

<<少林CEO释永信>>

图书基本信息

书名：<<少林CEO释永信>>

13位ISBN编号：9787213039379

10位ISBN编号：7213039377

出版时间：2009-1

出版时间：浙江人民出版社

作者：李良忠，宋倩 著

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>

<<少林CEO释永信>>

内容概要

许多人看来，少林寺的商业化之路是在毁灭一个古老的文化传统，而西方人则对这个“红杏”出墙的“Chinese Kung Fu”却他乡遇故知般地认为，这就是“西方人苦苦寻找的Zen（禅）”。

释永信说，少林寺的出世、人世，就像一条船，一半在水里，一半在水上。

少林寺如何在时代的潮流中，找到自己的定位、走出自己的发展之路，一直是他思索的问题。

他不止一次地表示：“我正在努力，我希望佛教能够成为许多人的道德方舟。

”佛门千年独具的特色管理结合现代经营理念，是释永信让少林寺重新焕发青春活力的源泉。

然而传统的“文化人”，似乎总是离“象牙塔”近、离市场远。

所以，这个身处市场、心居高塔的少林寺方丈让人有点摸不着头脑，他搅乱了众人原来固有的认知，也让人平添了不少偏见。

<<少林CEO释永信>>

作者简介

释永信，1965年，生于安徽省颖上县，俗名刘应成。

1981年，进入少林寺，拜方丈行正为师。

1984年，于江西普照寺受具足戒。

1986年，成立少林寺拳法研究会，并任副会长。

1987年，成立少林寺武术队，后发展为武僧团，任团长。

1987年，任少林寺管理委员会主任，开始全面主持寺院工作。

1988年，成立少林寺红十字会。

同年10月，创立少林书画研究院。

1994年，成立少林慈善福利基金会，任会长。

1996年，朝拜印度、尼泊尔佛教圣迹。

同年5月，创办《禅露》杂志。

1999年，接钵少林寺方丈，成为少林寺第30代方丈。

1999年，成立少林文化研究所，致力于少林文化学术研究。

2000年，创建少林寺网站，网站于2001年3月28日正式开通。

2002年，创办少林书局。

2003年，当选为中国佛教协会副会长。

2004年，成立少林慈幼院，重新开办少林药局。

2006年，为表彰其在少林文化保护、传承和对外交流方面所做出的贡献，美国体育学院授予释永信“国际荣誉哲学博士”称号。

2008年3月，出席第十一届全国人大一次会议，这是继第九、第十届全国人大后，第三次当选为全国人大代表。

<<少林CEO释永信>>

书籍目录

序 少林寺的出世与入世第一章 佛门CEO：1500年来最具争议的少林方丈 颠覆传统：冒天下之大不韪的方丈 开天辟地：少林奇迹的创造者第二章 求佛“立雪亭”：一个小沙弥的佛缘和机缘 一心向佛的少年 “立雪亭”下缘定少林第三章 “接掌”少林：脱胎换骨迎新生 接掌少林 拐点：独立自主求发展第四章 艰难的维权历程：从“官司”中走来的少林公司 国内“李鬼”层层包围 海外“假少林”以假弄真 突围：以商止商第五章 在争议声中前行：少林品牌新时代的浴火重生 禅宗的主流化路线图 “普京访少林”的品牌效应 跨国少林的“本土策略”第六章 重放异彩的少林文化：解密释永信的文化复兴战略 重新解读少林文化 剑走偏锋：“文保”，民生双赢 重拳出击：激情“武”动第七章 千年不朽的佛门管理：从传统文化中寻找现代管理智慧 相对民主与绝对集权 与时俱进抓管理 升级“寺院文化” 佛门航母之旅第八章 千年传承的继承与延续：用“心灵产品”改变世界 “体验经济”的蓝海 以医为名：告别独臂少林 用“心灵产品”改变世界第九章 淡定的千面菩提：不虞之誉与求全之毁下的释永信 佛相：是非皆不辩 僧相：妙语度众人 慈相：利乐便有情 众生相：方丈亦凡人附录 释永信精彩语录后记 唯一不变的应当是变化

