

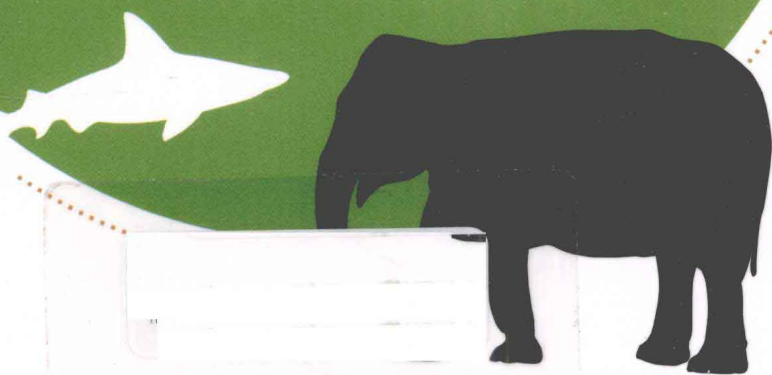
世界各国可以从中国传统文化中吸取管理自己国家的智慧，
人类可以向大自然学习如何管理自己的企业。

兰庆林◎著



向大自然 学管理智慧

60 不可不向动物学习的
个企业经营和管理



中国致公出版社

兰庆林◎著

向大自然 学管理智慧

不可不向动物学习的
60个企业经营和管理



中国致公出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

向大自然学管理智慧：不可不向动物学习的60个企业经营和管理/兰庆林著. —北京：中国致公出版社，2011.1

ISBN 978-7-5145-0025-7

I. ①向… II. ①兰… III. ①企业管理—通俗读物
IV. ①F270-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第234430号

向大自然学管理智慧：不可不向动物学习的60个企业经营和管理

著 者：兰庆林
责任编辑：王 聪

出版发行：中国致公出版社
(北京市西城区德胜门东滨河路11号西门
电话：66168543 邮编：100120)

经 销：全国新华书店
印 刷：大厂回族自治县彩虹印刷有限公司
印 数：1—8000册
开 本：787mm × 1092mm 1/16开
印 张：13.25
字 数：140千字
版 次：2011年1月第1版 2011年1月第1次印刷

ISBN 978-7-5145-0025-7 定 价：28.00元

版权所有 翻印必究

前 言

动物界存在着普遍的规律——弱肉强食，适者生存，不适者被淘汰。动物们不仅要和自己的同类竞争，和自己的天敌搏斗，还要在残酷的大自然中寻找自己的一块栖身之地。它们为了更多地捕获食物，为自己赢得生存、繁衍后代的良好环境，各自都练就了超长的生存本领。强者有强者进攻的技巧，弱者有弱者生存的防御“谋略”。从它们身上，我们可以学到很多的管理学的东西。众所周知，动物是有运动天赋的，在很多方面，它们的能力比人强，人没有马儿跑得快；动物也很有智慧，很多动物比人更能感知危险的来临，比人类更懂得团结的力量，动物的智慧很纯真，它们头脑里想的比人类简单得多。

生活在这样一个快速多变和危机四伏的时代，每个企业



都可能面临着与过去完全不同的境遇。各种外在的强烈变化和内在的冲突相互作用，使企业在残酷的竞争环境中茫然无措，对新的生存状况无所适从。企业如何生存，如何发展，如何经营，如何管理……种种疑问需要我们给出一个确定的答案，而这个答案可以在人类本身寻找，也可以在大自然、在动物身上寻找，有时，我们自己无法解决的问题可能会因为大自然的某种现象、动物的某种行为而豁然开朗。

其实，管理是一门科学。从动物的生存智慧中学习管理的智慧。我个人认为管理的精髓主要体现在以下两点。

1. 管事比管人更重要

我们很多人说管人既要管思维又要管人，管思维就是管思想管观念，管人就是管态度管行为。其实，人是无法管理的，从人性的角度来看，每一个人都希望得到尊重而不是管理，每一个人都本能地认为自己有自我约束的能力，尤其是具有自我实现能力的人，更加觉得提供平台给他发挥比任何事情都重要。在这样的认知条件下，我们觉得管理应该先是管事情，而不是管人，因为事情是死的，人是活的，管死的东西当然比管活的东西比较好管。如果坚持管人的话，一定达不到预期的效果。所以对于很多企业管理而言，问题就出在管理者只关心人们的态度和表现，并没有清晰地界定必须要做的事情，以及做事的标准。对于大多数员工来说，他们并没有清晰的指引，应该做什么事情，只凭着兴趣和情绪，或者感情来做，这样的做事方式，一定是无法评定以及无法



