



创业最拉风书系

The Most Dazzling Self-Employment

下乡淘金风潮

——新农村创业经验分享

策划/主编 创业天下 杂志

创业天下

去哪里创业，是个问题。蛋糕怎么做大是个问题，怎么切割蛋糕更是个问题。
“新农”，是个热词。去乡下创业，是一个新趋势，也是新的财富战场。



海峡出版发行集团

福建人民出版社

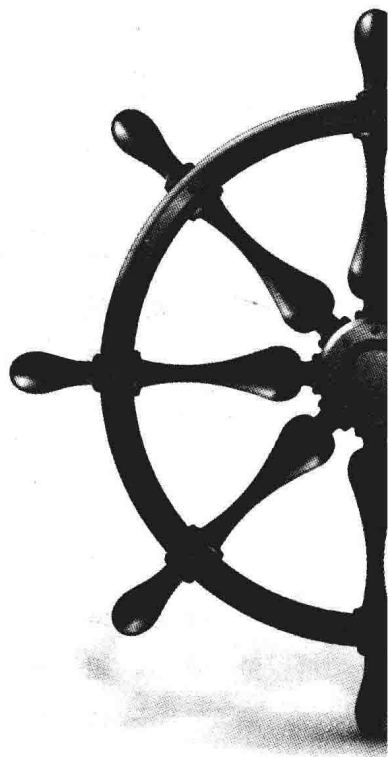
创业最拉风书系

The Most Dazzling Self-Employment

下乡淘金风潮

——新农村创业经验分享

策划/主编 《创业天下》杂志



海峡出版发行集团

THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP

福建人民出版社

FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

下乡淘金风潮：新农村创业经验分享 / 《创业天下》杂志主编.

—福州：福建人民出版社，2012.5

(创业最拉风)

ISBN 978-7-211-06472-4

I. ①下... II. ①中... ②创... III. ①农村—
多种经营—经验—中国 IV. ①S39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 027317 号

下乡淘金风潮

XIAXIANG TAOJIN FENGCHAO

——新农村创业经验分享

策划/主编：《创业天下》杂志

责任编辑：黎叔夏

出版发行：海峡出版发行集团

福建人民出版社

电 话：0591-87533169 (发行部)

网 址：<http://www.fjpph.com>

电子邮箱：fjpph7211@126.com

微 博：<http://weibo.com/fjpph>

地 址：福州市东水路 76 号

邮政编码：350001

经 销：福建新华发行 (集团) 有限责任公司

印 刷：福建省金盾彩色印刷有限公司

地 址：福州市福飞路江厝路 5 号

邮政编码：350013

开 本：850 毫米×1168 毫米 1/16

印 张：8.75

字 数：132 千字

版 次：2012 年 5 月第 1 版

2012 年 5 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-211-06472-4

定 价：19.80 元



本书如有印装质量问题，影响阅读，请直接向承印厂调换

版权所有，翻印必究

(请封面图片的作者与出版社联系)

创业最拉风书系编委会

总 顾 问 张渝民

荣 誉 顾 问 赖 军 郑 震 徐姗姗 吴贤德

顾 问 何明华 宿利南 兰明尚

编 委 会 主 任 宿利南

编委会副主任 陈训明 洪 杰 刘路远 欧定敬

编 委 何杰民 黄鹤麟 何 霭 林培新

廖卫国 蔡 晃 赵明正 蓝凯英

王 青 刘用通 黄绍庆 罗 西

主 编 欧定敬

执 行 主 编 罗 西

策 划 编 辑 代媛媛

编 校 陈 坚 冷 雨 长 生

总序/FOREWORD

这是一套关于创业、成功、财富、视野、雄心、励志的书系，由《创业天下》杂志策划、主编。书系主题与该刊支持机构中国青年创业国际计划（YBC）所倡导的精神、服务的范围基本一致。内容定位于“创业起航，财富实战”，务实，诚恳，有的放矢，与时代脉搏紧密相连。目标读者锁定怀揣创业理想的青年群体，同时也可用于大学“创业教育”的常备课外书和创业培训机构的前沿参考书。

