

平民出身，笑傲商海，草根首富源于厚积薄发
40才起步，60成首富，起得晚未必就赶不上集

宗庆后 为什么能

揭开娃哈哈的成功密码

真柏◎著

 浙江人民出版社
ZHEJIANG RENMIN CHUBANSHE



真柏◎著

宗庆后 为什么能

揭开娃哈哈的成功密码



浙江人民出版社
ZHEJIANG PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

宗庆后为什么能/真柏著. —杭州:浙江人民出版社,
2012. 10

ISBN 978-7-213-04935-4

I. ①宗… II. ①真… III. ①饮料-食品工业-工业
企业管理-经验-杭州市 IV. ①F426.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 136485 号

宗庆后为什么能

作 者: 真 柏 著

出版发行: 浙江人民出版社(杭州市体育场路 347 号 邮编 310006)

市场部电话:(0571)85061682 85176516

集团网址: 浙江出版联合集团 <http://www.zjcb.com>

责任编辑: 周为军 王方玲

责任校对: 杨 帆

电脑制版: 杭州兴邦电子印务有限公司

印 刷: 浙江新华印刷技术有限公司

开 本: 710mm×1000mm 1/16

印 张: 13.25

字 数: 20 万

插 页: 1

版 次: 2012 年 10 月第 1 版

印 次: 2012 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-213-04935-4

定 价: 32.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与市场部联系调换。

前言

宗庆后为什么能成功

2010年10月28日上午,“2010福布斯中国富豪榜”新闻发布会在上海锦江饭店小礼堂拉开帷幕。

辉煌中透着古朴和端庄的礼堂内人头攒动,座无虚席,来自全国各大财经媒体的记者们,正静候着一份备受国人瞩目的富豪榜单新鲜出炉。

在主持人的介绍下,福布斯亚太地区总裁及福布斯亚洲版出版人威廉·亚当普斯先生,福布斯上海分社社长范鲁贤先生,福布斯亚太区执行总监林素碧女士、魏提娜女士,福布斯中文版出版人沈颢先生、总编辑周健工先生和福布斯中文版董事总经理张颖女士悉数登场。

台下,记者们早已在交头接耳,猜测着一个大家最为关心的话题:在这份榜单中,最重要的人物,也就是中国的新首富会是谁呢?

答案似乎并没有太大的悬念,靠几元钱一瓶的饮料发迹的娃哈哈集团总裁宗庆后,早已在之前的两个权威榜单中独占鳌头:2010年3月,《福布斯》公布了一份全球富豪排行榜,宗庆后以70亿美元的财富名列第103位,成为中国富豪之首;半年之后,也就是2010年9月,宗庆后再次以800亿元人民币



首富宗庆后



的财富问鼎“2010 胡润百富榜”首富。

但是,富豪们的身家不是一成不变的,在变幻莫测的市场经济环境中,昨天的亿万富翁很有可能在转眼间跌出榜单,而昔日默默无闻的企业家,也完全可能在一夜之间如黑马般露富上位。所以,人们还是非常好奇:这新一期的财富排行榜,会有什么样的位次调整?新一届的中国首富桂冠,最终又将花落谁家?

在范鲁贤社长有些冗长的背景介绍之后,主持人终于宣布,揭榜仪式正式开始!

随着威廉·亚当普斯和范鲁贤共同开启倒计时,沈颢、张颖等嘉宾也纷纷上台,先后揭开了排名倒数 100 位、倒数 200 位和前 100 位富豪的名单(“2010 福布斯中国富豪榜”上榜富豪共有 400 名)。

但这似乎还只是热身。也许是富豪榜的名单实在太长了,让人听得有些倦意。直到福布斯中文版总编辑周健工上台,同样以倒数的方式一一揭晓排名前十的富豪时,气氛才有点热烈起来。

“王传福——马化腾——吴亚军——刘永行——何享健——李锂——张近东——”

