

从伊利、蒙牛

探寻内蒙古高速发展的DNA

到永业

邓九刚 郝诚之 潘照东 李岳清 郭晓川 / 策划
汉 明 任杰华 / 著



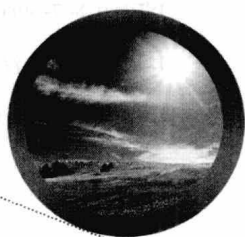
从伊利、蒙牛到永业，从A股、港股到美股，一直到小肥羊、现代牧业的上市，勾勒出了一幅品牌企业与区域经济协同发展的图画。

这个草原品牌集群和一批真正具有企业家精神的企业家们
在其中功不可没。

2011年内蒙古自治区迈入GDP万亿俱乐部，人均GDP直逼广东省
曾经发展相对落后的内蒙古经济为什么能呼啸而起



中信出版社 · CHINA CITIC PRESS



从伊利、蒙牛到永业

探寻内蒙古高速发展的DNA

邓九刚 郝诚之 潘照东 李岳清 郭晓川 / 策划
汉 明 任杰华 / 著

中信出版社
CHINA CITIC PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

从伊利、蒙牛到永业：探寻内蒙古高速发展的DNA / 汉明，任杰华著. —北京：中信出版社，2011.6
ISBN 978-7-5086-2768-7

I. 从… II. ①汉… ②任… III. 乳品工业—工业企业管理—研究—内蒙古 IV. F426.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 072941 号

从伊利、蒙牛到永业——探寻内蒙古高速发展的DNA

CONG YILI MENGNIU DAO YONGYE

著 者 汉 明 任杰华

策划推广 中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行 中信出版集团股份有限公司 (北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编 100029)
(CITIC Publishing Group)

承 印 者 北京京师印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16 **印 张** 16 25 **字 数** 208千字

版 次：2011年6月第1版 **印 次**：2011年6月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5086-2768-7 / F · 2312

定 价：38.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书，如有缺页、倒页、脱页，由发行公司负责退换。

<http://www.publish.citic.com>

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

服务热线：010-84849283

服务传真：010-84849000

从草原文化视角解读内蒙古企业的发展

浩瀚的沙漠、辽阔的草原是上苍赐给内蒙古的宝贵财富。发展沙草产业，是内蒙古经济社会发展和生态文明建设的必由之路。我在内蒙古工作期间，热心倡导沙产业和草产业发展，有幸见证了一批企业的成长，结识了一批勤勉开拓的企业家。在本书即将付梓之际，作者受邓九刚委托请我作序，我欣然应允。九刚先生是内蒙古的大文豪，文章及德行修为令人尊敬。和伊利、蒙牛的熟悉自不必言，而我也看到了永业集团走出阿拉善、走向敕勒川、走向大中华、挂牌华尔街的风雨历程，看到了吴子申作为创业者经历的艰辛和他所率领的团队忠诚事业、服务“三农”的品格。伊利、蒙牛、永业等一批著名巨型企业的成长历程，是内蒙古经济社会发展的缩影。与周边省份相比，内蒙古的人才、区位、资金的比较优势并不明显，之所以奇迹般地诞生了伊利、蒙牛、永业……这些著名的巨型企业，除了资源优势、科技支撑、政府扶持和品牌拉动外，草原文化是推动内蒙古巨型企业成长的人文密码。

内蒙古是草原文化的重要发祥地。草原文化深远地影响和熏陶着内蒙古的人文环境、经济环境和企业文化。内蒙古企业的成长壮大是草原文化在经济领域的积极体现，是草原文化中的积极因素与现代社会合乎中国国情的、部分实现一次次完美对接。草原文化是中华文化的主源之一，正是因为草原文化多元、开放、包容、发展的特质，才使内蒙古巨型企业在传统产业获得现代性方面成