为顺应“以创业带动就业”的时代需要，有效帮扶青年就业创业，《创业天下》（共青团福建省委主管，福建青年杂志社主办）于2010年五四青年节创刊。自创刊之日起，YBC就是该刊的战略支持机构，并为该刊创刊寄语：“分享创业故事、创业经验和创业精神，启发和激励更多有梦想的青年《创业天下》。”该刊将有志于自主创业的青年作为专属受众，面向渴望成功致富、想创业和创业刚起步的青年群体，彰显草根化、平民化色彩，可读性与实用性兼备。该刊细分市场定位准确，专注为青年创业导航，创新营销模式，得到了社会各界的关注与好评。

为大力弘扬创业精神，满足创业青年在创业过程中的多方面需求，《创业天下》杂志策划、主编了这套“创业最拉风”书系。创业者都是有抱负、有理想、有点子的优秀青年，这套书系锁定的读者就应该是这样一群创业强者、青年才俊。策划者和编者都很用心，书系与《创业天下》的办刊宗旨、栏目设置也是一脉相承，或开阔视野，或提升素质，或关心野心，或实战演练……用一句响亮豪迈的口号表达就是：创业去，赢天下！

书系首推10本书：《财富的脉搏》《生意成于创意》《败仗的含金量》《贵人只找对的》《下乡淘金风潮》《别辜负资金的热情》《追求成功不排队》《第一桶金》《财富的温度》《老板不是老板着脸》。10本书内容各有侧重，分别从创业战略、创业项目大PK、创业事故个案剖析、创业导师专业答疑、

新农村创业经验分享、创业融资、创业“财”俊个性榜、创业者最初的存在感、创业者的性情和创业实用心理学等10个方面为创业青年提供帮扶。

书中有启蒙的温度，有励志的深度，更有格局的高度，从战略、企图心以及前瞻性上，给予创业者不一样的知识、信息、思想，以及相应的人物故事与演义，培养强化创业者特有的创新意识、观察力、执行力。以财富、创富为核心话题，进行社会化大探讨，有观点，有视点，有焦点，有沸点，从社会现实、趋势出发，给予创业者人文关怀、财经熏陶，既有大战略的指导意义，又有小题大做的淋漓快感。在个人成长与社会发展的关系里，挖掘情报，点亮智慧，磨炼意志，打开胸襟，丰满理想。

书中有创业者自己回忆的往事，经历的苦难与光荣，峥嵘岁月里的精彩或者忧伤；也有记者采写的初涉创业河流的丑小鸭故事，侧重原生态的朴实、真挚，感性而亲切，经验可贵却不板着面孔。

创业是一项艰难而体面的事业，所以创业者对失败者往往更容易产生共鸣甚至有膜拜情怀。本书系提供的创业“走麦城”案例，令人震撼，教训比经验更可贵，可圈可点的失败分析与感悟，有理，更有用。

创业导师专业答疑方面，也是可圈可点。答案是问出来的。答疑解惑，有设身处地的亲切态度，更有专业权威的眼光；不板着面孔说教，却有官方或者权威机构的专业建议；有宏观的战略把握，更有细分的项目指导。

还有关于创业融资的良心建议，这是当下创业者面临的棘手问题。创业缺钱，是不是一个伪命题？创业者有胆识，胆识也需要佩剑，那剑就是资本。以天使投资为主，引导创业者怎么找资金，怎么集资，怎么凝聚资本力量……

整套书系致力于“为青年提供实验成功的根据地”，突出实用性和方法论，找项目、找资金、找导师、找合作伙伴的读者都能从中获益。既有草根化、平民化色彩，又有名家权威指导，并着力打造草根青年创业英雄。书系的出版发行，当能满足不少创业青年的现实需要。

是为序。

书系编委会

2012年3月19日

前言/PREFACE

去哪里创业，是个问题。蛋糕怎么做大是个问题，怎么切割蛋糕更是个问题。

“新农”，是个热词。去乡下创业，是一个新趋势，也是新的财富战场。

很多城市青年去农村淘金，也有更多出生于农村的大学生回归农村，颠覆父辈的小农思想，勇于进取，把农业搞得风生水起，与时俱进，有传承，更有创新，有中国特色，更有世界潮流。

