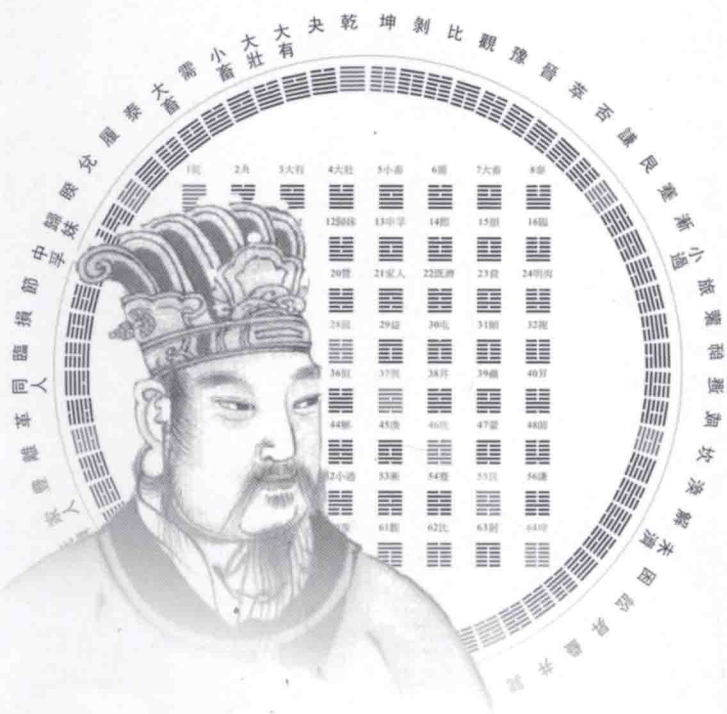


国学商道智慧丛书之一

周易商道

【第三版修订本】

刘有为
谭志浩◎著



广东人民出版社
广州

「国学商道智慧丛书之一」

刘有为 谭志浩◎著

周易商道

【第三版修订本】

广东人民出版社
广东省出版集团

图书在版编目 (CIP) 数据

周易商道/ 刘有为 谭志浩著. —广州: 广东经济出版社,
2014. 3

(国学商道智慧丛书之一)

ISBN 978 - 7 - 5454 - 2932 - 9

I. ①周… II. ①刘…①谭… III ①《周易》—应用—商业经
营 IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 268603 号

出版 发行	广东经济出版社(广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	广州家联印刷有限公司 (广州市天河区东圃镇吉山村坑尾路 3-2 号)
开本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印张	16.5
字数	270 000 字
版次	2014 年 3 月第 1 版
印次	2014 年 3 月第 1 次
印数	1~3 000 册
书号	ISBN 978 - 7 - 5454 - 2932 - 9
定价	38.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与承印厂联系调换。

发行部地址:广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话:(020) 38306055 38306107 邮政编码:510075

邮购地址:广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话:(020) 37601950 营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博: <http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问:何剑桥律师

· 版权所有 翻印必究 ·

关于国学商道智慧丛书（代序）

这套“国学商道智慧”丛书的撰写，从时间上看，正好赶上了中国作家莫言获得诺贝尔文学奖、中国准备大举文化输出的时候，看起来国学热有望再度升温。既然是“热”，总该有降温的时候，然而，中国改革30多年，国学这“热”就不可阻遏地升温了30多年，这起码表明，还是有许多读者喜爱这种传统的東西。

在有的人看来，将典雅古奥的国学糟蹋成浅俗不堪的商业注解，实在是粗鄙无道，不自量力，自寻死路。但我常想，既然老祖宗的东西各个时代都有人注，而且注得好的都成了大师，并号称什么“六经注我”；甚至自己不“注”一字，尽得风流，达到了“大美不言”的化境，不但免遭物议，反为同行相与乐道。那么，今天我们的国学商解，不妨也可以当做一种“六经注商”罢。当然，大潮一起，免不了泛些泥沙俱下，龙蛇混杂，恰如这套丛书免不了多有注释上的错讹一样；但潮落之后，大浪淘沙，或者会有精妙之作显露出来。

