

新锐富豪财智丛书

食品大王、 农业巨子 创富揭秘

陈昌照 刘应梅 编著

顶尖人物 尽收眼底

成功方略 全景扫描

感觉时代脉动 把握财富商机

人民出版社

新锐富豪财智丛书

食品大王、 农业巨子 创富揭秘

人
民
出
版
社

陈昌照 刘应梅
编著

策划编辑:郑海燕

责任编辑:魏慧君

装帧设计:曹 春

图书在版编目(CIP)数据

食品大王、农业巨子创富揭秘/陈昌照 刘应梅编著.

-北京:人民出版社,2005.4

(新锐富豪财智丛书)

ISBN 7-01-004831-2

I. 农… II. ①陈…②刘… III. ①农业企业-企业管理-经验-中国②食品工业-工业企业管理-经验-中国 IV. ①F324②F426.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 015089 号

食品大王、农业巨子创富揭秘

SHIPIN DAWANG, NONGYE JUZI CHUANGFU JIEMI

陈昌照 刘应梅 编著

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京新魏印刷厂印刷 新华书店经销

2005 年 4 月第 1 版 2005 年 4 月北京第 1 次印刷

开本:880 毫米×1230 毫米 1/32 印张:9.625

字数:225 千字 印数:1-5,000 册

ISBN 7-01-004831-2 定价:19.50 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

前言

他们凭什么成功

近年来国内各种不同版本的“中国富豪排行榜”早已成为社会关注的焦点，它在人们心中掀起层层巨浪，无不刺激着人们的神经。许多富豪的大名如雷贯耳，耳熟能详。我们很多人只知其名，不知其实。他们究竟凭什么成为富豪？他们是怎么成功的？他们为什么能成就大业？这些问题常萦绕在我们脑际。

创富是人生的一个重大命题，不仅是芸芸众生的追求，更是整个人类共同的追求。随着历史的演进、时光的推移，人类的财富也在一天天积累着。王永庆说：“没有财富是可耻的。”我们一年到头忙忙碌碌为什么？求什么？因为对财富的渴望，所以，我们探求财富。因为希望拥有财富，所以，我们探寻富豪的创富历程。

新锐富豪是一个时代的标杆，他们的创富奇迹令人惊羡！财以智起，智以致财。打开财富之门的最佳捷径就是向财富高人取经。他们的创富历程和成功经验也是一种宝贵的财富。每位成功富豪，他们发家创业的眼光、能力和智慧令人折服、钦佩，堪称一个时代的经典。探秘他们的财富历程，我们可以看到不同的创富模式：有从田野上奋斗出来的农民企业家；有出身寒微的铁匠、木匠、鞋匠、裁缝、建筑工、临时工、钟表工、小商人、小

业主等，经过艰辛的创业而成为名震一方的实业家、行业巨头，他们有的还将一种产品从国内卖到国外，甚至成为国家式的民族（产业）英雄；有以小博大，靠胆魄与商机，土地和银行贷款而聚集惊人财富的；有纵横资本市场，凭借高超的财技，日进斗金的；也有勇于下海的前政府官员、职员、学者，他们把社会资源与市场机会结合得天衣无缝而成为各业翘楚；更有那信息时代的“知本家”，依傍自身的才智，把知识变成财富，年纪轻轻便家财亿贯，迅速崛起，成为引领时代潮流的财富巨星。

纵观二十多年来国内经济的飞速发展，有研究人士认为，中国社会转型时期出现了三次大的创财商机：1979年至1985年为第一阶段，以“胆商”为主，即“胆商时代”，其特征是“撑死胆大的，饿死胆小的”，谁胆大谁就可能发财。改革开放初期造就的这一批富人，至今基本上已销声匿迹了，而极少数因其思想前瞻、新锐、行动超前果决而成为传统行业大浪淘沙之后留下的常胜将军。1985年至1993年是第二阶段，即“情商时代”，在价格“双轨制”的条件下，以“情商”居多，靠关系、靠路子起家，这拨人目前发展余地已不大，他们中还有部分在延续，而少数脱颖而出的佼佼者，才是今天真正的时代精英。他们的成就证明了他们的实力。1993年至今为第三阶段，即“智商时代”，出现了一批靠智慧和信息赚钱的“知本家”，与以往的富豪相比，他们不仅年轻，而且从创业到成功登顶时间非常短，还有一个很有趣的现象就是他们大都是靠一个很好的创意加不多的风险投资资金起家。创业对他们来说不再是艰苦卓绝的事，而是有点近乎偶然。他们当中有的以技术见长，有的以经营制胜，有的以资本运营获得成功。只要你对事业有一份创意、一份执着、一份痴迷、一份实干，就可能成就一番事业。他们的创业经历极富传奇！这就是信息时代的奇迹。

