 30% 的增长吧。”

“哈哈，”山无石说，“这就是我把你们聚在一起的原因！一个努力开发老客户，一个努力开发新客户，你们都取得了一定的成绩，从全国市场来看，不能说你们是失败者。当然，从整个行业来说，更不能说你们是失败者。但是现在还不是表扬你们的时候。我建议你们仔细思考一下新老客户的关系以及对销售业绩、销售代表心态的影响。新客户代表了我们的未来——如果没有大量新客户的开发，我们就没有办法培养优秀的销售代表，更没有办法实现更大的跨越。从某种意义上说，我们应该把所有公司都看成我们的客户，进行战略性模拟思考，比较开拓新业务和新客户的利润率和公司的适应性。只有这样，我们才有创新，才有未来！我觉得房无瓦的策略可能更有潜力，如果房无瓦能够在维护老客户上面下些工夫的话。老客户代表了我们的过去——老客户的数量和质量让我们清醒地认识到过去的成绩和付出的汗水。如果没有老客户的支持，就没有我们公司的存在；进一步说，任何公司都不会持久。只需要很少的精力——人员、金钱、时间——我们就可以维护老客户，做得更好。老客户是我们的命根子，也是激励我们做得更好的动力，看看我们有那么多的老客户，多自豪！如果仅仅是这样的话，我们不会长大，毕竟老客户的增加要靠大量新客户进来。所以啊，树有鬃的策略可能是缓慢增长，但是非常稳健。”

“那我们能否找到一条更加稳健更有潜力的路线呢？”山无石继续说，“这一点，我从你们而不是其他销售经理身上找到了答案。为什么这样说呢？我感觉其他的经理可能是机会主义者，他们在市场上走动，只要有就会不遗余力地展开销售活动——很多时候业绩取决于运气。