国学者，一国所固有之学术也。国学是中国传统文化与学术的总称，四书五经，诸子百家，经史子集，儒、释、道、兵、法、墨，甚至山、医、卜、命、相和礼、乐、射、御、书、数等五术六艺也无所不包，可谓洋洋大观。

章太炎在其《国学概论》中称：国学之本体是经史非神话、经典诸子非宗教、历史非小说传奇；治国学之方法为辨书记的真伪、通小学、明地理、知古今人情的变迁及辨文学应用。可见，“国学”是中国传统科学文化中的精华与当代科学文化中的精华相融的学术精髓的简称，它是新一代应该了解的知识之一。

在我国历史上，诸子百家的时代，是读书人人格相对独立，思想最为活跃、最少束缚的时代，也是一个异彩纷呈、硕果累累、最为辉煌璀璨的时代。可以说，这个时代奠定了中国文化的基础。

可惜自那以后，中国历史上就再没有重现过同样令人激动和向往的“百家争鸣”的自由壮观的局面。先有暴君秦始皇因惧惮思想的伟力而“焚书坑儒”，继以汉武帝为了“役心”的需要，采纳了董仲舒“罢黜百家，独尊儒术”的建议，百家终究只剩一家，儒家变成了儒教。更可怕的是其后近两千年，儒教与封建政体结合，形成政教合一的形态，大大方便了统治者“动口”不行就“动手”，思想“教育”不奏效就施虐于肉体，于是，创造被扼杀了，“万马齐喑”成为不争之实。今天，欣逢大力提倡“思想解放”、“走向国际化”的盛世，我们着手国学商道智慧丛书的解读工作，也是奢望以绵薄之力，让更多的人了解我们祖国曾有过的光辉时代，让更多的人分享我们祖先创造的精神文明，让更多的人汲取菁华、走出蒙昧，为中华的经济发展增添一分力量！但精神的东西毕竟不如物质的来得直捷快当，此之谓“绵”；学养太浅，无能传其精髓达其要义，此之谓“薄”，因而此丛书的国学商解仅仅代表是一家之言。

一个时期，反传统文化成为时尚。有的人动辄对传统文化大加挾伐，仿佛民国初闹革命，以为只要“咔嚓”一声将辫子剪掉，耳濡目染、浸淫五脏六腑的封建污秽也随之而去。类似的“战斗”，从来没有停止过，也从来没有成功过。“五四”时力倡“打倒孔家店”，现在不但没倒，香火还甚于从前。

当然，我们并不认为“传统”就是十全十美的（持此谬论者也大有人在）。只是，既然“传”诸后代而成为“统”，那就有它的合理性和它的生命力。传统文化固然与具体的时代和政治有千丝万缕的联系，我们甚至无法弄清是它在规定政治，还是政治常常要利用它；但是，传统文化绝不等同于它们，它是更趋于永恒的东西（如果不是伪文化）。

一个时代结束了，一种具体的政治体制被更进步的取代了，几千年生生不息的传统文化精神可以增添新鲜血液，可以变除与生俱来或在时间长河中衍生的赘物，但绝对无法结束它和取代它！退后一步说，来不及了解对象就挾伐所结出的果子，一定也与来不及了解对象就歌颂同样苦涩。这，也是我们研究国学和出版国学商道智慧丛书的一个原因。

国学商道智慧丛书编委会

前言

关于《周易》

书名：《周易》或《易经》

作者：不详

成书时间：不详，大约在殷周时期

内容：包括《周易》和《易传》两大部分。《周易》内容包括六十四卦卦象、卦辞、爻辞、三百八十六爻辞。文字古奥，蕴义精深。《易传》是对《周易》所作的解释。共有十篇：《彖》上下、《象》上下、《系辞》上下、《文言》、《序卦》、《说卦》、《杂卦》，又称《十翼》。