为可能。草原文化崇尚自然、践行自由、崇拜英雄、倡导刚健有为，这些积极因素是巨型企业健康成长的催化剂。随着内蒙古现代企业的崛起，草原文化必将以其独特的风格，为我国现代文明建设提供一种重要形式。

作为研究草原文化与内蒙古企业发展的生动标本，从伊利、蒙牛到永业集团，我们看到文化在交流互感、吸纳摄取、冲撞整合、创新发展中的艰难，而伊利、蒙牛、永业等企业深受开放包容的草原文化影响，最终创造了品牌效应，实现了国际接轨，完成了与现代工业文明的对接。在市场化、国际化的进程中，作为内蒙古企业的杰出代表，伊利开放，实现了与现代企业制度的对接；蒙牛进取，实现了与现代企业文化的对接；永业创造，实现了与科技、管理和组织创新的对接。

永业集团，作为内蒙古企业的代表，在开拓沙产业、草产业的进程中，形成了“资源+高科技+市场手段+资本+精细化管理+草原文化背景”的品牌经济战略，它虽然是后起之秀，却具备了非资源类企业崛起的基因。长期以来，永业集团致力于科技创新、管理创新、组织创新和文化创新，经过了多年的积淀，已具备了国际一流公司的潜质。永业集团的崛起看上去是偶然的，但它的创新历程已经生动证明这是必然的，它的成功，给内蒙古非资源类企业的发展留下了更多有益的启示。

三大企业的发展生动地说明，草原文化在推动内蒙古经济与市场经济的接轨中具有调节功能，草原文化是现代文明建设的重要元素，在推动中华传统商业文化向现代商业文明演进中具有独特价值。随着草原文化积极因素的张扬和内蒙古工业化进程的加速，内蒙古正在成为草原品牌群落的聚集地，喜剧的多米诺效应正在悄然发生。与此同时，巨型企业正在改变着内蒙古的经济与社会面貌，每一个巨型企业都是内蒙古向内外双向输送新文明的高速公路，吃冰激凌、参观工厂、下载草原音乐铃声等等，逐渐成为内蒙古的新时尚。

中国经济正面临着全球化、信息化的挑战，经历着转变发展方式、调整经济结构的升华，草原文化作为一种多元的活体文化，对于塑造企业形象、激发企业活力、增强企业的凝聚力和战斗力、提升企业的创造力和竞争力，



都具有十分重要的现实意义和文化价值。它一旦被认识、被激活、被开发，就一定会在丰富本土商业思维，推动中国企业走向世界，带动中小企业发展方面，体现出强大的生命力。

近几年来，写内蒙古巨型企业成长的书很多，但从草原文化的视角解读巨型企业的成长，这还是第一本。这要深深感谢本书的策划人邓九刚先生。邓九刚先生是我比较熟悉的著名作家，是内蒙古文学艺术界德高望重的重量级人物。他以作家特有的敏锐目光聚焦永业集团，无疑是与时俱进的创新。当然还要十分感谢汉明、任杰华两位作者，他们都是从内蒙古走向全国的精英，他们的才华和辛劳，使我们看到了十九章的大作——《从伊利、蒙牛到永业》。这本书不同于一般的企业传记，它有着沉甸甸的思想内涵。这本书里第一次出现了“内蒙古企业家集群”、“草原品牌群落”、“宽广文明与文化纽扣”、“结合部创新”、“企业与现代文明三次对接”、“玻璃蒙古包文化”、“物、势、人”等原创思想，有故事、有观察、有评述、有抒情，是本不可多得的好书！

现任中央纪委驻交通部纪检组组长、党组成员
曾任内蒙古自治区党委副书记

楊利貴
柳明

好消息来自大草原

——序《从伊利、蒙牛到永业》

摆在眼前的这部书稿使人产生很兴奋的感觉，它为我们展开了一个崭新的也是令人振奋的画卷。许多年的印象，内蒙古大草原辽阔、绿草天涯的感觉；曾经的故事以铁马金戈为主旋律，是成吉思汗的传奇故事。所有这些早为世界所熟知。后来从草原传出来的消息多传达出平静与安宁，是悠扬的牧歌，是自由的游牧生活。

