

<<道德经智慧日用贯通>>

图书基本信息

书名：<<道德经智慧日用贯通>>

13位ISBN编号：9787506471244

10位ISBN编号：7506471248

出版时间：2011-1

出版时间：中国纺织

作者：冯海涛

页数：308

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>

<<道德经智慧日用贯通>>

内容概要

本书立足于追寻《道德经》的本义，探求老子的上德智慧，希望读者能够从中得到启迪、开悟和教益。

本书正文遵从《道德经》原文结构，也分为八十一章，每章都由相同的部分组成，即注解、译文、解读和日用。

注解部分参考了历代的注家，特别是一些著名注家，如汉代的河上公、魏晋的王弼、唐代的成玄英等，还认真查阅了《说文解字》、《康熙字典》等工具书，力图使注解能够反映老子写作时的圣意。

作者的创新之处在于将《道德经》前后文贯通印证，力图使读者能够了解其全貌。

译文部分力求简洁，能够翻译出《道德经》古文的含义即可，绝不增加作者自己的见解，以避免当代译文常见的任意增删或者臆解作者原意的弊病。

解读部分既考虑到读者提升管理智慧的需要，也考虑到读者修身养性的需要，加强了对《道德经》经文的再认知。

日用部分绝大多数是作者原创的故事和杂文，通过对各章经文中主题性语句进行演绎，启发读者思考并增加阅读的趣味性。

愿读者通过阅读本书打开智慧之门，享受上德生活！

<<道德经智慧日用贯通>>

作者简介

冯海涛，管理顾问，企业培训师，人力资源管理师，道德经诵读工程组委员会主任委员。

自幼酷爱传统文化，研究《道德经》、《易经》等十多年，悉心阅览历代大家注解，颇有心得。立意将古圣先贤智慧化为日常应用，特别是应用到生活、职场等方面，在更大程度上造福社会。

<<道德经智慧日用贯通>>

书籍目录

第一章 “玄”的奥义第二章 真无为者常胜第三章 不尚贤能尚实践第四章 心底清静方为道第五章 天地不仁人有情第六章 玄牝代表包容第七章 为使命忘身就是不自生第八章 不争的疯子成了救世主第九章 功遂身退：财神的觉醒第十章 玄鉴无疵的警察署长第十一章 无之以为用第十二章 为腹不为目第十三章 宠辱若惊，当心被宠第十四章 道纪强调历史的经验第十五章 原一平顿悟“道”第十六章 经营上的“致虚极”第十七章 四种领导者——猴神的传说第十八章 对立还是统一第十九章 多私多欲成寡人第二十章 我愚人之心也哉第二十一章 孔德之容第二十二章 “曲则全”的真义第二十三章 同于道者第二十四章 余食赘形就是富贵病第二十五章 道法自然：何必问老子的师父第二十六章 曾国藩的坎肩第二十七章 “无弃人”的成功之路第二十八章 大制不割为传神第二十九章 世间八相第三十章 其事好还第三十一章 乐杀人者不可得志于天下第三十二章 始制有名第三十三章 自胜者强：竞争是个伪命题第三十四章 不自为大的妙处第三十五章 往而不害第三十六章 见微知著第三十七章 树大自直和化而欲作第三十八章 用经验要有度第三十九章 得一就是得优势第四十章 从有形到无形第四十一章 道隐无名第四十二章 读新版塞翁失马，品损益之道第四十三章 从“无有人无间”看时间管理第四十四章 先学会“知止”第四十五章 清静为天下正第四十六章 知足之足第四十七章 不为而成的骨骼类经理第四十八章 日损曰益的生活第四十九章 常无心是最佳创新态势第五十章 善摄生者是真养生者第五十一章 尊道更要贵德第五十二章 袭常就是要光芒万丈过一生第五十三章 通过钱眼儿看道和盗第五十四章 修之于乡与“灯下黑”第五十五章 婴儿的哭声造就帕瓦罗蒂第五十六章 玄同天下贵第五十七章 以正治国就是要堂堂正正第五十八章 善复为妖第五十九章 积德的真义第六十章 其鬼不神、百毒不侵的秘密第六十一章 谦恭是一种征兆第六十二章 美言、尊行是社交之妙第六十三章 万事开头难第六十四章 慎终如始，则无败事第六十五章 稽式的力量第六十六章 善下的影响力第六十七章 过上简朴生活第六十八章 善战者，不怒第六十九章 祸莫大于轻敌第七十章 言有宗，事有君第七十一章 圣人不病第七十二章 自知自爱第七十三章 勇于不敢第七十四章 代大匠斫第七十五章 无以生为就是不要太惜命第七十六章 生也柔弱第七十七章 不见贤的内心世界第七十八章 垢和不祥造就大人物第七十九章 有德司契第八十章 小国寡民的价值重估第八十一章 为人民服务《道德经》全文参考文献跋

