第一图书网, tushu007.com

<<向诸子百家学经商智慧>>

图书基本信息

书名：<<向诸子百家学经商智慧>>

13位ISBN编号：9787501186020

10位ISBN编号：7501186022

出版时间：2008-12

出版时间：新华出版社

作者：张永生

页数：232

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

内容概要

本书以中国古代著名思想家孔子、孟子、韩非子、老子、孙子、鬼谷子的人生智慧为主线，从不同层面讲述了在经商中如何借鉴他们的思想智慧，是管理者必须借鉴的实用读本。
本书特别告诉你，商家应做到富而好德，不要临渴掘井，要以独到眼光考虑员工和消费者的利益，正所谓“君子爱财，取之有道”。
离因异而起，合因同而生，此乃事物的发展规律。
现代商人应该做到，异中求同、共存共荣，达到富而好德的思想境界。
本书以中国古代著名思想家孔子、孟子、韩非子、老子、孙子、鬼谷子的人生智慧为主线，从不同层面讲述了在经商中如何借鉴他们的思想智慧，是管理者必须借鉴的实用读本。

书籍目录

第一章 儒商之道——孔子智慧与经商修养 1.以和为贵的儒商哲学 2.见利思义的儒商道德 3.富而好德的儒商境界 4.善于学习的儒商态度 5.重德重义的儒商交际 6.泰而不骄的儒商心态 7.坦荡正直的儒商胸怀 8.修己以敬的儒商修身 9.以信为本的儒商美德 10.心平气和的儒商气度 11.善于自省的儒商品质 12.能屈能伸的儒商韧性 13.勇于改过的儒商素质 14.仁者爱人的儒商姿态 15.自强不息的儒商精神 16.深求恒久的儒商风格 17.知止不贪的儒商修养 18.机智灵活的儒商思维 19.临之以庄的儒商魅力 20.圆融贯通的儒商禀性 21.以身作则的儒商风范第二章 德商之道——孟子智慧与经商道德 1.先义后利的德商追求 2.仁行天下的德商风范 3.回报社会的德商职责 4.恪守商规的德商原则 5.内圣外王的德商修身 6.修己安人的德商修养 7.以心换心的德商胸襟 8.居安思危的德商眼光 9.永不低头的德商毅力 10.持之以恒的德商信念 11.以德服人的德商风度 12.义利兼顾的德商标准 13.乘势待时的德商明势 14.自我克制的德商美德 15.穷达皆静的德商信条 16.善于用人的德商管理 17.任人唯贤的德商用人第三章 雅商之道——老子智慧与经商心态 1.深藏若虚的雅商处世 2.注重细节的雅商务实 3.不争善胜的雅商境界 4.善行无迹的雅商谋算 5.虚怀若谷的雅商胸怀 6.知足不贪的雅商心态 7.谦和卑下的雅商宽容 8.节俭戒奢的雅商品质 9.恬静不躁的雅商气质 10.含藏内敛的雅商修为 11.吃亏是福的雅商哲学 12.上善若水的雅商品性 13.善待同行的雅商涵养 14.无为而为的雅商风范 15.无之为用的雅商谋略 16.居下用柔的雅商手段 17.持家有方的雅商守业 18.以柔克刚的雅商柔性 第四章 诡商之道——孙子智慧与经商兵法 1.绝地而生的诡商思维 2.不骄不馁的诡商素质 3.重地则掠的诡商谋略 4.慎战妙算的诡商能力 5.正合奇胜的诡商权变 6.克敌制胜的诡商策略 7.迂直兼用的诡商智谋 8.德智兼备的诡商能力 9.真假难辨的诡商诈术 10.趁机获利的诡商套路 11.智胜为上的诡商境界 12.不战而胜的诡商之道 13.攻其不备的诡商攻略 14.知己知彼的诡商情报 15.上智为间的诡商手腕 16.利而诱之的诡商圈套 17.攻心为上的诡商战术 18.虚实并用的诡商心机 19.妙算制胜的诡商之道第五章 霸商之道——韩非子智慧与经商管理 1.以情驭人的霸商权术 2.以法治人的霸商管理 3.倚权仗势的霸商哲学 4.得助于众的霸商谋略 5.强化权威的霸商风格 6.权术驭人的霸商手段 7.防范奸诈的霸商监督 8.严格考核的霸商监管 9.独裁善断的霸商权威 10.用人唯忠的霸商标准 11.严惩不纵的霸商治理 12.独揽大权的霸商威势 13.牵制下属的霸商管人 14.抱法处势的霸商之道 15.法不阿贵的霸商准则 16.防范阴谋的霸商心计 17.重在驾驭的霸商思维 18.目明耳聪的霸商沟通第六章 谋商之道——鬼谷子智慧与经商谋略 1.事先预见的谋商揣情 2.审时度势的谋商智慧 3.百无一疏的谋商决断 4.因事生谋的谋商筹划 5.阴阳并用的谋商智慧 6.以柔克刚的谋商计谋 7.窥测敌情的谋商对策 8.欲取反给的谋商权术 9.以己度人的谋商竞争 10.以情治人的谋商口才 11.以假乱真的谋商圈套 12.巧妙利诱的谋商谈判 13.随机应变的谋商能力 14.量权揣势的谋商决策 15.声东击西的谋商阴谋 16.用人所长的谋商跟进 17.当机立断的谋商魄力 18.绝处逢生的谋商谋略