一个个如雷贯耳的名字在会场内响起。除了来自深圳的制药老板李锂外,几乎都是熟面孔,无非是榜单上的排名先后有了些许变化。



宗庆后

当剩下前三甲的时候,范鲁贤社长再次被请上了台,他与周健工一起,逐一按键揭晓最后的答案:第三位,三一重工的梁稳根——第二位,百度 CEO 李彦宏——

当中国新一位首富的相片,千呼万唤最终出现在大屏幕上的时候,全场其实已经没有人感到意外了。此时大家更想知道的是,宗庆后,这位已年过花甲,堪称大器晚成的企业家,经营的既非暴利的房地产业,又非热门的 IT 产业,仅仅凭借几元钱一瓶的饮料,他是怎么实现财富的巨量聚集,并在短期内快速增长,最终登顶中国首富宝座的呢?

的确,在 2008 年的“福布斯全球富豪榜”中,宗庆后的排名还在第 1062 位,位列中国富豪的第 16 位;2009 年,他在全球富豪榜中的排名就猛进了 686 个位次,跃到了第 376 位,而在中国富豪榜上则前进了 13 位,成功进入了前三甲;2010 年,宗庆后更是一鼓作气,在全球富豪榜中又前进了 273 个位次,财富位列全球第 103 位,并在中国富豪榜上成功登顶。宗庆后仅用了 3 年的时间,就实现了个人财富 6 倍的巨额增长。

面对众多财经媒体记者,范鲁贤对宗庆后这位新榜单中的中国首富做出了如此的评价:“作为今年的首富,宗总也是比较有代表性的。娃哈哈的成功,最重要的因素在哪里呢?当然在人!我觉得值得肯定的是,宗总是相当成功的民营企业。他所在的行业变化很大,外国竞争者很多,但娃哈哈都能在不同的时间、不一样的时代,成功地满足消费者。宗庆后虽然不算是年轻的企业家,但依然想进入新的领域,包括发展与娃哈哈有关的购物中心等。他在接受采访的时候说得很清楚,不管看一元还是多元化,娃哈哈都是一个变化的公司。透过宗总成功的领导思路,我们相信,将来娃哈哈也会继续发展得相当好。”

“应该说宗庆后处于非常大的行业,在美国就有可口可乐这样的公司。”面对小饮料创造中国首富的财富神话,周健工倒不觉得意外,他认为宗庆后有一套非常有意思的组织管理模式。他说:“我个人非常感兴趣的一点,就是宗庆后先生的企业组织和管理方式。其实,他深受毛泽东影响,这是非常有意思的。我感觉这是历史最有魅力的一个方面。”

两位专家的点评,似乎道出了宗庆后成功的一些秘诀。但是,这寥寥数语的点评,显然又很难全面概括宗庆后这位商界巨匠的成功历程。那么,究竟是什么让娃哈哈在严酷的市场环境中脱颖而出?宗庆后又为什么能够成为万人瞩目的中国首富?让我们来探究一下他的成功奥秘吧。



目 录

CONTENTS

前 言 宗庆后为什么能成功	1
第一章 成大器者,不能人云亦云	1
不用再讨论,就用这个名字了	1
16 岁的孩子自作主张报名去农场	5
别人的意见只能做参考,决定还得自己做	9
第二章 该出手时就要出手	15
别人胆怯你不怯,你就抓住机遇了	15
背债打广告,打开了销售局面	17
外资是把双刃剑,也要拿来舞一舞	20
第三章 这是个炒作的年代,酒香更得会吆喝	26
到皇城根儿下面去叫卖	26
从太阳神口里抢蛋糕	29
让全郑州的小学生为娃哈哈当流动广告员	32
高调回应“乳胶门”,变危机为契机	36
第四章 挺住,万事开头难	40
辗转千里,赔足笑脸,做成第一笔大订单	40
越是阻力重重,就越要拿下它	43
在与强劲对手的较量中不断学习和提高	46
第五章 机遇是条鱼,看你怎么抓住它	50
从销售代理到生产商的华丽转身	50
小鱼吃大鱼,这场兼并实在太精彩	52



