

B992.4/32

:1

2008



黄儒经居士◎著

ZHAI YUN XIN AN

宅运新案①

图解
实用商铺风水

江西出版集团
百花洲文艺出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

图解实用商铺风水(宅运新案之一)/黄儒经居士著. —南昌:百花洲文艺出版社, 2008.8

ISBN 978-7-80742-325-6

I. 图... II. 黄... III. 风水—关系—商业经营—图解
IV. B992.4-64 F715-64

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 016038 号

出版者 江西出版集团·百花洲文艺出版社

社 址 南昌市阳明路 310 号 邮编 330006

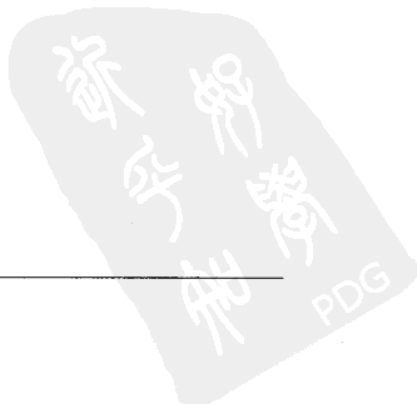
电 话 0791-6894736 (发行热线) 0791-6894790 (编辑热线)

网 址 <http://www.bhzw.com>

E-mail bhz@bhzw.com

书 名 图解实用商铺风水 (宅运新案之一)
作 者 黄儒经居士
选题策划 朱光甫
责任编辑 李 鸿
封面设计 UPPER LIMIT ↑ lzw1127
经 销 全国新华书店
印 刷 三河市华新科达彩色印刷有限公司
开 本 720mm × 980mm 1/16
印 张 16
字 数 195 千字 插图 345 幅
版 次 2008 年 4 月第 1 版
印 次 2008 年 4 月第 1 次印刷
定 价 48.00 元
书 号 ISBN 978-7-80742-325-6

图书若有印装错误可向承印厂调换





前言

在现实生活中,我们经常会遇到这样的情况:同在同一条街上,有些商铺热热闹闹、顾客盈门,但在不远的地方,另一家店铺却冷冷清清、门可罗雀;同在一个地址,一家商铺由于经营不善而关门,可换了一个老板,改变一下门庭,却又搞得风生水起……这到底是为什么呢?

这自然会有很多方面的原因,比如说经营种类、经营方式、营销策略等,都可能直接影响到一个商铺的经营成败。但有时候我们却发现,有些商铺的成败并不能用这些去解释,它的兴盛或衰败,似乎是由冥冥中的某些不可知的因素决定的。

这些冥冥中的,似乎不可知的原因到底是什么呢?

看了下面这段话,你或许就会豁然开朗了。

平时,每当我们见到一家商店红红火火时,就会脱口而出地赞道:“哇,这家商店的风水真好!”而当我们看到一家商店很冷清时,又会下意识地皱着眉头说:“唉,这家商店的风水真差!”

不错,那些冥冥中的,似乎不可知的因素就是风水。

确实,这个说不清、道不明的风水,往往在很多时候,在很多地方决定了商铺的成败兴衰。

曾几何时,风水被当作封建的垃圾扔到角落里去了。原因当然有很多,但在



这里我们不必去细细追究。我着重想要说的是：随着思想进一步的解放，人们逐渐认识到，存在了近两千年的、以我们传统文化为其核心精髓的风水学，其实包含着很多科学的成分。特别是近年来，风水学逐渐在西方得到了广泛的传承和应用，使我们更深刻地认识到，这门古代居住环境学对我们其实还是很有用的。于是，人们又自觉地拾起这个曾经被丢弃的学说，将之应用到和谐人居环境和工作环境的建设之中。古老的风水学，在今天已经得到了重生和复兴。

随着这股复兴的热风，很多人热切地想去学习风水学，用于指导、选择好的居住环境和工作环境。特别是一些想自己创业、开店的朋友，更热切地学习有关的风水知识，以便更准确地选择一个好的地头。

