

【圣贤的财富系列】

刘世英◎主编

刘世英 万资姿◎著

老子的财富 经营的高境

朱守真



中国民主法制出版社



老子的财富

——经营的高境

刘世英 万资姿 著



中国民主法制出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

老子的财富:经营的高境 / 万资姿著. —北京: 中国民主法制出版社,
2007.8

(圣贤的财富)

ISBN 978-7-80219-269-0

I. 老… II. 万… III. 老子—哲学思想—应用—企业管理 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字 (2007) 第 114961 号

书名 / 老子的财富

LAOZIDECAIFU

作 者 / 刘世英 万资姿 著

责任编辑 / 刘海涛 苏 东

出版·发行 / 中国民主法制出版社

地址 / 北京市丰台区玉林里 7 号 (100069)

电话 / 63055022 (编辑部) 63057714 (发行部)

传真 / 63056975 63056983

经销 / 新华书店

开本 / 16 开 165 毫米 × 240 毫米

印张 / 16.5 字数 / 220 千字

版本 / 2007 年 9 月第 1 版 2007 年 9 月第 1 次印刷

印刷 / 北京东海印刷有限公司

书号 / ISBN 978-7-80219-269-0 / K · 51

定价: 29.00 元

出版声明 / 版权所有, 侵权必究。

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

[内容简介]

《老子》被当今学者一致公认为“人类最高智慧的结晶”，也是世界上外文译本最多的中国著作，老子被《纽约时报》评为“古今十大作家之首”。《老子》是实践而来的学问，内含许多宝贵的智慧，很多道理都可以指导当今的经营管理。本书主要内容包括经营理念、经营智谋、经营策略以及经营修养，收集了老子的相关言语，通过原文的分析与点评，深刻阐述老子思想中的经营内容，并在相关典故中深化其中的蕴意，进而结合现代经营过程中的一些典型案例，分析其成败缘由，从而使经营管理者们在全新的视野下，深切感悟中国古代圣人智慧所带来的启发。

[作者简介]

刘世英，资深传媒人，对企业文化、经营之道有多年深入研究。现任北京广天响石企划机构董事长，《亚洲资本》杂志副总编，著有《谁认识马云》、《分众的蓝海》、《在路上》等多部畅销书。

邮箱：lsying7966@163.com

博客：<http://blog.sina.com.cn/liushiying>

万资姿，湖南湘潭人，湘潭大学哲学硕士，中国人民大学哲学博士，主要研究方向为文化哲学、社会学，在国内外杂志已发表论文数十篇。



封面题字：朱守道

全国人大华侨委员会副司长级干部，兼任第四届、第五届中国书法家协会理事、中国大众文学学会理事、中国书画艺术委员会常务理事、中国国际书画艺术研究院副院长。



图书出品人：杨瑞雪

全案统筹：陈时恩 刘海涛

图书策划：广天月石专家团
GUANGTIAN YUESHI

特邀责任编辑：黄茜

封面题字：朱守道

装帧设计：GAIA 盖雅设计
anneking4024@126.com

>> 总 序

感悟圣贤

中华文明源远流长，中国古典文化博大精深。孔子、老子、庄子等圣贤们的深邃思想堪称中国古典文化中的绝唱。

孔子是中国家喻户晓、妇孺皆知的文化大师，孔子的《论语》被誉为“经典中的经典”，精辟阐释了为人处世之道，孔子的很多处世格言为后人留下了极其宝贵的处世经验和训诫，一代又一代的后来者从中受到启迪，获得大智大勇。

老子主要思想集中在《老子》一书上，是一本管理思想上的巨著，“无为而治”是他在数千年前提出的最理想管理方式。当代管理者，从中既可参透老子学说，以其察明当代中国人思想深处许多固有观念；亦可从老子智慧的言论中，觉悟出许多具体的管理技巧和手法。老子言：“执古之道，以御今之有。”意即：明古之理，可治今之事。现代知名企业张瑞敏、牛根生、薛永新、严介和等无不对老子管理思想情有独钟，他们运用老子智慧，从事企业经营管理，都取得了很大成功。