	解决产权问题,高级打工者变身企业主宰	61
	莫犹豫,到嘴边的馅儿饼要果断咬住	65
第六章	你强硬,我比你更霸气	68
	一步不能退,退让只会输得更惨	68
	你不干,我自己干	73
	面对无良对手,不理不睬最管用	78
	先发者制人,后发者制于人	85
	玩得不开心,那就不玩了	88
	群众的力量是无穷的	94
	把红色斗争的声势搞得更大	103
第七章	关键时刻,稳住阵脚靠真本事	110
	只要讲诚信,就没有迈不过去的坎	110
	把最严重的信誉危机变成树威信的机会	114
	控股权可以失去,志气不可失去	117
	分设账户,自力更生搞独立	119
第八章	不前进,就等于后退	123
	上市!上市!	123
	高效联销体,堪称天才之作	128
	企业不停产,新产品开发不停步	133
	没有一个企业家不梦想多元发展	137
第九章	智者需能谋,谋者方能胜	141
	兵不厌诈,制胜便是王道	141
	以其人之道,还治其人之身	147
	虽是同根生,相煎不手软	150
第十章	善用人才是最高境界	155
	抓住人心才能抓住人	155
	精诚所至,金石为开	157

巧用女将,因为她们很听话	162
给你机会,但是得先让你吃够苦	165
第十一章 胸怀够大,企业才能做大	168
企业家开博客,最多的帖子就是表达爱国之情	168
抗震救灾中的出色表现	172
当人大代表,就要积极履职提议案	177
在戛纳峰会上对世界经济“指指点点”	183
第十二章 成功男人背后的女人们	187
母亲很平凡,母亲很伟大	187
默默支持丈夫的妻子最美丽	190
有好的接班人,企业才能更好地发展	195
后 记 娃哈哈的明天会更美	199

第一章

成大器者，不能人云亦云

从商搞经营，必然会面临很多重要的抉择时刻，需要当局者审时度势地做出科学理智的判断和决定。不少奋斗多年的从商者，往往就是在这样的抉择时刻犹豫不决，以至于错失良机、栽了跟头，最终导致失败。究其原因，还是不具备判断形势的独到眼光，因而心中发虚，失去主见。

反观娃哈哈的掌门人，当大家众说纷纭，甚至多数意见都与自己相左的时候，是“发扬民主”、听从大多数人的意见，还是坚持自己的观点、毫不动摇地去实施自己所认定的目标？宗庆后用毫不含糊的实际行动给了我们很明确的答案：成大器者，决不能人云亦云。他们因为具有异于常人的独到眼光，所以在关键时刻，才表现得相当自信、相当有主见。

不用再讨论，就用这个名字了

宗庆后身边的人都能切身感受到，他们的老总是一个特别有主见的人。这方面的事例不胜枚举。譬如当年，要不是宗庆后凭着独到的眼光“独断专行”地拍板定夺，就不可能有“娃哈哈”这个名震华夏、家喻户晓的商标名了。

1988年，宗庆后领导的杭州保灵儿童食品厂试制成功一种高效能的儿童营养液，准备全面推向市场。

这时，市场意识非常强的宗庆后想到了一个很重要的问题——还缺一个能够叫得响的产品名称。这个名称不仅要独特新颖，而且要让人过目不忘；不仅要反映儿童特色，更要朗朗上口。为此，他绞尽了脑汁。

可宗庆后毕竟不是取名专家，该怎么办呢？他想到了通过登报向社会征集的办法。报纸上的这种有奖征名启事，如今大家早已司空见惯。可在20年前，这可是一件夺人眼球的新鲜事儿。

于是一条大幅广告出现在了1988年6月16日的《杭州日报》上：“一种

高效能的儿童营养液,已在杭州保灵儿童食品厂试制成功,特向社会各界征集产品名称及商标图案……”