本书以广阔的视野，从各行各业的顶级领军人物中，精选出近 150 位具代表性的新锐富豪，对其成长经历、市场眼光、创业思路、创富策略、运营模式、经营思想等波澜壮阔的创富历程进行全景式的扫描，指出关键节点，以期激活读者朋友们潜在的财智细胞，激发个人去展开辉煌迤逦的人生画卷，去争取属于自己的成功。本书商业豪杰篇中的大多数富豪就出自“胆商时代”。家电巨头、地产大亨、国企英豪篇中有部分也出自那个年代，但大部分还是来自于“情商时代”，少数诞生于“智商时代”。而医药财神、农业巨子、食品大王篇的新锐富豪跨度较大，来自三个时代的都有。同样的社会环境，同样的市场机遇，因为不同的胆识，不同的资源，不同的人脉关系，不同的风险投入，造就了不同类型的富豪阶层。他们之所以能从激烈的竞争中取胜，成为行业巨擘，靠的是产品创新、销售创新、服务创新、市场创新、业态创新等经营创新。1993 年以后，新兴行业中的网络新贵、IT 英雄、文化精英、资本大鳄，基本上都是出自“智商时代”的财富英雄。这个时代的“知本家”是真正经受商业智慧的考验的。

横观各路成功富豪，他们都有一个共同的特点，那就是：从外部环境看，他们的智慧体现在对宏观大势的研判、中观行业的审视、微观企业的把握上；另外，他们对所处环境的考量、社会关系、人脉资源的协调上，可谓左右逢源、游刃有余。即对天时、地利、人和的结合、平衡方面有出色的掌控能力。从内部个人素质与能力因素来讲，首先，每个人都有强烈的企图心、强烈的创富欲望、成就一番事业的雄心和魄力；其次，有敏锐的市场眼光、商业直觉及捕捉商机的能力；最后，有很强的组织运作实施能力。他们从无到有，从小到大，从一个主意、一个小实体到赢得大市场，获得大效应，再到上市裂变、并购运作、产业化，

最后才造就财富航母。从这些新锐富豪的发展路径中，我们不难发现要得到财富并不难，关键是你怎么去发现。成功的人不是等待机会，而是善于攫取机会、运用机会、征服机会、驾驭机会并为己所用。只要做个有心人，在最普通的地方也能发现商机，一杯牛奶、一粒果冻、一个创意都能创造无尽财富。

我们身边的一切：衣、食、住、行、娱、购、游等都是财富的载体。各路富豪无非是能敏锐地发现社会需求，包括现实与潜在的需求，去满足，甚至去创造或引导这种需求，而后及时有效地组织各种社会资源，包括技术、资金、市场、人才，迅速地去满足这种需求，为各类消费层提供优质产品和优质服务。巨额财富的诞生不过是在特定的历史时空，把握机遇，利用一切可资利用的资源而创造出来的结果。150个创富故事，就是150个经典案例。

“商无定市，善谋者胜”。在富豪得以成就之后，人们看到的只是他们高高在上的财富大厦，这种仰视意味着敬畏和高不可攀，这种不对等的视物方式拉大了我们与富豪的心理距离，也让我们在内心深处以为财富遥不可及。不过现在，机会来了。让我们登上时代的制高点，走进富豪们的财富世界，以平视的目光探索财富的创造过程，以更加平和的心态仔细打量富豪们的创富历程，去揭开罩在富豪头上的神秘面纱。当我们消除了对富豪的敬畏和对财富的仰视之后，财富之门已经为我们开启了一条缝，下一步怎么做就看你的了！

陈昌照

于深圳华轩工作室

2005年4月

目 录

前言.....	1
---------	---

1 创造“蒙牛”神话的整合奇才——牛根生.....	1
---------------------------	---

蒙牛乳业的迅速崛起可以说是我国乳业史上的一个奇迹。

在刚刚过去的3年里，蒙牛的复合增长率高达137%，远远超过同行。2003年度实现销售收入40.7亿元，净利润2.3亿元，已经成为中国最大的液态奶生产商。2004年蒙牛上市，创造了中国最豪华的富翁团队——5个亿万富翁、10多个千万富翁、几十个百万富翁。