控制结果的。

2. 管理应该始终为经营服务

我们知道管理与经营是管理者需要具备的两种能力，经营能力就是选择正确的事做，管理能力就是把事做正确。从这个意义上说经营是第一位，管理是第二位。管理始终为经营服务，可以用这样一个比较来说明：当在经营上选择薄利多销时，管理上就要选择成本管理和规模管理；在经营上选择一分钱一分货的时候，在管理上就要做品质和品牌管理；如果像联邦快递一样在经营上选择“隔夜服务”，管理上就要进行流程管理；如果像戴尔一样用“直接定制”的策略，管理上必须做到柔性化管理。相对于中国企业而言，沃尔玛成为全球最大的零售企业、盈利和增长最好的企业，而我们的企业不是，原因不在于经营战略上的差异，而是在于管理与经营战略的匹配水平上的差异。

本书则通过讲述一个个动物生存的案例，将我们的企业中经常遇到的经营和管理问题直白化，启发读者变换看待问题的角度和思考问题的方式，从而对企业的整个管理与经营有所顿悟，从而创造出规模和效益达到最佳状态的伟大企业。

编者



目 录

第一章 动物智慧与企业经营

1.狮子的狩猎术	3
2.群狼共舞	6
3.斑马的御敌生存之道	9
4.绝处逢生的羚羊	12
5.狼和羚羊的启示	15
6.左邻右里的犀牛和牛鹭	18
7.不怕冷的企鹅	22
8.豺狗猎捕斑马	26
9.非洲角马的生存之道	30
10.智力超群的斑鬣狗	33
11.豪猪的软肋	36
12.黄鼠狼偷鸡	40



13. 鼯鼠的洞穴	44
14. 未雨绸缪的松鼠	47
15. 借外力的鳄鱼	50
16. “伪装大师”变色龙	54
17. 耐旱的蜥蜴	57
18. “筑坝专家”水獭	60
19. 能屈能伸的章鱼	63
20. 善于伪装的叶形鱼	67
21. 达尼奥鱼的秩序	69
22. 沙丁鱼智胜巨鲸	73
23. “由舍而得”的海参	76
24. 寄居蟹和海葵	80
25. 雀鹰与金雕	84
26. 杜鹃下蛋	88
27. “强盗”军舰鸟	91
28. 鹈鹕捕鱼	93
29. 金蝉脱壳	96
30. 兔子吃了窝边草	100
31. 敢斗老鹰的黑卷尾	103

第二章 动物智慧与企业管理

32. 白鼠的母爱	109
-----------------	-----

33.大智若愚的野驴	112
34.不会飞的鸵鸟	115
35. 狐猴定理	118
36. 为自己“充电”的大象	121
37. “兽中之王”老虎	123
38. 黑猩猩协作觅食	126
39.狐狸和刺猬的启示	129
40. “沙漠之舟”骆驼	132
41.蜘蛛的智慧和才能	135
42. 老鹰的喂食原则	139
43.长颈鹿的教子之道	143
44. “慧眼识鼠”的猫	147
45. 忠诚的藏獒	151
46. 刺猬取暖	154
47.猎狗的群体生活	156
48. 没有鱼鳔的鲨鱼	160
49.顶压而存的腔棘鱼	163
50. 争分夺秒的海獭	167
51. “包容”出珍珠的河蚌	170
52.螃蟹爬篓	173
53.蚂蚁的团队王国	176
54.百炼成蜜的蜜蜂	179
55.壁虎断尾逃命	183



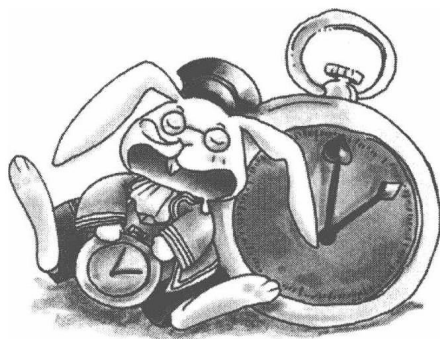
56.毛毛虫绕圈	187
57.鲶鱼效应	190
58.群居的蝙蝠	193
59.贪婪的蓝鲸	196
60.飞不出瓶口的蜜蜂	199



第一章

动物智慧与企业经营

动物在弱肉强食，适者生存的环境下，为了赢得生存，各自练就了超常的生存本领。从它们身上，我们可以学到很多有关企业经营的智慧、法则和策略。



1. 狮子的狩猎术

狮子是百兽之王，是力量和尊严的象征，它体形魁梧，毛皮金黄，昂首挺立，十分威严。

在狮子家族中，捕猎的任务基本落到了母狮的头上。母狮捕猎前善于利用旷野里现成的障碍物，如



灌木丛、蚁山、各种树木等来隐蔽自己。当它突然从这些隐蔽物后面出来时，谁也不知道它来自何方，在那里究竟隐藏了多久。

当母狮发现猎物，跟踪盯梢时，又尽量把身子压得低低



的，在草丛中小心翼翼地潜行。它会一面蹑足前进，一面密切注视猎物的一举一动。如果前面的猎物突然停止吃草，抬头向四周扫视，母狮马上意识到有可能对方发现了敌情，于是屏气凝神，一动不动，同时伸出一只前爪，准备捕杀猎物。等到猎物重新埋头吃草或转身走开，母狮就会继续跟踪。如果它确信对方没有发觉自己，还会小跑几步，迅速缩短与猎物之间的距离。母狮慢慢跟踪下去，接近猎物，直到达到有效的捕杀距离，突然跃起，发动袭击。