人们把孔子称为“圣人”，却把庄子却称为“神人”。庄子一生穷困潦倒，却能超越贫困乐在其中。庄子杰出的心灵智慧，对于那些患得患失、捆于名利的人来说，是一碗营养丰富的“心灵鸡汤”。



老

子

的
财
富



经过数千年风雨的洗刷，三位圣贤的智慧之言历久而弥新，已经成为一代代怀着梦想上路的年轻人最宝贵的一笔精神和智力的财富。俗话说得好，“一灯能除千年暗，一智能灭万年愚。”把圣贤智慧变成你自己的人生所得，那么就像在我们心中升起了一盏智慧的长明灯。是故，今人都在鉴古求其所需。正如罗素之言：“历来凡是有成就者，不论伟人、凡人，无不受到前贤思想的影响。我们必须向上代学习，必须掌握人类已经取得的优秀成果，必须借鉴他们的成功经验，这样才能少走弯路。”

如今的我们，不辞辛苦地不断往前面追赶，却忘记了回头，忘记了反省，也就忘记了古代圣贤们的淳淳教诲。鉴于此，智者们在振臂高喊：为何当今的人们不好好学习古代圣贤们的智慧呢？

往这里看吧！“圣贤的财富”系列分别将从老子的经营谋略、老子的处世智慧以及庄子的心灵治疗法出发，为读者们提供一个新的视野、新的原则与方法。在这里，你将获得圣贤的智慧、触摸圣贤的精髓，体悟其微言大义……

本丛书旁征博引，深入浅出，通俗易懂，古为今用，令人兴味盎然，您为何不乘兴展读呢？

刘世英

于北京西钓鱼台

2007年6月5日



>> 作者序

智慧决定经营

历史的车轮辗过岁月的痕迹，在不停的转动中延伸着中华民族五千年的文化和智慧，而人类则在时光的大手驱赶下慢慢地前进，不断的探索。在这个探索的过程中，大家或许又听说过这么一个故事：

古时候，有一位一辈子从事炼金术的老人，在他弥留之际，将两个儿子叫到床前，问他们想要什么东西。按顺序贪婪的大儿子先说：“那就把你淘的金子给我吧。”轮到二儿子，睿智的二儿子说：“那就把你淘金、炼金的方法教给我吧。”于是，老人把金子教给了大儿子，而把淘金、炼金的技巧、诀窍留给了二儿子。老人去世后，大儿子没有几年就把金子花光了，二儿子却一年年地积攒起大笔的金子。

既然是传说，可能缺少真实性，不过琢磨琢磨，其寓意还是挺深刻的，它至少告诉我们一个很浅显的道理：炼金术比金子更可贵。

对我们今人而言，先哲们遗留的思想是比金子更珍贵的炼金术。先哲们留下的智慧足迹已深深地印刻在人类前行的路上，虽然尘封土埋，一旦思想的微风吹过，仍时时为今人昭示前进的方向。

东方大智慧的化身——老子，更以其思想的深邃玄妙给人类提供了取之不尽，用之不竭的永恒的能源，它既是精神的也是物质的。德国的

大哲学家黑格尔在其著作中论及中国的老子时，就盛赞这位东方圣哲早在两千多年前就“说到了某种普遍的东西”，这种“普遍的东西”无疑对今天人们的生存和发展仍具有深刻的启迪作用。

老子留给我们子孙后代的不是物质意义上的金山银山，但他们思想却是取之不尽的智慧金库。让我们随着老子语言的矿脉挖掘我们今人孜孜以求的财富吧。

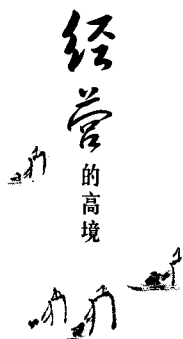
老
子
的
财
富



作 者

2007年5月于北京西钓鱼台

目 录



总 序	1
作者序	3
第一篇 经营理念	1
一. 经营有道 遵道而行	2

经商有道。经营者要效法“道”——隐于人心灵之中的理性、信念和价值观，来培养优秀员工及其企业精神，使人人能融入“企业文化”之中，进而具有高尚的理想情操。这样，原来以为不容易做成的事业就可以做成，不容易成功的工作便能成功。