<<少林CEO释永信>>

章节摘录

插图：第一章 佛门CEO：1500年来最具争议的少林方丈颠覆传统：冒天下之大不韪的方丈“空中飞人”少林寺，这个满载历史荣誉、在历代口口传播和文学描写中的英雄辈出之地的禅宗祖庭之地，早在20年前，就随着金庸的妙笔生花和李连杰演绎的铁骨铮铮的武林高手形象，在人们无穷无尽的想象力中被不断放大并重构着。

大家印象中的少林寺不外乎这样一幅场景：中州大地风光正好，岚光浮动，立雪亭前，枝叶安宁。韦驮笑得像面团团，毗卢阁满墙氤氲了祥云，僧人们兢兢业业，不失为一个青灯黄卷、励志磨心的好地方。

然而这个历经沧桑变幻1500年的弘法之堂、清修之地，却在一个人的努力下，经历了井喷式的商业化，以及彻头彻尾的改头换面。

一时间，责骂、质疑、批评、嫉妒、不解；赞扬、肯定、拔高、吹捧、造势；各种力量、眼球和口水都汇聚在少林寺的身上。

佛陀时代，僧众不事生产，托钵乞食。

这样做既能令僧众全身心地追求解脱，阐发众生；又可令众生通过供养而培植福田。

佛陀入灭后，佛家弟子又有“声闻行者”和“菩萨行者”之分，前者追求个人解脱，后者则发愿带领大众共同解脱。

至今南亚国家的佛教仍然以不拥有庙产为生，中国佛教则千百年来以信徒施舍为生，可以拥有庙产。如今这个传统的“受”与“施”的界限在少林寺被打碎、模糊了，取而代之的是高调的企业化经营与泛国际化的禅学波澜。

没有人能想到，这座位于中国中部河南省雾霭笼罩的嵩山中的古刹，20年前是何等的萧条不堪；也没有人能想到它如今绵延数里、经济效益泽及一省，僧众达200人之多，20年前却只有12名老僧，靠耕种一小块土地为生。

为少林寺创造这个商业历史节点的，就是少林寺1500年历史中最年轻的方丈释永信。

他身形富态，姿容和气；他鼻阔口方，颇具佛相。

按理说这双掌合十、童真人道的出家人应该“跳出红尘”，可如今，他为了方便与各方交流，甫一见面，便会主动伸出右手握手表情达意。

他在1996年就建立了中国首个寺院网页，而当时听说过互联网的中国人还寥寥无几；紧接着，他又成立公司，保护少林寺的“品牌”；接下来的举动更是惊人：他在网上披露了一些此前被视为最高机密、只传给真正信徒的少林武功秘籍，还将此前与世隔绝的僧人派往世界各地，表演和推广源自禅宗的少林武术，进一步打开了少林寺的大门，他和少林寺的作为，将被清晰地记录在当下，也将被无一例外地记录在少林寺的黄卷里。

释永信的名片上，手机、电话、传真、网址一应俱全，中英文对照，可谓“武装到了牙齿”。

不光是方丈，就是寺内招聘武僧团后备人才的广告上，也留有电子邮箱地址。

如今的少林寺僧人，使用手提电脑、甚至拥有驾驶证都已不是什么稀奇事了，现代技术在这个红墙黑瓦、青松翠柏的深山古刹中，已经是相当普及了。

释永信所知广博。

他能流利地说出一串美国主流媒体的名字，而他们也都无一例外地采访过他；他跟国外领导人相交甚广，像俄罗斯前总统普京、美国前国务卿基辛格、泰国上议院院长等，都曾是他的座上宾。

有人不禁会惊讶，这位自称最喜欢独坐禅房的人为何在商业浪潮中如此耐不住寂寞？

“耐不住寂寞吗？”