创意看起来似乎不错,报纸出版当天,即引起了不少读者的关注。但是,究竟会有多少人来应征?宗庆后心里其实根本没有底。



当年宗庆后在厂长办公室工作的场景

对于老板“大手大脚”在报纸上“烧钱”的举动,一直看着宗庆后苦心积攒企业家底的员工们既表现出了理解,又打心眼里感到担忧,毕竟付出去的广告费是实实在在的真金白银啊。

其实宗庆后自有他的打算:如果能够通过有奖征名征集到合适的名称,那是再好不过;即使征不到理想的名称,广告费也不会“打水漂”。因为,即将上市的新产品需要营造声势,而形式新颖的有奖征名无疑可以吸引社会各界的广泛关注,其广告效应不可小觑。

实际情况远远好于大家的预想。

征名广告刊登后,迅速引起了社会各界的广泛关注。人们带着几分新鲜、几分好奇,关注起了这个即将诞生的产品,以及即将诞生的产品名称。一种神秘的儿童营养液,尚未面世就已经在人们的口中流传,这让宗庆后感到十分得意。

重赏之下必有勇夫。有机会为一个新产品命名,还能获得一笔不菲的奖金,这种名利双收的好事谁不想试试?杭州城里成百上千才子文人纷纷闻风而动,他们的创作欲望被激发出来。短短几天内,应征的信件就如雪片般飞来。到征名截止的那一天,一共收到了200多位应征者提交的数百条产品名称!

宗庆后大喜过望,立即部署手下,以最快的速度请来了一批行家里手,组成一个新产品名称专家评审小组,对这200多位应征者的作品逐一进行论证筛选。

会议室内,评审小组的专家们济济一堂,认真地聆听着工作人员一条一条地宣读应征的作品。

工作人员每报出一个名称,都会引来一阵热烈的反响,大家你一言我一语,各抒己见,各执一词,有颌首的,有摇头的,有赞赏的,也有挑剔的……

宗庆后静静地坐在一边，手里夹着一支青烟袅袅的香烟，面无表情地听着大家的议论，并不发表任何意见。

深知宗老大脾性的工作人员知道，这说明他对那些应征作品都不甚满意呢。

也难怪，念了那么多条应征的名称，不是什么“精”啊、“灵”啊的，就是什么“素”啊、“宝”啊的，其中虽然也不乏文采洋溢、朗朗上口的作品，但总感觉个性不足、缺乏新意，达不到叫人耳目一新的效果。

实在没有让人感觉眼前一亮的名称啊！宗庆后的态度无形中影响到了大家，参加评审的专家们似乎有点气馁，会场的气氛渐渐变得沉闷起来。

忽然，工作人员报出了一个听上去有点搞笑的名称：“娃哈哈。”话音刚落，他自己先忍俊不禁地笑了起来。

顿时，会场里爆发出一片哄笑声，几乎每一个在场的人都被这三个字逗乐了。在大家看来，这个应征者也实在是太有趣了，居然想出了这么个幼稚的名称。娃哈哈，这简直是三岁小孩在过家家，哪里像是一个营养液的名称啊，根本就是开玩笑嘛！

可是大家几乎都没有注意到，在一片嘻嘻哈哈的笑闹声中，宗庆后的眼睛里却有一道光亮闪了一下，紧锁的眉头随即舒展了开来。

“娃哈哈，这个名字好！”他兴奋地把手中的香烟熄灭在面前的烟灰缸中，用手轻轻拍了拍桌子道：“查一查，看看这个应征者的背景资料。”

会场里顿时变得鸦雀无声，那些精通文墨的专家们都睁大眼睛盯住了宗庆后，意外、惊讶、不解、迷惑……各种表情写满脸上。

工作人员赶紧翻看手中那叠厚厚的资料，口中喃喃地把应征者的情况读了出来：“应征人：朱松龄；工作单位及职务：上城区少年宫主任……”

哈哈，原来是老朱啊！宗庆后禁不住笑了。这位朱松龄宗庆后本来就认识，都是上城区教育系统的嘛，没想到朱主任竟是这样一位思路开阔、富有个性的人！

宗庆后用毋庸置疑的口气说道：“好了，咱们不用再讨论了。娃哈哈，就用这个名字！”

一锤定音。

但是在场的专家们还是充满了疑惑，有这么多应征作品，宗庆后怎么会偏偏相中了这样一个俗不可耐的名字呢？几位性子耿直的专家干脆当场表



态：“这个名称太俗了，没有产品的特色，更符合企业的形象。”