二. 善于用人 以人为本	7
--------------------	---

遵道而行，人是根本。所谓“域中有四大，而人居其一焉”，人才事关企业发展的成败，这已经成为一个不辩自明的真理。一个好的企业固然是因为它有好的产品，有好的硬件设施，有雄厚的财力作为支撑，但最重要的还是要有优秀的人才。先有财、物，并不能带来任何新的变化，只有具有大批的优秀人才才是最重要、最根本的。

三. 返朴归真 诚信经营	14
--------------------	----

遵道经营，诚信是根。“见素抱朴，少私寡欲”，诚信不但是人性的基础，而且是创造财富的基石。做人要讲诚信，经商要讲诚信。诚信是





经营者获得成功、企业借以长久的重要软实力，其多来自于长久的合作需要。真正的诚信是不能挂在嘴上的，而要放在心里，要用心去做。所以，诚信是有价的，也是无价的。

四. 厚德载物 品牌理念.....20

遵道而行，品牌效益是一个企业的生命。“恍兮惚，其中有物”，凡是成功的企业都在自己的品牌上创造出特色。对一个企业来说，要想使自己的产品在市场上站稳脚跟，就必须实现品牌化经营。

五. 借力创业 合作经营.....25

一个好汉三个帮。作为经营者，既创业，又守业，还得兴业，即便有天大的本事，也不可觥自己撑起一个企业的天空，更何况，很多人根本就不是全才，某些方面擅长，必然有某些方面欠缺。“万物得一以生，侯王得一以为天下贞”。故，借“一”以成就事业。事实也证明，寻找志同道合的人，与你共同经营企业，成功的几率就会大大提高。

第二篇 经营智谋.....33

一. 无为之形 有为之实.....34

“无为而无不为”。经营活动要避免来自不必要“有为”的一些干预和控制，避免企业整体发展的突然变化和震荡，使员工能享受自动自发的的工作，企业经营者就需要凭借“无为”，以最小的“有为”行为获取最大的经营效益。这样的经营管理将会是一种恰当的无为，所能实现的经营目标将是一种“无所不为”。



二. 市场无序 运营有序.....39

“法令滋彰，盗贼多有”。真正深谙中国特点的企业家们应该知道，在中国企业中，连篇累牍的规章、制度，比不上一些约定俗成的道德规范；与企业员工约法三章，不如营造一个有利于提高员工自身修养的环境氛围；要求、命令下属去做一件工作，不如以身作则，诱导下属自发地去完成任务。故，企业管理发展到最高境界，就是员工自我管理。在看似无序的市场下，通过德、礼来统率部下，在老子看来完全可以达到有序经营的目的。

三. 由小到大 稳操胜券.....46

“天下大事，必作于细。”现代企业的经营活动错综复杂，情况变化万千，但万变不离其宗，无非是“投入”与“产出”问题，并以两者之比论成败。“投入”大于“产出”的经营，必然是失败；而“投入”少，“产出”多，则为成功。是故，节俭并未过时。节俭仍是企业磨砺韧性、以应环境之变的重要措施，亦是企业必须具备的素质之一。懂得节俭的人都会不断积蓄财富，不懂节俭的人，即使家产万贯，他所拥有的财富也会慢慢消失的。精打细算是一名商人经营取胜的必备条件。

四. 清静安定 小鲜治企.....56

有经验的人都知道，在煎鱼的时候，不要随意翻动，如果翻得太勤，鱼就容易碎；当然如果一动也不动，则难免把鱼煎糊。因此，只能将调料、火候掌握得适中，文火烹煮，不急切，不躁动，这样煮出来的东西才会色鲜味美；如果火候不对，调味不对，加之心烦气躁，下锅后急于翻动，东一下，西一下（看似“有为”），最后煮出来的东西“一团糟”，色、香、味什么的都没有了，肉也碎了（却没有绩效）。治业如同烹鲜，清静安定，小心谨慎是良策。