影响：《周易》最初为一本卜筮之书，后来经过周文王、孔子等人的修订，使它在思想内容方面成为了一本哲学书。以后又经历代学者的研究和发挥，现已成为一本无所不包的智慧宝典。它居六经（《易》、《诗》、《书》、《礼》、《乐》、《春秋》）之首，是三玄（《老子》、《庄子》、《易》）之一，台湾著名学者南怀瑾称其为“经中之经，哲学中的哲学”。

关于《周易》管理

《周易》，是中国智慧的瑰宝，宇宙奥妙的启蒙，亘古以来，尽管物换星移，人类的思想与其生活哲理，却永远脱离不了周易的常轨；近代以来，不少有识之士，更将周易的学问运用在各种管理上，其中又尤以企业经营管理的运用，最为务实有效；这种把传统周易哲理与现代企业管理思维相结合的古为今用的管理模式就叫《周易》管理。

《周易》管理，是未来企业速度竞争的利器，所谓的周易管理，正是在变化与常态之间找出平衡点。亦即知常知变，抓住变化中的常理。因此唯有周易管理，才能应付未来快速变化的时代。

《周易》管理，是 21 世纪的管理主流。美国人在 20 世纪初，拓展出一套向全世界挑战的美国式管理理论；而日本人从第二次世界大战惨败的废墟中，走出了一条令人震惊的日本式管理之路。1984 年开始，中国人的周易（管理理论）逐渐成形，独特的中国式管理，正被全世界广泛讨论及研究运用。

序：《周易》的魅力以及管理的哲学

编者按语：管理的本质是什么？世上有没有最好的管理模式？看完了本书，我想你的答案一定是：没有！本书没有把深奥的易理放在主要的位置上，而是把通用实际的管理方法、近年来高效的管理技巧糅合在一起，撩开了遮在管理者心头的那层迷雾：管理其实没有那么复杂，事实是管理者制造了太多的管理理论。本书的结论是：回归管理的真谛——简单、不变、创新。

在浩如烟海的中华典籍当中，有一部书具有至高无上的地位，这部书就是《周易》。

古今中外，没有一部书能像它那样，对其研究和阐发的竟达 8000 多种。多少具有最高智慧的人对它推崇备至，爱不释手。

应该说，中华民族拥有《周易》这样一部辉煌的古书是我们的骄傲。而它对整个中华文化母体的孕育和滋养所达到的规模和水平，也是任何一个民族的古典哲学所不可望其项背的。它那种对于系统和辩证思维的绝妙意识与运用，甚至在取得过近代科学巨大成就的西方科学界中，亦熠熠发光并启示着和支持着他们向新的领域开拓的灵感。

现今，周易的魅力远没有随着时代的发展而至于衰颓；相反，它在现代社会生活中所引起的联想似乎比在古代还要广泛，甚至超越了国界。

《周易》与创新

我们的祖先远没有想到，他们的一个创意会持续了几千年，他们的工作是多么的伟大！

现代人口口声声说创新，讲创意，左冲右突，寻寻觅觅，凄凄惨惨，却

总是南辕北辙，无功而返。

在易学当中，举世闻名的阴阳鱼太极图、太极拳，龙的创造，六十四卦，卦画阴阳符号等等，都是《周易》的发挥，它们的形式系统而科学，内蕴丰富而开放。

《周易》同哲学、巫术、宗教、伦理、数学、天文、自然等方面的关系，打开这本书你就能够立刻感受到。在易学广阔的天空下，它无所不包，在后来发展中，它的触角又伸到了古代医学、养生、气功、军事思想、信息科学等等，不一而足。

