

<<狼智>>

图书基本信息

书名：<<狼智>>

13位ISBN编号：9787506438339

10位ISBN编号：750643833X

出版时间：2006-10

出版时间：中国纺织出版社

作者：何思静

页数：175

字数：200000

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>

<<狼智>>

内容概要

本书集合了狼的优势特性，并将这些特性与人类的生存、发展结合起来，意在人们对职场生涯才生活提供借鉴和指导。

另外，书中还糅合了一些历史典故和经典的企业案例，可以帮助读者加深理解。

<<狼智>>

书籍目录

序言狼族的十大处世哲学第一篇 走进狼的世界 人对狼的爱恨交织 我们需要狼 拜狼为师第二篇 重视生命 优胜劣汰 时刻保持危机意识 重视生命的价值 生命与自由之争 在竞争中生存,在逆境中成长 学会感激困境与对手第三篇 永不言败 强者心态 坚忍不拔的强者心态 我是最棒的 不为打翻的牛奶哭泣 从失败中学习 冷静以待,转败为胜 屡败屡战,永不服输第四篇 锲而不舍 执著目标 在等待中获得机会 明确自己的目标 执著于自己的目标 忍小恶而消大祸 控制不良情绪 退中求进,待机取胜第五篇 狼智无双 统筹战略第六篇 尊重差异 团队共存第七篇 专注沟通 群狼携手第八篇 狼行成双 感恩为怀

章节摘录

书摘时刻保持危机意识 原始森林里，茂密的树木、密集的丛林中间，奔走跳跃着各种野生动物，上演着一幕幕生存战，它们弱肉强食，演绎着“物竞天择，适者生存”的自然淘汰法则，用它们的本能一代代延续着大自然的平衡。

就在这样的生物循环中，有的野生动物慢慢由繁盛走上灭绝，而其他的则以坚忍不拔的毅力和智慧生存了下来，狼便是生存下来的种族之一。

生存地域的逐渐减缩，猎人的枪口，食物的紧缺，其他凶猛动物的捕食……狼的生存无时无刻不在承受着巨大的压力和挑战。

生存之地处处暗藏杀机，一不留神就有可能成为猎人的枪下物，或其他食肉动物的腹中之物。

几乎每一只狼的身上都有伤疤，虽然有些是儿时玩耍时不慎留下的，但更多的则记载着有关生存和死亡的战斗，是勇猛的标识，见证着它们顽强的生命力。

曾有人做过这样的统计：在整个狼群中，因自然衰老而死亡的狼只占总数的1%—1.5%。

由此可知，狼的生存环境是多么的恶劣，在这种环境中，它们只能也必须保持强烈的危机意识，以维系整个狼族的生存发展。

而在激烈的社会竞争中，人类同样也需要像狼族一样保持强烈的危机意识。

古语有云：生于忧患，死于安乐。

未来是难以预料的，正因为如此，我们才要有危机意识，在心理和行动上都保持高度的警惕性，以应对突如其来的危机。

毫无疑问，如果一只狼安逸自守，那它随时可能会付出生命的代价。

非洲有这样一个特殊的民族，人们从婴儿出生时就被假设赋予了60岁的寿命，以后逐年递减，直到0岁。

人生大事都得在这60年内完成，此后的岁月便颐养天年了。

这种生命倒计时的方法意在告诉族人，人生不过是我们从上苍手中借来的一段岁月而已，过一年还一岁，直至生命终止。

那年年减少的数字，时刻提醒着他们：抓紧现有的每一刻，而不要空留“譬如朝露，去日苦多”的感叹。

危机也是生存的代名词，只要我们活着，生活中、事业中时时刻刻都充满着危机。

一个人是如此，一个国家、一个企业也是如此，没有危机意识，或者缺乏危机意识，都会导致国家或企业的衰败，不论其曾经是多么恢弘、繁荣。

两个人在森林里遇到了一只大老虎。

其中一人赶紧从背后取下一双更轻便的运动鞋换上。

另一人骂道：“你干嘛呢，再换鞋也跑不过老虎啊！”那人回答说：“我只要跑得比你快就行了。”

