



Wang zhai bu ju di ji xiang
tian di ren quan, he xie zi ran

吉祥宅地

张述任◎著

旺宅布局
福地吉祥
天人观
和谐自然

中国商业出版社



吉祥宅地

Wang zhai lai ju fu di ji xiang
lian di ren guan he xie zi ran

张述任◎著

旺宅布局 福地吉祥
天地人观 和谐自然

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

吉祥宅地/张述任著. —北京: 中国商业出版社,
2006. 10

ISBN 7—5044—5464—8

I. 吉... II. 张... III. 住宅—风水—研究
IV. ①TU—856②B992.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 120908 号

责任编辑 常勇

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

北京顺诚彩色印刷有限公司

2006 年 12 月第 1 版 2006 年 12 月第 1 次印刷

730×970 毫米 16 开 15.5 印张 200 千字

定价: 28.00 元

* * * * *

(如有印装质量问题可更换)

版权所有 覆印必究



作者简介

张述任，中国易道学院院长，亚洲经济联合会品牌中心主任，亚太城市发展研究会副秘书长，名人轩文化创意集团董事长。

张述任，1992年创办“名人轩”，以“用我们非凡的设计，创造您成功的奇迹”为宗旨，意在“研究策划设计，传播营销文化，创立成功品牌，赢得名利双收”。首次在国际上提出“易道管理”体系及“五变五术”策划系统。擅长品牌策划、风水策划、环境策划、文化创意、知产管理、企业管理等咨询服务，以易道管理和五变五术为技术特长。其事迹被浙江卫视、《成功》、《企业研究》、《商界营销》等多家媒体专题报道，并著有畅销书《取名策划》、《名利双收》、《好家旺宅》等十余部著作。2000年度被评为全国品牌专家，2001年度被评为全国十大策划人，2003年度获国际营销节品牌金奖，2005年获全国商标论坛第一名。

建议电话：010-88586188/01/06 13601351131

E-mail: okname@263.net [中国取名风水网]

www.NameOK.cn



责任编辑：常 勇

封面设计： Mb:13381106363
袁剑锋(北京)品牌设计机构

敬賜芳名堪傳世
端正雅號可通靈

唐明邦



武汉大学哲学院教授、中国周易学会顾问唐明邦先生题字

易理玄機
參平千古
堪輿恩光
耀八荒

戊寅年
仲秋安陽
亢亮

天津大学教授亢亮先生题字



前言

《吉祥系列丛书》酝酿在十年前，那是我刚刚创办述任工作室的时候。那时的我是想把古代的太古思维理念，忙于呈现给大家。但迟迟没有动笔，一晃15年过去了，我的工作室在成长，我的合作伙伴们在成长，我的家庭在成长，我也在成长，我反倒不急了。我深深地认识到这十几年实践的重要性。做学问、做业务、做人是同一辙的。

在掬水、弄花、听月、悟禅之间我想说：

十个字：历练、入道、觉悟、着迷、真我。

历练：历，为经历，用脚去走；炼，为修炼，用心去修。

入道：道为法门，干什么有干什么的门道。

觉悟：自己觉悟，自己快乐。

着迷：是人迷，着迷研究。

真我：真心的自己。守真抱一，真气自凝，阳神自聚。

四个心：爱心、信心、责任心、喜悦心。

爱心：爱你身边所有的人，喜欢你正在做的所有的事。

信心：信心决定你的决心，只要怀着志在必得的信心，你就会寻找到成功的方法。

责任心：对自己要自律，对他人要负责。

喜悦心：紫气东来，平安喜悦。



二个知：知识、智慧。

知识：要快速学习新知识，厚积薄发。

智慧：要勤于思考，通达你的智慧。

三个境界：

千江有水千江月，万里无云万里天。

寻常一样窗前月，才有梅花便不同。

无一物中无尽藏，有花有月有楼台。

在这其中，我找到一些超前意识和意味，并把它应用到实践当中，总结了一套现代人可行的、可实施的旺宅策划理论。我把它命名为 Geomancy Success System，即旺宅福地成功系统，即现在的《吉祥宅地》。

