

1 号书屋



农民创业致富故事汇

罗全群 编



福建科学技术出版社

FUJIAN SCIENCE & TECHNOLOGY PUBLISHING HOUSE

号书屋

农民创业致富 故事汇

罗全群 编

福建科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

农民创业致富故事汇/罗全群编.——福州: 福建科学技术出版社, 2010.7

(1 号书屋)

ISBN 978-7-5335-3676-3

I. ①农… II. ①罗… III. ①农民—商业经营—通俗读物 IV. ①F715-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 084088 号

书 名 农民创业致富故事汇

1 号书屋

编 者 罗全群

出版发行 海峡出版发行集团
福建科学技术出版社

社 址 福州市东水路 76 号 (邮编 350001)

网 址 www.fjstp.com

经 销 福建新华发行 (集团) 有限责任公司

排 版 福建科学技术出版社排版室

印 刷 福建金盾彩色印刷有限公司

开 本 889 毫米×1194 毫米 1/32

印 张 3

字 数 78 千字

版 次 2010 年 7 月第 1 版

印 次 2010 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5335-3676-3

定 价 6.00 元

书中如有印装质量问题, 可直接向本社调换

前言

自主创业，顾名思义，就是凭借自己的劳动和智慧，发挥各种资源的作用，开创属于自己的事业。我国已经历了3次的自主创业高潮。第一次是改革开放初期的1978—1985年，以城市与农村中的一些有识之士为主，主要是发展产品加工和商品贸易，涌现了一批改革开放领头人，有些人现已挤入世界级富豪榜。第二次是1990—1996年，当时，国有企业改制，部分职工下岗而被迫进行创业；国家为鼓励和促进就业，出台了一系列优惠政策，许多看到商机的公职人员，纷纷辞职“下海”。第三次是1999—2005年，以互联网行业的兴起为标志，阿里巴巴、百度、搜狐等著名网站都在这一时段成功创业。

目前，国务院出台了《关于鼓励支持和引导个体私营等非公有制经济发展的若干意见》，对自主创业给予许多优惠扶持政策，降低了创办企业的准入条件，农民利用自己的房屋创办企业可以不交房产、地产税，专利、专门技术可折合无形资产，好的项目国家可提供创新基金等等。这势必迎来第四次自主创业潮。在这创业潮即将来临之际，编者收集和整理国内农民成功创业的典型事例，集结成书，希望以此激发农村中青年的创业激情，促使他们顺利地踏上创业征程。

40个创业典型的选择，主要是以包子、馒头、稀饭、风味小吃及农产品种、养、加工等这些农民日常都能看得到、摸得着的创业项目为主，同时还选择了知名富豪和著名企业家、受表彰的创业典型等。如此选择的目的是想从身边事、身边人说起，从



而达到有益于农民开拓创业思路、成功实施创业的目的，希望广大农民朋友通过典型故事对创业有所认识，进而消除疑虑，把握机遇，大胆创业。他山之石，可以攻玉。学习借鉴别人成功的东西很有必要，但绝不能盲目地照搬照抄，任何一个人的成功经历都是不能简单地复制过来的。

在本书编写过程中，编者在央视国际《致富经》、新华网、中国招商投资网、青年创业网、百度等网站上，搜集、选择和整理了40个农民成功创业典型事例。这些典型事例是众多文字工作者付出辛劳汗水后报道在各类媒体上的，编者在此对各位原作者的辛勤劳动表示崇高的敬意，请原谅无法在此一一具名感谢。同时，编者希望与各位切磋、交流，让本书再版时更臻完善，共同为农民兄弟走上富裕的康庄大道贡献一份力量。

由于编写时间仓促，图书内容存在着覆盖的行业不够全面、创业人物的代表性不够典型、点评不够到位等不足之处。需要强调的是，因编者社会阅历不深、理论水平有限，点评也许存在着不妥当的地方，敬请原谅，欢迎批评指正。

