

1500年来最具争议的少林方丈
在他的带领下，少林寺将走向何方？

少林CEO 释永信

刘世英 / 策划 李良忠 宋倩 / 著

锐意创新的少林奇迹创造者
还是少林世俗化的始作俑者
最新解读少林CEO释永信



浙江人民出版社
ZHEJIANG PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

少林CEO 释永信

刘世英 / 策划 李良忠 宋倩 / 著

浙江人民出版社

序

P R E F A C E

少林寺的出世与入世

和尚念经，商人经商，在人们的印象中，两者本是风马牛不相及的事情。可是，市场经济大潮的渗透力像泻地的水银一样无孔不入，作为传统寺院改革的先锋和代表，少林寺方丈释永信无疑走在了时代的前列，并由此引发了激烈的争议。

在许多人看来，少林寺的商业化之路是在毁灭一个古老的文化传统，而西方人则对这个“红杏”出墙的“Chinese Kung Fu”却他乡遇故知般地认为，这就是“西方人苦苦寻找的 Zen(禅)”。

释永信说，少林寺的出世、入世，就像一条船，一半在水里，一半在水上。少林寺如何在时代的潮流中，找到自己的定位、走出自己的发展之路，一直是他思索的问题。他不止一次地表示：“我正在努力，我希望佛教能够成为许多人的道德方舟。”佛门千年独具的特色管理结合现代经营理念，是释永信让少林寺重新焕发青春活力的源泉。

然而传统的“文化人”，似乎总是离“象牙塔”近、离市场远。所以，这个身处市场、心居高塔的少林寺方丈让人有点摸不着头脑，他搅乱了众人原来固有的认知，也让人平添了不少偏见。

少林寺具备的代表性，让它成为风口浪尖的众矢之的。有人坚信“少林寺把佛教精神给抛弃了”，而忘了去体会“商

道的最高境界就是禅道”；有人咬定如今的少林寺和尚都出去走穴赚吆喝，即使他听到少林寺的暮鼓晨钟和“机锋辩禅”，也仍然扼腕叹其“表演功夫到家”……少林寺的过于超前，也许有待世间的消化。

然而对于整个文化产业来说，释永信的做法更是值得深思。

当一些传统文化项目在当今市场苦苦挣扎的时候，释永信就已意识到在这个信息膨胀的时代，为了保持传统文化的活力，创造品牌效益、提升市场价值已经成为其当务之急。他随后进行的改革，建立产业链，把培训、演出、营销策划、心灵产品生产形成“一条龙”，努力使佛教关怀天下的思想形成文化规模，让少林品牌在 800 年后得以浴火重生。

释永信深知由戒律和经典共同架构起来的佛学系统，要“文明其行为，非常其思维”，这是佛教的根本。然而，少林寺是否会迷失自己，外人无法预估，当事人也不可能过早决断，看来只有等待历史洪流大浪淘沙之后，再见分晓了。不过释永信的“我们即使营销少林文化，也是将文化作为人类资产来打理，而不是将文化作为产品而买断，不要说我具有商业智慧，对我来说，这是使命感”这样的表态，应该足以值得世人欣慰！

目 CONTENTS 录

序 少林寺的出世与入世 / 1

第一章 佛门CEO：1500年来最具争议的少林方丈

被授予博士荣誉的和尚，行程如空中飞人般的寺庙方丈，打破少林寺千年传统，用经营企业的思路经营少林寺的当代少林掌门……各种名号笼罩下的释永信，在制造着中国寺院商业化神话的同时，也让自己成为饱受争议的舆论焦点。有人说他数典忘祖，有人说他锐意进取，对他期待者有之，疑惑者亦有之。人们都在关注：在他的带领下，少林寺将走向何方？

- 颠覆传统：冒天下之大不韪的方丈 / 3
- 开天辟地：少林奇迹的创造者 / 9

第二章 求佛“立雪亭”：一个小沙弥的佛缘和机缘

从当年17岁的农村少年刘应成到当今的少林寺方丈释永信，这位传奇方丈的一生有着太多的不解之谜：是什么让一个花季少年千里奔走，来到当时破败、孤寂的少林寺？又是怎样的机缘，使得当时的白马寺方丈海法大师与少林寺方丈行正大师两大高僧一起成为这个少年拜入少林寺的引路人？这个小沙弥又是怎样成为少林寺历史上最年轻的掌门的呢？……问到释永信，他只说：“一切都是我与少林的佛缘和机缘。”