牛根生——这只纵横乳业江湖的草原狼，谱写了中国新世纪经济大潮中的一出现代神话！

2 掌控“天罗地网”的“商业超人”——宗庆后.....	22
-----------------------------	----

宗庆后一手创办的杭州娃哈哈集团连续6年在同行中销量第一。2003年，公司营业收入突破100亿元大关，成为全球第五大饮料生产企业，仅次于可口可乐、百事可乐、吉百利、柯特这4家跨国公司。

“君子爱财，取之有道”，宗庆后认为社会应该提倡和鼓励勤劳致富、诚信致富，赚钱不忘回报社会，所以他十分热衷于社会公益活动，在“2004年中国内地慈善企业家排行榜”中位居前十名。宗庆后也曾荣获众多其他奖项，并多次入选《福布斯》中国大陆百富排行榜。

3 资本运营的空手道高人——朱新礼 51

1992年，朱新礼辞去县外经贸委主任的职务，“买下”县里一家亏损超过千万元，濒临倒闭的国有罐头厂。他利用补偿贸易，引进外国的设备，以产品作抵押，分5年返销产品，部分付款还清设备款。朱新礼“空手套白狼”，由此掘得第一桶金。

短短几年里，朱新礼带领“汇源”跻身成为民族饮料工业的排头兵，不仅创造了一个家喻户晓的知名品牌，更重要的是带动了一个产业的发展，为绿化荒山、改善生态环境、增加农民收入做出了贡献。

4 凭广告创果冻品牌奇迹的高手——李永军 71

“果冻布丁喜之郎”、“果冻我要喜之郎”的广告词在中国耳熟能详，喜之郎利用广告创造了一个行业奇迹，成为巧创品牌的成功典范。

李永军的过人之处就在于，他意识到在果冻这样一个无技术、无研发等天然屏障可守的市场，厂商惟有跳出产品本身的局限，在消费者的认知上做文章，才能使产品在消费者大脑中真正占据一席之地。

地。

李永军在传播方面纯熟地设置了一道同类产品难以逾越的市场壁垒，使得喜之郎产销量急速攀升，并一跃成为果冻行业第一品牌，生产规模和销售量均居全球第一。

5 “世界杂交水稻之父”——袁隆平 83

2001年，袁隆平荣获首届“国家最高科学技术奖”。这位“世界杂交水稻之父”的研究成果，不仅使中国率先在世界上实现发明“超级稻”的目标，还在解决中国乃至全世界的粮食问题上具有重大意义。

育成“超级稻”一直是世界育种专家的梦想。袁隆平和他的课题组成员连续三年在全国近10个省大范围试种“超级稻”，平均亩产达到800公斤。在云南试种的50亩中，有一亩产量甚至高达1137公斤，创下世界水稻单产的最高纪录。袁隆平为人类做出了巨大贡献。

6 从玉米榨出黄金的市场“魔术师”——刘小明 99

大成生化的刘小明以战略的眼光，找准了玉米饲料加工的契机，在很多人仍处畏首畏尾之时，紧紧抓住了机遇，借助国内丰富而廉价的资源，进入了一个竞争相对较少的领域，并最终走上致富之路。

实践证明，黄灿灿的玉米也能榨出“黄金”。刘小明通过从事玉米制品加工，成功累积了19亿

元的财富，荣登2004年胡润百富榜第48名。在国内和国际同类产品市场上占据较大份额，成为中国最大的赖氨酸制造商和最大的玉米提炼商。

7 创造“绿色生态产业链”的运营专家——郭浩 112

郭浩的精明之处在于他下海经商，积聚巨额财富后，能从最“土”的地方发现最有价值的产业。“民以食为天”这句流传了千年的格言曾让郭浩回味无穷，有一天他猛然醒悟，只要人还需要通过食物来生存的话，那么农业就是个永恒的产业。

从绿色农业生产资料的研发，到绿色农产品基地建设；从绿色营销网络的构建，到使绿色农产品漂洋过海，扎根中国本土成长起来的“超大”很快地将其产品大规模地拓展到全球，成为推动中国绿色有机农业发展的主力军。

