

气韵藏于笔墨 笔墨皆成气韵

——刘成荣中国画作品



刘成荣, 1936年生, 黑龙江省泰来县人。现为黑龙江美协会员、中华书画学会副主席、《国学杂志》副理事长、中国现代艺术协会副主席、西泠印社签约艺术家、内蒙古书画院特约书画师、中法文化艺术交流特使、中国国际艺术家协会终身顾问、中国国礼大师协会特邀委员、中国传统文化杰出贡献人物。

作品多次参加全国画展, 并多次在韩国、日本、法国、英国、澳大利亚、波兰等地展出。2009年作品赴欧洲八国巡

展并获金奖, 其作品还先后获得第九届世界华人大型艺术展优秀奖、中华名人杰出成就金奖、“奥运有我”全国巡展银奖、奥林匹克华夏书画艺术展金奖等几十项奖项, 并获“世界杰出华人艺术家”称号。其艺术经历及作品曾在中央电视台数字频道《翰墨人生》栏目播出。

作品入编《当代中国美术》《中华名人系列丛书》《中国美术三十年史志》等典籍。

出版有《美术》杂志主编的《中国优秀美术家丛书》个人画集等。



回看天际云中游 68x68cm



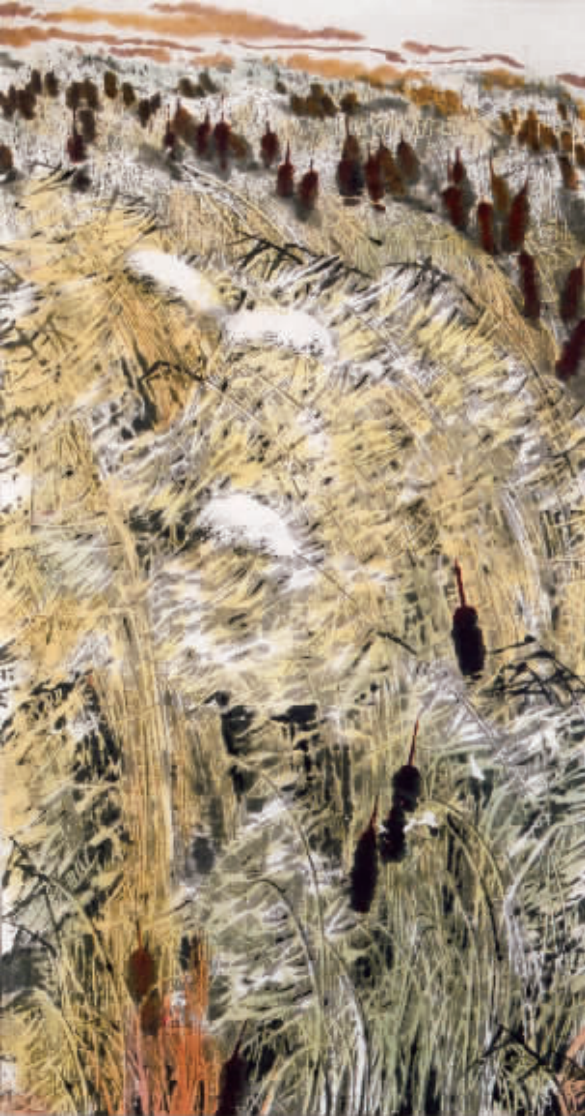
天长地久 68x68cm



黄山飞云 136×68cm



雪后兴安岭 188×94cm



阳光普照 136×68cm



长风树舞几度夕阳 188×94cm

国学讲堂

“做人处世”是自古名言, 前辈经常提出, 要想做大事的人, 必先学会做人; 可见“人际”的重要性, 它主导着每一个人迈向成功的步骤, 在社会上你可以没有财富, 但绝对不能没有朋友。