- 一心向佛的少年 / 21
- “立雪亭”下缘定少林 / 24

第三章 “接掌”少林：脱胎换骨迎新生

千年古寺留下了深厚的文化底蕴，同时也留下了太多的积习与束缚。任何想要颠覆这种传统的人都将面临巨大的阻力与压力。但太多的束缚已经让这座传承千年的佛门圣地步履蹒跚，要想让少林寺跟上时代的步伐，就必须对其进行改革。翻开枯黄的古卷，师父临终前的教诲犹在耳边：要将少林寺发扬光大啊！年轻的释永信毅然选择了注定让自己饱受争议的改革之路。“真正做实事的人，会理解我的”，面对责难，释永信勇往直前。

- 接掌少林 / 31
- 拐点：独立自主求发展 / 38

第四章 艰难的维权历程：从“官司”中走来的少林公司

1996年，日本商标事务所的一名负责人善意地提醒释永信说：你们再不动，这个世界都快搞不明白正宗少林寺、少林拳是中国的还是日本的了！“我承认，成立武僧团、实业公司、药局这些都是商业化行为。但做这些之前，少林寺面临的是一个什么样的环境？假武僧打着‘少林’旗号全世界招摇撞骗，假‘少林药方’、‘少林产品’满天飞，连‘少林寺’牌火腿肠都出来了。我们能眼睁睁看着有着千年传承的少林文化就这样被糟蹋吗？我们只有用自己的商业化行为去消除这些侵权行为带来的消极影响，弘扬真正的少林文化。”释永信每次说到这就很激动。

- 国内“李鬼”层层包围 / 47
- 海外“假少林”以假弄真 / 55
- 突围：以商止商 / 62

第五章 在争议声中前行：少林品牌新时代的浴火重生

20多年来，释永信顶着种种猜疑与争论，从台前到幕后，再从幕后到台前，按照自己的想法和一个个具体的战略目标，改写着中国禅宗发源地的历史，改变着少林寺的形象。在时代的裹挟之下，他随缘而动、随机应变，并按照自己的方式唤醒了这座沉睡在故纸堆中的千年禅院体内巨大的资本创造力。在争论声中，少林品牌于新时代浴火重生。

- 禅宗的主流化路线图 / 73
- “普京访少林”的品牌效应 / 85
- 跨国少林的“本土策略” / 90

第六章 重放异彩的少林文化：解密释永信的文化复兴战略

少林文化作为少林品牌的核心,其复兴也可以说是整个少林品牌复兴战略的关键。在这方面,释永信无疑是相当高明的,从对少林功夫的重新包装到积极进行对外文化交流无不说明了这一点。从扎根学术解读少林文化到以文化撬动市场,伴随着少林寺在海内外影响力的日益增强,“shao lin kung fu”已经成为外国人了解中国文化的一个重要符号。

- 重新解读少林文化 / 101
- 剑走偏锋:“文保”,民生双赢 / 113
- 重拳出击:激情“武”动 / 123

第七章 千年不朽的佛门管理：从传统文化中寻找现代管理智慧

从当年几个老僧苦苦支撑门户到现在禅师如林、一派兴旺,二十几年的巨大变化着实让人惊叹。我们知道,成功企业的背后是成功的管理,如果我们把少林寺看成一家扭亏为盈的企业,那么少林寺的扭亏为盈必然与其管理模式有关。面对这位只有初中学历的少林寺方丈,人们不禁会问:他是怎么管理少林寺,使之逐渐恢复中兴气象的?

