

<<眼界决定境界>>

图书基本信息

书名：<<眼界决定境界>>

13位ISBN编号：9787504464408

10位ISBN编号：7504464406

出版时间：2009-6

出版时间：张然 中国商业出版社 (2009-06出版)

作者：张然

页数：242

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<眼界决定境界>>

### 前言

什么是眼界？

眼界是所见事物的范围，借指人们认识客观事物的宽度或广度。

什么是境界？

境界本为土地的界线，常指人们思想认识上所达到的深度与高度。

一个人的思想境界，基于其对客观事物的见识、理解与认知，表达的是其精神追求和人生价值取向的视角与层次，并蕴含在其为人处世、工作生活和待人接物的各项活动之中。

在现实生活中，人们常常通过一个人在处理复杂社会关系和利益关系中的表现，来评价一个人的思想境界。

道德高尚者、操行高洁者通常被认为拥有崇高的境界。

境界与眼界有着密不可分的关系。

人们用“井底之蛙”比喻眼界狭窄，用追求“蝇头小利”比喻境界低微，用翱翔于万里长空之上的雄鹰比喻目光远大、志向高远，所表达的，正是眼界对境界的意义。

没有开阔的眼界，就很难拥有崇高的境界。

眼界决定境界，眼界是境界的前提。

“夜郎自大”，也是因为崇山峻岭阻碍了夜郎国君的视线，不知丛山之外汉之辽阔。

视野所及，心之所思，行之所至，体现出的是眼界与境界的统一。

大家知道英国剑桥大学赫赫有名的霍金教授，1963年被诊断患上肌萎缩性侧索硬化症，此后便长期被禁锢在一把轮椅上。

然而，他眼界开阔，心胸豁达，他的思想和视线遨游到广袤的时空，致力于去解开宇宙之谜，成为当代最伟大的广义相对论和宇宙论专家，成为享有国际盛誉的伟人之一。

如果没有放眼宇宙的眼界，霍金怎会有坐在轮椅上探究到黑洞奥秘之境界，并因此而被称为“宇宙之父”？

他最欣赏《哈姆雷特》中的一句台词：“我可以关在核桃壳里，而还把自己当作无限空间之王。

”他以这句台词作为自己著作的书名，出版了《果壳里的宇宙》一书。

这正体现了霍金教授无限深远、无限广阔的时空大境界。

## <<眼界决定境界>>

### 内容概要

一个人的思想境界，基于其对客观事物的理解与认知，表达的是其精神追求和人生价值取向，并蕴含在其待人接物的各项活动之中。  
现实活动中，人们常常通过一个人在处理复杂利益关系中的表现，来评价一个人的思想境界，道德高尚者、成就非凡者通常被认为拥有崇高的境界。