郭浩最喜欢说的一句话是，“得一个人才得一笔江山”。“超大”的成功归根到底取决于人才与科技。

8 民营企业向现代企业转型的典范——刘永好 132

1988年，刘永好兄弟成功地开发出“希望牌”高档猪饲料，并很快占领成都市场。1992年，“希望”成功模式向全国复制，在各地办厂并取得成功。1995年，刘氏四兄弟明晰产权，分别成立了大陆希望集团、东方希望集团、新希望集团、华西希望集团，各自在相关领域发展，并成为国内最大民营企业之一。

刘永好从饲料业做起，到成为中国第一家民营银行的第一大股东，再到入股民生保险，触摸信托业，最后到整合乳业产业链，涉足流通业，不仅成为私营经济最早的觉醒者，也成为了民营企业向现代企业转型的开拓者之一。

9 由饲料业转战铝业的“东方”富豪——刘永行 149

刘永行和他的同事们已不仅仅满足于卖饲料，他把铝电作为东方希望的第二主业。刘永行认为，世界铝行业正在发生着一次产业大转移，中国如果不抓住这个有利时机，众多大好机遇就会流入其他铝原料产地如越南、非洲。

“企业要做成百年老店，必须要与时俱进，”刘永行曾说道，“我要做的事第一是发展生产，第二是让员工发挥潜能，第三是在发展生产的同时对社会做出贡献，我想这是符合‘三个代表’精神的。”

10 中国水产及饲料产业的“鱼老大”——刘汉元 169

知识改变命运。刘汉元不仅靠知识改变了自己的命运，也改变了一个行业的命运。

由其创建的通威发展成为中国最大的水产饲料生产企业和主要的畜禽饲料生产企业之一，为中国水产及饲料工业的发展做出了重要贡献。通威集团跨越式发展的这11年，正是中国饲料工业取得巨大成就过程的缩影。

刘汉元成功的诀窍在于他认定，谁引导农民致

富，谁就和农民一同致富；谁和农民抢饭碗，谁就没有饭碗；所以谁做的事情是为农民的饭碗里添肉加油，谁就会获得成功。

11 以规模和品牌整合市场的“鸡司令”——韩伟 194

20 世纪 80 年代初，韩伟没有任何抵押却从银行贷出了巨款，原因就在于当时大连市正在大搞“菜篮子工程”，韩伟的鸡场扩建“急政府之所急”。从这点说，他不愧是一个顺时而动、把握政策机遇的弄潮儿。

经过 20 年的艰苦创业，韩伟集团已成为中国最大的现代化蛋鸡饲养企业、鲍鱼养殖企业和生物有机肥生产企业。“绿色鸡蛋”、“海洋珍品”、“绿色肥料”构成了韩伟集团的三大支柱。

韩伟集团也是世界蛋品协会中惟一的中国企业。加入 WTO 前后，美国、日本等国的行业巨头都曾先后光顾过韩伟的基地，为什么国际行业巨头纷纷相中韩伟？

12 从地产开发商到“东北猪王”——韩真发 220

韩真发从机关下海，先是在房地产业捞到了第一桶金，为什么之后他又能另辟蹊径，再创辉煌呢？关键在于他的眼光：猪肉！中国人吃了 2000 年，2000 年之后大家还得吃。“猪肉市场是刚性的，消费是终端的。在宏观上、战略上，我看好这个趋势。”韩真发如是说。

实现农业产业化，韩真发最大体会是：要实现

农村经营体制创新，要使生猪一体化得以健康发展，改变农户传统的饲养方式至关重要，这也要求经营者必须走规模化、基地化、工厂化的路子。

13 用资本打造肉食品航母的“新资本家”——明金星 … 244

在北京做了12年医生的明金星，从1993年开始卖医疗器材。而后，他从收购一个屠宰场开始，通过不断的扩张，先后投资了火腿肠工厂、屠宰场、冷藏设备以及零售店。2003年公司一共加工了500万头猪，销售收入达5亿美元，其生猪处理规模已处于国内领先水平。

明金星一开始就采取了与众不同的方式来经营他的猪肉王国。他不仅从事肉类产品的加工，还涉及生产、销售和分配业务，产品包括火腿肠、保鲜肉和冻肉等，在短短的10年时间里就在中国建立起了有较高知名度的品牌和强大的分销网络，产品享有盛誉。

14 低成本扩张的肉制品产业巨子——周连奎、周连良 …… 261

任何企业的成功，都有它高明的招数。金锣集团的高招就在于工业与农业相结合。这家以肉类加工为主的食物集团公司，多年来一直致力于将肉制品工业发展与推进农业产业化结合起来，形成包括良种猪繁育、饲料供应、育肥猪回收、屠宰加工与销售在内的“金锣产业链”，并以畜禽产品加工为主，以粮食、蔬菜加工为辅，形成贸工农一体化、产供销一条龙的生产经营格局，为当地经济的发展

.....