在我们的记忆中，草原的印象还与“老少边穷”这个特别词汇相关联，与沙尘暴与“白灾”相联系。但是突然有一天，草原发出崭新的声音，以崭新的姿态吸引世界的目光，标志性的物件竟然与商业广告语相关，它们是“鄂尔多斯羊绒，温暖全世界！”，伊利“绿色的草原”，蒙牛“为内蒙古喝彩！”，也有“为农村送财富，为城市送健康”，这是永业的口号。令人刮目相看！几乎在一夜之间一个巨型企业的群落在这里拔地而起，吸引人们眼球的同时也征服了无数消费者，使国内外经济界人士震惊。

这肯定不是没有来由的。奇迹产生的根据是什么？除了政策和改革开放的大环境之外，恐怕和地域文化、民族文化、历史文化的积淀存在着密切关系。这一点《从伊利、蒙牛到永业》的书稿中就可以看到。而且作者在这几个方面的阐述和剖析，比我们的认识与思考更加深入、精道和全面。正如书稿所揭示的，逆着时间的暗河上溯100年到250年，纵贯亚洲的大草原曾经出现过一条影响深远的国际商道，这就是著名的茶叶之路！它是继丝绸之路

衰落之后，在欧亚大陆上兴起的又一条伟大的国际商道。茶叶之路在亚洲草原上曾经掀起的经久的商业风暴，历时两个半世纪之久。而呼和浩特就是这条国际商道上的发动机，它发挥了承南接北的重要作为。作为发动机存在的呼和浩特，曾经商贾云集、繁华无限。两个半世纪间，这里产生了许多巨型商号，创造了我国最早的股份制商业企业群。像著名商号大盛魁等甚至具有资可敌国的实力。我们相信两个半世纪的时光为呼和浩特积淀下的商业基因在人们看不到的地方发挥了作用。她以潜移默化、滴水穿石的方式影响着这里生活的人们，影响着他们的思维和生活方式，造就了他们的商业天资和才华，赋予了他们想象力和创造力。当然更有千百年来在这里形成的草原文化的影响和渗透，其作用更是不可忽视。那种独具特色的雄野、博大、勇往直前的精神，给新世纪的草原人以商业视野、胸襟、智慧和力量。

我们还想说，内蒙古经济发展的成功具有不同凡响的典型意义，对于我国西部经济发展和少数民族地区经济发展具有榜样的意义。

同时她也跨越了经济园囿，由此可以透视出我国民族区域自治的成功内涵。

在剖析巨型企业产生的因由时，还特别要谈到政府的推动作用，谈到党中央和国务院对促进少数民族地区经济发展制定的好政策，谈到内蒙古自治区各级政府在此过程中的功绩。

作者是两个年轻的新闻人，敏锐、快捷，热情。书中大量的信息说明他们工作勤奋，视野广阔。真是可喜可贺！我们为他们高兴。

在本文写作过程中传来新消息：内蒙古与河北省合作，在濒临渤海的地方开辟了一个新的工业园区，这个工业园区还带着一个出海港，它的名字叫曹妃甸。毫无疑问，曹妃甸工业园区的出现预示着内蒙古经济将会有更好更快的飞跃！这是一个大策划、大协作、大举措、大手笔，相信借助它的推动，内蒙古一定会有更多的优秀企业走向世界。

内蒙古，神奇的土地，祝愿她繁荣昌盛！

邓九刚 翟惠生

2011年4月2日

序一 从草原文化视角解读内蒙古企业的发展	IX
序二 好消息来自大草原	XIII

第一编 呼啸而起

第一章 草原品牌企业拉动区域经济发展

003	GDP 迈入万亿俱乐部的内蒙古	003
	伊利、蒙牛、永业——撑起内蒙古非资源类企业发展的一片蓝天	005
	从 A 股、港股到美股的攀登	006
	品牌企业——输送新文明的高速公路	007
	呼啸动力始自何方	009

第二章 草原品牌企业发展的三个阶段

011	第一代企业——草原卖药人完成的商业启蒙	011
	第二代企业——资源+草原文化成就的品牌企业	013
	第三代企业——独特资源+独创知识的创新型企业	016