无论哪一方面它都可以堪称“创意绝顶”！

今天的人们，当其在静思民族的今日与明日的发展时，应该诚意和冷静地读一下《周易》这部千古奇书，探求一下它的奇妙之“谜”，然后再去思考所谓的“创新”。

21 世纪读《周易》

纵观书市，如今有关企业管理方面的书籍不外乎三大类派：

科学派：主要是中、西方一些管理学家的论述（以西方经营管理学为主流）；

经验派：主要是对一些老板、经理、厂长成功实例和言论的抄录（只是书商的盈利之作，一般无多大学术价值）；

古典派：主要论述我国古代兵法、道家、儒家、法家言论在现代企业管理中的应用。近来，新兴起的三国派、周易派，均属此列。而三国派最主要的代表应属成君忆的《水煮三国》等，周易派当中较有影响的要数成中英先生的 C 理论和吴铁铸的《周易管理学》。

尽管有如此众多学科加盟，但仍无法解决孙子所说的：“人皆知我所胜之形，而莫知我所以制胜之形。”

在过去的几年，我们可以经常听到这样的一句话：“80 年代读《三国》、90 年代读《孙子兵法》，21 世纪读《周易》。”

这三本书在上世纪 60—90 年代在国际上研究得非常深入而精彩，研究

成果比我们国人研究得多得多。以至有人觉得国内周易的最新成果好象是从国外引进来似的。

上世纪 80 年代为什么读《三国》？因为那是商战初期，正是企业布局阶段；到了 90 年代为什么读《三国》？这时候大的商业集团基本形成，要想求得共同发展，你不能采取把别人踩在脚底下发展的方式。有时你为了自己的发展，你不得不忍痛割爱，各种手段无所不用其极，去满足对方的要求。到 21 世纪为什么读《周易》？这好像房地产一样，所有的地块都满足了，没办法再采取其它方式竞争了，只能采取一种更自然的方式来调整彼此之间的关系。

因此，在未来的商业竞争中，“同人”（即和谐合作）的问题就有必要研究一下。

管理的哲学

人人都知道，管理的对象是人，经理们要想设计一种合理的管理模式，就必须对人性有一个基本认识。对人性的认识，归根到底就是一个哲学的问题。

中国人认为管理就是做人做事的道理。做人就是如何搞好人际关系，做事就是如何提高工作效率。搞好人际关系，提高工作效率就是管理。

只会做人，不会做事，是一团和气，是和稀泥，管理上等于零。

相反，只会做事，不会做人，常常得罪人，他的管理也等于零。

因此，要先会做人，然后会做事，这就是管理。

管理的哲学，同时是对自己的管理经验的反省。

经理们都知道，管理的最终目标是为了提高企业的业绩，根据国际权威机构的调查分析，企业绩效的提高，70% 来源于企业内部人与人之间的沟通和反馈。而社会沟通技巧属于艺术范畴，在这方面上，西方企业要比中国企业做得成功些。不注重管理的艺术，是不会促进绩效提高的，本土企业以及部分在中国境内的外资、合资企业，在这方面的观念并不是很清晰。

而这些问题的解决，都必须在适应本国的国情的基础上实行本地化战略。适应中国的国情最根本的问题是了解中国哲学。管理的哲学就是一个本

地化哲学。

现代人读《周易》的三个理由

这三个理由是：

1. 《周易》本身就是一本充满创意的书；它本身就是一个创新和创意的典范。
2. 《周易》能够引发起人类新的刺激思考冲动，启发我们无穷的智慧。
3. 当时代在转变的时候，思维无疑也到了应该变的时候了。

著名易学专家、美国大学教授成中英先生率先提出了以《周易》思想为主的“4C”管理模式，在企业界和学术界引起了广泛的影响。

运用周易和阴阳五行理论研究管理决策规律，是近年来国际管理学术界发展的一个重要动向。

本书是把《周易》的方法论应用于企业管理的一种理论尝试。

古为今用，西为中用，一切为我所用。集东西方管理思想于一体，充分调动企业现有的一切资源，创造独特的企业文化氛围，增强竞争力，正如孙子所说，先立于不败之地，然后不战而胜，战无不胜。