针对不同的动物，狮子有不同的捕杀策略，如果是体形较小的动物，如羚羊等，它就会用一只前爪猛击对方，把猎物打倒在地，然后咬断其脖颈，使之一命呜呼；如果是中等体形的动物，狮子就用两只前爪抓住猎物，用力拖或拉，使之摔倒，再用前爪扼住它的喉部，咬断气管，使之命丧黄泉；如果是大型动物，如野牛等，它们就咬住对方口鼻，令其窒息，后面还会有一只狮子，从肛门处下口，给猎物以重创，这样前后夹击，使猎物倒地毙命。

狮群生存法则其实就是三个词：速度，分工，气力。速度：狮群要想取得美味的食品，就必须在追捕对象还没有反应过来之前，利用冲刺速度捕获它。对企业而言，狮群的速度寻求就像是企业的市场嗅觉，市场机会就像草原上的猎物，机会昙花一现。狮子在捕获猎物前要分析猎物捕获的成功几率，企业也一样，如何分析市场的蓝海，如何找到最合适的切入点，把短暂的市场机会牢牢掌握在手里是每个企业生存法则的速度诠释。

分工：狮子都有非常具体的分工。一旦捕获住大的目标，在几头母狮子都拿不下的情况下，有时候就需要更强健的雄狮参加，将猎物团团围住，最后制服猎物。企业也一样，团队的气力永远高于个体的气力，专业分工，过细分工，成果共享，利益共沾。如果想要取得最大的市场回报，团队的分工是必需的。

气力：狮子的威慑来自于它的气力。企业的成长也是一样的，企业要生存乃至强大，必须要让自己变得强大，而强大的秘诀就是学习、创新，让自己始终强于竞争对手。学习型组织的创立是很多企业的口号，但落实到实践，还需要做很多切实的工作，不畏惧失败。

◆ 故事感悟

速度、分工、气力，这是狮群的生存法则，也是企业生存的文化守则，如果企业将竞争文化诠释到每个员工的工作中，那么这样的企业将是永远的成功者。



2. 群狼共舞

狼虽然是一种凶猛的动物，但从体形上看，只能是老虎和狮子的“小兄弟”。在体格、速度、力量等方面，狼都不是老虎等猫科动物的对手，但狼从不惧怕任何强大的敌人，反而以顽强的拼搏和战斗精神，在草原上赢得了一席之地。



狼的特点就是成群结队，它们喜欢集体行动。一旦发现可以猎取的动物，它们便成群出猎。

狼的嗅觉、视觉和听觉都特别敏锐，这在很大程度上提

高了它们捕捉猎物的本领。最令人敬佩的是，当它们遇到难以对付的追捕对象时，就会采取群体作战的方法。它们很清楚地知道相互之间该如何相处，该分的时候就分，该合的时候就合，相互配合得很好。

如果一只狼发现了一只野兔，它就猛追，而另一只狼就抄近路，赶在野兔的前面截击它。两条狼相互配合，反复围追堵截，最后野兔精疲力竭，成为狼的口中食，而几百公斤重的大熊被狼群追得走投无路的情况也屡见不鲜。

狼有三个特性：其一，有良好的嗅觉，反应敏捷；其二，不畏严寒；其三，成群结队，发现猎物集体攻击。“良好的嗅觉，反应敏捷”代表了企业在纷繁复杂的市场竞争中善于发现商机；“不畏严寒”代表了不怕市场的挑战；“成群结队”代表了富有团队精神。因此，企业应以狼为榜样，在抢占市场前要努力培养一支优秀的员工队伍，实现市场份额的不断扩张。

其实，在企业创业初期，品牌没有知名度，没有客户，没有市场占有率，此时的企业需要一批眼光敏锐、反应迅速、敢于冒险、精明强干的团队去打拼市场，抢占市场份额，帮助企业在竞争对手中杀出一条血路。因此企业文化必须为企业的这一目标服务，培养员工的“狼性”，塑造员工的开拓能力、市场洞察力和敢于冲锋的能力，使每个员工都具有狼的敏锐、迅捷和团队精神。

在企业的创业期，抢占市场是企业存亡的关键，如果企

