

<<解名片，析成败>>

图书基本信息

书名：<<解名片，析成败>>

13位ISBN编号：9787506059367

10位ISBN编号：7506059363

出版时间：2013-1

出版时间：庞钰龙 东方出版社 (2013-01出版)

作者：庞钰龙

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>

<<解名片，析成败>>

前言

如今，名片已成为生活中不可缺少的一种工具。

一张小小的卡片，因为印有姓名、工作单位、地址、电话号码等信息，让人一目了然，且便于收藏，所以备受人们的喜爱。

名片不是现在才有的，它的历史可以追溯到中国古代的秦汉时期。

那时候，官场上的人们在拜访谒见时，就开始用名帖来通报姓名了。

西汉时称为“谒”，东汉时又叫“名刺”。

因为那时纸的使用还不是很普遍，名帖大多是用竹片做成的，上面刻有自己的姓名、籍贯和身份。

至唐代，木简名刺改为名纸。

元代改名刺为“拜帖”，明清时又称“名帖”、“片子”，内容除自报姓名、籍贯，还书写了官职。

民国时，推翻了封建体制，讲究大同世界的博爱平等，名帖由官场上走到了百姓中间，手本的格式也趋于简化，变成了现在的名片。

名片起源于交往，内容随交往范围的扩大而增加；名片应用于传播，内涵随传播信息的改变而变化。

随着时代的发展，人们交往的内容、方式在改变，名片的内容也随之改变；随着文明的进步，社会传播的需求、工具在改变，名片的特色也随之改变。

所以，名片的发展史，就是文化变迁的缩影。

人类社会的种种变化，在不同时期的名片上一一体现出来。

通过研究不同时代的名片，可以还原那个时代的风貌，了解更多那个时期的文化特征，对我们做到以古鉴今很有帮助；通过研究不同领域的名片，可以掌握某些领域的共同特点，对我们做到知彼知己很有好处；通过研究不同国家和地区的名片，可以了解这些国家的文化变迁，对我们做好中外交流很有益处。

名片是现实生活的镜子 “以铜为镜，可以正衣冠；以古为镜，可以知兴替；以人为镜，可以明得失。

”其实，生活中可以为镜的东西还有很多，一张名片也可以成为一面镜子，只要我们做得到位，便能从中“照”出所属时代、归属单位、所持个人的许多情况。

1. 以小见大：名片是单位信息的浓缩 麻雀虽小，五脏俱全；名片虽小，应有尽有。

一张名片，就是一个小世界。

无论参与这个世界的创建者有谁，最后定局的肯定是名片所属单位的掌舵人。

所以，这个小世界，就是单位内部大世界的投影。

一张名片犹如单位状况的检验单，其徽标、名称等都是一条条直观的曲线。

借助古人以小见大的智慧，我们便可了解其健康状况，发现问题的症结所在，进而提出相应的解决方案。

企业徽标，不是一个简单的图案，是建立在吸引感动社会公众的前提下对企业风格的一种直观体现，其图案、色彩除体现企业本质和特点外，还起着引领观众心灵互动的作用，是一张名片的龙头。

通过对它的分析，我们可以把企业这条龙的整体变化了解清楚。

2. 见微知著：名片是个人特性的代表 一张名片犹如一片田地，透过它的庄稼类别和长势，我们可以看出其主人的许多特点。

名片持有者，大多对名片设计有建议或决策权，这必然会导致将他的文化理念、个性特征、处事原则等带入其中；即使那些没有参与名片设计方案的人，也会因为长期持有，与名片形成一种场能交流，通过递交名片的姿势、神态，无意间泄露许多个人与名片结合的秘密。

姓名，是名片上最能代表个人的部分，除姓名本身包含的许多信息外，放置的位置不同，代表的意义有别。

职务或社会兼职，也是重要的个人信息，其多少、位置、字号、字体等都有其代表寓意。

此外，照片更是直观反映个人信息的窗口。

<<解名片，析成败>>

看名片要借助古人智慧 巧借，是大智慧的最高体现。

借助古人的思维模式，我们才能做到以小见大，从名片上找到我们需要的东西。

搞清古法的道理，我们才能做到触类旁通，把解读名片的智慧工具应用到其他领域。

1. 全息思维：亘古不断的智慧源泉 在古人留下的智慧经典中，作为群经之首的《易经》当为首选，而“全息思维”又是《易经》智慧中最为重要的部分，如果对此有更深的感悟，则我们的智慧就会表现更加突出。