## &lt;&lt;眼界决定境界&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 眼光越高远，视野越开阔眼光的高低其实在于心智眼光高低决定事业成败别站在大象脚下，要爬到大象的耳朵边大视野开启大思路像经营寺庙一样经营自己的事业要看到自己是世界的惟一找到你要爬的桅杆大处着眼是高明，小处着手是智慧放眼五湖四海可招八方贤人打碎心中的“壁垒”别让自己成为拉磨的驴子第二章 眼光越深邃，认识越理性放弃完美，回归现实坚守目标，顺应变化眼界在寂寞中展开识人可就近，任贤不避亲辩证看问题，理性悟人生从古之豫商看人的眼界与境界不公平未必不合理往深层看，遗憾恰是一种“补白”理性地看待“热门”与“冷门”不计较一池一地的得失用心眼看世界，生活无限好强者别漠视弱智第三章 眼光越前瞻，目标越远前瞻性是一种战略眼光深谋远虑来自先见之明把职业当成事业“推陈”才能“出新”卓越的经营思想产生于一流的战略眼光活在当下，瞻望未来用发展的眼光才会识得真英才有目标的行动是百米赛跑，无目标的行动是饭后散步看得远才能想得远盯着目标，永不回头第四章 眼光越敏锐，机会越显见敏锐眼光尽在时机把握中做别人注意不到的生意敢冒险是因为你看到了风险后面的机遇将欲取之，必先予之不凡的目光才能捕捉机遇好眼力让你在职场中游刃有余学学温州人，发财凭眼光敏锐的目光助你明察秋毫见其长而蔽其短第五章 眼光越开放，做事越圆满另辟蹊径，别有洞天成功需要各种尝试第三条路更能成就大手笔换个角度你就是创造奇迹的人善看脸色好办事横看成岭侧成峰全方位审视自我”善于进行合理的协作配置眼中不要只有超级明星风物长宜放眼量不要仅仅用孔方兄的眼光审视工作第六章 眼光越精准.抉择越实际目光精准必然内心清明只有认清自己才能准确安排自己凡事抓住本质才不至看走眼识人之术首先在于看人的眼光识人眼力精准，处世技巧高超市场看准了，随处可为家让自己的眼光犀利起来凭精准的眼光为自己的人生引路第七章 眼光越独到，思维越灵活独特的眼光比知识更重要独特的眼光是创业者的资本见性知情，眼光独特学会反观自己才能获得认识上的升华生活快乐，源于凡事看得开不管理由如何，怀恨总是不值得的切换角度看得失要提升品位就要善于审美认识自我，坚信自我往长远看小就是大匠心独运，见人之所不能见永远不要把眼睛盯在忧伤处第八章 眼光越谦卑，做人越尊贵心态放平和，眼界自然宽不要低看小人物把精神的享受看作最高的享受幸福源于达观的生活态度这扇门关闭时，那扇窗外会别有洞天眼里充满光明，生活一定灿烂摆脱虚荣是因为看清了面子的虚伪校正看人的眼光，打造做人的心态一个困境也许就是一个新的认知领域欲火攀升时向下看活得从容是因为看淡了名利相遇，不是借机生气的第九章 眼光越广博，谋略越高明看得全自然会考虑得全忠言逆耳眼界宽眼界是正确决策的基础让自己有个飞行员式的眼光把“手术刀”伸向自己没有人会踢一只死狗的见多自然识广学会看业绩、钞票和生活的关系别被过去的经验所束缚

## &lt;&lt;眼界决定境界&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 眼光越高远，视野越开阔眼光的高低其实在于心智一个人眼光的高低决定了对事物的判断水准，也决定了一个人的命运走向。

眼光高的人，一定会看到天生我材必有用的契合点位。

而眼光低的人，见识浅陋，一叶便可障目，片云便可遮天，其一生只能庸庸碌碌，一事难成。

世间之大，远远超乎我们的想象；世间之小，也同样远远超乎我们的想象。

因为真正的大小不仅在眼界之中，还在人的心智之中。

比如一个太大的葫芦，惠子因为“其坚不能自举”，皮太薄不能做容器，就认为它没用，庄子却说，你怎么就认定它非要剖开当瓢，而不用完整的它系在身上去遨游江海呢？

有人将可以抗冻的家传秘方用于使家人在寒冷的冬天不被冻伤，而世代以漂泊为生；有人却高价买了此秘方使吴国兵士不被冻伤，在向越国发起的水战中大获全胜，而裂地封侯身价倍增。

