

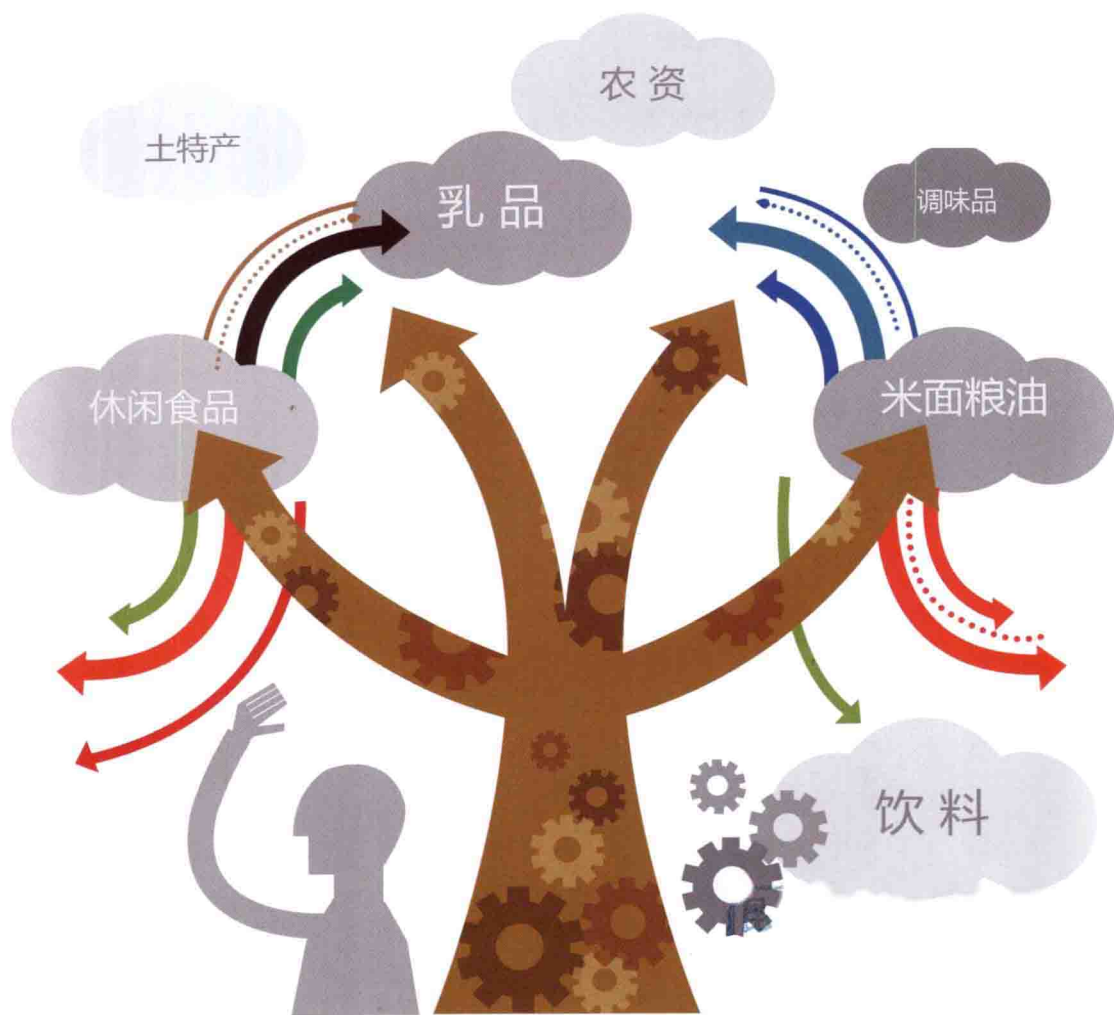


大农业模式

李志起 编著

改变著名农企命运的 100 个新锐经验

「小农经济」挽救不了中国农业，
大农业模式——中外优秀农企的创新之道。
世界农业掘金中国，中国农业接轨世界，
用模式创市场，用产品占市场，
你必须熟知的外中著名农企新锐案例100强！



大农业模式

改变著名农企命运的**100**个新锐经验

李志起 编著

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

大农业模式 / 李志起编著. —北京: 中国农业出版社, 2013.12

ISBN 978-7-109-18507-4

I. ①大… II. ①李… III. ①农业企业管理—企业经营
管理 IV. ①F306

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第255479号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路2号)