本书内容，有关于新农民的风貌，也有关于新农人的锐气，有成功的致富项目，有深度的故事剖析，有典型的人物访谈，有感性的风向标指引……内容有料，有趣，而且经验可鉴，富有复制价值。人物经历丰富多彩，也包括大学生“村官”的创业故事，很新鲜，很时尚，充满朝气与想象力。

有别于过去的“致富”文章，有新农业的国际“范”，不单是传统农民的致富经，时尚与实用兼备。

不少下乡创业案例是由《创业天下》杂志的合作伙伴、央视“乡约”栏目友情特供，在此深表感谢，我们都有一个共同的心愿，帮助你致富，关心你发展。

目录 / CONTENTS

第一辑：乡约

- 辞官卖红薯 /3
- “山东大嫂”响当当 /8
- 梁希森：20 多亿砸向小土豆 /12
- 千万财富源自一地鸡毛 /17
- “贺大胆”：泥巴裹鸡卖真金 /22
- “倔驴”找驴的财富传奇 /28
- 刘武：指挥天鹅飞着赚钱 /33
- 乡村里的亿万富婆 /39
- 一波三折闯商海 /44
- 渔家女进城，成就“魔女”奇迹 /48
- 养殖金钱龟，养成了全球大哥大 /52
- 陈雅珍：山里的路，好不好走 /57
- 我欲占山为王 /62
- 10 个野鸡蛋“孵”出千万财富 /65
- 石头入菜，成就创业梦想 /70
- 一个女生的粽子传奇 /74

第二辑：大学生“村官”

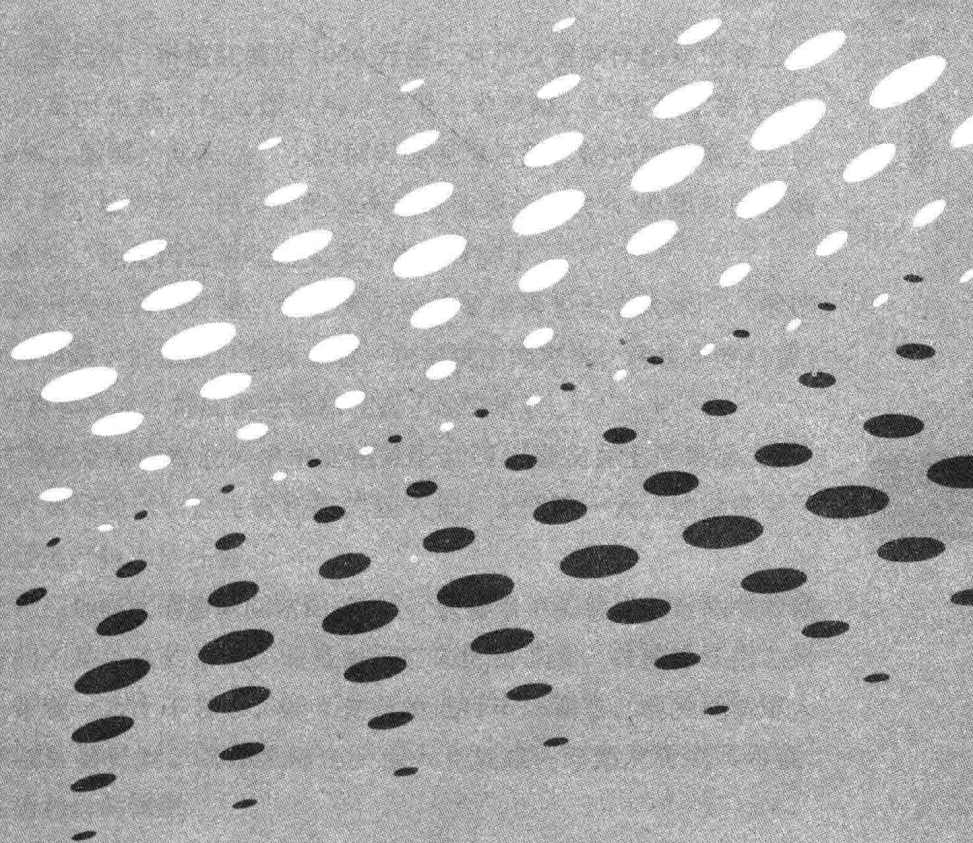
- 大学生“村官”期满后的现实选项 /81
- 大学生“村官”的副业：商道传播 /86
- 大学生“村官”混搭创业 /90