所以每一个人眼界的高低，决定了他的思维方式。

人们常常以世俗的眼光，墨守成规地去判断事物的价值，而只有眼界高的人，才能看到事物的真正价值。

大智慧者，永远不教给我们小技巧，庄子教给我们的是境界和眼光。

庄子“逍遥游”里的境界，我们心向往之。

但是，这种完整地看待一个事物的眼光，我们真正了然于心了吗？

如果我们有这样的眼光，你也会抓住从你眼前走过的每一个机遇。

这样的大道理其实在我们生活的一些小事中也有体现。

有位父亲问他的两个小孩，要是给咱们一人20万，要做什么？

哥哥说他要买辆车到处走走，弟弟说我就要做投资开个饭馆，以后就有饭吃了。

哥哥嘲笑弟弟知道吃，弟弟心里也嘲笑哥哥没什么追求只会享乐，饭馆可能是会赚大钱的呀。

其实也许他们的想法都没有什么不好，因为不管做什么事，有了更高远的目标，这件事情本身的意义就不同了。

而这个目标如何，就要看我们是否见多识广，是否想得深远了。

20万有很多用处，可大可小，就看怎么处置了。

就算是买车出去走走吧，看看外面的世界，说不定就有了新的想法新的活法，人生就从此不同。

就算是开个饭馆吧，可能就是一个连锁饮食店的前身。

今天我们经常提到一个很时髦的词，叫做核心竞争力。

所谓核心竞争力是不可仿效的，是唯一的。

在今天这个时代，没有什么是最好的，只有什么是唯一的。

一个葫芦如果长得小，可以做瓢，一个树长得小，可以做桌子椅子，它们都是有用的。

一个葫芦长到最大，不必破开，可以把它当游泳圈一样浮于江海，它还是有用的。

一棵树长到最大，可以为人避风避雨，它是有用的。

一个人，永远不要去羡慕他人。

你质询自己的心，问一句：我的核心竞争力究竟是什么？

我究竟有哪一点是不可替代的呢？

发展自己才是硬道理！面对纷繁芜杂的环境和世界，有顺境有逆境，面对这些，我们首先应该想如何发展自己？

有了更广阔的眼界，才能有大的境界，才能更好地认识自己，从而进一步发展和提高自己。

眼光高低决定事业成败我国历史上，被誉为清代“红顶商人”的胡雪岩曾经有一句至理名言：“做生意顶要紧的是眼光，你的眼看得到一省，就能做一省生意；看得到天下，就能做天下生意；看得到外国，就能做外国生意。

”可以说，这一做事的眼光几乎是所有成功者的共同点之一。

比尔·盖茨不仅是个电脑天才，也是一个经商的天才，具有与众不同的长远眼光，他用预测未来的精神来指导科研，他的那些有关计算机的预言今天已经成为了现实。

## &lt;&lt;眼界决定境界&gt;&gt;

还在大型计算机垄断市场的时候，比尔·盖茨就说出了那句在多年以后让全世界都赞叹不已的名言：“我们的目标是让每一个办公桌上以及每一个家庭都拥有计算机。”

比尔·盖茨在开始创业时把自己公司起名为“微软”，即“微电脑软件”之意。

盖茨创立这家公司的宗旨是：要为各种各样的微电脑开发软件。

到如今，全世界有至少3亿人在使用微软操作系统。

作为公司的领导，比尔·盖茨总能显露出驱散乌云复见天的智慧，他会很好地把握将来的用户，并且能够在大多数人动摇的时候执著地坚持，事实证明，他的许多决策和判断都是对的。

开创DOS是一个例证；否定DOS开创“视窗”又是一个例证；“视窗1.0”失败了，做“视窗2.0”，“视窗2.0”失败了，做“视窗3.0”，始终不渝，锲而不舍，这是第三个例证；当“视窗95”大行其道，大发其财的时候，却来开发“视窗NT”，是第四个例证。

比尔·盖茨，这个对时代脉搏把握得十分敏锐的商业奇才，从推出“视窗95”之后，就突然摇身一变，成为了信息高速公路这一最新概念的推销者。

在《未来之路》一书中，比尔·盖茨有以下关于信息高速公路的论述：“你越年轻，适应计算机对你而言就越重要……如果你现在才25岁，而不习惯使用计算机的话，无论从事什么工作，你几乎都要冒事倍功半的危险了。”

最起码，要是你能把计算机当作一种工具熟练地使用，找工作就会容易些……“将来有一天，一一个虚拟现实游戏能让你进入一个虚拟酒吧，在那儿与一个不一般的人目光相遇，对方意识到你对他（她）有兴趣，就走过来与你交谈。

你滔滔不绝地说话，用你的魅力和机智给这个新朋友留下深深的印象。

也许你们两个，当时当地，就决定要一起去巴黎。

嗯——嘘！你们就在巴黎了，两人一块儿注视看巴黎圣母院的彩色玻璃。

‘你有没有在香港坐过星海渡船？’