<<道德经智慧日用贯通>>

章节摘录

第一章“玄”的奥义 树有闾和房无瓦都是销售经理，他们供职于同一家中型IT公司。这家公司以生产和销售工程管理软件为主业。

一次，树有闾和房无瓦到总部述职。

树有闾说：“在公司领导的英明领导、大力支持和公司同仁的齐心努力下，经过一个季度的奋战，我区销售赢得了开门红！

从数据上看，我们不仅超额完成了公司下达的季度目标，而且比去年同期增长了近40%！

”台下一阵耳语声，各区经理都感到很振奋，也很惊讶！

“这是我们的经验，供大家分享、参考……”树有闾说，“根据二八法则，即20%的重要客户贡献了80%的销售额。

我们重点维护了去年的老客户，并在老客户那里获得了更大的订单。

为此，我们全体销售代表每周至少要拜访一位老客户。

”“当然，有的老客户并没有采购计划，但在我们销售代表的努力下，他们有的追加了采购，有的加大了购买售后服务的力度……事实表明，我们的销售是成功的。

”在一阵掌声中，树有闾很有风度地走下讲台。

“大家好……”房无瓦走上讲台，一张口就被大家的笑声打断了。

原来房无瓦的本季度销售业绩居全国末位，还受到公司的警示了，大家都觉得，估计明年就看不到这家伙了，不，也许他连年底都干不到……“看到树经理的业绩，我真是热血沸腾啊！

”房无瓦继续说，“提到我们区域的业绩，我感到没法跟他们比。

这个季度，我们没有完成公司下达的销售目标，确切说只完成了三分之一。

”“为什么呢？”

”大家笑着问。

“嗯……”房无瓦说，“我对今年超额完成目标很有信心！

我们的全体销售代表也很有信心……”“哈哈……”一阵笑声打断了房无瓦的发言……销售总监山无石请房无瓦谈话，了解情况。

毕竟，与去年同期比较，房无瓦的销售业绩不升反降，整整下降三十个百分点！

这总该有原因吧！

“嗯，坐吧。

”山无石指了指沙发，很平静地说。

“谢谢山总。

”房无瓦轻手轻脚地坐下，看着山无石，等待下文。

两人目光相接，房无瓦一脸平静。

“唉……”山无石说，“我就奇怪了！

要说你也是一个老人了，很有经验的——你是怎么做的？

居然能够排在末位！

当然，你们很勤奋，我也知道。

说说看，怎么回事！

”山无石顺手递给房无瓦一张纸。

房无瓦接过来一看，原来是这个季度成交客户的名单——都是他那个区域的。

“我分析过了，”山无石说，“这些客户里，只有三家老客户，剩下的全部是新客户。你怎么解释？

”“呃，那我就实话实说了。

”房无瓦说，“我觉得销售代表的热情在降低，他们对销售的渴望在降低，销售给他们的挑战在降低。

所以，我就强迫他们开发新客户，今年按照新客户的营业额排名。

”“那老客户呢？

<<道德经智慧日用贯通>>

”山无石继续追问。

“是这样，我们对老客户采取销而不促的策略，就是经常联络，不敦促采购；对新客户采取促而不销的策略，促使新客户考虑、试用，而不是把产品推给客户了事。

” “嘿……”山无石说，“你还一套一套的！”

那你说说，这个全年的目标如何完成！

” “我觉得这不是问题！”

”房无瓦说，“老客户的采购维持了去年的水平，新客户就是增长量！”

按照我们的估计，达到目标不成问题！”

” “好！”

”山无石说，“如果下季度你的排名还是末位，我将进行干预……” 第二季度很快过去了。

还好，房无瓦的业绩已经上来了，排到中下游；不过，树有闾的业绩排到了第三名。

树有闾和房无瓦都得到了不同程度的表扬。

第三个季度结束时，树有闾和房无瓦的业绩都在中游。

述职会议一结束，两个人就被请到了总监办公室。

“都坐吧！”

”山无石抬了抬手，等二人坐定，顺手扔给两人一盒烟。

“谢谢山总！”

”两人互相看了一眼，异口同声地说，“一人一半！”

” “真是狼来了！”

早知道就不给你们了！”

算了，别分了，树有闾，这盒给你！”

”山无石笑着说。

“我觉得你们的销售都有问题！”