这个简单的故事告诉我们，21世纪，没有危机感就是最大的危机。

电信、银行、保险、甚至是政府机关，这些我们认为非常稳定和有保障的企业和机关单位，也同样面临着许多的变数。

不妨一问：当更多的老虎来临时，我们有没有准备好自己的跑鞋呢？“永远要战战兢兢，如履薄冰”，这是海尔总裁张瑞敏的生存观念。

“最好的时候，也就是最危险的时候”；“不要忘记，我们是私营企业，私营企业是多么脆弱啊”；

“我想把三株的体会、经验和教训告诉大家，希望引起大家对危机管理的重视。”

这是三株总裁吴炳新经历了三株生死劫难后最想说的三句话。

现代社会是一个竞争日益激烈的多元化社会，任何企业都处于风云莫测的环境中，企业无法避免随时可能发生的危机。

无论是享誉世界、规模庞大的跨国公司，还是那些默默无闻、为数众多的中小企业，都难逃危机的侵袭。

众所周知，在中国企业发展史上，三株公司曾创造了一个奇迹，一个仅靠30万元起家的民营企业，在短短的4年内净资产就高达48亿，4年间增长了16000倍，资产负债率为零，且建成了仅次于中国邮政

<<狼智>>

网络的三株营销网络，创造出中国保健品发展史上的“三株神话”。

可就是这么一个企图建成“日不落”的生物工程王国，欲与可口可乐比高低的神话品牌，却因为一场“人命官司”被打击得无还手之力，年销售额从80亿狂跌至20亿，最后几乎从中国的保健品市场上销声匿迹。

1996年，常德老汉陈伯顺服用三株后去世，随后，当地法院判决三株一审败诉。

自此，三株的全国销售额急剧下滑，月销售额从数亿元跌落到不足1000万元。

虽然1999年4月三株公司在二审中胜出，但是这是一个迟到的“胜出”，三株公司已经陷入万劫不复的深渊。

纵观三株从蓬勃发展到迅速衰落的历程，我们不禁要问，三株神话的破灭难道仅仅就因为一个“常德事件”没处理好吗？所谓“冰冻三尺，非一日之寒”，往深处追究，三株日常对风险管理的忽视，缺乏危机意识是其衰败的根本原因。

试想，如果三株在日常能加强企业的危机意识，在企业整体管理、质量维护、市场规范上把好关，提高企业整体对风险的驾驭能力，何至于措手不及呢？而相比三株的茫然不知所措，美国约翰逊公司对“泰诺”中毒事件的处理则显得从容、明智得多。

泰诺是约翰逊公司生产的用于治疗头痛的止痛胶囊，作为约翰逊公司的主打产品之一，年销售额达4.5亿美元。

然而，1982年9月，芝加哥却发生了9人因服用泰诺致死的事件。

“没有比这更伤神的事了”，博克回忆说。

当时有3100万瓶泰诺分散在美国市场，很难讲它们之中有多少也受到了污染。

“这就像一场瘟疫，”该危机事件的负责人科林斯后来说，“你不知道会在哪里结束，我们有的唯一信息就是我们不知道到底发生了什么。

一时间舆论大哗，94%的人表示将拒绝服用泰诺，而各大医院、药店也开始拒绝销售泰诺。

很多人预测，泰诺将从此走上消亡之路。

然而，面对这一危机局面，公司决策人博克没有放弃泰诺。

尽管3100万瓶药的召回不光在物流上是个问题，一亿美元的零售价值对公司也是不小的损失，但公司还是在全国范围内召回了泰诺。

同时，约翰逊公司以积极的态度与媒体沟通，配合美国医药管理局的调查，开始探寻新的产品包装模式，并且向公众公布、演示了泰诺的生产过程。

这一系列的有效补救措施让泰诺得到了完全恢复。

到1989年，泰诺创造了5亿美元的销售额，并将品牌进一步扩展到了感冒药品和睡眠药品范围。

从三株和约翰逊公司对待危机事件的不同处理方式和结果上我们可以看出，现代企业如果缺乏危机意识，那它终究难脱“短寿”的厄运。

只有未雨绸缪，才能在危机时刻调动身边一切积极因素，最大限度地发掘企业潜力，让企业在历经风雨后，依然自由、健康地发展。

P10-13

<<狼智>>

编辑推荐

在我们生存的这个世界里，除了人类，还存在着拥有更高智慧的狼群：一个互相合作、彼此忠诚、善于沟通的群体。

本书全面展示了狼群的生活，让我们在熟知狼的品质的同时，更学会了狼的生存智慧.....

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>