一叶落知天下秋，然而并不是所有的叶子都有代表性。

所以，通过事物的局部现象来认识它的整体情况，一定要找准有代表性的部位或方面。

在一个单位里，领导最具有代表性，而他的办公室如同一张特殊名片，一定将企业的许多重要信息包含在内。

大门形象犹如单位的脸面，是个另类徽标，单位内部诸多情况以及经营状况等诸多信息，都会在此有所反映。

所以，单位风水一般都要从大门看起，企业诊断总是把大门形象作为重要信息进行采集。

2. 阴阳五行：日用不知的智慧食粮 阴阳之理，在我们生活中普遍存在。

拿《西游记》为例，地上有象征阴的妖怪，天上有象征阳的神仙，天上的神仙溜到地上变为妖怪，地上的妖怪被降到天上成了神仙，妖怪中不乏善良之辈，佛祖的西方极乐世界也有勒索礼品的小人，真可谓“阴阳互根、互相转化”，“阴中有阳、阳中有阴”的实例图解。

时空内涵，是阴阳之理的一种特殊体现。

我们可以根据名片上反映出来的时间内涵，来判断其背后的空间内涵。

比如，可根据名片上显露出来的早晨、春季的时间信息，判断出这家单位或个人处于蒸蒸日上的态势；可以根据名片上显露出来的阴雨、冰雪等空间信息，判断出这家单位或个人处于发展受阻、生机萎缩等时间内涵。

五行学说，更是百姓日用而不知。

一个家庭、一个单位，都可以依据五行学说把人物、事物分出类别。

人与人、人与物和物与物之间，相生占优势，则这个场表现出来的就是“正能量”，这个家庭就和睦，这个单位就兴旺；若相克成多数，则这个场表现出来的就是“负能量”，家庭矛盾多、事业难做大。

然而，生中有克、克中有生，究竟如何认识、把握这对矛盾呢？

笔者在书中结合许多实例故事为读者进行详细阐述。

3. 八卦九宫：简便好用的智慧工具 九宫，指一定平面空间内的九个方位。

根据全息原理，一张面孔，一个桌面，一个房间，一栋大楼，一座城市，小至一张名片，大到整个中国，都可以按此划分出九宫。

九宫，应该称为“八卦九宫”，即八卦代表的八个方位加上中央，合成九宫。

八卦，是描述宇宙万物的模式符号。

古人通过对自身内外万事万物的观察统计、汇总归纳，建立一套简易的形象思维和逻辑思维系统，用八卦体系简易、精微地阐述宇宙事物奥秘规律。

因此，这套推演万物变化的全息网络公式，适合人生诸多领域。

宇宙是一个全息感应的网络体系，全息同类项之间较非全息同类项之间相互感应的程度较大，一个全息同类项的变易必引起所有全息同类项的连锁反应。

古人创造的“八卦类比”，正是描述“全息同类项”的最佳公式符号。

能真正做到“一叶知秋”、“见微知著”的中国古代圣贤，就是凭着对“八卦取象类比”的长期思维训练，达到洞察息息相通之宇宙事物的目的。

笔者通过亲身经历的实践故事，为你讲述“九宫全息”在名片解读中的具体应用。

徽标设计方案，种类繁多。

有抽象写意，有具象写生。

写生的，有以实物为灵感源的，如自然象、动植物、建筑物、生活品等；有以虚物为灵感源的，如汉字、拼字或外文字母和各种符号等。

<<解名片，析成败>>

据不完全统计，以字母为主的设计占比例最高。

但字母尤其是外文字母的内涵，在中国读者眼里很难解读出来。

远不如汉字的内涵(象征寓意)深刻丰富。

随着中国市场国际化的深入，品牌的全球化推广显得越来越重要，因此设计出一个中西结合、国内外都非常适用的徽标，就成了摆在设计者面前的一道难题。

笔者曾在此做过很多尝试，将其经验写于书中与读者分享，全当抛砖引玉。

一张名片，构成元素很多，大致可分为单位、个人、地理、名片自身四大类。

单位元素包括名称、徽标、产品、联络信息等，个人元素包括姓名、照片、电话、成就展示、职务或社会兼职等，地理元素包括地址、地图等，名片自身元素包括材质、底色、背景图案等。

