



寓言是一种把深刻的哲理和教训寄托在简短、形象的故事里的文学样式。短小的寓言故事浓缩了人类智慧的精华，它往往能让人们更乐于接受那些因说教意味浓厚而不愿接受的大道理，更便捷、更有效地获得人生的经验和智慧。

· 图文 每天读个好寓言 · 大全集

每天读个好寓言 每天进步一点点

人生就像寓言，重要的不是它的长短，而是它的内容；寓言也好似人生，简单平实中却有触动人心灵的一刻。在纷繁生活中，我们苦苦追寻人生的智慧，但却常常忘了，智慧就蕴藏在那些最纯真挚朴却又最永恒经典的文字一寓言里。寓言，是智慧的花、哲理的诗，它们闪烁着人类智慧的火花。寓言赐予我们想象，它们是前进路上的基石。古老的故事，永恒的智慧，心灵的启迪从这里开始。让我们细细品读，久久回味，用智慧的光芒照亮人生的道路。

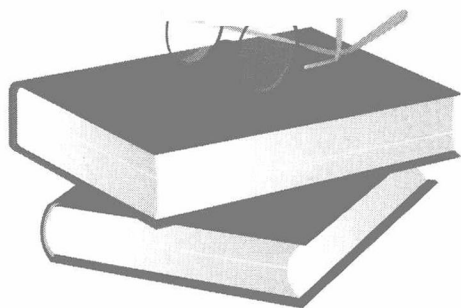


中国古代寓言故事

图文每天读个好寓言 大合集

第三卷

翟文明 陈志刚 编著



哈尔滨出版社

目 录

逃过劫难的蚂蚁——有付出就会有回报	387
大象的战争和蚂蚁的草——企业里人人平等	389
逃跑的狼——领导应与员工共进退	391
骗子的诺言——企业的诚信问题	393
年轻人和羊——员工的忠诚来自企业的关爱	395
兔背上的猫头鹰——重视老员工的意见	397
身体的争吵——互相配合的问题	399
蛇头与蛇尾——统一指挥	401
丢鸡的农夫——领导的责任	404
狮子的指挥——不要“越俎代庖”	406
熊是个没有头脑的忠实朋友——把权力授给正确的人	408
得意洋洋炫耀的猪——选择好接班人	410
忠诚于猎人的狼——用人不疑	412
牧羊人和羊群——上行下效的教训	414
猿猴和两个人——偏听则暗,兼听则明	417
遭无赖侮辱的信徒——理智是领导者的基本素质	419
狮子与蚊子——企业决策要戒骄	421
钻进仓库的黄鼠狼——要有危机意识	423
燕子的警告——能听逆耳之言	425
明智的农夫——决策从实际出发	428
狗、公鸡和狐狸——临危不乱需聪明	430
野马的长征——主动接受不确定性	432
觅食的狗——战略决策不能多头进行	434
贪心的乌鸦——不要被既得利益蒙蔽了理智	436





猴子骑马——正确地吸取教训	439
没有特权的狮王——企业文化造就真正需要的人才	441
惭愧的狼——创新要有实力	442
披虎皮的驴——创新不是欺骗	445
蜗牛的愿望——创新不是嘴上说的	447
猴王上任——打破传统的壁垒	449
龟兔赛跑——要创新就要冒风险	451
披上狼皮的狐狸——模仿不能改变自己的本质	453
白猫和黑猫——建立创新的机制	455
虎口的狐狸——创新不能避开危机	457
小狮子“生病”——创新带来活力	459
七只老虎分肉——合理分配才能留住人才	461
鹰与孔雀——传统与创新的冲突	463
两只母山羊——企业内部利益冲突的解决	465
两只鹦鹉——礼貌的沟通带来利益	467
狐狸对狮子的看法——沟通才能消除偏见	469
厨房里的战争——部门之间的沟通交流	471
听信鹦鹉的国王——信息偏好带来的弊病	473
风神的皮囊——传递信息和隐藏信息	475
山的分娩——小道消息的无限放大	477
不幸的翠鸟——来自企业底层的信息很重要	479
公鸡和珍珠——认识系统工具的价值	481
井底之蛙——环境决定企业的视野	483
蜻蜓和蚂蚁——要实用的信息	485
聪明鼠——透过表面信息看本质	486
黔驴技穷——自己的弱势要对外保密	489
老鹰和乌龟——信息管理工具的多元化	491
千金买马骨——巧妙地发布信息	493
马价十倍——不动声色的宣传	495