(邮政编码 100125)

责任编辑 刘博浩 程 燕

北京中科印刷有限公司印刷 新华书店北京发行所发行

2013年12月第1版 2013年12月北京第1次印刷

开本: 700mm × 1000mm 1/16 印张: 24.25 插页: 3

字数: 305千字

定价: 45.00元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)



● 李志起老师活动掠影（2012—2013部分）



北京志起未来营销咨询集团与美国著名投行
华尔街AEGIS集团结成战略联盟



李志起应邀做客叶檀主持的《新财富夜谈》电视节目



李志起与清华大学著名经济学家魏杰教授交流合影



李志起当选全国工商联中国农业食品营销
专业委员会常务副会长



李志起应邀参加第四届旅游目的地营销论坛



李志起应邀参加桂林市旅游品牌提升年启动仪式

未来在希望的田野上

本书成稿于2013年11月，也是中共十八届三中全会即将在北京召开之时。从1978年十一届三中全会召开，确定改革开放目标，到今年即将召开的十八届三中全会，中国的改革开放迎来了第三十五个年头。

35年前，中国的改革从安徽小岗村起步，农业走在了改革开放的前沿。

35年后的今天，农业早已从传统单一的农产品种植和输出，走向涵盖农、林、牧、副、渔在内的大产业，涉及从原料到深加工的全产业链经营，大农业时代已经到来。

现在，中国各个阶层在充分享受改革开放丰硕成果的同时，“三农”即农村、农业、农民问题再次将成为各方舆论密切关注的焦点——没有农村、农业和农民的现代化，中国就没法实现真正的现代化。

因此，我们坚信，农业将成为最值得期待、最具有爆发力的板块！我们可以大胆地预言，未来10年，农业一定是最受瞩目、最有发展前途的焦点行业。

大农业模式，顺时而生，商机无限

2013年1月，中央一号文件出台，使目光再度聚焦农业，文件强调农业要由传统单一经营模式向着集约化、专业化、组织化、社会化相结合的多种形式经营转变。

2013年以来，中央领导频频视察农业、农村，屡屡强调改革、创新，再

次表明中央对农业发展的高度重视。

从而，北京志起未来营销咨询集团认为：农业正在迎来历史性的大变革，大农业时代已经来临，“大农业模式”开始备受瞩目。

大农业模式，是强调以市场需求为导向；以战略新品驱动为核心；以现代科技为依托；以创新经营方式为重点的全新农业产业化发展模式。

“大农业模式”强调充分整合资源，形成集产品生产、深加工、销售为一体的全产业链优势；

“大农业模式”围绕以创造战略新品为核心，从企业的战略、品牌、产品、渠道、商业模式等多方面进行全面提升，强化企业核心竞争力，突出企业竞争优势，帮助企业在市场中游刃有余；

“大农业模式”将带给企业更多的商机、更快的发展、更大的收获，让企业成功坐上农业“龙头”宝座，成就品牌；

“大农业模式”魅力无限、优势彰显，是引领无数农业企业走向成功未来的重量级法宝。

然而，我们也必须看到，现在众多的农业企业在经营中仍然深陷困境，完成向大农业模式转型并非易事。

在与我们的深入交流中，许多农业企业家表达了他们的困惑所在：

看到政策机遇，却不知道该如何下手，如何确定公司的战略发展方向？

有资源，却不知道该做什么样的产品，不知道什么样的产品在市场才有前途？

投资大、回收慢，如何构建自己的商业模式，如何才能提高回报率和竞争力？

有品类、无品牌，如何创出企业品牌？

如何建立自己的特色产品，屹立市场、走向全国？

人才缺乏、经验不足，如何构建优秀的营销团队？

以上诸多问题，让我们深刻认识到了铁的定律：发展农业，仅仅依靠产地资源和政策优势，还远远不够！农业更需要依靠市场、创造市场才有大未来！

战略新品思想，帮助 200 多家企业创造辉煌业绩

在大农业模式下，农业企业要想成功转型和崛起，一定要有崭新的创新思路 and 勇于创新的营销实践！

这正是北京志起未来营销咨询集团的独家秘笈——战略新品。它是大农业模式的核心思想，更是推动企业成功转型、走向辉煌的制胜法宝。

作为中国农业第一营销策划团队，15 年来，志起未来服务的领域遍及粮油米面、蔬菜瓜果、农资化肥、种子、食品饮料、乳业、休闲食品、调味品等各行各业。现在您在每个城市，都可能接触到志起未来营销咨询集团打造的经典作品！从东北黑土地，到山东、山西、河南、河北；从湖北、湖南到江西、广西、海南；从西藏、新疆、甘肃、青海到四川、重庆、贵州、云南……志起未来的足迹遍布大江南北！