- 相对民主与绝对集权 / 133
- 与时俱进抓管理 / 144
- 升级“寺院文化” / 150
- 佛门航母之旅 / 158

第八章 千年传承的继承与延续：用“心灵产品”改变世界

越来越多的人意识到,在文明冲突造成的灾难加剧、文化保守主义日趋强烈的地球上,禅是一支重要的和谐力量,然而禅的大音稀声、高峻玄远之势让很多由于文化差异和知识欠缺的人望而却步,因此,为了把禅实体化变得可以被感知

和享用,释永信不遗余力。少林寺乃中国佛教重镇,他本人也因此受万人瞩目,其一举一动,都关系着少林寺这个千年古刹以及中国第一佛教品牌的兴衰,甚至关系到中国佛教的未来走向。短短几年间,他在少林心灵产品上的“摸着石头过河”竟然也打造出了“中国式禅生活”营销的范式。

- “体验经济”的蓝海 / 169
- 以医为名:告别独臂少林 / 182
- 用“心灵产品”改变世界 / 186

第九章 淡定的千面菩提:不虞之誉与求全之毁下的释永信

作为禅宗祖庭、旅游胜地,每年都有数百万海内外游客慕名而来,以求一睹少林寺的真貌。从进得寺门后,一排石刻的莲花便在路中央一直向后殿伸展,暗喻一心向佛的人,步步莲花。经常有好奇的游客挤在方丈室的大门前,想要看看这位饱受争议的少林寺方丈是怎样的一位空门中人。通常人们都会失望而归,在门前留下无尽的猜想。但偶尔也会有幸运的游客遇上释永信踏出那扇神秘的大门,这时便会响起一片喧哗声:“这就是少林寺方丈吗?好像和想象中有点不一样。”

- 佛相:是非皆不辩 / 199
- 僧相:妙语度众人 / 209
- 慈相:利乐便有情 / 221
- 众生相:方丈亦凡人 / 229

附录 释永信精彩语录 / 235

后记 唯一不变的应当是变化 / 240

第一章 佛门 CEO

● ● ● ● ● ● 1500 年来最具争议的少林方丈

被授予博士荣誉的和尚,行程如空中飞人般的寺庙方丈,打破少林寺千年传统,用经营企业的思路经营少林寺的当代少林掌门……各种名号笼罩下的释永信,在制造着中国寺院商业化神话的同时,也让自己成为饱受争议的舆论焦点。有人说他数典忘祖,有人说他锐意进取,对他期待者有之,疑惑者亦有之。人们都在关注:在他的带领下,少林寺将走向何方?

冒天下之大不韪的方丈

“空中飞人”

少林寺，这个满载历史荣誉、在历代口口传播和文学描写中的英雄辈出之地的禅宗祖庭之地，早在 20 年前，就随着金庸的妙笔生花和李连杰演绎的铁骨铮铮的武林高手形象，在人们无穷无尽的想象力中被不断放大并重构着。

大家印象中的少林寺不外乎这样一幅场景：中州大地风光正好，岚光浮动，立雪亭前，枝叶安宁。韦驮笑得像面团团，毗卢阁满墙氤氲了祥云，僧人们兢兢业业，不失为一个青灯黄卷、励志磨心的好地方。

然而这个历经沧桑变幻 1500 年的弘法之堂、清修之地，却在一个人的努力下，经历了井喷式的商业化，以及彻头彻尾的改头换面。一时间，责骂、质疑、批评、嫉妒、不解；赞扬、肯定、拔高、吹捧、造势；各种力量、眼球和口水都汇聚在少林寺的身上。

佛陀时代，僧众不事生产，托钵乞食。这样做既能令僧众全身心地追求解脱，阐发众生；又可令众生通过供养而培植福田。佛陀入灭后，佛家弟子又有“声闻行者”和“菩萨行者”之分，前者追求个人解脱，后者则发愿带领大众共同解脱。

至今南亚国家的佛教仍然以不拥有庙产为生，中国佛教则千百年来以信徒施舍为生，可以拥有庙产。如今这个传统的“受”与“施”的界限在少林寺被打碎、模糊了，取而代之的是高调的企业化经营与泛国际化的禅学波澜。没有人能想到，这座位于中国中部河南省雾霭笼罩的嵩山中的古刹，20 年前是何等的萧条不堪；也没有人能想到它如今绵延数里、经济效益泽及一省，僧众达 200 人之多，20 年前却只有 12 名老僧，靠耕种一小块土地为生。