但这谈何容易呢？！

首先，经过长时期的彻底清扫，现在能找到的合适的风水学书籍并不多，适合年轻人看的风水书更是少之又少；其次，风水学以我国古代很多门类的知识为基础，在其发展过程中，由于种种的原因，其传承者们也有意无意地把它发展成了一门晦涩难懂的学科；第三，现代风水学实际上结合了很多门现代科学的内容，是一门综合性比较强的环境艺术学，没有一定学科素养的人学起来可能比较吃力。

有鉴于此，笔者一直致力于想用通俗的方式去论述现代风水学，为更多的普通读者找到一个学习风水学的捷径。笔者是学地球物理出身的，曾在地质队工作多年，遍游祖国山河，为学习风水学奠定了一定的现代地理、地质学



的根基。长期以来,结合地理学、地质学、地球物理学等现代知识,潜心研习易学和堪舆,对风水学的原理、脉络有了透彻的认识,得出很多独到的见解,所有这些,也渴望能与广大的读者分享。

近年来,笔者又投身于营销学和中小企业兴衰的研究,对商业心理学及营销心理学涉猎较深,我发现,如果将现代商业管理科学与祖国传统文化结合起来,用于风水与商业经营的全新研究,会获得一个全新的视野,而这方面的研究在我国还为数很少。在本书中,经商与风水的关系,是我们要谈论的重点,笔者近年来的研究经验,都将在本书里得到体现。

书里没有太多地照搬古籍,而是采用“弃其糟粕、取其精华”的原则,吸纳古代风水学中的科学成分,再结合现代的科学知识,用浅显通俗的文字,配以精心选择和实地拍摄的图片,以简洁明了的方式,向普通读者讲述风水学——特别是商铺风水学的知识,期望它能为普及风水学知识,为那些有志开店创业的人们,起到参考和自我把关的作用。

如果能做到这一点,那作者将由衷地感到欣慰。

黄儒经居士

2008年2月



第一篇 风水的基本知识

- 01 风水的由来及核心概念——【003】
- 02 风水的哲学源头——【015】
- 03 风水的流派分野——【025】
- 04 风水的两大要素——【033】
- 05 风水的核心——气——【048】
- 06 风水的基本术数——【055】
- 07 风水的科学内涵——【064】

第二篇 现代商铺风水的原理

- 01 现代风水学的择地原则——【073】
- 02 商铺风水的选址原则——【081】
- 03 从总体风水上看大的商圈的形成——【089】
- 04 从一地一街的环境把握当地的商业风水——【104】

第三篇 商铺风水细观

- 01 从形砂看商铺的风水——【113】
- 02 从水(路)的形态看商铺的风水——【135】
- 03 从气的聚散看商铺的风水——【146】
- 04 各种形煞对商铺风水的影响——【158】
- 05 商铺字号的风水——【186】

第四篇 商铺风水的调整和改造

- 01 风水调整和改造的原理——【195】
- 02 镇煞用品面面观——【212】
- 03 形煞化解的具体方法——【224】

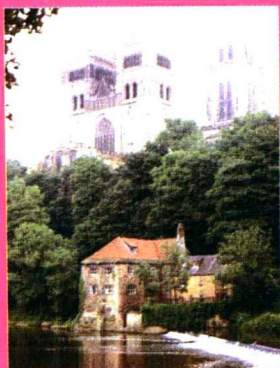
第五篇 五大商店风水实例分析

- 01 仟村百货的风水分析——【234】
- 02 广百东峻分店的风水分析——【237】
- 03 广州王府井的风水分析——【240】
- 04 东山新大新的风水分析——【242】
- 05 时代广场友谊分店的风水分析——【245】

后记——【248】



风水,又称山水、堪舆、青乌等,是中国专门研究人居环境的一门学科,是中国文化历史中一种独特的环境艺术思想。“风水”一词,最早始见于《葬书》:“葬者,乘生气也。经曰:气乘风则散,界水则止,古人聚之使不散,行之使有止,故谓之风水。”



第一篇

风水的基本知识





01 风水的由来及核心概念

几乎所有的风水专著,第一章都会讲到概念或起源、体系或要素等。这往往是比较枯燥无味的地方,而且对许多着重应用的读者来说,也不是必需的。

如果你想要大概了解一下风水的基本知识,更深入地探究后面的内容,那么,从头看起也不失为一种选择。如果你只想简单了解商铺风水的应用,对经商和开店有一个参考,那么本章节也可以直接略过,从第二章直接看起。

