

# 易经讲座

## 思维定胜败——如何做久，做强，做大课程大纲

### 一、易，变化之道

易与天地准，故能弥纶天地之道！

《易经》是研究宇宙变化规律的。人的生理、心理，以及由人构成的组织、国家、市场……也必然遵循宇宙变化规律。

道者，不易。欲知如何变，必须先知道什么不变。道就是规律。只有道，才是应该而且必须“坚持”的。

法者，时易。方法、规矩、流程……必须因时、因地、因人而变。不及时变，就要落伍。怎么合适怎么变。所以，“合适”就是好。好还有更好。

术者，简易。工具、技巧、模型……要简单，简单，再简单。伟大的商业计划都是能够用“一句话”说清楚的。

企业要首先做久，才能再做大、做强。以不易之道做久，以时易之法做大，以简易之术做强。

### 二、《易经》思维体系的演进及其作用

易，其致已乎！

从河图、洛书、伏羲八卦，到《周易》，再到诸子百家，儒释道合流，中华智慧传承至今。

不学易，不可以为相。——虞世南

不知易，不可以言太医。——孙思邈

《易经》包含着中国人的智慧，是有绝对知名的！——黑格尔

应对危机重要的是信心，而信心的增强，源自文化底蕴和科学精神。中华文化博大精深，蕴涵着巨大的精神力量。《周易》上说：“天行健，君子以自强不息。”这是中国人做人的信条，也是中国人于危难之际不畏惧、不退缩的文化源泉。有了这种精神，我们会对未来抱乐观态度，坚定战胜金融危机的信心；有了这种信念，我们会永不言败，坚韧前行！

### 三、我们做过的一些准确预测

### 四、阴阳 - 忠恕，本末，因果

一阴一阳之谓道！

想争老大，就要会看透当前老大们的命门——灯下黑。

这个世界上具有传播力的是什么？病毒——软实力！！《大长今》其实是一部广告大片！  
美国能影响世界的，不是他们的 F22 和航母混编舰队，而是迪斯尼和好莱坞

柔弱胜刚强。如何潜移默化地施加影响，让顾客来找你。如何令员工自发自觉，而不用激励？

知“止”比知进还重要！史上强的领袖人物，包括国家、组织、企业的高战略，都是在动静之间玩平衡。所谓“时行则行，时止则止”（《易》），“知止可以不死”（《老子》）。

### 五、四象 - 安危，中庸，均衡

物极必反。“别人贪婪的时候我恐惧，别人恐惧的时候我贪婪”。

让员工开心工作么？错！这是一种极其严重、极其危险更极其弱智的理念。作为领导，你必须经常制造危机，其目的是：第一，让你的员工始终保持危机意识——例如华为、海尔；第二，不断给对手制造危机和麻烦；第三，防备对手可能给你制造的危机和麻烦

从《黄帝内经》“治未病”理念，到《中庸》所讲的“凡事豫则立”。居安思危才能发展。

### 六、三才 - 时空人，创新，急速成长

北京奥运开幕式上，李宁点燃主火炬。作为非奥运赞助商，李宁公司所获得的影响力是那些主赞助商难望其项背的。李宁是如何从时间、空间、人间坐标中找到那根合适、划算的杠杆，从而做到四两拨千斤的？

波司登羽绒服如何从积压 2000 万濒临破产，到一夜之间成为行业龙头而保持至今的？

如果你有两个亿，你可以象雷士照明、柒牌那样，一夜之间成为中国名牌。

价值决定价格，哪些因素决定了价值？“品牌”是个虚东西，却值钱。

### 七、五行 - 行业战略，风水，品牌，名称吉凶

郎咸平批评海尔、海信投资地产是“不务正业”，

品牌吉凶的秘密。万科和王石 2008 年以来的频频失误，我们早在 2007 年 12 月就发博文

预估到，并且指出，这和万科去年 10 月新换的 LOGO 直接相关。这当中有什么秘密？

风水景观的秘密。一家知名视频公司选择某黑色大楼的 22 层作为办公用，结果坎坷连连；  
海尔大厦外面为什么有 4 根天安门城墙颜色的立柱，而大厦内部为什么是个空堂？

## 八、卦 - 万法归一，基本能量模型

《易》：帝出乎震，齐乎巽，相见乎离，致役乎坤，悦言乎兑，战乎乾，劳乎坎，成言乎艮。

道法自然。

乾 - 天行健，君子以自强不息

兑 - 君子以朋友讲习

离 - 明照于四方

震 - 君子以恐惧修省

巽 - 随风巽，君子以申命行事

坎 - 君子以常德行，习教事

艮 - 君子以思不出其位；时行则行，时止则止

坤 - 地势坤，君子以厚德载物