营销寓言

认猫为友——从营销战略上认清朋友和敌人	498
青鬃马——生于忧患,死于安乐	500
单眼鹿——勿掉以轻心,要防范风险	502
夜走遇虎——再强大的对手也有弱点	504
狐狸的甜言蜜语——赞美背后很可能是阴谋,小心营销陷阱	506
注意秃鹰——良性竞争、和平共处更可取	508
两虎相斗——选择参与竞争的合适时机	511
生肖大赛——致力于建立企业的竞争优势	513
借助牛力——学会以己之长,攻彼之短	515
涸泽之蛇——商场不完全等同于战场	517
山羊的代价——失去诚信,受损害的是自己	519
三虱相讼——竞争对手也有合作的时候	521
猪妈妈吃闭门羹——从自己身上找原因	523
仙人掌中的水分——随消费者而动,设法去满足	526
爬山虎——消费者才是影响营销决策的关键因素	528
武断的肉店老板——去了解消费者	530
鲁人养鸟——把产品的“最佳特点”告诉消费者	532
投牛所好——不要把消费者的需求同一化	534
金钩挂挂——给予消费者实际利益	537
牧羊人和野山羊——老顾客更有价值	539
撒谎的牧童——消费者只上一次当	542
猎人和狼——想办法让普通顾客变成忠诚顾客	544
养羊和养鸡的不同——随消费者的需求变化“与时俱进”	546
万幸的鸭子姐妹——改变没有什么不好	548
拜见皇帝——与消费者对话要做好准确的市场定位	550
猎人和狗——没有永远的利益,只有永远的关系	552
羊皮不是久留之地——为市场调研辩护	554





书生赴宴——没掌握详细资料就不要轻易下结论·····	557
盲人摸象——营销要有全局观·····	559
豺狼舔血——营销近视症·····	561
任公子钓大鱼——坚持就是胜利·····	563
蚂蚁攻城——人有远虑,未必无近忧·····	565
猎人被吃——营销要学会“十八般武艺”·····	567
猎人造网——学习国外·····	569
聪明的甘道夫——考虑一下退出壁垒·····	571
南海人赠蛇——营销要注重本土化·····	573
吃鸡的猫——维护大利益,容忍小弊端·····	576
猴子的教训——小心模仿让企业走向衰亡·····	578

逃过劫难的蚂蚁

——有付出就会有回报

在一个炎热的夏季里,有一只蚂蚁爬上大树,想找片树叶睡个凉快的午觉。可是,一阵狂风吹来,可怜的蚂蚁连着树叶被风刮落到池塘里,危在旦夕。树上有只善良的鸽子看到这情景,大发善心,叫道:“好可怜的小蚂蚁噢!去帮它吧!”鸽子赶忙飞了下去,将叶子叼了起来,轻轻地放在地上。蚂蚁得救了,心中非常感动。它想:多亏鸽子的救助啊!

蚂蚁牢记鸽子的救命之恩。过了很久,有位猎人来了,恶狠狠地四处搜寻猎物。聪明的动物都躲起来了,只有善良的鸽子还大意地站在树上。猎人发现了它,用枪瞄准,但是鸽子一点儿也不知道。只有小蚂蚁在暗处看到了一切。它想,报恩的时候到了,怎么也不能让鸽子受到猎人的伤害。蚂蚁爬上猎人的脚,狠狠咬了一口。“哎呀!好痛啊!”猎人一痛,就把子弹打歪了。

鸽子逃过一劫,希望报答蚂蚁的救命之恩。蚂蚁谦虚地说:“我今天能够救你,是因为你当初仁慈的举动。有付出就有回报,所以请你感谢你自己吧。”



分 析

现实生活中,企业和员工之间的关系就像鸽子和蚂蚁的关系一样,应该是一种互益的关系。企业追求利润,当然也要关心员工的



生活保障;员工关注自己的工资,关注企业对自己的重视程度,也必然根据自己的判断来指导自己的工作。这种互动要么是两者良性的回应,要么就是恶性的循环。后一种不好的情况大多数是因为企业把员工当做赚钱的机器,忽视对员工的保障责任而导致的。

