

<<易经战略>>

图书基本信息

书名：<<易经战略>>

13位ISBN编号：9787508050850

10位ISBN编号：7508050851

出版时间：2009-1

出版时间：华夏出版社

作者：张松

页数：261

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>

<<易经战略>>

前言

一、先知致胜人生中无论是谋事，还是谋利，能够对事态先察先知者，必能因“先知”而多胜算。可以这样说，先知先觉者，乃大智大慧者！

《易经》是先知的智慧，其先知可分为两个层次：一是“占卜”先知；二是未卜先知。

若前者可称为“先知之艺”的话，那后者便足可称为“先知之道”。

古人云：善易者不卜。

就是说，精通易经的人可以无需占卜而“未卜先知”，或者说其已穿透世事的迷雾，再无挂碍，已无占卜之需。

总而言之，《易经》这门学问里蕴藏的大智慧，深不可测，博无边际，若取其精华用于人生成就事业，非如虎添翼之功可比拟也！

二、何以能先知？

善知其流者，必善知其源。

整个庞杂的易学数理体系，以及由其所衍生出来的天文、地理、医学、兵法、数术等各个流派，看起来高深复杂，但究其本源，其规律却是简约、简易的。

善知其“繁”者，必善知其“简”。

社会的金字塔里，从来都是少数人领导着多数人；做学问，从来也是“简”之道指导着“繁”之细节，因此，古人曰“大道至简”、“为道日损”。

<<易经战略>>

内容概要

历史上的张良、诸葛亮、刘伯温等，这些著名的战略家，都精通《易经》，并利用易经的智慧“运筹帷幄，决胜千里”。

伟大领袖毛泽东的战略思想，实也暗合着易学规律之道。

《易经战略》，是张松先生穷十几年之精力，寻师问道、潜心研究与实践的成果。

本书的精要所在，是阐发了易学规律的精华，将之用于战略实践的指导。

海尔、微软、格力、可口可乐、丰田、福特、万科、蒙牛、三鹿、秦池、巨人、爱多……知名企业的或成或败，或兴或衰，是否在被规律牵引着步伐与结局呢？

纵观成败兴衰的企业：顺应规律的企业一定是成功的；违背规律的企业一定是失败的！

《易经战略》，是一部研究规律，阐发规律的实战战略学。

《易经战略》的三大精华：合力、借力、布局。

合力-----利用易学的规律的先知、规律结构整合来实现最高战略力。

借力-----借用世界上最大的力量----规律之力，借力用力（世界上最巧的力），实现战略目的。

布局-----用易学规律去布局，由布局来决定结局。

谁造的，听谁的！

易学规律，犹如一个大火炉，可以融化世界上任何领域的知识。

西方的经营学思想，在东方智慧面前，能够得到更好的应用，发挥更高的效率。

西方的经营学思想，可以看作为“工具”；易学战略思想，可以看作为对工具的“驾驭”。

易学战略学思想，不仅可以融化、驾驭一切经营管理思想、知识。

其本身也具有严密的逻辑体系。

这个体系，是易学规律之道。

整个易经战略体系，由三大战略构成：资源整合战略、竞争战略、市场营销战略。

三大战略之间互相制约、互相协助，其间关系微妙，奥妙无穷。

三者的合力，形成一组强大的战略力。

三大战略既组成了一个系统，也各自自成体系。

无论是其整体与个体，其核心都是一个布局、成局，最终实现理想结局的一个过程。

<<易经战略>>

作者简介

张松，实战派“易经战略学”创始人；国内知名易学、战略学、心理学研究者；大型高峰论坛——“战略中国”总推广人；“中国式（传统）企业文化”推动活动总发起人；畅销书《易经心法》、《易经战略》、《易经管理心理学》作者；国内数家知名企业特约顾问。

<<易经战略>>

书籍目录

易经战略之引略篇 战略之易 “二”、“三”之道 战略之难 易经战略运筹总流程图 何处用力？

“努力”的，并非成功的！

战略并非“宏观”的 战略的“需为贵”之道 大快若慢 战略之“纯粹”易经战略之战略思维篇 易学战略思维 太极思维 阴阳思维 三才思维 五行思维 小结易经战略之大道阴阳篇 善谋有者，必善谋无 企业的“长生之道” “火眼金睛”一眼定夺企业命运 善谋其“子”者，必善谋其“母” 战略中“圆”的奥秘 战略的“水”之道 成功有道乎？

战略法则之“君” 君臣联手 布局决定结局 如何布局？

破局的方法 企业战略的布局 小结易经战略之大道三才篇 道与三才 三才之道 如何利用易学规律看到市场的未来趋势？

从易学规律看战略认识与战略运筹 善谋“事”者，必善谋“位” 善谋“位”者，必善谋“时”