这些元素体现的五行属性或八卦气场各不相同，有生有克，所以也就要求设计者巧妙地进行布局，促使它们之间多生合、少冲克，除此之外，就是通过名片底色或背景图案来调和，使其达到一种和谐的状态。

名片犹如一件体现我们信息特征的衣服，不同时空下有着不同的要求。

就像不能把所有可能用得上的衣服都同时穿在身上一样，我们也不能把所有想表达的信息都印在一张名片上。

衣服可按工作服、晚礼服等分类，名片可根据不同地域(比如国内、国外)、场合(比如工作圈、学术圈、兴趣圈)的不同，分成不同类别。

以免因为名片上内容太多，让人产生误解，或由于重点不突出，而被人很快遗忘。

有人把一大堆社会兼职密密麻麻地都印在名片上，殊不知这样反而更不容易体现自己的价值；有人就印一个称谓，反而让人刮目相看；有人把自己特别喜欢的名言、警句放得过多，难免给人喧宾夺主的感觉；有人就突出一两个字，反而令人回味无穷。

凡此种种，都给我们一个启示，一分为几，化繁为简，方能旗帜鲜明，一片成名。

最后特别声明：本书故事，纯属虚构，如有雷同，实属巧合，读者切勿对号入座。

庞钰龙 戊辰年季夏于北京通州

<<解名片，析成败>>

内容概要

《解名片,析成败》讲述名片是文化变迁的缩影！

如今，名片已成为生活中不可缺少的一种工具。

一张小小的卡片，因为印有姓名、工作单位、地址、电话号码等信息，让人一目了然，且便于收藏，所以备受人们的喜爱。

名片不是现在才有的，它的历史可以追溯到中国古代的秦汉时期。

那时候，官场上的人们在拜访谒见时，就开始用名帖来通报姓名了。

西汉时称为“谒”，东汉时又叫“名刺”。

因为那时纸的使用还不是很普遍，名帖大多是用竹片做成的，上面刻有自己的姓名、籍贯和身份。

至唐代，木简名刺改为名纸。

元代改名刺为“拜帖”，明清时又称“名帖”、“片子”，内容除自报姓名、籍贯，还书写了官职。

民国时，推翻了封建体制，讲究大同世界的博爱平等，名帖由官场上走到了百姓中间，手本的格式也趋于简化，变成了现在的名片。

<<解名片，析成败>>

作者简介

庞钰龙，著名易学家，北京大学、浙江大学等高校MBA特聘教授，中国市场营销研究中心特邀研究员，国际品牌（中国）推广协会首席专家。

著有《周易式管理》、《周易人生大智慧》、《易经管理大智慧》、《谈古论今说周易》等。

擅长将《周易》大智慧应用于企业经营管理和日常生活之中，创建的“企业管理64卦模式”、“太极人才学体系”、“中医式企业诊断方法”、“周易名片学”获得企业家的广泛好评。