理论延伸

老板与员工的利益结合很紧密。一个老板如果手下有一批得力的员工,相当于平添了一笔巨大的资本;一个员工如果能帮助老板开动脑筋,做大生意,那么无疑也会使自己赚得更多的薪水。

总之,老板给员工以优厚的待遇和无微不至的照顾,员工也必然心存感激,在工作上竭尽全力,努力使老板的业务大大地发展起来。

好的做法

世界著名的西门子公司跨越三个世纪,历经近 160 年而长盛不衰,创造了许多世界第一,为人类的物质文明与科技进步做出了巨大贡献,它依靠的就是来自世界各地的优秀人才!西门子的创始者维尔纳·冯·西门子引进了许多超前的社会福利制度,包括 1872 年实施的公司养老抚恤基金方案;每天 9 小时工作制,以及 1866 年开始实行的利润分享方案,即所谓“股权分红”。西门子为员工提供补充住房公积金,本来应该由员工交的部分款项也由西门子公司统一交付,体现了对员工的关心。西门子还为员工提供补充医疗保险,除了正常的社会保险、医疗保险外,西门子还购买了其他的医疗保险、生命保险,充分体现了西门子对员工工作与生活无微不至的关心。若员工遇到意外的经济困难,比如买房需要很多钱,比如员工的亲属患病,西门子都会慷慨解囊,帮助员工渡过难关。

许多企业的老板从未意识到,他们事业的成败兴衰系于员工之手。这些老板错误地认为,自己与员工之间就是简单的雇佣关系,员工的忠诚与效力是可以用金钱买来的,只要有一张毫无感情的用人合同,就可以解决一切问题了。殊不知,老板要实现自己的最大利益,还要以员工的利益为基础;同样,员工的利益也要建立在老板利益的基础上。

大象的战争和蚂蚁的草

——企业里人人平等

从前大象和犀牛为争夺统治帝国的权力,相约到决斗场去一比高下。在开战之前,有人告诉说,神王的使者马上就要到森林里来。但是,谁也说不清楚,尊敬的使者有什么任务。

骄傲的大象以为使者是来觐见自己的,神王肯定是让它来表示支持自己的。可是这使者却只字未提将要发生的争斗。傻乎乎的大象很奇怪,但它并没有那种惺惺作态的性格,于是就直接地说:“不久,神王将看到一场最为空前绝后的战斗,这场战斗将为历史写下最辉煌的一笔。”

“什么战斗?”使者一脸的迷惘。大象接口说:“怎么?你难道不知道吗?我们象的王国已向犀牛国宣战了。我要打倒它们,树立起我们象族的权威。难道,神的天国不知这件事情吗?”





使者解释说：“在我们广阔的天国里，好像还没有谁说起这件事情。”

大象真是又羞愧又惊奇，尴尬地问道：“那么请问您到我们这里是来做什么事呢？能劳动您的脚步，一定是件很重要的事情吧？”

使者平静地说：“哦！我来这里是为几只蚂蚁分一棵草。神认为不论大小，都应当受到重视。关于你提到的那件事，在诸神参加的会议上现在还没有涉及。在这些神的眼里，大小动物一律平等，没有两样。”

分 析

等级制度并不妨碍企业内部的平等。平等的关键含义在于企业内部的每一个人，从行政管理人员到销售服务人员再到技术开发人员，都有公平的发展机会。

企业必须为他们的发展与成长提供同等的权利。这就是等级与平等的辩证关系。

理论延伸

制度建立在公平的基础上，企业用人必须建立在制度的基础上。好的制度将更加完善地维护公平竞争的机制。



创始于1816年的法国安盛集团，是世界著名的金融保障及资产管理机构，它在全球拥有13万名员工。在安盛的经理人发展蓝图上，一开始就给每个人两条路供选择。你可以上“管理发展阶梯”，也可以选择“业务发展阶梯”。这两个阶梯都分成几层：顺着

管理阶梯你可以成为助理营销经理、营销经理、分区经理,直至区域总销;顺着业务发展阶梯你可以从业务专员到业务经理,再到高级业务经理。仅仅分了两个阶梯还不够,还要从待遇上使两条道路上的人平等。也就是说,针对这两个阶梯设计了两种不同的薪酬体系,确保两个阶梯相同层次的人都有相等的收入。管理阶层要对下面所管的代理人进行招聘、培训,因此他的收入和下面人的业绩有直接关系。业务阶层的人没有下面所管理的人的业绩做支撑,全靠自己的收入,在设计时就突出多劳多得。通过这样独特的设计,企业内部不同层次的员工都赢得了发展的平等权。