在与农业企业多年合作的经历中，志起未来对农业、农村、农民都有着一份特殊的感情，我们充分理解涉农企业家，也深知他们心中的苦衷和他们内心做大做强的渴望。我们尊重每一位农业企业家，能够体会他们的朴素、真诚和抱负；我们愿意倾尽所有的心力，帮助农业企业找到市场出路，做大市场规模，实现畅销、旺销，为地方百姓闯出一条生存发展之路。

在我们的战略合作伙伴中，不乏有着金健、西王、阜丰、今麦郎、得利斯、乌江、龙润茶叶、重庆茶叶、福娃、百瑞源、沃土天诚、水塔等农业大品牌，细数一下，服务过的企业竟已超过 200 家！

200 是一个完美数字的象征，这些企业的成功转型，让一些保守的原地踏步企业越发意识到：不做战略规划、不做营销策划，停滞不前将很快被竞争对手超越。

毛泽东说得好，落后就要挨打。今天在农业行业里，谁能抢在前面谁就是胜利者！

在 15 年深耕农业领域的同时，北京志起未来营销咨询集团不断创造案例、积累案例、分析案例、总结案例。我们秉承着“实在、实际、实效、实时、实战”的企业精神，花费多年心血总结出 100 个国内外农业经典案例，在此奉献

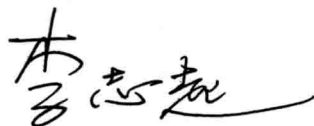
给所有关心农业、支持农业、专注农业的各位朋友，希望能对大家有所启发。

今天我们奉献的《大农业模式》这本书里凝聚了志起未来珍藏多年的营销心血，它详细分析了大农业模式如何成为农业企业发展的必经之路，通过对100家经典案例的探讨，揭开农业企业抢占行业之首、坐上龙头宝座、实现持续发展的独家秘诀！

希望通过这100家农业大案例的分析，能够帮助更多志存高远的农业企业家拨云见日，迎接崭新的明天，托起辉煌的未来！

请牵手志起未来，我们和您一起在希望的田野上创造明天！

北京志起未来营销咨询集团董事长

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of the characters '李志起' (Li Zhiqi) in a cursive script.