第三章 草原品牌企业呈现集群特征

021	草原品牌群落装点中国经济版图	021
	绿品牌——新生活方式的倡导者	023
	大草原——给企业家提供心灵能量的地方	024
	宽广文明与开放人格	026
	一方水土养育一方企业家	027
	刚直性情与企业竞争力	030

第四章 草原品牌企业家的七大精神特质

035	做企业是在做气候——清醒的企业战略意识	035
	上市，永不放弃的选择——坚持走资源+资本之路	038
	世界上的水都是相通的——想象力、整合力、活动力	040
	造得好卖得更好——企业营销实战技能超强	043
	奖得梦不到，罚得想不到——重视运用激励机制	045
	召城的风铃响在耳畔——勇担社会责任	047
	头顶没有天花板——企业现代是因为企业家的意识现代	050

第二编 百炼成钢

第五章 内蒙古品牌企业战略的梯度演进

057	伊利，与国家发展相伴随的品牌战略——从政治到经济	057
	蒙牛，与传媒活力相伴随的文化营销——从文化到经济	058
	永业，一种基于激活信任的商业智慧——从社会到经济	059
	永业，视问题为商机，用社会学家的脚走通经济的路	061

第六章 内蒙古品牌企业的产业布局

065	奶牛养大了伊利、蒙牛	065
	永业生命素，一项与奶牛有关的事业	066
	三个一千亿工程——生物工程、旅游业、农业和沙产业	069
	好山好水好心情——内蒙古可以做得更多	079

第七章 内蒙古品牌企业的产品研发

081	伊利——每年数亿元投入新产品研发	081
	蒙牛——不断加快的创新频次	082
	永业生命素——点石成金的科技作品	083
	发明是创新，命名也是一种创新	084

第八章 内蒙古品牌企业的营销升级

089	矮脚马文化——草原卖药人的坚韧营销	089
	文化营销——文化搭台，营销唱戏	090
	服务营销——用IT理念作农资快销	091
	眼见为实——让农民眼瞅着把钱挣了	093
	厂商一体——客户员工化，员工客户化	097
	气血相随——现金是血，信息是气	099

第九章 激励机制的东方管理思想

101	奖励前置——让诚信拥有重量	101
	奖励前置——一种鼓励创新的制度设计	102
	奖励前置——东方式人本管理的新探索	104
	奖励前置——把人格与梦想当做金融使用	106

第十章 企业文化的东方式落地

109	稳健伊利——大丈夫能做细事	109
	蒙牛奥秘——在企业文化中引入伦理	111
	永业的家文化——让员工有心理所有权	113
	永业精神——生逢其时，永不放弃	115

第十一章 登上资本市场的新高度

117	华尔街不相信眼泪	117
	厂商一体商业模式征服美国金融巨子	120
	用马头琴伴奏纳斯达克的钟声	123
	为内蒙古企业和纳斯达克搭起一座金桥	125

第十二章 永业的独创知识库——东方式仁厚遇到西方式规律

127	独创知识之市场说——先找市场，再找市长	127
	独创知识之好人说——德行天下，做有清晰价值观的企业	128
	独创知识之诚实说——两诚两实，把“信”字写在大地上	130

独创知识之实干说——一日不作，一日不食	130
独创知识之管理说——最好的管理是不管，变老板为老师	132
独创知识之百分制考核——让所有员工都当老板	133
独创知识之习学说——毛细血管发达了，企业才能强壮	136
独创知识之人气说——情绪是企业重要的资产	138
独创知识之氛围说——三人走路，两个人决定快慢	138
独创知识之地气说——接上天还要挨着地	140
独创知识之质朴说——永远记住你就是普通人	140
独创知识之韧性说——人生是一场马拉松	141
独创知识之创新说——整合力即创新力	142
独创知识之黏性说——永业，一种边创造边焊接的文化	143