不好的做法

企业的员工虽然有等级差别、能力的高低,但是他们都是企业的一员,都应该平等对待。某些企业单纯推行等级制度,以等级来区分对员工的重视程度,这实际上形成了对员工的歧视。不是以人为本,而是以官为本。企业盲目崇拜官职,而不重视企业发展的基本动力,即基础员工。

逃跑的狼

——领导应与员工共进退

狮子想要扩大自己的领土,于是计划对邻邦发动一场战争。在它的咆哮下,所有的动物都被迫向它效忠,表示愿意为了它的荣誉而战。即使狡猾如狐狸这样的家伙,也不敢生出开小差的心思来。



管
理
寓
言



谁都可以看出,狮子的怒吼是真的。

戏剧性的是,狮子分配完任务,把大大小小的动物都派上了战场,自己却回到山洞里休息。狮子刚刚转身,狼就准备偷偷地溜走。狐狸问它怎么胆敢违抗狮子的命令,狼低声说:“除非它愿意率领我们一起死,否则我可不愿意给这样的国王卖命。”

分 析

企业领导必须与员工同甘苦、共进退,让他们知道你很感激他们每个人的努力工作,这对团队是莫大的鼓舞。

切不可像寓言中的狮子那样逃避责任,同时,只有在一线工作,才能更及时、详细地了解情况。

理论延伸

郭士纳说:“伟大的企业不是管理出来的,而是领导出来的。领导必须身先士卒,亲自参与解决问题,并且经常在一线出现。”

好的做法

韩国企业成员被公认为是非常勤奋的员工。长时间劳动不仅适用于普通劳动者阶层,而且在高层经营者和一般管理者阶层中也同样适用。早上7点召开干部会议,晚上8点以后下班的企业比比皆是。韩国企业界的大力倡导和经营者身先士卒的表率作用,使得认真的工作态度和勤勉的劳动意识已经成为韩国企业文化的一个重要特征,因而勤奋成为韩国劳动者普遍具有的劳动素质。韩国企业的成功与此密不可分。

企业雇佣了职员,并不意味着他们成为你能说话的机器。即使他们真的是机器,也需要你首先变成机器,为他们做出榜样。但是,许多企业领导者怀有一种踩着员工的业绩往上爬的想法。他们推崇“一将成名万骨枯”的理念,认为员工为他们的成功做牺牲是理所应当的,而他们正是躲在安全地点遥控竞争,等到胜利之后下山摘采胜利果实的人。

骗子的诺言

——企业的诚信问题

有个人卧床不起,病情十分严重,他绝望地祷告众神,说若能使他病愈,他一定奉献一百头牛。众神想试验他一下,便用灵丹妙药使他康复了。他病好下床后,没用真正的牛来酬谢众神,而用面团做成了一百头牛,放在祭坛上烧了,并念念有词地祷告说:“诸位神明,请接受我所许下的承诺吧。”

这时,众神们认为他用骗术亵渎了神灵,便在晚上托梦告诉他,要他到海边去,说在那里可以找到一千块钱。他醒来后高兴极了,就往海边跑去。结果在那里遇到海盗,被他们抓去卖了,卖了一千块钱。





分 析

“诚信”是企业生存和发展的无形法宝。食言的情况其实在企业的上下级之间随时都在发生。当然,食言者最终会遭到惩罚,就像寓言中的人一样。

但是,上级食言比下级食言对企业的危害更大。因为下级对上级没有直接约束力,如果上司食言,下级很可能敢怒不敢言。

如果员工普遍都对上级持一个食言的预期,就不能全心全意地为公司工作。

理论延伸

企业文化的难处在于不仅仅公司高层要恪守承诺,而且要教育公司所有的上级在面对下级的时候都要恪守承诺,包括各种明言的、暗示的承诺,摒弃着眼前短期利益的机会主义行为。这听起来很像革命时期的一句老话:重要的是教育干部。