战略的“三步曲”规律 战略全景图与毛泽东战略 三大战略 小结易经战略之资源整合篇 资源的概念 企业的三大资源 如何进行资源整合？

资源整合之“借力用力” 外部资源整合 企业最大的资源——时间 如何去合作？

内部资源整合——花钱买钱 资源整合的“三才整合法则” 资源与成本在根本上就是“一线之隔” 企业快速度的阴阳观 资源的“空间整合” 资源整合的几大原则与几种投资回报率 小结易经战略之竞争战略篇 企业经营成功的核心 竞争的核心问题 竞争战略的两种基本形式与“双线战略” 双融双运的双线战略 三大竞争的“直线”与“曲线” 用什么样的战略去竞争？

三种不同的竞争对手与“点”的竞争 竞争战略之谋事、谋位、谋时 大而化之——化竞争为竞合 小结易经战略之营销战略篇 市场是战略要素中的“目标” 目标决定了什么？

营销战略的目标系统 以市场为中心的战略规划 如何进行营销战略决策？

走专一化营销战略的严格条件 走多元化营销战略的严格条件 “动静相因”的战略参照系 如何决策大客户战略还是大众客户战略？

农村包围城市还是城市控制农村？

品牌战略的“艺术”之路 品牌战略无关企业大小 小结易经战略之战略管理篇 什么是战略管理 领导者与管理层不同的思维方式 如何“君臣联手”来做企业决策？

三个中心指向的“扁平化”战略管理 市场指向的战略管理如何进行？

竞争指向的战略管理怎么做？

资源指向的战略管理怎么做？

战略制定与战略实施 战略管理之三才运筹 所有的问题，都不是问题 保留矛盾来防御矛盾 圆满的“三才” 战略管理易经战略之易经简说篇 易经简说——数、理、象 由数说起 易经的“一” 易经的“二” 易经的“三” 易经的“四” 易经的“五” 易经的“六” 易经的“七” 易经的“八” 易经的“九” 易经的“ ” 后记

<<易经战略>>

章节摘录

高度的纯粹，正是高度的混合。

战略应用之精在于用的“纯粹”，用的纯粹在于知的“混合”。

企业的成功取决于什么？

有人说取决于市场销售，有人说取决于资源，有人说取决于竞争，有人说取决于速度……所有的回答都是对的，但所有的回答都是不全面的。

任何一种“纯粹”的战略都是可以使企业走向成功之路的，所谓的“纯粹”是指：战略形态在“商战”风云中，具备最当时宜、最合时势的高度正确性与纯正性。

然而，任何一种“纯粹”的战略，如果没有外在的市场环境、竞争对手做背景，没有内在的企业各项工作做支持，那么战略的“纯”将不“纯”、“粹”将不“粹”。

战略的高度“纯粹体”，正是高度的“混合体”。

在足球比赛中，一个运动员精彩的射门瞬间是一个“纯粹体”，而一个团队的整体协作、双方的对抗状态、比赛的全部过程……是一个“混合体”。

对于观众来讲，欣赏的既是“纯粹体”也是“混合体”，两者根本就是一体。

在军事理论上，《战争论》的作者克劳塞维茨强调战争的根本动因是政治，马克思、恩格斯认为战争的根本动因在于经济。

可见，“纯粹”的战争问题中“？

混合”了政治、经济等多种的元素。

<<易经战略>>

后记

二〇〇八年，是让国人心情复杂、忐忑的一年。

汶川大地震的悲怆，奥运盛典的辉煌，两个历史性的事件，都在撼动着每一个中国人的心，也更让十三亿同胞的心空前凝聚了起来。

在汶川大地震中，解放军、医护人员、志愿者、国家最高领导人，还有全世界为灾区捐助的企业家和自发捐助的人们，他们，让我们的心在悲痛中伴生着感动，让我们在大事中见证着人性的真、善、美，让我们在生命的意义上升腾起感恩！

人，是活在一个感恩的世界中的。

《易经战略》这本书，是笔者根据近年来在经营论坛上的演讲内容整理而成。

在这里，我深深地感谢各经营论坛中的组织工作者们和所有参与论坛的企业家们。

他们不仅给予了我经济上的财富，更给予了我智慧上的财富，使《易经战略》的思想体系，在走进企业后，经过实践洗礼逐步趋于完善。

可以说，没有他们，就没有《易经战略》的问世，更谈不上《易经战略》对更多企业及各界的价值意义。

<<易经战略>>

编辑推荐

世界上最大的力是“规律”，世界上最巧的力是“借力用力”。

借规律之力，指导企业经营，是《易经战略》的核心精华。

易经，规律之精华也；战略，策略之精华也。

易经战略，将战略归纳为规律；将规律施展于战略。

一门企业实战派易经战略学，将把中华智慧的光芒照射世界，将助中国企业驰骋全球！

<<易经战略>>

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>