编 者

目 录

王红刚——200 元资本成功创业的“扁豆大王”	01
刘会平——从“巴比”馒头发家的董事长	04
雷波——传统“臭干子”里闯出致富路	06
邱文钦——“文具连锁王国”的亿万富翁	08
邓洪九——扁担里挑出来的千万富翁	11
鲁冠球——从一个打铁匠到全球知名的富豪	13
李兴浩——卖冰棍起家的福布斯富豪	15
邱继宝——从修鞋匠到飞跃集团董事长	16
卢旭东——从摆地摊卖菜到拥有 11 家小超市	18
王振刚——黄泥巴里捏出来的百万富翁	20
姚家全——从锅盔小贩到“拉闸老姚”	22
闫忠礼——从打工仔到百万富翁	23
张卫卫——从打工仔到身家千万的公司老总	25
张明富——从身无分文到身家过亿	26
赵军华——从打工仔到一个现代企业老总	28
王从利——从打工郎到“蛋鸡王”	29
于殿勇——规模养猪闯上致富路	31
白天明——身残志不残的“兔子王”	32
林垂都——从打工仔到身家过亿的集团老总	34
陈广富——从渔民到国家农产品加工示范基地的董事长	36
林和平——从农村娃到一代皮鞋宗师	38



丁志忠——一个“学”出来的鞋王	40
罗立新——一个泥瓦工依靠土鸡蛋致富	42
李春花——卖稀饭卖出来的百万富姐	46
张华安——靠变卖妻子首饰起步的大老板	50
王汉荣——从乡村穷小子到汽车用品中心总经理	52
胡永根——56 岁开始捡破烂捡成的亿万富翁	55
万小涛——农家 80 后的财富“狂想曲”	57
陈耀金——在鲍鱼产业中的苦乐人生	59
孙秋苹——洗碗工洗成的百万富翁	62
王良星——“农村包围城市”的利郎集团总裁	65
蔡述夏——“快人一步抢占先机”的集团公司董事长 ..	67
陈发树——从经营木材到全球知名亿万富豪	69
许连捷——谦虚得有点卑微的草根商业教父	71
罗树宁——创办 3 个公司的山里娃	73
林云功——从地瓜里刨出来的致富带头人	75
叶美兰——从打工妹到食品企业集团老总	77
张轩松——零售业界的奇才	81
曹德旺——中国汽车玻璃生产大王	83
宋美妹——农家女把蔬菜“种”到太空	86



王红刚

200 元资本成功创业的“扁豆大王”

王红刚，上海市南汇区泥城镇人，初中毕业后回乡务农。1993 年春，王红刚在浦东新区的一个建筑工地打工。有一天，王红刚经过一家农贸市场，随意问了问蔬菜价钱，发现在乡下 5 分钱 1 斤都没有人要的菜，在这能卖到 2~3 元钱 1 斤。随即一个念头在王红刚的脑海里闪现：打工辛苦一天就赚 10 来块钱，还不如卖上 10 多斤蔬菜，我何不回家种菜卖呢？但是，种什么菜好呢？朋友告诉他，在青浦那里，农民零星种一种青扁豆，吃起来软、糯、嫩、滑，从 4 月到 12 月能连续开花结豆。王红刚通过调查认为，种青扁豆省时省工，可以试试。

王红刚就辞去建筑工地的工作，花 200 元钱买了扁豆种子。回家后把扁豆种子撒播在自己的 3 亩地上，每天全身心扑在菜地里。扁豆开采后，王红刚载着几十斤扁豆到菜市场去卖，由于当地人还不知道这种青扁豆，一天下来无人问津。王红刚没有气馁，第二天又到菜市场去卖。他这次大胆地吆喝起来，碰到有人来问，就告诉他扁豆的吃法，并免费赠送给一些人。慢慢地，有些吃过后感觉好吃的顾客回到摊前，并且都说这扁豆很好吃。经顾客这么一宣传，王红刚每天几十斤的扁豆，很快就被抢购一空。一年下来，王红刚净赚了 6000 多元钱。第二年，王红刚的扁豆面积增加了两倍。