”等二人平静下来，山无石说，“无论从经济形势、市场状况还是从人员配置上，你们的业绩都不能让人满意。

换句话说，你们还有很大潜力可挖……” 两人正襟危坐，聆听训话。

” “别装了，好像我要做什么重要讲话似的……”山无石笑着说，“介绍一下自己的情况吧。

谁先来？”

” “我先吧！”

”树有闾说，“我现在感觉越做越艰难！”

好像路越走越窄了！”

前两个季度，我们主要的精力都在老客户上，获得了大量的订单，感觉路子走对了，大家做起来很轻松，也很开心。

现在，老客户的采购基本已经饱和了，我们对新客户的把握不足，基本上是老客户介绍的。

对第四季度业绩能否进入上游，达到比去年翻一番的目标，我们普遍没有信心……” “我可能正好相反，”房无瓦说，“我们在维护老客户上面花的工夫不多，而在开发新客户上面投入了大量精力

。在这个区域，我们达到了精耕细作。

当然，也有一些老客户因为历史原因，选择了竞争对手。

按照目前的判断，今年完成任务不是问题，但排名不会太靠前。

也许能够实现30%的增长吧。

” “哈哈，”山无石说，“这就是我把你们聚在一起的原因！”

一个努力开发老客户，一个努力开发新客户，你们都取得了一定的成绩，从全国市场来看，不能说你们是失败者。

当然，从整个行业来说，更不能说你们是失败者。

但是现在还不是表扬你们的时候。

我建议你们仔细思考一下新老客户的关系以及对销售业绩、销售代表心态的影响。

<<道德经智慧日用贯通>>

新客户代表了我们的未来——如果没有大量新客户的开发，我们就没有办法培养优秀的销售代表，更没有办法实现更大的跨越。

从某种意义上说，我们应该把所有公司都看成我们的客户，进行战略性模拟思考，比较开拓新业务和新客户的利润率和公司的适应性。

只有这样，我们才有创新，才有未来！

我觉得房无瓦的策略可能更有潜力，如果房无瓦能够在维护老客户上面下些工夫的话。

老客户代表了我们的过去——老客户的数量和质量让我们清醒地认识到过去的成绩和付出的汗水。

如果没有老客户的支持，就没有我们公司的存在；进一步说，任何公司都不会持久。

只需要很少的精力——人员、金钱、时间——我们就可以维护老客户，做得更好。

老客户是我们的命根子，也是激励我们做得更好的动力，看看我们有那么多的老客户，多自豪！

如果仅仅是这样的话，我们不会长大，毕竟老客户的增加要靠大量新客户进来。

所以啊，树有蔸的策略可能是缓慢增长，但是非常稳健。

“ 那我们能否找到一条更加稳健更有潜力的路线呢？

” 山无石继续说，“ 这一点，我从你们而不是其他销售经理身上找到了答案。

为什么这样说呢？

我感觉其他的经理可能是机会主义者，他们在市场上走动，只要有就会不遗余力地展开销售活动——很多时候业绩取决于运气。

.....

<<道德经智慧日用贯通>>

媒体关注与评论

知秉要执本，清虚以自守，卑弱以自持，此君人南面之术。

——（汉）班固 在乎理身、理国 理国则绝矜尚华薄，以无为不言为教 理身则少私寡欲，以虚心实腹为务。

——唐玄宗李隆基 伯阳五千言，读之甚有益，治身治国，并在其中。

——宋太宗赵光义 朕虽菲材，惟知斯经乃万物之至根，王者之上师，臣民之极宝。

——明太祖朱元璋 老子之书，上之可以明道，中之可以治身，推之可以治人。

——（清）魏源 不读《道德经》一书，不知中国文化，不知人生真谛。

——（民）鲁迅 老子道贯天人，德超品汇，著书五千余言，明清静无为之旨。然其切于身心，明于伦物，固鲜能知之也。

——清世祖福临

<<道德经智慧日用贯通>>

编辑推荐

《道德经智慧日用贯通》立足于追寻《道德经》的本义，探求老子的上德智慧，希望读者能够从中得到启迪、开悟和教益。

《道德经智慧日用贯通》不是写给专业研究者的，而是写给这样的您的：您可能对《道德经》闻名久矣，也很感兴趣，但是对古文望而生畏，一直没敢读或者一直读不进去；您可能读过几本关于《道德经》的著作了，想要找一本较有深度的《道德经》读物，您可能研习《道德经》很久了，也有一定的感悟，想融会贯通老子的思想精髓，在工作生活中得心应手地运用。

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>