风水,又称山水、堪舆、青乌等,是中国专门研究人居环境的一门学科,是中国文化历史中一种独特的环境艺术思想。

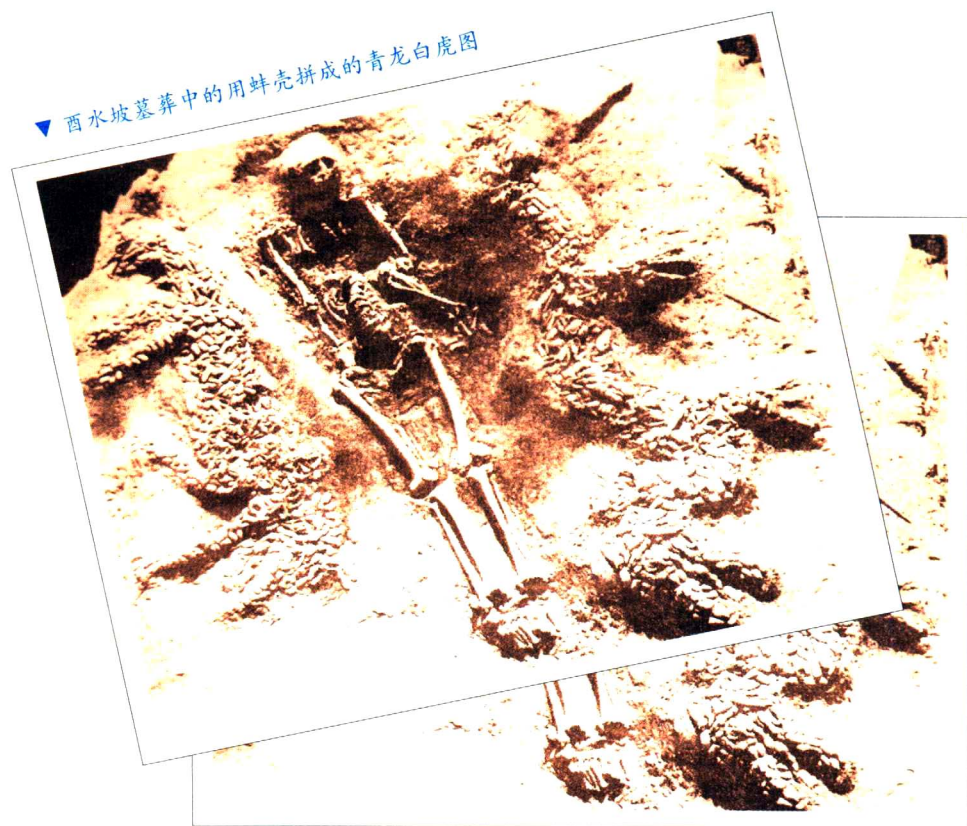
“风水”一词,最早始见于《葬书》:“葬者,乘生气也。经曰:气乘风则散,界水则止,古人聚之使不散,行之使有止,故谓之风水。”