看到王红刚种扁豆挣了钱，亲朋好友和乡亲们都开始陆续跟



着他种扁豆。在他的带领下，扁豆的种植面积和产量迅速提高，销售就成为每一位种植扁豆农户的问题。王红刚瞅准这个机会，花几万元购买了1辆农用车，捎带农户的扁豆到市场上卖，每斤收取5分钱的运费。随着扁豆走俏，价格渐高，种扁豆的农户更多了。王红刚在卖扁豆时与不少大客户建立起良好的供销关系，看到日渐增多的扁豆销量，他开始把农户的扁豆收购后运到市场上去卖，每斤赚1毛钱的差价。

1996年，王红刚所在乡镇的扁豆种植规模达到1000亩，每天的产量都在几十吨，南汇区和周边的浦东新区的市场已经达到饱和，难以卖出好的价钱。此时，王红刚琢磨着怎么把扁豆拉到市区去卖。

经过一番调查和计划，王红刚装了一车扁豆，来到上海市最大的江桥蔬菜批发市场。然而，扁豆卖了3天竟无人问津。如果再有2天卖不出去，扁豆就会老掉，到时只能白白倒掉。王红刚拦住一位经过摊位的客户，问他要不要买扁豆，那位客户看了看扁豆说：“这种扁豆从来没有见过，这红红的样子不知道好不好吃？”客户的一席话提醒了王红刚，原来扁豆卖不出去是客户不认识、不敢吃。于是王红刚把扁豆炒好，插上牙签，摆在摊位上让人免费品尝，有几个客户吃了以后，当场就买了一些回去试着卖。为了扩大扁豆的影响，王红刚还给几个大的经销商送去几斤。第五天，积压了4天的扁豆终于全部销完。就这样，王红刚打开了上海市场。与此同时，王红刚还利用价格杠杆来调节扁豆的市场价格。王红刚的扁豆在上海市场的占有率达到了98%，成了整个扁豆市场的晴雨表。

由于种植扁豆收益好，当地扁豆的种植面积一下子就升到5000多亩，扁豆价格从最高时的每斤三四元跌到不足一元，开拓周边省份的市场迫在眉睫。于是，从1999年开始，王红刚又

以现炒、现品尝的方式，成功地把青扁豆打进江苏、浙江、安徽、山东等省，且市场占有率都在70%以上。

为提高竞争力，王红刚成立了红刚农副产品有限公司，并建立了100亩标准化青扁豆生产基地。2004年，王红刚在海南、安徽种植了2000多亩青扁豆，组建扁豆合作社，高薪聘请专家指导农户种植扁豆，确保扁豆的品质和产量。与此同时，王红刚还建立了自己的冷库，做起了附加值更高的蔬菜配送，把扁豆销到更远的东北和西北市场。时至今日，小小的扁豆已给王红刚的公司带来了上亿元的产值。

点 评

王红刚的成功缘于观察、思考和行动。当他看到蔬菜的地域差价时，第一个念头是“种菜卖”，然后是“种什么”，选准扁豆项目后，立即行动；当扁豆卖不出时，王红刚想出了“现炒现品尝”的推销方式；当扁豆走俏时，他想到了集中精力搞销售；当上海市场饱和时，他想到了拓展外地市场；当他建立起稳定的销售渠道时，想到了扁豆的质量，想到了提高附加值的途径。的确，创业不是难事，关键在于会不会思考，能不能适应市场变化，有没有行动的决心。



刘会平

从“巴比”馒头发家的董事长

刘会平，安徽安庆人。1994年，他跟着油漆师傅到山东打工，每天吃的是最经济的大白菜，住的是拥挤的工棚，1个月洗不到一次澡，生活异常艰苦。一年后，无法忍受的刘会平到一位好心的亲戚店里学习面点制作，开始了馒头生涯。经过一段时间，刘会平适应了面点经营的作息时间，从中也学到了不少面点制作的专业知识。