宗庆后自信地笑了笑，说出了他的想法：“我们要做的是一个新产品，这个产品的品牌必须一次打响，所以我们首先要考虑的是这个名称的新、奇、特，只要这个名称有冲击力，能吸引注意力，那就等于成功了一半。刚才我们的工作人员一报出这个名字，大家不是都哄堂大笑了？这就是效果，这就是冲击力。前面我们听了那么多名称，试问哪一个能有这样的效果？”

听了这番解释，在座的各位专家都点起了头。

娃哈哈®



深入人心的娃哈哈商标

“再说了，娃哈哈这个名称，也并没有各位想象的那样俗不可耐。我想各位都是专家，应该都比我清楚，这三个字，是出自一首著名的新疆儿歌，在我们的小学一年级音乐教材里就有这首儿歌。”说着，宗庆后情不自禁地轻声哼唱起来：“我们的祖国是花园，花园里花朵真鲜艳，灿烂的阳光照耀着我们，每个人脸上都笑开颜。娃哈哈，娃哈哈，每个人脸上都笑开颜！”

“这是几乎每个孩子都会唱的歌词。我们的产品是针对少年儿童的，用他们熟悉和喜爱的歌词来命名产品，肯定会有一种无形的亲和力。而且‘娃哈哈’三个字都是开口音，是孩子们天生就能掌握的发音，既朗朗上口，又很好记忆，就连婴儿都能冲口喊出来，我想孩子们一定会喜欢的。”宗庆后越说越带劲：“我们搞儿童营养液干什么？家长买儿童营养液又为什么？不都是为了让孩子们能够像开心娃娃一样笑哈哈！”

其实，宗庆后选中“娃哈哈”，还有一个不太好明说的理由，那就是他对这个名字有种一见钟情的感觉。表面上他是一个很理性的人，可骨子里他却是非常感性的，把无神论者毛泽东奉为偶像的他，同时又特别地相信风水、相信直觉，甚至笃信测字。当他听到工作人员念出“娃哈哈”三个字的时候，就感觉这名字与自己有着一种难以言表的天然缘分。

很多年后，据说有位测字先生真的替宗庆后解开了暗藏在“娃哈哈”三个字中间的玄机：女字旁，暗喻事业由女人鼎力助成；双土字，暗喻根基扎实可

屹立不倒；四个口，暗喻是非闲言不断；三个字都是九画，更是暗喻事业可长久不衰。这番解释令宗庆后不得不相信：这“娃哈哈”的名称原来是冥冥之中注定的。

这就是成功企业家不同于常人的独到之处。听到“娃哈哈”这样一个略显幼稚的名称时，大家首先想到的是不成熟、太俗气，而宗庆后却从眼球效应、儿童心理，甚至风水解字等多个角度，发现了蕴藏在这个“幼稚”名称背后的巨大潜力。有了这种独到的眼光，难怪他能底气十足地力排众议，决定选用“娃哈哈”这个名字。

时间是最好的裁判。很多当时参与征名评判工作的专家们，如今都心悦诚服地看到：那个曾遭他们揶揄的“娃哈哈”，竟奇迹般地发展成为全中国最具影响力的一大民族品牌了！

16 岁的孩子自作主张报名去农场

宗庆后看问题角度特别以及特有主见的秉性，其实并非在他从商之后才展现出来。从小，他就是一个心思挺重的孩子，甚至在还未成年的时候，就做了一件决定自己未来命运的大事。

宗庆后有两个弟弟一个妹妹，小的时候家里非常拮据。也许贫寒家庭的长子都会有一份比较强烈的责任感吧，每每看到母亲为了家庭心力交瘁的样子，宗庆后的心就会一阵阵地隐痛。虽然他很爱读书，舍不得离开校园，但是只要一想到家庭的困难，他就会产生马上辍学、挣钱养家的冲动。