少林寺第 30 代方丈释永信

为少林寺创造这个商业历史节点的，就是

少林寺 1500 年历史中最年轻的方丈——释永信。他身形富态，姿容和气；他鼻阔口方，颇具佛相。按理说这双掌合十、童真入道的出家人应该“跳出红尘”，可如今，他为了方便与各方交流，甫一见面，便会主动伸出右手握手表情达意。

他在 1996 年就建立了中国首个寺院网页，而当时听说过互联网的中国人还寥寥无几；紧接着，他又成立公司，保护少林寺的“品牌”；接下来的举动更是惊人：他在网上披露了一些此前被视为最高机密、只传给真正信徒的少林武功秘籍，还将此前与世隔绝的僧人派往世界各地，表演和推广源自禅宗的少林武术，进一步打开了少林寺的大门……他和少林寺的作为，将被清晰地记录在当下，也将被无一例外地记录在少林寺的黄卷里。

释永信的名片上，手机、电话、传真、网址一应俱全，中英文对照，可谓“武装到了牙齿”。不光是方丈，就是寺内招聘武僧团后备人才的广告上，也留有电子邮箱地址。如今的少林寺僧人，使用手提电脑、甚至拥有驾驶证都已不是什么稀奇事了，现代技术在这个红墙黑瓦、青松翠柏的深山古刹中，已经是相当普及了。

释永信所知广博。他能流利地说出一串美国主流媒体的名字，而他们也都无一例外地采访过他；他跟国外领导人相交甚广，像俄罗斯前总统普京、美国前国务卿基辛格、泰国上议院院长等，都曾是他的座上宾。



美国前国务卿基辛格访问少林寺

有人不禁会惊讶，这位自称最喜欢独坐禅房的人为何在商业浪潮中如此耐不住寂寞？

“耐不住寂寞吗？我们出家人只是一切随缘而已……”释永信并不因为这个问

题而恼羞成怒,他只是期待着有人能剥开表象,弄清事情真相。

熟知少林寺历史的人都知道,1500 多年来,少林寺从来没有中断过与其他国家的交往。以前多为高僧游学讲经授业、武僧对练,在释永信的眼中,他仍在做着同样的事情。他说:“少林与外界的交流不会因我而中断。”只是,现在的少林寺更多地适应了潮流。

身披明黄色袈裟、戴着沉重念珠的方丈释永信,只要在少林寺的时候,大多在自己的禅房里打坐、冥思。然而更多的时候,他都是坐着配有专职司机的越野车四处奔波,开会、洽谈、交流。

袈裟飘荡,释永信大步流星走过明亮通透的、现代化的机场大厅,走过安检门,走过机场通道,目不斜视地走上飞机。找到座位后,拿起飞机上的报纸和杂志读了起来,一路表情淡然,行动流畅。“哟,和尚也坐飞机?”在到达座位之前,释永信必须穿越他人的目光和小声议论。另有人猜测:“估计是个方丈吧,小和尚可没这种待遇。”

几乎每次出行,释永信都会遇到这样的情形,他已经见怪不怪了。对于一个一年之中有超过六分之一的时间在国外飞行的人,还有必要向别人解释自己为什么坐飞机吗?

自从释永信接掌少林寺后,他就开始了马不停蹄地出访:美国、英国、意大利、俄罗斯、加拿大、泰国、马来西亚、新加坡、阿联酋、日本、韩国、中国香港、中国台湾、中国澳门……释永信去过的国家和地区多得连自己都数不清。

接待了很多的国外领导人,被很多国外领导人接见,释永信并没有迷失自我,他已经习惯甩一袖清风,任皱一池春水。因为在他眼中,“把家操持好,才是最重要的”——释永信把少林寺称为“家”。

自学成才的“MBA”

组织设计、人力资源、市场营销、财务管理,从事工商管理的人士并不陌生,其中也不乏《论佛教思想在企业管理中的应用》这样的学习内容,现代企业制度从中国传统文化中汲取营养,使儒、道、佛的思想和谐渗透,大放异彩。

这是一个大步往前奔走的时代,各行各业唯经济效益马首是瞻。部分先知先觉的人开始想着利用传统的精髓来改善现状,锦上添花,鲜有人敢冒天下之大不韪,费尽心力彻底改造传统于一新。