1996年，刘会平怀揣着从亲戚那里借来的几千元钱，来到贵州贵阳，开办起自己的第一家馒头店。由于他没有什么卫生意识，不到半年就被戴着红袖章的阿姨给请走了。下半年，刘会平跑到广西南宁，又在那开店。开店1年的时间，有一些赢利后，就想到大城市闯一闯。当他听姐姐说上海的生意好做时，想到上海人多，经营馒头或许能赚大钱，就背着行囊踏上了开往上海的火车。

到上海后，刘会平找了一间自认为非常好的门面，办起在上海的第一家包子店，取名“刘师傅大包”。可还不到半个月，他就极不情愿地关门了，还把前几年赚的钱赔得一干二净。难道上海人真的不吃馒头吗？他明明看到很多有名气的馒头店，客人都排队购买，不是没生意啊！刘会平只好再向亲戚借钱，开始了他在上海的第二次、第三次、第四次创业，店铺开了又关，关了又开。当他尝遍了所有有名气的点心，摸清了上海人的口味后，

又在市中心地带的步行街附近开了“刘师傅大包”店，并合理调整包子的馅料配方和制作工艺，确保饺子质量与众不同，生意终于走出低谷，自己的门前每天也排起了长龙。这样经过了近两年的时间，刘会平终于成功了，也积累了一些财富。

刘会平在做馒头的同时，一直在观察和思考一个问题，那就是：以麦当劳、肯德基为首的洋快餐为什么会做得那么成功？他感觉到，科学的管理、优质的服务、店铺位置的严格选择、统一稳定的质量、良好品牌的形象，是麦当劳、肯德基等洋快餐经营管理方式给顾客带来了诚信和放心，而这些恰恰是制约中式快餐行业发展的“五指山”。当市政拆迁把刘会平的风水宝地给拆了的时候，他立即又在附近找了两家店面，学习麦当劳、肯德基的做法，给自己的馒头起了个可爱的名字叫“巴比”，同时加强店铺的管理和形象提升，生意比以前更加火爆了。特别是在“非典”期间，餐饮行业大萧条，但刘会平那里“风景”独好，依然排队成龙。就这样，刘会平的事业如雨后春笋一般，接二连三新开了好几家分店。2003年，刘会平成立了自己的公司，申请注册了“巴比”商标，建成了上海最具规模的无尘全封闭馅料中心和物流配送中心，“巴比馒头”从此享誉上海。

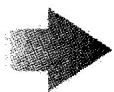
2008年8月，由上海巴比餐饮管理有限公司和“巴比”馒头创始人刘会平等人投资的上海中饮餐饮管理有限公司成立，刘会平任董事长。

点 评

刘会平的成功缘于他的钻劲和毅力。钻劲，让他很快就掌握了面点制作技术，拥有了创业的技术基础；让他改进馒头制作工艺，使创业走向成功；让他发现洋快餐经营管理的秘诀，使他的事业走向



巅峰。毅力，让他在创业遇到挫折时不退缩，迎难而上，使“巴比馒头”享誉上海。是的，在创业过程中，失败并不可怕，可怕的是不去总结失败的原因，而把失败归罪于运气。



雷 波

传统“臭干子”里闯出致富路

雷波，湖北武汉人，他的创业梦想缘于在广州打工时和公司保安的一次聊天。在那次聊天中，保安不经意地说了一句话：“工资再高，终究还是打工。自己创业，收益再少，也还是老板。”

于是，当一个日本汽车音响品牌进驻武汉时，雷波觉得自己在汽车方面比较内行，认为这是一个商机，就回到武汉做了这个品牌的代理。可做了短短4个月就宣告失败，还赔了5万多块钱。原因很简单，安装一台音响虽有2000多元的利润，但高档车已经配备，而低档车车主舍不得装，所以没有什么市场。