人际虽然主导着成功, 并不是绝对性的成功, 就看你怎么去掌握, 俗称: “近朱者赤、近墨者黑”, 警示人们在交友之中分辨与自己磁场相通者为“亲友”, 与自己磁场不相通者为“良友”。“亲友与良友”之区别在于是否为生活中不可或缺的人, 如: 兄弟姐妹、夫妻、知心好友等为“亲友”; 而生意上的客户、同事等为良友。不论你与什么人交往, 千万别成为“恶友”。人际关系的互动, 不论他与你是何种关系, 首先以你自己做为“目标”, 再把对方视为“指标”, 如果互相指数(心念磁场、周边的人、目标定位)互通的人, 绝对是很好的朋友; 如果指数(心念磁场、周边的人、目标定位)不相通的人, 你必须把握与对方交往之间的尺度, 可以成为“良友”。

磁场感应与管理

《管理》的重点是: 影响别人, 而别人被你影响、被你带动。

《管理》在于如何使周边的人为你所用, 被你吸引。

首先, 必须先观察你自己的企图心如何, 以及你的目标定位是否正确。再看你周边的人的磁场反应, 加上你管理的轨道。现今有关管理的书籍尚未涉及“人性的磁场管理”, 人的潜能中有一种“无形的、自然的”感应管理。

管理分为三类:

《能量管理》是你的智商~ 做给人看;

《磁场管理》是你的行为~ 学习方略;

《I Q 管理》是你的学习~ 讲给人听。

你交往的朋友中, 他是属于你的贵人, 不见得他一定是别人的贵人; 反之, 他是犯你的小人, 不见得他一定也是别人的小人。这就是你与他之间的指数是否相通而定, 因此能够助你生活重心快乐或事业成功、财运亨通者, 相信他与你的指数有绝对性的相通; 如处处刁难着你或破坏着你, 甚至很势利地观望着你, 可以肯定他与你的指数基本是对立的。

许多人都会问, 卧龙先生怎么了解得如此精确, 实质上这是一个换算的公式, 卧龙先生身任数家公司总顾问, 协助董事长对于员工的抉择, 起到了一个很大的作用。卧龙先生提出《人性的磁场管理》分为三部分进行:

第一层高级干部, 第二层专业干部, 第三层基层领导。首先董事长是个目标, 而分门别类, 由第一层看董事长, 其次由第三层看第二层总和看董事长, 最后由专业干部看第一层总和看董事长, 这就是人际的互动, 而不是企业的管理。由以上三层管理中, 即可分别了解对董事长忠心者、不忠心者、因利益互动等因素, 如果有80%以上对董事长忠心者, 企业基本不会瓦解。

心念的磁场对周边人的磁场

你的《领导功能》那是一个行为, 这是你的“气”给他人的感觉有威严, 那就是你的《心念的磁场管理》。

“心念”靠表达, 磁场才会呈现出来, 《心念磁场》和“周边人的磁场”的感应将



卧龙先生, 生长在一个书香世家, 研究天星、地理及人文已有近40年, 从大学时期对人体工学及人性心理, 独钟喜爱。俗称“医易本同源”, 把自然融合在各种不同环境中, 更深入一层了解人性之精髓。

卧龙先生首创以各国的国运, 运用各国不同的地气, 转化为人于不同环境的生命体, 产生不同的变化, 突破旧有迷信的传统推研, 以符合科学化、理性化的态度来研究中国传统经典。对科技时代的来临每个人的生命体与大自然的结合是为一条脉络的形成, 密不可分。卧龙先生在40年的积累知识、常识及经验, 以科学的、严谨的、理性的态度来研究中国传统玄学经典。

担任大陆华源地产、黎明集团、万翔地产、冠正地产以及澳洲金沙、威尼斯人、新葡京等博彩公司的规划顾问, 并担任金得利首饰、邦德学院、罗根食品等企业顾问。

著作有《亿万富豪成功秘诀》《你的孩子未来何去何从》《如何走向成功之路》等。

人性管理总论

人际是成功的主导

文: 卧龙先生

建立在“表达和说服”, 只要你本身懂得把自己的企图心和欲望表达出来, 则你周边的人一定会有所感应, 并且接受你的说服, 代表着是一种《无形的说服力》。

在管理上, 是发动《说服式》的磁场感应, 因此, 你本身的语言、表达能力则很重要, 只要你的表达能力好、口才又好, 则你周边的人便会追随你, 当你的《周边认同感应》产生时, 若你再碰到与你《管理轨道》的相同, 则你的感应更强, 这一种感应最能发挥于“说服和表明心迹”。