少林寺曾长期扮演着传统与现代之间尴尬地位的角色,它有着强大的历史文

化资源、有着强大的“造血潜能”，却苦于只能沿袭靠“政府输血”、“社会供血”的老路。“做和尚的确要有清规戒律的，但如果自闭山门不能与时俱进，就只有被社会淘汰。”释永信说。

和平年代的出家人，从小受到的是现代教育，已经不像当年僧人那样“大门不出、二门不迈”。佛教不能脱离社会现实，也不能排斥汽车、手机、电脑等现代化的便捷手段。但同时，佛教徒仍然要继承古佛、清灯、头陀苦行的传统，保持僧装、素食、独身，遵守戒律、教义等。不仅如此，佛教讲普度众生，如果不到众生中去，那也就空有一颗慈悲心而已，因此，更应该用新的方式去解决时代的心灵问题，弘扬佛法。

20世纪80年代后期，少林寺的状况已经有了很大改观，可以说过上了基本“小康”的日子，但是释永信不满足做个“自了汉”（最低阿罗汉，就是说自己明白佛法，但是无法普度众生），他还有着把少林文化推广出去的宏大抱负，于是便顺理成章地成为了寺院推行先进管理思想的第一个尝鲜人——用现代管理方法改造少林寺。僧人也需要管理，这种学习是一个突破，也是一种探索，寺院也需要有高水平的管理人才，更需要现代化。这种大刀阔斧的动作使少林寺开始步入现代化进程。

释永信被人称为“少林寺CEO”，并非空穴来风，他经营管理的理念和做法堪比MBA教材上的案例。对于只有初中文化水平的释永信而言，可谓自学成才。如果问他原因，他会苦笑着告诉你：“我并不太了解工商管理方面的知识，我只是在太多的官司中学会了保护少林寺……”

他也常会把他的心得讲给少林寺僧众听，发展中的少林寺也迫切需要提升内部高级管理人员的现代化管理水平。他不仅需要懂佛经的虔诚和尚，而且也需要懂电脑、会外语、拥有相当管理知识的寺庙管理者。一个魅力型的领导，就在于他可以引导自己的部属一同进步。

而余下的时间，他仍然诵念千百年流传下来的经文典籍，恍若返回时光隧道的另一端。传统与现代迥异的生活、学习方式在他身上被和谐地统一在一起。

从商标案、开公司、大拆迁到将互联网装进藏经阁，并举办互联网论坛，少林寺与现代生活的每一次拥抱，无不掀起一场场轩然大波，因为这一切颠覆了民间对寺庙原有的封闭、苦修的印象。对有人责怪他打着少林寺的大旗为自己谋福利时，释永信不置一词，他以商业潮流的“出世”姿态，傲视群雄，只是对少林寺僧众说：“以自己的行为来体现自己的信仰和精深的佛法吧。”

中国第一“洋博士”方丈

在中国体育界,退役之后继续求学已成为一股热潮,清华大学、北京大学等精英名校也已成为了奥运冠军们的第二舞台,海外镀金的更不在少数。例如,邓亚萍就获得了英国诺丁汉大学的硕士学位和剑桥大学的博士学位。在中国佛学界,以佛理精深、弘法光大被全世界所仰慕的高僧也并不少见。而一个寺庙方丈获得体育界的博士称号,这样的事情却是天下罕见。

2006 年 9 月,少林寺方丈释永信登陆美国,接受美国体育学院(The United States Sports Academy)授予的“国际荣誉哲学博士”称号,成为首位获得此称号的和尚。这一天,一个伟大的功夫领袖将出现在校园的消息令整个学院充满着激动的气氛。位于阿拉巴马州的美国体育学院的全校学生,异常整齐地集合在校园,《骇客帝国》里面基努·李维斯的高弹跳,《卧虎藏龙》里面玉娇龙的飞檐走壁,任何了解一点东方文化的人都知道在中国有个武侠世界,而“天下武功出少林”,中国的武术精髓就在中国的少林寺。少林功夫易筋经、金钟罩铁布衫、大力金刚腿、二指禅、少林棍、达摩剑、少林擒拿手等早已随着小说和影视的传播,在华人世界乃至在西方世界为大家耳熟能详。无需院方筹划什么特殊的欢迎仪式,美国学生已经用他们的热情和好奇迎接了中国方丈的到来。