序 未来在希望的田野上

第一章 迈向龙头企业，你该如何华丽转身 / 1

第一节 影响转身的经营问题，你清楚吗 / 4

第二节 完成华丽转身，企业要具备什么 / 7

第三节 龙头企业如何玩转大农业模式 / 10

第二章 大农业模式是农企发展必经之路 / 19

第一节 解读大农业模式 / 22

第二节 农业龙头企业都有哪些优势 / 25

第三节 大农业模式农企如何运用战略新品跑赢市场 / 28

第三章 大农业经典案例：米 / 35

第一节 美国邦吉：从农场到终端全过程 / 37

第二节 中粮全产业链：玩转整合营销赚大钱 / 38

第三节 日本“越光”大米天价之谜 / 40

第四节 孟乍隆书写泰国香米传奇 / 42

第五节 金健米业：中国粮食第一股的财富传奇 / 44

第六节 福娃：米业最耀眼的“奥运冠军” / 47

第七节 同福碗粥：0 到 15 亿销量增长背后的“神策划” / 51

第八节 米老头：一年 3 亿的秘诀在哪里 / 54

第四章 大农业经典案例：面 / 57

第一节 农心辛拉面：韩国最好的方便面是如何炼成的 / 59

第二节 克明面业：经典广告语开创竞争新格局 / 61

第三节 康师傅：持续创新，爱心为美味加分 / 64

第四节 今麦郎：“弹”出 100 亿的品牌传奇 / 66

第五节 老坛酸菜：单品 40 亿的背后 / 69

第五章 大农业经典案例：油 / 71

第一节 诺瑞斯：把橄榄油卖给中国老百姓 / 73

第二节 金龙鱼如何成为益海嘉里的拳头产品 / 75

第三节 西王“食油战争”，爆出黑马，战略新品全国热销 / 77

第四节 润心晶粹：抢占中国高端茶油市场制高点 / 79

第六章 大农业经典案例：饮料 / 87

第一节 雀巢：不断的维持性创新造就百年长青 / 89

第二节 美汁源果粒橙营销：喝出来的乐趣 / 91

第三节 可口可乐也卖萌，贴近消费者 / 95

第四节 红牛：战略新品决胜终端 / 98

第五节 王老吉：商业性创新打造出的销量奇迹 / 101

第六节 新奇士：一颗美国橙的中国梦 / 103

第七节 佳沛：新西兰奇异果布局全球 / 105

第八节 16 元一瓶“零度果坊”为何卖断货？ / 108

第九节 六个核桃：从 0 到 30 个亿的业绩神话 / 110

第十节 养乐多：奢侈的“酸奶贵族” / 113

第十一节 康师傅冰糖雪梨：后来者居上 / 115

第十二节 香飘飘：边玩边卖，创出 24 亿的销量奇迹 / 116

第十三节 北川维斯特：打造中国高山农业第一品牌 / 119

第十四节 从天地壹号估值 40 亿背后应该看到什么 / 122

第十五节 致养 100：原浆核桃乳，开创核桃蛋白竞争蓝海 / 123

第十六节 斯慕昔：引领非浓缩还原果汁饮料新风潮 / 125

第七章 大农业经典案例：乳品 / 129

- 第一节 美赞臣：梦想成就爱心与产业 / 131
- 第二节 多美滋：国际乳企拓展中国市场 / 133
- 第三节 兰特：总统喝的牛奶 / 135
- 第四节 蒙牛：颠覆性创新，特仑苏终结乳业薄利时代 / 136
- 第五节 高培：360°体验，360°精彩 / 139
- 第六节 伊利创造奶粉营销奇迹 / 141
- 第七节 圣牧高科：中国乳业发展的新传奇 / 144
- 第八节 庄园乳业：构造全产业链“6S生态庄园” / 147
- 第九节 “宜养肠胃，吸收加倍” 宜养发酵奶，彰显高端品牌魅力 / 149
- 第十节 永利乳业：一头中原乳牛的野蛮成长 / 151
- 第十一节 美可高特：打造中国羊奶粉市场放心品牌 / 154

第八章 大农业经典案例：蔬菜 / 159

- 第一节 多利农庄模式性创新，真的有机蔬菜怎么贵都好卖！ / 161
- 第二节 寿光蔬菜集团：玩转创新，打响生态农业第一品牌 / 163
- 第三节 沃土天诚：战略新品，成就中国速冻蔬菜之王 / 166

第九章 大农业经典案例：休闲食品 / 171

- 第一节 奥利奥品牌战略，营造一个温情快乐的家 / 173
- 第二节 大打创新牌，“张君雅小妹妹”掀起市场热浪 / 176
- 第三节 喜之郎：破坏性创新，演绎品牌扩张的奥秘 / 178
- 第四节 黄飞红花生：品牌 and 创新的完美缔造者 / 181
- 第五节 白家食品：“爱紫记，爱自己！”紫薯也能石破天惊！ / 183
- 第六节 转型奢侈营销，丹夫华夫饼让中国人尽享欧洲 / 188
- 第七节 旺旺：引入新鲜血液，再夺休闲食品宝座 / 192
- 第八节 谷粒棒：引领健康豆制素食新潮流 / 196