《心念磁场》吸引着周边的人和你的目标、定位的感应, 当你的企图心一停止, 则你的目标就无法运行, 则你周边的人就会对你失去引力的相吸。因此你《心念磁场》的“企图心和欲望”, 是左右你“周边的人和你的目标”磁场感应的核心。

了解你的《心念磁场》所处事的方法、方式的管理法则分为五个方式是:

(1) 引导式 (2) 强劲式 (3) 滋长式 (4) 吸收式 (5) 独立式。

目标的磁场对周边人的磁场

你的《心念磁场》是受《目标定位》的影响, 《目标磁场》掌管着你的“前程目标”, 要靠你实际定位和运作, 当你本身已经有实际在经营或你的目标成

熟了, 才会和你周边的人产生感应, 而周边的人会被你吸引进入轨道, 否则只是陷于一种空幻思想罢了。

你《目标定位》发展的愈大, 你的吸引力就愈强, 自然你周边的人就会愈被你所吸引, 《心念磁场》除了你《目标定位》的引力以外, 还会接受你周边人“光芒与热度”的感应, 因此你周边的人也相对会影响你的《心念磁场》。

首先, 你一定要先了解你的为人, 是属于“思想、行为、智慧、财局”等, 哪一样较弱, 而哪一种人对你的吸引力最有感应与最强。你周边的人《本能磁场》是属于:

(1) 联合型 (2) 实力型 (3) 潜藏型 (4) 多重型 (5) 精英型。

其次, 你必须先观察你自己的《心念磁场》如何, 以及你的《目标定位》是否正确。这是你潜能中的一种“无形管理、自然的感应管理”。你一生管理磁场是否归属于:

(1) 追随形 (2) 实业形 (3) 机会形 (4) 理想形 (5) 稳定形。

当你在市场运营的时候, 你所应该分析的要点, 先观察你周边的人反应, 加上你管理的轨道。这是你特有的一种“有形管理、自然的对应管理”。整体的管理轨道分为五种:

(1) 连接形管理 (2) 带动形管理 (3) 吸引形管理 (4) 双轨形管理 (5) 感应形管理。

周边人的磁场

“周边的人”其实是你用人的一门艺术, 你会用“周边的人”, 你的事业就会扩大; 不会用你“周边的人”, 你的事业也许就不过尔尔。大事业家、大企业家为什么会用“周边的人”? 人冥冥之中有一股潜意识存在, 你这个人未来如何? 只要让自己很冷静、很客观地回忆一下, 相信你就能评估得出来。

你如果很实际、很客观地评估, 你大概可以评估得出来, 你最起码能评估出: 一、两年里, 你的路大概会往哪里发展? 相信每一个人都有这种能力, 只是我们会很容易受外边的因素影响、受其它周边的掌声影响! 让你产生了迷惑。

《人性管理》很注重讲究变革的时机, 认为人们的行为应随“时间、条件、地点”为转移, 要善于捕捉三个时机:

(1) 在事物发展初期是不能变革的, “初期”只能用“中顺之道”巩固, 而不能轻易变革。

(2) 一段时间过后, 表明以前的事太坏了, 旧的东西很腐败了, 变革非搞不可了, 此时你就可以进行变革。

(3) 如何变革也要考虑再三, 反复研究, 最终取得人们的信任, 变革就可以开展了, 即为“中衡之道”。

人与人之间的关系尽管复杂多样, 但其性质无非是好与坏两种。《人性管理》还有一个重要的特点, 就是重视交往的差异, 认为人际关系不能都建立好, 有些关系甚至还应该疏远, 这种关系主要表现为: “君子与小人”的关系, 这二者之间不仅不应建立好关系, 而且要有意隔开。《人性管理》中还有关于如何分辨“贵人与小人、圣人与恶人”的说明, 所以不是使用高深的学理来阐述《人性的学说》。