目 录

前言	1
序	1

第一部 管理的思维

第一章 商业说易	3
一、“不学易，不可为将相”	3
二、运用之妙，存乎一心	7
三、易道与商道	8

第二章 至高的管理之道	15
一、天人合一	15
二、人企合一	18
三、得人才者得天下	22
四、企业家的境界	25
五、共同的目标	27

第三章 变易、不易、简易	29
一、变易	29
二、不易	33
三、简易	37

第四章 《周易》与企业战略	43
一、古代《周易》的战略观	44
二、全息论与企业战略规划	54
三、《周易》战略	59

第五章 《周易》与商业谋略	65
一、谋略的阐释	65
二、商业谋略	67
三、《周易》势说（潜龙勿用、小蓄、大蓄）	77
四、大道无谋	82

第二部 管理的哲学

第六章 成功企业家的管理哲学	85
一、东方辩证法	89
二、阴阳——竞争与合作	95
三、八卦——企业的八大类型人才	98
四、有无——有市场与无市场	100
五、彼此——知己知彼	104
六、虚实——避实击虚	107
七、动静——管理哲学的终极	109

第七章 管理新逻辑	115
一、太极——使命与信念	115
二、天——运气	118
三、地——市场	122
四、人——领导人员	125
五、虚实——虚构与事实	128

六、正奇——逻辑与诡计	129
-------------------	-----

第三部 管理的策略

上经 抛砖引玉

第一章 乾坤原理	135
----------------	-----

一、乾——领导者	135
二、坤——部属	139
三、屯——风险	142
四、蒙——学识与教育	145
五、需——待机	147
六、讼——冲突或诉讼	150
七、师——（阳）竞争	153
八、比——（阴）联合	157
九、小畜——正位	159
十、履——危机	161

第二章 否泰原理	165
----------------	-----

十一、泰——巅峰	165
十二、否——失败	168
十三、同人——团队	171
十四、大有——结盟	174
十五、谦——谦和	176
十六、豫——慵懒	178
十七、随——模仿	181
十八、蛊——错误	183
十九、临——预言	186
二十、观——观察	187

二十一、噬嗑——内部犯错	188
二十二、贲——广告、品牌	190
二十三、剥——腐败	191
二十四、复——悔改	193
二十五、无妄——安全规则	194
二十六、大畜——节俭	195
二十七、颐——颐养之道	197
二十八、大过——解决问题	199
二十九、坎——陷阱	200
三十、离——光明希望	201

下经 融会贯通

三十一、咸——爱与情感	202
三十二、恒——热度	203
三十三、遁——进与退	204
三十四、大壮——壮大	206
三十五、晋——进步	207
三十六、明夷——挫折	208
三十七、家人——公与私	209
三十八、睽——争执	210
三十九、蹇——全球化	211
四十、解——解雇	212

第三章 损益原理

四十一、损——负债	214
四十二、益——利润	215
四十三、夬——谈判强硬	217
四十四、姤——妥协	218

四十五、萃——团队	219
四十六、升——晋升	220
四十七、困——困税	222
四十八、井——资本利润	223
四十九、革——变革	224
五十、鼎——财富与权力	225
五十一、震——灾难	226
五十二、艮——质量	228
五十三、渐——前进	229
五十四、归妹——度量	231
五十五、丰——花费	232
五十六、旅——开放贸易	233
五十七、巽——资金流通	234
五十八、兑——愉快	235
五十九、涣——雄心	236
六十、节——节制	237
六十一、中孚——成败之间	239
六十二、小过——小错	240
 第四章 既济未济原理	 242
六十三、既济——过去	242
六十四、未济——未来	243
 后记	 245
 参考资料	 246

第一部

管理的思维