吉祥宅地是什么？现代人和古人的看法肯定有区别，有一些朴素的哲理是永远不变的，但作为今天的现代人，一定要正确地看待现代的吉祥宅地。

现代的吉祥宅地，我认为改变从心开始，内心的平衡喜悦、祥和健康的生活是最好的吉祥宅地；不管居室有多大，只要有书、有茶、有灯、有床，满室温馨，生机盎然，那就是吉祥宅地。所选择吉祥宅地亦不可太苛求，陋室草堂也好，公寓别墅也好，只要心情好，物境变成心境就是吉祥宅地。

至于古代的吉祥宅地，有一些朴素的哲学思想，亦有一些不适合时代的语言，如“冲”、“煞”等一些古代延用语言，我们对待这类问题要与时俱进，以现代的吉祥宅地的建筑理念和时代的指导精神为准。

所以，对于古代的吉凶冲煞语言的延用，不可以斤斤计较，耿耿于怀。那些不符合现代建筑理念和时代指导精神的，还要以现代为准。今作为研究，望广大读者共享。



《吉祥系列丛书》分三部：第一部是《吉祥姓名》；第二部是《吉祥品牌》；第三部是《吉祥宅地》。

好的环境布局（旺宅福地）是我们心之所向之处，除了有明山、秀水、绿地、蓝天、白云外，还要有你的喜悦和心境。

正如禅诗所说：

春有百花秋有月，
夏有凉风冬有雪。
若有喜事挂心头，
人间总是好时节。

真诚地希望《吉祥系列丛书》给您带来百花盛开、人生喜悦。

2006年4月8日于北京名人轩

序：含英吐葩，雅号流芳

——唐明邦

捧诵《离骚》，屈原吟道：“皇览揆余祁度兮，肇锡余以嘉名”，译成白话：“父亲仔细端详我的生辰，于是赐给我相应的美名”。欲得嘉名，自古已然。美好的名号，赋有双重内涵：一是寄托祝福与期望，盼一生平安，幸福吉祥，身强志坚，成为社会栋梁；二是表明崇高理想，努力进取，自立自强，崇德广业，为国争光。美好的名号，无异于人生座右铭，长鸣警钟，催人奋进。述任常说：“好名相伴一生，好名伴君天下行”，诚警语也。

如今，不止个人追求美好的名号，企业、集团，名牌产品，大自汽车轮船、家用电器，小至熊猫、宠物、饮料、玩具，莫不竭尽全力追求名牌效应。企业、集团之雅号，巨细品物之名牌，意味信誉承诺，蕴含无形资产。追求名牌，既成时尚，策划名牌，急需名家。前所未闻的取名策划行业，应运而生，肇自通都，遍及城镇，方兴未艾。

张述任先生，起自通化，移驾北京，创设名人轩，撰著《取名策划》，先为名牌设计专家。此人博览群书，酷爱书法艺术，身居京华闹市，心似闲云野鹤，不为名利缰锁羁绊，摆脱官场应酬烦恼，一杯茶，一枝笔，一架书，名人轩中逍遥自在，谈笑有雅士，往来多嘉宾，平时书不离手，茶不离口，闲与二三知交谈诗论画，时同易坛好友鱼雁遣书。有人称许他：智若银狐之机灵，胸似平湖之澄彻。“白发渔樵江渚上，惯看秋月春风”。多少名牌雅号，出自笑谈



中。不是神仙，胜似神仙超逸，未入禅关，先得几分禅意，独创禅意书法，名闻遐迩。董子云：“名，则圣人所发天意”，邵康节颇有同感。余嘉述任之行，有如康节之洒脱，特录康节诗一首相赠：