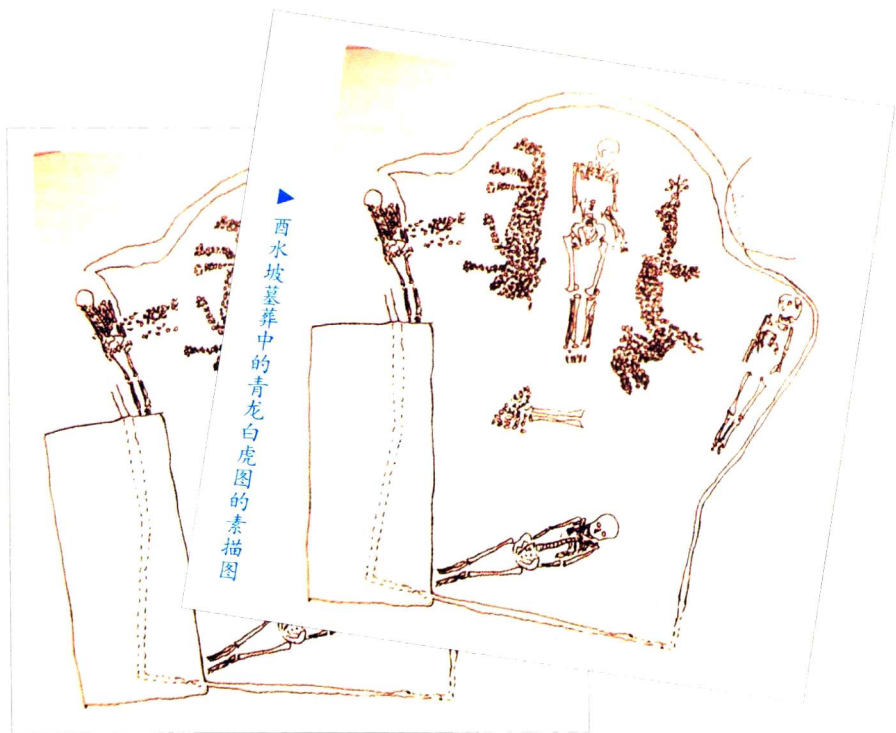
《葬书》是我国古代最早的系统论述风水理论的书籍,有人说《葬书》是晋朝时期的风水学家郭璞所写,但又有人说这本书直到宋代才成书。但不管

怎么说,风水理论体系的形成和传播,都是比较早的事了。

实际上,中国人的“风水”观念并非从晋代才产生的,而是更早。可以这么说,自从我们的先祖有思维能力以来,便懂得如何选择理想的环境以获得生存与发展。早期的考古发掘表明,原始时期的初民对居住区、祭祀区与墓葬区等就存在着强烈的选择意识。原始人类的狩猎时期,人们就已经知道选择避风向阳的洞穴作住所,以利于保温、防潮。

中华大地处于北半球,太阳基本上都偏南,所以,我们的先人们在选择居住地时,都遵循一个共同原则,即坐北面南,背山近水,或有壕沟环绕,聚落以内,祭祀区位在哪里,墓葬区位在哪里,公共房屋在哪里,粮仓在哪里,





都有合理的设计和布局。这从考古发掘的新石器时代的聚落遗址中得到了印证。这就是原始社会时期的风水。

而距今 6000 多年前的河南濮阳酉水坡仰韶文化墓葬中的“青龙白虎图”，很明显地告诉世人，那时候，人们就已有较为成熟的“左青龙右白虎”的古代风水的概念。

先秦的时候，就有相宅（即勘察宅地）的活动。《尚书·召诰序》云：“成王在丰，欲宅邑，使召公先相宅。”这是相生人的居所。也有相死人墓地的。先秦的贤君盘庚、周公在相地实践中都做出过重大的贡献。先秦相宅后来发展成一种术数，并没有什么禁忌，没有那么多迷信色彩。

到了汉代，风水学家把相宅发展成为一种术数，方位、上坟等都有各种禁忌，墓上还装饰有避邪用的石人、石兽、镇墓文等。易学卦理的流行，也使风水学得到坚实的理论基础和系统化发展。“堪舆”一词最早出自汉淮南王

刘标《淮南子》一书。汉代许慎曰：“堪，天道；舆，地道也。”天道是指天文，地道是指地理。《易系辞传》：“仰以观于天文，俯以察于地理。”故堪舆即洞察研究宇宙天地山川与日月星辰，斗转星移交汇变化现象之意。因此，风水学也叫“堪舆”术。“堪舆”也就是风水的最古老、最正宗的名词。这一时期，相地、相宅、相墓主要是在士大夫、达官贵族等上层阶级流行传开，而身处下层的广大百姓却无缘问及，风水只作为皇家术为宦官阶层服务。

秦汉时期是风水的萌芽的时期，这一时期还出现了一批有关风水的专著，如《堪舆金匮》、《宫宅地形》、《周公卜宅经》、《图宅术》、《大衍元基》、《葬历》等等。这表明，秦汉时期风水术已经完成了从实践到理论的形成过程。