创造了一个又一个非凡业绩。

15 国内规模最大的低温肉食品集团掌舵人——祝义才…… 275

十几年前，祝义才第一次两手空空涉足商海就赚了480万。如今，他已是雨润集团掌门人。雨润集团共收购了20家国有企业，所有被收归旗下的企业均在当年实现赢利。

祝义才说自己成功的经验在于做到“三个负责”：第一就是对政府负责，确保企业资产增值；第二是对企业职工负责，利用现代管理的方法，调动他们的积极性，发挥他们内在的潜力，共同将企业办好；第三是对企业负责，每收购一家都加大投资，而不是将企业原来有价值的东西卖掉。

编后记…… 293

1

创造“蒙牛”神话的整合奇才 ——牛根生

一、成就高度

五年抢占国内 20% 市场，蒙牛乳业的迅速崛起可以说是我国乳业史上的一个奇迹。曾为伊利股份的董事兼副总裁牛根生，1999 年带领伊利的部分骨干人员自立门户，创立蒙牛。自蒙牛成立以来，蒙牛的增长率远远超过同行，在刚刚过去的 3 年里，蒙

1

牛根生简介

出生于 1954 年，籍贯是内蒙古；蒙牛乳业股份有限公司董事长兼总裁；

1978 年，成为呼和浩特大黑河牛奶厂的一名养牛工人；

1983 年，任内蒙古伊利集团（原呼和浩特回民奶食品厂）厂长；

1992 年，担任内蒙古伊利集团生产经营副总裁；

1998 年年底，被内蒙古伊利集团免去生产经营副总裁一职；

1999 年至今，创办内蒙古蒙牛乳业股份有限公司并担任董事长兼总裁职务；

2002 年，蒙牛的营业收入达 21 亿元人民币，跻身中国乳业四强之列，成为中国乳业领域发展最快的企业。被评选为“2002 年度中国十大创业风云人物”之一。

牛的复合增长率高达 137%。2003 年度实现销售收入 40.7 亿元，净利润 2.3 亿元。按销量计算，蒙牛在 2003 年度已经成为中国最大的液态奶生产商，而这距蒙牛成立的时间还不到五周年。

据了解，蒙牛乳业于 2004 年 6 月 1 日公开招股，上市后总市值超过了 30 亿港元，此次上市蒙牛创造了新的财富传奇，创造了中国最豪华的富翁团队——5 个亿万富翁、10 多个千万富翁、几十个百万富翁随此次上市诞生。按牛根生目前持有蒙牛 6.1% 的股份市值计算，牛根生的身价有望达到 2 亿元以上。而此时的蒙牛，才刚刚度过它的 5 岁生日。

21 世纪中国最会营销的企业之一非蒙牛莫属，它总能使自己处在焦点的中心。从创业历程、打造中国乳都、到中国航天员专用乳制品、在香港上市的第一家民营企业红筹股，蒙牛总能抓住受众的眼球、媒体的眼球，引发宣传热潮。蒙牛的成功是 21 世纪中国经济风起云涌大潮中一道亮丽的风景。

二、成长经历

1958 年牛根生出生于内蒙一户贫农家庭，后来被卖到姓牛的人家，所以他连自己原来的姓氏都不知道。牛根生后来改姓牛，他的命运似乎也从此与牛奶结下不解之缘。1978 年，20 岁的牛根生加入内蒙古最大的乳品公司——伊利股份，从一名洗瓶工做起，一直做到二把手。

然而 1999 年，事业蒸蒸日上的他被董事会免职了，41 岁的牛根生迎来了人生的“困惑之年”。与此同时，伊利集团还宣布了一项让牛根生去进修的决定。于是，人到中年的他站在了北京大学这座百年名校的大门前。

“我觉得很新鲜。”回想起自己进修的经历，牛根生表情柔和。