金银花开财富来 /94
刘维敏：请叫我农村工作者 /96
养什么都不要忘了养知识 /98
农民专业合作社 /100
玩转草莓，撬起千亩草莓基地 /104
变废为宝的大学生村官们 /106

第三辑：绿色的遐想

绿色世界的守护人——徐忠界 /113
仰月山庄：农夫、山泉、有点田 /117
卖水声 /121
丁磊当猪倌，养出世界最“干净”的猪 /124
现代“弼马温”的影视创业之路 /126

第一輯：乡约



■ 辞官卖红薯

他辞官卖红薯，为的只是心中的一个创业理想。

他由红薯破题，发明了“方便粉丝”，彻底改变了长期以来粉丝只能煮着吃的习惯，填补了世界方便粉丝的空白。他的创举使红薯增值 40 多倍，带动 60 万薯农脱贫致富，实现了自己年销售收入 3 亿元的目标。这个“10 年磨一剑”故事的主人公就是四川光友薯业有限公司董事长邹光友。

与红薯的不解之缘

四川盆地丘陵起伏，种植红薯近 2000 万亩，利用红薯制作粉丝已有上千年的历史。邹光友出生地三台县谭家沟，这里土地贫瘠，但适合红薯生长，种植面积达 40%。据邹光友回忆，小时候因为家境贫困，顿顿吃红薯，因为红薯吃得太多，胃好像发烧一样。他的母亲就带他到远离家乡 90 里地的县城医院看病。医生说，他是因红薯吃得太多，烧成胃病了。

回家后三天内没有再吃红薯，但三天后因为家里再也没有大米了，他还得继续吃。他那时最大的愿望就是长大后一定要跳出谭家沟，再也不吃红薯！但人生如戏，“再也不吃”的红薯之愿却成就了他的事业。

1982 年，邹光友西南农业大学毕业被分配到四川省安县土产果品公司，后又调到三台县建设区，任主管科技的副区长。上任第一天，他就接到了到甘肃引进红薯高产技术的任务。

当邹光友和当地农民靠着取回来的“经”，获得当年红薯增收近两成的喜讯时，他面对的不是丰收的喜悦，而是由于红薯价格低廉，农民只好用之来喂猪的尴尬。带着一万个不甘心，邹光友开始进行市场调查，他发现城里人吃火锅时喜欢涮红薯粉丝。这如黑暗中一道火光划过，邹光友看到了希望，开始了他和红薯粉丝的情缘。



用思考改造生活

当上科技副区长后，邹光友无时不想着如何能够改变红薯。其实，红薯含有很多营养物质，可为什么吃多了会得胃病呢？经过研究，他得知，原来是红薯中含有可溶性糖。找到问题后，邹光友开始一步一步试验，终于找到解决的办法。在加工红薯时，他先把红薯洗净后放入机器粉碎，然后加水洗，再用机器过滤。于是，淀粉与糖就产生分离，淀粉在下面，糖在水中，把水放掉以后糖分就去除了。以前农民生产的红薯粉丝是黑色的，是由于加工时受到了氧化污染，杂质多，而现在这样一改变，红薯粉丝就变了样。

通过层层攻关，他终于研制出了一种精白的红薯粉丝，这项研究获得了中国发明专利。传统的红薯粉丝8角钱一斤，精白红薯粉丝可以卖到1.80元一斤。他把技术教给农民并指挥生产，让广大农民也生产出精白红薯粉丝。在他与农民们的共同努力下，仅精白红薯粉丝一年就为当地增收一百多万元。他的事迹在《人民日报》上刊登，不少报刊对红薯粉丝进行了报道。他用思考来改变着生活，他用科技创造了新的起点。

第一次革命：辞官卖红薯‘不走寻常路’