创业失败后的那年春节，雷波回到老家，看到很多荒芜了的土地，就有了发展休闲娱乐农庄的想法。于是，把老父亲在武汉的房产拿来作抵押，贷了50万元，向村里租了680亩土地。他在这块土地上栽了很多很多的树，用一年的时间建成了一个非常好看的农庄，50万元也花完了。但是，苗木花卉还要等5年后才会有收益，而维持这5年的正常开支，需要的资金量不小，仅靠借款肯定难以维持，必须找一个短平快的项目，才能弥补这个

长期投资的需要。

满怀心事的雷波在市场转悠时，看到买黄皮五香干子的人很多。该产品既没有包装，也没有商标，他想可以在这东西的品牌上做文章。于是他马上把师傅请过来，注册了商标，搞了真空包装，产品出来后，正好赶上春节，1个月时间就赚了几万块钱。但春节过后，销量很小，特别是在媒体发布了臭干子的黑色和臭味都是通过化学物质调制而成后，人们都不敢吃了。危急中的雷波想，如果能用传统的工艺加工出不含任何化学物质的臭干子，销路肯定很好。但是，现有的师傅只有做黑干子的技术，没有做纯天然臭干子的经验，怎么办？

他到处寻访，希望能找到身怀传统工艺的臭干子制作师傅。最后，他在武汉找到一位77岁的老人，祖上10代人专做豆腐，且豆腐的品种很多。在几次上门之后，老人看到了他的诚意，就把这个技术传授给他，并把保藏了五六十一年时间的一桶做豆腐用的老水送给他们。为了掌握更为全面的臭干子制作工艺和收集到更多的老水，在拿到第一缸老水后，雷波就请媒体对此事进行宣传。通过宣传，武汉一个80岁的老师傅主动跑来出主意，提建议。有一个搞了30多年食品的厂长，也把他的老水拿过来。就这样，他们一共买了30个大缸的老水，才开始传统臭干子的研制。通过9个月时间的试制，终于把臭干子搞出来了。在2004年武汉“农博会”上，雷波偷偷把臭干子带进场，现炸现卖，第一天不到两个小时，2400盒臭干子全部销完。在整个“农博会”期间，雷波他们每天加班，展位前排队着五六十米的长队。在“农博会”上的成功推销，给了他们极大的信心。

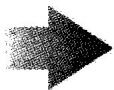
雷波为了打开武汉市场，在武汉市最繁华的地段设了7个点，请人专门炸臭干子卖。当时每月费用需3000块左右，光靠炸臭干子，每个点都要亏本，但为了打出臭干子的知名度，宁愿



让它亏。一个月后，有 20 多人加入到臭干子加工的队伍，第二个月达到了 40 多人。这时，雷波撤销了直销点，专门负责搞配送，同时与媒体合作，扩大了对传统臭干子的宣传。现在，雷波光靠臭干子的月纯收入就达几万元。

点 评

雷波的成功在于他的闯劲和对市场的灵敏反应。看到老家荒芜的土地，马上想到办休闲娱乐农庄；看到市场上黄皮五香干子好卖，立即想到在品牌上做文章；当市场对品质提出新要求时，想到了传统工艺制作不含任何化学物质的臭干子；当产品需要得到公众认可时，想到了广告宣传，并采用相应的促销手段。要知道，盲干的结果是一事无成，观察市场、研究市场、分析市场，合着市场变化的节拍迈步，成功就会在你面前。