第十三章 三位企业家的为人处世

147

郑俊怀——战略型企业家	147
牛根生——有大格局大情怀	148
吴子申——低调做人，高调做事	150
童年偶像与吴子申的心灵世界	153
人性的弱点——一本书带来的力量	157

第三编 成长基因

第十四章 站在草原望中华

163

站在草原望中华，顿觉中华更伟大	163
草原文化——一种基于自然的活体文化	164
草原人的人生观——自然、自由、自在	166
草原文化——推动内蒙古企业现代化的酶	168

第十五章 九龙湾蚰蚰市场的孩子们

171

九龙湾——童年里留下欢乐的地方	171
呼和浩特——一座风里都流淌着草原文化的城市	173

	呼和浩特——一座有信仰有包容的城市	178
	呼和浩特——黄河和草原在这里交汇	181
	塞外青城——走西口精神在这里扎根	184
	呼和浩特的后山——产土豆也产皇帝	185
	呼和浩特——一座喜欢聚会、快乐无限的城市	186
	亲和力也是生产力	190
第十六章	政府的推手	
197	小作坊神奇变身背后的支持	197
	维护市场公平的仲裁者	200
	永业身后关切的眼神	201
	优秀是训练出来的	203
	360度的推手	204
	超前引领，在非资源领域的沃土上	206

第四编 文化的清晨

第十七章	寻找非资源类企业崛起的DNA	
211	文化不仅是资源更是资本	211
	内蒙古品牌集群是典型的文化与经济融合型经济	212
	用文化改变观念，让思想创造利润	214
	保护好传统与现代结合的冰凌花	215
	像保护博物馆一样保护现代企业印记	216
	良心不可以沙化——保护诚信	217
第十八章	喜剧的多米诺效应	
221	谁是下一个被机遇击中的企业	221
	机遇来自于结合部创新	223
	站在全球化与全人类的夹角上	224
	让草原文化的阳光映照中小企业	225

	苍狼白鹿与内蒙古大学MBA	225
	玻璃蒙古包的启示——现代化还是现代性	227
第十九章	创造着我们的创造	
229	绿色生活的公司支点	229
	让内蒙古成为生产快乐的地方	232
	梦想永远被欢迎	233
	用大脑和双手创造财富	235
	激活区域历史文化中的灵魂	237
	文化是一种永不止息的行走	239
后 记	回到原点——责任中爆发的智慧	243

第一编
呼啸而起

第一章

草原品牌企业拉动区域经济发展

2011年元旦刚过，有一条新闻成为各大新闻网站的首页：内蒙古自治区迈入GDP万亿俱乐部，人均GDP直逼广东省。资源，周边省区都有，为什么唯独内蒙古经济发展较快？资金，附近省区更强，为什么国际资本偏偏看中边疆？环境，内蒙古优势并不明显，但为什么八方人才偏偏向这里聚集？更重要的是，作为区域经济质量标志的品牌企业，为什么扎堆出现在内蒙古呼包鄂地区，成为突然显现的壮丽景观？我们的思考从这里开始。

GDP 迈入万亿俱乐部的内蒙古

近年来，群雄崛起于内蒙古大草原：伊利、蒙牛、永业、现代牧业、小肥羊……

这些品牌企业就像双翼的神马驰骋在草原上，呼啸而起，蜂拥而上，大气磅礴，屡屡创造奇迹，引起经济界一片惊诧。

随之而来的是，内蒙古、大草原、草原文化成为国内新闻界出现频率颇高的词汇，越来越多地引起社会广泛关注。

一时间，说内蒙古骑马上班的人少了，吃小肥羊、西贝这些内蒙古菜，