我们出家人只是一切随缘而已。

释永信并不因为这个问题而恼羞成怒，他只是期待着有人能剥开表象，弄清事情真相。

熟知少林寺历史的人都知道，1500多年来，少林寺从来没有中断过与其他国家的交往。

以前多为高僧游学讲经授业、武僧对练，在释永信的眼中，他仍在做着同样的事情。

他说：“少林与外界的交流不会因我而中断。

”只是，现在的少林寺更多地适应了潮流。

<<少林CEO释永信>>

身披明黄色袈裟、戴着沉重念珠的方丈释永信，只要在少林寺的时候，大多在自己的禅房里打坐、冥想。

然而更多的时候，他都是坐着配有专职司机的越野车四处奔波，开会、洽谈、交流。

袈裟飘荡，释永信大步流星走过明亮通透的、现代化的机场大厅，走过安检门，走过机场通道，目不斜视地走上飞机。

找到座位后，拿起飞机上的报纸和杂志读了起来，一路表情淡然，行动流畅。

“哟，和尚也坐飞机？”

“在到达座位之前，释永信必须穿越他人的目光和小声议论。

另有人猜测：“估计是个方丈吧，小和尚可没这种待遇。”

“几乎每次出行，释永信都会遇到这样的情形，他已经见怪不怪了。

对于一个一年之中有超过六分之一的时间在国外飞行的人，还有必要向别人解释自己为什么坐飞机吗？

自从释永信接掌少林寺后，他就开始了马不停蹄地出访：美国、英国、意大利、俄罗斯、加拿大、泰国、马来西亚、新加坡、阿联酋、日本、韩国、中国香港、中国台湾、中国澳门，释永信去过的国家和地区多得连自己都数不清。

接待了很多的国外领导人，被很多国外领导人接见，释永信并没有迷失自我，他已经习惯甩一袖清风，任皱一池春水。

因为在他眼中，“把家操持好，才是最重要的”。

释永信把少林寺称为“家”。

自学成才的“MBA”组织设计、人力资源、市场营销、财务管理，从事工商管理的人士并不陌生，其中也不乏《论佛教思想在企业管理中的应用》这样的学习内容，现代企业制度从中国传统文化中汲取营养，使儒、道、佛的思想和谐渗透，大放异彩。

这是一个大步往前奔跑的时代，各行各业唯经济效益马首是瞻。

部分先知先觉的人开始想着利用传统的精髓来改善现状，锦上添花，鲜有人敢冒天下之大不韪，费尽心力彻底改造传统于—新。

少林寺曾长期扮演着传统与现代之间尴尬地位的角色，它有着强大的历史文化资源、有着强大的“造血潜能”，却苦于只能沿袭靠“政府输血”、“社会供血”的老路。

“做和尚的确要有清规戒律的，但如果自闭山门不能与时俱进，就只有被社会淘汰。

”释永信说。

和平年代的出家人，从小受到的是现代教育，已经不像当年僧人那样“大门不出、二门不迈”。

佛教不能脱离社会现实，也不能排斥汽车、手机、电脑等现代化的便捷手段。

但同时，佛教徒仍然要继承古佛、清灯、头陀苦行的传统，保持僧装、素食、独身，遵守戒律、教义等。

不仅如此，佛教讲普度众生，如果不到众生中去，那也就空有一颗慈悲心而已，因此，更应该用新的方式去解决时代的心灵问题，弘扬佛法。

20世纪80年代后期，少林寺的状况已经有了很大改观，可以说过上了基本“小康”的日子，但是释永信不满足做个“自了汉”（最低阿罗汉，就是说自己明白佛法，但是无法普度众生），他还有着把少林文化推广出去的宏大抱负，于是便顺理成章地成为了寺院推行先进管理思想的第一个尝鲜人...用现代管理方法改造少林寺。