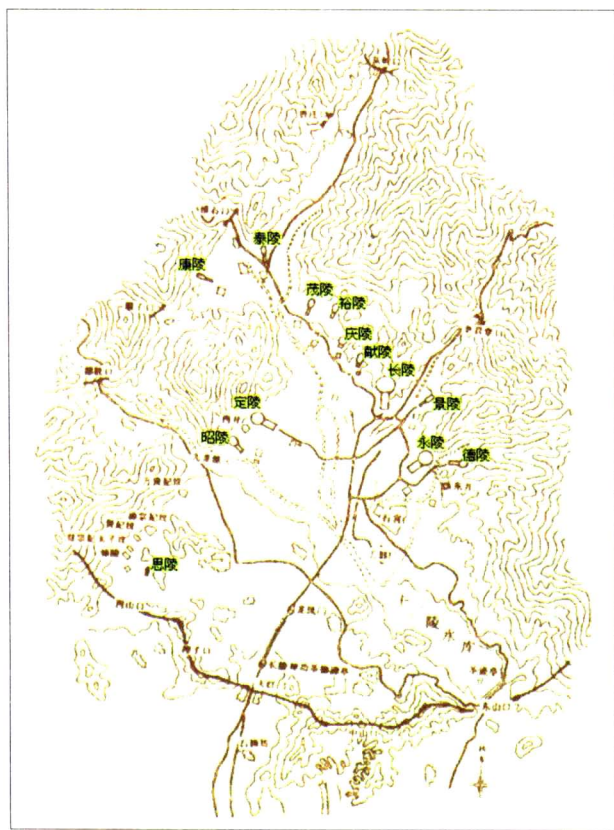
风水成为一种系统的思想体系大致是在魏晋南北朝时期，管辂、郭璞等一代风水宗师开始逐步完善过去有关风水的理念，并将其上升为一种理论。晋代郭璞的《葬书》中说：“葬者，乘生气也。夫阴阳之气，噫而为风，升而为云，降而为雨，行乎地中而为生气，生气行乎地中，发而生乎万物。气乘风则散，界水而止，古人聚之使不散，行之使有止，故谓之风水。风水之法，得水为上，藏风次之。”这一段既是对生气论的总结，又是历史上第一次提出“风水”这一特定的名词，郭璞也因为《葬书》而被尊为风水的鼻祖。《葬书》还提出了一整套的风水的理论：以阴阳为根本，生气论为核心，藏风得水为条件，其目标是获得一个理想的生态环境。郭璞还认为“祖父子孙同气，彼安则此安，彼危则此危”，这也使得后世阴宅（即墓葬）风水得以兴盛。总之，《葬书》是风水理论发展的一个里程碑，也为风水以后的发展定下了基调。

《管氏地理指蒙》也是古代风水最重要的典籍之一，它就是托名于管辂而作的。

唐朝以前，风水术一直被禁锢于皇室深宫，鲜为民间所知。唐末，风水大师杨筠松、卜则巍从皇宫流落到江西，并开始开班授徒，其后世弟子逐渐形

是一位笃信风水的皇帝,这也导致民间都很讲究风水,风水成为明朝人一生中很重要的准则。“十三陵”就是被风水大师廖均卿相中之后而推荐给明成祖、最后成为明朝皇帝的陵区的。

十三陵始建于永乐七年(1409年)。为了求得吉祥的墓地,明成祖命江西风水师在昌平境内找到了这一片山地,经朱棣亲自踏勘确认后封为“天寿山”。以后的十二代明朝皇帝也相继把陵墓建造在这里,在具体确定他们的墓址时,都有风水师参与其间。



▲ 明十三陵示意图,是典型的三面环山、一面汇水的风水佳地

十三陵所处的地形是北、东、西三面环山,南面开敞,山间众溪汇于陵前河道,然后向东南奔泻而去。陵前6公里处神道两侧有两座小山,东为“龙山”,西为“虎山”,符合东青龙、西白虎的四灵方位格局。用风水理论来衡量,天寿山山势延绵,龙脉旺盛,陵墓面南而立,背后主峰耸峙,左右护砂(山)环抱,向南远处一直伸展至北京小平原,前景开阔。陵墓的明堂(基址)平坦宽广,山上草木丰茂,地脉富有生气,无疑是一处天造地设的帝陵吉壤。