这种冲动就像一只无形的手，时刻揪着宗庆后的心。特别是当年幼的妹妹因为家庭实在不堪负担而被送给亲戚之后，这只无形的手把他的心揪得更紧了。

妹妹是这个家庭唯一的女孩子，当她初降人世的时候，宗庆后别说有多开心了。在他眼里，这个妹妹简直就是上天降临到他家来的小天使，像洋娃娃一般可爱，像小仙女一般漂亮。可是有一天，父母突然跟他说：“庆后，我们家的负担实在太重了，就你们兄弟几个，饭都已经吃不饱了，小妹妹跟着我们只会受更大的苦……”

“什么意思？这是什么意思？”宗庆后急了，“难道你们……你们想把妹妹



送人？”

看到父亲紧锁着眉头，满面愧色地点了点头，宗庆后突然感觉天塌了一般。可是，他能做什么呢？他能怎么办呢？虽然自己是小妹妹的长兄，可自己不仅没有能力为这个家庭分担经济压力，甚至还在分食母亲那点微薄的工资。宗庆后感到内疚、难受啊，可纵使有万般的不愿，他也只能眼睁睁地看着美丽的小天使被送走……

妹妹的离去，让宗庆后深切地品尝到了生离死别的痛苦。好长一段时间，本来就内向的他变得更加沉默了。他在心里一遍遍地对自己说：宗庆后，你是这个家庭的兄长，你不能再赖在家里，不能再依靠母亲的工资生活了！

1961年，宗庆后初中毕业，他当即决定报考师范学校，因为他听说在师范学校读书不仅吃饭不要钱，而且还能发放生活津贴，那不就可以大大减轻家庭负担了？

成绩优秀的宗庆后满以为自己考上师范学校不会有任何问题，可现实却总爱跟苦难的人开玩笑。当他自信满满地准备跑去报名的时候，却突然被告知：他根本就没有资格报考师范学校，原因是他的家庭成分不好——报考师范必须是贫下中农出身的学生。

不让读师范，那就索性不读书了，早点工作赚钱吧！一心想着要替母亲分担生活压力的宗庆后，收拾起委屈的心情，做出了这个让大家都感到意外、而他自己却深思熟虑已久的决定。尽管他的学习成绩很优秀，尽管他其实十分渴望能继续念书，但是作为长子的那份责任感，促使着宗庆后做出了如此决绝的决定。

就这样，尚未成年的宗庆后离开校园，踏上了社会。先是跟着别人去学修汽车，虽然学得很努力很用心，然而毕竟年龄还小，又没有一点基础，车行师傅自然不太满意。之后，他便开始到处打零工，甚至去卖爆米花，反正什么活儿都干，只要有收入、多少能贴补一些家用就行。

“难道我就只能一直这样漂浮不定地干下去，就没有一份真正适合我、可以让我施展拳脚的工作吗？”宗庆后也有过迷茫的时候，但是他有自己的精神调节方法。只要想想历尽冷落、大器晚成的先祖宗泽大将军，他顿时又会对未来充满信心。他坚信，总有一天会找到适合自己的人生定位……

1963年的一天，宗庆后从一位伙伴那里得到了一个令人振奋的消息：舟山马木农场正在杭州招收知识青年，不论家庭成分谁都可以报名参加！

其实宗庆后对这个马木农场一无所知，他只知道舟山，那是我国最大的群岛，就在浙江的东海岸。想到大海，宗庆后就忍不住激动起来。他从没有见过真正的大海，但这并不妨碍他对大海的憧憬和向往。一望无际的辽阔海洋，汹涌的波涛滚滚而来，那样的场景，该是多么的壮阔啊！

宗庆后满怀希冀地跑到报名点，接待他的是一位模样朴实的中年男人，他就是马木农场的书记。面对宗庆后等前来报名的热血青年，这位书记满怀深情地描绘起了农场美好的发展前景。他说，马木农场是年轻人大有作为的好地方，农场就在大海的边上，那里有广阔的土地、成片的盐田，正等待着大家去大显身手。