在担任科技副区长期间，邓小平南巡讲话改变了他的思想，他的创业激情被点燃了。在别人的诧异声中，他辞职了！毅然开始了他的创业生涯。

虽然为官多年，但他的手上并没有多少钱。他向同学借了5000元作为启动资金，紧接着买了一个村办的粉丝厂搞加工。创业初期每天晚上几乎是睡在工厂，吃饭就三块砖撑起来架一口锅，配菜就买一瓶辣椒酱。不久，他便加工了大约5吨的红薯粉丝。当他信心满满地将产品推向市场时，困境却出现了。由于人们大多只认识传统的黑色红薯粉丝，新的精白红薯粉丝产品有人误以为是玉米粉丝，一时无法接受，市场认知度不高。在困难面前，邹光友没有屈服，在聘请的推销员相继离开后，他只好亲自到街上叫卖。

昔日的科技副区长，如今在街上吆喝，多多少少引来了众人猜疑的目光。在复杂的社会压力下，他没有退缩，更不敢轻言放弃。在不断地重复叫卖中，引来餐馆老板，引来了新客户，他一步一步地走进市场。

在“卖摊”中，邹光友摸到市场的规律。他到商店、火锅店里去推销；他采用租摊位、扯横幅、免费品尝等一系列促销手段；他举办培训班、卖技术、卖加工设备等方式开拓市场。他将事业红红火火地不断向前推进。他勇于干别人不敢干、不想干的事，干别人不相信能成功的事。

第二次革命：方便粉丝横空出世

1997年邹光友推出了方便粉丝。1993年的春节，邹光友没回家过年。他在工厂里开始实验方便粉丝。他找了一个铁皮盒，在上面弄些盐，把实验的粉丝放到金属盒里面，然后油炸。结果炸出来以后却是一块一块的，像方便面的面饼一样。可想而知，这次试验没有成功。邹光友说，他现在也记不清经历了多少次试验，一次次失败，一步一步地改进，终于获得了成功。

经历无数次改进的红薯粉丝装在盒子里，用水一泡就能吃了，而且口味很好。可是方便归方便，价格上却比普通方便面要高，为此遭到了许多人的反对。邹光友认为，可行不可行，只有市场检验了才是结论，所以他义无反顾地把方便粉丝投放向市场。

万万没想到的事情发生了！投放市场不久，方便红薯粉丝便一炮走红，消费者的追捧，一时出现了供不应求的状况，而且需求越来越大。这下可好，素有“方便面之父”的康师傅老总邀请他到天津访问。他的事业开始强健地向前迈进。

第三次革命：生产无明矾粉丝

随着事业不断开拓，有些竞争者为了抢占市场份额，开始模仿制作红薯粉丝。仅成都、重庆一下子就涌现出二十多家。在同质化的竞争中，只有不断地推陈出新，实现产品的差异化，才能化被动为主动，夺得市场先机。于是，邹光友又开始了他的新一轮研究实验——制作无添加明矾的粉丝。

中国传统的粉丝添加明矾有两百多年的历史。加了明矾添加剂，虽然口感好，但吸入过量会导致老年痴呆症、皮肤粗糙、皱纹增多、骨质疏松、关节疼痛等慢性疾病。1989年，世界卫生组织已明确限制铝离子进入食品，并限制铝炊具生产。



邹光友用可食用材料替代明矾，通过高温高压工艺解决了粉丝加工的物理特性及口感难题，并于2002年获得国家专利证书。

“无明矾粉丝”迎合了当今追求健康、安全食品潮流，迅速走红市场，并一举拿下500万美元的出口订单。由“方便粉丝”到“无明矾粉丝”，邹光友称为粉丝“第三次革命”。他由此生发的人生体会是：“诚信经营企业，诚信经营人生”。

2000年邹光友在绵阳高新区征地18亩筹建起全国首条万吨方便粉丝生产线。就在邹光友豪情万丈之时，《成都日报》刊发文章《光友粉丝含明矾》。之后，举报、投诉、经销商退货、执法人员勒令停产、起诉，林林总总的波折严重影响企业的发展。四川省质检局对无明矾粉丝进行了抽检和内部检查，并证实粉丝没有含明矾。