清代设有司天监,除负责观天象记录天文外,还负责陵墓的堪輿工作,因为清代各皇帝都笃信风水,很重视陵墓方位。清东陵南北长 125 公里,东西宽 26 公里,地跨北京三个郊县,总面积 2500 平方公里,是个极其庞大的帝王陵园,由此可见清代皇帝对陵墓风水的重视。而至今保存完整的故宫紫禁城,就更是严格按风水学建筑的经典杰作,其恢弘磅礴的气势不知征服了多少世人。

紫禁城修建于明代,清代又重新扩建。故宫的建筑都严格遵循对称的规则,沿一条南北走向的中轴线排列,全都坐北朝南,体现着皇帝的至尊。

紫禁城有一条护城河(金水河),它从紫禁城的西北角流入宫中,流经几座重要的建筑的前面,以造成背山面水的吉利环境,最后往南东经过太和门前,到文华殿前从东南角流出。这里,水不仅是为了故宫消防的需要,也象征着接纳财富。这也是风水重要的思想。

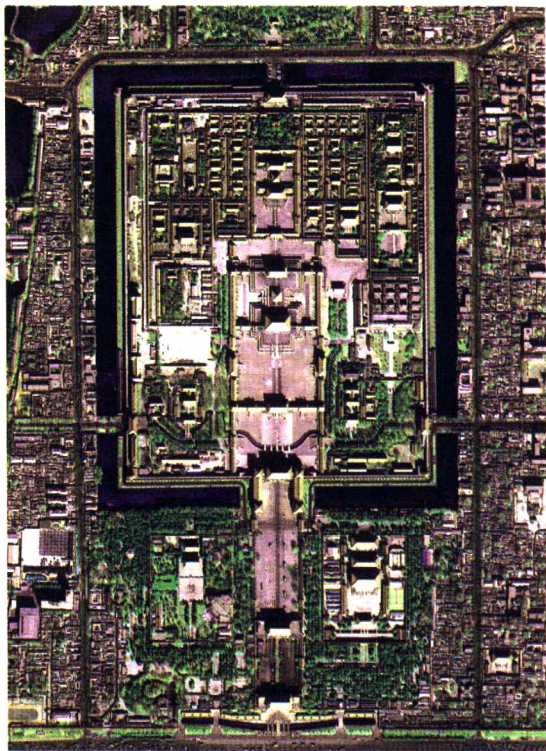
故宫的规划与建筑布局还运用了五行学说的观念。古人认为世上万物

皆分阴阳,男为阳,女为阴;方位上前为阳,后为阴;数字中单数为阳,双数为阴等等。在故宫,属于阳性的帝王执政的朝廷放在前面,将皇帝、皇后生活的寝宫放在后方,这不仅适应使用功能方面的需要,也符合阴阳之说。前朝安排了三座大殿,后宫部分只有两座宫(即乾清和坤宁二宫,交泰殿是后期加建的),符合单数为阳、双数为阴之说。又如天上五宫的中宫居于中间,而中宫又分为三垣,即上垣太微、中垣紫微、下垣天市,这中垣紫微自然又处于中宫之中,成了宇宙中最中心的位置,为天帝居住之地。

风水讲究坐山面水,但北京城地处平原,没有山。为了弥补这个缺憾,在修建紫禁城时,还专门在其西北边挖了一个北海,把挖出的土都堆到紫禁城的后面,堆成了一座山——景山。

清朝还设有国师府,共有 400 多名国师。国师府的任务是:一为皇朝找到好的风水宝地,安排好使用方法;二是破坏民间的地理风水,使之出人不向朝廷造反,不能夺皇位。这些国师因为得到优厚的俸禄,所以一生都死心塌地地为朝廷为皇帝效劳。

解放以后,风水曾被认为是封建迷信的糟粕而备受打压,风水活动几乎陷入



▲ 故宫俯视卫星图