五. 以柔胜强 示弱求胜.....62

生命源于水，企业经营之道亦是如此，老板的最好榜样就是水。柔的能够克服刚，弱的可以战胜强，能承受屈辱、灾患的人才配做天下王。这好像是在说反话，是在颠倒黑白。其实，这才是符合实际的至理名言，是颠扑不破的真理。因此，以柔胜强，示弱求胜，既是成功经营者的性格，也是成功经营者的能力。

六. 先予后取 后发制人.....67

俗话说：“商争犹如战争，市场犹如战场”。在这场市场经济的争夺战中，老子之“将欲取之，必先与之”，乃企业管理争胜之术，强调退两步为一跃进三步，深屏气是为爆发期内的内聚力。

七. 君逸臣劳 “自然” 运营.....72

事无巨细、势兴躬亲的管理者未必是好的管理者，真正优秀的管理者，下属未必能体会到他的存在。用今天的一句名言就是“最好的管理就是没有管理”。

八. 以静制动 专注经营.....80

我们已经进入一个“专注”制胜的时代，无论市场经济如何变幻莫测，无论我们的竞争如何激烈残酷，真正的经营者必须具备先见能力、构思能力、讨论的能力、适应矛盾的能力，而那些依靠专业化优势“专注”做好产品和服务的企业一定会成为行业的领先者。在经历从弱到强，从小到大，从单一业务到产业多元化，从价格战到价值战，从概念炒作到营销顾客之后，未来的领先者应该属于那些产品或服务的真正的“专注”大师了。

九. 知人用人 扬长避短.....87

“知人者智，自知者明”。经营管理者是一种特殊的人才，是市场运行最宝贵的资源。在经营管理工作中，管理者总是走在集团利益前面的一种引导力量，它所具有的发展取向和变革取向，证明经营者不仅仅是在维持一种既定的运营秩序，而是通过资源的有机组合，以实现组织最大目标。而其中，人是唯一一种能够扩大资源的资源，因而知人、用人也就成为经营管理者主要工作对象。

十. 摸清行情 果敢决策.....96

“勇于敢则杀，勇于不敢则活”。在市场经济的汪洋大海中，经营者要掌舵引航，靠的是信息。经营管理者的脑袋里装的信息越多，他的聪明才智也就越高。这样一来，能否占有和运用足够正确的信息，就成了经营者是否具备应变决策能力的风向标。运用有效手段获取信息，摸清行情，经营者才敢果敢决策。

十一. 以退为进 弱势经营.....106

知其雄，守其雌，对现代企业经营管理的启示就是：经营者应尽量避免企业走向恶性竞争，保持与竞争对手之间的友好关系也是一种以退为进的策略。

十二. 以史为鉴 学为现用.....114

执古御今。所谓太阳底下没有新鲜事，历史注注有着惊人的相似。在领导力、用人、激励等重大经营管理问题上，经营者注重从历史和传统中学习有益的经验，用来指导今天的实践，可以收到事半功倍的效果；与此同时，做任何事情也是一个由生疏到熟练的过程，其中积累的经验教训，不再重复以前的错误，同样的道理，现代经营只有借助历史经



验和传统智慧才能避免少走弯路。

十三. 知止不殆 进退自如.....122

知止不殆，进退自如。经营事业，草率决策固然是十分可怕的，优柔寡断也相当危险。在商业竞争中，胜利的一方总是知分寸，懂进退的人。该进时不进，可能丧失市场机会，进而丧失企业的生存空间；该退时不退，可能陷入绝境，进而倒闭关门。

第三篇 经营策略.....129

一. 变废为宝 借鸡生蛋.....130

“无之以为用”。经营者要在这种社会求生存、求发展，就必须不断创新。创新不仅包括技术、产品，也包括管理模式、营销决策、经营理念等多方面的创新。创新方式也是多种多样的，作为中小企业，要负责一个高新技术创新的进行是艰难的，我们大可不必冒险进行，完全可以在各种转换中创新，如用途创新。对于初次创业的经营来说，有生于无的过程也可以是一个变废为宝、借鸡生蛋的过程。“借力”不仅是发财的高招，也是一个经营者必须具备的能力。