章节摘录

第一章 儒商之道——孔子智慧与经商修养1.以和为贵的儒商哲学儒商之道：以杀伤对方来获得自己的成长，正所谓杀敌一万自损三千，恶性竞争的结果就是大家谁都无法获得持续成长。
从这种意义上讲，商人嗜杀的基因使之难成大器。
《沦语?学而篇》中有这样一句话：“ 礼的应用，以和谐为贵。
”孔子的弟子也曾说过“ 礼之用，和为贵 ”。
在中国哲学中，关于天地万物是从哪里来的是一个根本问题。
你从哪里来的呢？
对于这个问题，很多人好像没有考虑过，而且也觉得不需要考虑。
这种想法是不正确的。
其实，哲学就是对这种问题的追问，他们首先考虑的就是天地万物从哪里来的问题。
中国古人对这个问题的回答就是“ 和实生物 ”。
“ 和 ”就是“ 以他平他 ”，也就是事物与事物之间是平等的、平衡的。
说通俗一点，就是你和我和他之间，不是你吞掉我、我吃掉你，而是一种平等、平衡的关系。
说到“ 以和为贵 ”，我们不能不介绍一下历史上很著名的将相和的故事。
战国时的蔺相如本来是赵国一名宦官的门客，地位低下，因为偶然的机会才被赵王所用，赵王派他带着和氏璧出使秦国，他不辱使命，出色地完成了任务。
从此以后，他接连被提拔，简直比坐直升机还快。
最后官拜上卿，名字排在廉颇之前。
这下廉颇很不服气了，说：“ 我身为赵国大将，有攻城之功，蔺相如徒以口舌为劳，而官居我之上，况且蔺相如出身卑贱，我感到羞耻，不愿官居其下。
”廉颇扬言，如果碰见了蔺相如，必定要当面污辱他一番。
在廉颇看来，只有武将的英勇才算功劳，文臣的智谋算不了什么。
所以他很不服蔺相如。
这对蔺相如来说，确实是很难忍受的。
但蔺相如好像没有听说一样，几次驾车出门，远远地看见廉颇，为了避免碰见，就早早地躲开了。
时间一久，就连蔺相如的门客下人都觉得太窝囊，忍受不了。
一天，他们对蔺相如说：“ 我们背井离乡，不远千里投到您的门下，是因为仰慕您的为人。
如今，您的官位比廉颇要高，反倒这样惧怕他，不知是什么原因？
您这样胆小懦弱，连我们都感到羞耻，还是让我们回家算了。
”蔺相如不慌不忙地问众人：“ 各位看廉将军与秦王比起来，哪个更可怕？
”众人都奇怪地说：“ 廉将军当然没有秦王可怕！
”蔺相如又说：“ 这就对了。
试想秦王那么强大，各国诸侯都畏之如虎，我却敢在朝廷上当众责骂他。
我虽然没有什么大本领，还不至于如此惧怕廉将军。
只是我考虑到，强横的秦国之所以不敢来侵犯我们赵国，其原因就在于我们两人能够同心协力地对付秦国。
如果我们两人争斗起来，那就必定给秦国造成可乘之机。
我之所以这样对待廉将军，是因为以国家的安危为重，不计较个人的私仇啊！
”这些话很快就传到了廉颇的耳朵里。
廉颇听后恍然大悟，既感动又惭愧。
廉颇是一个正直坦诚的人，一旦悔悟，就真诚地改过。
为了表示自己的诚意，就按照古人最隆重的仪式，光着脊梁，背着荆条，到蔺相如的门上“ 负荆请罪 ”。
他跪在蔺相如的门前说：“ 我是个没有见识而又气量狭小的粗人，没想到您能宽恕我，请您责打我吧！