第九节 战略新品点石成金，成都棒棒娃销量激增 / 197

第十章 大农业经典案例：调味品 / 201

第一节 亨氏：世界第一大番茄酱 100 年的营销传奇 / 203

第二节 日本味之素：老牌企业破解市场新难题 / 204

第三节 老树开新花，水塔老陈醋再次腾飞 / 206

第四节 高福记：打响中国新派调味品的第一枪 / 208

第五节 李锦记：引领餐桌调味品抢夺战 / 211

第六节 西王：上岸溜达的百亿大鳄，成就中国糖王 / 214

第七节 阜丰战略转型，成就中国香港股市神话 / 216

第八节 太太乐：幸福出味道 / 220

第九节 味聚特：泡菜业的一匹黑马 / 222

第十节 吉香居打造泡菜行业领导品牌 / 228

第十一章 大农业经典案例：茶 / 231

第一节 立顿红茶：战略新品的一代传奇 / 233

第二节 定心·巴渝银针：中国生态绿茶领导者的破冰之旅 / 236

第三节 龙润普洱：承载着“国礼”的光荣梦想 / 237

第三节 品茗竹叶青：探寻茶叶的奢侈品之路 / 242

第十二章 大农业经典案例：土特产 / 245

第一节 正官庄高丽参的国际化之路 / 247

第二节 极草 5X：贩卖稀缺，小虫草卖出天价 / 248

第三节 阳澄湖大闸蟹 / 250

第四节 百瑞源：开创枸杞 3.0 时代，打造西北农业腾飞模式 / 252

第五节 猫哆哩：创意为王，变土特产为休闲食品明星 / 255

第十三章 大农业经典案例：佐餐食品 / 261

- 第一节 午餐肉无处不在，世棒流行世界 / 263
- 第二节 双汇体验营销正当时 / 265
- 第三节 老干妈：“饥饿式营销”打造 60 亿销售神话 / 267
- 第四节 涪陵榨菜：百年企业玩转战略新品 / 272
- 第五节 八缸：榨菜的逆袭，中国最牛榨菜策划案揭秘 / 276
- 第六节 广东鱼罐头：三大品牌彰显超凡实力 / 279

第十四章 大农业经典案例：农产品连锁 / 283

- 第一节 WFM：美国有机超市 WFM 的扩张之路 / 285
- 第二节 好想你：从 0 到 12 亿的连锁大王 / 286
- 第三节 好当家：引领消费需求的“中国第一海参” / 287
- 第四节 千村植保：成功完成农资连锁模式三级跳 / 289

第十五章 大农业经典案例：中药 / 293

- 第一节 美国信心药业辅酶 Q10：人体抗氧化的战斗机 / 295
- 第二节 品牌定位成就东阿阿胶品类绝对领导者 / 297
- 第三节 云南白药：龙头企业传承百年经典 / 298
- 第四节 排毒养颜胶囊：“绝妙十、一”打造现代健康方式 / 303
- 第五节 果维康：颠覆性创新助石药突围腾飞 / 305

第十六章 大农业经典案例：农用物资 / 313

- 第一节 创新战略助嘉吉成功完成中国突围 / 315
- 第二节 杜邦：做趋势的制造者 / 318
- 第三节 孟山都：种子与农药的捆绑销售模式 / 322
- 第四节 中化：强化终端 服务“三农” / 323
- 第五节 新洋丰：商业创新实现销售核裂变 / 325

- 第六节 先锋种业：打造种业神话传奇 / 328
- 第七节 好收成：创新成就品质 责任推动发展 / 331
- 第八节 红太阳：坐稳中国“农资连锁第一品牌” / 337
- 第九节 隆平高科：“种子+农化产品”联合营销模式的缔造者 / 342
- 第十节 屯玉种业：诚信创新，筑造现代种企核心竞争力 / 346

第十七章 大农业经典案例：畜牧业 / 351

- 第一节 正大集团：为做电商构建完整产业链 / 353
- 第二节 首农：打造现代农业新体系 / 355
- 第三节 “但愿人长久 相伴得利斯”，高端品质成就绿色肉食王国 / 356
- 第四节 张飞牛肉：COSPLAY 出奇招 / 360
- 第五节 小肥羊：与时俱进的行业领头羊 / 361
- 第六节 天地鹅业：亚洲最大鹅产业的大河之舞 / 364

第十八章 大农业模式构建农企美好未来 / 369

- 第一节 大农业时代，企业如何构建品牌神话 / 371
- 第二节 战略新品，改变农业企业命运的伟大力量 / 374

第一章

迈向龙头企业，你该如何华丽转身

在大农业时代到来的时候，很多企业自以为形成了一定规模。其实，这是个心理上的误区，大农业是历史发展到今天的必然趋势，它是有评判标准的。企业的规模只是其中一方面，其他方面如产品、战略、品牌等都是鉴定的准则。其中，产品是企业最大的战略，也是核心，如果企业缺失了产品，必将走向失败。很多农企都想实现华丽转身，成为龙头企业，甚至成为 500 强，这是如何做到的呢？

本章就详细剖析了小农业企业在转型中遭遇的问题和困惑，助那些有意转型的农业企业找到适合自己的方法。同时，我们也将透视未来大农业模式的十大趋势，帮您的企业更好地利用战略新品筑造企业的成功基石！