二. 以奇制胜 以新取利.....137

期盼新鲜、追求新鲜、享用新鲜是人们的一种普遍的心理，谁能巧妙地制造新鲜，谁就能“以奇制胜”、赢得主动、吸引顾客、占领市场。“新鲜”的确是可以“制造”的，而且，谁成功地制造了“新鲜”，谁就真的赢得了暴利。以奇制胜的过程就是一个反传统创新，突围微利的过程，也是一个以新取利的过程，更是一个不断采取差异化策略的过程。

三. 冲突管理 群策群力.....146

“万物负阴而抱阳，冲气以为和”。在市场竞争过程中，企业经营者实现有效经营管理的有效方法中应包含有冲突管理。不仅把企业永远置于激烈的市场竞争环境中，只有这样才有危机意识，才能摆脱安逸的思想，才能在不断的居安思危中创新产品技术，开创品牌经营。同时也要允许企业内部各员工之间在遵循企业总体思想的基础上有着意见上的分歧，并鼓励员工畅所欲言，在群策群力策略下充分发挥他们各自的聪明才智和自主意识。

四. 从无到有 以小求大.....151

“有生于无”。任何事业的发展都是一个从无到有的过程，也正是从这个意义上，我们说创业的过程就是一个创新的过程，创新的过程需要我们找到一些原来就没有的东西，或是原本就存在而其他人并没有发现的东西。发现了新的东西，进而把其运用于实业或是企业的经营管理之中，我们就把这种行为叫做经营上的创新。事实上，企业经营的过程就是一个从无到有，不断发现，不断创新的过程。

五. 眼观天下 信息是宝.....158

以天下观天下，老子的顺道而行，是一种强调现实的“天下”之况，要求主张经营者视野开阔，考虑到相关的国内外戒律、规章，更应考虑社会及其人民的整体长远利益，具备远大的前景瞻望，这样才能正确经营管理，并能获得辉煌的成功。

六. 巧时差空 做足宣传.....165

“圣人无常心”。网络化时期的消费者，都有一种求奇、求新、求异的购物心理，在购物环境中也有猎奇的心理，为此，我们的经营者一定



要巧妙地营造出一个宣传、促销的新奇时空，投其所好，巧用“时空差”战术，才能在激烈的市场竞争中取胜。

七. 利用“坏事” 化危为机……………170

“祸兮，福所倚；福兮，祸所伏”。“坏事”对企业而言，就是失误，就是事故，就是危机。但是，对于经营者，任何危机都应该是“机”而不是“危”。因为，任何一个真正的管理者都应该具备居安思危、临危不乱、善用坏事、转危为安的素质和能力。

八. 不言身教 自然跟随……………175

“知者不言，言者不知。” 对外，智者少言。作为市场经营者，一定要谨记在心，与人谈判、洽谈生意时，智者宁可少说一句有益的话，也不说一句失误的话；对内，聪明的经营者也是“少言”的，他们往往不随便发表自己的意见。事实上，良好的管理氛围也不依赖长篇宏论和众多指令，而是需要我们的企业管理者学会“不言身教”，适当的用行动来引导属下。这是经营者在经营和管理中所要坚持的一种重要策略问题，对管理者来说，这既是一个如何应对竞争的问题，同时也是一个如何“使用权力”的问题。

九. 适者生存 不死不亡……………181

对于企业经营者，要实现企业“死而不亡者寿”的目标就必须积极进取，努力实现“可持续发展”。企业其实也是一个生物体，如欲实现“长寿”，只得“不亡”，要通过恰当的新陈代谢来延续生命。因此，作为经营者必须不断自问：我是不是随着时代的改变而改变？我是不是随着职务的改变而改变？我是不是让别人也有所改变？我是不是使自己与组织“活到老，学到老，改造到老”？只有这样，企业家在办企业时才有可实现“死而不亡”的企业抱负。