2006 年,接受美国体育学院授予的“国际荣誉哲学博士”称号

美国体育学院虽然只有 35 年校史,却在国际体育学院协会和国际教练协会中处于领导者地位。这样一个学院为何会给一位中国寺庙的方丈授予名誉称号? 何

况此称号的其他获得者更是让人不敢小觑，有巴林王国国王哈马德、国际奥委会主席罗格、联合国前秘书长安南、美国前总统布什以及为中国和世界奥林匹克文化和教育作出突出贡献的原国际奥委会副主席、中国奥委会主席何振梁先生。

为什么第二个获此荣誉称号的中国人竟然是个深山古刹里的方丈？这个大多数中国人所关心的问题，对于美国体育学院来说并不是个问题。副院长马克·史蒂文斯（Mark Stevens）表示：“作为武术之母的功夫，如今正在全球范围复兴。”基于释永信的作为，更是基于全世界对中国武术的神往与沉迷，释永信获得这个荣誉非但不显僭越，反而让美国体育学院倍感荣耀。

释永信作为中国武术之源的少林寺方丈，在武与禅之间，提炼出了一个精辟的概念——武术禅——将武与禅结合起来，认为习武修身就是一个参禅的过程。并对少林文化进行有效的保护、传承，特别是进行世界范围内的传播与交流。

美国体育学院院长 Rosandich，2006 年 1 月访华时曾经拜访了少林寺，寺院内部井然有序的管理，刚柔并济、名震天下的少林功夫，让他印象深刻。这位校长回国之后不久，就在全院开设一项包含九大部分内容的功夫课程。作为全球范围内运动艺术教育的佼佼者，这座学院还试图将其发展成世界范围的标准教学课程。中国功夫“武行天下”的日子，似乎因为释永信的出行，变得不那么遥远了。

“寺院经济”的异类

过去的少林寺，留给一般人的普遍印象是：僧众的、武学的、山林的、静态的、苦修的、封闭的、神秘的。如今，正如释永信所倡导的“佛教大众化”那样，少林寺早已走出了那塔林依然、晨钟如斯却不似往昔般静谧如幽的少室山，成为生活的、人间的、活跃的、开拓的、联谊的、国际的新少林。运用商业的、现代的、科技的手段，“少林寺”正成为全球最知名、最新锐的佛教品牌之一。

中国寺僧自古以来就有“农禅并重”的传统，僧人讲究“一日不作、一日不食”。这种业已形成强大惯性的“自养”方式到了释永信手里，变得重如千钧。

我们国家从计划经济时代进入市场经济时代，没有商业，物品就不能流通，“酒香不怕巷子深”的时代渐行渐远，大众消费有一种神奇的力量，可以把一切东西同化。这时，少林寺的“自产自销”的生存方式也逐渐沦为“自娱自乐”了。

如果释永信是个普通寺庙的僧人，他也许不会觉得自己耕种、专事修行有何不对，甚至定会甘之如饴。破败的少林寺从某种程度上，不正是一种“天将降大任于是人也，必先苦其心志，劳其筋骨，饿其体肤，空乏其身，形拂乱其所为，所以动心忍性，增益其所不能”的绝好写照吗？

然而在接过行正法师衣钵的时候，释永信却感受到了传递于他手中的另一份沉甸甸的责任——发扬光大少林寺。

如果仅仅停留在自足耕种的层面，而不参与其他类型的自养活动，消极地抵御外界的变化，少林寺只能越走越衰败。作为一个有抱负“振兴禅纲”的宗教领袖，这种紧迫感使释永信再也不愿意隐匿于深山幽林，而是选择了主动出击，在商海中近似完美地完成了一系列的角色转变——少林寺全方位动用自己独有的稀缺资源，实现了国内连横，并走向国外。

少林寺在国内的寺院中首开先河，实现了企业化经营。就目前内部机构设置来看，少林寺完全可以说是一个架构完备的集团化企业。在少林寺的旗下不但有