撰写的“易学三才全息与企业的人才管理”、“周易与企业形象策划”、“周易与企业竞争策划”等长文，在海内外易学界引起强烈反响。

创办的“机缘学堂”正在成为培养易学应用人才的摇篮。

1983年毕业于华东石油学院（石油大学），高级工程师。

曾在华北油田从事生产调度、综合计划科研管理、工程监督、引进外事、情报图书等工作，后在北京从事文化研究和企业策划工作。

曾为多家国内外企业公司常年担当策划和管理顾问；曾为中石油、中石化、中海油、中国电信、深圳华为集团、杭州老板集团、湖南房地产协会等大型企业和社会团体作培训。

<<解名片，析成败>>

书籍目录

上：名片玄机 壹泄密的名片 一、领导不出头，如何能有蓬勃的事业？
 二、没有招牌菜的饭庄，没有自信的经理 三、错位混乱的名片，矛盾丛生的生意 四、锐意开拓的组织，不能用“封闭圆”徽标 五、名片“水火相克”，建材生意怎能红火？
 六、名称布局比例失调，昭示你的下属孱弱 贰隐藏的事机 一、徽标阴影下，洋人的苦生意 二、“无为”老板，使高层无人管、基层很混乱 三、蜡烛光辉有限，火锅店难免艰难 四、尾大不掉的“冲击力”，难以为继的培训业务 五、“贵绅士”内外不一，家具公司如何显贵？
 六、麦城市标净窟窿，暗示领导“走麦城”叁个人的隐私 一、精明强干的女老板，谨防贪心会惹祸 二、脚底有绊的“飞虎”，如何让品牌高飞？
 三、怀才不遇，多是自我禁锢 四、名片印反，何来“诚意”？
 五、独门绝技，辨别“神马”“大师” 六、经理人，你为什么会遭遇职场困境？
 中：借古鉴今 肆全息 一、徽标两人拳击，夫妻店矛盾重重 二、人类全息图告诉我，2012绝不是世界末日！
 三、从一双袜子的全息，看诸君未来事业发展 四、“广进财源”两行泪，人死店荒几人知 五、办公室是特殊名片，领导不可不察 六、搬掉门前绊脚石，领导才能早提升 伍阴阳 一、美女领导太强悍，英雄配角不敢帮 二、一分为二的徽标，照猫画虎的韩国 三、务虚的公司，务实的老板 四、活在阴影下，不如寻找自己的幸福 五、名片不堪重负，有时放下方显智慧 六、善于隐藏自我，做高明的管理者 陆五行 一、徽标水火相克，阻碍事业发展 二、“木”生东方，以相生化解相克 三、急“火”攻心，警惕赌徒心态 四、水盛火弱，团队缺少“孙悟空” 五、名片“一团乱麻”，谨防灾祸上身 六、没有“火”的繁衍，家族企业后继无人 柒九宫 一、积极自救，人生没有过不去的“坎” 二、没有诚信，尽失乾“坤” 三、“震”天动地，寻找事业突破口 四、树欲静而“风”不止，让老板头疼的“小三” 五、包容“中”正，和气生财 六、“乾”位受克，决策层争吵不休 七、“兑”卦衰败，销售经营出问题 八、“艮”位缺山，根基不稳风险大 九、若即若“离”，团队精神为什么差？
 下：点拨改运 捌步调一致 一、“木、水”气场协调，美容美体店生意兴旺 二、“车”好“路”好，企业才能快快跑 三、标志位置有说法，气场不同别乱放 四、特殊行业定位难，名片布局细推敲 五、姓名放哪里，岗位告诉你 六、突出名片重点，展示不同自我 玖天人合一 一、“山”下流“水”，旅游公司财源滚 二、一条线救活一个标，整合资源业务多 三、“不养生”的养生馆，生意反而会转好 四、解开脚下羁绊，马荟俱乐部实现梦想 五、铸造公司，助“火”才红火 六、烽火改连鱼，水产生意效益翻倍 拾画龙点睛 一、化龙先得水，修仙先寻山 二、听潮需见海，积极定位自己 三、智者居勇位，以名片方位补自身不足 四、找到“靠山”，稳健发展 五、摆脱“霉运”，趋吉避凶 六、名字改一字，运势大逆转

<<解名片，析成败>>

章节摘录

版权页：插图：很多年前，我与北京某研究院院长在一次会议上相遇，一见如故，聊得非常投机。于是，互换名片，相约再聊。

我接过名片一看，感觉其徽标很不理想，就对他说：“你们院的这个徽标很不好，主研究成果难以推广。

”他听后果，说：“对，情况的确这样。

徽标不就是一个标志图案吗，与我们的成果推广有什么关系？

”我正要给他解释，听见主持人招呼大家进场，便说：“下来我再详细对你说吧，先开会。

”散会后，他找到我，开门见山地说：“现在给我说说，徽标和单位的关系。

”我说：“标志绝不是一个简单的图案，它蕴含着企业各种信息。

由文字和符号组成的徽标图案构成的企业标志，当然还包括其中的色彩搭配，是建立在吸引、感动社会公众的前提下对企业风格的一种直观体现，其图案、色彩除体现企业本质和特点外，由于每一种文字、图案、符号、色彩等都是一个相对独立的事物，因而也就具有各自的场，因此企业标志中的这些不同形式的场就要相互作用。

最后形成一种较强或较弱、易被接受或不易被接受的场，较强的、易被接受的场，肯定比较弱的、不易被接受的场对社会公众的影响要大得多。

比如你们的徽标（徽标见下图），图案中心的圆球可以看作地球，也可以把它视为成果，周围环绕的带箭头的黄带体现了你们推广成果的锐气和努力，但被外面许多层圈圈包围得水泄不通，又如何突破得出去呢？