”蔺相如也很感动，亲自把他扶起来。
从此两人更加相互理解尊重，结成生死之交。
由此可见，自古以来“和”是中国哲学当中的一个重要概念，是中华民族精神的体现，也是中华民族伦理道德最高的价值目标。
这一点对经商人士有很大的教育意义。
俗话说：“和气生财。
”与其相互结怨因争斗而导致双方受损，倒不如化解矛盾彼此相安共存。
竞争是难免的，但盲目树敌则是愚蠢的。
我们说，商场犹如战场，但毕竟不是战场。
战场上敌对双方不消灭对方就会被对方消灭。
而生意场不一定如此，为什么非得争个鱼死网破，两败俱伤呢？
很多商家也懂得和气生财的道理，但在实际生活中，却很难以宽大的心态对待竞争对手。
更多的是在同一行业内，大家都杀气腾腾，有的不仅是要除掉主要竞争对手，还要消灭一切对手，一统天下。
20世纪90年代的彩电价格大战，在某种程度上，就是大家为了争霸而起，当年的长虹举起价格屠刀，大杀四方，随后创维、TCL、康佳等企业也不甘示弱，纷纷跟进，一时间烽烟四起，最后，大家都无钱可赚，导致彩电行业成为夕阳行业。
同时，我们可以看到这样一个很有趣的现象。
有肯德基的地方，基本都有麦当劳，他们是竞争关系，但是，我们没有看到什么时候肯德基发动了什么“战役”把麦当劳给消灭了，相反，他们在互相竞争中促进彼此的进步，共同培育了市场。
相似的情况也出现在可口可乐和百事可乐身上。
可口可乐和百事可乐互相视对方为主要竞争对手，但是，两家企业却从来不搞恶性竞争，甚至连促销活动往往都有意错开。
阅读启示：离因异而起，合因同而生，此乃客观规律。
现代商人一定要做到异中求同、去离趋合、共存共荣，才能获得长足发展。
2．见利思义的儒商道德儒商之道：儒商不做“己所不欲，勿施于人”的事，有崇高的奋斗目标，这对于建立一个和谐的商业大环境有着巨大的现实作用。
孔子说过，以不正当的手段去占有财富与官位，对于我如同天际的浮云。
孔子认为，人们追求财富与权势是天经地义的，但财富与权势并不是人生的全部。
进而孔子提出了“见利思义”的主张，即遇到有利可图的事青，要考虑是否符合义，不义则不为。
这句话对后世产生了极大影响。
春秋末年范蠡治理越国，10年富国，帮助越王勾践雪会稽之耻。
他在一个叫陶的地方经商赚取了巨大财富，被称为陶朱公，19年积聚三千金，但范蠡却“好行其德”，把自己的财富分散给贫穷的乡亲。
此外，白圭更是一位商业修养很高的人。
白圭因经营有方而富甲天下，然而他在生活上毫不奢华摆阔，始终过着简朴的生活。
《史记》介绍，自圭一贯“薄饮食，忍嗜欲，节衣服”，而对于下人僮仆能“同苦乐”。
这种难能可贵的操行，正是儒商风范最具代表性的体现。
从个人道德修养上来说，儒商是君子。
不取不义之财，这是最基本的一条。
儒家强调“君子喻于义”，提倡“见利思义”，并主张“富与贵，是人之所欲也，不以其道得之，不处也。
贫与贱，是人之所恶也，不以其道得之，不去也。
”以儒家思想为主旨的儒商非常注重讲仁义，守信用。
而奸商则是见利忘义的小人，他们为了获取利润，不惜损人利己，违法违纪。
他们的经商行为经常违反国家可持续发展的发展战略，对市场采取的是投机的手段，对顾客采取的是弄虚作假的欺骗伎俩，对企业员工采取的是逼迫压榨的手段，对自然界采取的是掠夺性开发破坏自然

