

<<商人的咒>>

图书基本信息

书名：<<商人的咒>>

13位ISBN编号：9787506340878

10位ISBN编号：7506340879

出版时间：2007-9

出版时间：作家出版社

作者：曹建伟

页数：427

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>

<<商人的咒>>

内容概要

继中国商贾哲理文学的奠基作品《灰商》之后，曹建伟推出了其商贾哲理小说《商人的咒》。这是一部反思中国商人生死命数的经典力作及破荒之作，作品以诡异的文字雕凿出商界的本质，以宗教的情怀抽象出灵魂的无奈。

在虚幻的商业世界里，三个极不安分的小商人，心怀豪商巨贾的企图，踏上了不同方式的经商道路。冥冥之中，他们分别遇到了商人命数中的不同拐点，并且以不同的死亡命数收尾人生：一个丧失了商人的物质世界——身体的死亡；一个丧失了商人的精神世界——迷失了方向；一个丧失了商人的灵魂世界——无法辨别真假。

三个商人的生意道路诡异、多变甚至荒诞不经，其中透射的商业逻辑却有理可循。

在三个商人的明线结构背后，又隐藏着形形色色的大小商人以及三个女人构成的暗线，共同演绎出真假假、虚虚实实的商业世界。

最终，一切商人的命数都转化成了虚妄的梦幻泡影。

本书沿袭了作者一贯的风格，尖锐、幽默、睿智，人物对白隐含着深刻的哲理。

另外，《商人的咒》不止描绘了商界的社会百态、人间万象，更是写出了商人虚妄世界的必然。

如果说《灰商》深刻地反思了商业世界中不黑不白的“灰哲学”，那么《商人的咒》则反思了商业世界中不真不假的“虚哲学”。

<<商人的咒>>

作者简介

曹建伟，资深商业评论人。

所著商业管理书籍《长大》为中国本土管理学畅销书的奠基之作，引发中国本土管理学书籍创作热潮，多年位列中国主流图书畅销榜，并有韩文版、英文版及中文繁体版等多个版本。

所著商贾哲理小说著作《灰商》为中国商贾哲理文学的开山之作，引发中国本土商贾文学创作热潮，连续两年位列中国主流图书排行榜十强。

《商人的咒》是作者商贾哲理文学系列作品之一，以宗教般的情怀深刻地探索了大历史背景下的中国商人命数。

<<商人的咒>>

书籍目录

上虚咒1.一相2.因由3.善根4.妙行5.一合6.功德7.无为8.出生9.一体10.有色11.无断12.受持13.如法14.知见15.执著16.转轮17.邪道18.寂灭19.忍辱20.非真21.贪著22.无法23.业障24.正信25.威仪下幻咒26.果报27.非相28.不畏29.化生30.于忍31.如来32.同观33.凡夫34.降伏35.所化36.应化37.四维38.如理39.法界40.净信41.福胜42.肉眼43.不住 44.离色45.离相46.无诤47.具足48.微尘49.洗足50.无相善护念 · 商人的咒致读者

<<商人的咒>>

媒体关注与评论

盛世中国的“资治通鉴” 《商人的咒》是一部1999年以后的文学化的中国编年史，更是一部发人深省的“资治通鉴”。

上万件值得深思的新闻体故事，再次挑战传统文学的历史留存价值。

《商人的咒》以佛教“虚世”的形式，以商人世界为主线，记录了1999年以后盛世中国的社会万象，人间百态，几乎是一部编年史，更是一部盛世中国的“资治通鉴”，其尖锐的现实主义批判风格发人深省。

另外，其独特的“新闻体文学”风格，也再次冲击了传统文学领域。

这一风格在《灰商》中首次使用以后，曾经受到读者广泛追捧，并且被定义为“新新闻运动”和“新闻体文学”，一时引起文学评论界众说纷纭。

然而，此部《商人的咒》再次熟练地运用了“新闻体文学”，并且发挥到淋漓尽致的程度。

读完本书以后，似乎完全不是阅读一部小说，而是观赏了一部虚幻世界的新闻记录片，未免再次挑衅了传统文学的审美和价值观。

与此同时，作者沿袭了一贯的风格，尖锐、幽默、睿智，人物对白隐含着深刻的哲理。

在“新闻体文学”的光环下，《商人的咒》不止描绘了商人的世界，而是虚妄世界的社会百态、人间万象。

如果说《灰商》深刻地反思了商业世界中不黑不白的“灰哲学”，那么《商人的咒》则反思了商业世界中不真不假的“虚哲学”。

正因为如此，《商人的咒》不止是一部“小说”，更像一部“大说”。

读者倘若只是追求纯小说阅读的快感，或许会感到困惑和不解，因为它容纳了太多非小说的因素。

作者认为，不同兴趣的读者都可以在本书中找到不同的感应和共鸣。

因为，它不是“小说”，而是“大说”。

换句话说，书中不仅是商人世界的故事，而且容纳了社会万象与众生百态，却又与商人世界有千丝万缕的联系。

事实上，《灰商》和《商人的咒》并列为中国商贾哲理作品系列，也是要试图洞察一些商业世界的内在规律。

《灰商》描写了灰的哲学，即非黑、非白的商业世界，当然也是为了表达对透明商业世界的追求。

《商人的咒》则是要描写虚的哲学，即非真、非假的商业世界，这却是为了表达对明朗清净的商业世界的追求。

显而易见，融合了诸多要素的《商人的咒》必然再次震撼中国商人阶层和商业世界。

独立出版人师永刚则认为，恰恰是“新闻体文学”使得《商人的咒》真正地走向大众市场，而且真正地接近现实世界，并且对读者产生实用价值。

那些完全停留在虚幻的创作世界和作者独特内心世界的文学作品，的确距离读者有一定距离，并且难以产生更高的实用价值。

“不仅是作者要关注读者价值，我们作为出版人，也应当关注读者价值，不然不可能获得长久的生命力！”

师永刚对记者说。

不论如何，《商人的咒》注定都是今明两年出版市场的一股强劲势力，并且掀起一阵令业内刮目相看的风潮。

截止记者发稿日期，《商人的咒》销售直线上升，正迅速向10万册关口冲刺。

<<商人的咒>>

编辑推荐

唯有持恒地保护心灵，方能在商业虚世超生。

继中国商贾哲理文学的奠基作品《灰商》之后，曹建伟推出了其商贾哲理小说《商人的咒》。

<<商人的咒>>

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>