为了维护企业形象，挽回损失，邹光友马上组织法律顾问向法院起诉。法院裁定这是商业诋毁，属于不正当竞争。让造谣者赔偿30万元，并公开赔礼道歉。

造谣者不服判决上诉到高院，高院最后维持原判。虽然是维持原判，但却引起全国同行业的重视。也正是由于这次“明矾事件”，让光友无明矾粉丝在全国打响了安全绿色食品的广告，市场又重新回来，并逐渐扩大。

2004年邹光友在北京向全国发起“捍卫传统食品安全”的倡议，引起轰动。无明矾红薯粉丝预示着方便粉丝已经进入了食品安全时代，邹光友拿到了进军国际市场的绿色通行证，缔造了无可替代的红薯王国。

第四次革命：实现全薯革新

红薯粉丝虽然取自于红薯，但它的成分是淀粉，营养单一。随着人们生活水平的提高，邹光友在朋友的建议下，开始琢磨着制作营养红薯粉丝。他在红薯中加入蛋清，增加蛋白质。但是颜色不好看还有腥味，他也曾加入钙粉，但却损坏了原有粉丝的劲道与口感。在这些实验失败后，邹光友转换思维，能不能从红薯本身出发，将全薯的营养成分都充分利用起来？邹光友将全薯经过高温高压，加适量红薯淀粉作黏连剂，终于做成了天然全薯营养性粉丝。这一次的研究让他又获得了一个发明专利技术。邹光友认为这是红薯粉丝的第四次革命，因为它回归了本真，但这本真和以往所吃的红薯已经有

了本质的区别。

邹光友给记者粗粗算了笔账，他说 3 千克鲜薯=1 千克全薯淀粉=12 碗全薯方便粉丝，其价值相差是 40 多倍。2009 年，邹光友的薯业公司完成 3 亿元销售收入。在这巨额数字背后是 60 万薯农及加工薯粉加工户的脱贫致富。

为了和同质的产品拉开距离，一路上，邹光友一直保持着创新的思维，经历过四次的红薯革命，注定还会有第五次、第六次的革命。他一路走来激情四射的人生，让人们对未来红薯产业充满信心。他所传递的对梦想的坚持和对人生创意的经营，有着许多创业者的共性，同时又彰显了邹光友自身独特的魅力。

（文/黄田 余淑贞）



薛官夷红薯

■ “山东大嫂”响当当

当“万名山东大嫂保送深圳务工”的签约仪式在深圳举行时，一手操办这一项目的何霞，顿感肩上背负的重担。四年多的时间里，她扛着“山东大嫂”这面大旗，一步没有停歇地向目标靠近。其实，这又何曾是她的目标呢！她坦言，要做就要做大做强，在未来的几年里，她要力争将济南万家盛世人力资源管理咨询有限公司打造成山东省第一劳务输出品牌，并成为一家人力资源上市公司。

谁能相信，出此豪言的竟是一位曾经下岗的女工！

目标只有一个：做一家正规的民办职业介绍企业，为农村剩余劳动力、城市下岗人员、大中专毕业生提供岗前培训和就业指导，帮助他们顺利就业。

1995年，何霞从天津外国语学院英语系毕业后，靠着自己的努力在济南一家制造五金工具的集体企业找到了一份工作，主要从事外贸出口业务。1997年初，工厂开始走下坡路。2001年，公司几近破产，她正式下岗。为了生计，之后她既当过推销员，也卖过保险。

一直对人力资源感兴趣的何霞在2004年报名参加了人力资源管理培训班。同年，她考取了国家级的人力资源管理培训师资格证。之后，经过齐鲁电视台“招工面对面”栏目竞聘，担任了培训部主任一职。在培训的过程中，她一边讲课一边学习，逐步掌握了一套比较完善的培训方法体系。也可能是因为做老师整天站在讲台上讲的多了，同时每天要接触到各种各样的求职者，加上自己同样有过求职的经历，知道劳务市场的潜力和发展空间，何霞开始有意识地关注当时的劳务输出以及人力资源公司的状况。她发现，新生的劳务派遣公司良莠不齐，真正让人放心、规范经营者为数极少。看到这一点后，