”听到这里，他点点头，说：“有道理，我对企业形象的作用还是比较重视的，认为良好的企业形象，可以得到公众的信赖，为企业的商品和服务创造出一种消费心理；可以扩大企业的知名度，增加投资或合作者的好感和信心；可以吸引更多人才加入，激发职工的敬业精神，创造更高的效率。

只是没有想到，徽标在树立企业形象过程中所起到的作用这样大。

这样吧，下来抽时间动动脑筋，给我们出个思路，我决定重新设计一个新徽标。

”我说：“好的，不过，你们研究院的名称是不是也考虑改一下。

”听我这么一说，他不解地问：“名称也很重要吗？

我们院的名称也有问题？

”我说：“是的，名称绝不是一个简单的代号，它也有着极其丰富的内涵。

大家都知道，企业或产品的名称，必须体现出企业的本质和特点，同时还要考虑到易于让社会公众接受，比如便于记忆、感觉吉祥等。

然而，还有更重要的一方面被世人忽视，那就是‘名称’也是一种事物，像任何其他事物一样，一旦产生就拥有一个特点的场，与周围其他有联系的场就开始发生作用，这个名称场本身也有一个吉凶属性，我们可以通过字义搭配和笔画所得的数理判断是吉是凶，吉者具有好的、积极的诱导作用；凶者具有坏的、消极的诱导作用，这对企业今后的发展或产品销售、成果推广情况有不可低估的作用。

”说到这里，我停了一下，让他先思考一下，消化消化所讲的内容。

果然，他问到：“对单位名称的作用我能理解，因为对于一个店铺来说，它的名字对顾客造成的影响，绝不亚于那些金碧辉煌的内外装饰；对于一种产品来说，拥有一个充满魅力的名称，其积极作用远非包装和宣传所能替代了的。

但说到如何判断一个名称的吉凶、好坏，我还一时摸不着头脑。

”我说：“这涉及许多专业知识，以后再给你细说，今天就先结合你们院的名称给你说说。

你先介绍一下，你们自己对核心名称‘朔果’的理解或当初这么叫的初衷。

”他说：“我们是这样想的，研究院的成绩就是多出成果，‘果’代表的就是‘成果’；‘朔’为北方，我们的研究院在北京，在古代属于‘朔方’；再者‘朔果’与‘硕果’谐音，寓意我们的研究院将来研究成就硕果累累。

”我找了一张纸，边画边说：“看来你们是只想到其一没想到其二。

”画好草图（见下页图）后我对他说：“你看，朔字是由一个表示倒逆的‘倒子’和一个‘月’组成

<<解名片，析成败>>

，会意月亮晦后回头重又新生之意。

所以，朔字本义指农历每月初一，引申指凌晨、初始、北方等。

我们都知道，农历初一是月光最弱的时间，几乎看不到一丝月牙，‘硕果’也就有‘看不到光亮的成果’之解了。

而成果的推广恰好就是让更多的人看到、应用，所以用‘朔果’作研究院的核心名称是有大问题的。

”听到这里，他站起来在房间里走了两步，说：“有道理，我们确实没想到这一层。

”我接着说：“再说，你这名片的布局也有问题（见右图）。

你看，上下都比较满，中间印着你的大名，左中、右中都空白太多。

按八卦九宫方位，左中属震卦，代表开拓市场；右中属兑卦，代表营销，对你们来说就是研究成果的推广。

这两方面都欠缺太多，你们的研究成果肯定难于推广。

”他说：“我们院的名片好像多数都是这样印的。

”我说：“不管别人的，你是院长，最有代表性，也就最能说明问题。

”几年之后，再见到这位院长时，从他神采飞扬的脸上，就能看出他们单位的状况肯定今非昔比了。

再一看他的新名片，给人一种生气勃勃的感觉。

尤其那个徽标（见右图）特别理想，简洁大气，有凝聚、有发散，色彩搭配完全符合五行相生原则，我连连赞许说：“不错，不错。

很有成绩嘛！

”他回答说：“应该说托你的福喽！

确实得感谢你，这都是按你的建议改的。

”

<<解名片，析成败>>

编辑推荐

《解名片,析成败》笔者庞钰龙通过亲身经历的实践故事，为你讲述“九宫全息”在名片解读中的具体应用。

别让人一看你的名片就知道，要么你的企业没做好，要么你这个人没活明白，合适的名片比合适的衣服更重要！

<<解名片，析成败>>

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>