环境的手段，这种商人很难成什么大气候。
在管理上，儒商崇尚的是“ 贤主劳于求贤，逸于治事 ”的用人思想，“ 圣人治吏不治民 ”的指挥思想，“ 人君崇明不贵察 ”的控制思想等等，此皆以人为本，以人为中心。
如很多公司的经营信条是“ 事业即人 ”，这些人本管理思想都来源于“ 仁者爱人 ”的儒家思想核心。
运用儒家的重仁、重信、重情、重义的精神对员工进行管理，督促其实现管理目标，是儒商管理手段的特点。
儒商主张，让员工干好，不如让员工心甘情愿地自己干好，使他们在厂同在家里一样，把厂家的事当成自家的事。
人类的管理思想有两种主要类型：一种是源于古希腊文化传统的西方管理思想，它在近代资本主义的条件下演变为具有一定科学形态的管理理论。
从2,0世纪初开始泰勒已发展成为科学化的理论体系，对现代人类的经济社会发展产生了重大影响。
另一种是源于中国传统文化的儒家管理思想，具有极为丰富的内容和东方文化特色，并产生出光辉灿烂的古代物质文明和精神文明。
由于社会历史条件的限制，中国的儒家管理思想在近代没有能够与产业革命及资本主义企业经营相结合。
20世纪80年代以来，由于日本及“ 亚洲四小龙 ”经济的飞速发展，人们的眼光重新从西方转向东方，开始研究中国古代商人的管理思想在当代社会中的重大意义。
阅读启示：制度管理在现代企业管理中非常重要。
但也离不开情感的因素。
中国的儒家管理以“ 求善 ”、“ 求治 ”为目标，恰恰非常强调心理的作用。
依靠领导者“ 身教 ”的榜样力量和道德感召力来调动和团结全体群众。
3. 富而好德的儒商境界儒商之道：做人要讲人格，经商要讲商德。
人无人格难立身，商无商道做不大。
孔子说，见到财利想到义的要求，遇到危险能献出生命，长久处于穷困还不忘平日的诺言，这样也可以成为一位道德完美的人。
儒家主张，人生在世必须追求道德，并用道德来决定人生的取舍，判定行为是否合理可行。
这句话充分体现了儒家的人生追求，同时也代表了中华德商所追求的经商境界。
我们可以把这种境界概括为“ 富而好德 ”。
做人要讲人格，经商要讲商德。
人无人格难立身，商无商道难长久。
商人只有做到富而好德，才会正确处理当前利益与长远利益的关系、企业利益与社会责任的关系，才会避免临渴掘井的短视行为，以开阔的心胸和独到的眼光正确地处理经商事务。
儒商是中国特有的经济现象，也是中国经济一大特色。
那么，儒商的特点是什么呢？
第一，儒商是以儒家理念为指导的、从事商品经营活动的商人。
第二，儒商是温文尔雅的人，是指有较高文化素养的、即把“ 商 ”的职业和“ 儒 ”的伦理品德结合起来的人。
第三，儒商经商讲道义，讲仁德；生财讲大道，这是最为重要的，是儒商本质之所在。
儒商最重道义，最重仁德，儒商是有儒家道德观和价值取向的经商者。
山东人孟乐川是民国初期的著名儒商。
孟乐川是儒家亚圣孟子的后裔受着儒家文化和齐鲁商业思想的双重影响，是儒商中的典型代表。
孟乐川的经营之道具有浓厚的儒文化色彩，具体而言是“ 以德为本，以义为先，以义制利 ”。
孟乐川创办的老字号“ 瑞蚨祥 ”之所以能够长盛不衰，就在于“ 瑞蚨祥 ”的历代当家人无不坚持“ 以德为本 ”的经商原则，他们的每一言、每一行，首先考虑的是怎么有利于老百姓，如何满足顾客的各种需要。

第一图书网, tushu007.com

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