

<<鬼谷子>>

图书基本信息

书名：<<鬼谷子>>

13位ISBN编号：9787511319838

10位ISBN编号：7511319831

出版时间：2012-6

出版时间：中国华侨出版社

作者：东云

页数：237

字数：262000

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>

## &lt;&lt;鬼谷子&gt;&gt;

## 内容概要

《鬼谷子》由东云编著，《鬼谷子》是苏秦以战国时代的七国为对象，以各国外交权术与谋略的秘诀为基础，经反省检讨自己失败的教训，总结游说合纵与连横之策，就自己所实行的外交谋略加以整理记述而成的一部外交纪实。

该书共分为上、中、下三卷，上卷以权谋策略为主，包括“捭阖”、“反应”、“内捷”、“抵戏”四篇；中卷以言辩游说为重点，包括“飞箝”、“忤合”、“揣”、“摩”、“权”、“谋”、“决”、“符言”、

“转丸”、“肱乱”十篇，其中“转丸”、“肱乱”两篇已失传；下卷则以修身养性、内心修炼为核心，包括“本经阴符七术”、“持枢”、“中经”三篇。

这部历经两千多年的谋略学著作是中国传统文化中的奇葩，集中了中国人心理揣摩、演说技巧、政治谋略等方面的智慧精华，具有极完整的领导统御、智谋策略体系，堪称“中国第一奇书”，历来为中国古代军事家、政治家和外交家所研究，现又成为当代商家及个人为人处世的必备之书。

它所揭示的智谋权术的各类表现形式，被广泛运用于内政、外交、战争、经贸及公关等领域，其思想深受世人尊敬，享誉海内外。

本书在详解《鬼谷子》原文的基础上，以政治、军事斗争案例及商用、为人处世案例为例证，深入剖析了《鬼谷子》的智慧谋略；另外，本着批判继承的原则，书中还提出了许多如顺时应势、揣情摩意、知微待机、量权善变等实践理论的学习方法，对于我们现代人增长智慧、为人处世、纵横职场、搏击商海具有一定的现实指导意义。

<<鬼谷子>>

书籍目录

- 第一章 捭阖
  - 第一术 捭阖阴阳
  - 第二术 刚柔弛张
  - 第三术 守司门户
  - 第四术 周密贵微
  - 第五术 为人自为
  - 第六术 阴极返阳
- 第二章 反应
  - 第七术 张网得实
  - 第八术 欲取反与
  - 第九术 见微知类
  - 第十术 圆方决策
  - 第十一术 知之始己
- 第三章 内捷
  - 第十二术 得情制人
  - 第十三术 环转退却
- 第四章 抵
  - 第十四术 抵
  - 第十五术 深隐待时
- 第五章 飞箝
  - 第十六术 飞箝
  - 第十七术 钩箝
  - 第十八术 重累
  - 第十九术 立势制事
  - 第二十术 空往实来
- 第六章 忤合
  - 第二十一术 因事为制
  - 第二十二术 反忤
  - 第二十三术 背向
- 第七章 揣摩
  - 第二十四术 量权揣摩
  - 第二十五术 隐己成事
- 第八章 摩篇
  - 第二十六术 操钩临渊
  - 第二十七术 谋阴成阳
  - 第二十八术 燃燥濡湿
- 第九章 权篇
  - 第二十九术 众口铄金
  - 第三十术 取长补短
  - 第三十一术 多变不变
- 第十章 谋篇
  - 第三十二术 因性制人
  - 第三十三术 三步制君
  - 第三十四术 欲去故纵
  - 第三十五术 阴道阳取

<<鬼谷子>>

第三十六术 智者贵阴

第三十七术 为事贵智

第三十八术 积弱为强

第十一章 决篇

第三十九术 成事五术

第十二章 符言

第四十术 符言

第十三章 本经阴符七篇

第四十一术 分威伏熊

第四十二术 散势鸷鸟

附录

一 《鬼谷子》原文及译文

第一章 捭阖

第二章 反应

第三章 内捷

第四章 抵

第五章 飞箝

第六章 忤合

第七章 揣篇

第八章 摩篇

第九章 权篇

第十章 谋篇

第十一章 决篇

第十二章 符言

第十三章 本经阴符七术

第十四章 持枢

第十五章 中经

二 《鬼谷子》篇目考

后记

## 章节摘录

在商战中，“迟人半步”的策略往往会收到奇妙的效果，其关键在于这条妙计将强大的进攻溶入看似平静的防守之中了。

新产品的开发，国外许多大公司都有自己独到的手段，但“迟人半步”的方法更受人青睐，使采用者受益颇深，被奉为新产品开发的良策。

日本的日产汽车公司，为了开发生产“SANI”汽车，不惜动用大量的人力、物力在全国公开征求车牌，花大钱搞推销宣传，获得了极大成功。

这一成功也使得丰田公司欣喜若狂。

原因何在？

因为“SANI”汽车的大宣传在日本激起了人们对汽车的兴趣。

这对丰田公司来说，为它铺了一条通向成功的康庄大道，借着人们对汽车着迷的热潮，丰田公司充分研究了“SANI”汽车的优缺点，制造了比这种车更好的“科罗娜”车。

“科罗娜”投入市场后，使丰田公司获得了比日产公司更佳的经济效益。

日本的松下电器公司，也是采用“迟人半步”方法的得益者。

有人称它是一家模仿公司，对此，松下公司毫不介意，因为它从这种做法中受到了极大的益处。

美国国际商业机器公司，几乎从未在市场上推出过尖端新技术的产品，它都是从比它领先的公司中得到教训、吸取经验。

正如有些专家们分析说：国际商业机器公司的新产品经常比其他公司设计得好，都得益于比人慢半步。

数字计算机公司总结这方面经验时也诡“我们有意在技术上落后二三年，我们让试用户，如政府部门，推着他们走，然后我们研制出一种可靠的商品供最终用户使用。

”惠普公司更有自己的诀窍：凡是别的公司新产品问世，他们公司的工程师在用户那里检查本公司设备时就向用户探寻那种新产品的优缺点，探寻用户有什么具体要求，用不了多久，他们的推销员就登门来推销完全符合用户自己要求的新产品了。

结果是：用户满意，收益大增。

这些公司总是“迟人半步”，甘居第二，并不是因为他们的技术能力差，而恰恰是在这迟迈的半步上作出了好文章。

P6

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>