尧夫非是爱吟诗，诗是尧夫可爱时。
已着意时仍着意，未加辞处与加辞。
物皆有理我何者？天且不言人代之。
代了天工无限说，尧夫非是爱吟诗。

唐明邦



目 录

CONTENTS

目 录

前言 / 1

序:含英吐葩,雅号流芳——唐明邦 / 1

第一章 选宅篇

第一节 选楼金口诀 / 2

一、位 / 2

二、风 / 2

三、邻 / 3

四、秀 / 4

五、明 / 7

六、护 / 10

七、实 / 13

八、空 / 14

九、气 / 16

十、宁 / 20

十一、运 / 21

十二、动 / 25

十三、颜 / 25

十四、色 / 28

十五、味 / 28

十六、讳 / 28

十七、观 / 28





十八、道 / 29

十九、场 / 29

二十、行 / 29

第二节 选楼勘察录 / 29

一、刘先生选楼 / 29

二、赵小姐选楼 / 31

三、吕先生选楼 / 33

四、乔女士选楼 / 34

五、朱先生选楼 / 36

第三节 选楼布局五步法 / 38

第四节 居室布局方略 / 44

一、旺宅居室朝向布局 / 44

二、旺宅居室门向布局 / 45

三、旺宅居室装饰布局 / 46

四、旺宅居室客厅布局 / 48

五、旺宅居室阳台布局 / 48

六、旺宅居室花卉、植物布局 / 49

七、旺宅居室色彩布局 / 50

八、旺宅居室家具布局 / 52

九、旺宅居室宗教布局 / 52

十、旺宅居室窗户布局 / 52

十一、旺宅居室厨房布局 / 53

十二、旺宅居室卫生间布局 / 56

十三、旺宅居室地毯布局 / 59

十四、旺宅居室电器布局 / 59

十五、旺宅居室饮水机布局 / 59

十六、旺宅居室书房布局 / 59

十七、旺宅居室镜子布局 / 61

十八、旺宅居室饰物布局 / 61

十九、旺宅居室卧室布局 / 62



二十、旺宅居室床位布局 / 71

第五节 旺宅居室布局五步法 / 76

第二章 选地篇

第一节 选地金口诀 / 88

一、形 / 88

二、势 / 90

三、山 / 91

四、水 / 93

五、清 / 96

六、阴阳 / 97

七、理 / 98

八、气 / 99

九、行 / 101

十、风 / 103

十一、沙 / 103

十二、道 / 104

十三、场 / 106

十四、运 / 111

十五、天 / 112

十六、地 / 112

十七、方 / 113

十八、向 / 114

十九、明 / 114

二十、旺宅策划口诀 / 114

第二节 选地勘察录 / 115

一、金融业的环境布局 / 115

二、证券行业的环境布局 / 116

三、保险业的环境布局 / 117

四、房地产公司的环境布局 / 119

五、物业管理公司的环境布局 / 120

六、汽车销售公司的环境布局 / 122





- 七、加油站的环境布局 / 123
- 八、药业公司的环境布局 / 125
- 九、医院的环境布局 / 126
- 十、诊所的环境布局 / 128
- 十一、药店的环境布局 / 129
- 十二、电子公司的环境布局 / 131
- 十三、网站的环境布局 / 132
- 十四、商业市场的环境布局 / 133
- 十五、商业商场的环境布局 / 135
- 十六、科技贸易公司的环境布局 / 137
- 十七、文化传播公司的环境布局 / 138
- 十八、影视传媒公司的环境布局 / 140
- 十九、品牌管理公司的环境布局 / 141
- 二十、取名公司的环境布局 / 143
- 二十一、律师事务所的环境布局 / 144
- 二十二、会计师事务所的环境布局 / 146
- 二十三、花店的环境布局 / 147
- 二十四、书店的环境布局 / 148
- 二十五、服装店的环境布局 / 150
- 二十六、化妆品公司的环境布局 / 151
- 二十七、珠宝公司的环境布局 / 152
- 二十八、美容院的环境布局 / 154
- 二十九、中式饭店的环境布局 / 155
- 三十、西餐厅的环境布局 / 157
- 三十一、酒吧的环境布局 / 158
- 三十二、装饰公司的环境布局 / 160
- 三十三、大学的环境布局 / 161
- 三十四、幼稚园的环境布局 / 162
- 三十五、旅游公司的环境布局 / 164
- 三十六、洗浴中心的环境布局 / 165
- 三十七、度假山庄的环境布局 / 167



三十八、石材店的环境布局 / 168
三十九、绿化公司的环境布局 / 169
四十、矿业公司的环境布局 / 171
四十一、特产行业的环境布局 / 172
四十二、家具店的环境布局 / 173
四十三、楼盘小区的环境布局 / 175
第三节 行业办公室布局方略 / 176
一、旺宅(现代)行业的外环境布局 / 176
二、旺宅(现代)行业的内环境布局 / 178
第四节 旺地行业布局五步法 / 184
第三章 景物篇
第一节 吉祥物布局金口诀 / 192
第二节 十二生肖的布局与心理暗示 / 193
附 录: 吉祥数码 81 数暗示 / 228
参考书目 / 231