好的做法

领导者必须重视培养自己的个人信用,比如说什么时候加薪,说了之后一定得兑现。失信于员工是对员工的最大伤害。说到做到,是对自己的行为负责,也是对员工负责。要注意:第一,不要轻易许愿,但是许的愿无论怎样都要实现,不能让员工失去对领导层的信任。第二,不要许那种空洞的诺言,应该从员工的实际需要出发,比如薪金、休假、医疗、培训等方面,给员工一个实际的期待。第三,聪明的管理者不会一开始就许很多愿,那样提高了员工的期待值,又增加了自己的负担,得不偿失。

企业食言主要有两种原因：贪婪和迫不得已。前一种表现为在事成之前明知许诺不可能兑现，但为了完成任务就夸大许诺，让员工为其卖命，等到完工之后再想办法开掉员工。第二种是老板许诺时，只是就发展来考虑，没有把可能遇到的困难考虑在内，然而在事情发展过程中，困难偏偏发生了。其直接后果是员工的期望落空。长久下去，企业的信誉下降，员工都会离心离德。

年轻人和羊

——员工的忠诚来自企业的关爱

有一个青年人养了一群羊，羊儿很听话，他走在前面，羊就在后面跟着他，再后面跟着懒洋洋的牧羊犬。有人开他玩笑说：“这些羊之所以跟着你跑，肯定全凭你的牧羊犬吧？”这青年一听这话，立即把牧羊犬关进了屋里，自管向前走去，并且一会儿左、一会儿右的。那群羊呢，却一步不离跟着青年忽左忽右地跑，一点没有离开青年的意思。

开玩笑的人不禁奇怪地问：“年轻人，这是为什么？”

“因为我供给它们饲料和水草，并且精心照料它们。”年轻人边说边用一种爱怜的目光看着羊群。

开玩笑的人奇怪地说：“我比你富有，我供给羊群的食物和水草更加肥美，我照顾羊群也很精心，但是它们对我却熟视无睹。”





旁边的老牧羊人说道：“食物和水草不能代表你对它们的关心，只代表你需要它们的皮和肉。我有一句良言相告，拴住羊的不是那根细绳，而是你对羊的关照和怜爱。”

分 析

领导人不要把员工当做贡献劳动力的“羊群”，不能只关心他们创造的效益，而是要在严格的工作之外真心关爱部属的方方面面，从生活细节到工作业绩。

尤其要留意员工情绪的细微变化，了解变化的真实原因，并协助员工共同解决。

一个小小的关心可能留住一个优秀的人才，一个小的误解也可能把人才推向自己的对手。

理论延伸

企业不能头痛医头、脚痛医脚，而应把对人才的重视转变为实际行动，建立一整套系统的、完善的用人和留人机制，以事业留人、以机会留人、以待遇留人、以感情留人，使员工乐于为企业工作，在其位谋其政，发挥个人的最大潜能。

好的做法

有人采访某大型乡镇企业的老总，问他为什么那么卖命地为董事长工作？老总沉思了很久，竟说不出豪言壮语，只说是董事长在生活上非常关心他，这让他感动，让他发自内心地愿意跟着董事长干。

不好的做法

创造良好的团队协作氛围,互帮互助、互相勉励进步的团队精神,能使人保持良好的工作心情。如果你盯我、我防你,团队成员都疲于应付复杂的人际关系,还谈何合作与发展。在 IT 企业这一点尤为重要,因为技术开发人员普遍不善于处理人际关系,尔虞我诈的工作氛围更容易伤害这类员工。正如中国 IBM 人力资源总监周晶所说:“现在光靠钱是留不住人的,团队和大家庭的感觉才能让人觉得工作的意义。”

兔背上的猫头鹰

——重视老员工的意见

暮色降临了,沉睡了一天的猫头鹰开始在林中盘旋,暗中搜寻猎物。

一只强壮的大灰兔跳到林中的草地上,开始梳理脸上的毛。它是那么的壮硕,以至于根本不怕暗中的危机。老猫头鹰看了大灰兔一眼,还是安静地停在树枝上。跃跃欲试的小猫头鹰说:“你怎么连兔子也不去捉呀?”

老猫头鹰说:“我力不从心呀!这只灰兔太大了,你要是抓住它,它会把你拖进密林里去的。”

没有经验的小猫头鹰故作聪明地说:“我用一只爪子抓住它不放,同时用另一只爪子迅速握住树枝。”老猫头鹰还没有来得及教训



管
理
寓
言