在农场书记颇具煽动力的介绍下，宗庆后的满腔激情被迅速点燃。他感觉，那片陌生的土地，正是自己苦苦追寻的用武之地。

自己的命运自己决定！极有主见的宗庆后没有回家跟父母商量，便按捺不住兴奋的心情，紧握着钢笔在报名表上填下了自己的名字……

开明的父母并没有因为儿子的自作主张而责怪他、阻拦他，虽然他们对长子宗庆后的期望值很高，但他们更尊重孩子的选择，他们不求孩子升官发财，只希望孩子能够过得充实、开心。因此，对孩子勇于承担责任、自己决定命运的做法，他们表现出了难能可贵的理解和支持。

然而刚刚到马木农场的那一刻，宗庆后却怎么也开心不起来，眼前这个荒无人烟、寸草不生的地方，实在是太偏僻、太荒凉了，跟想象当中的那片热土简直相去十万八千里！后来宗庆后才知道，这个马木农场原本就是一个关押犯人的劳改场，当地人都把这个农场称作是“舟山的西伯利亚”，这里不仅人迹罕至，而且生存条件十分恶劣。

但是宗庆后很快就把心态调整过来了：好歹总算有了一份固定的工作，可以靠着自己的双手干活挣钱，为家庭减轻负担了。况且自己心目中的英雄偶像哪个没有经过艰苦环境的磨炼？越是艰苦的地方，越能锻炼人的意志！

农场环境差，劳动量却相当的繁重，每天不是挖盐挑盐，就是拉土堆石，枯燥乏味不说，那种体力上的严酷折磨，很快就让许多同去的年轻人受不了了，他们之中有的牢骚满腹，叫苦连天，有的干脆溜回杭州，当了逃兵。

然而，瘦弱矮小的宗庆后却坚持下来了。他的表现让所有曾经以为他难以胜任这种繁重体力劳动的农场领导和同事们都大吃一惊：一车千余斤重的泥土，拉一个来回就要整整往返30里路，再怎么强壮的人，一趟拉下来都会

累得骨头散架，可宗庆后居然一声不吭！

别人见到成堆的石块就头疼，可宗庆后居然兴致高昂地发动大家搞竞赛，挖土坑、拉石块、堆石方，干得热火朝天。可是毕竟对手的个头大、身体壮，真的拉开架势干起来，宗庆后这一方就落后了。

不肯服输的宗庆后就想出了绝招：趁着夜黑时分，悄悄地把同伴从床上拉起来，蹑手蹑脚地把车子抬出寝室，趁着夜色继续干，直到赶超对方，取得胜利！

这种在艰苦环境中磨炼出来的必胜信念，使宗庆后后来在做企业的过程中也一直受用不尽。

宗庆后的出色表现，全都被那位到杭州招收这批小青年的农场书记看在了眼里。本来，在这批青年人当中，他最不看好的就是宗庆后了，他以为，如果这些小伙子当中有人退下阵来，这个沉默寡言、看上去又弱不禁风的年轻人肯定是首当其冲的。

然而事实却让这位见多识广的书记对宗庆后刮目相看。他在这个貌似文弱的小伙子身上，看到了一种坚毅顽强的品质。他还万分欣喜地观察到，这个名叫宗庆后的年轻人不仅吃苦耐劳、干活卖力，更难能可贵的是他还非常热爱读书。许多次，当劳累了一天的伙伴们都聚到一起尽情地玩耍打闹的时候，他都看到宗庆后安安静静地坐在一个角落里看书。

“这个孩子，将来肯定会有出息！”朴实的书记，开始更多地关注起这个与众不同的年轻人。尽管在那个唯成分论的年代，宗庆后算不上是“根红苗正”，但书记相信自己的眼光和判断。从那以后，他经常找宗庆后谈心，不断地表扬他、勉励他。

在这一年的先进评选中，宗庆后得到了大家的一致认可，不仅当选为农场的先进，并且成为了整个舟山地区的“上山下乡积极分子”。

一个尚未成年的孩子，就独立自主地选择了自己的未来，并且为自己的选择无怨无悔地付出努力。宗庆后就是这样，在他的青少年时代，便展露出了超出年龄的魄力和主见。