邱文钦

“文具连锁王国”的亿万富翁

邱文钦，广东陆丰县碣石镇人。在他 6 岁那年，父亲不幸病逝；8 岁时，母亲又离开了人世。从此与大他 2 岁的哥哥相依为命。

1985 年，在姑妈的帮助下，15 岁的邱文钦和哥哥一起拜当地的一个木匠为师，3 年后师满出徒，学了一手高超的木工技

艺。1988年，打工潮席卷全国，邱文钦想，自己有一技傍身，走到哪里都不至于被饿死。于是，兄弟俩向左邻右舍、亲戚朋友借了240元钱，坐上了开往深圳的汽车。然而，到了深圳后因工作不好找，兄弟俩流浪街头多日，费尽周折后才找到了一个搞装修的老乡。老乡看他兄弟俩忠厚老实又能吃苦，就收留他们在工地做工。

兄弟俩对收留他们的老乡感恩不尽，以拼命干活来回报老乡。第一个月，兄弟俩领到了330元工资，除去90元的生活费，还有240元钱。到1989年底，兄弟俩好不容易积攒到了4000多元钱。深思熟虑后的兄弟俩决定跳出来单干。于是，他们租了间每月200元房租的铁皮房，印刷了些承揽家庭装修业务的小卡片，四处派发，上门揽一些零碎的木工活。由于没有本钱，他们只能从别的包工头手中转包那些工程中所需的木工活，既不要承担什么风险，还能从中赚到比以前给别人打工时多几倍的工钱！

由于兄弟俩的木工手艺好，加之做事又认真负责，在装修这个行当中，兄弟俩口碑好、人缘好，许多对他们业务十分满意的客户，把他们推荐给自已的亲朋好友。于是兄弟俩的生意越做越好。到了1990年，兄弟俩可以自己独立承揽整个家庭装修工程了。

1991年冬，一个开名片印刷店的老乡因生意不景气，想将名片店转让出去，转让费只要三四千元。经过一番市场调查，邱文钦大胆地将这个只有7平方米的名片店转包了下来，和店子一起接过来的还有店里的2名员工。店子所处位置不错，但生意却不景气，邱文钦认为主要是员工责任心不强、缺乏主动性造成的。于是他马上制订一种激励制度：规定员工每联系印刷一盒名片，就提成10%。此举一出，2名员工也一改以前那种得过且过的工作态度，每天想方设法为店里联系业务、招揽生意。不久，



邱文钦名片店的生意做活了。但由于名片店的机器设备老化，无论邱文钦怎么努力，每天最多只能印制二三十盒名片，除去成本、房租和员工工资，也就所剩无几了。他想更换设备，但更换一台新的名片印刷机器，差不多要上万元，而邱文钦一下子又拿不出这么大一笔钱。

一天，一位文具店的业务员来向他推销名片纸，随身的挎包里还插着一大包钢笔、圆珠笔及其他文具。邱文钦心想，自己也可以一边印名片，一边卖文具哪。说干就干，他在名片店的内墙一侧，做了个精致的文具售货架。刚开始，邱文钦只是从这名业务员手中购进一些文具，零星搭配着卖，谁知到月终一结账，他竟然发觉，自己零零碎碎卖文具赚的钱，居然超过了每日辛辛苦苦做名片赚的钱！

邱文钦惊呆了！他马上意识到文具这个小行当里蕴藏着巨大的利润空间。1992年初，他将手中仅有的7000元钱全部拿出来，批量购进一些新潮、适用的文具用品。不到1个月，邱文钦所进的文具被销售一空，赚的钱也是以前的好几倍。于是，他开始周而复始地进货、销货，也慢慢地熟悉了文具这个行业，店里的货也越进越齐全了。到了第4个月，手中就有了2万多元的存款，邱文钦就将名片店隔壁的一间发廊转租了下来，办了一间文化用品专卖店。又经过1年多的磨炼，邱文钦的资金逐渐增多，进货渠道越来越广，还取得了韩国、日本等七八家国外文化用品的代理权，加之他有稳定的客户，他的业务量飞速上升。1993年，邱文钦开了自己第二家文具分店。1994年，他又一口气开了4家连锁分店。1995年，他注册成立“都都文化用品有限公司”，“都都”专业文具小超市在深圳成了一道亮丽的风景线。目前，邱文钦已是个身家过亿的富翁。