僧人也需要管理。

这种学习是一个突破，也是一种探索，寺院也需要有高水平的管理人才，更需要现代化。

这种大刀阔斧的动作使少林寺开始步入现代化进程。

释永信被人称为“少林寺CEO”，并非空穴来风，他经营管理的理念和做法堪比MBA教材上的案例。

对于只有初中文化水平的释永信而言，可谓自学成才。

如果问他原因，他会苦笑着告诉你：“我并不太了解工商管理方面的知识，我只是在太多的官司中学会了保护少林寺。

”他也常会把他的心得讲给少林寺僧众听，发展中的少林寺也迫切需要提升内部高级管理人员的现代

<<少林CEO释永信>>

化管理水平。

他不仅需要懂佛经的虔诚和尚，而且也需要懂电脑、会外语、拥有相当管理知识的寺庙管理者。

一个魅力型的领导，就在于他可以引导自己的部属一同进步。

而余下的时间，他仍然诵念千百年流传下来的经文典籍，恍若返回时光隧道的另一端。

传统与现代迥异的生活、学习方式在他身上被和谐地统一在一起。

从商标案、开公司、大拆迁到将互联网装进藏经阁，并举办互联网论坛，少林寺与现代生活的每一次拥抱，无不掀起一场场轩然大波，因为这一切颠覆了民间对寺庙原有的封闭、苦修的印象。

对有人责怪他打着少林寺的大旗为自己谋福利时，释永信不置一词，他以商业潮流的“出世”姿态，傲视群雄，只是对少林寺僧众说：“以自己的行为来体现自己的信仰和精深的佛法吧。

”

<<少林CEO释永信>>

后记

人们对于传统佛教的认同模式，往往要把佛教建构在神秘难测、偶像敬畏的形式上。

如常人所言：和尚不怪，香客不拜。

因此，人们也常常将出家僧人认定为世外独处、冥思、静养的一个群体，而他们所常住的寺庙，理所当然地也必须是一个清净之地，可以为世人提供一个修身静养、暂可出世的宗教场所。

不得不说，这种信仰，这种社会、世人对于佛教的传统认同和价值期许方式，正好符合了中国深厚的隐逸文化传统。

看透世事的高人，与其在俗世中沉浮，不如遗世而独立。

在武学圣地中，正是一些看来普通寻常的人物，在我们的时代传承着中国功夫的香火。

这的确让人有一种兴奋的感觉。

然而，江湖历史的本来面目，也许就和今天一样平淡无奇，仅是在后人的佛教想象之中却成了文学的传奇。

深山不藏古寺，禅思何处可依？

这种认同方式的核心内容，就是要把佛教、寺庙、和尚，定义在深山老林和社会边缘，无缘于世事，乃人生觉悟之前提。

大家希望在一个隐秘的场所，在一个杂草丛生的山沟，在一个深山古寺，见到一个神奇的人物，让他们来崇拜、来顶礼，甚至来为金庸的小说书写续集。

佛即众生、众生即佛的道理，或许太过平淡无奇。

比起佛教的世俗化或者市场化，大家更期待癫僧、狂道、隐侠和剑仙。

当少林寺走出寺庙、投身世界之后，世人们对于传统佛教的信仰和认同模式，往往被这种“少林寺现象”所颠覆了。

少林寺的这些举措，其实是在着力于建构出现代佛教的公共性和社会性，从而提供一条建构现代中国佛教公共性和社会性的路径，从中走出了传统佛教神秘崇拜、仪式的私人信仰局限。

正是在此层面之上，少林寺的这些举措，才称得上世间所誉的“给当代社会送来一股清流”。

释永信的思路极其清晰，那就是他所倡导的“佛不避世”主张：在他看来，如果佛教仅仅是一个重点文物保护单位，那就是佛教的悲剧。

他高度评价太虚法师说过的“人间佛教”，并力图实践自己的“大众佛教”：即在社会、大众的新型认同方式之中，建构一种现代佛教的新型发展方式。

<<少林CEO释永信>>

编辑推荐

《少林CEO释永信》由浙江人民出版社出版。

<<少林CEO释永信>>

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>