‘你也许会问你的朋友，以邀请式的口气。

嗯——嘘！模拟现实当然要比所有曾经有过的电视游戏更吸引人，也更令人上瘾。

”值得指出的是，以上有关信息高速路的那些思想，是比尔·盖茨早在十多年前就提出来的了。

直到今天，人们完全可以看到，盖茨当初的一些预言已变成了现实，这位电脑天才又一次以他的科学预言推动着时代的进步。

在回顾自我成功的经验时，比尔·盖茨指出，眼光是创造成功的必要条件。

与此同时，在比尔·盖茨创业所属的那个时代，一些曾经获得过成功的伟大企业家也有过的眼光短浅，例如王安，甚至蓝色巨人IBM的负责人，以及苹果公司的最高统治者，他们因一时眼光出现失误而使事业遭到了惨重的损失，甚至因此而破产。

在盖茨的青年时代，DEC（数字设备公司）是最红火的计算机公司，公司的创建人肯·奥尔森是一位传奇式的硬件设计师，也是盖茨心目中的英雄。

1960年，他推出了第一批“小”计算机，从而创建了小型计算机工业。

最早的计算机叫做PDP-1，一个用户可以花上12万美元买一台奥尔森的PDP-1，而不是花几百万美元买IBM的“大铁块”。

它完全没有大机器那样功能强大，可是它的用途广泛。

DEC通过提供大量各式各样的计算机，在8年之间发展成为一个拥有67亿美元的公司。

DEC维持了20年时间的快速发展。

但奥尔森的眼光不再长远，他看不出小型桌面计算机的发展前途。

结果，他被排挤出了DEC。

在此后的很长一段时间，奥尔森还在反复地、公开地把个人计算机看作是一种赶时髦的玩意儿而嗤之以鼻。

奥尔森本来是一个眼光远大的人，他极善于看清种种创新手法，然而在做了多年的创新者之后，他错过了他前途中的一次大转折机遇。

眼光不同，境界不同，结果也不同。

所有成功人士都有一个共同的特征，那就是他们在决策时，从不只顾眼前利益，就事论事，而是善于



## <<眼界决定境界>>

用辩证思维方法去指导商务活动。

作为一个商人，必须具备一定的判断经济大势的能力。

如果可预见的未来预示经济不景气，守下去只有亏本，那么，是否要暂时结束或是减缩经营的规模，就要做出决定，否则一路拖延下去，可能损失惨重。

如果你认为经济会很快再起，现在只是暂时现象，到时候，那些欠缺远见的都停业转产了，你就可以抢得有利地位，赚取较高的利润。

要对未来有一个更准确的预测吗？

那就伸展你的眼光吧。

别站在大象脚下，要爬到大象的耳朵边任何事业都是从小开始，由小到大，由弱到强。

如何由小到大、由弱到强，这可不是那么简单。

要知道大树底下是很难长大小树的。

除非你的事业是前所未有的新领域。

也就是说，我们最开始的事业是蚂蚁事业。

但现实中，蚂蚁事业不乏壮大而成为大象的。

但蚂蚁长成大象，必须有他自己的独特的生存之道。

有眼界的蚂蚁企业，完全可以独创一门生意甚至一个细分行业。

用于知识扩张的资本工具，就像一枚正处在加油阶段的火箭，这枚火箭把我们发射到了财富创造的下一个阶段。

所以，我们看到，江南春把一个个电视屏挂到写字楼电梯口，于是有了分众传媒；梁建章、沈南鹏当年雇了一帮业务员在大街小巷发送会员卡，于是有了携程；顾青把鸭脖子变成休闲食品卖往全国各地，于是有了久久丫。

在财富的体系逐渐扩展到全世界的过程中，无论传统行业、新兴产业还是互联网领域，有非比寻常适应力和创造力的小企业，都将获得大展身手的空间——尽管在传统行业的大象企业看来，那不过是它们势力无暇触及的小缝隙。

尽管只做猫猫狗狗们的生意，美国的宠物日用品连锁企业PetSmart却比我们熟悉的中國概念股网易还值钱——纳斯达克6月16日收市时，它的市值是35亿美元，而网易才25亿美元。

## <<眼界决定境界>>

### 编辑推荐

《眼界决定境界》为风靡当今东方世界的成功学宝典，有价值的人生就是不断追求高境界的人生。而人生追求高境界，离不开开阔的眼界。

何谓眼界？

眼界是所见事物的范围，借指人们认识客观事物的广度。

何谓境界？

境界是指人们思想认识上所达到的深度与高度。



版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>